

株式会社タニタ代表取締役社長

谷田千里

Senri Tanida

一九五九年に家庭用体重計の製造を開始し、九二年には乗るだけで体脂肪率が計測できる世界初の体脂肪計を開発するなど、「健康をはかる」ことにおいて業界をリードしてきたタニタ。三代目社長に谷田千里氏が就任してからは、レシピ本やレストラン業態の「タニタ食堂」など食の分野にも進出。さらには、法人向け健康支援プログラムを提供するなど、健康づくりを総合的にサポートする企業として知られるようになった。業容を広げていった背景、そこに込められた思いなどについて伺った。



創業の精神を守りながら 健康を「つくる」企業へ

危機感のなか社長就任 レシピ本が生まれるきっかけ

——社長に就任されてから今年でちょうど一〇年になります。この間、タニタは「はかり」のメーカーから、健康全般を扱う企業へと業容を広げてこられました。そうなるまでには多くの「苦労」があったのではないかと思います。まずは、社長に就任された時の思いをお聞かせください。

谷田 私が入社してから会社を受け継いだ二〇〇八年時点で、タニタは将来が明るく開けていたわけではありませんでした。このままではじり貧になるという危機感があり、会社の体質を変えなければならぬという思いを強

く持っていました。そのために、経営に外からの視点をもっと取り入れるということ、そして商品開発、その両面に力を注いできました。

——外からの視点とは具体的にどういうことでしょうか。

谷田 社長就任時、会社の土台である会計やコンプライアンス（法令順守）といった内部統制に対して、外部からのチェックがあまり効いていない状態でした。これは会社にとって良くないことだと考え、外部監査を入れて、厳しくチェックしてほしいと要請しました。さらに別の

監査法人にも入ってもらい、課題を抽出して、内部統制を強化しています。社長就任時に比べれば随分改善しましたが、今でも試行錯誤の繰り返しです。

——もう一つの柱である商品開発については、どのように進められたのでしょうか。

谷田 タニタは長年、健康に関するばかりを製造してきましたが、この先、何を「飯のタネ」にしていくかを考えていました。そんな矢先、NHKの「サライーマンNEO」というテレビ番組の「世界の食から」というコーナーに、弊社の社員食堂が取り上げられたのです。それを見た出版社からレシピ本出版のオファーをいただきました

た。私たちは、社員食堂で特段珍しいメニューを出しているとは思っていませんでしたので、レシピ本が売れるとは思えませんでした。しかし出版社からは、「エネルギーが五〇〇キロカロリーの前後で野菜たっぷりのヘルシーなメニューを提供する社員食堂なんてほかにありませんよ」と熱いラブコール。私としては、そう言われても半信半疑でしたが、たどたどし売れなくても、その本を手にとった人にタニタのことを知ってもらおうきっかけになればいいと思い、出版することを決めました。ただ、この件を通じて、自分たちでは当たり前と思っていたことが、外部の人からは素晴らしいと感じてもらえることがある、ということに気づかされましたね。こうして、一つのテレビ番組をきっかけにレシピ本出版に向けて動き出したのです。おかげさまでタニタのレシピ本はミリオンセラーとなり、続編も出ました。



たにだ・せんり●1972年大阪府生まれ。93年調理師専門学校を経て、佐賀短期大学（現・西九州大学短期大学部）に進学。97年に佐賀大学理工学部卒業後、株式会社船井総合研究所などを経て、2001年に株式会社タニタ入社、05年タニタアメリカ取締役、07年株式会社タニタ取締役を歴任し、08年5月に代表取締役社長に就任。10年に発行した『体脂肪計タニタの社員食堂』（大和書房）はシリーズ累計発行部数542万部を超えるベストセラーに。12年には「丸の内タニタ食堂」をオープン。12年、14年に「タニタ健康プログラム」の取り組みが厚生労働白書に掲載。18年6月にタニタカフェの旗艦店として「タニタカフェ有楽町店」をオープン。現在、タニタ食堂7店舗を含め全国28カ所でタニタ食堂のメニューを提供している。タニタカフェは有楽町店、長岡店の他、多数のコラボ店がある。

メーカーがサービス業に進出したっていい

—— レシピ本のヒットにより、どのような影響があったのですか。

谷田 タニタの商品は故障が少ないため、クレームの電話をいただくことはほとんどないのですが、レシピ本の出版後、「社員食堂のメニューを食べたい」という問い合わせをたくさんいただくようになりました。これに対し「社員専用なので」と謝るばかりでした。また、直接、弊

社に「食べさせてほしい」と訪れる方もいました。こうしてタニタの社員食堂を評価してくださるのはうれしい反面、期待にお応えできずに困ってしまいました。そんな時、ある広告代理店から「タニタの社員食堂のメニューを提供するレストランを開きませんか」という提案があったのです。先ほどのテレビ番組や、出版社のオフアールと同じで、これも出会いですよ。

社に「食べさせてほしい」と訪れる方もいました。こうしてタニタの社員食堂を評価してくださるのはうれしい反面、期待にお応えできずに困ってしまいました。そんな時、ある広告代理店から「タニタの社員食堂のメニューを提供するレストランを開きませんか」という提案があったのです。先ほどのテレビ番組や、出版社のオフアールと同じで、これも出会いですよ。

—— はかりメーカーとしてやってきたタニタが、レストラン事業に進出することについては、社長として相当重い決断だったのではないですか。

谷田 私たちとしても、お客様の「タニタの社員食堂メニューを食べたい」というリクエストに応えたい思いがありました。社長としての私の立場で言うと、当時、会社で行っている事業や商品は前社長である私の父の時代に築き上げたものでしたから、私が社長になってから始めたレストラン事業が成功したら、会社でも自分のカラーが出せるという気持ちもありました。また、こうして「メーカーがサービス業に進出する」という試みを実行に移すことで、社員に対して、「事業領域にとらわれずチャレンジする」という私の考えを浸透させることができるとも考えました。それらを総合的に考え、レストラン事業に乗り出すことにしたのです。せっかくだから、タニタならではの仕掛けを入れようと、レストラン内にプロフェッショナル

仕様の体組成計を使った無料の健康相談サービスを行うコーナーを設置しました。

—— 初めから、タニタ食堂を全国展開させようと思われていたのですか。

谷田 タニタ食堂の一号店を開店した際、マスコミからの質問に対して、「各都道府県に一店つくります」と言ってしまったのです（笑）。フランチャイズとして開店したいという方が何名もいらっしやっただので、心の中では全国展開できるのではないかなと思っていました。ところがそこから大変でした。レシピを公開しているのに、タニタ食堂のメニューは誰でも作ることができるだろうと思っていたのですが、「野菜の固さ」ひとつとっても、メニューを忠実に再現できる人がいない。大量に調理するときには、雑菌を殺すために煮込めば煮込むほど良いと考える人が多いのです。しかし、固さが違うだけでもタニタブランドとしては提供できません。適度に火を通すことで、菌ごたえがあっただけでおいしいうえに、そ

しやくする回数が増えて満腹感が得られる。ものづくりをしている会社ですから、品質において妥協できないのです。調理のクオリティー管理の面での難しさから、一時はフランチャイス化を諦めたのですが、服部栄養専門学校の服部幸應先生とご縁があり、「タニタのクラスを持つていただけないか」と相談したらご快諾くださいました。ここでも、人の縁が会社の進むべき道を切り開いてくれました。ご縁の大切さをつくづく感じます。

——それで調理方法や品質を均一に提供できるようになったんですね。

谷田 おっしゃる通りです。「タ

計測機器も通信時代に社員一丸となって改良

——高齢化社会が到来した今、健康への関心がかつてないほど高まっていると思います。こうした中、健康をはかるメーカーとしてのタニタが取り組んだこととは何でしょうか。

ニタシェフ育成コース」で一月半ほどかけてみっちり学び、テストに合格した方だけが、タニタ食堂のメニューを提供することができません。今、全国二八カ所でタニタ食堂のメニューを食べることができるようになりましたが、まだ受講希望者は途切れていません。さらに、一八年六月には、「タニタカフェ有楽町店」をオープンしました。「楽天ラグリ」さんと提携し、契約農家が育てた有機野菜を使った食事を提供しています。おかげさまで初月から好評をいただいています。タニタ食堂もタニタカフェも、今後も伸びていくくれるのではないかと期待しています。

谷田 タニタは元々、はかりのメーカーです。ただ、それまでの商品を見ると、機器の精度に対しては評価が高いと自負していますが、いかにせん使い勝手が悪かった。前社長である

父は新し物好きだったので、今でいうIoT（モノのインターネット化）の先駆的な商品をつくっていました。具体的には、体組成計や血圧計、歩数計などの情報を、赤外線でUSBメモリーに転送し、パソコンからサーバーに送る仕組みを作りました。しかし、赤外線だと通信がうまくいかなかったり、導入費用が高かったりといった理由で、売れていなかった。社内会議ではいつも社員から、「この商品はいつ販売をやめるんですか」というプレッシャーを感じていました。

——売れていなかった商品をどうやって売れるようにしたのですか。

谷田 私も父と似て、時代を先読みするタイプですから、「こういう商品が受け入れられる時代がきつと来るはずで、方向性は間違っていない」と思っていました。そこで、全社員にこの商品を配り、強制的に使わせたのです。社長特権で（笑）。そして、実際に使ってもらって、なんでもいいから意見を出して

ほしいと呼びかけ、その意見を取り入れながら商品の改良を進めました。同時に、世の中のIT環境の整備も進み、今の無線ICカード技術を内蔵した機器にたどり着きました。使い勝手も飛躍的に良くなりました。

——改良された商品をどのように売り込んでいかれたのですか。

谷田 次に考えたのは、この商品のターゲット層をどこに定めるかです。それまでは、一般顧客・個人向けに販売していました。しかし、社員が使用して集まってきたデータを見てみると、歩数がだんだん増えていき、体脂肪率が下がっていることがわかったのです。というこ





はかりメーカーとして 睡眠の質も数値化

—— 谷田社長は、健康をはかるメーカーとして、心の状態を計測することにも着目されているそうですね。心の状態は目に

とは、この機器を導入すること

で社員の活動量が増え、健康になっ
てきているのではないかと考えま
した。それを確かめるべく、健康保
険組合のデータを分析した結果、私
の見立ては的中していました。この
数値を公表したところ、平成二十四
年版と二十六年版の「厚生労働白書」
で紹介されることになりました

た。

これはすごいことだと思いま
した。そうしたデータを基に、ター
ゲットを個人から法人にシフトし
、「タニタ健康プログラム」というサ
ービスを、パタージェとして提供す
るビジネスモデルを確立したのです。
現在、さまざまな企業や自治体など
から、このサービスについて引き
合いをいただいています。

見えないうえに、数値化するの
が難しいようにも思います。

谷田 心の状態がダイレクトに表
れるのは睡眠だと考えています。し
たがって、睡眠の質をはかること
で、心の状態のよしあしを把握す
ることができそうです。そういう意
味では、弊社の「睡眠計」がその一
助となると思います。

—— 睡眠に目をつけたきっかけ
を教えてください。

谷田 「睡眠不足が肥満と関係し
ている」という海外の論文を

読んで、心身の状態が睡眠に表
れるのではないかと感じたこと
が当初のきっかけです。そこで、
睡眠の質をはかる機器、具体的
には、眠りの質を点数化する機
器を開発しようと思えました。私
はタニタのアメリカ現地法人で働
いていた時代、日本とアメリカを
往復する生活を送っていて、日本
にいて、毎月自分の睡眠状態を計
測していました。いつも一〇〇点
満点中七〇点台。時差ボケのため
によく眠れていなかったんですね。
そんな折、突然父から呼ばれて、
来年から社長をやるように言われ
たのです。

—— それで点数はどうなったの
ですか。

谷田 なんと、四〇点台まで下
がってしまいました(笑)。毎晩のよ
うに、自分のせいで会社が傾く
夢、お客様に謝っている夢を見る
ようになったのです。

社長になるプレッシャーが睡眠
の質に如実に影響していたので
しょうね。また、心身の不調を
訴えていた社員に睡眠計を使っ

てもらったところ、本人は寝て
いるつもりなのですが、睡眠計
の数値は、寝ていないときのよ
うな悪い値が出ました。しばらく
休んでもらったあとに再度計
測したら、正常値になり安心し
ました。心の状態と睡眠がいか
に密接に関わっているか、とい
うことがよくわかります。

—— ストレスは睡眠に大きく影
響するんですね。お話を伺い
していて、「健康をはかる」こと
を中心に、創業以来の精神と人
との縁を大切にしながら、特定
の事業領域にこだわらずに色々
なことにチャレンジして、いつ
も先を見つめた商品作りをして
こられたように思いました。

谷田 違う分野の方は同じ業界
の方とは違った視点でタニタを
見ていただけるので、何気ない
一言でも私にとっては心に残り
一言になることがあります。そ
れがまた、私たちの事業に生き
ているように思います。

—— 違う分野の方との対話は、
得るものが多いですね。本日は
ありがとうございました。

(聞き手/情報サービス局長 中川忍)