



■ 今を一生懸命に！ 『未来創造』 企業のスタート

社長就任にあたり、『Current News』読者のみなさまに、ご挨拶申し上げます。

今、私どもタニコーには、変えてはいけないものと、変えなければならないものがあると思います。まず、変えてはいけないものは、「未来を創造していく」という強い意志です。「未来創造」と言いますと、何かとてつもなく大きなことを言っているようにお感じになるかもしれませんが、実は、未来というものは日々の小さな努力の積み重ねによって創られるものだと私は思います。おかげさまで、今日、タニコーは業界のリーディングカンパニーといわれるまでに成長することができましたのも、お客様に支えられながら、常に今を努力してきた結果であると思うのです。

ですから、「未来創造」こそが、今後社会に貢献できる企業としてあり続けるために、最も大切な精神であり、タニコーにとって変えてはいけないものであると考えています。そして、逆説的ではありますが、変えなければならないこともまた、「未来創造」という言葉に集約できると考えています。それは、景気の回復の兆しが見えつつあるとは言え、依然厳しい経済の状況下では、「今」をどれだけ一生懸命頑張ることができるのか、踏ん張れるのかという「未来創造」の精神を、全社員が今一度肝に銘じて立ち向かう必要があります。ですから今、タニコーは社員が一丸となって、「未来創造」企業としてあらためてスタートを切る所存でございます。

■ 営業マンは “情報伝達者”

タニコーにとって、「今」を一生懸命に頑張るといことは、お客さまのニ-

ズにどれだけお応えすることができるのか、ということに他なりません。そして、その最前線にいるのが、みなさまの良きパートナーとなるべく奮闘する営業マンであると私は位置付けています。

私どもタニコーは、金型の製作から製品の仕上げに至るまで、自社工場による一貫システムを導入することで、お客様より高い信頼を勝ち得ることができました。そして、そうした厨房機器製造で培ってまいりました経験を活用することで、今、ステンレス総合加工メーカーへと更なる飛躍を目指しています。しかし、その出発点は、やはり、お客様であり、お客様と直接言葉を交わす営業マンなのだと考えております。

技術開発、製品開発は、タニコーにとってもっとも大切な部分ではありますが、それは、営業マンがお客様より様々なご意見やご要望を承りながらニーズを探り、それを商品の改良・開発につなげていくという「顧客視点」なくしては、お客様に支持される製品を作ることは決してできません。故に、営業マンとは単にモノを売る商売ではなく、技術開発にとっても重要な役割を果たす、“情報の伝達者”でなければならないと考えています。

ですから、せん越ながらお客様方にお願いたしたいのは、タニコーの営業マンにご遠慮なくご要望を申し付けていただきたいと存じます。現在困っていること、こうした製品が欲しい、こういうサービスを望んでいる等々、その内容はどのようなものでも構いません。タニコーのモノづくり、サービス構築は、みなさまの貴重な一言からはじまっていくのです。

■ ステンレス素材は、 430から 21世紀の素材304へ

タニコーはステンレス素材の特性を活

愛ある「お客様主義」を貫き、
食空間の『未来創造』へ
更なる挑戦

谷口光男 新社長インタビュー

かし、高品質で長期に耐え得る製品作りを目指しています。それは、『当社の304宣言』（厨房器具に使用されるステンレス素材に、耐久性、耐食性に優れたSUS304を使用する）にあるように、430素材から304素材への移行ということになるでしょう。品質の面でも、世界的な流れをみても、それは速やかに行われなければならないことです。304素材は、ユーザーにとって高品質であることはもちろんですが、地球的規模でメリットを享受でき得る優れた素材です。もちろんリサイクルにも適しています。つまり、日本経済、環境、国家など、様々な見地から大きなメリットがある21世紀の素材と言えるでしょう。

そして、タニコーには、業界のリーディングカンパニーとして、是非とも304を日本のスタンダードにするという使命があると考えています。今日のように厳しい経済環境の中では、私たちができることは、時間をかけてじっくりとお客様に304素材のメリットをお話し、ご理解いただくこと、そして、タニコーが誇る自社一貫システムによりバリュープライスを実現することで、お客様によりご理解を求めていきたいと存じます。

愛ある

“お客様主義”こそ タニコーのプライド

古い話になり恐縮ですが、私がこの業界に入った当時、東京だけで200もの同業者がひしめきあっていました。でも、今はそのほとんどが淘汰されて、キッチンと会社組織として営業を続けているのは、50社足らずになっています。残った会社と消えてしまった会社の差はどこにあったのでしょうか？一言で言えば、挑戦し続けてきた会社が残ри、それを怠った会社が消えたと言うことです。

タニコーは、食空間の『未来創造』を

掲げる、厨房機器のリーディングカンパニーとして、おかげさまで今日まで多くのお客様にご用命、ご信頼をいただき、成長を続けてまいりました。そして、その原動力は、時流を意識した自由な発想と想像力、そして、豊富な経験によって培われた高い技術力、であったと自負しております。

しかし、タニコーは今までそうした企業の力を第一に求めたことはありません。むしろ、それよりも大切にしてきたのは、営業マンをはじめとする全従業員が、愛を持ってお客様を見つめ、時代を見つめ、そのニーズに対して全力でお応えする姿勢、ご満足いただけるまで努力を惜しまないチャレンジスピリットでした。つまり、愛ある“お客様主義”こそがタニコーの企業理念であり、お客様や社会に誇れるプライドというわけです。

現代社会においては、さまざまなライフスタイル、食スタイルが生まれ、お客様のニーズも多様化・個別化してきています。また、環境の世紀と言われる21世紀は、循環型経済社会の実現も時代のニーズと言えるでしょう。もちろんタニコーも、そうした変化に合わせて、進化し続けなければなりません。個々の課題と深く密に取り組むための営業体制、製品開発・提案のスピード化、ネットワークを駆使したサービスの高度化などの課題に対しても、今、着々と成果を挙げつつあります。

業界屈指の最新設備と技術を兼ね備えた製造工場、操作性、デザイン、安全性など独自のノウハウを培った技術開発部門、そして、全国に広がる100の営業メンテナンス拠点を駆使し、タニコーはこれからも愛ある“お客様主義”を貫き通し、そして、新しい時代を切り開くチャレンジスピリットを持って、食空間の『未来創造』を目指してまいります。

皆様方には、何卒、今後とも一層のお引き立てを賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

