



化学遺産の第 11 回認定 4

認定化学遺産 第 054 号

日本初の西洋医学処方による化粧品「美顔水」

藤本謙介 Kensuke FUJIMOTO

桃谷順天館の前身は慶長の時代から続く薬種商であり、11代目として家督を継いだ創業者が創業に挑んだことをきっかけに、「桃谷順天館」が誕生する。医学の権威である桜井郁二郎や陸軍軍医総監松本順などのもので創業に励み、「美顔水」「和春丸」「なまづとり薬」「解熱丸」「歯痛液」を創製。これらは『桃谷順天館の五方剤』として売薬界を雄飛したという記録に残されている。化粧品は、医薬品とともに安全性の面から医薬品医療機器法(旧薬事法)で厳しく規制されるとともに、医薬品と並行して発展してきた歴史を持つ。「美顔水」は、そのような化粧品工業の方向を決めた最初の画期的な製品であり、日本で初めて西洋医学処方で作られた化粧水として今回化学遺産に認定された。

はじめに

桃谷順天館は1885年(明治18年)創業し、135年の歴史を持つ化粧品メーカーで、前身は薬種商「正木屋」である。桃谷家のはじまりは、織田信長の重鎮桃谷興次郎忠正で、その子が粉河(現 紀の川市粉河)に居を構え、紀州徳川家の知遇を得て、郷土として代々村の名主を勤め、薬種商「正木屋」を生業としていた。桃谷順天館の創業者である桃谷政次郎は、約400年前から続く「正木屋」を営む家系に生まれ、政次郎が12歳のとき、祖父・半次郎が亡くなり、翌年には5歳の弟・幸之助、母・シゲと、最愛の人を立て続けに失った。幼い政次郎はこれらの心の痛みを乗り越えるため、学問に全エネルギーを注ぎ込み、和歌山県藩士陸奥宗光(のちの外務大臣)後援で創立された猛山学舎に入学した。その後、大阪に出て縁故のあった春田厚の「春田塾」に入り、人間としての心構えや人の道を教えられ、『順天の教え』を受けた。この「春田塾」で学んだ人々に奉仕する精神は政次郎の生涯の指針とな

り、後に創業した桃谷順天館の社是にも掲げられている。

1881年に和歌山県初の薬剤師の資格を取得し、20歳で「正木屋」11代目として家督を継ぎ、一家の大黒柱となった政次郎は、創業に挑戦するのである。

日本初 西洋医学処方の化粧水「美顔水」の誕生

政次郎は、まず皮膚治療薬として「なまづとり薬」を創った。さらに、明治に入り、伝統医学である「本草」よりも西洋医学・薬学が重視されるようになったことから、西洋医学に基づく薬を創るため、医学の権威であった東京大学桜井郁二郎(写真1)を訪ねた。紀州の片田舎から山を越えてようやく東京に辿り着いた政次郎は、東京大学第二医院に勤務中の学友・林元貞を訪ね、桜井郁二郎への面談を取り次いでもらえるように頼んだ。林の後押しもあり、面談がかなった政次郎は、桜井郁二郎の下で研鑽を積み、婦人薬「和春丸」

ふじもと・けんすけ

株式会社桃谷順天館 専務取締役

〔経歴〕1986年同志社大学経済学部卒、同年三洋電機(株)入社、92年ボストン大学経営学部大学院(MDP)修了、94年三洋セールス・アントワープ(ベルギー駐在)、97年三洋フィッシャー・セールス・ヨーロッパ(ドイツ駐在)、2001年三洋電機北中米・欧州営業部、2005年同社退社、同年2月(株)桃谷順天館取締役就任、11月同社グループ会社(株)RF28取締役を兼務、06年同社グループ会社(株)コスメテックジャパン代表取締役社長就任、14年(株)桃谷順天館専務取締役就任、同社グループ会社(株)明色化粧品 専務取締役を経て、現在に至る。



写真1 桜井郁二郎



写真2 発売当初の美顔水

と「美顔水」を創製した。

愛妻家であった政次郎は、苦勞をかけ、支えてくれている妻に自分ができることは何かないかと考え、にきびに悩んでいた妻のため、にきびの発生の原理と病理を研究し、あらゆる苦心と研鑽を重ね西洋医学を取り入れた処方で作製した「美顔水」を、帰郷後、妻に贈った。

「正木屋」の店頭立つ妻のにきびが治り、綺麗な肌になっていく理由を知った人々が「美顔水」を求めて「正木屋」を訪れるようになり、妻の助言もあり広く発売するに至った。

化粧水という概念がまだなかった時代、「美顔水」はサリチル酸処方で作られ、にきびとりを効能として宣伝したことから、当初は医薬品として売り出された薬用化粧品であった（写真2）。

この「美顔水」は、薬種商「正木屋」が化粧品製造業「桃谷順天館」としての新たな道を開いた商品であり、政次郎の信念の象徴とも言える。

商標「美顔」の獲得

「美顔」の商標が登録されるまで約1年の年月を要した。「美顔」という商標はその薬効と化粧美とを表現するために最適かつ絶好であると選んだものである。そのため権利として確認されるまでには、非常な苦心と努力が払われた。

数回にわたり商標登録の出願を行ったが、幾度も却下された。1901年特許局審判官中松盛を訪ね、「美顔水」という名前を長年使用し、販売しており、もはや全国的に周知されているものであると力説陳情した。同官は、それらすべての調査を当時の審判官補谷山謙



写真3 「美顔水」商標登録証
当時の大阪支店

雄に命じ、谷山は陳情に基づく調査に着手し、薬剤の声価、品質が世間に周知されている程度について詳細な調査を行った。その結果、第一類：薬剤、第三類：他類に属せざる化粧品一切（写真3）、第四類：石鹼、第五類：洗い粉、歯磨き粉等の分類において「美顔」は登録された。

「美顔水」販路の開拓

品質や効果に十分な自信を持っていても、使ってもらわなくては伝わらないため、政次郎の情熱は販路開拓にも傾けられた。紀伊と和泉の間にある峻険な志野峠を越えて徒歩七里（28 km）、汽車を乗り継ぎ、片道9時間を要する道のりを何度も往復し、まずは商都・大阪への販路開拓に全力を注いだ。だが、何のつてもない飛び込みでの営業を受け入れてもらうのは容易ではなかった。片道9時間を往復する苦しい日々が続いたが、幾度目かの訪問の際、政次郎の熱意に好意を持った松屋町の売薬店主より、当時の大阪の有力問屋の集団「メヂカル組」を紹介してもらえることになった。その傘下にあった道頓堀・西尾政七、高麗橋・宇野河内堂、堂島・高橋盛大堂、伏見町・谷回春堂、四ツ橋・本林平三郎などの大手問屋を次々と訪問し、政次郎の律儀な態度と情熱ある商談が信用され、徐々に取引開始に漕ぎつけた。大阪で販売の地盤を固めるに従い、1908年には大阪出張所を開設、1912年に拡張し、大阪支店とした（写真4）。

その後も山陽・九州方面へ活動領域を広げ、得意先を開拓し、さらには、関東・東北地方へと活動領域を広げていったが、いかなる難局に直面しても不屈の精神で乗り切っていたことが成果へと結びつくことになった。やがて「美顔水」は確かな効能が評判となり、



写真4 当時の「桃谷順天館」大阪支店

全国にその名を馳せるほど大ヒットし、1914年からは「美顔水」を含む美顔シリーズを皇族より御用命をいただくことも増え、^{まきのじじゅうごさけん} 謹呈室も設けられ、牧野侍従御差遣の光栄も賜ることとなった。

また、その勢いは国内だけにはとどまらず、アジアをはじめ北米、南米等広く海外にまで販路を広げ、それに応じて業績も著しく進展した。

戦略的な広告宣伝活動

製品の普及を図るためには、品質が優良であることが第1条件だが、広告宣伝の力も欠かすことができないと早くから予見していた。急激な勢いで大衆に広がっていった新聞に着眼し、桃谷順天館を創業した1885年から積極的に利用。当初は売り上げ規模も小さく30行程度の広告が精一杯であり、大阪朝日新聞に小さな広告を掲載した。当時の新聞は1部4頁程度で1頁6段のものが多く、文化が進むに従い、頁数も段数も増大され、広告原稿のスペースもそれに伴い拡大し、回数も徐々に増やしていった。時代の推移によって意匠広告が見受けられるようになり、いかにお客様に認知されるかを考え、政次郎は沖田沖舟画伯を専属とした。山高帽子の美青年に東髪美人を配列した図案(写真5)や、傘をさした美人『傘美人』などの絵画入りの広告を盛んに掲載し、決定的に印象づけることに成功した。

この成功を皮切りに各地方新聞もどんどんと利用するようになった。1910年名古屋鶴舞公園で開催された関西府連合共進会に、郷土である和歌浦風景を模写した大規模な「美顔水」の出品広告を初めて行った。1912年には東京両国国技館で開催された菊人形鑑賞券付きの「化粧用美顔水」の広告を出し、当時の業界では画



写真5 山高帽子の青年と東髪の美人の図案

期的な方法であったことから、大センセーションを巻き起こし、現在のタイアップの創始とも言われている。その後も、広告宣伝を多方面に展開し、規模の大小を問わず、各地の博覧会や展覧会など各種催し物への出品と、新聞への広告掲載を2本柱として、広告宣伝活動を戦略的に実施していった。1918年には日本を代表する川柳作家・岸本水府が広告部に入社したことから、広告宣伝に力を入れていたことが伺える。

おわりに

化粧品工業は、大正初期から化学工業として躍進しはじめたが、当時まだ十分な研究機関の設備がなかった。そのため、政次郎の次男・幹次郎が、恩師であった薬学博士丹波敬三と京都帝大医学博士山本淳二を顧問として招聘し、両氏の指導の下、数名の技術者を招き、1913年には業界に先駆けて化粧品試験部(研究所)として化粧品専門の研究機関を開設。

その後、1932年には油性分入りの洗顔クリーム「明色クリンシンクリーム」を、1936年には弱酸性化粧水「明色アストリンゼン」を世に送り出し、桃谷順天館は時代を彩る数多くの商品を生み出してきた。

熱誠を傾け、苦心に苦心を重ねて創られた商品は、母から子、子から孫へと世代を超えて受け継がれ、時代が変わっても愛され続けている。

また、商品だけでなく、創業者・政次郎の精神も現代にしっかりと受け継ぎ、社是を「順天」とし、企業理念「こころ彩る美肌創りを通じて人々の幸せに貢献します」の下、美に関する商品やサービスを様々なチャンネルで提供し、国内外の多くの方々に健やかな美しさと笑顔をお届けする企業活動を行っている。

© 2020 The Chemical Society of Japan