偉大な先人に学ぶ日本ビジネス道（第21回）

道頓堀の名物看板に見るグリコ、江崎利一の発想力

2018.02.14



大阪・道頓堀にあるグリコの看板「グリコサイン」を知らない人は、ほとんどいないでしょう。大阪城、通天閣と並ぶ大阪三大スポットの1つという声も聞かれるほどで、看板がよく見える戎橋（えびすばし／通称ひっかけ橋）ではひっきりなしに観光客が写真を撮っています。一企業の看板がこれほどの観光スポットになるというのは、かなりまれなケースではないでしょうか。

現在のグリコサインは6代目。歴代それぞれが名物として親しまれてきました。1935年に初めて設置された初代の看板は、高さが33メートルもある巨大なもの。これで一躍、大阪ミナミの名物になりました。

戦後に再建された2代目は特設ステージ付きというユニークなもの。当時は演奏会や漫談などの催しを開いていたそうです。1963年に作られた3代目は中央から12トンの水が噴き出して人々を驚かせました。陸上競技場を背景とした4代目、大坂城や海遊館などが描かれた5代目と続き、2014年には14万個のLED照明を使った6代目が登場しました。

グリコサインは、ユニークなアイデアで人々の耳目を引きつけ続けてきたからこそ、大阪で有数の観光スポットになっているのです。そして、このアイデアで人々を引きつけるというのは、江崎グリコの創業者である江崎利一が得意としたところでした。

グリコキャラメルに込めた思いとアイデア

利一は1882年に佐賀県で生まれました。幼少の頃から家業の薬種業（薬を調合・販売する店舗／薬種商ともいう）を手伝い、商売を実地で学んでいきます。高等小学校を卒業すると、家業を手伝う傍ら独学で勉強を進めました。

また、近所の寺子屋の師匠・楢村佐代吉を訪ね、教えを請うています。「商売というものは、自分のためにあるとともに、世の中のためにある。商品を売る人はモノを売って利益を得るが、買う人もまたそれだけの値打ちのものを買って得をする。共存共栄がなかったら、本当の意味の商売は成り立たない」。佐代吉から受けたこの教えは、「事業即奉仕」としてその後の利一の事業を支える哲学となります。

利一が19歳の時、父が死去。家業の薬種業を引き継ぎ、本格的に事業を手掛けることになりました。30代に入ると、当時日本で流行し始めていたワインに注目し、たるに入ったワインを仕入れて瓶に詰め替えて販売するビン詰葡萄酒販売業を開始。この事業が大当たりとなり、事業家として成功を収めます。この成功も「ワイン」と「瓶詰め」を結びつけた利一のアイデアによるものですが、その本領が発揮されるのはこの後のことになります。

ある日、利一が行商していると、筑後川下流の土手で漁師たちが大釜でカキを煮ているのを見かけました。「エネルギー代謝に重要なグリコーゲンが日本の貝類、特にカキに多く含まれている」という新聞記事を思い出した利一は、漁師に煮汁を分けてもらい、九州帝国大学付属医院に分析を依頼します。すると、グリコーゲンの他にもカルシウムや銅分が含まれていることが分かったのです。

翌年、彼の長男が腸チフスにかかってしまいます。医者もさじを投げるほどの重症でしたが、医者と相談のうえカキのエキスを与えたところ、効果があり、なんと無事に回復します。「息子を救ってくれたグリコーゲンを広く世に役立てたい。グリコーゲンを一番必要とするのは子どもだ」。… 続きを読む