



早稲田大学社会科学部の皆さんへ

ピップエレキバンが 50年に亘り愛されている理由

ピップ株式会社
代表取締役社長
松浦由治

2022年10月25日

自己紹介



- 1958年東京生まれ
- 1984年早稲田大学社会科学部卒
- 1988年ピップトウキョウ(ピップの前進)入社
- 1997年商品開発事業本部長
- 2003年専務として商品開発担当
- 2005年代表取締役社長
- 2010年ピップ代表取締役副社長、商品開発担当
- 2018年代表取締役社長

自己紹介

1980～84年 社会科学部在学



佐藤紘光教授「会計学」ゼミ幹事長
早稲田オリオンアイスホッケークラブ主務
早稲田子ども会

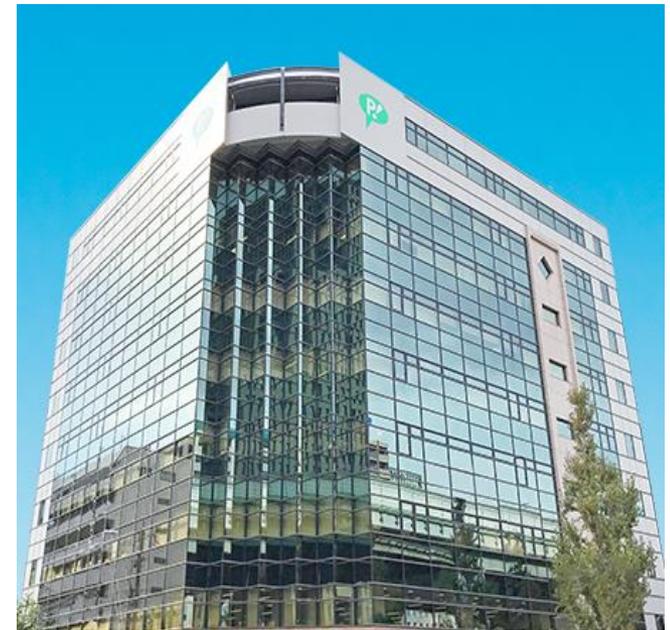
ピップ株式会社とは？

- 創業1908(明治41)年
- 医療衛生用品卸として大阪で誕生
- 1967年企画室(メーカー部門の前身)設立
(営業のエースと新入社員)

- ① ビデノン
- ② シャンプーハット
- ③ ピップショーツ
- ④ ピップエレキバン

:

卸ゆえ仕入先が発売していないニッチ商品を開発



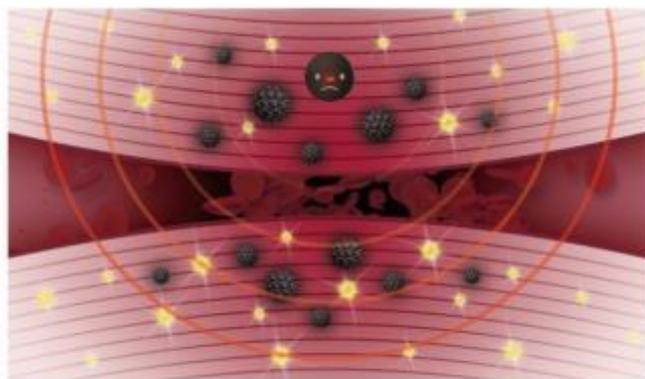
突然ですが、みなさん！

**「ピップエレキバン」って
聞いたことがありますか？**

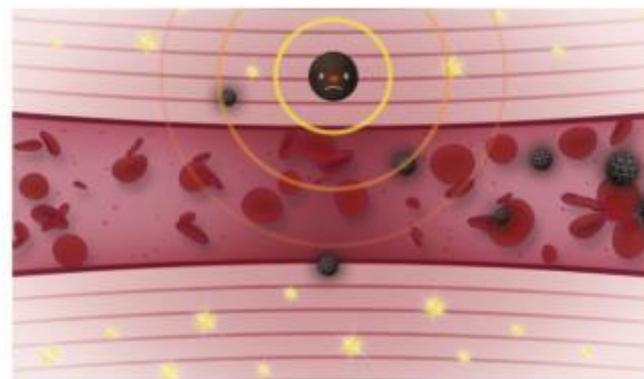
**また、その効果と
商品特長はご存知でしょうか？**

ピップエレキバンの効果

磁気が体内成分に働きかけて筋肉内の血流を良くし、
「老廃物」を流すことでコリをほぐす



(イメージ図)



(イメージ図)

ピップエレキバンは、磁気を貼った瞬間からコリのある部位に作用し始めます。ヒリヒリ感やひんやり感といった皮ふへの刺激はありません。
刺激を感じるものと効きめとは違います。

ピップエレキバンは、「バンソウコウ」に強みあり



1

高い伸縮性

素材には柔軟性を持つ全方向伸縮性ポリウレタン不織布を採用。肌の動きにフィットするので、肌にストレスをかけず、かぶれにくい。



2

高い透湿性

透湿性が高いので、皮膚がふやけず快適なはりごち。透湿性がよく、ムレにくい。



PIPエレキバンの特長とは・・・

2～5日貼っておくだけでコリがほぐれてく**“手軽さ”**
ニオイなし・目立ちにくい**“使いやすさ”**がポイント

コリのポイントに貼るだけ

装着している間中
磁気の効果が続く

バンソーコー部分が肌色で
小さく目立ちにくい

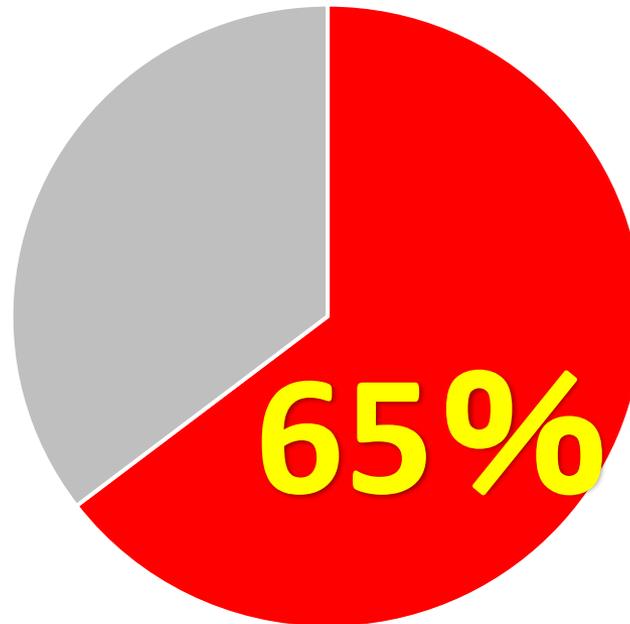
体感・刺激がすくない

においがしない

日本の肩こり人口

日本人の6割以上が肩コリの経験がある

◆1年以内に、肩のコリ・はりが気になったことがあると答えた人の割合

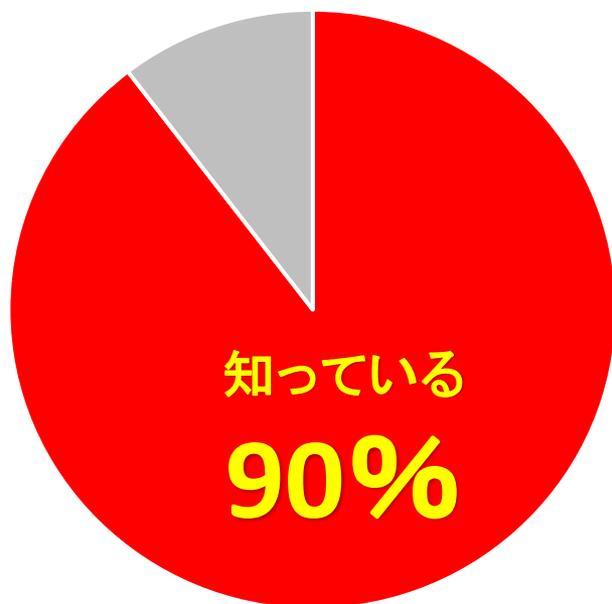


※当社調べ（19年5月） 関東・中部・関西在住 20～69歳男女N=15,351

PIPエレキバンユーザー構造

商品の認知率は高いが、
まだ、買ったことがない人（71%）が多い

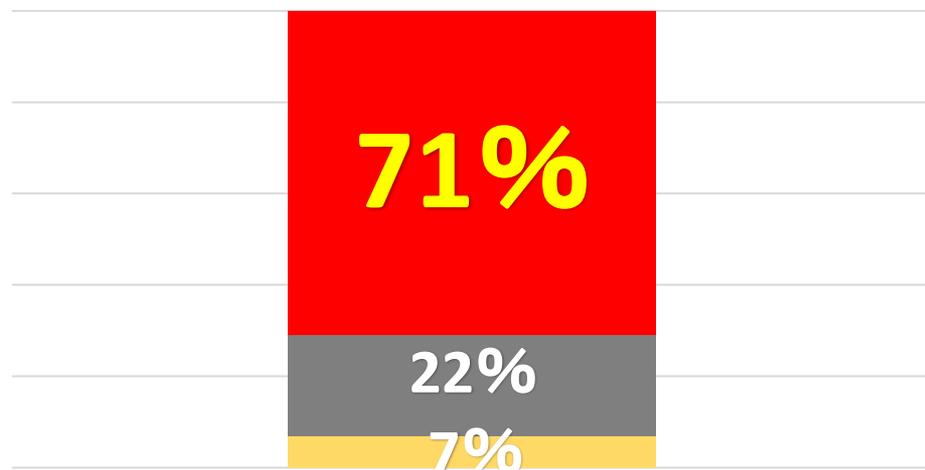
◆商品認知（助成想起）



※当社調べ（19年12月）
肩こり有訴20～69歳男女N=902

◆認知者における購入率

■ 知っているが、買ったことはない ■ それ以前に購入
■ 1年以内購入

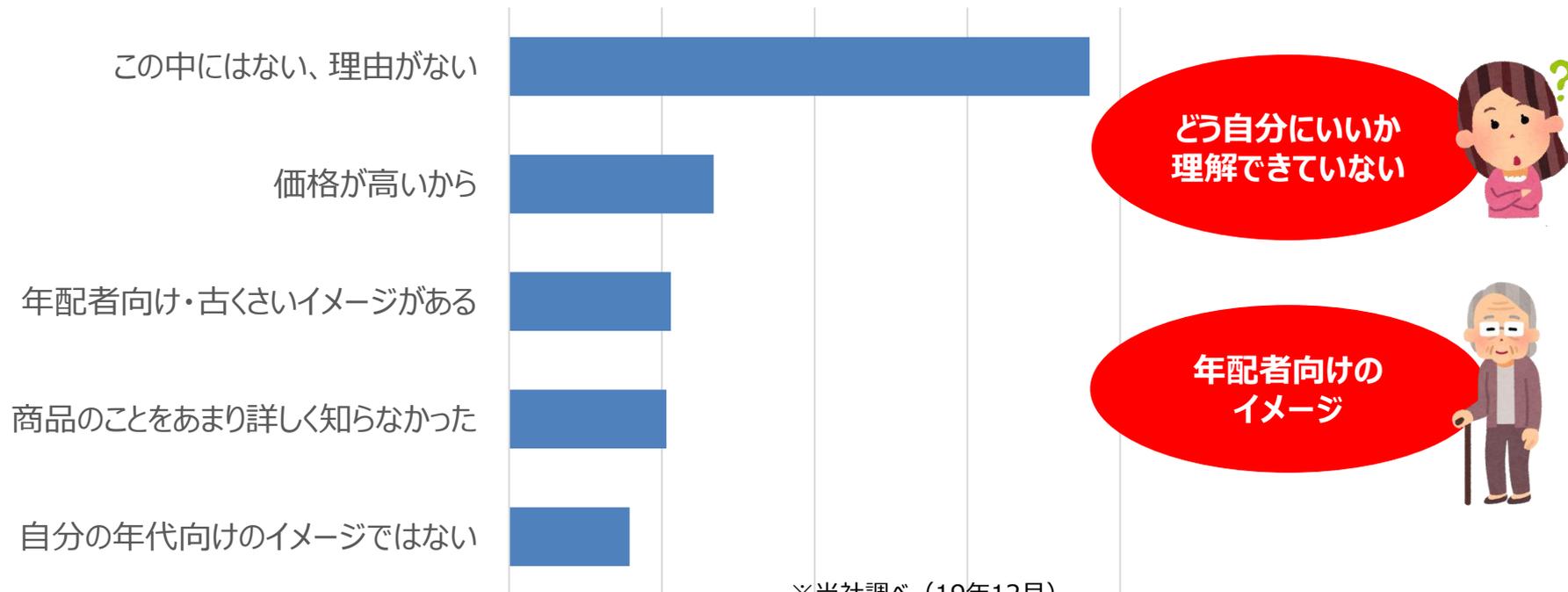


※当社調べ（19年12月）
肩こり有訴20～69歳男女 かつPIPエレキバン認知者N=808

エレキバンを知っているのに、なぜ使わないのか？

“商品を正しく理解されていない”“年配者向け”イメージ

◆認知者における非購入理由TOP5

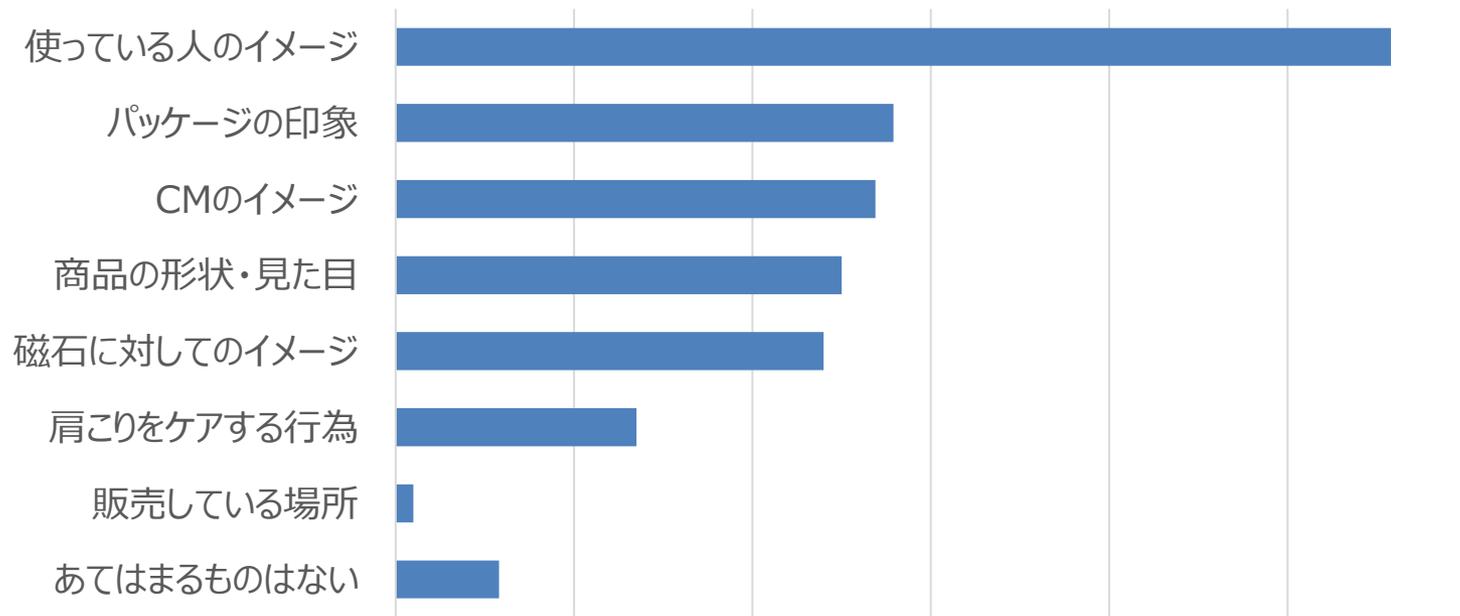


※当社調べ（19年12月）
肩こり有訴20～69歳男女 かつPIPエレキバン認知非購入者N=573

年配者向けのイメージはどこから？

「使用者のイメージ」、財産でもある「CM」からも想起
自分も使っているものだ、と感じにくい

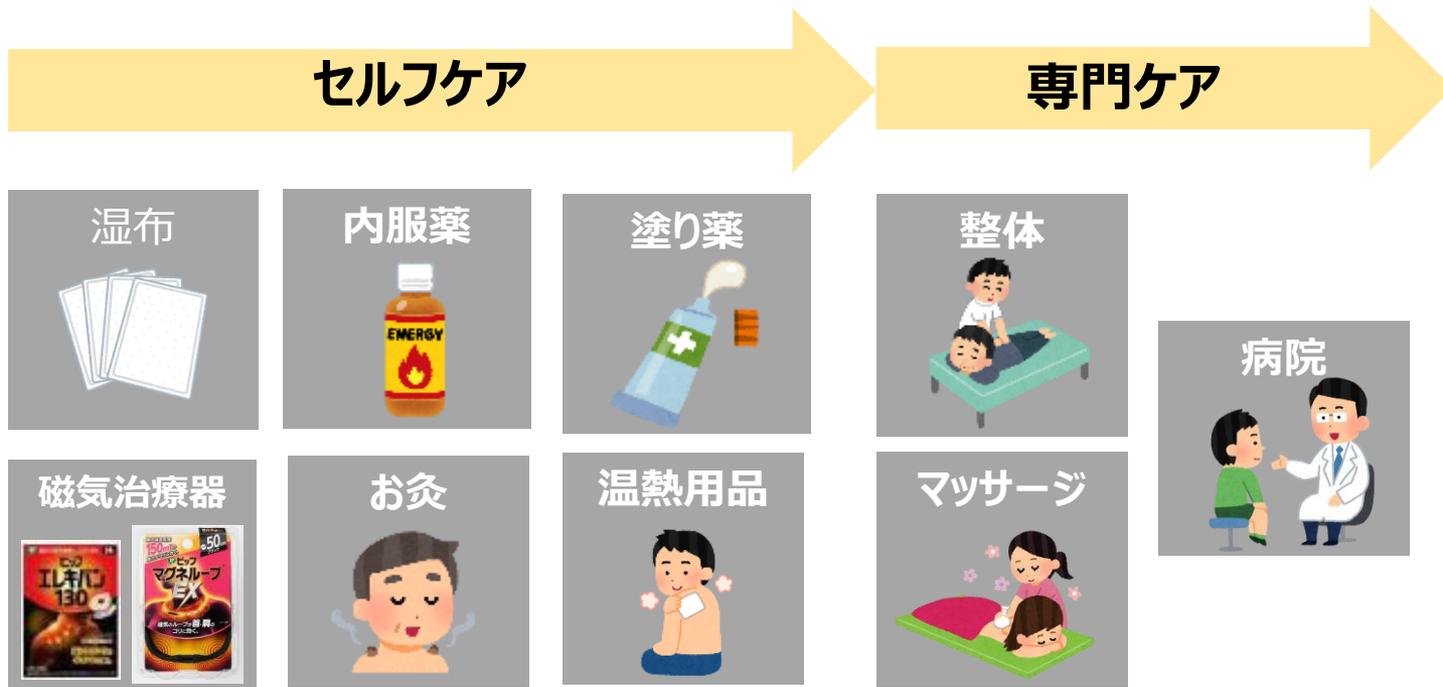
◆年配者向け・古くさいと感じたきっかけ



※当社調べ（20年4月） 20代～40代女性N=800

肩こり商材の激戦化

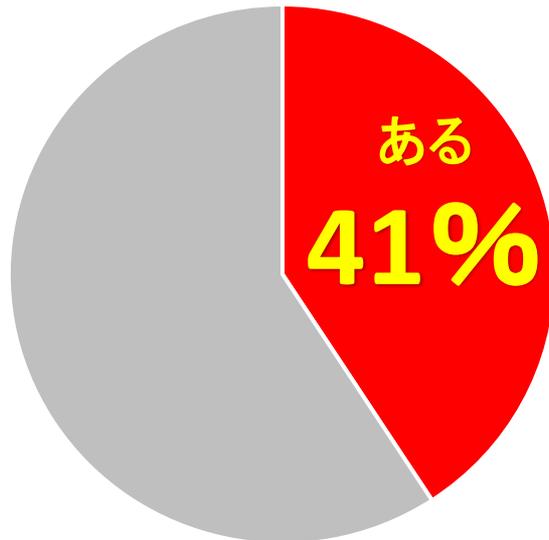
湿布、塗り薬、温熱用具…セルフケア商品はアイテム増！
ピップエレキバンを選んでもらうのは今までより至難の業に…



商品を正しく理解できていない

4割以上は他のコリケア商品との違いをわかっていない

◆差別性：イメージや特長が非常に似ている
銘柄が他にあると思いますか？

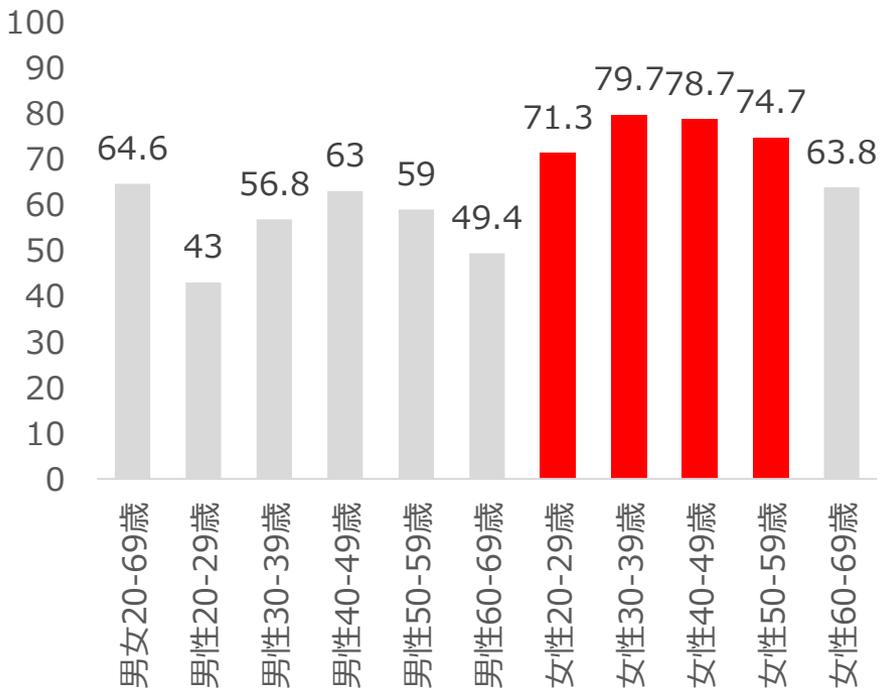


ピップエレキバンって
名前は聞いたことあるけど
湿布とどう違うの？

※当社調べ（19年12月）
肩こり有訴20～69歳男女 かつピップエレキバン認知者N=808

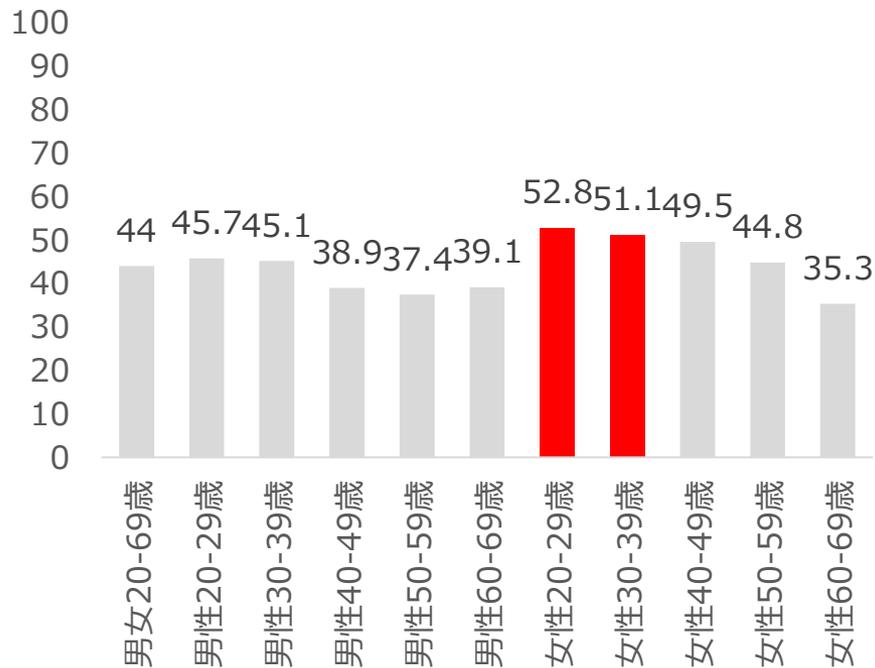
女性の肩こり有訴率が高く、その中でも 20~30代女性は、磁気治療器の利用意向も高い!

肩のこり・はり有訴率 7段階TOP3計 (%)



※当社調べ (19年5月)
関東・中部・関西在住 20~69歳男女N=15,351

磁気治療器利用意向 7段階TOP3計 (%)



※当社調べ (20年1月)
関東・中部・関西在住 20~69歳コリ有訴男女N=884

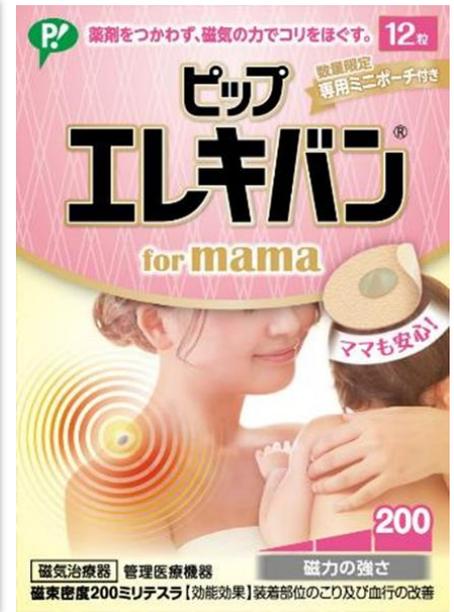
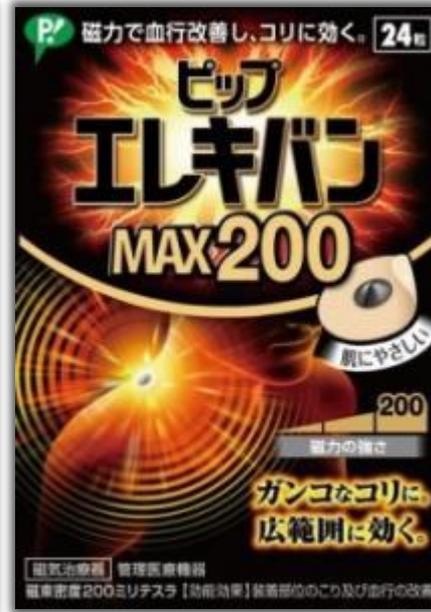
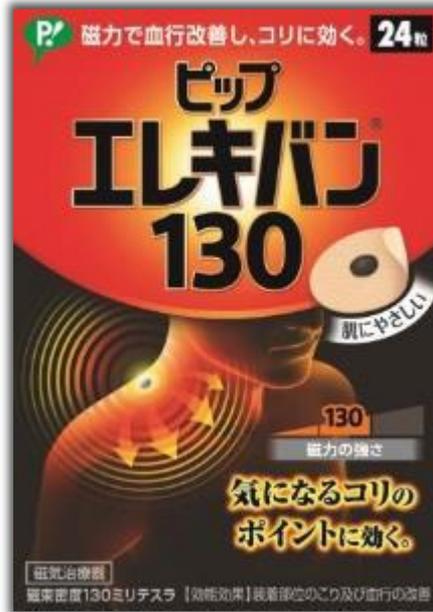
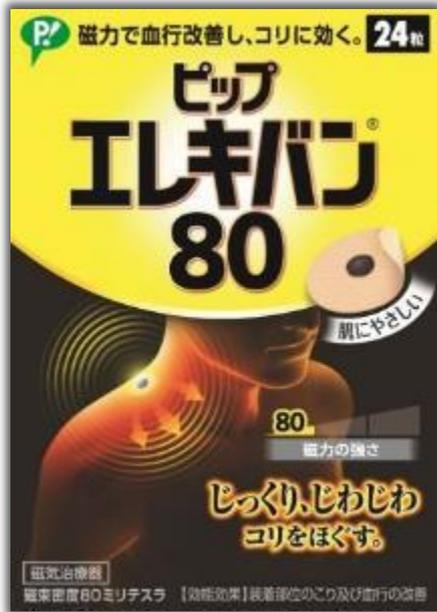
PIPエレキバン ラインナップ

コリを感じたら！

よくこる方に！

ガンコなコリに！

育児中のママに！



磁束密度
80mT

磁束密度
130mT

磁束密度
200mT

磁束密度
200mT

医療機器認証番号：225AGBZX00031000

医療機器認証番号：225AGBZX00030000

医療機器認証番号：228AGBZX00091000

医療機器認証番号：223AGBZX00157000

- 伸縮性、透湿性に優れた肌に優しいバンソウコウ使用。
- においがしない。

- 目立たないグレーの磁石
- においがしない

- 肌色で小さく目立たない。
- 貼っている間中、磁気の効果が続く。

「ポップエレキバン」50年の歩み



1972年

1973年

1990~1997年

10月エレキバン誕生
「恵麗苺絆」

カタカナ表記に変更

1979年6月
エレキバンスーパー

1983年3月
ポップエレキバンA

1985年9月
ポップエレキバンニミ

1987年4月
グラデュエーション

1989年7月
エレキバンX

1990年10月
エレキバンDR
(医療機関向け)
1996年9月
エレキバンコンビニ
1997年11月
エレキバンスポーツタイプ



1998年

2012年10月

1998年3月
パッケージリニューアル

1999年3月
パステルカラー

2001年8月
ハローキティ

2006年9月
エレキバンEX

2007年3月
ナチュラルカラー

2009年3月
エレキバンZ

2012年8月
エレキバンM

2013年9月
大リニューアル

2016年9月
インバウンド
限定PKG
2016年9月
デザイン限定品



10月大粒



エレキバン40周年



2017年

2018年

2019年

2020年

2017年3月
インバウンド限定品

2017年3月
MAX200

2018年9月
formama

2018年12月
デザイン限定品
第二弾

2019年8月
HelloKittyデザイン
限定品

2020年3月
足裏バンド

2020年9月
インナークリップ



Confidential



エレキバン50周年へ

ピップエレキバンがヒットするまで

- ・商品開発の苦勞

独自の調査・医療機器として承認されるまで

- ・営業努力

セット商品のキャッチボール

- ・喜びの声に支えられ

菓子折りつきのお礼状

- ・すぎる思いでTVCM

商品認知向上のために

- ・九州から全国へ

流通政策上九州から

ロングセラーになるために①

- ・コミュニケーション

TVCM

ユニーク・面白路線

消費者キャンペーン

北極・南極ツアーも

流通施策

景品付きセット

商品戦略

mT(ガウス)の大きさ、

目立つパッケージ

ロングセラーになるために②

- ・社員の気持ち
自分たちの商品という自負・誇り
- ・消費者からの感謝の声
長年の痛みが消えた
何をやってもダメだったのに・・・
- ・商品へのこだわり
磁石チップへの究極のこだわり
かぶれと剥がれの二律背反

ロングセラーを維持するために

- ・使用者層の拡大に向けて強化したポイント

- ①商品理解の啓発促進

- ②自分向けイメージの強化

- (年寄商品イメージからの脱却)

- 肩こり有訴率の高い女性で

- 磁気利用意向の高い20～30代を

- ターゲットに設定

- ◆若年層へのアプローチ

- ・コミュニケーションの変更

- ⇒マスメディアのTVCM中心からSNSの強化

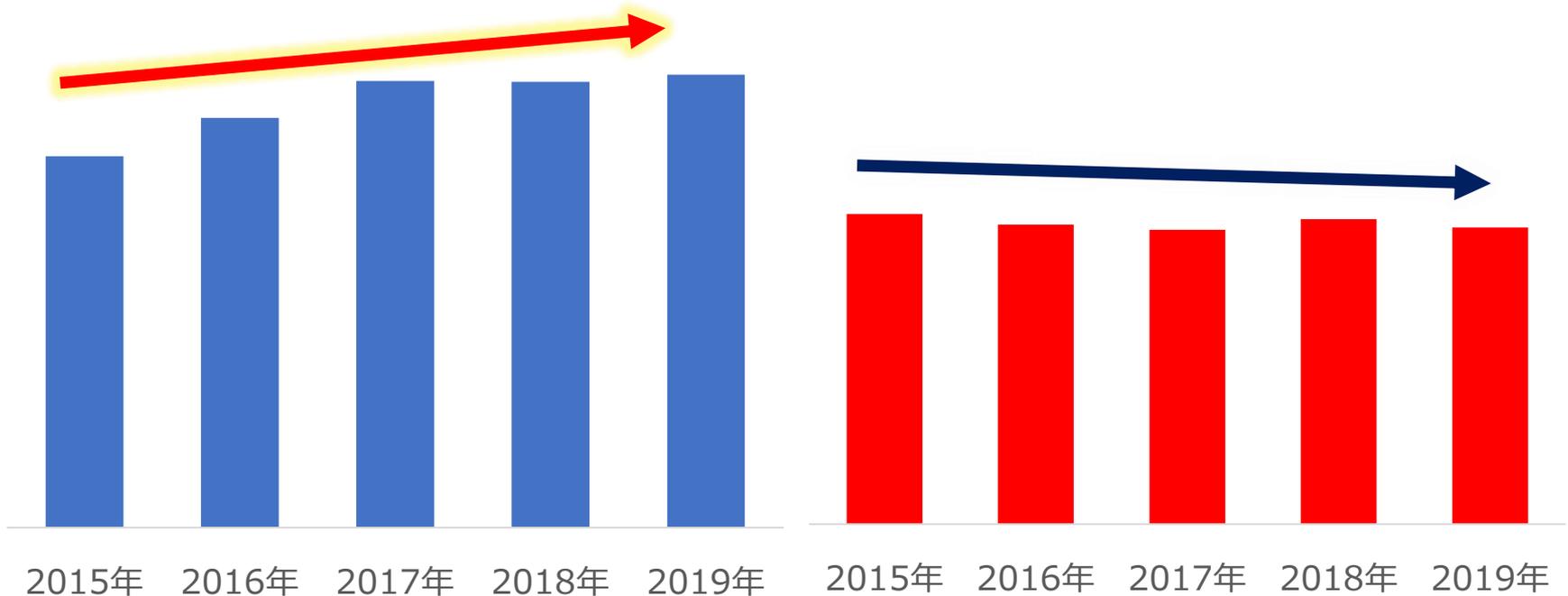
- ・若年層の悩みに対応した新商品の開発

コロナ前5年間の国内売上推移

市場成長の中、ピップエレキバン[®]の売上は横ばい

◆コリケア市場
(外用鎮痛消炎 + 温熱用品 + 磁気製品)

◆ピップエレキバン



※インテージSDI-INB除く 売上金額 対象期間：1~12月 (2015年~2019年)

★こんな方にも・・・

薬剤の影響を気にされる方におすすめです！



喘息もちの方

※シップ等に含まれる医薬成分が
喘息の症状を悪化させることがあります

産後授乳中の方

※薬剤を使っていないので安心、
においがせず赤ちゃんが嫌がらない



刺激やニオイが苦手な方

**2018年以降、
コミュニケーションターゲットを
若年女性へシフトし、
ブランドの若返りを図るために行った
具体的な施策とは・・・**

プロモーション強化①CM

磁気の特長“効果の持続性”を伝えたキーメッセージ
「ひどいコリでもずっと効く」



CMと連動した販促物



プロモーション強化①CM

自分たちの年代でも使っていていいかも？
と思わせる世界観



プロモーション強化② SNS施策

Twitter中心に、コリケア情報提供・PR強化

◆梅雨時のコリ“じめじめコリ”の注意喚起



◆ピップエレキ“バレンタイン”キャンペーン
義理チョコではなく、義理“エレキ”を送ろう

ピップエレキバン ピップマクネルーフ
@pip_cp

\もうすぐ #バレンタイン ❤️/
#ピップエレキバン 限定パッケージプレゼント企画🌟

#義理チョコならぬ「義理ピップエレキバン」
限定パッケージを抽選で5名様に！

【応募期間】
2月5日～9日

【参加方法】
①@pip_cpをフォロー
②この投稿をRT
詳しくは👉bit.ly/2WwxLMd

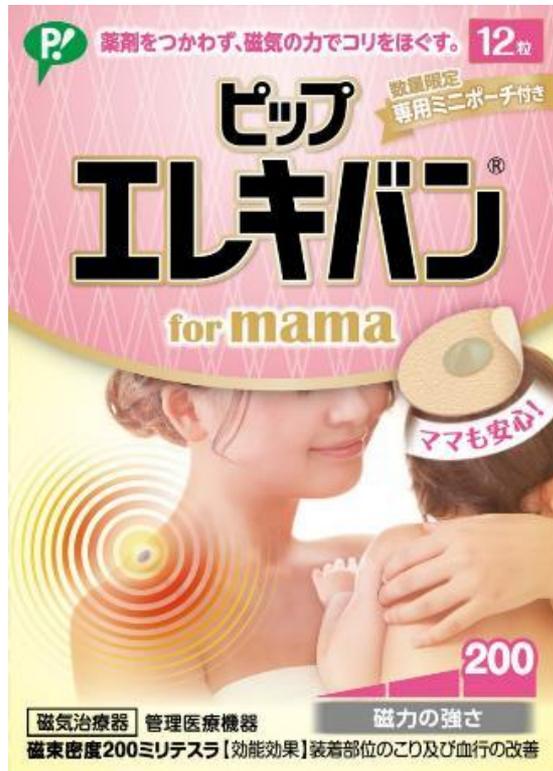
#肩コリ

抽選で合計
5名様に
プレゼント!
2月9日(日)まで

ピップエレキバン バレンタインプレゼントキャンペーン

プロダクト強化① formama発売

コリ悩みの強いお母さん層へのアプローチ



ターゲット

深刻な肩のコリ・はり症状に悩む
妊娠中～2歳未満の子を持つママ

肩コリが辛いけど、薬剤を使っていたりにおいが気になるから
シップは使いづらいし強いシップ剤は使えない。
でもマッサージに行く時間なんてない。どうか楽にしてほしい。

特長

- 磁束密度200ミリテスラ ガンコなコリに
- 磁石が目立ちにくいカラーになり、
子供の目につきにくい！
- 乳幼児が開けにくい、
底開けタイプの特別なパッケージ形状！



プロダクト強化② 足裏バンド発売

足裏のコリ悩み層から、ブランド新規顧客を取る



ターゲット

足裏のコリ・はり有訴者
(25~49歳の女性をメイン)

- ・土踏まず部分が張って辛い感じが慢性化している。
- ・足裏のケアをしているところは誰かに見られたくない
- ・肩とか他の部位よりもしっかりほぐれた刺激・気持ちよさがほしい。

特長

- 寝ている間に着けておくだけで、磁気が足裏の血行を改善 っらいコリをほぐす
- ググッとクッションで歩くと土踏まず気持ちいい！



プロダクト強化③ インナークリップ発売

肩甲骨コリ有訴者のニーズ解決



ターゲット

肩甲骨まわりのコリ・はり有訴者
(25~49歳の女性をメイン)

肩から背中、肩甲骨まわりにかけての慢性化したコリが気になるけど、手が届かなくて一人でケアできない。

特長

- 下着（ブラでもキャミでも）に挟むだけで、手の届かない肩甲骨まわりのコリ・はりをお手軽ケア！



今後、力を入れていきたいこと

●若年女性（25～39歳）のトライアル強化

- ・「コリを感じ始めるタイミング」+「強い悩み」
- ・自分の時間が少ないことから求められる「ながらケア」

●環境変化への適応

- ・withコロナによって浸透しつつある
“在宅ワーク”

今後増えるだろう“在宅コリ”に着目

●消費者との接点の多様化

- ・コリと親和性のあるモノ・コトとのコラボレーション
整骨院でのアフターケアとしての活用から





ピップエレキバンは、今年発売50周年を迎えます。
それを記念して、プロジェクトを立ち上げました。



ファッション制作企画

1

コロナイ・コレクション

「未来の“肩がこらない服”」をテーマに「コロナイ・コレクション」と銘打ち、衣装制作を行います。性別や年齢、ライフスタイルを問わず多くの方に、コリについて考えるきっかけとしていただくため、文化服装学院の学生による自由な発想と、千葉大学デザイン・リサーチ・インスティテュート教授で人間工学 博士の下村義弘先生の知見を活かし、PIPが”肩がこらない服”の制作に本気で取り組んでまいります。

オンライントークイベント企画

2

コロナイ・カタリバ

潜在的なコリのお悩みがある方へ、肩コリについて改めて考えていただくきっかけづくりとして、「サウナ」「身体づくり」「ゲーム配信」の3つを各回のテーマとし、様々な視点の専門家から、それぞれのテーマを通じたコリの解決についてお話しいただくオンライントークイベントです。



(左から)千葉大学下村義弘教授、アンバサダー倉野尾成美さん、私、アンバサダー下尾みうさん、文化服装学院高橋知優さん、文化服装学院朴澤明子教授
コロナイ・プロジェクト メディア発表会(2022年5月31日)より





コロナイ・コレクション発表会
倉野尾成美さん(AKB48)、私、松浦ブラマネ、下尾みうさん(AKB48)
(2022年10月11日)



コロナイ・コレクション ポップアップイベント
(2022年10月14～16日、東急プラザ表参道原宿店)

お願い

- 本日の講義を聞いた感想
- 肩こりに悩む学生さんに、ピップエレキバンを使っていただくためには、何をしたらよいと思いますか？

ピップは、日本のコリゼロを目指します！

引き続きピップ製品を よろしくお願ひします。

ご清聴 ありがとうございました。

