

子どもたちにおいしさと楽しさを提供し続けた 江崎グリコの創業者・江崎利一翁の事績を訪ねて

〈取材協力〉 江崎グリコ(株) 江崎記念館 (大阪市西淀川区歌島4-6-5)

創意工夫、積極果敢、不屈邁進…江崎利一翁（1882-1980）は、持って生まれたエネルギーのすべてを、栄養素グリコーゲンを入れたキャラメル「グリコ」にはじまる菓子や食品の中に注ぎ込み、生涯をかけて子どもたちにおいしさと健康と楽しさを提供し続けた。その人と仕事を江崎記念館の石橋達二さんに解説していただいた。

■ 生い立ち

江崎利一は、1882（明治15）年、九州有明海の北岸に近い長崎県神埼郡蓮池村（現在の佐賀県佐賀市蓮池町）で生まれた。

父・清七は薬種店の番頭を勤めた後に独立。薬草を刻んで丸薬をつくり、それを行商して歩いていた。ときには医療の相談に乗ったり、村の諸役も引き受けたりもしたが、家計は苦しかったという。利一は小学



石橋達二江崎記念館館長

校に上がる頃から家事を手伝い、川で水汲みをしたり、幼い弟や妹たちの子守をした。

勉強は好きでよくできた。高等小学校3年のとき、学校から中学に進学するよう勧められた。「高等小学校は3年まででいい、働いて立派な商人になれ」と父は言ったが、利一は「もっと勉強がしたい。月謝だけ出してほしい」と懇願し、4年に進級。教科書は友達から借りて写本した。写本による予習効果もあって、首席で卒業したという。

江崎記念館の「利一を偲ぶ部屋」には、そのときの教科書の写本が展示されている。1字ずつ丁寧に等間隔に書かれた活字のような字は、利一少年の勉学に対する真剣さと強い意欲を伝えている。

中学には行けなかったが、ならむらさよきち 榎村佐代吉という元寺子屋教師宅を訪れて、教えを受け

たことがあった。「商品を売る人は物を売って利益を得るが、買う人もそれだけの値打ちの物を買って得をする。この持ちつ持たれつの共存共栄がなかったら商売は成り立たない。商売で大成しようとする者は決してこのことを忘れてはならない」。榎村のこの言葉はいつまでも利一の中に残り、その後の利一の人生で大きな指針となった。

■ 栄養素グリコーゲンとの出会い

19歳のとき、父・清七が亡くなり、利一は家長となった。多額の借金があったが、家業の薬売りを引き継ぎ、懸命に働いた。生家の隣に佐賀区裁判所の蓮池出張所があり、そこを訪れる人たちのために、薬売りの傍ら、登記の代書業もはじめ、3年で借金を完済した。

23歳のとき日露戦争に召集された。だが、翌年、負傷して除隊となり、そのときの慰労金150円で自転車を購入した。以後、自転車に乗せて行商。当時は自転車を汽車に積み込むことができたので、商圈は一気に、九州一円にまで広がった。

商いの傍ら熱心に本を読んだ。薬業に関するものが多かったが、それ以外に、販売、宣伝、広告などに関する本を読み、さらにお客の心理を知るために心理学や催眠術、気合術の本も読んだ。そのうえで思いついたことを次々と試して商いを広げた。

25歳のとき、大阪見物に出かけた。そのとき以来、道修町で薬を仕入れて九州一円

で売るようになり、さらに大阪で葡萄酒を大樽で仕入れ、佐賀で瓶詰めして販売するという事業もはじめた。

そのために

大阪に出張所を開設。弟の清六のほか、数人の店員を派遣して、大阪と九州をまたにかけたビジネスを展開した。

1919（大正8）年、利一は、有明海に注ぐ早津江川の川原で、彼にとって忘れられない場面を目撃した。川原に建つ小屋の中で、漁師たちとその妻たちが、有明海でとれた牡蠣を大きな釜で茹でていて、煮汁が吹きこぼれていたのである。その様子を見ているうちに、牡蠣の煮汁には栄養源のグリコーゲンが含まれている…という栄養学の創始者、佐伯^{さえきただす}矩博士による薬業新聞の記事を思い出した。

漁師たちに頼んでその煮汁を分けてもらい、九州大学で分析してもらおうと、やはり多量のグリコーゲンが含まれていた。そのときチフスに罹患していた当時10歳の長男・誠一に舐めさせてみると、体力を回復した。

このことが契機となり、育ち盛りの子ど



江崎利一翁肖像



1921年発売当初のグリコのパッケージ

もたちに栄養源としてグリコーゲンを提供しよう。そのためにグリコーゲンを入れたキャラメル「グリコ」をつくろう…というアイデアが利一の中でひらめき、やがて大きく膨らんでいった。

■栄養菓子グリコの誕生

「栄養菓子グリコ」を利一はほとんど1人で作り出した。アメを煮て、牡蠣の煮汁から抽出したグリコーゲンをその中に入れ、そして成形する。成形のための装置も、商品の名前も、パッケージのデザインも、広告宣伝の方法に至るまで、すべて自分で工夫した。

当時市場を席卷していた森永ミルクキャラメルは、四角い方形の粒で黄色い箱に入っていたが、それとの差別化を図るために、グリコは形をハート形にし、赤い箱に入れることにした。

生家の近くに蓮池八坂神社があった。そこでかけっこをする子どもたちが、両手をあげてゴールインする姿が利一の記憶の中

にあって、それを「栄養菓子グリコ」のトレードマークにした。グリコの栄養価を表わす「一粒300メートル」というキャッチフレーズも利一が考えたもので、そのキャッチフレーズに合わせて、あらためてカロリーを計算し、一粒の中にそれに見合うカロリー量を入れた。

ここまで準備を整えたうえで、利一は家族を帯同して蓮池村から、商都・大阪に移住。そして1921（大正10）年、大阪市西区北堀江で、現在の「江崎グリコ」の前身「江崎商店」を立ち上げた。

■三越で販売開始

しかし、栄養菓子グリコは、当初まるで売れなかった。キャラメルといえば、森永、明治と決まっっていて、販売店は無名のグリコに見向きもしてくれなかったからである。そこで、利一は頂上作戦に出た。大阪の販売店の頂上といえば、高麗橋にある三越大阪店である。そこの仕入れ担当者のもとに何度も何度も足を運び、グリコーゲン入りのキャラメルの効能を説いた。そしてとうとう「あなたの熱意を買って、試しに置いてみましょう」という約束を引き出した。三越で売られているという実績が功を奏して、高島屋にも、大丸にも、一般小売店にも、少しずつ置いてもらえるようになった。

だが、最初のうちはなかなか売れず、その一部が返品されてきた。資金繰りが苦し

くなり、家族と従業員の生活費を切り詰めて出費を減らしながら、利一は起死回生の策を練った。

■販売促進のくふう

販売促進策のひとつは、水飴、ミルク、チョコ、柑橘系香料などをミックスした新しい味のグリコを開発したことである。

次いで、「風味袋」と呼ぶ2粒入り1銭、4粒入り2銭の小箱をつくり、百貨店や小売店の店頭に並べた。さらに婦人会の会合でこれを試供品として無料で配った。無料の試供品を提供するという販売促進策は、このときのグリコが最初だった。

あるいは、子どもが好きそうな絵をカードにしてグリコの箱に入れた。これはその後グリコのオマケにつながった。

さらに、割引券付きの引き札（広告チラシ）をつくって、阪急梅田駅や南海難波駅で配った。この割引券があれば、10粒入り5銭のグリコが4銭で買えるので、捨てる人はほとんどいなかった。

5銭銅貨を入れてグリコを1箱取ってもらう「公德販売機」をつくって、夏の堺市浜寺公園に置いた。当時の浜寺公園は関西有数の海水浴場だったが、海岸から300mのところまでは売店の設置が規制されていた。そこで、無人で販売するために「公德販売機」を工夫し、管理者である毎日新聞社の許可を得て、海辺の近くに2台置いた。面白いほど売れたという。現在の江崎



映画付きグリコ自動販売機

記念館には、この後継機で東京での販売促進のためにつくられた映画付きの自動販売機が展示されている。硬貨を入れると、市川右太衛門の「旗本退屈男」のチャンバラ映画が20秒間流れ、その後にグリコが出てくる。もう1個買うと、映画の続きが見られる。

これらの販売促進策によってグリコの売り上げは徐々に軌道に乗り、大正末期には菓子メーカーとして森永、明治に続く第3位の地位を確立した。

■グリコのオマケ

グリコの知名度を不動のものにしたのは1927（昭和2）年からはじまり、現在まで続いているオマケである。最初は先述の絵カードだったが、その後、小さな豆玩具に



グリコのおマケ

変わった。

ミニチュアの人形、車・船・飛行機などの乗り物、道具、ブローチ、指輪…など。大阪の造幣局に頼んでつくってもらったメダルもあった。豊臣秀吉、楠木正成、西郷隆盛、東郷平八郎などの歴史上の英雄を刻印したものが人気だった。

「子どもには2つの天職がある。食べることと遊ぶことの2つだ」と利一が言ったとおり、グリコのおマケは、間違いなく子どもたちの心を捉えた。

木・ブリキ・セルロイドのおもちゃにはじまり、後にプラスチックが主流となり、近年は木製のものが多くなっている。大阪は雑貨工業が盛んで、ビー玉、おはじき、ぬり絵、ポップン、コマなど、小さくて安価な玩具が大量につくられていた。当初はそれらを仕入れていたが、後に社内でオマケ係を任命し、その係員が頭をひねって考えた原案を、利一や会社幹部、ときには外部有識者を審査員に迎えて評価し、合格したアイデアについて量産を発注した。1回到数万個を発注し、これまで数万種類が

くられており、江崎記念館にはそのうちの数千種類が展示されている。

コラムニストの天野祐吉は、グリコのおマケについて次のように書いている。

「グリコのおマケは、みんな豆粒みたいに小さかった。グリコのおマケたちを畳の上に並べると、そこには小さな宇宙が出現した。火事場のおばさんの手からおマケたちを解放してやるたびに、その宇宙は少しずつひろがっていく。そしてぼくは、グリコをグチャグチャ食べながら、その宇宙を遊泳する宇宙人になっていた」

■道頓堀のランドマーク

「グリコ」を有名にしているもうひとつは、大阪道頓堀のグリコサインである。通天閣などとともに大阪を代表する景観で、外国人観光客にもよく知られていて、大阪市の指定景観形成物になっている。両手をあげたゴールインマークとグリコのロゴの周辺がさまざまに変化する広告塔で、1935（昭和10）年からこの場所に設置されている。1943～1955年の12年間は戦時中の鉄材供出で、何もない時代があった。現在のものは2014（平成26）年にリニューアルされた6代目。14万個のLED照明で、ゴールインマーク以外の部分が動いてさまざまな映像を映し出す。江崎記念館には1～5代目の、25分の1のミニチュアが展示されている。

■菓子から総合食品メーカーへ

グリコの発売から12年後に、酵母入りビスケット「ビスコ」(1933)が誕生した。さらに12年を経て、キャラメルの中にアーモンドを入れた「アーモンドグリコ」(1955)、チョコレートの中にアーモンドを入れた「アーモンドチョコレート」(1958)、「ワンタッチカレー」(1960)、棒状の菓子「プリッツ」(1963)、プリッツにチョコレートをかけた「ポッキー」(1966)…など、子どもだけでなく、若者や大人たちも楽しめる菓子や食品が次々生まれた。

創意工夫、積極果敢、不屈邁進、質実剛健、勤儉力行、協同一致、奉仕一貫という「グリコ七訓」を後継者たちに残して、利



現在の道頓堀グリコサイン

一翁は、1980(昭和55)年に97歳で没した。その後の同社は、みんなで「グリコ七訓」を推進しながら、セブentyーンアイス、レトルトカレー、粉ミルクの「アイクレオ」、シニア向けの低カロリー食品、などに商品領域を広げ、総合食品メーカーとしての道を歩み続けている。

※本稿の執筆に当たっては次の資料を参考にしました。江崎記念館 Web-VR (<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/ezakikinenkan/>) / 宮本又郎著『日本の企業家12・江崎利一』(PHP, 2018)

取材・執筆 山口 幸正 (やまぐち ゆきまさ)

《プロフィール》

外資系食品製造業人事部勤務の後、産業教材出版業勤務。全国提案実績調査を担当し、改善提案教育誌を創刊。1985年に独立し創意社を設立、『絵で見る創意くふう事典』『提案制度の現状と今後の動向』『提案力を10倍アップする発想法演習』『提案審査表彰基準集』『改善審査表彰基準集』『オフィス改善事例集』などの独自教材を編集出版。40年にわたって企業・団体の改善活動を取材。現在はフリーライター。

●創意社ホームページ <http://www.souisha.com> 「仕事の事典」をネット公開中