

宇津善行

Yoshiyuki Utsu

宇津救命丸
代表取締役社長



「宇津救命丸の可能性を
信じなさい」の言葉が
大きな気付きにつながった

中国市場に活路を見いだすも 甘くはなかった現実

奥田 50年間、売り上げが落ちていくという状況は尋常なことではないと思いますが、そうした中で入社した宇津さんは、どんな策を打ったのでしょうか。

宇津 小児用医薬品を取り扱う当社にとって、少子化の影響は大きく、また大手製薬会社の存在や子どもの医療費無償化の動きも強力なライバルでした。

そうした状況で私が考えたのは、ベビーローションを大人用の化粧品につくり変えて販売することでした。コンサルタントを入れて、宇津救命丸ヘルスケアという子会社を設立してチャレンジしたのですが、結局、ノウハウが蓄積されていなかったためうまくいきませんでした。ところが2014年頃、突然、中国人が爆買いしてくれたのです。ただし売れたのは大人用につくり変えたほうではなく、その元になった子ども向けのベビーローションでした。

奥田 それは大チャンスですね。

宇津 いわゆるバイヤー買いというもので、大

【栃木・高根沢町発】1597年の創業以来、栃木県高根沢町に本拠を置いていた宇津救命丸は、1959年に本社を東京に移転する。地方で創業した企業が営業的なメリットを求めて都心に移転することはそれほど珍しいことではない。しかし、19代目当主の宇津善行さんは、2023年、創業の地への本社移転を断行する。そこには、本社と工場を集約する目的とともに、地元とのつながりを深める意図もあった。原点回帰が新たなステージにつながっていく。（本紙主幹・奥田芳恵）

量の日本製品を買い付け、中国国内でCtoCのECビジネスを展開していたのです。しかし、これで一息つけると思った矢先に中国政府が電子商務法（EC法）を施行し、この売り上げはゼロになってしまいました。

奥田 いきなり売れて、いきなり売れなくなってしまったと。

宇津 そうしたカントリーリスクがあるにせよ、その後も中国市場を捉えるため、中国のEC大手との合弁会社を21年に設立しました。その設立手続きを行うため、20年に私は中国に渡ったのですが、まさに新型コロナウイルス感染症が猛威をふるったタイミングで、現地到着後、3週間もホテルに隔離されてしまいました。このときは、さすがにメンタルがやられましたね。

でも、このEC事業でようやく黒字化のめどがつかしました。中国市場での売上比率が全体のおよそ3分の1まで伸びたのです。

奥田 やっと、中国でのビジネスが軌道に乗ったのですね。

宇津 ところが、23年に原発処理水の海洋放出問題が起き、中国政府から水産物の禁輸措置が行われる一方で、日本製品の不買運動が起こってしまいます。中国における売り上げは、ほとんどゼロに逆戻りです。

奥田 うまくいきそうだったのに、またしても厳しい状況に陥ってしまったのですね。

薬を売るだけでなく 社会に貢献したい

宇津 さすがにこれはダメかもしれないと思い、このとき相談したのが龍角散の藤井隆太社長で



PROFILE 1978年、東京都新宿区生まれ。2001年、立教大学社会学部卒業。IT企業、製薬会社、会計事務所などを経て、10年、宇津救命丸に入社、取締役。11年、専務取締役。工場長、営業部長を兼務。22年、代表取締役社長に就任。

構成／小林茂樹
text by Shigeki Kobayashi
撮影／奥田芳恵
photo by Yoshie Okuda
2026.7.29／栃木県塩谷郡高根沢町の宇津救命丸本社にて

した。藤井社長は、宇津救命丸のような伝統業に思い入れがある方で、私は入社以来、ずっとアドバイスをいただいていたのです。台湾、香港、そして生薬の宝庫であるカザフスタンにも同行させてもらったこともありました。

奥田 藤井さんは、宇津さんにとっての経営の師なのですね。

宇津 このとき藤井社長は「宇津救命丸の可能性を信じなさい」と言ってくださったのです。

奥田 これまで会社を支えてきた本流の製品を大切にすべきと。その言葉は、宇津さんにとって大きな自信になったのではないのでしょうか。

宇津 藤井社長は、手伝うが口出しをするつもりはないとおっしゃり、会社の支配に及ばない範囲で資金提供をしていただいたり、龍角散と共同で販促活動を行ったりしました。龍角散には服薬補助ゼリーの「おくすり飲めたね」という商品があるのですが、これと宇津救命丸がコラボした広告を25年4月から展開しているんです。

奥田 なるほど、小さな子どもをもつ親の立場からは、とても説得力のある組み合わせと感じます。

宇津 でも、夜泣きやかんむし（疳の虫）に効く薬があるといっても、なかなか簡単には売れませんでした。そして、救命丸を飲んだからといって、それが完全に消えるわけでもありません。ならば、救命丸を飲んだことで夜泣きやかんむしといった情動の揺れの程度や頻度が下がることを可視化したらよいのではないかという話になり、その方法を考えているうちに浮かんだのが、昔から言い伝えられている「かんのむし」という考え方でした。

奥田 「かんのむし」という言葉はよく耳にしますが、その考え方というのは？

宇津 子どもが夜泣きをしたり、かんしゃくを起こしたりするのは、子どものせいでも親のせいでもなく「かんのむし」のしわざだという考え方です。つまり、誰のせいでもない、誰も排除しないということですね。

奥田 それは優れた知恵ですね。

宇津 私は、かつて経済産業省主催のプロジェクトをきっかけに、一般社団法人「かんのむしLab.」を、療育施設の施設長さん、神主さん、デザイナーさんとともに設立しましたが、これを機に改めて本気で研究したいと考え、その成果を「かんのむし君メソッド」としてまとめました。これは当社のWebサイトに掲載されています。また、複数の大学や療育施設と、共同研究の準備を進めているところです。

こぼれ話

広大な敷地の中に、生産工場、事務所、宇津薬師堂、史料館などを有する宇津救命丸本社。映画のセットのようなお屋敷だ。代々この地に根差してきた名士であることがうかがえる。宇津家は、医療が乏しかった時代から「救世済民」を使命とし、薬師堂に手を合わせ、創業し無償で配った。ただ、創業は世の中の人々を救うことの手段であるという宇津善行さん。これから救世済民の手段は変わることがあるかもしれないと。宇津家が守り繋いできたものは、「人々の健康を願う思い」で、宇津救命丸はその代表格であるだけということなのだろう。

宇津救命丸は、「一子相伝」の秘薬として継承されてきたとのこと。現実社会では聞き慣れないワードが飛び出して目を丸くしていると、「もはや『北斗の拳』でしか聞かないよね」と宇津さんが笑顔でおっしゃる。今は製造工程を公開しているが、一子相伝は、正しい技と知識の継承において重要な要素であったのだろう。それと同時に、救世済民の使命感も強く引き継がれたものと推察する。

400年以上の歴史を繋いでくることができたのは、歴代の経営者の努力もさることながら、強力な商品力があつたからではないかと思っていた。宇津救命丸が評判を呼び、全国へ広がる過程で企業も成長してきたことは間違いない。しかし、宇津救命丸という強力な商品で続いてきたわけではなく、多くのチャ



ンスとピンチを経験し、代々繋いできたこともよくわかった。

19代目が率いる現在は、ベンチャーのような発想と行動を感じる。企業が経験する成長のサイクルを何周も繰り返していて、今は変革フェーズなのかなと宇津さんを見て感じた。BCNは、間もなく創業45年。宇津救命丸は、およそ10倍の成長サイクルを回していると思うと、その凄さに圧倒される。

今、宇津さんが最も力を入れているのは、救命丸という解決方法も含めたさまざまな選択肢で、気持ちの波と優しく付き合うためのプラットフォーム事業だ。やりたいこととやるべきことが一致して、力強く、そして楽しそうに進んでいる。毎日の気持ちを優しく調える選択肢や解決方法を、今後も伝えていってほしいと願う。宇津救命丸の可能性を信じて。
(奥田芳恵)

奥田 使命感だけで経営にあたっていた宇津さんが、探求心や好奇心を持って主体的に社業に取り組まれていることがとても伝わってきます。

宇津 そうですね。これまでは売り上げや損益をどう向上させるかしか頭にありませんでしたが、今は薬を売るだけでなく社会に貢献したいという思いが強いですね。

奥田 社会貢献といえば、初代の宇津権右衛門さんは、村人に救命丸を無料で分け与えたということですね。

宇津 史料館にある五代目当主・宇津重上の文書を、AIを使って現代語訳して読んでみると、重上は薬をつくれとは一言も言っておらず、「救世済民」（世の中の人々を救うこと）をしなさい、とだけ言っていたのです。

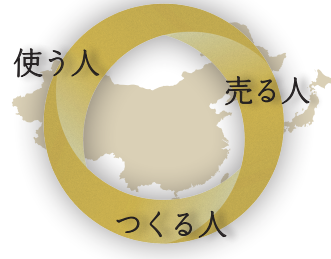
奥田 まさにご先祖様たちの考えが、宇津さんに降りてきたようです。事業に対する思いに変化が生じて、これからはどんなことに取り組まれていかれますか。

宇津 まずは、宇津救命丸ブランドの再構築ですね。そのためには「かんのむし君メソッド」の検証を行い、いろいろなところに広げていきたいと考えています。ただ、当然、救命丸以外の解決方法もあり、そうした技術や手段を持つ方々に仲間になってもらい、プラットフォーム事業につなげていきたいですね。また、救命丸のブランドを体験していただくために、この本社工場

の敷地内にある建物を改装して民泊ができるようにしたり、カフェをつくったり、地元で取れた薬草のサウナを設けたりしようと計画を進めています。地域の方々と連携して実現させる予定です。

奥田 やることがいっぱい、とても楽しそうです。今後のご活躍、私も楽しみにしております。

BCNは「ものづくりの環」を支え育むメディア企業です



——「ものづくりの環」の詩——

ものを使う人がいます
ものを売る人がいます
ものをつくる人がいます

いつの時代も私たちは生活の心地よさを求めます
その意（おもい）が新しいものを生みます

使う人、売る人、つくる人——
私たちは「ものづくりの環」のなかで
すべての人の心が豊かになることを願っています

株式会社 BCN
http://www.bcn.co.jp/