

病・栄養・衛生——医薬品広告のメッセージ

佐藤守弘
同志社大学文学部
美学芸術学科教授
視覚文化&メディア研究

医薬品広告：病と健康のレトリック

薬品広告と規制

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（薬機法）

第十章 医薬品等の広告

（誇大広告等）

第六十六条 何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。

病と健康のレトリック：病→薬→健康

広告の目的は、見る者の現実の生活に対して最大限の不満を抱かせようとするものである。あらゆる広告は不安をかきたてる。〔…〕この商品を買えばあなたの生活はより良くなると広告は提案する。広告は見る者により良い状態にあるもう一つの彼を示す。〔…〕その定義からいって広告にとって現在は不十分なものである。〔…〕東の間の生命しかない広告イメージは未来形しか用いない。（バージャー 2013）

欲求と欲望

欲求＝本能的なもの。充足される ⇔ 欲望＝後天的なもの。充足され得ない

欲求は満足することができる。でも欲望は、決して満足しない。そして人間の活動は、そのほとんどがこうした「満たされない欲望」のうえに成立している。僕たちは自分の抱えた欲望を、そのつどちよつとずつ満たしてやることで、最終解決は先送りしながら生きている。〔…〕実はこういう欲望のメカニズムは、「資本主義」システムのそれとよく似ている。いろんな問題解決を常に先送りしながら成立しているこのシステムは、その究極的な解消がありえないことが、システム成立のための重要なよりどころになっている。（斎藤 2014）

衛生と栄養：「生政治」の近代

病という異常状態

病気の診断とは「異常を発見すること」だ。だが、自分では、自分が異常でないという確認はしにくい。〔…〕だから「アンタは正常なつもりらしいけど、ホントは病気かもしれないよ」という脅しがけっこう効く。〔…〕こうして病気だと思っていなかった人に「もしかしたらアタシ、病気かも」と思わせるのも、薬広告の一方法である。（田中 2006）

衛生博覧会

自動車が科学陳列館へ着くと、宗像博士と中村捜査係長とは、〔…〕 衛生展覧会場へ、惶しく昇って行った。〔…〕 場内の一半には医療器械、一半には奇怪な解剖模型や、義手義足や、疾病模型の蠟人形などが陳列してある。三人はそれらの陳列棚の間を、グルグルと急がしく歩き廻った。／毒々しく赤と青で塗られた、四斗樽ほどもある心臓模型、太い血管で血走ったフットボールほどの眼球模型、無数の蚕が這い廻っているような脳髓模型、等身大の蠟人形を韓竹割にした内臓模型、長く見つめていると吐き気を催すような、それらのまがまがしい蠟細工の間を、三人は傍目わきめもふらず歩いて行く。目ざすところは、疾病模型の蠟人形なのだ。／何々〔有田〕ドラッグ商会の例の不気味な蠟人形は、もともと衛生展覧会などの蠟人形の効果から思いついたものであった。疾病の蠟人形というものには、それ程のスリルがあるのだ。恐ろしい病毒の吹出物、ニコチンやアルコールの中毒で、黄色くふくれ上った心臓の模型などは、健康者を忽ち病人にしてしまう程の、恐ろしい心理的效果を持っている。(江戸川

2019)

道頓堀と釜ヶ崎の間で私は大都市における恐怖と危険に関する展覧会を見た。覚えている限りでは、これは大阪府警の企画だったが、そのところは定かではない。中に入ると現代の大都市に生きる人びとの身に起こりかねない恐ろしい事例が多く並べられていた。(エルステン 2000)

衛生概念の成立：日本近代の「生政治」

岩倉使節団の一員だった医師・官僚の長与専齋が「衛生」概念を紹介

→1875：内務省衛生局 局長・長与、後藤新平を抜擢

1883：大日本私立衛生会設立

養生：養生書、常在薬、神仏などによって個々人が自身で管理

衛生：国家、公的機関が管理する→国家のための個々人

生政治 Biopolitique

死なせるか生きるままにしておくという古い権利に代わって、生きさせるか死の中に廃棄するという権力が現れた。(フーコー 1986)

管理する対象：繁殖や誕生、死亡率、健康の水準、寿命、長寿……

→人びとの「生」に介入し、管理し、調整する権力

「強壯偉大の魁男子、健康艶美の真婦人」を目指し、このような健康な人々を分子とした強健な国家を目指していた。(小野 1997)

生活改善運動

1920年、生活改善同盟会結成

国家的利益と産業効率を向上させるために、個々人の生活意識そのものを改革することを目標として、社交儀礼から服装、食事、住宅まで生活全般に関わる改善と合理化を目指す

食と栄養

アメリカ帰りの研究者、佐伯矩が「栄養」概念を普及させる →1920年、内務省栄養研究所設立
衛生システムを補完するサブシステムとしての「栄養」

→衛生、栄養などを基盤にした健康が「美」につなげられる

健脳丸のメッセージ：新たな病の構築

丹平商会（現・丹平製薬）

1755年 初代丹波屋平兵衛、心齋橋八幡筋に足袋装束店

1894年 6代目森平兵衛、丹平商会薬房（ex.森玉林堂）設立

1896年 健脳丸発売

健脳丸の広告戦略

健脳丸は此後ずっと此図案でもって広告界に雄飛した。〔…〕「丹平商会」の「健脳丸」は、三十七年〔1904〕から三十八年〔1905〕にかけて、最もよく活躍したもので、一頁広告を何回となく頻載し、広告界を独占するかの如き観があった。（中根 1940）

健脳丸発売（1896）

発行の主意 近時、世態の変遷に従い、知識の競争を要する事業日に勃興し、為に労働的の時代は変移して精神的競争の時代となれり。之れ世上脳神経病者の増加すると共に、夭折の多きを致せる所以にして、豈慨嘆の至りならずや。／蓋し脳髓は精神の首府、万機の政皆之れより出づ。如斯貴重なる脳にして若健康ならざれば、日進月歩優勝劣敗の世に立て各事業に従事するを得ざる而已ならず、国家の為め之れより不利なるをなし、余茲に観る所あり。病理に徴し、薬性に監み、千思万考一種の薬剤を発見し、健脳丸と称す。今発行するに当て、徒に効能を自賛せず、世上幾多の脳病患者本剤を服用し、即ち健康は財産なりとの金言もあれば、其身を強健にし、〔日清〕戦後の経営膨張の日本の急務に接し、国利民福を計られんと切望す。 薬剤師、森小二郎識述（『東京朝日新聞』1896年8月2日付）

創出される脳病・神経病

「脳病」「神経病」薬の効能のコピーをみると、「脳病」「神経病」に限定した専門薬といえそうなものはほとんどない。特定化されない曖昧な幅広い薬、いわば万能薬なのである。このことは「脳病」「神経病」が脳髓や神経の機能的あるいは器質的な障害と理解されていなかったことを示している。精神医学の概念とはかなりずれていたといつてよい。〔…〕あまりに整いすぎているために、かえって不気味さを漂わしている面貌をした、坊主頭に「健脳丸」と大書きされている。脳は示されていないが、かえって頭のなかの脳存在を喚起させ、脳のイメージを焼き付けさせる。アイコンによって、イメージのリアリティをいっそう増大させているのである。〔…〕この蝸入道のような巨大な頭が新聞紙を占拠し、否が応でも「脳病」「神経病」という病気を病むことをいわば啓示し、人びとは新しい病気の病み方を性癖・常習とするように心身を慣らしていくことになる。ある種の状態・症状、これまで「気がふれる」とか「気の病い」「乱心」と称されていた状態・症状に対して、「神経病」や「脳病」ということばが当てはめられイメージが形作られていったのである。そしてこのプロセスは逆転されることになる。「神経病」や「脳病」ということばがある種の状態に貼りつけられ、そのことば自体が実体化され、ひとり歩きするようになる。知覚がことばに沿って自律する、いわば〈モノ〉化される。したがって、「神経病」や「脳病」は、神経や脳の障害として知覚され、その箇所が痛み、痛むことになるのである。（川村 1997）

戦後の医薬品広告：『プレスアルト』資料から

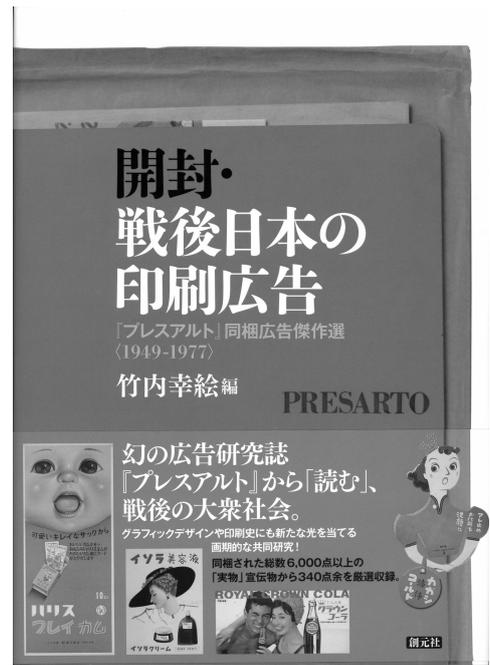
『プレスアルト』誌（1937-1977）

京都の高等工芸学校（現・京都工芸繊維大学）の門前にあったワキヤ書房の店主・脇清吉によって創設されたプレスアルト研究会が頒布した雑誌で、広告印刷物やパッケージ、包装紙などの「実物」がその批評を掲載した冊子とともに綴じられていた。

→過去の広告類の「タイムカプセル」

創刊号から1943年までのものは、柏書房より1996年に復刻

手つかずだった戦後のものの調査が広告研究者・竹内幸絵（同志社大学社会学部）を中心に2015年頃から進められ、佐藤もそのメンバーとして「医薬品広告」の部門を担当した



主要参考文献（著者名等五十音順）

- 荒俣宏 1997『衛生博覧会を求めて』ぶんか社
- 江戸川乱歩 2019『悪魔の紋章』江戸川乱歩文庫、春陽堂
- エルスケン、エド・ファン・デア 2000『ニッポンだった & After』中野恵津子、大沢類訳、東京書籍
- 小野芳朗 1997『〈清潔〉の近代——「衛生唱歌」から「抗菌グッズ」へ』講談社選書メチエ、講談社
- 『大阪人』2002年10月号（特集「昭和の前衛写真——丹平寫眞倶楽部」）
- 鹿野正直 2001『健康観にみる近代』朝日選書、朝日新聞社
- 川村邦光 1997『幻視する近代空間——迷信・病気・座敷牢、あるいは歴史の記憶【新装版】』青弓社
- 小林美香 2025『その〈男らしさ〉はどこからきたの？——広告で読み解く「デキる男」の現在地』朝日新書、朝日新聞出版
- 熊倉一沙 2018「健康と広告——赤玉ポートワインの新聞広告における訴求の方法とその変容」『京都精華大学紀要』第52号、pp.32-54
- 2020「嗜好品の広告戦略——戦間期日本における麦酒広告を中心に」『戦間期東アジアにおける大衆的図像の視覚文化論——新聞広告を中心に』（『大正イマジネーション』別冊）、国際シンポジウム報告書編集委員会
- 斎藤環 2014『生き延びるためのラカン』ちくま文庫、筑摩書房
- 佐藤守弘 2020「病と健康のレトリック 1896～1939年——健脳丸の新聞広告と創出される病」、前掲『戦間期東アジアにおける大衆的図像の視覚文化論』pp.187-195
- 竹内幸絵編 2020『開封・戦後日本の印刷広告——『プレスアルト』同梱広告傑作選：1949-1977』創元社〔佐藤守弘「医薬品広告」pp.58-79〕
- 田中聡 1994『衛生展覧会の欲望』青弓社
- 2006『健康法と癒しの社会史』青弓社
- 中根栄 1940『日本新聞広告史——電通創立四十周年記念』日本電報通信社
- バージャー、ジョン 2013『イメージ——視覚とメディア』ちくま学芸文庫、筑摩書房
- フーコー、ミシェル 1986『性の歴史I 知への意志』渡邊守章訳、新潮社