

## アントレプレナー 会社を設立してイベントを企画しよう

社名にはそれぞれの会社の思いが込められています。以下にいくつかの会社の歴史と社名に関連する話をまとめました。

みなさんはこれからイベントを企画し、ポスターを作成します。ポスターにはそのイベントを企画した社名が入ります。社名がポスターを見る人の感じ方を左右し、イベントの成否を決めるかもしれません。ちょっと大げさかな…。

社名を考えるときの参考にしてください。なお、これらの話は佐賀新聞に連載中の「創業物語」からの引用です。

### ぺんてる

家業の筆、墨、色紙等卸問屋を受け継いだ堀江幸夫は、一九四六年に発展的に改組して「大日本文具」を設立し、社長に就任。「新しい日本をつくるのに最も必要なものは教育」と考え、クレヨンや絵の具など学用文具の開発・製造・販売に乗り出した。

五一年に従来のパステルの常識を覆し、顔料止め液が不要の新商品を開発。ペインティングが可能な「ペン」と、発色も美しいパステルの「テル」を合体させて「ぺんてる」と名付けて発売した。七一年には同社発展の契機となったこの商品名を社名にしている。

さらに「ペン」プラス「筆」の書き味をもち、第四の筆記具と言われた「サインペン」を発売。米国の当時のジョンソン大統領が年頭教書のサインに使用するなど、世界中で爆発的なヒットとなって、有力文具メーカーとしての地歩を固めた。

### カルビー

広島市で菓子・水あめなどを製造していた家業を受け継いだ松尾孝は一九四九年、株式会社に改組して社長に就任。六年後に小麦粉からあられを製造する技術の開発に成功し「かっぱあられ」を売り出した。

当時、人気のあった故清水崑氏の漫画「かっぱ天国」にちなんだもので、同氏のかっぱのデザインをシンボルキャラクターに採用。この年には社名も松尾糧食工業からカルシウムの「カル」とビタミンB1の「ビー」を組み合わせた「カルビー製菓」に変更した。松尾は幼少期に近所の川でとった小エビのかき揚げの味が忘れがたく、「なんとか菓子にできないか」と研究を重ね、六四年に「かっぱえびせん」を発売。これが爆発的なヒット商品となり、経営の基盤を固めた。その後ジャガイモを原料にしたスナックなども開発、七三年から現社名。

### ゼブラ

文明開化に伴い商売の記録は、毛筆で書く大福帳からペンを使っただの簿記に変わった。しかし当初は鋼ペン先を作る技術が国内に無く、輸入に頼っていた。

幼少のころから物をつくるのが好きだった石川徳松は「これからは鋼ペン先の需要がどんどん伸びる」と予測し、勤めていた砲兵工廠を退職して自宅で国産化の研究に着手。「石川ペン先製作所」を創設し、文献も資料もない中で試作を繰り返した末、一九〇二年に「アンソン・イリス」の名称で売り出した。

その後、たまたま読んだ洋書で「ゼブラ（シマウマ、斑馬）」の文字に出会う。「斑」は「王」と「文」の組み合わせでペン先を扱う企業にふさわしいし、ゼブラという動物は群れをなして団結力があるというので、社名を変更。一四年に登録商標とした。

### サンヨー食品

造り酒屋に生まれた井田文夫は、長男の毅（現相談役）らと一九五三年、前橋市に乾めん製造の「富士製麺」を創立した。戦後の物資不足が食品業界の重しだったが、北関東は有数の小麦産地であり、小麦の統制が解除されてめん類の営業が自由になったためだ。

その後、乾めん専業からの脱皮を模索していた毅は、簡便化の風潮で当時流行し始めたインスタントラーメンに目を付ける。六一年にめんのインスタント化に成功。現在の社名に変更して新たな船出をした。だが販路もなく、下請け生産の苦労を味わった。

二年後に初の自社ブランド商品「ピヨピヨラーメン」を発売。既に大手四社のシェアは固かったが、温泉旅行付きセールなどの努力で販路を拡大した。ご当地ラーメンの元祖「長崎タンメン」（六四年）、「サッポロ一番」（六六年）が大ヒット。七一年に売上高で業界首位に立つ原動力となった。

### キューサイ

小さいころから「日本一の商人になる」という夢を持った長谷川常雄（現社長）は三十歳で脱サラ、夫婦で博多駅前に菓子屋を始めた。冷凍卵焼き事業も開始、軌道に乗ったばかりの四十五歳で脳血栓で倒れた。退院後も後遺症に悩み、人に勧められ青物野菜の青汁を一日一盃、三日間飲み続けた。すると目まいと吐き気が消えた。

「これだ」と飛び付き試行錯誤の結果、キャベツと同じアブラナ科のケールという野菜にたどり着いた。ケールの種を農家に栽培してもらい、搾った青汁は冷凍卵焼きの技術を使って冷凍し、全国に配送する直販部門「キューサイ青汁」が一九八二年にスタートした。

九五年に「キューサイ」と改称。現在三十五万世帯で愛飲され百社以上の青汁生産者の中でトップを独走している。

### ユニ・チャーム

一九六二年、米国へ経済視察に出掛けた高原慶一郎（現会長）は、スーパーで女性が気軽に生理用ナプキンを買う姿を見てショックを受ける。日本では薬局で客がこっそり買うものだったからだ。「これや」。ひらめきが走った瞬間だった。

独立起業の思いが強かった高原は前年、防火建材を製造する「大成化工」を設立。会社は順調だったが、「経営者として知恵と情熱を注ぎ込む商品は別にあるはず」との満たされない思いが付きまとった。生理用ナプキンとの出会いは人生をかける商品の発見だった。

六三年、早くもナプキンの製造販売を開始したが、先行メーカーの力は圧倒的。「使いやすさ」の追求とスーパーなどへの販路開拓に力を注ぎ、シェアトップとなったのは八年後だった。七四年に現在の社名に変更。その後も「チャームナップミニ」などヒットを連発し、紙おむつ、大人用失禁製品などへ事業を拡大した。

### 伊藤園

創業者の本庄正則（故人）は三十歳で自動車販売会社のセールスマンを辞め、実弟の八郎（現社長）らと食品販売事業を始めた。二年後の一九六六年、取扱商品の中で利幅が厚かったお茶の販売に特化することを決意、静岡市にフロンティア製茶を設立した。

量り売りが常識だった当時、百<sup>円</sup>パックのお茶をスーパーを中心に販売する戦略が成功。六九年、取引先の老舗お茶問屋から譲り受けた商号の伊藤園に社名変更し、製茶工場が完成した七四年にメーカーとして本格的なスタートを切った。

八一年発売の「缶入りウーロン茶」、十年間の開発研究を経て八五年に発売した「缶入り緑茶」が大ヒット。清涼飲料水業界に無糖飲料市場をつくるきっかけとなった。二〇〇

一年に米法人を設立，米国での緑茶普及を通じた世界規模での市場拡大にも取り組んでいる。

#### JTB

明治時代末，鉄道院営業課長の木下淑夫は日本が英米から文化水準の低いアジアの小国と見られていることを残念に思い，外国人客を誘致して実際に日本を見てもらうのが一番と考えた。国際親善に加え，日露戦争後の国際収支改善にも役立つとして，外国からの観光客誘致の機関設立を政府に進言した。

一九一二年，鉄道院が中心となりホテル，商社などの協力も得て外国人旅行客あっせん機関「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」が鉄道院内に発足。

第一次世界大戦後の激しいインフレで経営が苦しくなり，常務理事を務めていた木下は自主財源確保の方策を提案。鉄道乗車券や遊覧券販売，外国との小荷物や電報取り扱いなどで収入増を図った。

戦後は財団法人「日本交通公社」に改称。六三年に財団から分離し株式会社を設立，旅行業最大手として事業展開している。二〇〇一年から現社名。

#### 不二家

一九一〇年，古物商に奉公していた藤井林右衛門が横浜・元町に外国人を主な客とする小さな洋菓子店を開いたのが始まり。日本で洋菓子はまだなじみがなく，藤井は一二年，米国に渡り，アルバイトをしながら喫茶店事情，さまざまな菓子の作り方を学んだ。帰国後は，シュークリームやショートケーキを発売。店舗を銀座などへ拡大していくとともに，洋菓子が日本人に親しまれていく素地をつくった。

第二次世界大戦で多くの店舗を失ったが，焼け残った一基のボイラーを手掛かりに，水あめと練乳の製造を開始。この二つの材料で「誰も手をつけていない独特の味を」と試作を重ね，五一年に発売したのが「ミルクィー」だ。「ママの味」とのキャッチフレーズとともに大ヒットし，同社が洋菓子店だけでなく，メーカーとしても飛躍するきっかけになった。

#### ロッテ

早稲田高等工学校で油脂や化学を学んだ重光武雄は，専門知識を生かそうと一九四八年，チューインガムを製造・販売する社員十人の小さな会社を創設。社名は，誰からも愛される会社になりたいと，ゲーテの名作『若きウエルテルの悩み』のヒロイン・シャルロッテの愛称「ロッテ」とした。

大正時代に米国のメーカーがガムを売り出したが，人前で口を動かすのは礼儀作法に反するとほとんど売れなかった。しかし，戦後に米国文化が急速に受け入れられていくのを見て，米国菓子の象徴ともいえるガムは今後伸びるに違いないと考えた。

箱入り風船ガムや天然チクル入り板ガムと，次々と斬新な商品を開発して事業を拡大。中でも五七年に売り出した葉緑素配合で脱臭・殺菌効果のある「グリーンガム」は大ヒットとなり，総合菓子大手へ躍進する基礎を固めた。

#### 江崎グリコ

佐賀市を中心に薬種やぶどう酒の販売業を営んでいた江崎利一は一九一九年三月，自転車有明海に面した町へ行商に向かう途中，漁師たちが大きな鉄鍋でむいたカキをゆでているのを見る。これが「運命的な出会い」となってキャラメルグリコは生まれた。

カキの煮汁には健康によいグリコーゲンが多く含まれている。なのに聞けば煮汁は捨ててしまうという。当時洋菓子の代表として人気急上昇中のキャラメルにグリコーゲンを入れて売れば、病気にかけにくい元気な子供が育つのではないかと思いついた。

名称はグリコーゲンを含んでいることから「グリコ」とし、二一年に大阪に「合名会社江崎商店」を設立、試験販売を始める。

二七年に豆玩具の「オマケ」を創案、二九年からは「オマケ小箱」にグレードアップして、長く続くヒット商品の基盤を固めた。

#### ヤクルト本社

京大医学部で微生物の研究をしていた代田（しろた）稔は、人間の腸内にすむ乳酸菌の中から強そうなものを選んで純粋培養し、さらに強化していく研究を繰り返した。その結果、一九三〇年に病原菌に強く整腸効果の高い乳酸菌の一種を強化培養することに成功。「ラクトバチルス・カゼイ・シロタ株」と命名された菌を使って製造した乳酸菌飲料がヤクルトだ。

三五年にヤクルトの販売を開始、「代田保護菌普及会」という販売組織が各地にできた。五五年、全国を統括するヤクルト本社を設立。毎日飲んでもらえるように、宅配するための婦人販売店システム（ヤクルトレディ）を導入し販売網の整備に力を入れた。

その後「ジョア」や「ミルミル」などの新製品を開発。食品や化粧品、医薬品などの分野にも進出し総合食品、医薬品メーカーに成長している

#### ベスト電器

テレビと洗濯機、冷蔵庫が「三種の神器」ともてはやされ始めた一九五六（昭和三十一）年、北田光男会長は、福岡市の中心部にわずか十坪のテレビの安売り店、「バーゲンセンター」を開いた。

第二次大戦後の混乱期に水道のパイプなどを扱う会社を設立し一時軌道に乗ったものの、納入先の炭鉱の相次ぐ閉山で倒産した。「二度と倒産はしない」と、背水の陣で取り組んだ北田は、在庫無しの現金取り引きを鉄則とした。

東京・秋葉原などで直接仕入れ、消費者への奉仕をモットーにして安売りしたため、爆発的な人気を呼び事業は拡大した。

メーカーからの圧力も乗り切り、その後、ベストな量販店という意味を込めてベスト電器と改めた。家電販売店としては初めて海外にも進出、国際展開も活発だ。

#### キヤノン

カメラ、複写機大手のキヤノンは、一九三三年創設の精機光学研究所が始まり。吉田五郎ら若手技術者がドイツの高級カメラに負けない製品を作ろうと、現在の東京都港区に設立。後に社長になる御手洗毅は、当時医師だったが、日本にも精密工業が必要との技術者の情熱に共感し、資金面で協力した。

日本初の35mm高級カメラの試作機は「カンノン」と名付けられた。吉田が観音信者のためだが、近代的な高級カメラのイメージに合わないことから、三五年に「キヤノン」に変更した。第一号の「ハンザキヤノン」は三六年から本格的に販売され、評判になった。企業として発展するのは戦後で、御手洗社長の下、高級カメラの生産を再開。社名も「キヤノンカメラ」に変え、価格を抑えた中級品も投入、売り上げを伸ばした。さらに事務機器にも進出、一段と業容が拡大した。

## YKK

YKKは一九三四年、東京・日本橋に設立した「サンエス商会」が始まりだ。創業者の吉田忠雄氏は当時、二十五歳。富山県から上京後、働いていた貿易商が廃業、その事業を一部引き継ぎ、ファスナーの加工、販売を手掛けた。

十九歳と十四歳の二人の少年含めわずか三人でスタート。三八年に「吉田工業所」に改称し従業員を増員、輸出に力を入れ、兄二人も事業に加わった。

第二次大戦時の統制経済、外国による対日経済制裁で、戦後、経営は苦境に陥ったが、窮地を救ったのが米国製のファスナー生産機だった。高額投資のため、他社が二の足を踏む中で、品質向上には米国製機械の導入が不可欠と判断した。

製品に表記してきた「YKK」を九四年に正式に社名にした。業容は順調に拡大し、海外五十四カ国で現地生産、世界の五 %以上のシェアを誇るファスナーのトップ企業に成長した。

## TOTO

水回り商品の大手メーカーTOTOは、陶磁器製造に従事していた大倉和親が一九一七年、中国や東南アジアへの輸出を視野に入れて現在の北九州市に「東洋陶器」を設立したのが始まり。

大倉は明治時代に訪欧。日本でも洋風建築の普及に伴い、陶製の便器や洗面器具などの需要が増えると予想し、こうした衛生陶器の国産化を目指した。ただ、それだけでは経営のめどが立たなかったこともあり、食器なども製造した。

衛生陶器については当時、欧州をリードしていた英国の製陶法を取り入れたものの、第一次大戦後の不況などから、生産はなかなか軌道に乗らなかった。

しかし、関東大震災により、食器や衛生陶器の需要が一気に増加。特に、耐震のため近代建築技術の導入が盛んとなり、こうした製品の普及が進んだ。これにより同社の業績は好転。その後も技術革新やアジアへの輸出などにより、事業を拡大した。

## 日産自動車

日産自動車の前身は、持ち株会社「日本産業」を頂点に多くの傘下企業を有した日産コンツェルンの総帥、鮎川義介氏が一九一一年に設立した「戸畑鑄物」だ。

二三年ごろの日本の自動車市場は、ゼネラル・モーターズなど米国メーカーがほぼ独占した状態。自動車産業の将来性に注目した鮎川は二八年ごろから戸畑鑄物で自動車部品の製造を始め、その後乗用車生産の草分け「ダット自動車製造」を吸収合併した上で三三年に「自動車製造」を横浜市に設立。翌年、社名を日産自動車に変更した。

日本企業にとって未知数の自動車製造に乗り出した鮎川を支えたのは「米国車に対抗する立派な国産車を」との強い思いだった。

また、鮎川は進出の理由を「国家的事業なのに政府がやらないから」と述べている。日産は車台から車体まで一貫生産する年産五千台規模の日本初の工場を三五年、横浜に建設し「ダットサン」の量産が始まった。

## ソニー

創業者の井深大は、早大在学中から「走るネオン」などを考案、特許も持つ発明青年だった。

戦後の一九四六年、東京・日本橋のビルの一室に「東京通信工業」を設立。「他社の追随を許さぬ独自製品」（設立趣意書）の理念を掲げ、経営陣に旧知の元海軍技術将校、盛

田昭夫を招いた。

五〇年には日本初のテープレコーダーを発売。ラジオ用にトランジスタの量産に成功し、日本の半導体産業の草分けともなった。五八年には社名を「ソニー」に変更。盛田と二人三脚で、電気技術のベンチャー企業を世界的メーカーに育てた。

その後も高画質テレビや「ウォークマン」「プレイステーション」など独創性あふれる世界的なヒットを連発。米映画会社買収でコンテンツ分野に事業を広げ、保険や銀行で金融にも参入した。

#### ホクト産業

長野市の食品問屋を二十三歳で退職した水野正幸（現社長）は、一九六四年六月に起きた新潟地震により、長野県北部の農家でエノキタケ栽培用ガラス瓶が破損したと聞き、「割れない瓶」の開発を思い立った。

翌月、食品トレーや肉、魚用紙袋などを扱う包装資材販売会社「デラップス商事」を設立。六七年にはポリプロピレンを原料としたキノコ栽培瓶を商品化し、新潟や仙台などに営業拠点を拡大していった。

その後、新聞で北海道歌志内市のキノコ農家が火事で焼けたことを知って再建用資材の売り込みに行ったところ、地元から誘致の申し出があり、北海道でのキノコ栽培に乗り出した。

当初はヒラタケやエノキタケ、ナメコなどを手掛けて栽培技術を蓄積。七二年、北斗七星にちなんだ「ホクト産業」に社名を改め、キノコ生産を本格化するとともに、新品種の研究開発に力を注いだ。

#### キッコーマン

会社発祥の地である千葉県野田市でしょうゆ醸造が産業としての基盤を確立したのは、業者の組合である「造醤油仲間（つくりしょうゆなかま）」が成立した江戸時代だった。明治時代に入り、しょうゆの需要が急増し増産の動きが活発化。各地のメーカーとの競争が激化するとともに仲間うちの和も乱れがちとなった。

このため、一九一七（大正六）年、茂木・高梨を中心とした八つの醸造家が合同し、野田醤油株式会社が発足した。個人経営から株式会社に移り、当時の全国シェアは8%だった。

その時の初代社長が六代茂木七郎右衛門。七郎右衛門は、野田醤油醸造組合のトップとして野田の業界振興に功績があった。

現在の社名の由来は千葉県にある「亀甲山（きっこうざん）香取神宮」の山号の「亀甲」と「亀は万年」という言い伝えを重ね合わせたものだ。