

NYT \_ Next Era Leaders

(組織名)ワタナベフーマック株式会社

(Name)WATANABE FOODMACH CO.,LTD

(役職)専務取締役

(名前)渡邊 洋之

(出身地)愛知県

(生まれ年)1976 年

(所在地)愛知県名古屋市中川区露橋 2-12-26

(創業年)1938 年

(業種)食品加工機械製造販売

(URL)[http://www.foodmach.co.jp/eg/index\\_e.html](http://www.foodmach.co.jp/eg/index_e.html)

\*\*\*\*\*

#### 【トップメッセージ】

**お客様の「ありがとう」をカに、  
世界各国の食文化発展に寄与する。**

\*\*\*\*\*

#### 【リード】

当社のミッションは、スライサーを中心とした食品加工機械の製造・販売を通して、世界各国の食文化の発展に貢献することです。創業 80 年で築き上げた確かな技術力ときめ細やかなアフターサービスを基盤に、IFFA(国際食肉産業見本市)など数多くの海外展示会に出展し、積極的な PR を展開することで、世界中に "ワタナベファン" を増やしていきたいと思っています。

\*\*\*\*\*

当社はもともと工作機械を製作する鉄工所だったのですが、ある時、知人の精肉店で使われていたオランダ製のスライサーを修理したことがきっかけで、創業者である祖父が「これからは食肉を大量に消費する時代が来る」と機械化のニーズを予見。試作を重ね、1947年に初号機を完成させたところから食品加工機械メーカーとしての第一歩を踏み出しました。事業を展開する比較的早い段階で海外を視野に入れはじめ、60年代からは世界の食肉加工市場を積極的に視察して回り、そこで得られた知見や技術を日本に持ち帰って自社製品の開発に生かしました。現在は中国に現地法人を置くほか、東南アジアや北南米、オーストラリア、スペインなど14の国と地域で販売代理店契約を結び、当社の食品加工機械を世界に広めるべく取り組んでいます。私はアメリカの大学を卒業後、2000年に入社してから今日まですべて海外に関連する業務に従事し、現在は海外事業部の責任者として輸出事業の統括を行っております。日本の市場は今後、少子高齢化による人口減少に伴い、食肉の消費量も減少することが見込まれていますが、食の流通が多様化している今、世界では食品加工機械の需要が確実に増えていると感じています。海外に行けば行くほど宿題を持って帰れて、次の展開につながっている。昨年度の海外への輸出売上高は約4億円ですが、今後はこれを加速度的に進め、次の10年以内には10億円を達成し、企業を永続させるための原動力となることを目指しています。

各国にはすでにそれぞれ同様のメーカーがあり、当社の機械をあえて使う必要はありません。そこを切り開いて行くために、我々は販売後のお客様満足度を高めることに注力しました。輸入機械を扱う代理店は『売り切り御免』で修理にこないことが往々にしてありますが、当社ではお客様からの問い合わせや修理の依頼があればすぐに代理店の担当者とともにおうかがいし、その場ですべて対応できるようにしています。10年、15年と長く使っていただける機械なので、その間もお客様に満足して使っていただくためには、アフターサービスが最重要課題。そのため、タイアップするのは修理ができる技術者部隊を持っている代理店のみとしています。各国での展示会開催に合わせてトレーニング研修を行ったり、日本に招いての研修を定期的に行うことで、国内と同レベルのアフターサービスを実現しています。当社のベースは機械屋、モノを作る職人なので、お客様からの「ありがとう」が何よりもうれしい。それが私自身のモチベーションにもなっています。お客様が喜んでくれたら代理店も「ワタナベに任せれば大丈夫だ」と思ってくれる。その連続で当社の製品を取り扱ってくれるところが増えていくのだと思っています。世界の食肉加工市場は意外と狭いので、一国で成功すると自然と横に広がっていくんです。お客様から10年間信用していただけて、10年後にもまた当社の製品を選んでいただけるよう、世界中に「ワタナベファン」をつくる努力は惜しまない所存です。

アフターサービスは海外市場を開拓していくための一番の武器。それを積み重ねていくと、現地のニーズや現地に向けた仕様が固まってくる。私が入社して20年が経ちますが、ここからの折り返しの20年では、各国各地の食文化に寄り添った現地仕様の機械を作っていきたいと考えています。行った先々で現地の方から「こんな機械があったら」と要望をいただくことがあり、それをヒントに新しい機械を作ることができたら、より楽しいサイクルに入ってくるのかなと。これまで当社は日本を度外視した機械はこれまでに作ったことがないのでなかなか勇気のいる決断ですが、失敗を恐れず、一つのケーススタディとしてやってみたいと考えています。「うちの機械がないとタコスが作れない」というくらい現地の食文化と根付き、その発展に寄与していきたい。これからが本当の勝負だと思っています。

また今年も3年に一度、ドイツのフランクフルトで開かれるIFFAの開催年でもあります。前回2016年に続き、当社単独小間での出展を予定しており、これをきっかけに既存の取引のある国はさらに深掘りし、まだ進出していない国には新規開拓をアピールできたらと思っています。ただ機械を置いてあるだけでは誰も興味を持ってくれませんので、まずは日本のカラーを全面的に打ち出して注目を集め、「人」をPRする。そして美味しい日本酒や日本の肉料理を味わってもらいながら、世界中のバイヤーやエージェンシーの方たちと一緒に楽しい時間を過ごしたい。その思いは当社の社是である「信頼・技心・調和」の根本につながっています。こうした海外事業の展開により、当社の製品とともに日本の食文化が世界に広まっていくきっかけにもなればと思っています。