

タイトル：

成功の秘訣は提案営業とアフターケア

サブタイトル：

日本の食肉加工機械メーカーのワタナベフーマック(株)は、日本の品質とカスタマーサービスを活かしてグローバル展開を目指しています。

インタビュー：

カスタマーサービスとアフターケアは、長い間日本のビジネスにおける伝統的なスタンダードとなっています。食品加工関連業界では、それはどの業界よりも重要視されていると思います。

これは、日本の食肉加工機械メーカーであるワタナベフーマック(株)でも中心的な使命であり、また、新しい市場に参入する前には、包括的な一連のアフターケア対策を確実に実施することと使命しています。

積極的なグローバル展開を計画する同社は、世界のお客様から高い評価を頂いています。

「製品を販売したら、そこでお客様との関係が終了することはありません。私たちはむしろ販売後のアフターケアとメンテナンスに重点を置いており、これらのサービスを提供する能力がない地域に製品を販売しないようにしています」と、同社の専務取締役 渡邊洋之は述べています。

「これこそ弊社がグローバル経済で生き残るための唯一の方法であると私たちは信じています」と彼は言いました。

ミンチ機や冷凍肉スライサーなど、幅広い食肉加工機械を提供する同社は、技術革新と最新生産体制に投資することにより、この継続的な高品質の確保に取り組んでいます。

また、現代の多くのメーカーと同様に、お客様の省人化と省エネ化を目指すと同時に、同社製品の安全性と高品質の維持に努めています。

同社はまた、現在売上高の約 10%を占める海外売上を更に向上させるべく、堅実な海外計画を持っています。この戦略には、さまざまな国の料理に合わせて製品開発を調整していく事が含まれています。そこには、同社の海外代理店との強力なパートナーシップがあるからこそです。

これはすべて、成長を促進し、可能な限り最高の基準を維持するためのダイナミックな計画の一部です。

最後に「国内外の多くの皆様に支えられている当社ですが、私たちのビジョンは、会社の成功を継続し、次世代の舞台を設定することです」と渡邊氏は述べています。