

セラリカNODA (神奈川県愛川町、ロウ素材及びワックス製品の製造・販売)

ハイテク製品に息づくロウ

化粧品から情報まで幅広いメーカーに欠かせない、創業178年のロウ精製の老舗だ。シックハウス症の恐れがないとするワックス製品も開発した。原料の動植物の育成法にまでこだわり、経済性とエコの両立を目指す。

コピー用トナー、ヘアワックス、チューインガム、CD、柏餅。これらの製品に、ある1つの共通点がお分かりになるだろうか。答えは「すべてロウが含まれている」ことだ。

そのロウを動物や植物の原料から精製するのがセラリカNODAだ。創業は天保3(1832)年と老舗企業だが、同社の製品は資生堂やリコー、キヤノン、味の素といった今をときめく企業がプリンター用のトナーの主材料や化粧品、食材などの原料に使っている。

社名にあるセラリカはスペイン語で、セラはロウ、リカは豊かなを意味する。その名の通り、同社の製品は豊かな自然の恵みを原料にしている。例えば、ミツバチから採取されるミツロウ、南米のカルナウバヤシからのカルナウバロウ、砂漠地帯に生育するタカトウダイ草からのキャンデリラロウなど、多岐にわたる。

整髪料から情報産業へ

その中で創業期からずっと同社の事業を支えてきたのは、ハゼの木の実から取れる整髪料向けの木ロウだ。日本髪や大相撲の力士がまげを結うピン付け油やロウソク向けに使われてきた。時代とともに整髪料の主流はボマードへと移ったが、こちらも主成分が木ロ



同社のロウ素材を使った製品群に囲まれるセラリカNODAの野田泰三社長

うだったため事業は安定していた。

だが、1960年代に入ると状況が一変する。ヘアトニックやヘアリキッドといった液状整髪料が主流になり、同社の経営基盤が崩れたのだ。

野田泰三社長の父親である先々代社長は、74年に新規需要開拓を目指し台湾に工場を作った矢先に急逝する。その当時、野田社長は強い危機意識を持った。「昔は良かった」という空気が蔓延し、需要は細る中で、新たな収益源を生み出す気概に欠けていた。

広島大学で情報行動科学を学んだ野田社長は、情報産業の成長を確信して

いた。同分野での新規需要が開拓できないかと、一面識もなかったキヤノンとリコーに飛び込み営業をかけたという。コピー機のトナーとして使えないかと考えたのだ。

当時、コピー機は米ゼロックス全盛の時代。キヤノンもリコーも、ゼロックスにほとんどの特許を抑えられ、製品開発に苦勞していた。そうした状況もあって、中小企業の突然の売り込みにも耳を傾けた。

実験の結果、ロウの有用性が証明され、数年後にはトナーの重量比で4割を占める主要部材として採用された。

これを機に、同社の経営は再び上昇気流に乗ることになる。

藤沢周平の絶筆『漆の実のみのる国』には、上杉鷹山が米沢藩改革でロウを使った産業振興で、100万本の漆を植林したことが記されている。野田社長が目指す経営も、「ロウ産業で地域経済を活性化する」。それはセラリカNODAの原点でもある。

同社のルーツは野田家の8代目、野田常太郎が有馬藩の命で木ロウ作りを始めたこと。天保の大飢饉に見舞われた頃に、藩財政を支えるため、常太郎は野田製蠟を興した。

社会性のある企業として野田社長が現在、目指しているのがロウ作りを生かした自然保護と経済振興の両立だ。先進国が環境保護で開発途上国に植林しても、現地の人は貧しさから生活費のためにすぐに切り倒してしまうのが実情だ。

長く育てるほど、生活が安定する仕組みを作れば、すぐに伐採されずに済む。そのモデルを根づかせるため、セラリカNODAでは、社員がアジアや北南米などに出向き、原料となる植物などの育成方法や品質管理などを指導する。そこには、野田社長の姿もある。

新しいロウ原料を、生み出すことにも成功した。これまでは単なる害虫とされてきたイボタロウカイガラムシを使ったロウだ。カイガラムシが真っ白なロウを分泌することに注目、これを精製して商品化するのに成功した。

真っ白で美しい色合いから「雪ロウ」と名づけた。燃やしても煤が出ずアロマキャンドルで利用されるほか、CDなどの情報記憶媒体に使うと高い強度や読み取り精度が実現できた。

国際協力機構(JICA)の開発融資プロジェクトとなり、セラリカNODAと中国林業科学研究院が共同で内陸部の

セラリカNODAの概要

本社 神奈川県愛川町
創業 1832年
資本金 4000万円
社長 野田泰三(58歳)
売上高 8億円(2010年3月期)
従業員 24人



雲南省と四川省の山間部に、カイガラムシが取りつくモチの木を50万本植えた。「害虫を益虫に変え、森林が減少していた地域に緑を増やせた」と野田社長は満足げだ。

国際養蜂協会連合(APIMONDIA)と組んで99年に、世界ミツロウナンバーワン選手権を始めたのもこうした考え方に基づいたもの。その年の特別賞には内戦にあえいでおり、世界の最貧困国の1つと言われるシエラレオネのミツロウが選ばれた。このロウも情報記憶媒体向けに利用されている。

シックハウス対策で勝負

今年4月、セラリカNODAはインターネット通販に乗り出した。取り扱うのは、同社が開発した植物成分100%のフローリングや家具などのツヤ出し用ワックス「セラリカコーティング」シリーズだ。特徴は「なめて大丈夫」という安全性だ。

カルナウバヤシ、キャンデリラ、ハゼなどのロウを配合した。シックハウス症候群の原因物質であるホルムアルデヒドが検出されなかったとして、国土交通大臣認定の最高等級を取得した。家具などに塗れば建材などからホルムアルデヒドが飛散するのを封じ込

めるほか、空中の浮遊物質を吸着する効果もあるという。

現在は三井住商建材やナイスなどの建材商社が販売しているが、一般向けは東急ハンズなどにとどまっていた。シックハウス症候群対策商品として、問い合わせが増えているため、自らも販売することにした。将来的に商品全体で10億円の売り上げを目指す。

素材メーカーの同社がセラリカコーティングを開発したのは、ある「事件」がきっかけだった。98年、野田社長は突然倒れた。病院で下されたのは、肺ガンの末期で余命3カ月という診断。

95年、野田社長は自然保護の精神を打ち出すため社名を「野田ワックス」からセラリカNODAに変更、雪ロウの事業を本格展開するために中国工場を開いたばかりのことだった。

「親父も台湾工場を建ててすぐに死んだ。俺も中国工場を建てて死ぬのか」。様々な思いを駆け巡らせながら、頭から離れなかったのが、社名に打ち出した自然保護だった。

奇跡的な回復を遂げた野田社長は、退院後シックハウス症候群を知る。この不条理を解決したいと思い、セラリカコーティングの開発を決意し、2000年に完成した。品質面で納得がいくものを開発した手応えはあったが、これまで最終製品を手がけてこなかった同社には販路がない。ここでも、飛び込み精神でカベを乗り越えた。一面識もなかった住友商事の社長に、電話をかけて直訴した。その熱意が通じ、住友商事の地球環境レポートで取り上げ、普及活動に協力してくれた。

中小企業に必ずといっていいほどつきまとう困難に、販路開拓がある。製品や事業への思いを形にするには、「当たって砕けるの精神」が欠かせないことを野田社長は示す。(広岡 延隆)■