

老舗企業に学ぶ

ものづくりの遺伝子が生き続ける「百年企業」
安心・安全を基本理念に新事業に果敢に挑む

不易糊工業株式会社(大阪府八尾市)



日本には大小合わせて420万もの会社がある。このうち創業百年以上の老舗企業は、約2万社。今年、創業124年を迎えた不易糊工業株式会社は、その「百年企業」の1社として、経営環境の変化による困難を乗り越え、次の百年に向けた新たな挑戦を開始している。 梶田安彦社長に、今後の成長戦略を伺った。

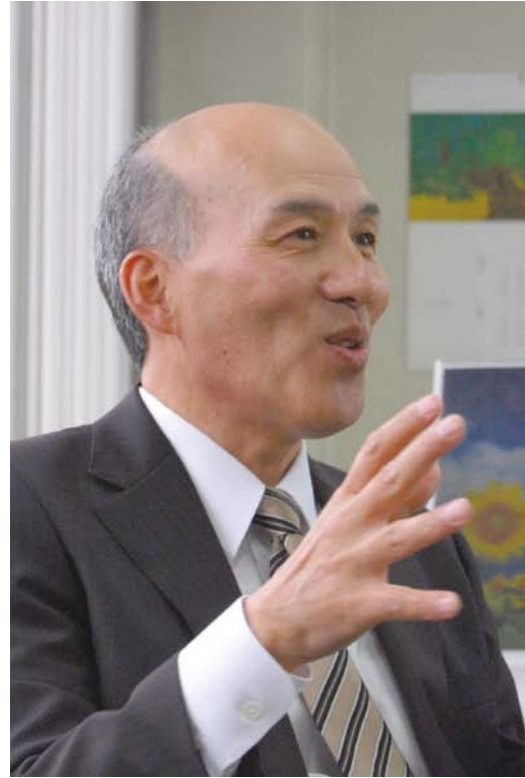
115年前に誕生 腐らないでんぶん糊「不易糊」

社名 不易糊工業株式会社
本社 大阪府八尾市竹洲東2-62
代表者名 代表取締役社長 梶田安彦
資本金 3,000万円
従業員 80名
事業内容 でんぶん糊や墨汁などの文具用品の製造販売
創業 明治19年(1886年)
ホームページ <http://www.fueki.co.jp>



当社人気キャラクター「フエキくん」の絵が掲げられた本社入口

幼 稚園児や小学生にとって、鉛筆や消しゴムとともに欠かせない文具のひとつが「でんぶん糊」。この「でんぶん糊」を日本で最初に製造販売したのが、不易糊工業の前身の「足立商店」だ。足立商店の創業は明治19年。「なにしろ坂本龍馬が暗殺されてから20年足らずの時代ですから、あまり詳しい資料は残っていないのです」と梶田社長。



代表取締役社長 梶田 安彦(かした やすひこ) 1952年生まれ、大阪府出身。'74年に近畿大学法学部中退後、不易糊工業株式会社に入社。営業部に配属後、西日本各地を担当。その後、営業本部、総務、財務、経営企画室、人事などを経て、'08年に代表取締役社長に就任。

糊をつくったその人だ。障子やふすまの張替えに使うコメでつくった「姫糊」はすぐに腐ってしまう。「なんとかならないか」と近所の主婦から相談された恒次郎は、気軽に引き受けた。しかし、「腐らない糊」をつくるのはそう簡単ではなかった。 困り果てた恒次郎が訪ねたのが、地域産業の振興や起業家の発明考案を助ける役割を担っていた大阪府立商品陳列所だった。恒次郎の相談を受けた同所の所長が、たまたまドイツ出張からホルマリンを持って帰国したばかりだったことが幸いした。ホルマリンは、でんぶん糊に必要な、①粘弾性②防腐蚀性③耐老化性④耐液化性の4つの特性を可能にするいわば「万能薬」だった。ホルマリンを使ったらどうかという助言を得た恒次郎は、明治28年、「腐らない糊」の開発に成功し、「不易糊」と名づけた。

「不易」とは、中国戦国時代末期の思想家、荀子の言葉「萬世不能易也」からとったもので、「永遠に変わらないもの」という意味がこめられている。この商品名は、足立商店が大正13年、株式会社に改組したときに「不易糊工業株式会社」という今日まで続く社名にもなった。 梶田社長は、「理系の感性を持ち、好奇心と進取の精神にあふれていた足立兄弟は、化学や技術やものづくりが大好きだった。儲かる、儲からない目は中になかったのでは」と創業者に思いをはせる。 時代は大正から昭和へ、そして第二次世界大戦を経て戦後へと移り変わるが、腐らない不易糊はよく売れ、でんぶん糊のブランドとして成長していく。戦前から昭和40年代にかけては、大阪の新歌舞伎座や名古屋の御園座に何百人もの小売店主を集め、「ありがとっさん会」と称する謝恩観劇会を毎年開催していたという。 そんな当社にも転機が訪れる。



メイン商品のフエキ糊

脱ホルマリンで安心・安全イメージを確立、新分野へ

昭和 40年代に入って全国で公害問題が表面化した。同社は、いち早く公害を未然に防ぐ措置をとったものの、不易糊の主成分であるホルマリンにも発がん性の疑いが指摘されるようになった。

ホルマリンを使わずに、でんぷん糊に必要な4つの特性を得るための研究が始まった。「子供たちが使うからには、安心・安全なものにしなければならぬ」。その思いから地道な研究を積み重ね、現在のコーンスターチ系無ホルマリン不易糊が完成する。研究を始めてから実に17年が経っていた。

その後、少子高齢化という逆風の中でも、様々な商品開発を続け、文具の分野でラインナップを増やしていった。

平成20年社長に就任した梶田社長は、ヒット商品を目指して、まずは、「どうぶつ」を始める。そして、「どうぶつ」に気づいた。

「どうぶつ」は、多いときには年間100万個が売れ、35年間で年間平均50万個売れた。単純計算で1千750万人の子どもの親が目にしていくことになる。弊社のシンボルになるはず。どうぶつどうぶつりの

容器を活かした犬のキャラクター「フエキくん」が生まれた。

このフエキくんは、「安心・安全」という同社のイメージと重なりあつて、人気のキャラクターとなった。

もう一つ梶田社長が20年も前から温めていた構想が、化粧品事業への参入だった。糊の原料であるでんぷんに含まれる成分は、保湿効果に優れ、化粧品に活用できると考えていたのだった。

こうして、平成20年10月に、フエキくんをデザインした容器で「なかよしハンドクリーム」の製造を開始した。そして、当初想定していた販売数量

不易糊工業略年表

明治19年	19代目足立市兵衛、不易糊工業の前身の足立商店創業
明治28年	「腐らない糊」の開発に成功、不易糊と名付ける
明治43年	輸出用ABCスタンピング、海綿タイプの「ABCアラビア糊」製造開始
大正13年	不易糊工業株式会社に改組
大正14年	墨の液状化に成功「不易墨汁」の製造販売開始
昭和40年代	ホルマリンに発がん性の疑いが指摘される
昭和50年	どうぶつりの発売
昭和56年	無ホルマリンの不易糊の生産が始まる
昭和61年	コーンスターチ系無ホルマリン不易糊の生産が始まる
昭和63年	固形の「フエキ スティック (STICK)」を発売
平成元年	わが国最初の固形修正ペン「イスク(EASK)」を発売 固形紙めくり「カミクール」を発売
平成6年	固形(リップ)タイプくつした止め「ソックスグルー」発売
平成11年	キラキラ光るマーカータイプの絵の具「ラメアート」を発売
平成20年	どうぶつりのキャラクターを「フエキくん」とする化粧品事業へ参入 なかよしハンドクリーム発売



防音対策を施した専用機械を使って、中身を容器に充填する。



原料のコーンスターチを加熱・攪拌して作られるフエキ糊。独自の技術と微妙な調整を経てできあがる。

強さの秘密は「社長も社員も不易ファン」

「わ れわれには、これまで安心・安全な商品を作り出し続けてきた自負があり、これからも人に喜んでもらえるものづくりが必ずできるはずだという自信がある。足立兄弟の基礎技術の研究を大事にし、新しい事業に積極果敢にチャレンジする

精神が遺伝子のように生き続けているからだ」と語る。

梶田社長は、これまで蓄積された糊の製造技術とキャラクター「フエキくん」等を活用し、「4つの新事業」に取り組んでいく方針だ(左の図)。梶田社長がこつした新事業に力を

不易糊工業の「4つの新事業」

①化粧品

「なかよしUVクリーム」、温泉水配合の「なかよしハンドクリームT」など。ハンドクリームのほかにも、若い女性向けにスティック状の固形香水の製造も。



②「フエキくん」をキャラクターにしたライセンス事業

腕時計、タオル、くつ下や入浴剤、マグカップにいたるまで、様々な商品とのライセンス契約を結んでいる。



③3次元画像(3D)シート製作

3次元画像をプリントするためのレンチキュラーレンズに、特殊な糊剤をコーティングして、3D画像を手軽に印刷できるようになった。



④デザイナー文具

ボールペンをはじめとしたデザイン性の高い文具を製造し、全国300余りのセレクトショップで販売している。ホームセンターなどで販売する筆記具をOEM(相手先ブランドによる生産)で供給してきた製造技術によって可能になった。



老舗企業に学ぶここがポイント

- 1 創業者が抱いていた「好奇心と進取の精神」を持ち続ける
- 2 安心・安全を基本理念に人に喜んでもらう商品をつくる
- 3 社長も社員も自社のファン

入れる大きな理由は、「小売店が疲弊したら社会も元気がなくなる」という思いがあるからだ。文具店であれば、平成4年頃には約3万7千店だったが、平成20年には約9千店へと激減しているという。少子化やインターネットの普及が原因だ。同社もその時代の変化の荒波をまともに受けた時期があった。

しかし、梶田社長は次のように話す。「業界は非常に厳しい状況に置かれている。われわれは不易糊でこの業界に参加し、百年生き延びさせていた。今度は、次の百年で新しい商材開発をすることで、ご恩返しをしたい。ゼロからものをつくる

を大きく上回るヒット商品となった。容器に描かれているフエキくんの優しいイメージに加えて、「でんぷん糊メーカーが作っている化粧品であれば、安心して使える」というユーザーの声を得ることに成功したのだった。

これを皮切りに、密閉性に優れたスティック糊のノウハウを活かした固形香水の製造も手掛け、若い女性向けにネット販売を開始した。

同社では、3年半ほど前から、「従業員持ち株会」をスタートさせている。「おそらく金利ゼロの預貯金のようなもの」であるにもかかわらず、今はこの従業員持ち株会が同社の筆頭株主なのだ。「私がいちばんの不易ファンだと思っていたが、社内には、私以外にも不易ファンがたくさんいたということ。当社の強さはここにある」と笑顔で話す梶田社長は、ものづくりの伝統を次世代に伝えていく覚悟だ。

(ライター 齋藤 則教)