

仕事人秘録

2008年のリーマン・ショック後、巣ごもり消費がブームに。でんぷんが主成分のはるさめ「マロニー」は鍋商材として空前の売れ行きとなった。

当社の売上高は08年の24億5000万円から、09年に28億5000万円へ急伸しました。業務改革の成果が一致していたことも背景にあります。リーマン・ショック後のキーワードとなったイエナカ消費がけん引しました。

鍋つゆメーカーも従来のしょうゆをベースとしたものだけでなく、カレー味や豆乳など種類を拡充しました。煮崩れせず、鍋の味が

看板商品がトップ育てる ⑩

マロニー社長 河内 幸枝氏



海藻のぬめり成分から生まれた商品が人気

染み込むマロニーは、鍋つゆとセットでスーパードの目立つ場所に山積みされるようになりまし。おいしいきちんとしたものを作るには適正な利益を得ないといけないと考えています。量販店で他社の商

イエナカ需要、追い風に

マロニーの原料は北海道産ジャガイモのでんぷんと国産のコーンスターチです。ドライタイプの200gで標準小売価格280円(税抜き)と、他社の商品に比べて安くはありませ。デフレのなか、3年前には原料高騰を受けた値上げにも踏み切りまし。

40年(1965年)代から販売してきまし。近年、マロニーに次ぐ主力商品として育ちつつあるのが「プチノプチノ海藻麺」です。07年の発売以来、前年比50%増の売れ行きが続いています。包装に大きく「0(ゼロ)カロリー」とうたっており、初めは女性のお客様が購入していると思っ。1993年に会長から相談役に退いていた創業者で父の吉村義宗は、2008年3月に95歳で亡くなりまし。最期の言葉は「おまえに任せて良かった」でした。母は元気で、今年4月で92歳になります。会社は10年に創業60周年を迎え、グローバル化という次の課題も見えてきまし。

た。ところが、内臓脂肪や高血圧など「メタボリックシンドローム」を気にかける男性の購入者が多いと気づきまし。供給が追いつかず、最近のお客様からの問い合わせはほぼ100%が「プチノプチノ海藻麺はどこで買えるか」というも。私は40歳で当社に入るまで、虚弱体質でよく風邪を引き、ふらふらとめまいがしていたものです。今はものすごく元気になり、周囲に「マグロ」と言われてい。止まったら死ぬとばかりに、出張で全国を走り回り、62歳から始めた趣味の社交ダンスも楽しんでい。ある意味、私は40歳から始動したので、68歳の今は28歳ぐらいの感覚。働き盛りと思っています。

経営・人事