



創業者・小林富次郎

序章

事業を通して 社会に貢献する

～ ライオン創業物語 ～

ライオンの口腔保健活動は、創業者・小林富次郎の「世のため、人のために尽くしたい」という熱い想いから生まれました。本章では、小林富次郎の波乱に満ちた人生と、ライオンの社会貢献活動の原点についてご紹介します。

禍福は糾える縄の如し

時代の荒波を超えて

1852年(嘉永5年)、酒造業を営む小林家の四男として生まれた小林富次郎。生来の努力家であり、事業の才能にも恵まれながら、その人生は激動の時代に翻弄される苦難の連続だった。20歳を過ぎた頃、軍用資金調達に懸命になっていた江戸幕府からの多額の税金で家業は没落。裸一貫で上京し、当時まだ新しかった石鹼業界に身を投じ、一時は会社の支配人になるも、明治政府の財政改革による不況で倒産。その後、知人の会社で働きながらマッチ事業の将来性に目を付け、果敢に宮城県の北上川沿いに工場を建設したが、1890年の大洪水ですべてを失った。さらに、マッチの軸木用に仕入れた大量の原木が洪水で下流に流され、橋や人家を破壊したと責められ絶望の淵に追い詰められる。失意の底で、いつそ川に身を投げようかと考えた富次郎だが、ふと頭に浮かんだ「鍛錬とは、当座は喜ばしいものではなく、悲しいものだが、後になるとそれで鍛え上げられた人々に、義という平和に満ちた実を結ばせる」という聖書の一節に助けられる。それは洪水の2年前にキリスト教の牧師から授かったものであり、富次郎はこの言葉を胸に捲土重来を期した。



酒造業を営んでいた頃の小林家。中段左から3人目が富次郎。

小林富次郎商店の創業

「ライオン歯磨」の発売

1891年に現在の東京都千代田区に開業したライオングループの前身、小林富次郎商店。



大洪水の悲劇のあと、富次郎は、工場の再生に取り組んだが、心労で病に倒れ、やむなく妻とともに東京に戻った。すると、富次郎の困窮ぶりに、かつての知人から支援の申し出があり、石鹼の原料などの販売を始めることができた。また病の癒えぬ身も顧みず、熱心に営業に歩くと、幸い石鹼業界には知り合いも多く、富次郎にも十分な知識があったので、商売は順調に伸び、ついに1891年（明治24年）に小林富次郎商店を開業するに至った。その後、事業拡大を模索するなか、当時、売れ始めていたハミガキに着目。すでに多くの競合商品があったが、今後、もっと多くの人がハミガキを使うようになれば、市場は何倍にも拡大すると考え新規参入を決断。専門知識が皆無であったため手探りのスタートになったが、専門書を読み漁り、知人の牧師から外国製ハミガキの製法を教えてもらい、寝食を忘れた懸命の努力の末、1896年にハミガキ第一号を発売。ドイツ製の原料と、英国製の香料を使用し、商品名は百獣の王ライオンから「獅子印ライオン歯磨」と命名。富次郎のアイデア溢れる宣伝や営業努力で、販売は年々増加の一途を辿った。

人は利欲のために生きるにあらず

算盤の聖者

1900年に発売された小林富次郎商店の「慈善券付きライオン歯磨袋入」。慈善券が袋の裏面に印刷されている。



39歳にして、ようやく成功を収めた小林富次郎だが、決して浮かれることはなく、ある牧師は、その姿を「算盤の聖者」と形容した。熱心な事業家である一方で、涙もろく、情に厚く、気の毒な孤児や老人に心からの優しさで接する富次郎は、孤児院に多額の寄付を行うなど、慈善活動に大変熱心だった。

そんな富次郎は、1900年、腸チフスで重篤に陥りながら、奇跡的に一命をとりとめると、「余生は神と人にと捧げて、社会の幸福に奉仕しよう」と心を固めた。しかし、真に社会に奉仕するには一個人の力では限界があることを孤児院への寄付で痛感していた富次郎は、多くの人々の善意を集め、社会貢献につなげる方法はないか想いをめぐらす。そして、ふと、新聞に掲載されていた米国の会社による慈善券発行の記事を思い出し、自社の製品に慈善券を付けて売り出すことを思いついた。

この画期的な慈善券の試みは、小林富次郎商店の名を一躍有名にすると同時に、「事業を通して社会に奉仕する」ライオンの社会貢献活動の原点となり、今日まで続く口腔保健活動を生むきっかけになった。

約70億円を全国の慈善施設へ

「慈善券付きライオン歯磨」の発売

慈善金による寄付を受けた岡山孤児院。院長は小林富次郎商店に深く感謝し、新たな施設を「ライオン館」と命名。その数は毎年増え、10棟にも達したという。



富次郎は、腸チフスの療養もそこそこに慈善券のアイデアを実行に移す。販売価格3銭（現在の価値で約600円）の「獅子印ライオン歯磨小袋入」に1厘分（現在の価値で約20円）の慈善券を付けた「慈善券付きライオン歯磨」を発売。購入者が慈善券を支援したい慈善施設に届けると、施設は慈善券の枚数に応じた寄付金を小林富次郎商店から受け取ることができるしくみだ。実際には、慈善券が利用されずに捨てられてしまうこともあったが、小林富次郎商店では、未回収の慈善券まで現金に換算し、全国の施設に配分した。

慈善券付き歯磨は、多くの称賛を集める一方で「売名行為だ」「寄付金の分だけ商品の品質を落としている」という批判もあった。そこで、製品の包装材料をコストダウンすることで慈善券の20円分を捻出したことを説明。さらに慈善券の発行が1900年（明治33年）から20年間にわたって続けられ、現在の価値で合計約70億円という巨額の寄付金が全国の孤児院・育児園などに届けられたことで、富次郎の善意を疑うものは誰一人いなくなった。

死して生命あり

引き継がれる創業の志

多くの人々に見送られる富次郎の葬列。その様子は映画フィルムに撮影され、現在、日本最古のオリジナルネガフィルムとして東京国立近代美術館で保存されている。



富次郎の慈善心は、慈善施設だけに向けられたわけではない。「慈愛済民」を志す富次郎は自社の従業員も非常に大切にしていた。当時の工場には、小学校しか出ていない者や未就学の女子工員が多かったため、嫁入り前の手習いとして普通教育と裁縫を習わせる夜学校を開校。さらに、若い工員たちを東京基督教青年会の夜学へ通わせ、英語教育も施した。こうした富次郎の計らいは、社員たちに大変喜ばれ、やむを得ぬ事情がない限り小林富次郎商店を辞める者はいなかったという。

そして、「慈善券付き歯磨」の販売から10年後の1910年。多くの人々に愛された小林富次郎は、創業の地、神田柳原の2階座敷で、家族と50人の店員に見守られながらこの世を去った。享年58歳。葬儀の行列は、全国の慈善施設から贈られた百以上の花輪を先頭に、富次郎の棺を載せた二頭立ての馬車が進み、別れを惜しむ人々の列が数百メートルにも及んだという。

人々の尊敬を集めた富次郎の深い慈善心は、二代目富次郎や残された従業員たちにしつかりと受け継がれ、後の口腔保健活動へと発展していった。

ライオンの
ユニークな宣伝活動 ①

広告は商品を育てる肥料である

● 日本初のCMソングを演奏

広告王と称される小林富次郎は、つねに斬新なアイデアで人々の注目を集める広告活動を展開した。1896年(明治29年)の「ライオン歯磨」発売時には、非常に珍しい楽隊パレードを敢行。「ライオン歯磨」のほりを立て、当時の流行歌を商品広告の替え歌にして演奏。地方では楽隊の演奏を初めて聞く人も多く、行く先々で黒山の人だかりができ、前へ進めなくなることもしばしばだったという。効果的な宣伝活動で「ライオン歯磨」は全国に知れ渡った。



● ハミガキを買って、大相撲を観に行こう

「ライオン歯磨」の発売3周年を記念して1900年には、歯磨大袋3個を買い求めた人を、両国の回向院大相撲に無料で招待するキャンペーンを実施。当日は回向院の隣接地に販売所を特設し、人気関取が交代で呼び入れの役を務めた。わずか大袋3個で当時人気のあつた常陸山、梅ヶ谷の相撲が見られるというので、入場者は2日間で約2万人の大盛況。販促企画として絶大な効果を発揮した。こうした大胆かつアイデアあふれる販促活動で、小林富次郎商店は着実に売上げを伸ばしていった。



100年変わらない、幸せへの願い。

初代・小林富次郎が創業した1891年は、約300年続いた江戸時代が終わり、日本が近代国家へと向かう大転換期にありました。新しい時代の中で多くの日本人が、「自分は何を成すべきか」「戸惑うなか、富次郎は、事業を通じた社会奉仕を志し、自らの道を果敢に歩み続けました。苦勞人であり、弱者の気持ちを知る富次郎だからこそ辿り着いた「社会の幸福に奉仕したい」という熱く清らかな想い。その崇高な精神は口腔保健活動を生み、100年を超えた今もライオンの社会奉仕活動の中に脈々と受け継がれているのです。