

事例
②中小メーカーだからこそ
個別ニーズに対応

株式会社サン工機フードテクノ

食品メーカーに安心感を与える営業姿勢

(株)サン工機フードテクノは昭和63年の創業であり、創業以来、菓子やパン、水産品、農産品、惣菜など、道内の幅広い業種分野の食品メーカーと取引を行っています。

食品機械の開発を行う際は、食品メーカーの現場を見ながら、製法や原料の種類、レシピなどを聞いた上で対応することになるため、開発した機械にはその食品メーカーのノウハウが反映されることになります。そのため、食品メーカーは、できれば取引相手の機械メーカーに同業他社と取引を行ってほしくないとする傾向があります。同社では、こうした食品メーカーの考えを理解したうえで、既存取引先の業種分野などを考慮しながら営業活動を行っており、こうした姿勢が取引先への安心感にもつながっています。

小型化・低価格・機能の絞込みなどの個別ニーズに対応

同社が手掛ける機械は、主に野菜の洗浄やカット、加熱処理など、食品メーカーにおける前処理工程に当たる部分が多く、その中でも大手メーカーの規格化された機械では対応できない個別ニーズに関して、既存の取引先から相談を受けることが多くなっています。

よくある相談内容としては、大手メーカーの機械では処理能力が高すぎるため、より小型化した機械を作してほしいというニーズ、価格が高すぎるため、機能を絞って安く作してほしいというニーズなどが挙げられます。

また、同社では機械を単独で製造するだけではなく、食品メーカーの要望を集約しながら、自社製作機械を大手メーカーの新規導入機械や既存設備とマッチングさせた、合理的なライン提案も行っています。そのため、同社の機械は機能面だけではなく、ライン構成や建築を加味した設計も大きな要素となります。過去には、工場全体のレイアウトから設計を行った実績もあります。

機械の使用条件を確認することも大切な仕事

機械開発に取り組むに当たって、食品メーカーと打合せを行う際、同社では機械の使用条件などをできるだけ詳細に把握するように心がけています。

機械の基本的な性能や仕様に関しては設計にも反映されるため、納品後のメンテナンスが必要になったとしても、あとで大きなトラブルにつながるような問題が生じることはありませんが、機械の使用条件は雰囲気や

企業概要

- 【所在地】 札幌市白石区川下2065-132
- 【資本金】 1,000万円
- 【従業員数】 20名(平成26年4月現在)
- 【業種】 食料品加工機械製造業
- 【主要製品】 各種食品加工機械の製造

ニュアンスの問題もあり、取引先との間で認識が異なることも多くあります。さらに、原材料や食材の使用条件などが変わってくるようなイレギュラーな使い方が想定される場合は、機械の仕様を大幅に変更しなければ対応できないこともあるため、特に注意が必要な部分です。そのため、同社では食品メーカーのニーズを最大限取り込めるように、曖昧な部分は取引先に尋ねるなどして、詳細をはっきりさせるようにしています。また、そうすることが信頼関係を構築する上で、食品機械メーカーとしての大切な仕事の1つだと考えています。実際に取引先に確認して、それまで聞いていなかった要望が初めて出てくるのがよくあると感じています。

食品機械は分解しやすく、シンプルであることが重要

食品機械にはさまざまな種類のものがありますが、すべてに共通する条件として、洗浄しやすいこと、異物が混入しにくいことが挙げられます。特に前処理工程の機械は、毎日、あるいは毎回洗浄することから、分解しやすく、シンプルな機械であることが重要になってきます。そのため、開発に取り組む際は、取引先との打合せの中で分解しやすさ、メンテナンスのしやすさ、洗浄のしやすさに加えて、異物の混入しにくい構造にするなど、機械の使い勝手の良さにつながるように提案するようにしています。また、こうした提案力の高さにより、他社よりも多少価格が高くなったとしても受注につながることも多くあります。

そのほか、最近の傾向として、食品メーカーの省力化に対するニーズが高くなっていると感じています。どこの食品メーカーも人手が足りないため、多少価格が高くなっても省力化の機械を導入したいと考える食品メーカーが増えています。

道内食品メーカーアンケート調査結果より

食品メーカーでは機械を購入する際に重視するポイントとして、「価格」を挙げる回答が71%と最も多くなっています。価格といっても、①単純に機械が安い、②費用対効果に優れているの2つの意味がありますが、大手機械メーカーの規格化された機械は処理能力の高さ、機能の多さなどから、価格が高くなりがちです。一方、アンケート結果において「付加機能」を挙げる回答は6%と低いことから、シンプルな機能にし、価格を抑えることで、機械の安さというニーズは満たすことができると考えられます。

費用対効果という面からは、(株)サン工機フードテクノの事例から、提案力が高ければ、他社よりも多少価格が高くなったとしてもニーズがあることもうかがえます。

また、食品メーカーからは、メンテナンスの際の移動にかかる時間や費用負担の問題から、道内企業から機械を購入したいという声も挙がっていますので、導入時の価格が多少高くても、ランニングコストを含めた上で食品メーカーとの取引につながる可能性があると言えます。

【機械の購入において重視するポイント】
(4つまでの複数回答)

