

「どりこの」の謎——薬と印刷物

石 塚 純 一

はじめに

薬屋（製薬会社と薬局）にとってチラシや新聞など印刷物はいまも大事な広告の手段である。新聞の折り込み広告にドラッグストアのチラシが入っていることも多い。パソコンやテレビが無い時代、新聞が主たる宣伝媒体だったが、薬は新聞広告を多用する産業のトップの位置にあった。宣伝物だけではなく効能書きやパッケージにいたるまで、薬という商品にとって印刷物はつきものといえる。

手元に昭和一〇（一九三五）年前後の製薬会社の宣伝物がある。以前、古書目録から購入したもので、薬や化粧品関係のチラシやパンフレット、景品、丸薬入り包装、薬品通帳、製薬会社のPR誌、業界新聞、送り状など九〇

種類以上、延べにして約一七〇点あった。一括して保存されたものである。消耗品である広告チラシ類が一カ所で保存されるケースは珍しいだろう。広告に関する歴史的な研究は、おおむね新聞広告を元になされてきた。捨てられる運命にあるチラシ類は研究資料になりにくかったからだだが、そこには新聞広告とは異なる世界が認められる。これらの宣伝物の一部には送り先が記され、奈良県吉野郡上市町 上市薬局」とあった。おそらくこの薬局にずっと保存されていたものだろう。この薬局はどこかに現存するだろうか？ 上市町の現在の地名である吉野町へ出かけることにした。

京都から近鉄線で約二時間。特急で南下し樞原神宮前駅かきはらで近鉄吉野線に乗り換え、さらに山あいを走ると、終点吉野駅の二つ手前に大和上市駅がある。線路はこの先で大きく右にカーブして吉野川の高い鉄橋を渡り吉野山の山腹へと向かう。大和上市駅で下車し、吉野川に沿った高台の狭い道を古い番地を頼りに歩いて行くと、古い大和造りの立派な民家が見えてくる。吉野杉の木材会社を經營する人の家だという。しかしこの旧道にはコンビニも目立つた商店も見当たらない。やがて吉野町役場に着く。係に上市薬局があるかどうかを尋ねるために入口に向かおうとしてふと横を見ると、道をはさんだ向かい側に「上市薬局」の看板がある。店は今も健在だった。

上市薬局のご主人に、手持ちの資料のひとつであるカタログをお見せし、そこに押印された「上市薬局薬剤師若松政治郎」を示すと、これは自分の父親の名前であると懐かしそうに話し始めた。父は昭和二年に現薬局を開業、その年に自分が生まれた（ご主人の歳は八〇歳）という。父は今木（吉野町の隣村）の兼業農家に生まれ、京都薬学校を卒業し資格を得て、京都帝大病院の薬局に勤務していた。ところがその後体調を壊して今木に帰り一〇年間養生に努めた後に、この場所で薬局を開業した。当時の吉野郡に薬剤師はたった三人（葛の上森氏と下市の米田氏こめだ）

だけだった。広い吉野郡の農山村の住人は「上市に行けば病気を治してくれる」といって薬局は頼りにされ繁盛したという。

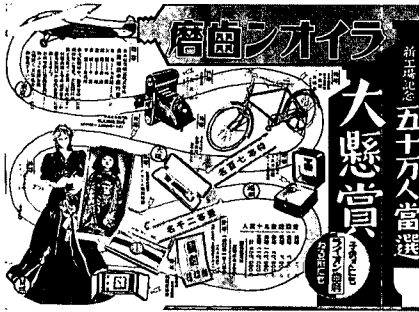
大和地方では古くから漢方薬や生薬に基づく売薬（配置薬）が盛んであった。近代の製薬会社による洋薬開発と薬局の制度は、伝統的な行商による売薬（配置薬）と昭和戦後にいたるまで競争関係にあった。現在の上市薬局では洋薬のみならず漢方薬や生薬も扱っており、吉野金峯山の修験に由来する藤井の陀羅尼助丸^{だらにすけ}などを置いている。大和地方の売薬と印刷については別稿にて詳述したい。

上市薬局のご主人の言葉によって、手元の薬関係資料が、昭和八年から一二年ころに奈良県吉野郡の薬局に届いた製薬会社の販売促進のための宣伝印刷物であることが確認できた。

昭和一〇年の薬局向けチラシ

旧上市町（吉野町）は、山地が広がる奈良県南部の吉野郡に位置する。かなり辺鄙な地域ではあるが、大正元（一九一二年）年には鉄道が開通し木材の搬出地として人々が集まり、小さい町が形成されていた。こうした地方の町場には薬店があり、当時、上市薬局と同様の宣伝物が製薬各社から全国に送られていたと考えられる。上市薬局の先代の主人が捨てずに残したパンフレット類はおおよそ用途別につきのように分類できる。

a. 顧客に手渡される薬の宣伝チラシ類 b. 顧客および薬局に対するサービス品あるいはその案内 c. 薬局向けの販売促進用の製品案内パンフレット d. 製薬各社が定期的に発行する時報類（PR誌） e. 薬業界紙など。



ライオン歯磨大懸賞 チラシ



北海道産真珠ミルク チラシ

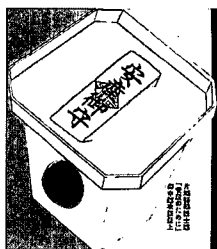
この分類に従って当時の印刷宣伝物を具体的に紹介していこう。

a. 顧客に手渡される薬の宣伝チラシ類

「カオール」口中殺菌剤、カオール本舗。「ワダカルシウム錠」和田卯助商店（現ワダカルシウム製薬）。「クスリはホシ ホシ胃腸薬」商標権問題が解決し真物が確定したことを愛用者に謹告、星製薬。「森永糖加ドライミルク」小冊子、森永練乳（現森永乳業）。「ハクキン懐炉使用説明書」矢満登商会（現ハクキンカイロ）。「北海道産真珠ミルク」絵ハガキ、十勝、新田練乳製造所。「改良型ラヂオレーヤー解説」神経痛・リヨウマチスなどに効く放射光線治療器、東京ラヂオレーヤー。「しもやけ温湯薬」イチジク浣腸本舗 東京軽便浣腸製造所（現イチジク製薬）。「ライオン歯磨 新工場記念大懸賞」（現ライオン）など

b. 顧客および薬局に対するサービス品あるいはその案内

・「安産のために」冊子（片瀬医学博士述）和田卯助商店
 ・「安産御守」（カラー印刷二つ折り切り抜き）表紙は三方にお札が乗る図でこれを開くと「妊婦を守る進んだ薬！」のキャッチフレーズと説明があり、上記の「安産のために」冊子進呈とある。和田卯助商店



安産御守 ワダカルシュ
—ム錠

・「太田胃散の組立玩具新議事堂」新議事堂の落成記念に五色刷りのレリーフ状組立玩具を販売報償券に応じて送る。太田胃散本舗（現太田胃散）。

・「和菓子・洋菓子類のレシビ」（カラー印刷・経本折り四九ページの小本）裏表紙に「明治ミルククリーム」、「マスター水白粉」、「博士脱腸帯」などの広告有り、表紙破損のため制作者不明だが主婦之友代理部の「重宝なお台所用品」広告もあり、内容から判断すると主婦之友社の編集による制作物が顧客サービスに用いられた可能性が高い。

・カオールの「夏季衛生保健要訣」附「人体解剖図」（二つ折りパンフレット）

口中殺菌剤の宣伝と部分名称入りカラーの解剖図と食い合わせ図表、細菌の顕微鏡図が載り、標語に「病気は最初の五分間に治せ 戦争は最後の五分迄戦へ」とある。カオール本舗 安藤井筒堂薬品部

・わかもと物識絵本第一輯 知らず知らずに覚えられる国史 記憶うた絵本（カラー印刷・一二ページ小本）皇紀年号の記憶法を絵入りで伝授。「仏教伝来 仏教は日に日に（一一一一）ひろく伝はりて遂に非常な勢ひとなる」など。第二輯として「算術記憶うた絵本」を予告。栄養と育児の会発行・わかもと本舗（現わかもと製薬）

・「オゾ鉛筆」オゾ本舗謝恩計画の景品。重宝薬オゾとオゾ胃腸薬のセット一口



ブルト-ゼ謝恩 バンフレット

「どりこの大特売規定」(カラー片面印刷二つ折り)どりこのは「高速度滋養料」と謳う 大日本雄弁会講談社代理部(現講談社)

「ブルト-ゼ昭和十年度謝恩規定」(カラー片面印刷・四つ折り切り抜き)ブルト-ゼは補血強壯新薬ならびに栄養剤。規定数買上につき製品の割増をする。

藤澤友吉商店は一九四三年藤澤薬品工業と改名、二〇〇五年に山之内製薬と合併して現在アステラス製薬

・「藤澤ニュース看板提供」(カラー両面印刷・三つ折り切り抜き)「輝く三七年のプレゼント!人目を惹く・活きた看板・御店頭用に好評噴々」「五日目毎に差替への時事速報写真を向ふ一ヶ年無料提供」(時事写真新聞社より直接発送)とある。ブルト-ゼ昭和一二年謝恩規定。 藤澤友吉商店

・「サロミン」(百本会)御優待特売(二色刷り) サロミンは胃腸・栄養・脚気薬。三等景品には「主婦之友」または「婦人倶楽部」半ヶ年購読券あるいは学習院型ランドセル、陳列硝子棚の中から一点を選択する。サロミン本舗嘉寶商事薬品部・「クラブ美身クリーム販売店御優待」(カラー両面印刷三つ折り) 景品はクラブ刷白粉および抽選で現金。 中山太陽堂

・「仁丹大規定」(カラー両面印刷A3判変則折り) 景品は口数に応じて仁丹の割増送付の他、軒突出し看板や店頭用ガラス陳列ケースを提供。森下仁丹本舗(現



森下仁丹)

・「淋疾にウラルゴール」(二色刷り両面印刷) 三本入り一函を一〇函に付き一函無料進呈。挿入し易い短管を新発売、使用方法などを詳述する。友田合資会社

・「男鹿半島遊御招待」(片面カラー・中面二色刷り) 湯野浜温泉のモノクロ写真の上に「たった一ツ忘れられて怒れるが如き男鹿の出島 新緑の香が煙雨にかをり、小鳥は遠い夢をくはへてかけ廻る。遠い昔のバラダイス：秋田おはこの唇も：」といったキャッチフレーズが白抜きで書かれる。昭和一二年に発行された三泊四日招待旅行のパンフレットで、特約店共成会の内一定の額以上製品を買った薬局を対象としている。大正製薬所(現大正製薬)

・「パラヌトリン特売」(三色刷り片面) ビタミンB脚気治療剤、値下げ断行「なぜパラヌトリンをお薦め申上げるか」。塩野義商店(現塩野義製薬)

・「ハクキン懐炉特売景品抽選発表」(二色両面印刷、四つ折り) 現金還元。本舗 矢満登商会(現ハクキンカイロ)

その他、「赤玉ポートワイン買入通知実施三周年記念御優待」(赤玉ポートワイン本舗)、「楠カイロ灰創立記念特売」(楠灰製造株式会社)、「糖尿病治療剤ガロフォス」(三共、現第一三共)、「フェバー体温計三重景品付有利特売」(フェバー体温計本舗)、「家庭染料みやこ染大特売」(本舗桂屋商店)、「志らが赤げ染元禄特売」

パナソニック特賣

「時報」類 (定期刊行のPR誌)

「大正レポート」昭和八年七月一日第五五号・第六六号 (昭和九)・第七四号 (昭和一〇) 三誌の目次を総合すると、薬業ニュース、ビタミンの知識など新薬の紹介のほか、薬種商受験講義を連載、宣伝風景、ショーウィンドウの陳列法や店頭裝飾のコンテスト、世相を語る、俳句採点表、自社広告からなる。昭和四年創刊、大正製薬所

東京 西野薬商店



パナソニック特賣パンフレット

スバル体温計

「時報」類 (定期刊行のPR誌)

「大正レポート」昭和八年七月一日第五五号・第六六号 (昭和九)・第七四号 (昭和一〇) 三誌の目次を総合すると、薬業ニュース、ビタミンの知識など新薬の紹介のほか、薬種商受験講義を連載、宣伝風景、ショーウィンドウの陳列法や店頭裝飾のコンテスト、世相を語る、俳句採点表、自社広告からなる。昭和四年創刊、大正製薬所

東京 西野薬商店



スバル体温計パンフレット

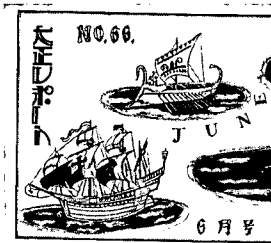
(本舗朋友商会)、「新三共棒状体温計発売大特売」(三共)、「絆創膏工場改築記念特売」(大久保製薬所)、「氷枕・氷嚢連合特売規定」(エスエフ商会) など。

d. 製薬各社が発行する「時報」類 (定期刊行のPR誌)

「大正レポート」昭和八年七月一日第五五号・第六六号 (昭和九)・第七四号 (昭和一〇) 三誌の目次を総合すると、薬業ニュース、ビタミンの知識など新薬の紹介のほか、薬種商受験講義を連載、宣伝風景、ショーウィンドウの陳列法や店頭裝飾のコンテスト、世相を語る、俳句採点表、自社広告からなる。昭和四年創刊、大正製薬所

・「武田時報」昭和九年四月二〇日第一二二四年号 本号目次より タケダ新発売品紹介、商店と陳列、薬店に必要な新しい薬理学、季節と新薬 (花見時と胃酸過多症・ヒステリーはなぜ起こるか)、治療界に於ける武田新薬 (しゃっくり・腰痛・流行性感冒症)、連載漫画花野長太、モダン医学指南所、ちぎれ雲 (コラム)、文壇 (短歌と俳句)、自社広告。大正一二年創刊、武田長兵衛商店 (現武田薬品工業)

・「仁丹時報」昭和八年二月一日第一四七号 仁丹三〇銭以上買い上げの顧客に中江藤樹や乃木希典ら近代の一〇人の書、「真跡」から選んで一点を贈呈する内容。



大正レポート 大正製薬の時報

・「仁丹時報」昭和一〇年二月二日第一八一号 仁丹特売規定の案内と看板および陳列ケースの提供。森下仁丹本舗

・「ホシ家庭新聞」昭和一一年一月 第一七六号 目次より、政治・経済・社会欄（首相江東街視察・スペインの叛乱・郵便料金の値上など）、科学と衛生欄（東京オリムピックとテレビジョン・丹毒の知識など）、家庭と婦人欄（欧米の礼儀作法・子供さんの勉強時間と娯楽読物・頬紅の使ひ方など）、読物・子供ページ（月光の曲・日本の伝説・武蔵と少年など）からなり、薬の広告が各所に入る。星製薬

・「田邊ニュース」昭和一一年二月五日 第一五六号 二〇ページ。目次より 薬店風景―外観と設備の研究（各地の薬局の店頭と店内立体図を基に店の様子が紹介される）、薬室の常識（医学博士によるヴィタミンの話、火傷薬の治験についてなど）、季節のチラシ範例（薬局が風邪・セキ・頭痛薬の宣伝チラシを作る場合のモデル三種を提案）、俳句・川柳欄など。大正一三年創刊、田邊五兵衛商店（現田辺三菱製薬）

・「懐春」昭和二二年一月 第二二号 ハクキン懐炉の定期刊行物、一六ページ、冒頭の年頭の言葉は、スペイン内乱や蒋介石の張学良による監禁（西安事件）にふれた東亜の問題と時局について。百まで生きる法、薬品と保健具の広告、厳寒



バイエル時報



わかもと月報の真コンテス
真コンテス
店頭ディスプレイ写

に備えるハクキン懐炉、落語・天下の術、漫談・牛肉と保温など。矢満登商会

・「バイエル時報」昭和十二年三月二〇日第五二号 一二ページ。目次より 日独防共協定成立と日独親善の春、新薬の解説、コラム「防共時局おはら節」、同「文芸化されたアダリン」など。バイエル薬品合名会社（現バイエル）

・「塩野月報」昭和十二年五月一日 第一九三号 一六ページ。目次より、新薬の解説、疾病と処方（回虫・鞭虫・ぎょう虫の薬について）、内外文献抄録、川柳欄、自社広告など。塩野義商店

・「わかもと月報」昭和十二年七月一日 第四一号 タブロイド判・全一二ページだが四ページ分のみ。装飾懸賞写真当選発表特集号と謳い、「わかもと」が店頭を飾る写真を募集、一等から紹介する。「教育掛図寄贈を貴店の社会奉仕として顧客にご説明ください」とその内容と仕組みを紹介、奥様券謝恩品として魯山人が陶器を制作中という記事、家庭と趣味欄など。わかもと本舗

・「京城薬化学月報」第5年臨時号 発行年不明、四ページ。鎮痛・麻酔・鎮静の新薬ネオベジナル液の解説宣伝。京城薬科学研究所

・「米谷薬局月報」昭和二年九月号 表紙二色印刷、一六ページ小冊子。「万病にきくレントゲン」のタイトル、若はげの治療法（漫画入り）、薬は湯で服め、イモリの黒焼のみかた、ビオフェルミンの広告など。薬剤師米谷裕治郎（奈良市



懐春 ハクキン懐炉の時報

西木辻町）が独自に発行したものと思われる。

e. 薬業界紙など

・『薬言時報』昭和一二二年三月一五日号 毎月二号発行。「全国売薬業者の死活に関する重大法案たる国民健康保険法」の反対運動が一段と氣勢をあげるといふ記事が一面を飾る。「売薬問題の真剣なる検討 四」として薬局薬店でも「売薬」を扱うかどうかという問題が連続で論じられる。奈良県の売薬（配置薬）業者の業界誌であろう。薬言時報社・奈良県南葛飾郡御所町

・『大和薬事新聞』昭和一二二年五月五日号 「売薬制度改正に関する答申書」をトップで報じ、「売薬営業は薬剤師に一元たること」「売薬と新薬、新製剤との格一は其の要を認めず」などの内容。売薬業者の広告多数掲載。ほかに「昼中行商先で人妻に挑みかかった」の見出し記事などあり。また一頁大の印刷会社の広告は、火事により工場が焼失したことの詫びと新設備導入により面目一新する故、「お得意様の倍旧のお引き立てを」という内容。印刷会社にとって薬業は重要な取引先であったことがわかる。大和薬事新聞社・奈良県高市郡八木町

・『大衆衛生新聞』昭和一二二年五月一日第九三号 皮膚病新薬、ピチロールパスタの特売広告、糖衣に関する研究、新薬宣伝員閑話、広告は「家庭の友」（家庭の

友社) 薬局・医院用椅子・テーブル (丸富商会) 京都や大阪の印刷会社各社その他は日本新薬株式会社 発行元不明

・『大阪春元時報』昭和八年八月一五日第一一〇号〜昭和一二年三月一五日第一五二号までの四号。(二つ折り四ページ)。表1には季節のあいさつなど。表二は洋薬の部・雑品の部・工業用薬品・和漢薬品・粉末薬品の値段表。その他個別の会社の広告。合名会社春元本店・大阪市東区道修町

以上、奈良県の上市薬局に昭和一〇年前後に集まった薬関係の印刷物を紹介してきた。もとより当時の製薬会社が制作した宣伝物の一部にすぎないが、この頃の販売店向けの薬の印刷物がどのようなものであったかを知る手がかりにはなる。

製薬業と広告

近代日本の製薬史はたいへん複雑な経過をたどるが、洋薬主体の製薬会社の成立をおおまかにみると、もともと和漢薬種商として有力だった大阪の武田長兵衛、田邊五兵衛、塩野義三郎らは輸入薬品を扱って拡大を図ってきたが、日露戦争(一

塩野月報



塩野月報 塩野商店の時報

九〇四—〇五）後に小規模ながら薬品の精製を行い急速に伸長した。第一次大戦（一九一四—一八）で輸入の途絶と薬価の暴騰により新薬の国産化の契機が訪れ、製薬部門を積極的に強化していった。¹ 薬学史からみると、大正末期から昭和の初期に薬学研究の体制が整い、製薬会社が企業として近代化を急速に進め、ことに昭和一〇年代は薬学研究の黄金時代といわれている。それまで疎遠だった医学研究と薬学研究が協力し、また大学研究室と製薬会社との共同開発によって新薬が次々と生まれたことが黄金時代と言われるゆえ²である。製薬各社の「時報」類が大正末期から昭和初期に創刊され、毎月発行されはじめたことやここに掲げた資料に見える一群の宣伝物と、新薬の開発とは関連がありそうである。昭和初期（一九二五—三〇）、薬屋もかつて優勢だった売薬業から新しい製薬会社へと中心軸が徐々に移っていく時期にあたる。

薬品にはさまざまな分類法があり劇薬から保健薬まで多ジャンルからなり、広告で扱われるようなものはいわゆる家庭薬が中心だが、製薬会社はこれを競って生み出し、大いに宣伝したことがわかる。一つの会社から多品種の、あるいは一つの商品でも何種類もの印刷物が作られ、送られている。食品、日用品、家具などと比べても薬の宣伝量は格段に多かった。このことは当時メディアとしてもっとも影響力が大きかった新聞への広告の量からも伺える。明治後期から新聞広告

薬の本質が示されている。薬を服する際に不安があつたらだれも飲まない。何だかわからないものを進んで飲む人はいない。薬には最低の説明が必要であり、あるいは信頼できる人物の奨めによつて接取するものである。近代においては宣伝（製薬会社とメディアに寄せる信頼）によるところが大きいというのである。また荒俣宏は「薬は半分心理学の応用が効く商品」といい、「これは効くぞ」といつて服用させれば、ただの水でも風邪を治す」から、薬屋が商標デザインや宣伝の心理効果を早くに意識していたと述べる。この問題はいづれ時代を遡つて薬屋と本屋について検討する際に再考しよう。

ここではパンフレット類の紙媒体によつてどのように薬は表現されていたか、薬の信頼度を高めるためにいかなる宣伝をおこなつたかについて具体的にみていく。

薬屋のターゲット——子供の関心を惹く

分類bで取り上げたチラシ類をみると、製薬会社が企画制作し販売店を通じて顧客にどのようなサービスが提供されたかがわかる。この中には既にみたように、

太田胃散 新議事堂



太田胃散の組立玩具 チラシ

薬とは直接関係のないサービス品、とりわけ子どもを対象としたものが目につく。薬局でチラシ類を手にした親が帰っていく家庭の様子が目に浮かぶようでもある。たとえば太田胃散の「組立玩具新議事堂」チラシには、新議事堂の落成を記念し「清麗奇巧な組立玩具を考案致しました。五色刷の感じのよい色彩を配した意匠と構図は不変の弊舗独特の作品」と吹聴する文がみえる。家で子供と一緒に組み立てるイメージが太田胃散にとつて有効な宣伝と考えられたわけである。「相変わらず独特の」というからには他にもこうしたアイデア品を提供していたのだろう。また他社も同様の趣向を凝らしたものを提供していたらしい。

次に、わかもと本舗が手渡すという「記憶うた絵本」は一、二ページ三色刷の小冊子で小学校児童向けに年号（皇紀）をごろ合わせで覚えさせる手引きである。「神宮皇后三韓征伐 三韓を皇后やむなく（八六〇）御征伐国威を外に輝かしけり」といううたと絵が一ページを四分割にコマわりされて展開する。胃腸薬のオゾ本舗は製品名を印刷したオゾ鉛筆を景品とする。雑誌「少女倶楽部」の付録がサービス品となるのも、わかもと本舗の「教育掛け図」もまさに子供をターゲットにするものである。

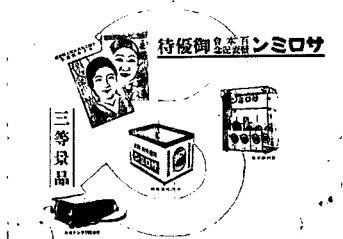
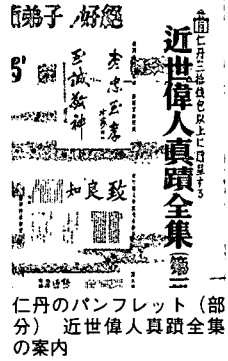
『わかもと月報』には、地元小学校に「教育掛け図」を寄贈しようというキャンペーン記事が載る。「わかもと」（定価一円六十銭以上）買い上げの客に引換券を配り



わかもと本舗の「記憶うた絵本」の中間見開き

それを学校が集めて会社には送ると(一種のグリーンカード方式)、「とんぼの種類」とか「朝顔のいろいろ」「菅原道真の紅梅に別れを告げる絵」など学年別・教科別に編集された二〇種(毎月増補)の多色刷りの大きな掛図から、選んだものが送られてくる仕組みだ。これらの編纂のために「わかもと」は教育資料会なるものを組織し、文部省の役人や高等師範の教職者ら八名の名を連ね、信頼性を高め正確を期したと書かれている。仁丹が「近世偉人真蹟全集」と謳う「名筆」十種の複製品提供にも教育界と出版社の企画との類似性が認められよう。

これらは子供の小さいうちに商品名(胃腸薬など)を刷り込んでおこうという意図ももちろんあるが、それだけではなく地方の町場の薬局薬店が地域の保健活動に寄与していることをアピールするねらいもあったと思われる。病気を治すだけでなく健康な生活をおくるためのさまざまなガイドを薬局が行っていたのである。滋養強壮剤や胃腸薬を売りながら、健康な町づくりに製薬会社も薬局も力を入れていること、教育・児童・保健といった公共性を前面に打ち出した宣伝に取り組んでいるというイメージである。



サロミン本舗の優待景品案内 チラシ
右端がショーケース、左上は主婦の雑
誌購読券

メディアとしての薬局

次に分類cに挙げた、薬局向け販売促進のためのパンフレット類の特徴は何か。また、PR誌を含めた宣伝物の向こうに何が見えるか。新聞広告は大衆に向けて効力を発揮するが、媒体（新聞）に規定される面（読む場や状況）があり、パンフレット類の方がより直接的に視覚に訴える生々しさを持つ。藤澤友吉商店のブルトーゼのパンフは、良質な紙にカラー印刷、商品の写真を瓶の形に切り抜いて折り込むなど凝ったデザインが特徴、豪華な印刷物は他社にも言えることである。薬店へのサービス品には、旅行招待（大正製薬所）もあったが、商品を展示するショーケース（サロミン本舗、仁丹ほか）、店頭に飾る看板（藤澤友吉商店）など店頭デザインやインテリアに直接役立つものが提供されている。これは自社製品を店内のより良い場所に展示し、ポスターや看板を掲げさせようという広告戦略だが、薬店を人が集まる公共性を持った場所として育てていこうという製薬会社の意図も感じられる。藤澤製薬の「ニュース看板」は、五日ごとに時事的なニュース写真が送られてくるという趣向で、店頭に人が集まり人気が高かったようである。ニュース写真を送るのは提携した通信社時事写真新聞社であった。講



藤澤ニュース看板の案内パンフレット

談社や主婦之友の雑誌購読券も景品となった。薬局は地方の町におけるメディア的な機能を担うもう一つの場であった。冒頭でみたように上市薬局が役場の前に開設されたことには意味があったのである。

薬屋が特に文字媒体にこだわりを見せたもう一つの例が、dに挙げた製薬各社の「時報」類である。PR誌と呼ばれる定期刊行物は今ではあらゆる業種で各社から発行されている。ここに集まった製薬会社の時報類が大正末、昭和初期に創刊されたことはすでに述べたが、いずれも力を入れて編集されている。近代の日本で最も古いPR誌は何かといえば、おそらく『芳譚雑誌』であろう。胃腸薬「宝丹」を売り出した守田治兵衛（一八四一—一九二二）が、明治十一年（一八七八）に発行したものだ。「宝丹」の活発な宣伝は、岸田吟香の「精錡水」（目薬）と並んで売薬中でも群を抜くものだった。『芳譚雑誌』は「宝丹」の効用談を交ぜながらも仮名垣魯文、成島柳北らの戯作文学を掲載し、特約店のみならず書店でも販売された。その他、三越の「時好」というPR誌も早い時期のもので明治三十六年（一九〇三）の創刊である。

さて、武田長兵衛商店の発行する『武田時報』（B5判・表紙2色刷、16ページ）をはじめとする、『大正レポート』（大正製薬所）、『TANABE NEWS田邊ニュース』（田邊五兵衛商店）、『塩野月報』（塩野義商店）、『バイエル時報』（バイエル

目精 錫水



錫水の毒病の大根草文治生より直傳の秘
方として日本國中唯我が一家の秘傳にして
二三十年之久妙驗なれバ専ら世上の眼病
と云ふはんぐさ毒を患ふる者あり然るも
無量の望ありて受りし錫水の名は遠近
に密に御寄の薬水と偽造せる者あり是の
毒たり一日の利と成るも存りて諸人の
受るとして眼みず實に惜むべきの甚だし
き也此毒の香風の吾子よくくとの異信
と見認の上よめ流り下よべー（東京
銀座二丁目一拾肆番田吟香）の製する物
は非れバ決して眞の錫水とありず只この
形似たるもの同しとて以て誤りて大害
と流り玉と勿れと謹んです

錫水本店 岸田吟香

岸田吟香が製造販売した目薬「精錫水」の新聞広告 東京日日新聞 1867年10月9日

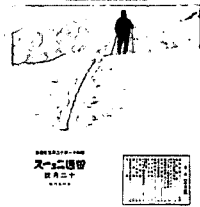
薬品合名会社）、「ホシ家庭新聞」（星製薬）などのPR誌の、基本的な内容構成は共通するが、ウェイトのかけ方に各社の違いがあり、薬の解説記事に力点を置くものから、一般誌に近い構成をとるものまである。共通するのは、新薬・新発売商品の紹介・効能解説および、薬店に必要な新しい薬理学のコナー、「花見時の胃酸過多」や「ヒステリーの原因」などのわかりやすい医学解説などである。

連載漫画を掲載するものも多く、短歌と俳句欄が必ずあるのは雑誌づくりの常套だが、文芸誌的というべきかオーソドックスで読みやすく編集されている。一方で、デザインやレイアウト、キャッチコピーに関する新しい情報が提供され、店づくりやチラシづくりに応用できるように工夫されている。商品陳列に関するアドバイスや優れたショーウィンドウの写真紹介を各社が行い、「田邊ニュース」では「チラシ診療」と題して薬店が作る客向けチラシの上手な作り方を紹介する。商品チラシコンテストの結果を発表しながら、凸版カットの利用法、文字のレイアウト、キャッチフレーズの良し悪しなどを批評して、編集法を実践的に指導しているところが興味深い。

また同誌には各地から薬店内の陳列ケースの配置図を集めて評する記事があり、店内レイアウトの指導を行うという、チラシ編集指南と同様の試みを行っている。ほぼ同時期に出版社アルスから『現代商業美術全集』が刊行されたが、そ

TANABE NEWS

COMER TANABE & CO., LTD.



田邊ニュースの表紙（右）、同誌の店内商品陳列レイアウト例の紹介ページ（左）

の第九集は「店頭店内設備集」で、欧米の商業建築とインテリア、また日本の事例が多数の写真と図面で紹介されている。その解説では、店を街路に連続するものととらえ、店内の壁をキネマやニュース写真やポスターで飾り、常に新鮮かつ「ジャーナリスティックな奉仕」をと提案している。こうした店舗デザインに対する斬新なセンスと、社会と結ぶ手法が話題となっていたわけだが、製薬会社のPR誌がそれに呼応するように、具体的に町の薬局改造を提唱しているのである。

製薬各社のPR誌の一般的な親しみやすいコラムや店づくり案などの記事と、新薬の解説や広告が混然一体となった誌面づくりの編集手腕はなかなか優れている。『バイエル時報』のトップは、ドイツ資本の会社ゆえか日独防共協定締結（一九三六年一月）と日独親善を謳う記事と写真で構成され、ハクキン懐炉の雑誌『懐春』では「西安事件」のニュースを取り上げるなど、時事報道的な側面も見逃せない。これらは薬店主とその家族に向けた記事というだけでなく、店主の知識を豊かにし、薬店を通じて広く地域の顧客への話題提供、情報サービスを意識したものといえよう。地方の薬店は情報伝達の拠点としての機能を持っていたのである。薬とパンフレットと時報類、店頭・店内の全体がメディアとして地域と住民にアピールする様相を見ることができるといえる。

さらに『ホシ家庭新聞』（昭和十一年一月号・B5判・一六ページ・定価三銭）



は、一見すると薬の宣伝とは思えない、啓蒙的な一般紙の体裁をとって毎月一回発行されたユニークなものである。広告も小さく分割されて入るが、主要には「政治・経済・社会」、「科学と衛生」、「家庭と婦人」、「読物・子供ページ」とジャンル分けされてそれぞれ数本の記事が載る。「広田（弘毅）首相の『太陽のない街』視察」の記事や、ベートーベンの生涯といった伝記読物、「東京オリムピックとテレビジョン」では一九四〇年のオリンピックまでに「各家庭においても、約廿センチ四方ぐらゐに映る受映機を持つことが出来るであらう」と書かれている。これを発行した星製薬の社長、星一は元々新聞発行に情熱を傾けたアイデアの豊かな人物である。¹⁰星はこう述べている「明治四十三年十月、私は故新渡戸稲造先生に御相談して「新報知」と題する月刊雑誌を発行し、（中略）この雑誌は非常に好評を博し発行部数も数十万を数えました」。震災後に「ホシ家庭新聞」と改題して再開、「編集方針は新報知時代からの目的を踏襲し、常識の積極的普遍化を根底にいたします」と綴る。¹¹一般紙を装いながらもさりげなく薬の効用や養生の記事をしたのはせるが、家庭向けの大衆的な新聞を目指そうという意図がはっきりと示されている。



どりこの大特売 パンブレット

「どりこの」の謎——出版社代理部

ところでcで取り上げた「どりこの」という滋養飲料だが、多色刷りパンブレット（昭和九年）には発売元として大日本雄弁会講談社商事部（当初は代理部）と書かれている。「専売特許の滋養料」と謳い、「能率増進研究の権威医学博士高橋孝太郎先生発明」との文字も見える。かなり人気が高い飲料だったようで、東京大田区の田園調布付近には「どりこの坂」と呼ばれる坂があり、ここに高橋博士の家があったという。大日本雄弁会講談社は現在の講談社だが、出版社が代理部というセクションを設けて薬を扱っていた。「パミール」という目薬も講談社で売っていたのである（『東京日日新聞』昭和八年五月二十五日広告）。

そもそも私が奈良県の田舎町の上市薬局に残っていた薬のチラシ類を事細かに記述するこのような探索を始めた動機は、かつて私が勤務していた平凡社で戦前に薬を売っていたという事実に出会ったことによる。出版社で薬を販売する。意外でもあり、どこかさもありななと思えるこの現象について考えてきた。自らの媒体を使って儲かるものなら何でも売るといふ論理だけならば、もつと盛んに薬の販売と宣伝を展開していたはずだ。しかし、今や出版社が薬を売っていたこと

社が、身体の糧「薬」を売るに不審はない。」とあった。^{*13} 出版社の代理部はたしかに土屋が言うように新聞や雑誌といった大きなメディアが商品販売に手を広げたものだったが、主なる商品が薬だったというところが面白い。サロミン優待特売の三等景品として、「主婦之友」や「婦人倶楽部」の半ケ年購読券が充てられたことを再度記すが、本屋は薬に、薬屋は雑誌に手を伸ばしているわけだ。

製薬会社は薬のパッケージから宣伝物まで、多種類かつ大量の印刷物を常時作らねばならず印刷所との取引は必要不可欠だった（業界紙『大和薬事新聞』昭和一二年五月五日号に、火災を出した印刷会社が全面広告を出して詫び、変らぬ「ご愛顧を」訴えたことにもそれは表れている）。大正製薬では一時期、多様な印刷物に対応するために、またコストダウンを目指して自社内に印刷工場を設けたという。^{*14} クラブ化粧品が発売元だった中山太陽堂は、大正一一年（一九二二）にプラトン社という出版社を創設して「女性」、「苦楽」といった雑誌や書籍を発行した。^{*15} 太田胃散の創業者太田信義は頼山陽の子息から譲り受けた「日本外史」「日本政記」の分版権をもって出版業を始め、出版の傍ら胃腸薬を売り出した。^{*16} 丸善は創業時に横浜相生町の店を二つに分けて書籍と薬を販売した。^{*17} 岸田吟香は目薬「精錡水」の製造と新聞の発行編集の両方に手を染めたというような例を挙げていくことはそれほど困難ではない。

薬は必要とする時に必要な量だけを買う求める商品であり、消費者は安いからと言って一時に大量に買うようなことはしない。カルシウム剤や滋養強壮剤以外、チラシはそれほど有効でない。新聞、雑誌等の宣伝は薬品名（商品名）を広く認知させるために行われるもので、その広告を見てただちに消費行動に誘うものではない。商品名を記憶させるための広告である。したがって、製薬会社が拡大販売を仕かける対象は薬局であり、消費者の手に渡る

までにワンクッションがある。薬のパンフレットやチラシはその中間地帯に向けて発信された内容豊かな（情報量の多い）メディアなのである。

薬は特殊な商品で、誰でも販売できるわけではない。薬を扱う人物は薬剤師免許が必要であり、知識を必要とした。江戸時代から薬屋は物知りだった。動植物の有用性に関する知識のみならず、いわゆる世間知にもたけ（どここの村に嫁を求めている男がいるといった）、諸国の情報を足で伝える存在でもあった。また、正確で適確な情報を盛り込んだ効能書きや薬袋（パッケージ）、巧な宣伝物は高度に編集された印刷物といえる。薬屋と本屋とは重なる部分をもつ。しかしその重なり方にはまだよくわからない謎がある。印刷が背負っている文化は謎を解くための一つの鍵かもしれない。

註

- *1 武知京三「近代日本と大和売薬」税務経理協会、一九九五年。「武田二百年史」武田薬品工業、一九八三年
ほか
- *2 辰野高司「日本の薬学」紀伊国屋新書、一九六六年、五三頁
- *3 山本武利「広告の社会史」法政大学出版局、一九八四年 明治初期から大正末期までの売薬業・化粧品業・出版業と新聞広告の関係についてデータに基づいた分析が行われている。それによると明治初期は書籍広告が大半を占め（大新聞）、一九〇八年ころから売薬広告が台頭、明治末期には薬が出版を追い抜く。
- *4 岩本紀子「広告史としての昭和前期」[AD STUDIES] 二二号二〇〇七年八月吉田秀雄記念財団
- *5 宮木高明「薬」岩波新書、一九五二年、一三六頁
- *6 荒俣宏「広告図像の伝説」平凡社、一九九九年、六二頁
- *7 前掲注3「広告の社会史」、三四頁

- * 8 「時好」は一九〇八年に「三越タイムス」となる。
- * 9 「現代商業美術全集」第九集 アルス、一九二七〜二九年、二〇〇一年に復刻版が刊行された（ゆまに書房）。
- * 10 星一（一八七一—一九五一）は、ホシ製薬、星薬科大学の創立者。福島県の富農の長男に生まれる。東京商業学校（夜学）を卒業後に渡米、苦学のすえコロンビア大学を卒業、新聞事業を営み失敗して帰国。一九〇八年（明治四一）星製薬を設立、モルヒネなどの国産化を成功させた。しかし、原料のアヘン輸入をめぐる内務省と対立して反感を買い、種々の圧迫を受けて苦しんだ。作家星新一の父。
- * 11 「ホシ家庭新聞」昭和二年一月 第一七六号第一面
- * 12 土屋礼子「メディアの大衆化と広告」[AD STUDIES] 一七号、二〇〇六年、吉田秀雄記念事業財団
- * 13 「平凡社六十年史」、一九七四年、一五九頁
- * 14 上原正吉「商売は戦い」ダイヤモンド社、一九六四年、非売品。上原の回想録で「印刷屋という商売は、非常に面白い商売だ。お得意先は薬屋と化粧品屋と出版屋である。いずれも宣伝で製品を売ろうという商売で、ひと山当てれば大もうけするが、はずれたら返品の商品の山にうもれて一巻の終わりになることが多い。」と述べる。
- * 15 小野高裕・西村美香・明尾圭造「モダンズム出版社の光芒——プラトン社の1920年代」二〇〇〇年
- * 16 山崎光夫「日本の名薬」東洋経済新報社、二〇〇〇年、五八頁
- * 17 杉原正泰・天野宏「横浜のくすり文化」有隣堂、一九九四年、一一九頁

※本稿は、平成一九年度国内研修留学における研究成果の一部である。