ロングセラー商品に学ぶ、ビジネスの勘所（第1回）

マイナーチェンジを重ね、時代に合わせるバスクリン

2018.12.20



寒さが厳しい季節になってきました。冷えた体を温めるには、お風呂が一番。温浴効果のある入浴剤を入れれば、一層効果的です。現在、多くの入浴剤が販売されていますが、その中で超ロングセラーとなっているのがバスクリン。90年近くにわたってお風呂の友であり続けている人気商品です。

バスクリンが発売されたのは、1930年のこと。しかし、そのバスクリンにも前史があります。

1893年、大和（現・奈良県）出身の若者・津村重舎が、東京・日本橋に漢方薬局の中将湯本舗津村順天堂を開店しました。主力商品は店名にもなっている「中将湯」。重舎の母方の家に代々伝わる婦人薬です。ちなみに、津村順天堂は株式会社ツムラの前身。現在でも、中将湯はツムラの商品ラインアップに入っています。

中将湯は16種類の生薬を配合して作られる薬ですが、製造の過程で生薬の残りかすが出ます。ある日、この残りかすを津村順天堂の社員が家に持ち帰り、お風呂に入れてみました。すると、体がポカポカとよく温まります。また、湿疹がよくなるといった効果も見られました。

そこで、婦人薬の中将湯とは別に入浴剤の「くすり湯 浴剤中将湯」を発売することになったのです。

当時は、個人の家に風呂があるのが珍しい時代。浴剤中将湯の主なターゲットは銭湯でした。浴剤中将湯を入れた銭湯は、のれんやカンバンに「中将湯温泉」と銘打ち、大々的にアピールします。これが評判を呼び、浴剤中将湯はヒット商品になりました。

しかし、ここで問題が起きます。浴剤中将湯は体を温める温浴効果に優れていましたが、夏場の風呂上がりでもずっと体がポカポカと温かく、「湯上がりの汗が引かなくて困る」という声が聞かれるようになったのです。

内風呂普及の流れに乗り、大ヒット商品に… 続きを読む