



事業即奉仕の精神で 創意工夫を重ね 国民の健康づくりに邁進

えざき りいち
江崎 利一 (1882~1980年)



江崎グリコ 株式会社

本社所在地：大阪府大阪市西淀川区歌島 4-6-5 従業員数：5,488名 資本金：77億73百万円
創業：1922(大正11)年2月11日 設立：1929(昭和4)年2月
事業内容：菓子、冷蔵、食品、牛乳・乳製品の製造および販売

貧しくも勉強熱心だった少年時代

江崎利一は1882(明治15)年、現在の佐賀県である神埼郡蓮池村(現・佐賀市蓮池町)で生まれた。対馬藩領時代、朝鮮半島より朝鮮人参などの漢方薬が輸入されていたという歴史を持つ佐賀県東部は薬種業が盛んであり、利一の父・清七も、利一の生まれた翌年から薬種業を始めた。根っからの世話好きであった清七は、村会議会や寺総代、宮総代などの世話役を引き受け、借金の保証人すら頼まれるがまま引き受けて負債を膨らませることもあった。そのため家業に専念することがだんだん難しくなり、また借金の肩代わりもあったため、一家の暮らしは貧しかった。

利一には姉と妹が2人ずつと弟が1人、合計5人の兄弟がおり、長男であった利一は小学校に上がる頃から家事の手伝いをしなければならなかった。当時はまだ水道も整っておらず、利一は朝早くから天秤棒を担いで近所の川へ水を汲みに行くのが日課であった。学校から帰ると、内職に忙しい姉2人に変わり、幼い弟妹たちの子守りもしなければならなかった。

しかし、その分少しでも自由な時間ができるとう面白いくらい勉強に身が入り、いつも成績は優秀であった。高等小学校2年生の頃、貧しさのため進学が困難になってしまったが、利一の話聞きつけた校長と地元の有力者が江崎家を訪れ、奨学金の援助を申し出てくれたことがあった。進学を希望していた利一は諸手を挙げて大喜びしたが、清七は固辞した。「他人の世話になると一生頭が上がらない。無理をして進学しなくても努力次第で立派な商人になれる。それが利一自身にもいいことである」と清七は頑なに首を縦に振らなかった。家計が苦しいため、3年生で卒業を命じられるも泣いて頼み込み、なんとか4年生まで学校に通わせてもらい、利一は首席で卒業した。

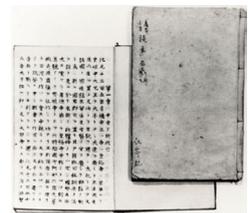
父の世界… 一家の大黒柱に

卒業後はすぐに家業を手伝った。当時、江崎薬店で扱っていたのは漢方薬で、利一は父に教わりながら薬草を刻んだり、粉末にしたり、丸薬にするなどし、店頭と行商で販売したが、薬種業の仕事だけではなかなか生活が楽にならなかった。そこで利一が思いついたのは早朝の塩売りであった。佐賀では朝食に茶粥や芋粥を食べる習慣があり、朝食前に売り歩くことで村人からは大変喜ばれた。

しかし、1901(明治34)年に父・清七が他界してしまい、江崎家には多額の借金だけが残った。薬種業と塩売りだけでは到底間に合わないと考えた利一は、机と筆記用具があればすぐに開業することができる登記代書業も始めることにした。これまでの営業の経験と培った能率の良さで、他の代書屋よりも便利で早く親切であると重宝がられ、間もなく出張所の約8割の仕事を利用がさばくようになった。こうした苦勞の甲斐あって、1904(明治37)年、日露戦争により召集入隊する時には、父の残した借金を全額返済したばかりか、留守中の家族が数年は食べていけるだけの貯蓄を残した。



少年時代の利一(前列中央)



書き写した教科書(上)
代書した登記簿謄本(下)

創意工夫のスタート

看 護兵として入隊した利一は、野戦病院で負傷兵の看護という任務にあたったが、自身も負傷して除隊となった。除隊を機に、大阪で商売をしてみたいと思うようになったが、家族から反対され、その夢は叶わなかった。

1907(明治40)年、利一は旧正月を利用して念願の大阪を訪れた。見るもの聞くものすべてが珍しく、特に、多くの薬問屋が建ち並ぶ道修町では、朝鮮人参などの薬品が安く売られていて驚いた。利一は有り金をはたいてそれらを買ひ、郷里で売りさばいたところ、旅費を上回る儲けとなり、商売とは頭の働かせ方次第で無限の可能性があることを知った。

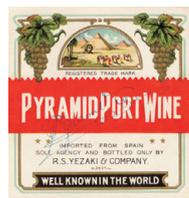
ある日、利一は佐賀で大量の酒瓶が荷造りされている光景を目にした。聞いてみると佐賀の小売店では瓶詰めされた葡萄酒を阪神方面から仕入れ、飲まれた後の空き瓶を回収して、また葡萄酒を入れて販売するため送り返しているとのことだった。それなら葡萄酒を大樽で仕入れてこちらで瓶詰めにすれば、空き瓶を何度も輸送するムダが省けて儲けることができるのではないかと考えた利一は大樽で葡萄酒を仕入れ、さらには瓶詰めの機械も購入し、本格的に葡萄酒販売に乗り出した。やがて九州一円まで販路を広げ、九州でも指折りの葡萄酒業者になった。



利一の生家・江崎薬店



看護兵として活躍した利一(右)



当時販売していた葡萄酒

グリコーゲンとの出会い

1 919(大正8)年のある日、利一がいつものように薬と葡萄酒を積んで有明海に近い筑後川下流を自転車で走っていると、船着き場の小屋で十数人の漁師たちが忙しそうに作業している光景に出会った。小屋をのぞいてみると、むいたカキを鍋に次々と放り込み、さつと茹でては引き上げていた。時々鍋から吹きこぼれる煮汁を見て、利一はいつか読んだ新聞記事を思い出した。「世界的に称揚されているグリコーゲンは日本の貝類、特にカキに多く含まれている」という内務省栄養研究所の初代所長を務めた佐伯 矩^{ただす}博士の発表によるものだった。

「この煮汁にグリコーゲンが入っているのではないだろうか」そう思った利一はさつそく煮汁を分けてもらい、家に帰ってその煮汁をガーゼで濾し、水飴ぐらいになるまで煮詰めた。そしてこれを九州帝国大学(現・九州大学)付属医院に送り、分析を依頼した。その結果、グリコーゲンが40~42%含まれており、他にカルシウムや銅分なども含まれていることが判明した。グリコーゲンは、糖が肝臓で動物でん粉に変えられたものであり、このグリコーゲンが分解されると筋肉に移動してエネルギー源となる。利一はこのグリコーゲンを使って何か商品をつくらうと考えた。

予防こそ治療に勝る

1 920(大正9)年、利一の9歳になる長男・誠一がチフスにかかってしまった。峠は越したものの衰弱がひどく、医者も匙を投げるような状態に陥った。たまりかねた利一は、研究中であったグリコーゲンが含まれているカキのエキスを思いきって誠一に舐めさせてみた。一日、また一日と祈るような気持ちで与え続けていると、誠一は日に日に食欲を取り戻し、容体が少しずつ良くなっていった。当初、利一は息子の命を救ってくれたグリコーゲンを薬として商品化しようと考えていたが、すでにある企業から薬として発売されており、その後を追うよりも何かもっと新しい分野で勝負したいと考えていた。

その折、九州帝国大学の先生が利一の研究にアドバイスをしてくれた。「予防こそ治療に勝る。病気になった者を治すよりは、病気にかからぬ体をつくるのが大切だ。」この言葉を聞いて、利一ははっとした。「グリコーゲンを一番必要とするのは育ち盛りの子供たちだ。ならば子供の喜ぶ菓子にしよう。」

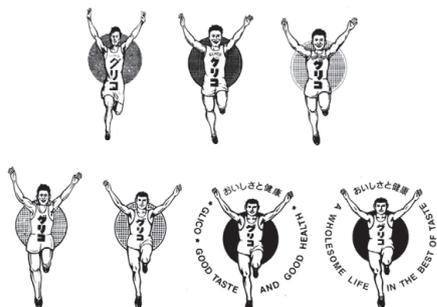
栄養菓子「グリコ」の誕生

利一が目を付けたのは、当時人気だったキャラメルだった。製造に関してはまったくの素人であったが、誰かにやらせるのではなく、自ら試してみないと気が済まない性分の利一は、文献を頼りにキャラメルの試作を何度も重ね、家族や従業員に試食してもらい、徹底的に意見を聞きだした。初めのうちは食べられたものではなかったが、苦心と工夫を凝らし、ようやくそれらしいものができあがった。

めどは立ったが商品として売り出すには、名称、形、意匠、商標、さらに広告をどうするか決める必要があった。まず、商品名は「グリコ」にしようとし、利一は決めていた。「グリコキャラメル」の方がいいのではという意見も多かったが、すでにキャラメルを売り出している他社との差を強調する名前であれば、先発他社を追い越すことはできないと考えた。そして利一には「グリコ」はただのキャラメルではなく“栄養菓子”であるとの自負があった。「グリコ」なら語呂も良く、簡潔で覚えやすい。また、利一は「グリコ」の形にもこだわった。一般的なキャラメルは四角であるのに対し、利一は人体の中心であり、真心を表すハート型にすることにした。しかし、これもまた大変な労力を要した。配合を変え、温度を調整し、失敗に失敗を重ねて、やっとハートの型抜きに成功したのは開発から1年後であった。

印象的なゴールインマーク

あとは、トレードマークやキャッチフレーズが決まれば宣伝もできる。利一は考え事をする時にいつも足を運んでいた近所の八坂神社へと向かった。境内で子供たちがかけっこをしている様子をぼんやり眺めていると、急に利一はひらめいた。「子供たちが両手を挙げゴールインする姿は実にいきいきとしている。これこそが健康の象徴だ！」さっそくマークに描きおこし、小学生に意見を聞いてみると、花や動物のマークよりもゴールインマークが強く印象に残るといった結果になった。



ゴールインマークの変遷

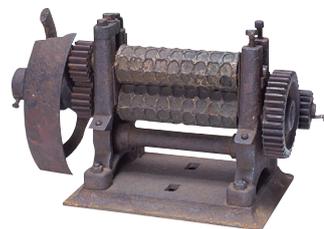
独創的なキャッチフレーズ

キャッチフレーズは簡単で力強く、なおかつ栄養菓子としてのグリコの性質を表現したものでなければならぬ。その時ふと思いついたのは、利一が幼少の頃に食べていた「博多まで」という大きな飴玉だった。汽車に乗る時に口に入れると、博多に着くまで長持ちすることからそう呼ばれていた。これをヒントに利一は「グリコ1粒で何メートル走れるだろうか」と考えた。500では大袈裟すぎるし、100では弱い。300メートルは語呂も良く、真実味がある、そう思った利一は、グリコ1粒のカロリーを実際に300メートルに見合うよう微調整し、「一粒300メートル」というキャッチフレーズに決めた。すべての準備は整った。利一は38歳でこだわりの詰まった自信作「グリコ」と家族を連れ、憧れの商都・大阪へと移り住んだ。

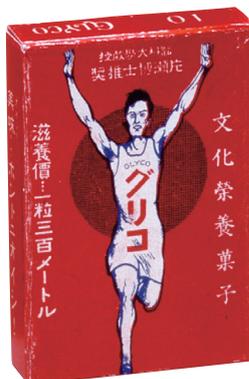
菓子業界への挑戦

1921(大正10)年、最後まで難問であったハートの型抜き機をやっと考案し、利一は製造に着手、ようやく試験販売にこぎつけた。パッケージの中には子供が遊ぶための小さなカードをサービスで封入することにした。売り出す準備はできたのだが、名前の知られていないお菓子は容易に菓子店には置いてもらえなかった。

まずは有名な店で売り出すことができれば、一般の小売店でも取り扱ってくれるだろうと考えた利一は、歴史も伝統もある三越に売り込むことにした。初めのうちは話さえ聞いてもらえず、まったく相手にもされなかったが、不屈邁進の精神で十数回にわたって頼み込んだ末、とうとう三越の担当者が利一の熱意に根負けし、グリコは晴れて三越の棚に並ぶこととなった。



創業当時のハート型ローラー



発売当初のグリコ



封入されていた絵カード

国民に愛される菓子を目指して

一 越でも販売されている、との言葉が売り込みの文
二 句となり、一般の菓子店や文具店にも少しずつ置
いてもらえるようになっていった。しかしどの店でも、見
慣れない“栄養菓子”であるグリコの売れ行きは芳しくな
く、回転の悪さゆえに品質の落ちた商品の返品も相次い
だ。「今は苦しくても、いつか必ずグリコは売れる」という
自信のあった利一は、経費節減をはかり、黒字に転じる
その日まで従業員たちにも協力を頼んだ。

広告にも一層力を入れ、味の改良にも取り組んだ。栄養
を重視するあまり、味に関しては利一自身妥協を許した
部分もあったのだが、この改良を経てやっと納得のい
くものができた。それ以後、売り上げは少しずつだが着々
と伸び、1924(大正13)年6月には初の黒字を計上、9月
には目標の日産1万個を達成した。

グリコの“オマケ”豆玩具の登場

い くつもの試練を乗り越えながら、順調に売り上げ
を伸ばしていた1927(昭和2)年、この年からカード
に変わってグリコに小さなおもちゃを付けることにし
た。利一は後年「子供の生活行動をよく観察していると、
食べることで遊ぶことが二大天職のように思える。食べ
ながら遊び、遊びながら食べている。どちらか一方だけ
では満足しない」と自身の著書の中で述べている。グリ
コのおもちゃは、子供の「食べること」と「遊ぶこと」の双
方を満足させることを目的とし、それは遊びから豊かな
世界を広げてほしいという利一の願いでもあった。子供
の情操の向上に役立つものでなければならぬという方針
のもと、子供が興味を覚えるもの、喜ぶものであって
も、非教育的なものや射幸心をあおるようなものは採用
しなかった。

おもちゃ付きグリコが発売されると、誰が言うともなく
「おまけ付きグリコ」と呼ばれるようになった。しかし、利
一はこのおもちゃはおまけなどではなく、子供にとって菓
子と同等の価値を持つ大切な役割を果たすものとして考
えていた。

1929(昭和4)年からは、グリコの箱の中に一緒に封入
していたおもちゃを分けて入れることにした。このこと
によりおもちゃが壊れにくくなったうえ、封入できるおも
ちゃの範囲も広くなり、製品価値を高めることができた。初め
は既成品のおもちゃが中心だったが、1935(昭和10)年
頃からはグリコオリジナルのおもちゃが中心となり、一層
グリコを広く世に知らしめる存在となった。

受け継がれる意思と使命

利一が生涯大切にしたのは、幼い頃に学んだ「商
売というものは、自分のためにあるとともに、世の
中のためにもある」という商売の本質であった。ものを
売り買いすることは利便を図ったり、図ってもらったりの相
互利得であり、すなわち、立派な商売人とは立派に社会
に奉仕している人ということになる。

のちに利一は、「事業奉仕即幸福一事業を道楽化
し、死ぬまで働きつづけ、学びつづけ、息が切れたら事
業の墓場に眠る」を座右の銘としていた。その言葉通り、
1980(昭和55)年に97歳で天寿を全うするまで、利一は
現役の経営者として事業にひたすら専念し続けた。

利一の抱いた「食品による国民の体位向上」という奉
仕の精神は、「おいしさと健康」を追求する同社の企業
活動へと現在も脈々と受け継がれている。



1967(昭和42)年



利一の揮毫



現在の製品群