

current news

tanico

タニコーとお客さまを結ぶ最新情報通信

特集 団塊の世代が牽引者に？

注目される、朝食市場のこれから

タニコー60周年を迎えて

”お客様に学ぶ「顧客第一主義で、食空間の『未来創造』を”
タニコー株式会社 代表取締役社長 谷口 一郎

味覚逍遙・ふるさとの味探し

海から山から、伝統から
特色ある3エリアで、福島美食に出会う

タニコーの企業力紹介・技術管理本部

”モノづくり企業“

タニコーの屋台骨を支える、いわき開発課

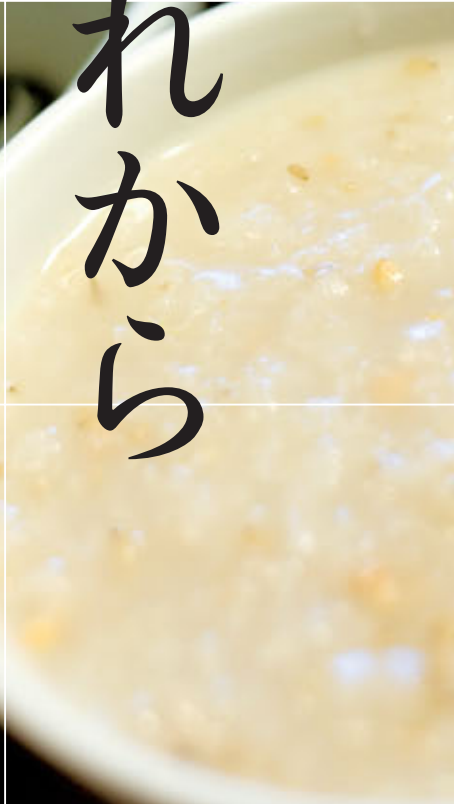
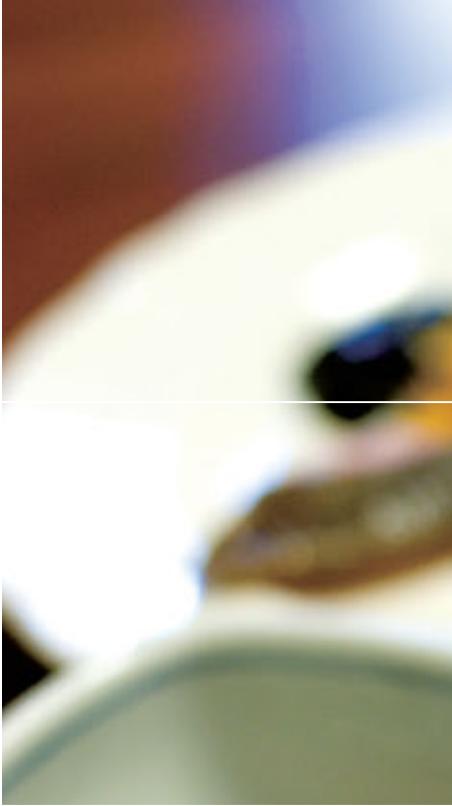
anniversary
60th

no.18

特集

団塊の世代が牽引者だ？

注目される、朝食市場のこれから



BREAKFAST

今、朝食市場にフォローの風が吹き始めている。

団塊の世代が大挙して定年を迎える2007年。彼らはどのような消費行動を起こすのか？ この団塊消費を見込んで、外食産業が動き始めている。

なかでも、注目されているのが朝食市場だ。昨今の食育ブームの主役として注目を集める朝食。ファストフード（FF）チェーンなどが、若いビジネスマンや休日のファミリー向けのメニューを充実させるなど、現在も着実に市場は拡大しつつあるなか、さらに、団塊の世代という新たなターゲットが出現するのだから、これは大きなビジネスチャンスと言えるだろう。

今号の特集は、まさに「夜明け前」を感じさせる朝食市場拡大の可能性について考察してみたい。

「朝マックしよう！」で

幕が開いた、日本の朝食市場

皆さんは、毎日朝食を食べているだろうか？ 食べているとすれば、それはどこで食べているのだろうか？ 家庭の食卓、駅近のFF店、それとも、コンビニで買ったおにぎりやパンをオフィスで食べているのだろうか。

小泉首相自らがその重要性を説いて、社会的な話題になっている食育だが、そうした大々的なPRの甲斐あってか、ここところ食の大切さ、とりわけ朝食の大切さが社会的に広く認知されてきたようだ。ずっと以前には、「朝食抜きがカッコイイ」なんて時代もあったが、健康志向の強い現代では、朝食は健康生活の中心に位置づけら

れている。

とはいうものの、朝の忙しい時間にゆっくりに朝食を作っている時間がない、という方が多いのも事実。「バランスよく、複数品目を食べましょう」という、食育的アプローチをちゃんと実践しようとするばなおさらのことだ。

そこで、ここ数年、FF、ベーカリー、コーヒーなどのチェーン店が力を入れているのが朝食メニューだ。コアターゲットは、家庭で朝食を作っている時間がない（作ってもらえない？）、食べている時間がない、忙しいサラリーマンだ。

その先鞭をつけたのは、「朝マックしよう！」（1985年）という鮮烈なTV広告で朝食市場を開拓した、大手FFチェーンのマクドナルド。モーニングメニューと

デイリーメニューの2種類を用意することで、一日2回の来店も可能とする画期的な戦略だった。

以降、FF他社もそれに追随する形で次々と朝食メニューを発表し、今では、朝食市場のシェアをとることは、FF成功の絶対条件と言われているほどに市場は拡大した。

また、日本の朝食市場を語る上では、やはりコンビニの存在も忘れてはならない。大手コンビニチェーンのセブンイレブンが、朝、昼、晩と、3食に対応できる弁当の配送体制を整えたのが1987年。消費者のニーズを常に先取りして提供することで、爆発的な広がりをみせたコンビニも、早くから朝食市場に注力していたのだ。

「ビール一杯」を「ご飯一膳」に？

さて、朝食市場と一口に言っても、実は、そのターゲットとなる顧客は大きく2つのグループに分けることができる。一



ベーカリー系のチェーンは色とりどりの野菜を使ったお洒落な盛り付けで女性客に人気





つは、FFチェーンやコンビニが得意とする、比較的若いビジネスマンや学生などのグループ（もっとも、最近の高齢化社会を反映して、FFもコンビニも中高年客の比率が増えているが…）。このグループの特徴は、早くて安いことへの要求がとても強いということ。職場や学校へと向かう途中に、すばやく朝食を済ませたいという、時間に追われる現代人を象徴する「スピード」グループだ。

一方、それとは対照的に、ゆったりと食事の時間を楽しみたいという要求の強いグループもある。休日のファミリーやリタイヤ後の生活を悠々自適に楽しむ老夫婦、子育てを終えた中高年の女性づれなどがそれだ。今後、この「ゆったり」グループは、新しい朝食市場の牽引者となる可能性を十分に秘めている。

そして、「ゆったり」グループに新たに加わるであろうと言われるのが、2007年に大挙して定年を迎える団塊の世代の人々だ。企業戦士として長年働き続けた

彼らが、「義務的生活」から「こだわりの生活」へ移行すると予想される中で、時間の余裕を手に入れた彼らが、ゆっくりと朝食を外で楽しむようになれば、その圧倒的な数から、爆発的な社会現象となる可能性もある。

しかも、団塊の世代は健康への関心がとりわけ高く、ある調査では朝食を「しっかり食べる」と答えた割合が80%（現役世代では、50～60%）にもものぼったというから、その潜在力は十分だろう。

仕事帰りのビールを楽しみにしていたお父さんたちが、定年後は夫婦で外に朝食を食べに行く。「ビール一杯」を「ご飯一膳」に変えるかもしれないのだ。

団塊の世代にアピールする朝食と食環境とは？

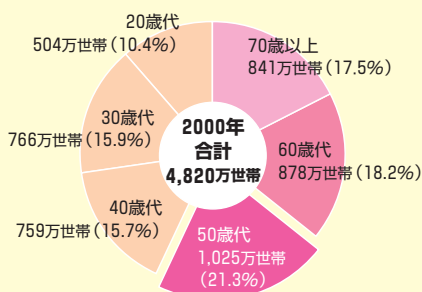
朝食をよく食べる団塊の世代。彼らに今、アピールするメニューとはいったいどんなものなのか。ここで少し考えてみたい。

前述したように、健康に関心の高い世代であることから、ヘルシーなメニュー、とりわけ安全な食材を使った料理が好まれることは間違いないだろう。外食に限らず、普段の生活の中でも、安全な食品を選ぶことはもはや常識となっているからだ。さらに、ここ数年、和食が見直されていることにも注目したい。政府が推

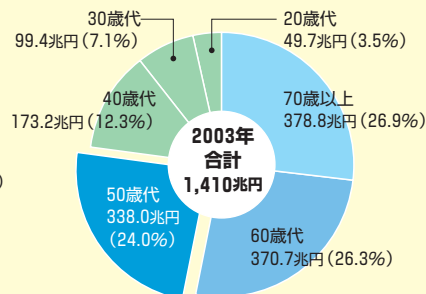
【団塊の世代とは？】

昭和22年から24年（あるいは26年を含む）に生まれたベビーブーム世代。対象人口は約680万人～1,086万人。雇用者数は572万人（2000年国勢調査、広義、10.6%のシェア）、世帯数は553万世帯（同11.8%）と推計される。団塊の世代が含まれる50歳代が保有する個人金融資産は、338兆円（2003年、24%のシェア）と推計され、この団塊マネーの行方が経済を動かすとも言われる。

世帯主年齢別世帯数



年齢階層別個人金融資産残高



駅近のコーヒーチェーンは、割安なモーニングを設定して出勤前の客を狙う



進する食育においても、戦後、欧米型（高脂肪）にシフトしてしまった日本人の食生活を、野菜や魚を中心とした和食へ戻すことを目標に掲げていることも追い風になっている。

消費者のニーズに合わせてメニューを柔軟に変えるファミレスでは、和食メニューの投入はもちろん、さらに一歩進んで、健康食材として見直されている、「雑穀」を混ぜたご飯を提供するなど、「自然志向の和」という方向性を打ち出しているチェーンもある。そして、流行に敏感な都市部では、オーガニック食材だけを使った和を中心としたバイキングレストランが、人気を集めているという現象を見ても、その方向性は間違っていないだろう。

そして、メニューを充実させることと同時に、こだわりの世代と言われる団塊の世代は、食事を単に物を食すこととは捉えてはいないことも忘れていけないだろう。

「食べる生きがい」と言い切る

観光地でも、朝食客にアピールするサービスセットを提供



人もいるように、彼らは、人生を生きる上での楽しい時間、貴重な時間として食を捉えている。したがって、食の質と共に、彼らが求めるのは、その食が提供される最適な環境なのだ。

いい例が観光地における朝食環境の変化だ。旅慣れた中高年（特に女性）は、旅館やホテルの朝食を避け、その土地ならではの食をその土地ならではの空間で食す、といったことをはじめている。せっかく旅に来たのだから、朝食だっておろそかにしたくない、というわけだ。それほど食に、そして、それを食す環境にこだわるのが中高年、団塊の世代の人々なのだ。

団塊の世代が求める「食環境」を実現するためには、やはり、忙しいビジネスマンと一緒にというわけにはいかないだろう。そして、学生たちが気安く立ち寄れる店でも

ダメ。つまり、団塊の世代を囲みこむには、そうした「スピード」グループを排除する必要があるのだ。

店が客をセグメントする方法は、価格（値段を高く設定する）、立地（駅からあえて離れる）など、いろいろと方策が考えられるが、いずれにしても、「ゆったり感」が提供できなければ、団塊の世代の客にアピールすることはできないだろう。

今や外食産業は24時間、すべての時間帯で客を掘り起こし、奪い合う時代。ある時間帯に特化せず、時間ごとに店の表情をガラリと変えることも珍しいことではなくなったが、団塊の世代という新たなターゲットの登場で、新しい朝食市場が開拓される可能性も十分に考えられる。朝食は、今後、外食産業にとってますます重要な時間帯となっていくことは間違いないだろう。





■ 創業60周年を迎えて ■



“お客様に学ぶ” 顧客第一主義で、 食空間の 『未来創造』を—

タニコー株式会社 代表取締役社長
谷口 一郎

タニコー株式会社は、昭和21年3月谷口商店を創業（建築板金からスタート）し、業務用厨房のメーカーとして今日まで60年に渡り、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。これもひとえに、お客様、関係各位のご厚情の賜物と心より感謝申し上げます。

タニコーは、創業当時から変わらぬ“お客様に学ぶ”という、実にシンプルで、かつ、企業にとって最も重要な姿勢を貫いてまいりました。タニコーのさまざまな製品は、一つの例外もなく、お客様のお声に真摯に耳を傾け、そのご要望や想いに応えるべく誕生いたしました。そして、それを支えてきたのは、ベテランスタッフの経験と知恵、それに続く中堅、若手スタッフの自由な発想と創造力、そして、常に開発指向型の企業であり続けようとする強い意志であったと自負しております。

お客様ニーズや社会の形は、常に変化しています。ましてや近年は、そのスピードも加速度的に速くなっている中で、タニコーも、あらゆる場面で「変化」の必要性を感じ、実際に変化し続けています。例えば、お客様ニーズに俊敏に対応できる営業体制、新しい技術の導入、製品開発・提案のスピード化、顧客の安全を守る保守点検体制の強化、そして、現在、ステンレス容器をはじめ新事業開発などでも着々と成果をあげ、ステンレスの総合メーカーへの道を歩みはじめています。

タニコーは今まで、変化し続ける社会の中で、独自の技術や発想を磨いてまいりました。ただし、そうした変化、進

化は、過去の成功体験に基づくおごった一人よがりであってはなりません。今日までタニコーを支えてきた、確かな技術力も、時流を意識した自由な発想も、創造力も、すべてはお客様のお声をその源泉にしてきたことを、私たちは決して忘れてはならないのです。

食空間の『未来創造』—。タニコーは、こんな大志を抱いております。そのためには、やはり“お客様から学ぶ”ことを原点に、そのニーズに応える、全社一丸となった新しいチャレンジが不可欠です。タニコーは、今までも過去の成功体験にこだわらない発想、既成概念を打ち破るまったく新しい製品を誕生させてきた歴史があります。これからもお客様に学んだことを糧に、お客様の思いを製品という形にすることが、創業以来続くタニコーの姿勢と考えています。

日頃、タニコー製品をお使いのユーザー様、そして、これから、タニコーとのお付き合いをご検討くださっているお客様、どうか、当社社員に、皆様が今、困っていること、悩んでいること、そして、将来の夢をお話してください。タニコーは、お客様のご満足を獲得するまで、努力を惜しまないことをお約束いたします。タニコーの目指す『未来創造』とは、そうしたお客様の満足の積み重ねによってのみ、実現するものなのです。

タニコーは、“お客様に学ぶ”顧客第一主義を柱に、今後もお客様のお声に真摯に耳を傾け、過去の成功に甘んずることなく、業界のリーディングカンパニーとして美味しい笑顔の舞台を創ってまいります。



FUKUSHIMA

海から山から、伝統から

特色ある3エリアで 福島美食に出会う

海あり、山ありの福島は、オイシー食の宝庫。太平洋側の「浜通り」からは新鮮魚介類、自然と歴史の「会津」からは伝統の食、そして、県中の都市部「中通り」には、全国的なブレイク寸前の福島名物が一。さあ、特色ある3エリアの食を、存分に楽しもう！

山なのに海産物を使った郷土料理？

こづゆ

会津地方の郷土料理といえば、いの一に名が挙がる『こづゆ』。ニンジン、ゴボウ、豆麩(とうふ)、干しキクラゲなどの根菜や乾物を、昆布、鰹節、干し貝柱のダシで炊いた、汁気の多い煮物です。

「江戸時代後期から明治初期にかけ

て、会津藩の武家料理や庶民のご馳走として広まり、会津では今も、正月や冠婚葬祭などには欠かすことのできない、もてなし料理です」

こう教えてくれたのは、福島県の食材をふんだんに使った郷土料理が味わえる店、「いろり庵」のご主人・紺野功さん。『こづゆ』は通常、漆の器に盛られますが、これも晴れがましい席のご馳走だった名残り。この店では、『こづゆ』はもちろん、凍み餅、田楽、川俣シャモなど、紺野さんが足と舌で探してきた、郷土の食材を使った料理が楽しめます。

ところで、『こづゆ』作りには欠かせない材料として、干し貝柱などの海産物がありますが、海のない会津で、なぜそのような材料を使う料理が生まれたのでしょうか？ 実は、海がないの



「いろり庵」の郷土料理。一番奥が会津の伝統食「こづゆ」

に…、ではなく、海がないからこそ、生まれた料理だったのです。

会津には、3大干物と呼ばれるものがあります。それは、干し貝柱、にしん、棒タラです。これらの海産物は、江戸時代に整備された、新潟と会津を結ぶ越後街道、阿賀野川と陸路を用いて日本海から塩を運び入れた「塩の道」を利用して、塩と共に会津へと入ってきたのです。



▲地酒によく合う川俣シャモ

◀「いろり庵」のご主人・紺野功さん



一年の半分を雪に閉ざされ、海の幸などには全く縁のなかった会津の人々が、貴重で物珍しい海産物を使って、晴れの料理を作ったことは想像に難くありません。

■SHOP DATA■

郷土料理 いろり庵
福島市三河南町21-6
024(533)3256

営：12:00～14:00(要予約)、
17:00～22:00

休：不定休



タレントのKTさん(『T子の部屋』でお馴染み)は、一人でこの餃子100個を平らげるのだとか



見事な円盤餃子の出来上がり!



店の奥では、椎野さん(右手前)と従業員の皆さんが一心不乱に餃子を作り続けていました

元祖円盤餃子は旧満州伝来の味 ふくしま餃子

知る人ぞ知る、福島の隠れた名物といえば餃子。2003年に発足したふくしま餃子の会には、現在14店舗が加盟し、その味を競い合っています。

ふくしま餃子の元祖は、1953年創業した「満腹」という店。福島市中心部、稲荷神社闇市にルーツを持つこの店は、ふくしま餃子の代名詞ともなっている、円盤スタイルの焼き餃子を考案した店としても知られています。

「宇都宮の餃子が『昼の餃子』なら、福島は『夜の餃子』だよ」

こう教えてくれたのは、先代の名物女将から伝統の味を引き継ぐ、「満腹」のご主人・椎野幸嗣さん。ご飯のおかずとして食べられることの多い宇都宮に対して、福島の餃子は、主に酒のつまみとして愛されているのだそう。そういえば、ふくしま餃子の会の加盟店も、ほとんどが夜のみの営業なのです。

「俗に、シュウマイは中身を、餃子は皮を食べるって言うけど、うちの餃子はとにかく皮を食べる餃子。そのために、白菜を使った野菜餃子にしているんだよ」

餃子のアンを手ばやく皮に包み込みながら、椎野さんが話を続けます。確かに「満腹」の餃子をいただくと、もちっとした皮の旨さが引き立っています。ちなみに、この自慢の皮は、水分が多く柔らかいため一切作り置きができないのだとか。そのためにこ

の店では、オーダーが入ってから皮を延ばし、アンを入れて餃子を作っているのです。

フライパンにぎっしり敷き詰めた餃子を焼くのは、奥さん。フライパンの中でぐるぐると餃子を回転させる技も、先代から受け継いだ「満腹」流です。そして、焼きあがった餃子を大皿に豪快にひっくり返せば、「満腹」名物円盤餃子の出来上がり。酢1、醤油2、ラー油1の黄金率で作られた、自家製たれにつけていただけば、まさに“やめられないとまらない”うまさなのです。



SHOP DATA

満腹
福島市仲間町1-1
024(521)3787

営：16:30～餃子がなくなり次第終了
休：日曜祝日(祝日は予約があれば営業)

「浜通り」小名浜の新鮮魚介 どんこ煮付け 日光唐揚げ

「浜通り」の小名浜は、東北でも有数の水揚げを誇る漁港。その理由は、小名浜の沖合は、暖流と寒流がぶつかりあう絶好の漁場となっているからです。

小名浜の市場を訪ねてみると、やはり、ピチピチ新鮮な魚がズラリ。でも、

眺めているだけではちょっと寂しいな、と思っていたら、ありました、ありました！市場内にはちゃんと食堂があるのです。

早速、1軒の店に飛び込んで、おススメを尋ねてみると、『どんこ』の煮付けが美味しいよ！とのこと。『どんこ』は、正式名称をエゾイソアイナメといって、見た目はちょっとグロテスクな深海魚だそう。

確かに、煮付けになった姿も、ちょっとグロイ(笑)。でも、その味は、脂の乗ったタラを思わせる滑らかな舌触りと、あっさりした中にもしっかりと旨みがある、なかなかの美味。ご飯がすすむ一品です。

店の方が『どんこ』と共に小名浜名物としてススメてくれたのが、『日光』という小魚。これも深海魚だそうで、目が鮮やかに輝いていることからこの名前が付いたのだとか(正式名称はアオメエソ)。

唐揚げでいただきましたが、淡白でありながらも、これまたほんのりとした脂の旨さが美味。普段あまり見かける機会のない、『どんこ』や『日光』など



『どんこ』の煮付けは、タラに近い味



香ばしい目光唐揚げ



「とらさん」の中華そばは、白河ラーメンの王道!



豊かな自然の中にある「とら食堂」

の深海魚ですが、やはり、地元の方は美味しい魚をよく知っています。

喜多方だけが福島ラーメンじゃない!

白河ラーメン

ご当地ラーメンブームが続く中、今、ラーメン通の間で、超話題のラーメンがあります。それが、白河ラーメン。福島のラーメンといえば、一足先に全国区になった「喜多方ラーメン」が有名ですが、白河ラーメンも喜多方に追いつけばさらに、その知名度を急上昇させているのです。

白河は、江戸時代には、丹羽家や松平家をはじめ、7家21代が治めた白河藩の城下町として栄えた県南の中核都市。街を散策していると、古い商家や蔵に出会えるなど、城下町ならではの風情は今も健在です。

そんな白河がラーメンの街として全国的に注目され始めたのは、ここ数年のこと。白河ラーメンの元祖である、「とら食堂」(昭和41年創業)で修行を積んだ弟子たちが次々に独立し、白河市内や県外に店を構えたことが、白河ラーメンの名を広めたと言います。

地元客から「とらさん」の愛称で親しまれている「とら食堂」の手打ち中華麺をいただいてみると、コシのある自家製手打ち麺と、名古屋コーチン・山永地鳥でダシをとった醤油スープの相性が抜群! 化学調味料を一切使わない、キラキラと輝く透明度のあるスープは、最後の一滴まで飲み干せます。

そして、この絶品ラーメンに花を添

えるのが、肉の旨みをギュッと閉じ込めた、チャーシュー。これももちろん、ご主人の竹井和之さんが、炭火を使って焼き上げた自慢の一品です。全国のラーメン通が注目する白河ラーメン。全国的なブレイクへのカウントダウンは、すでに始まっているようです。

スーパーバイザー

石坂 一也さん
福島営業所営業課主任

福島の名物、おいしい食べ物ってナニ? って聞かれると、本当に困ってしまうんです。と言うのも、福島って一括りで語るほど小さくないですし、文化的にも、食的にも、地方によって大きく違ってきてしまうんです。

福島は、海側から「浜通り」、「中通り」、「会津」という3つのエリアに大きく分けられますが、それぞれで特徴ある食材や料理が楽しめるはず。今回、私がご紹介したいのは、豊かな福島の食材を楽しみ趣向で提供する、「手前焼工房串三郎」です。

この店の特徴は、屋号にもあるように、テーブルで自分の好きな串焼きを焼けること。福島広しといえども、自分で串焼きを焼いて食べられる店はココだけです。

この店を経営する株式会社ガンマースード(本社・郡山市)さんは、福島と郡山に、11店舗を展開する会社です。「常に新しいスタイルを求めよう」というポリシーをお持ちの森山社長は、「手前焼工房串三郎」以外の店舗でも、それぞれにユニークな提案していて、今、福島でもっとも注目されている食クリエイターなんです。

福島、郡山にお寄りの際は、是非、ガンマースードさんの楽しくておいしい店に寄ってみたいですね。



福島営業所

●SHOP DATA
手前焼工房 串三郎
郡山市大槻町北ノ林26-1
024 (952) 9436
営: 17:00~24:00
休: 無休



厨房では、タニコー製品が活躍中!



豊富なメニューはなんと300種類! うち、串は94(クシ)種類です(笑)。ちなみに、「手前焼」は串三郎の登録商標



“モノづくり企業” タニコーの屋台骨を支える、 いわき開発課

時代と共に変化するニーズをいち早く取り入れた新商品開発、そして、ユーザーの使い勝手や安全の向上を目指した、製品の改良・改善といった、モノづくり企業・タニコーの屋台骨を支える技術管理本部。昨年、いわき（福島県）に新拠点も設立させ、更なる充実を図っています！

■ 時代のニーズであるスピードを求めて—

「現代は、スピード社会と言われていますが、それは、製品開発の分野でも顕著です。時代と共にどんどん変化するお客様のニーズを取り入れ、いち早く製品として提供させていただく。このスピードがなければ、厳しい目を持つお客様に満足していただくことはできません」

技術管理本部・開発管理部の小出

宏之次長は、現代における製品開発スピードの重要性をこう語ります。

昨年、いわきに新設した技術管理本部の新拠点は、そうしたスピード時代に対応するべく、タニコーが培ってきた技術やノウハウを集結した、製品開発の最前線基地という重責を担っています。

今までタニコーは、高い技術力と先進性を持つ、厨房器機のトップカンパニーとして高い評価をいただてきました。そして、そうした評価は、高品質の製品を生み出す工場の品質管理のみならず、商品開発技術の確かさがその源になっていることは言うまでもありません。

営業マン一人ひとりがお客様の声に耳を傾け、どんなことにお困りなのか、そして、次はどんな製品をお望みなのかを感じ取り、その声を製品にキチンと反映させることで、常に時代にフィットした製品を供給してきたわけです。

しかし、今日の外食産業における現場は、調理人の変化（プロの料理

人から、調理未経験者のアルバイトスタッフへ）、そして、それにもなう調理器具の変化（誰もが簡単操作できる多機能製品へ）、使用条件の変化（24時間営業店などの台頭）などによって、ここ数年で劇的な変化が生まれています。

「従来、タニコーでは工場ごとの開発担当者が、実質的な新製品開発や改善を行ってきました。それは、開発から生産までを同じ工場で一貫して行うことで、より高品質な製品を製造できると考えたからです。しかし、ここ数年は、厨房環境が劇的に変化し、製品もより複雑な仕組みのものが多くなってきたこともあり、工場ごとの対応では、そのスピードに限界がみえてきていました。そこで、昨年、工場は高品質の製品を生産するという本来の目的に注力し、製品の開発や改善、試験といった部分は、その機能をいわき開発課に集中させ、スピードを持って徹底的に行っていくという方針に転換したのです」（小出次長）



技術管理本部・開発管理部（本社）/小出宏之 次長



元工場だった広いスペースを有する、いわき開発課



CAD図面を描き、新製品開発を行う設計チーム

■ 製品開発の最前線基地・いわき

技術管理本部の新拠点いわき開発課を訪れてみると、もともと工場として利用していた広いスペースに、商品開発に必要な機器、耐久・品質試験に必要な器具など充実の設備が揃えられ、製品開発の最前線基地といった迫力を感じさせます。

「この強みは、CADを使った設計から、製品の開発、試験、量産試作品まで、すべてをこのスタッフと設備でできることです。また、本社の技術管理本部を通じて、日本全国の営業や工場から伝えられた、製品開発のヒントや改善の要望に、すぐに反応することができるスピードも、以前の工場主導の体制では実現できなかったことでしょう」

こう言って胸を張るのは、いわき開発課の後藤泰彦係長。

いわきで製品開発に携わるスタッフは、現在18名。それぞれが得意分野を持つ、スペシャリスト集団です。更に、新しいコンセプト

を持った新製品の開発などには、ここのスタッフのみならず、全国の工場の製品開発の適任者がここ、いわきに集まり、プロジェクトチームとしてその開発にあたることもあるのだとか。まさに、ここは、モノづくり企業タニコーの屋台骨を支える現場なのです。

「今の製品は、使い方自体はどんどん簡単になっていますが、それに反比例して、仕組みに関しては、コンピュータの導入など、より複雑化してきています。したがって私たちは、製品の開発・改善

の際に、より慎重な試験、そして、安全性の確保を最も重要な課題として取り組んでいます」

後藤係長の案内で、耐久試験の現場を拝見させていただくと、新製品の数千時間に及ぶ連続稼働試験の真っ最中。製品の安全性が問題視される事故が、あらゆる分野で起きている中、いわき開発課には、お客様のニーズにすばやく対応するスピードを追求しつつも、安全という、タニコーが創業時から貫いてきたポリシーが、脈々と生きづいているのでした。



緑豊かで広大な敷地を持つ、いわき開発課

【いわき開発課】

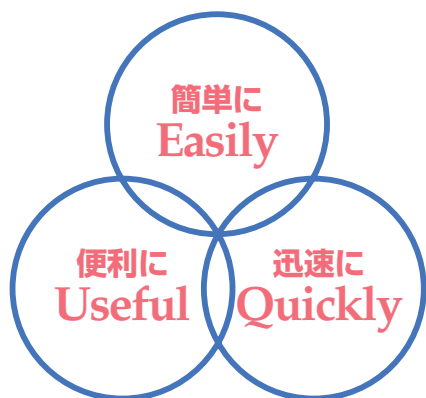
福島県いわき好間工業団地5-1
従業員：18名



タニコーリース&クレジットのご案内

経営が変わる。設備を持つ時代から使う時代へ。

わずかな経費で最新鋭設備機器の導入が可能になります。



タニコーリース&クレジットの特徴

お申込は、簡単。FAXで

お申込はタニコーリース審査申込書にご記入の上、タニコー各営業所にFAXにてお申込みください。

第三者の連帯保証は不要

法人でのご契約の場合は代表者の連帯保証が必要です。個人事業主でのご契約の場合は配偶者か後継者の連帯保証が必要です。

リース審査は、2営業日以内

1,000万円迄のご商談は2営業日以内で審査いたします。審査結果とリース料率等契約条件は、担当者よりお知らせいたします。

物件の内容によっては第三者の連帯保証人が必要になります。

厨房機器を対象とするタニコーリースの対象金額は1,000万円迄です。1,000万円を超えるご商談は一般リースとして取扱いしております。お気軽にご相談下さい。

タニコーリース登録販売店の募集受付をしております。詳細は全国のタニコー各営業所へお問合せください。

資金に
余裕が
できます

金融機関の借入枠に手をつけず、100%の借入効果があります。

経費として
処理が
可能です

リース料は全額経費として処理ができます。また、月々一定金額のためコストも容易に把握できます。

合理化により
事務負担を
軽減できます

導入される設備の資産計上、償却事務、固定資産税の申告・納付、損害保険の付保手続き等のわずらわしい事務負担を軽減できます。

動産
総合保険付
で安心です

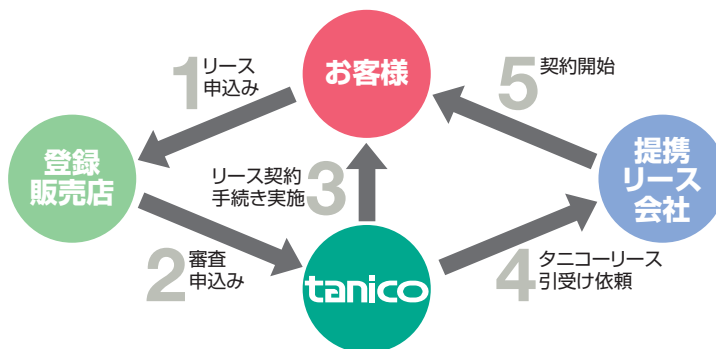
動産総合保険を付保していますので、火災、風水害、盗難等にも安心です。

タニコー保守保証付リース

タニコーではご希望により保守保証付リースをお取り扱いいたします。

※保守契約のみのお取り扱いもいたします。〔114Pを参照〕

タニコーリース&クレジット



リース期間終了時には、年間リース料の1/10の金額で、1年間の再リース契約も可能です。