2013年11月26日（火曜日）日本経済新聞に掲載されました。

ひとが動かす

地域変える海外の目 1

ユニーク製品 市場開拓

まず挑戦、粘り強く販売

エンジン停止中にも使えるトラック用エアコン、前の車との距離を計測して衝突しそうになると警告するシステム……。ユニークな製品を次々と生み出し、新しい市場を作り出しているのが、自動車関連機器のワーテックス（群馬県太田市）だ。創業者である安（あん）俊典のアイデアと活力がこれを支える。

群馬大研究生に

韓国出身で群馬とはまったく縁がない。「米国に行きたかった」が、徴兵時代の知人がいたことから日本に留学。群馬大の研究生になった。

地元のパチンコ機器メーカーに3カ月間の研修に行った時のことだ。ここをこうした方がいいと生産、購買の改善点をまとめたリポートを提出すると、「生意気に思われたのだろうが、実際にやってみろとなった」。この企業に入社し、ラインの編成を変えると、1日あたりの生産量が2倍になったという。

その後、購買などの責任者だけでなく、新規事業も担当。レジャー施設などの構想を温めていたが、景気低迷で本業以外は撤退することになり、責任を取る形で退社した。

1人でワーテックスを立ち上げると、それまで廃棄されていたパチンコ台の液晶に目を付けた。再利用し、自社で開発した回路などを取り付け、台湾や韓国にポータブルテレビ向けに輸出した。国内向けにもテレビを開発したが、「大手がやっていないものを」と思い付いたのが防水型テレビ。「テレビがない部屋は風呂とトイレくらい。風呂で見るテレビを作ろうと考えた」

ただ、売れるかはわからない。開発したテレビを懸賞品としたアンケートを雑誌10誌以上で実施。懸賞がほしいというはがきが段ボール何箱分も届き、需要があることを確信した。

液晶のデジタル技術を応用し、カメラの分野に進出。車両後方の様子を液晶画面で確認できる「バックカメラ」を発売し、今では自動車関連機器が主力分野となっている。

現在、従業員は49人。自社で手掛けるのは企画・開発で、細かい設計や生産の大半は中国や韓国などに外注する。少ない人員でも多種多様な製品を開発するための合理的な経営といえる。

ユニークな製品を生み出す源は取引先の要望を真摯に受け止めるその姿勢にある。安の信条は「決してできないとは言わない」こと。取引先から「こんな製品を作れないか」と提案されることが多いが、どんなに難しくてもまずはチャレンジする。

例えば、エンジンを切っても動くカーエアコン。長距離トラックでは帰りの荷物を積むまでの間、エンジンを切って待っており、暑さ対策がきっかけだった。バッテリーだけで動かすため、直流電源で作動するコンプレッサーを欧州にまで求めたが、それでもうまくいかず、何度も作り直して現在のものにたどり着いた。

着眼点を評価

「市場性があるのかと思うようなものを製品化し、根気よく売り続け、市場を獲得する」。長年、親交のある北関東産官学研究会会長の根津紀久雄はその着眼点と粘り強さを高く評価する。

「群馬発の再生エネルギー関連製品を」と、根津氏とともに県内企業を集めた研究会の設立も呼びかける。自社の事業拡大だけでなく、地域産業の成長にも思いを巡らせる。（敬称略）

◇

地域を変えるには外からの視点も重要になる。外国から北関東に訪れ、活躍する人たちにスポットライトを当てる。

ワーテックス社長 安 俊典氏

《安俊典氏のプロフィル》

1949年	韓国・全羅南道で生まれる
70年	韓国漢陽大中退
88年	平和購買部長
98年	ワーテックス設立
2004年	防水液晶テレビ発売
06年	車両後方確認支援システム発売
09年	パーキングエアコン発売
	日本国籍取得

一言

「好きな言葉は『好機到来』。今、与えられたものを大事にして最高のものにする」