



開放的な休憩室には広々としたキッチンスペースも！



スタイリッシュで温かみのある応接室

そこから祖父母が懸命に再建に取り組み、1963年には父が代表として新たなスタートを切ったんです。当時は、他社メーカーのカレーやブラウンルーの下請けが主な事業で、常に忙しそうだった父の姿が印象に残っています。でも、下請け中心のビジネスには限界がありました。徐々に契約を打ち切る企業が増え、業績も次第に悪化していったようなんです。ある日、父から実家に来てほしいと連絡があり、多額の借金があることを聞かされました。

—そこで初めて、現状を知ったんですね？

【伊藤】決算書を見た瞬間は、信じられませんでした。あまりの状況に、思わず言葉を失ったほど。同時に父には、「ここまできたら、もう清算したほうがいい」と伝えました。自社ブランドも持たず、この状態で続けるのはあまりにも厳しいと感じたからです。

—ところが、お父さまは諦めずに伊藤さんに託した……。

【伊藤】父から「眞代、社長をやってくれ」と言われたときは、本当に驚きました。「え？ ちょっと待ってよ」と！ 当時の私は仕事も順調で、まだまだキャリアを積みたい時期。すぐに「分かった」とは言えませんでした。でも、現実を目の当たりにした以上、「何とかしなければ」という気持ちがあったのも事実で

す。そんな中、弟が涙ながらに「お姉ちゃん、一緒に会社をやってよ」と言ったんです。祖母からも、『太平洋』を再建してほしい」という言葉があり、最終的には父の想いにも応えたいと覚悟を決めました。

ゼロからの挑戦！ 自社ブランド確立へ

—そして、姉弟で会社を再建する日々がスタート！ あらゆることに取り組まれたと思いますが、いくつか教えていただけますか？

【伊藤】何よりもまず、資金繰りです。祖母の許可も得て自宅を売却し、その資金を会社の立て直しにあてました。快諾してくれた祖母には、今でも感謝の気持ちでいっぱいですね。そしてもう一つの大きな取り組みは、“下請けからの脱却”を図ること。自社ブランドを確立するために、市場調査から始めました。パートさんと一緒に近隣のスーパーをまわり、商品価格や重さなどを徹底的にリサーチしたんです。

—パートの皆さんは、伊藤さんより年上ですよ。人間関係の構築などで苦労された点はありますか？

【伊藤】父の代から働いている方たちなので、もちろん大先輩。最初は、私への反発もありました。急にまったくの未経験者がやってきて、「今後は私が社長です」と言われれば、戸惑うのも当然です。でも昼食を一緒にとったり、飲み会やバーベキューなどのイベントも積極的に企画したりして、少しずつ距離を縮めてゆきました。思えば当時から、工場での作業にもヘルプとして入っていましたね。「会社を立て直したい」「自分たちのブランドを立ち上げたい」という想いは、みんな同じ。だからこそ、いつか理解してもらえると信じて頑張れたんです。

—会社再建の道のりの中でも、特に「自社ブランドの確立」への強い想いを感じます。

【伊藤】実はかつて、父があるメーカーに技術を提供した直後、突然契約を打ち切られたことがあったんです。「下請けという立場にいて、こんなことも起きてしまうのか」と、私自身も大きなショックを受けました。下請けではあらゆる制約があり、どうしても受け身の経営になります。「このままでは、終われない。自社ブランドを立ち上げよう」と強く心に決めました。

無名メーカーからの飛躍

信念と営業力で道を開く

—市場調査を終え、いよいよオリジナル商品の開発へ。どのような点にこだわりましたか？

【伊藤】当時の調査で分かったのは、カレールー市場には「無添加」のものがほとんど存在しないという事実です。そこで、これを自社の強みにしようと考えました。創業者が大事にしていたフランス料理の精神——「手間を惜しまず、素材本来の味を引き出す」という“ものづくりの姿勢”にも重な