



食卓の主役のご飯を今日もおいしく!

阿部豊太郎さん 丸美屋食品工業(株)社長

プロフィール：1946年生まれ、杉並区松庵育ち。

大学卒業後、日本長期信用銀行入行した、その後、現在杉並区に本社を置く丸美屋食品工業に入社し、1994年に四代目社長に就任。初代社長(創業者)の父、故阿部末吉の社是を守り続ける。

<吾等の信念>

吾等は 不正を憎み、怠情を嫌ひ、正直を尊び 進んで 己の任務を開拓し、協同の精神に徹する
丸美屋食品工業の誕生：昭和26年(1951年)4月21日 故阿部末吉が初代社長となり創立し、「ふりかけ」を一般の人に幅広く食べてもらう戦略を立てる。http://www.marumiya.co.jp/index.html

■「是はうまい」から「のりたま」へ



▲阿部末吉さんの社是

『創業者の阿部末吉は、戦前からふりかけの製造販売を行っており、ふりかけの源流「是はうまい」という白身魚のイシモチを原料にしたふりかけを三越で販売し、好評を博しました。』

昭和の初め、百貨店での買い物は一部の人たちの「特権」に近く、そこで売られる商品は「ハイソ」なものである必要があった。名前一つとっても、である。ある妙齢のご婦人が、「是はおいしい」をくださいと三越に買いにこられた。「うまい」という男言葉が話せない時代の逸話である。

『第二次世界大戦中には、米一升と同じぐらいの値段で売られていた高級品です。でも阿部末吉は、これを大衆化したいと常々考えていました。当時も今も旅館の朝ごはんに出てくる、海苔と卵を一緒にしたふりかけはできないかと。』

そうした考えから1960年(昭和35年)「のりたま」が発売となった。

ただし、良い物を作ってもなかなか販売は簡単ではなく、どこの会社も苦労している。丸美屋の素晴らしさは、「のりたま」という超有名ロングセラー商品を持つこと以上に、会

社のメッセージを伝えるための媒体の選択・活用法に長けていることにある。未だマーケティングには馴染みのない時代から、人々の心を捉える何かがあった。それは創業者の、大衆化という思いであった。

■丸美屋のキャラクター戦略

初代社長阿部末吉は、テレビコマーシャルの効果を見抜いている人だった。1959年(昭和34年)落語家の桂小金治師匠を起用した「おもかじいばーい、のりたまで三杯」のCMは評判となる。

また、1963年(昭和38年)にはSFアニメの草分け的存在「エイトマン」(TBS)を番組提供し、子供達に大人気となる。「エイトマンシール」を封入した「のりたま」は、食品問屋で盗難騒ぎとなる程のヒットとなる。

に、「スーパージェッター」、「おそ松くん」、「ちびまる子ちゃん」、「クレヨンしんちゃん」、「とっとこハム太郎」など、これまでに多くのキャラクターを商品化し、現在「プリキュア」のヒットを飛ばしている。

丸美屋は人気キャラクターを巧みに商品化し、子供から大人まで夢を与えている。

■現阿部豊太郎社長と杉並



▲インタビュー中の阿部豊太郎社長

初代阿部末吉社長から、現在4代目阿部豊太郎社長に引き継がれている。

『杉並とは工場を建てた1961年(昭和36年)からのご縁ですが、このあたりは戦後しばらくは松林で、西荻窪駅が一望できたくらい、いわば田舎でした。井の頭公園で、夏に花火が上げられていた時代です。私も学生時代まで、この本社のそばに住んでいました。日本人は昔からお米を食べることに変わりありません。温かいご飯にふりかけというスタイルも、廃れることはないでしょう。』

「のりたま」に代表されるふりかけも、決して変わってはいないのですが、誰が食べるかは変わってきました。小学生の頃馴染んでいたふりかけも、食べ盛りの中学生になると、



▲丸美屋主力3商品

高度成長期、瞬く間に普及したテレビと共

、

食べる頻度が減ります。社会の変化に伴い、弁当持参者も減ってきました。そこで、「のりたま」とは違った「ソフトふりかけ」「混ぜ込みわかめ」などの新機軸製品も出しておりますが、お陰様で売れ行き好調です。』

ふりかけでスタートした丸美屋は、他分野にもいち早く進出し、1970年(昭和45年)発売の「とり釜めしの素」、1971年(昭和46年)発売の「麻婆豆腐の素」も、色褪せることのないロングセラー商品となっている。丸美屋の特色は、米飯周辺で商品開発し、息長く育てていることにある。

『今日ラーメンやカレーライスに次ぐ国民食として定着した麻婆豆腐は、当時は一部の高級中華レストランでのメニューでしかありませんでした。とりわけ「婆」という字は、字が読めなかったり、女性に嫌悪感を与えるとされ、なかなか認知されませんでした。』

丸美屋は食卓の脇役的存在であるふりかけをしっかりと彩り豊かなご馳走にしてしまう。

『株式の公開は、大きな資金調達が必要ではないため、当面考えておりません。「のりたま」のお陰で企業の知名度も出来ており、入社希望の学生さんも多くなっています。また近年、女性管理職も出始め、メインのお客様である主婦層により近い感覚の既婚女性社員も多くいます。高級感ではなく、庶民的な親しみ易さが当社の企業イメージとしてプラスに働いています。』

■食卓の主演はご飯、今日もおいしく

『食物は溢れるほどあるのに、肥満と栄養失調が混在するおかしい時代です。食育という言葉がありますが、食事の基本は家庭にあり、日本の伝統食品の良さをもう一度見直し、いろいろな食品をバランスよく食べることが大事です。

丸美屋は企業として、その責任の一端を負います。そして今日もおいしく！ なのです。』

もともと「父帰る」が稀な社会。女性の社会進出も相俟って「家族で食卓」というライ

フスタイルは都市部を中心に減少の一途を辿る。否定してはいけけないのだが、少なくとも「家族で食卓」を過去のものとしてはなるまい。回数が減った分だけ、1回の食卓はより大事なものになる。食事は食べるばかりではない。買い物から後片付けまでの、食世界がそこにある。キャラクターが、「エイトマン」から「とっとこハム太郎」に代わっても、食卓を演出する名脇役に代わりはない。最後に会社案内の一文をお借りする。

『日本の伝統的な「家族の味わい」は、ごはんを中心とした食卓にあります。そして、心豊かな生活、やさしさ、あたたかさの象徴ともいえる、このごはん周りの商品開発こそ、当社が一貫として進めてきたものです。』

おわりに

杉並区の人口はおよそ50万人、昔から住んでいる方がその20%、10年以内に引越していく人口は40%で、3年以内ではなんと20%という統計があります。かくいう小生もまだ8年目の杉並異邦人です、出入りの激しい土地柄であるがこそ、杉並の文化を、杉並発の何かを他所に発信できる可能性が高いと思います。丸美屋は杉並区松庵で育ち、今では全国区の会社で、工場、支店は全国津々浦々に存在します。「のりたま」という知名度が高すぎて、まさか杉並区にあるなんてお気づきのない区民がほとんどだと思います。

(文：河田淳)