



慶應義塾大学ビジネス・スクール

花王株式会社

5

——流通情報戦略——

花王株式会社は明治20年（1887年）6月19日、長瀬富郎氏によって日本橋区馬喰町に起きた洋物店「長瀬商店」にその端を発する。当時の洋物店といえば、鉛筆・インキ・消しゴムといった西洋文房具類から、各種石鹼・石鹼入れ・歯磨き粉・香水などの日用化粧品類にいたるまで、きわめて広範な商品を取り扱う文明開化時代の先端を行く新商売であった。

しかし、その頃の石鹼業界は国産品といえば品質粗悪のやし油即製石鹼の横行時代で、明治20年の東京府工芸品共進会品評報告書でも、外国品に対抗できる優良化粧石鹼のないのを嘆いていたほどであった。

かねがね国産石鹼の無力さと、問屋生産の非良心的な方を痛感していた富郎氏が、明治23年の第3回国勧業博における出品石鹼をつぶさにながめて、優良化粧石鹼の創製を決意するにいたったのは、これら国産駄石鹼と舶来石鹼の駆逐にあった。

そして、ついに明治23年に「花王石鹼」が発売された。「花王」の名称の由来について、長瀬商店の古い記録は、次のように伝えている。

『…富郎氏はカホ（顔）石鹼（化粧石鹼のこと）の名を選び、これを「香王」ともじって永坂氏（宣伝面を担当）に相談したところ、永坂氏は「華王」とした方がよいとのことであった。これは少々読みにくく、また書きにくいから、「花王」の方がよいのではないかとは富郎氏の意見であり、両者の考えがここに一致して。「花王石鹼」に決まった。…』

社名についても明治44年合資会社長瀬商会から幾度か変更されたが、昭和60年（1985年）にFD（フロッピーディスク）への進出を決定した時、「花王石鹼」から「花王株式会社」へと商号変更した。このことは石鹼・洗剤メーカーからの訣別であると同時に、特定

10

15

20

25

30

一当ケースは、慶應義塾大学経営研究科教授柳原一夫および同研究科9期生小瀬洋が共同開発したものである。

ケースはクラス討議の資料として作成したものであり、経営管理の適切または不適切な処理を例示するものではない。1997年改訂
版権©慶應義塾大学ビジネススクール