

仕事人秘録

父の吉村義宗氏は大阪府の工業奨励館との共同研究で1962年、モヤシの原料である緑豆のでんぷんを使う「溶けないはるさめ」の開発に着手する。

モヤシ生産で成功した父は、次の事業としてはるさめ製造に乗り出しました。試行錯誤の末、鍋に入れても煮崩れしないはるさめの製造に成功し、特許を申請しました。商品名も「マロニー」に決まり、工業奨励館のデザイナーが緑と黒、赤の斬新なパッケージを作成してくれました。

64年春、大阪府吹田市のモヤシ工場の敷地内にマロニーを生産する3階建ての工場ができあがりました。

看板商品がトップ育てる ④

マロニー社長
河内 幸枝氏



初代マロニーは「純緑豆めん」とうたっていった

です。知名度がないことも致命的でした。

50歳で第2の創業にかけた父にとり、人生最大の難

を全く新しい食品「豆麺く、67年の冬によくやく商(とうめん)」「だと考え品が動き出しました。

だが、保健所との議論を経て「はるさめ」と表示することになった。同年8月、白が基調の包装に改めたマロニー第2号を発売する。

会社の敷地内に住んでいたので、父たちの苦闘を間近に見て育ちました。役員や従業員が出入りし、いろんな話が耳に入ってきました。家計を心配し、お力ネ

返品の手、父が弱音

完成を機に刊行した社内報の第1号で、父は「競争の激しい一般食料品業界に乗り出す」と決意を述べています。

同年6月に試験販売を開始したのですが、出荷した商品がすべて返品されてきました。パッケージに「あらゆる料理に使える純緑豆めん」と書かれているもの、こういう商品なのか消費者に理解されなかったの

関でした。もともと厳しい顔つきが痩せこけて目は血走り、恐ろしい形相をしていました。「やめておけばよかったかな」。母はそうよかったです。

父が人生で1度だけ吐いた弱音を聞いたそうです。妹は夜中に用を足しにトイレの会話を通りかかると、父の弱音を聞きとらされた。父は「学校給食への販路開拓にも力を入れました。66年からテレビの料理番組のコーナーとなり、広告宣伝も開始しました。水で戻す手間を省いた「生マロニー」を販売したところ評判が良

「純緑豆めん」とうたっていった

です。知名度がないことも致命的でした。

50歳で第2の創業にかけた父にとり、人生最大の難

を全く新しい食品「豆麺く、67年の冬によくやく商(とうめん)」「だと考え品が動き出しました。

だが、保健所との議論を経て「はるさめ」と表示することになった。同年8月、白が基調の包装に改めたマロニー第2号を発売する。

会社の敷地内に住んでいたので、父たちの苦闘を間近に見て育ちました。役員や従業員が出入りし、いろんな話が耳に入ってきました。家計を心配し、お力ネ

を載せ、使い方を一目で分かるように

55年に1064万円だった売上高は67年に初めて1億円を突破し、社名を大洋産業からヨーサン食品に変更したところから、安定軌道に乗ったようです。それでも父は浮かれるそぶりなど見せず、黙々と懸命に働き続けました。「前の年より1袋でもいいから多く売ってね」。今、私が社内で見ている言葉は、着実に前進しようとした父の姿勢に倣ったものです。

経営・人事