



NAVI 対談

総合衛生企業から健康創造企業へ

「自社の製品が世界中で親しまれ、愛され、人々の健康に役立ちたい」

創業から130年近くの現在も変わる事のない金鳥の商標に託された夢とともに、次の150年目に向け、より快適な暮らしを目指して新しい一歩を踏み出す大日本除虫菊株式会社の代表取締役 上山直英氏に、同社の歴史と戦略を語っていただいた。

大日本除虫菊株式会社 代表取締役社長 上山 直英氏



聞き手 / 国際経済交流サポートセンター 一般社団法人 代表理事 米田 建三

除虫菊との運命的な出会い

米田 御社は明治18年創業と大変古い歴史がありますが、創業者の上山英一郎氏と創業初期について教えてください。

上山 英一郎は和歌山県有田郡で300年以上続いたみかん農家の七男で、私の曾祖父にあたります。



大日本除虫菊株式会社 創業者
上山英一郎氏

曾祖父は家業を手伝うより自分で事業を起こしたいと単身上京して、慶應義塾に入り福澤諭吉の薫陶を受けました。しかし脚氣をわずらって帰郷。明治18年にみかんを外国に売る仕事を始めたんです。翌年、恩師の福澤諭吉からH・E・アモア氏を紹介されます。アモア氏はアメリカの植物会社の社長で、珍しい植物を探すために日本に来ていたのです。英一郎はアモア氏に自慢のみかんの苗を提供します。帰国したアモア氏から、お礼にと送られてきた種の中に、除虫菊の種が入っていました。

これが弊社の運命を大きく変えることになりました。除虫菊というのは、ユーゴスラヴィア（現セルビア共和国）原産のマーガレットに似た白い花の咲く植物です。欧米では乾燥した除虫菊を粉末にして、床など



上山 ええ、まず大きかったのは化学合成殺虫成分の出現ですね。弊社では世界で初めて除虫菊の天然成分である「ピレトリン」の立体構造を解明することに成功しました。昭和31年頃からは化学合成の殺虫成分での生産に徐々に切り変わりましたが、天然成

るべきである」という言葉からきています。明治43年に商標登録し、業界の先駆者としてすべての面を他を圧倒する存在となることを目指し、小さくてもトップを走れ！という創業者の気持ちが進められていまして、常に品質、信用、経営のどの角度から見てもナンバーワンである事を追求しています。



尾道市立美術館南斜面の除虫菊畑

米田 そんなところにセルビアとのご縁があったのですか。それで上山社長はセルビア共和国の名譽総領事を務めておられるんですね。



上山 最初は曾祖父の英一郎が名誉総領事になったんです。当時は世界の除虫菊生産のシェアが、日本7割、ユーゴスラビア3割だったそうです。それ以来ずっとお付き合いが続いていて、私も平成16年から名誉総領事を務めています。たしか米田さんと最初にお会いしたのは「日本セルビア交流協会」でしたね。

米田 ええ、ちょうど私が衆議院議員をしていたころ、ユーゴスラビアが国際世論の批判にさらされていたんです。しかしバルカン半島の問題は複雑なからんだ歴史があつて、そんなに単純なものではないと考えていた私は「ユーゴスラヴィアの平和を考える会」を立ち上げました。2



003年には当時の小泉首相の親書を届けにも行きました。そんな関係で現在も「日本セルビア協会」を通じて経済的支援活動を続けているんです。

世界初、渦巻き型蚊取り線香の誕生

米田 ところで「金鳥の夏」というフレーズで有名な蚊取り線香ですが、その開発にもたいへんな苦労があつたとお聞きしましたが。

上山 最初は粉末にした除虫菊をノミ取り粉として販売していたんですが、蚊を退治するため火にくべる方法として線香に除虫

菊の粉を練り込むことを思いつきました。しかし線香の作り方が分からず、堺（大阪府堺市）から線香職人をヘッドハンティングしたそうです。当初は棒状の線香だったため、燃焼時間が短いという欠点がありました。そんな時、英一郎の妻ゆきが渦巻き型にすることを思いつきました。こうして世界初の渦巻き型蚊取り線香が、明治35年に発売されました。着想から発売までに7年もの歳月を要しましたが、その後100年以上も通用する商品となったのです。発売当初は2本ずつ一度に巻き付けるという作業を、すべて人の手で行っていたんですよ。大正2年には液剤（後のキンチョール）でも特許を取得しました。



発売当初は一度に2本ずつ手巻きで作っていた（昭和28年）

米田 「金鳥」の商標名があまりにも有名で、正式社名が「大日本除虫菊株式会社」だと知らない方も多いのではないのでしょうか。

上山 そうですね。消費者にはブランド名の「KINCHO」の方が浸透していますね。「金鳥」は、中国史上初の歴史書『史記』の「蘇秦伝」にある「鶏口となるも牛後となるなかれ」（屈して牛の尻尾のように生きるよりも、小とは言え、鶏の頭に成

なるスプレー）も新シリーズで展開しております。おかげさまで好調です。新しい商品の開発にチャレンジし続けることも大切ですが、定番商品も改良を繰り返す「手塩にかけて」育てているんですよ。キンチョールなども中身は発売当初のものとは違っています。それがなければ、こんなに長くお客様のご支持はいただけないでしょう。

伝統的な宣伝戦略

米田 御社は、たいへんユニークで斬新なCMでも知られていますね。

上山 ええ、これは弊社の昔からの伝統でしょうね。大正から昭和にかけて、美術品のような多色刷りのポスターを作ったり、懸賞付きの広告を打ったりと、いろいろなことをしています。



戦前ポスター ロシア語

「タンスにゴン」などはCMの効果で売上が約5倍になったのですよ。私が専務として広告を担当していた頃も、まずは知ってもらわないと買ってもらえない、と大胆で個性的なCMにもゴーサインを出しました。やはり広告は、何かに引っかかってくる

分と類似の化合物なので、安心してお使いいただけるのだと自信を持っています。また、スーパーマーケットの台頭も転機となりました。というのは季節商品である蚊取り線香だけでは商売が難しくなってきたのです。スーパーの店頭に並べるために年間商品が必要となり、化学雑巾「サッサ」など殺虫剤以外の製品開発が行われ、現在に至っています。

新しい商品の開発にチャレンジし続けることも大切ですが、定番商品も改良を繰り返し「手塩にかけて」育てているんですよ。



2007年に発売した「虫コナーズ」シリーズ

米田 御社は次々と新しいものを開発されていますが、最近のヒット商品を教えてください。

米田 御社は次々と新しいものを開発されていますが、最近のヒット商品を教えてください。

上山 2007年に発売した「虫コナーズ」シリーズが弊社の売上トップになりました。

これは家の外から虫が入って来るのを防ぐのですが、メタボ対策のように「あらかじめ予防する」という考え方が、世間で定着してきたことも人気を得た一因ではないかと思えます。また、昨年市場に投入した「蚊がいなく



タンスにゴン、「亭主で元気で留守がいい」は、新語・流行語大賞銅賞に選ばれた。



美川憲一さんとちあきなおみさんを起用したタンスにゴンCM

ものがないとダメだと思います。以前、美川憲一さんとちあきなおみさんを起用したCMを放映したところ、視聴者の方から「自転車で商店街を走ってはいけないのでは…」というご指摘を多数頂戴したことを覚えています。結果として、商品の認知アップと訴求インパクトは大きかったですね。

米田 御社は中国の広東省と上海、タイのバンコクと3カ所に工場をお持ちでしたね。アジア進出で頭を悩ませる中小企業も多いと聞きますが、先駆者としてのアドバイスはありますか。

海外では何をしたいか？を明確にする事。



2010年 和歌山県海南市に造った新工場

米田 電力不足を懸念した節電対策等、東日本大震災による影響は何かありましたか。

上山 消費者の節電意識や、クーラーの使用を控える影響で、蚊取り線香がよく売れていますね。それと、これは電力不足を予見してのことではありませんが、昨年和歌山県海南市に造った新工場に、大型太陽光パネルを取り付けました。おそらく和歌山県下では最大の規模だと思います。さらにリスク分散のために、拠点を東京と大阪に分ける企業も出てきましたが、私は海外にも分散する必要があると考えています。

米田 業界のリーディングカンパニーとして長く君臨してこられました。50年後、100年後はどのような会社になっていると思いますか。

上山 これからは、健康は自分で作り出す時代になってきます。弊社も感染予防から快適な生活環境を作り出す商品を提供できるように、ますます得意分野を広げていかなければなりません。暮らしのよきパートナーとして、お客さまのニーズを受け止められる企業でありたいと考えています。

米田 「総合衛生企業から健康創造企業へ」というメッセージを掲げていますね。

もし現地で販売したいなら決して妥協せず、オリジナリティの高いものを自信を持って売ることです。お国柄で、類似・模造品の問題も多々ありますが、それに振り回されることや、その国の事情に合わせ過ぎていては目的がブレてしまいます。とはいえ、人件費や原料コストの増加等、年々GDPを飛躍的に伸ばしているアジア各国の経済状況に対応していくのは正直大変ですね。

上山 我々は工場だけを進出させるのではなく、現地で合弁企業を設立して、技術そのものを輸出するような方法をとっています。海外進出にあたって大切にしているのは「向こうで何をしたいのか？」です。まずは、海外で作って日本で売るのか、その国で商品売りたいのかをはっきりさせることです。

01 対談者 Profile



国際経済交流サポートセンター 代表理事 米田 建三氏

1947年長野県生まれ。横浜市立大学商学部経済学科卒業後、徳間書店で週刊誌記者を務める。1987年、横浜市会議員に当選し、1993年に衆議院議員に初当選。以降、3期連続当選。北海道開発総括政務

次官、防衛庁政務官などを歴任し、小泉内閣では、内閣府副大臣を務めた。また、拉致問題にも精力的に取り組む。帝京平成大学教授を歴任後、平成22年5月に一般社団法人 国際経済交流サポートセンター 代表理事に就任。



大日本除虫菊株式会社 代表取締役社長 上山 直英氏

1951年大阪府豊中市生まれ。慶応大学卒業後、74年に三和銀行（現 三菱東京UFJ銀行）に入社。84年に大日本除虫菊株式会社入社。99年に代表取締役就任。

大日本除虫菊株式会社 PROFILE
本社所在地：〒550-0001 大阪府大阪市西区土佐堀1丁目4番11号
設立：1919年4月1日（創業1885年1月8日）
資本金：4億4000万円

上山 100年後も相変わらず殺虫剤を作っていると思います。衣料用防虫剤、各種洗浄剤など、生活環境を快適にするライオンナップを豊富にご用意することはもちろんですが、本業である害虫駆除についても新しい殺虫成分「シラフルオフェン」など、常に最先端の研究開発を行っています。

「自社の製品が世界中で親しまれ、愛され、人々の健康に役立ちたい」という創業当時と変わらず夢を形にし、これからも世界各国に発信していきたいと思っています。