

ビジネスモデル構築のお手伝いが付加価値



インスペック・グループ CEO 豊田太郎 氏

「小さな町の八百屋さんから、やっとまともな会社になってきました」――2001年の独立から、本業のエンジニアリングと建設だけでなく、顧客と一緒に悩みながら、経営面にも深く関与、誠意

を尽くしてきたことで、今の会社の土台を築いてきたと振り返る。同社は、ブランド・エンジニアリングの成功の鍵を握る「①社内エンジニアリングチーム」、「②オープンブック方式」、「③卓越した

工期予算管理」を通して顧客からの信頼を獲得。工場建設の用地選定から基本設計、生産設備の調達・据付・配管・計装・PLCプログラム・計装、そして建設、エネルギーソリューションまでを一貫して行ってきた。本社をオレゴンに、ジョージアとアラバマ州には支店を、そして東京に日本支社を開設するなど、業務を拡大してきた。

「最近では南東部の案件が多い。ジョージア州、ノースカロライナ州など日系企業の工場進出が盛んになってきている。労働力や電気代が圧倒的に経済的に

有利な点と、州政府のサポートもかなり手厚いものがある。そして、何と云っても、サブライチエーションが絡んでくる。その辺を全て俯瞰しながらビジネスモデル構築のお手伝いをする。これが、私どもの目には見えない付加価値だと思つ」

独立前の下積みの仕事と合わせて30年間の業界にいる日本人は少ない。アメリカの会社と業界の現実を熟知している。その部分が顧客には何よりも頼りになる。ちょっとした疑問や相談事は、外部の専門家の意見として、経営者にはありがたい。

「日本企業が常にトップで走れるような環境を私の立場で応援したい。米国内にこだわる必要がないので、将来は、世界展開のサポートをと、考えている。私どもがここで展開するEPCビジネスを世界的規模に出れば嬉しい。そのためには、人材が次の課題。大きな社会貢献のビジョンを持った人が欲しいですね」

夢は大きく、現実が堅実に、今日も自らが率先して駆ける。

「工場」の拡張を実現することが私の夢――醤油醸造は初期投資が大きいことから課題もあるが、何とか在任期間中にその端緒を開きたいと日々奮闘している。

HR専門のバックオフィスとしての貢献を担う

日本では、今、「グローバル人事」という言葉がよく使われるようになった。異文化にも強いプロアクティブな人材を指す代名詞とも受け取られている。が、米国「人事」の観点からすると、「アメリカは50州、それぞれの州に憲法と州法があり、『人事』に関する法律が違つと、むしろ「グローバル」は「ローカル」を意識しなければならぬ点

を強調する。同社は、HR専門のバックオフィスとしての役割とその貢献を担いながら、日々変化する米国の人事情報をニューヨーク、ヒューストン、アトランタなど大都市にある日系企業向けに人事セミナーを開催している。日系企業は人事部を社内を抱えるところが少ないことから、「人事」に関するアウトソーシング先

としての幅広い相談やソリューションに応じている。従業員採用の際、レファレンス・チェック、バックグラウンド・チェック、ドラッグテストなど、クリアしなければならぬステップがた

くさんある。州によって、業種によってもそれぞれ要求される規定が違つ。企業にとって雇用上のコンプライアンスはいっそう厳しさを増している。

働く人の権利が法律でますます守られ拡大していく一方で、日系企業の「人事」に関する変化への対応の速度が十分追いついていないのが現状。



パシフィック・ドリームス・インク 社長 酒井 謙吉 氏

「工場の拡張」を実現することが私の夢――醤油醸造は初期投資が大きいことから課題もあるが、何とか在任期間中にその端緒を開きたいと日々奮闘している。

同社は、ヤマサ醤油株式会社（本社、千葉県銚子市）の出資による現地法人。1992年にオレゴン州セラム市に進出、94年に現在の工場を完成させ、ロサンゼルス、ニューヨークなど大都市圏を中心にアメリカ全土への販路を広げてきた。特に、プロの調理師からは圧倒的な支持を得ている。今では、カナダやメキシコにも販売網を拡大。伝統商品としてのヤマサ醤油に加え、照り焼きソース、減塩醤油などをスーパーマーケットから食品加工業者まで幅広く供給している。

「私どもの醤油は昔からプロの料理人に愛してもらっているブランド。『醤油ならヤマサ』――の声にこたえるため日本から輸入していましたが、こちらでの消費量が減ってきたことから、地産地消を目的に水と気候の良いオレゴンで生産を開始。今年で丸20年になりました。工場のキャパとしてはいっぱいに近い状態です。4年前に赴任した当時と比べると、需要が確実に伸びている。日本食が世界遺産に登録されたことが追い風となり、これからの需要が伸びることが予測される。その分、今以上に品質向上の弛まぬ努力が必要となる。銚子の本社工場で作られる醤油と同じ味、同じ香り、このセラム工場で製造する。さらには、次のステップを切り開くため、新しい商品開発やマーケティング開拓なども、同時進行させる。

「今は、日本食だけではなく、フレンチ、イタリアンなどにも醤油が使われ、和食の注目度が高まり、有名レストランでは、鰹だしや昆布だしの醤油を使った料理が1品、2品、コースの間に出てくるところもある。日本で勉強して戻ってくる米人シェフも増えている。和牛ステーキがメニューにもある。醤油を使った料理が今後も末広がりで、一般家庭までひろがっていく。そこにどうすれば『ヤマサ』を入れてもらえるか。今は、ソース類、ドレッシング類などの加工ジャンルにも力を入れている」



ヤマサ・コーポレーション U.S.A. 社長 守谷 正明 氏

