

事業永続のための

経営者の高齢化、後継者不足の問題が中小企業に重くのしかかっている。事業永続の一つの手段として、M&A（合併・買収）によって自社の「人材」「商品」「顧客との関係」の存続を図るといふ選択肢がある。「少子化時代の承継」の在り方の一つであるM&Aについて取材した。



CASE 1

社員が最後まで勤めてくれる会社であるために

マロニー株式会社 会長 **河内幸枝** かわちゆきえ

「とんとん拍子で運びました」と河内幸枝会長が言うとおり、マロニーは従業員を一人も辞めさせることなく、社名も商品名も変わらず、社長も統投というかたちで後継者問題に終止符を打った。同社が自社株一〇〇割をハウス食品グループ本社に譲渡したのは二〇一七（平成29）年七月。河内会長はどんな思いでM&Aを決断したのか。

取材・文 中山秀樹 / 撮影 編集部

父から託された「経営のバトン」

マロニーの創業は一九五〇（昭和25）年。戦後、シベリアでの抑留を経

て日本に帰ってきた吉村義宗氏が、鍋に入れても煮崩れしない春雨製造に取り組みマロニーを開発、会社の礎を築いた。

その吉村氏が七〇歳を機に社長を

「3つの条件——

- 1 マロニーブランドと会社の存続、
- 2 雇用を守り一人も異動させない、
- 3 1年間の社長統投

——を満した最上のパートナーが見つかりました」と語る河内幸枝会長

