



『関西企業ヒストリア』

～その強さの秘密・転換点を探る～

創業から70年以上の歴史を重ねる会員企業を取りあげ、時代の荒波を乗り越えて、長い期間にわたって生き残り成長してきた強さの秘密、その歴史の転換点を探ります。

第41回 創業 1908年(明治41年)

ピップ株式会社

藤本真次商店の創業

1908年▶ 1908年11月3日、大阪市西区新町通り(現・新町)で、「藤本真次商店」が創業の日を迎えました。11月3日は明治天皇の誕生日にあたり、当時は明治節と呼ばれていました。商売繁盛を願い、縁起を担いでこの日を選んだものでした。

創業者の藤本真次は、当時17歳の若さでした。真次に店を持たせようと思ったのは、父・辰次郎。辰次郎はすでに薬種商を営んでおり、長男の真次を跡継ぎにと考えていました。奉公先で経験を積み、独立の夢を抱き始めた好奇心旺盛な真次を店主としてスタートをきったのでした。

当初は薬の小売りを行っていましたが、商いには不向きな場所であったことと、競争の激しい市内では定価販売が通じなかったため、大阪での商いには新たな工夫が必要でした。そこで、取り扱い商品を医療品に切り替え、医者や薬局薬店向けの卸売業で現状を打開することにしました。

また周辺地域への出張販売に活路を見だし、徐々に得意先を増やしていきました。商売経験豊かな父が主に外回りを率先し、真次は道修町などからの仕入れに精を出しました。真次の弟の良三も実家の商売を手伝うようになり、地方の販路拡大に積極的に参加しました。



創業者の藤本真次

どしようまち 道修町に進出

1909年▶ 一家が全員揃って家業に打ち込み始めて間もなく、願ってもない話が舞い込みました。道修町の仕入れ先から、「隣が空いたから借りないか」との話が持ち掛けられたのです。大阪・道修町は江戸時代から薬のまちとして知られていました。医薬品問屋として発展を期するならば、道修町のほうが圧倒的に有利であり、1909年11月に待望の道修町へ進出しました。

一方、地方への販路拡大はなおも続き、国鉄山陰本線の開通を機に山陰方面への開拓を果たし、山陽方面の広島にも商圏を広げていきました。

販路拡大とともに注力したのは、得意先へのサービスです。難しい注文が寄せられても何とか商品を調達し、一刻も早く届けることに努めるなど、きめ細かいサービスに徹しました。売上規模こそ大手には見劣りするものの、同業者から一目置かれる存在感を示すようになったのです。

仁丹体温計の総代理店に

1923年▶ さらに躍進する契機となったのが、仁丹体温計の取り扱い開始でした。

第一次世界大戦(1914年～)の勃発を機に、品質に優れた欧州製の体温計が入手しにくくなり、医学界では国産体温計の充実が急務との意見が唱えられるようになりました。懐中薬「仁丹」で知られる森下博薬房(現・森下仁丹)が体温計の開発・製造に着手し、仁丹体温計が発売されることを知った藤本真次商店では、この取り扱いが社業発展の大きな起爆剤になると判断。1年間に及ぶ交渉が実り、1923年総代理店となることができました。

健康衛生に対する国民の意識がまだ低かった時代でもあり、在庫を抱えながらの販売は困難を極めました。委託販売の手法をとるなど、販拡に努めました。



仁丹の体温計カATALOG

1928年、藤本真次商店は合名会社藤本商店に改め、個人商店から法人組織へ脱皮しました。

株式会社化とベビー用品の拡大

1946年▶ 1945年6月の大阪大空襲により藤本商店本店は焼失。過去の帳簿をはじめ、あらゆる資料が失われました。翌1946年には会社経理応急措置令が公布され、合名会社藤本商店は解散。この時、今後の会社運営について明確な方向性を定めることとなり、大阪藤本商事株式会社を設立しました。

商品が品薄だった戦後をなんとか乗り切り、製造業も息を吹き返してきたことから、さまざまなヒット商品が登場しました。仁丹体温計やイチジク浣腸、水枕、オブラートなどは息の長い定番的な商品として売れ続けましたが、新たなカテゴリーとしてベビー用品に商品の広がりがあらわれはじめました。

このころ戦後の第一次ベビーブームは落ち着きを見せていましたが、現上皇様のご成婚（1959年）、現天皇陛下のご誕生（1960年）といった嬉しいニュースが伝えられるなかで、ベビー用品に対する関心が高まった時代でもありました。

それまで当社が扱っていたベビー向けの商品といえば、哺乳瓶くらいでしたが、ベビーパウダーやスワンおまるが登場。このスワンおまるは、良三が社長を務める三信から発売された室内便器で、乳幼児がつかまる握りを白鳥の首にし、清潔で手入れがしやすい白いプラスチック製としたもので、当時、一世を風靡しました。

その後、「シャンプーハット」は当社にとってはじめての大ヒット商品となりました。お風呂でシャンプーを嫌がる子供の頭にかぶせて、石鹸が目に入らないように考案した商品で、これまでにはなかったニッチな分野を切り開いた商品でした。



シャンプーハット

道修町から農人橋へ移転

1963年▶ 永年慣れ親しんできた道修町を離れ、1963年に現在本社がある農人橋に移りました。おりしも1963年は、日本で初めての都市間高速道路として、名神高速道路の栗東～尼崎間が開通した年にあたり、本格的なモータリゼーションの到来が目前に迫っていました。トラックがモノの流れを担うであろうことは想像に難しくなく、物流に利のある新天地を求めたのでした。



「ピップエレキバン」を発売
大ヒット

1972年▶ 育児用品のブランド名フジちゃんと同様に「PIP(ピップ)」も登場しました。元々は生理用ショーツの商品名で、1970年に発売したのが始まりです。

弾けるような軽快な語感で親しみやすいことから、医療用品の冠につけるブランド名としても使い始めました。磁力で肩のこりをほぐす商品として臨床試験を重ね、1972年に当時の厚生省から医療用具の認可を受けて、「ピップエレキバン」の発売にこぎつけました。商品に添付したアンケートの反響などを積極的に営業マンへフィードバックするとともに、商品知識の徹底を図り、小売店店主を招いた勉強会で東洋医学に関する見識を広めるなど、商品の浸透を進めていきました。

これらと並行して、販促課では取り扱い店の拡大に力を入れ、小売店向けの特別企画を次々と立案。さらに消費者向けのキャンペーンも実施し、ユーザー層の開拓に本腰を入れていきました。

マス広告と小売店向けの販促が合致し、当時の会長横矢勲と樹木希林さんのコンビによるテレビCMが始まった1979年、「ピップエレキバン」は一気に年間売上が100億円の大台を突破、当社の存在を広く世間に知らしめる大ヒット商品となったのでした。



当時のピップエレキバンと
1977年発売のピップエレキバンスーパー

1975年にはワンタッチで貼れるお灸、1977年に使い捨てカイロ、翌1978年に電子血圧計を発売し、徐々に大きな市場を形成していきますが、独自に開発した自社商品を持つ当社の優位は鮮明となり、同業他社との差別化がいつそう進んでいくのでした。

ピップフジモトに社名変更 社章も刷新

1984年▶ 1984年、藤本株式会社からピップフジモト株式会社へ社名を変更しました。現在に通じる社名の始まりです。商品名と社名のイメージが結びつきやすく、一般消費者からも親しみやすい新社名で新たなスタートを切ることとしたのです。

当時は、企業PRの重要性が叫ばれるなかで、多くの企業がCI（コーポレート・アイデンティティ）の導入を検討し始めた初期の時代で、当社もCI戦略を導入しました。

社名変更にあたっては、「P！」をかたどったシンプルで印象深い新マーク（社章）も同時に採用しました。これは、「一般大衆のニーズをピッ！と受信し、ピッ！と発信する」、「暮らしに役立つ製品をピッ！と発想し、ピッ！と製造する」企業であろうとする意味合いを込めたものでした。

THE WELLNESS COMPANYの 道を突き進む

1998年▶ 1996年年頭、新社屋の建設を発表しました。新社屋の建設はこれまでたびたび議論されており、「ピップエレキバン」のヒットなどで得られた資金を社屋建設に活用することも検討していましたが、当社は事業の発展に不可欠となる物流施設や情報システムの整備など、将来のために必須と思われる設備投資を優先してきました。1995年の阪神・淡路大震災の惨状を受けて防災対策を強化する必要性が浮上したことも、新社屋の建設を強く動機付けました

新しい本社で迎えた1998年は90周年にあたり、社屋建設に続く節目を迎え、3年間にわたる中期経営計画を策定し、「THE WELLNESS COMPANY」を掲げました。

「THE WELLNESS COMPANY」は人々の心身の健康に貢献する企業を意味する言葉で、当社の進むべき方向性を明確に定めるスローガンとなりました。日本人の高齢化が進むなかで、ココロとカラダ、両面の健康づくりに役立つ商品を調達・開発していくこと。そして、健康に関する形ある商品（ハード）のみならず、形のない商品（ソフト）もビジネスチャンスとして捉えていくことで、流通業に携わる企業として存在価値を発揮していこうと考えました。このベクトルを実現するために、今何が必要なのか、今何をすべきなのか・・・社員一人ひとりに問いかけ続け、速やかな行動を促し続けました。

スリムウォークのヒット

1999年▶ コリ関連商品が充実していたなか、1999年、夕方になっても軽やかな脚のまま、本来の自分どおりの生活を楽しんで欲しいという思いから、段階圧力レッグウェアとして「スリムウォーク」を発売しました。もともとは、ヨーロッパで医療用として使用されていた着圧ソックスを日中でははけるように改良して発売したことが始まりです。発売6年目の2004年頃から本格的なヒットの兆しを見せ始め、「エレキバン」に次ぐ大ヒット商品となりました。



スリムウォーク

創業110周年

2018年▶ 2018年に創業110周年、商品開発事業設立50周年を迎えました。ウエルネスビジネスを通して、創立の原点である「健康」をキーワードに、常にお客様の視点に立った新商品の開発、健康で快適な生活をおくるための商品・サービス・情報をより早く、より正確に提供し、社会の健康と文化に貢献してまいります。



本社



ピップ株式会社

本社所在地：大阪市中央区農人橋 2-1-36

従業員数：2,234名（2022年10月現在） 資本金：2億7,000万円

事業内容：医療衛生用品、健康食品、ベビー用品、ヘルスケア用品などの卸販売