

論文

保健を目的にした医薬品が普及した当初の社会的位置づけの再検証

松 枝 亜希子*

1 はじめに

1.1 健康を維持獲得する手段としての保健を目的にした医薬品¹

保健を目的にした医薬品、保健薬とは、疲労回復や滋養強壮のために服用する医薬品である。『三省堂 大辞林 第三版』によれば、「治療薬に対して、ビタミン剤のように健康増進の目的で用いられる薬剤の総称」を意味する。じっさいに服用したことがなくても宣伝などを目にして、保健を目的にした医薬品が、現在、販売されていることを知っている人はおおいだろう。

疲労回復や滋養強壮など健康の維持や獲得を、医薬品の服用によってなしとげようとするのは、健康の医療化の一例であるといえる。社会学および医療社会学分野において指摘される医療化とは、以前は医学の対象ではなかった問題が医学的な問題とみなされるようになり、それらの多くが疾患あるいは障害と定義され、治療されるようになる過程である (Conrad 2013; 黒田 2014)。1970年代なかばから進行してきたとされる (Conrad 2014; 黒田 2014)。

先行研究によれば、保健を目的にした医薬品は、およそ戦後から1960年代に普及した。先行研究では、この医薬品が普及したのは、終戦直後、食糧不足などを背景に、市民が栄養不足の改善や健康維持を目的に服用していたからだと分析している (高橋ほか編 1968; 伊藤 1986; 津田 1997b)。

いずれの先行研究でも、保健を目的とした医薬品の効能効果は、栄養不足の解消や健康の維持獲得であったと論じられている。つまり、保健を目的とした医薬品の社会における位置づけは、現在と同様のものとして論じられているのである。本稿が分析の対象とする、保健を目的にした医薬品の社会的位置づけとは、薬務行政によってどのような効能効果が認可されていたのかにくわえ、製薬企業は効能効果を市民や医療従事者にどのように宣伝していたか²、新聞・一般雑誌などでどのように紹介されていたか、いかなるさいに市民に服用されていたかなどを総合して検証するものである。

本稿では、はたして普及当初も、保健を目的にした医薬品は現在と同様の社会的位置づけであったのか、つまり、健康の維持や獲得のみを効能効果にあげる医薬品であったのかを検証する。答えは否である。本稿では、具体的事例の検証からこれをあきらかにする。

なぜ、保健を目的にした医薬品は、普及当初から社会的位置づけを変容させて、健康の維持や獲得のための医薬品として、現在もなお社会に普及しているのか。この問いを考察する前提として、本稿の検証は必須である³。普及当初から位置づけを変容させても、保健を目的にした医薬品が、現在、医薬品として社会に普及しているがゆえに、ひとびとは健康を維持獲得する一つ的手段として利用しているのである。

1.2 先行研究における保健薬ブームが生じた要因の分析と健康志向

保健を目的にした医薬品は、第2次世界大戦中から戦後にかけて医薬品として販売されはじめた。総合ビタミン剤や強肝剤などがあつた。大衆保健薬とは医療機関で処方されるものではなく、薬局薬店の店頭で購入できる保健を目的にした市販薬をさしている⁴。

キーワード：保健薬、総合ビタミン剤、強肝剤、ドリンク剤、健康志向

* 立命館大学大学院先端総合学術研究科 2017年度修了

立命館大学生存学研究所 客員協力研究員

製薬企業は、保健を目的にした医薬品を健康維持に必須として宣伝していた（三宅 1967; 高橋ほか編 1968）。終戦直後、市民のおおくは食糧不足によって必要とする栄養を摂取することができなかった。これを食生活によって改善するのがむずかしかったため、栄養不足の改善や健康維持を目的に、保健を目的にした医薬品を服用していた（『人と日本』編集部 1971）。

この保健を目的にした医薬品は、1950年～1960年代に国内に広範に流通し、新聞記事などでブームになっていると報道された。この保健薬ブームの背景について、1960年代なかば以降に保健薬批判をひきいた、医師の高橋暁正はつぎのように分析している。「日本人がクスリに依存することが多くなったのは、……戦後の窮乏のなかで健康に対する関心が、劣悪な状態からの脱出という形で異常に高まってきたことと関係があると思いますね。それが保健薬の大流行の温床になったのはたしかです」（高橋ほか 1971: 62）。「それともう一つマスコミにのせた宣伝攻勢ということもあったわけです」（高橋ほか 1971: 63）。「戦後の心理的虚脱感と、厳しい生活の中で健康への不安におのっていた国民にたいして、それは明るい希望を与え」（高橋 1979: 12）、保健を目的にした医薬品は「時代の寵児」としてはやされた。このような背景のもと、製薬企業は各種のビタミンをバランスよく摂取できる医薬品の開発に力を入れるようになった（山下 2010）。

さらに、保健薬ブームを後押ししたほかの要因として、市販薬の再販価格維持制度があげられる。この制度は乱売対策として、1953年に独占禁止法改正で導入され、医薬品は1954年に指定をうけた（二場 1972c; 瀬谷 1980）。この制度が市販薬市場の発展に寄与したとされる。

この保健薬ブームが生じた要因を分析した先行研究では、健康ブームを背景に服用する側の傾向、とりわけ「日本人特有」の心的特性が、保健を目的にした医薬品を希求したと分析している。

社会学者の伊藤公雄は、論文「日本人とクスリ」のなかで、消費者のクスリにたいする意識の歴史的変遷から「大衆薬の流行」に言及している。「江戸時代以来のクスリのもつ神秘的な力が商品として爆発的な形で登場するのが、昭和三〇年代のわが国特有といわれる『保健薬ブーム』ということができよう。大衆保健薬は、この時代を通じて、年率一五～二〇％というクスリの高率の販売高を中心的に支えたといわれる」（伊藤 1986: 41）。

伊藤は保健薬ブームも、「戦前からの（もっといえば江戸時代以来の）滋養・栄養剤の流行」（伊藤 1986: 49）とおなじ傾向にあるとする。それは、日本人が「神秘性をもった、商品化された手段による防衛的な健康維持」（伊藤 1986: 49）への傾向をもってゆえに生まれたと分析している。「根本的には、江戸時代以後のきぐすり屋の伝統、健康維持のための手段としての、神秘的で商品性を帯びたモノへの依存は、基本的には、何ら変更をうけていないのではないだろうか」（伊藤 1986: 54）と結論づけている。

さらに、津田真人は社会心理の視角から、伊藤とおなじく「大衆保健薬の氾濫」が生じた要因について分析している（津田 1997b）。津田によれば、国内における第4次の健康ブームが1950年～1960年代はじめにおこった⁵。第4次の健康ブームをもっとも象徴するのが、即効作用を期待した合成製剤である「大衆保健薬の氾濫」である。1961年に医療保険制度が導入されたことを考慮すれば、狭義に「大衆保健薬ブーム」だったといえるのは、1940年代末～1960年代はじめにかけてであるという。この時期の合成薬ブームの中核を担うのはビタミン剤だった。ビタミン剤ブーム自体は、元禄期の「江戸嫌い」から明治～昭和初期の「脚気論争」にいたるまで、日本人の健康ブームにもっともなじみ深いものだという。このさいのビタミン剤ブームは、敗戦後の市民の深刻な栄養不足において、食糧供給のおくれを栄養学と工業技術によってすみやかに補充すべくおこったものである。このブームの特徴は、合成製剤であるビタミン剤などが江戸時代の呪術的・神秘的な家伝薬に匹敵する、「科学主義という新たな信仰」の対象になったことにあると津田は分析している（津田 1997b）。

伊藤と津田の分析では、いずれも保健を目的にした医薬品を、市民が健康を維持獲得するために服用する医薬品として位置づけて、普及の要因を検証している。

さらに、健康論などにかんする研究をおこなっている北澤一利は、栄養ドリンク剤が国内で浸透している要因について、論文「栄養ドリンクと日本人の心」のなかで分析している。北澤は、製薬企業がドリンク剤の効き目にかんして、「効き目の測定は、『滋養強壮』や『疲れ』という言葉自体があいまいなので、難しい」（北澤 2004: 294）と答えた1990年代後半の記事を引用し、効能効果を判定する客観的基準がないことを説明している。そのうえで、「では、栄養学上の効能効果があいまいであるにもかかわらず、なぜ『栄養』ドリンクはこれほど広く日本人の間で利

用されているのだろうか。彼らが効くと感じているのは何か。栄養ドリンクは日本人のどんな期待に応えているのだろうか」(北澤 2004: 294-5) と、問いを設定している。

北澤は、ドリンク剤誕生の契機を、伊藤や津田らが分析した 1950 年～1960 年代の保健薬ブームにみている。「一九五三年から五四年にかけて、抗生物質は平均して二割近く安くなり、五五年には、ペニシリンが一錠五円から十円で販売されていたのに対し、総合ビタミン剤(『アリナミン』など)は一錠十円以上で売れた。病人だけが利用する抗生剤ではなく、すべての一般の人が対象となるビタミンのほうが高値で売っていたことになる。ビタミン市場は、感染症が少なくなっていくこの時代で、製薬会社にとってさらに重要性が増していく魅力的な市場であったのである。(引用者注 改行) こうして政府の栄養政策がビタミンの生産に有利に作用し、それを受けて製薬会社が順調に売り上げを伸ばしていくことができたなら、栄養ドリンクは誕生しなかっただろう。ところがこのあと、一九六一年には国民皆保険制度が導入されることによって、市販薬から保険が適用される医薬品への薬品需要の急激なシフトが起きた。そのため、大衆向け市販薬を経営の柱にしてきた中小規模の製薬会社は深刻な打撃に直面することになった。そこで、こうした危機的状況を打開するためにつくられたのが、翌六二年に発売された大正製薬の『リポビタミン D』だったのである」(北澤 2004: 311)。

北澤は、誕生の経緯を分析し、受験シーズンや選挙活動のさいに服用するといった、1990 年代前半の資料の検証をおこなう。すくなくとも 1990 年代前半においては、「したがって、万事を尽くしたあとに人生がかかった大勝負に臨むとき、日本人は栄養ドリンクを手にするのである。それは、ファンタジーを現実として感じるためである」(北澤 2004: 326) と、ドリンク剤の服用を選択する要因を分析している。

北澤の論文では、分析の対象である栄養ドリンクについて厳密な定義はおこなっていない。それゆえ、医薬品としてのドリンク剤についての分析なのか、食品の清涼飲料水である栄養ドリンクについての分析なのかが不明である。誕生の契機は、医薬品としてのドリンク剤についてのべられている。しかし、問題意識の提示では、「栄養学上の効能効果があいまいである栄養ドリンク」と言及されていることから、食品の栄養ドリンクを想定しているとかんがえられる。しかし、医薬品としてドリンク剤が誕生したのであれば、誕生当時の社会的位置づけはいかなるものであったのだろうか。北澤が指摘する以外の誕生の経緯があれば、それもあわせて検証することによって、当時の位置づけがより明確になるはずである。

1.3 問題の設定

先行研究は、保健を目的にした医薬品が 1950 年～1960 年代に普及した当初も、現在とおなじような健康の維持や獲得のために服用する医薬品としてのみ位置づけている。しかしじっさいは、製薬企業は疾病の治療にも効能効果を発揮する医薬品として市民や医療従事者に宣伝し、社会に位置づけようとしていたのである。本稿では、具体的事例の検証から、普及当初の保健を目的にした医薬品は、健康を維持獲得するための医薬品であったと同時に、疾病の治療薬としても位置づけられていたことをあきらかにする。

2 分析の方法

本稿では、つぎのような点から、普及当初の保健を目的にした医薬品の社会的位置づけをあきらかにする。製薬企業はどのように効能効果を一般および医療従事者向けに宣伝して、社会に位置づけようとしていたのか。薬務行政は製薬企業の宣伝にどのように対応したか、またはしなかったのか。新聞や一般雑誌の記事ではいかに紹介されていたか。市民はじっさいにいかなる場面で服用したか、などである。そこで、1950 年～1960 年代の新聞紙、一般雑誌、医薬品関連の専門誌、市民運動の機関誌、医薬・薬学関係者が執筆した一般向け書籍などのなかの、保健を目的にした医薬品に言及した記事や広告を分析の対象とする。

製薬企業による効能効果の宣伝のすべてを、市民が信用していなかった場合もある。また、製薬企業の宣伝戦略やマスメディアでの取りあげ方と、市民が服用する目的やじっさいの服用場面とは一致しない場合もある。しかし、製薬企業の販売戦略やマスメディアによる紹介、薬務行政の対応、服用者の言説などを総合して検証する、保健を目的にした医薬品の現在とはことなる社会的位置づけは上記の資料からあきらかにできる。

選出した資料はつぎのとおりである。新聞記事については、『読売新聞』『朝日新聞』および『毎日新聞』のデジタルデータから検索ワード機能を使用して記事を選定した(表1)。この3紙は、購読者数からかんがえても、1950年～1960年代の新聞メディアの主要な媒体だからである。一般雑誌の記事については、『大宅荘一文庫雑誌記事牽引』の【科学】〔医薬学〕「薬一般」および【経済】〔医薬品〕「医薬品業界」の項などから選出した(表2)。専門誌については『月刊薬事』(1959年創刊)、『医薬ジャーナル』(1965年創刊)、市民運動の機関誌は『薬のひろば』(1971年創刊)などを参照した(表2)。さらに、医学・薬学関係者が執筆した一般向け書籍や保健を目的にした医薬品の歴史の変遷が記載されている製薬企業のホームページなども参照した。

表1 検索したワードと記事数(広告はのぞく)

検索ワード	『朝日新聞』記事数	『読売新聞』記事数	『毎日新聞』記事数
アリナミン	9	19	7
アンプル	52	97	35
肝臓薬	3	8	0
強肝剤	5	8	1
グロンサン	0	17	1
大衆保健薬	14	32	2
ドリンク剤	15	54	19
ビタミン剤	30	162	16
リポビタン	0	6	0

表2 参照した雑誌名と記事数

雑誌名	記事数	雑誌名	記事数
『朝日ジャーナル』	4	『日本』	1
『文芸春秋』	1	『日本読書新聞』	1
『月刊時事』	2	『流動』	1
『月刊薬事』	48	『サンデー毎日』	1
『激流』	1	『新評』	1
『現代の眼』	1	『週刊朝日』	2
『人と日本』	8	『週刊文春』	2
『宝石』	1	『週刊現代』	1
『婦人公論』	2	『週刊サンケイ』	1
『評』	1	『週刊新潮』	2
『医薬ジャーナル』	75	『中央公論』	1
『暮らしの手帖』	1	『財界』	3
『薬のひろば』	28	『20世紀』	1

3 総合ビタミン剤と強肝剤

3.1 保健を目的にした医薬品による栄養不足の解消と現代人のたしなみ

保健を目的にした医薬品のうちの一つにビタミン剤、総合ビタミン剤がある。この医薬品は、販売当初、食糧不足によって食事から十分な栄養がとれないさいなどに服用されていた。

国内で総合ビタミン剤などが販売されはじめたのは1950年ごろであり、最初はB₁とCなどのビタミンのくみあわせだった。その後、多様なビタミンやミネラルをくわえた総合ビタミン剤が登場した。1950年代なかばには、高級品であったが総合ビタミン剤ブームをつくりだした。当時の総合ビタミン剤には、興和化学が販売していたキュー・エンド・ピー・コーワ、三共のミネビタール、塩野義製薬のポボンS、武田薬品工業のパンビタンM、第一製薬の

ビタベビーなどがあった（『暮らしの手帖』編集部 1956）。総合ビタミン剤は、「ビタミンの必要性を日本人に広く普及させたという意味で大きな役割を果たした」（川崎 1967: 28）。

1956年発行の一般雑誌に、「総合ビタミン剤という薬」という記事が掲載されている。記事のなかの小見出し「一日一粒のめば御飯はいらないか」では、総合ビタミン剤を服用するさいの描写がある。ある家庭の母親が、おおくの子どもにご飯を食べさせたあと、自分が食事をとろうとすると、おひつがからっぽのことがよくある。そのようなとき、母親は、「ねずみ入らずの奥から大事そうに紙に包んだ赤い粒をとりだして、口へほうりこむ。なんと、これが近所の薬屋でバラ売りで売っている総合ビタミン剤の一粒である」（『暮らしの手帖』編集部 1956: 135）。母親は「これさえ、のめばご飯なんか食べなくても大丈夫！」（『暮らしの手帖』編集部 1956: 135）と空腹の自分をなぐさめるのだという。総合ビタミン剤は、食事の代わりに栄養が補給できるとかながえられており、また、ここに登場する母親にとっては、「高い薬」であった（『暮らしの手帖』編集部 1956）。

戦後の食糧不足が解消されていない1950年代において、保健を目的にした医薬品は栄養をおぎなう「生きる希望のシンボル」（太田秀 1979）などであったが、1961年発行の雑誌記事「都会人のアクセサリー保健薬」では、「大人のおやつ」として言及されている。「最近では、健康な人が健康を保つための薬が、それこそ牛乳なみにひろがっている。総合ビタミン剤、総合強肝剤などに代表される保健薬がそれだ」（『日本』編集部 1961: 150）と紹介されている。保健を目的にした医薬品が「気分的なアクセサリー」になっているという。「『保健薬はムードになっている』と宮木氏（引用者注 当時、千葉大学薬学部長宮木高明）はいうが、いかにすれば製薬会社の宣伝は、風俗的な流行になるほど、消費者の生活のなかにしみこんでいるのだ。（引用者注 改行）例えば、強肝剤にはしゃれた携帯用のケースがある。これは、あるサラリーマンたちにとっては、しゃれたライターや、キホルダーなどと同じようなアクセサリーなのである。……また、強肝剤について、『どのくらいきいたか』という調査では、『きかない』と答えた者は全然いないが、『気分的にきいたと思う』と答えたのが、約四割だそうだが、気分的に、というところなど、いかにも保健薬のムード化を現わしているではないか」（『日本』編集部 1961: 151）と、「都会人のアクセサリー」としての保健を目的にした医薬品を紹介している。

さらに、おなじ記事のなかの「飲んでると安心」という小見出しでは、服用者の言説が紹介されている。

C氏（28歳・会社員）強肝剤、ビタミン剤とも愛用、「両方とも机の引きだしに入れてありますし、家には、注射液がおいてあります。疲労を感じた場合、理由を考えて使いわけていますが、疲労の解決法がある限り、積極的に利用しなくちゃ損ですね。注射は効果がてきめんいいんですが、常用すると、心臓を悪くしますね。大学の卒業試験の時にビタミン注射をじゃんじゃんしたら、心臓に無理がいつちゃって、医者に怒られましたよ。最近、アンプル入りの飲み薬ができましたが、あれも速効性が気になって会社においています」（『日本』編集部 1961: 152）

当時、保健を目的にした医薬品は錠剤やアンプル剤での販売のほかに、注射液での販売もあり、自己注射をおこなっていた人もいた。

1960年代はじめには、食糧不足は1950年代と比較して改善されていた。そのため、保健を目的にした医薬品は、栄養不足をおぎなうといった要素のほかに、「大人のおやつ」や「気分的なアクセサリー」などと形容される付加価値がくわったのである。保健を目的にした医薬品についての新聞や雑誌の記事では、健康を維持するための「ムード商品」として紹介されていた。購入する経済的余裕があるなら、健康維持のために服用するのがたしなみであるとみなされた。栄養不足をおぎなう、あるいは健康維持のために服用するという点は、先行研究が指摘してきたことである。

3.2 製薬企業による保健を目的にした医薬品普及のための戦略

保健を目的にした医薬品が普及した当初は、総合ビタミン剤と強肝剤が代表的なものとみなされていた（『日本』編集部 1961）。そのうち、保健薬ブームをけん引したとされるのが、武田薬品工業株式会社（以下、武田薬品）が販売していた（現在も販売されている）、総合ビタミン剤アリナミンである（北澤 2004）。

アリナミンの事例の検証は、当時の製薬企業の販売戦略、医療機関での使用の局面、保健を目的とした医薬品の行政の規制を考察するさいには必須である。すでに、アリナミン普及当初の位置づけについては、拙稿にて検証している（松枝 2013）。そのため、簡潔にえられた結果についてのべる。

1954年に、アリナミン糖衣錠 5mg が販売された。アリナミンの主成分は、ビタミン B₁ 誘導体である（高橋 1971; 武田薬品工業株式会社 2019）。武田薬品は、アリナミンの効能効果を一般向けには「疲れにアリナミン」「神経痛にアリナミン」と宣伝していた。また、医療機関でおこなわれていた大量療法については、「アリナミン効果」として「神経炎、神経痛、筋肉痛などに対する神経活動の円滑化と著明な鎮痛効果」「リウマチ性、高血圧性、動脈硬化性その他の心疾患に対する心筋代謝賦活効果」「便秘、術後腸管麻痺に対する腸管ぜん動促進効果」などをあげていた（高橋ほか編 1968: 36）。

1967年に『週刊文春』に掲載された医療ジャーナリスト水野肇によるアリナミンのPR記事では、馬の腰が抜ける病気に効いたという事例や、肝臓病やリウマチがほかの医薬品の投与と比較して驚くほど回復したという事例が紹介されている（水野 1967）。

アリナミンは、販売当初、疲労や神経痛だけでなく、リウマチや心疾患にも効能効果があると製薬企業は宣伝していた。アリナミンは、製薬企業によって疾病治療の医薬品としても位置づけられていたのである。

さらに、検証すべきもう一つの事例がある。それは、1950年に中外製薬株式会社（以下、中外製薬）から販売された強肝剤グロンサンである（図1）。強肝剤は保健を目的とした医薬品を代表する一つであり、グロンサンに着目したのは、当時人気が高かったとされているからである。

中外製薬は、1950年はじめにグロンサンの100mlの注射薬を医療機関向けに販売し、1951年6月には粉末の製造販売許可を、1953年2月には錠剤の製造販売許可をそれぞれうけて、市販薬として商品化した。量産設備が完成したのは、1955年3月であった（『評』編集部 1957）。売り上げはグロンサンの販売によっておおきく飛躍し、中外製薬はこれを契機に急成長した（たとえば、1953年3月期の総売り上げのうち、グロンサンの売り上げは約1000万円で全体の2.1%程度であったが、1957年9月期では総売り上げのうち、グロンサンの売り上げは11億2300万円、全体の54.6%となった、山口 1958）。

グロンサンが売り上げをのばした要因の一つは、肝臓薬ブームに便乗したことである。治療薬から予防薬へという当時の傾向のなかで、おもに飲酒量が多い人を服用対象としたメチオニン剤に人気があった。当時、これを肝臓薬や強肝剤とよんだのである。グロンサンより以前に販売されたものとしては、田辺製薬のネストン、三共製薬のビタチオニンなどがあった（『財界』編集部 1957）。グロンサン販売当初の市販薬をめぐる状況は、つぎの記事からうかがえる。

グロンサンが売り出される前、同じく肝臓薬としてメチオニン系のメルチオ B12、ネストン（田辺）等々が市販された。これと前後してジャーナリズムが肝臓の重要性にフットライトを当て、世にいう肝臓薬ブームを巻き起した。昨今のノイローゼ薬、精神神経安定剤以上のブームであった。グロンサンはこれらメチオニン系の肝臓薬が露払いしたブームのさなかにデビューしたのである。（山口 1958: 23）

グロンサンは、効能効果として「黄疸や肝炎などの肝臓病から食中毒、つわ

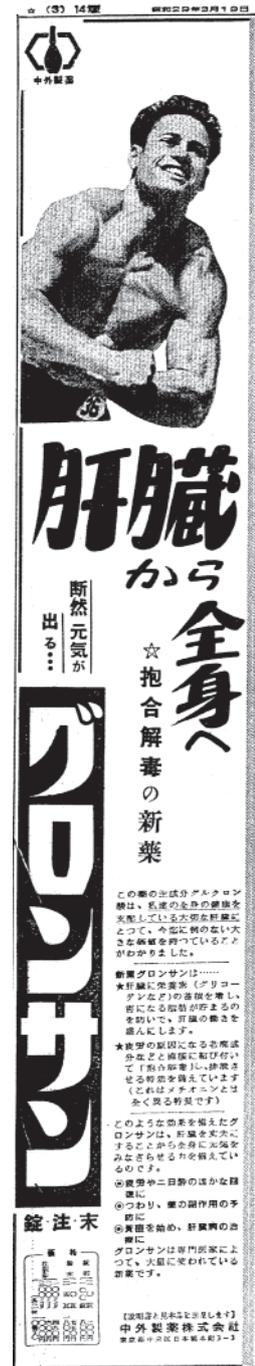


図1 グロンサンの広告
（『読売新聞』1954年3月19日朝刊）

り、神経痛、リユーマチス^(ママ)の治療を始め、疲労回復、ある種の職業病の予防、治療、さては内服美容剤として“生命の維持にビタミン以上に重要なものである”（『評』編集部 1957: 7）と売りだされていた。さらに、グロンサンは製薬企業によって、がん、放射線障害、インフルエンザ疾患の治療、予防薬としても効能効果があるという研究もなされていた（山口 1958）。がんなども治療する万能薬として、グロンサンを売りだす計画もあったのである。グロンサンが売り上げをのばしたのは、肝臓薬ブームに合致したのにくわえ、宣伝戦略が秀逸だったからだという意見もあった。

“あなた、肝臓ね！”という言葉がはやつた。……肝臓薬ブームにのつた言葉だ。言葉はいつかすたれたが、肝臓薬だけは今でもよく売れてメーカーはえびす顔だ。その中でもトップを切るグロンサンに、ちよつと聴診器を当ててみよう。……

一と頃“抵抗族”という言葉がはやつたことがある。言葉の起りは「四十八才^(ママ)の抵抗」という石川達三の読売新聞連載小説だが、これが大映で映画化されて……この主人公がチヨイチヨイ愛用していた薬がグロンサンである。……

“グロンサン音頭”という歌に……サトウハチロー作詞、松田トシ作曲で、おどりの振付けもついているというこつたものだ。……

グロンサンが大いに伸びた理由の一つはそこに（引用者注 宣伝努力）ある。……

中外ではグロンサンを売出すのに、徳川夢声、サトウハチロー、渡辺紳一郎、石黒敬七等の人々に長い間飲んでもらつて、その感想を利用した。この人達は金で左右できる人ではない。……

酒飲みの有名人に試用して貰つて、“御感想”を広告に利用していたのを覚えている人もあるだろう。……新聞、テレビ、ラジオは宣伝の有力な武器だが、立派な PR 映画もできている。「限りなき創造」⁶というグロンサンの PR 映画は学術課の企画^(ママ)になるもので、東大田坂教授の指導による撮影だが、この種の映画にありがちな硬さが少く、肝臓の機能とグルクロン酸の働きが巧みに表現されていて、それではグロンサンを飲んでみようか、という気を誰にでも起させる。（『評』編集部 1957: 4-6）

このほかにも、小説では舟橋聖一の『芸者小夏』のなかにグロンサンが登場したり、『四十八歳の抵抗』が映画化されたさいにもおなじく登場した。劇場映画の「鯨、箱根を越える」（日活）でも、グロンサンを鯨に投与するシーンがあった。そのほか、中外製薬は、グロンサンの PR 映画として「限りなき創造」や「百人の陽気な女房たち」を制作し、学者向けには文献や研究会をとおして専門的な PR をおこなった（山口 1958）。

グロンサンを小説や映画の小道具として登場させたり、作家や作詞家などの著名人を宣伝活動に起用したりなど、製薬企業は複数のメディアを活用して、一般向けにはなばなく宣伝活動を展開した。また、製薬企業が費用を負担して医療従事者向けにはグロンサン研究会がおこなわれていた（高橋 1971）。

当時の医薬品広告は、1951 年 7 月に民間ラジオ放送、1953 年 8 月に民間テレビ放送が開始されると、従来の新聞・雑誌などの活字媒体にくわえて、これらの電波媒体がすぐに利用されるようになった。保健を目的にした医薬品も例外ではない。新メディアを利用した医薬品の宣伝活動は、「その狙いは一つにはビタミン剤に典型的にみられるように保健薬としての必要性の認識を通じて服用習慣を新たに作り出させ、消費を拡大することであり、さらにはそのなかで自社製品を知名・印象^(ママ)づけ・購買させることにあった」（二場 1972b: 46）。このような医薬品広告は、1950 年代ごろから薬務行政や市民によって、誇大広告や不要な連用の推奨などが問題視されるようになる。1949 年に医薬品等適正広告基準が設定されたが、広告競争の過熱化にともなって違法広告件数も年々増加していった。

グロンサンの広告においても、1957 年上期に厚生省薬事監視官室から「糖尿病にきく」「有害毒素を分解するから美人を作る」「生命維持に必要な薬」という宣伝の文言については、効能効果が不明であるとの指導があった（『評』編集部 1957）⁷。1950 年代後半当時、グロンサンの宣伝内容にたいして厚生省から指導はあったが、販売などについてなんらかの規制がなされるわけではなかった。

4 アンプル剤から派生したドリンク剤

ドリンク剤の形状をしたものには、販売当初の1960年代も現在も、医薬品として認可されたものと清涼飲料水として販売されているものとが混在している。先行研究は、医薬品の需要が市販薬から医療用へと変化するなかで、市販薬の需要を再度増加させようとした製薬企業の経営戦略がドリンク剤を誕生させたと分析している（北澤 2004）。しかし、医薬品としてのドリンク剤は、アンプル入りかぜ薬の人気にあやかって誕生したという事実もある。

アンプル剤とは、注射薬を充填するのとおなじ密封したガラス器（アンプル）入りの内服液である（図2）。アンプル入りの内服液が登場したのは1935年ごろだったが、流行のきざしがあったのは1957年ごろだった。1957年10月に、亜細亜製薬からベルベという商品がアンプル入りかぜ薬として販売された。これが、アンプル剤ブームの契機となった。ベルベは、1959年9月から大々的なマスコミ宣伝をおこない、一般向けの本格的な売りだしをはじめた。このようなベルベの宣伝活動以降、アンプル剤ブームがおこったのである（『医薬ジャーナル』編集部 1968）。

テレビコマーシャルで、ビタミン剤のアンプルを「ボンと切ってストローでチュッと吸ってみせる」場面が放送されると、薬局の店頭でおなじように服用する人が続出した。市販薬は疾病のさいに買って自宅などで服用するのが従来の方法であり、薬局の店頭で立ったままストローで摂取するというスタイルは斬新だった（上原 1962; 『医薬ジャーナル』編集部 1968, 1970）。

このようなアンプル剤の形状を継承し用量を増加させたものとして、1962年春に、最初の瓶入りのドリンク剤が大塚製薬より販売された。この後すぐに、大正製薬がアンプル剤型の大型化をねらって商品開発し、100mlのドリンク剤リポビタミンDが販売された。これが大ヒットした。これに各製薬企業が追随して、1964年には70数社が約140品種を販売するようになり、医薬品としてのドリンク剤は生産が拡大した（二場 1972d）。ドリンク剤の登場により、栄養剤・疲労回復剤の主流がアンプル剤からドリンク剤へと移行した。アンプル剤は、総合感冒薬や強壮薬の分野で発展した。この2つの医薬品は液状であったため、アンプル剤は医薬品に味をつけることを可能にし、ドリンク剤はそれをさらに発展させて清涼感をくわえることになった（『医薬ジャーナル』編集部 1968, 1970）。

1963～1964年の2年間は、アンプル剤・ドリンク剤の人気絶頂期であった⁸。夏季は、清涼感のあるドリンク剤が好んで服用された。いっぽう、冬季にはかぜの流行により、アンプル入りかぜ薬の販売量がおおくなった。「夏ドリンクー冬アンプル、あるいは昼ドリンクー夜アンプルという構図ができ、類縁二剤型がたがいに侵食しあうことなく、むしろ相補しあって栄えたのである」（『医薬ジャーナル』編集部 1970: 88）。アンプル剤・ドリンク剤は親近感のあるものとして市民の生活のなかに浸透し、医薬品との接触の機会を増大させることになった（『医薬ジャーナル』編集部 1968）。

ドリンク剤の認知度がたかまり社会に浸透した結果、医薬品が食品化あるいは清涼飲料水化したという印象をあたえ、これが市民や飲料水業界から問題視されるようになった（『医薬ジャーナル』編集部 1968, 1970）。「清涼飲料水のような医薬品」と「医薬品のような清涼飲料水」とがあらわれることによって、医薬品の許可をうけたものと食品である清涼飲料水とが混在するようになったのである。両者のちがいは、効能効果をうたえば医薬品、うたわなければ非医薬品という表示だけであった。

市民などからは、医薬品と食品との区別をあいまいにし、医薬品を毎日服用する習慣をつくりだしたと批判された（二場 1972d）。また、ゴルフ場などのレジャー施設で、「清涼飲料水のような医薬品」が販売されていることについて飲料水業界から批判がおこり、飲料水として課税すべきだという意見がだされた。薬務行政は「清涼飲料水のような医薬品」には、医薬品である旨を明示させることによって、問題の帰着をはかった（『医薬ジャーナル』編集部 1970）。



図2 アンプル入りかぜ薬
（『週刊朝日』編集部 1965: 16）

ドリンク剤は医薬品として誕生し、栄養不足の解消や疲労の回復などを効能効果にあげた。ドリンク剤の特徴は、医薬品に清涼感をくわえたことにある。この特徴から、医薬品が食品化したと市民や専門家などから批判され、さらには、医薬品であるドリンク剤と食品の清涼飲料水との境界があいまいになったことが問題視されたのである。

5 考 察

1950年～1960年代に保健薬ブームがおこった要因を分析した先行研究では、当時の保健を目的にした医薬品は、栄養不足の解消や健康の維持獲得のみを目的にしたものとして分析されていた。

保健を目的にした医薬品のうちの、総合ビタミン剤アリナミンの事例の検証からは、販売当初、製薬企業は神経痛の治療のみならず、リウマチや心臓病にも効能効果があると宣伝していたことがあきらかになった。さらに、強肝剤グロンサンの事例からは、グロンサンは、肝臓病、糖尿病、神経痛などの治療薬としても宣伝されていたことをあきらかにした。グロンサンの事例の検証によって、アリナミン以外の保健を目的にした医薬品も、普及当初は、製薬企業によって疾病を治癒する医薬品として宣伝されていたという事実を補強した。

ドリンク剤は、販売当初から、現在とおなじような健康の維持獲得を効能効果にかかげた医薬品であった。しかし、先行研究が指摘した以外の誕生の経緯、つまり、人気だったアンプル入りかぜ薬から派生して商品化されたという事実を本稿で確認した。あくまで医薬品として誕生したドリンク剤であったが、この人気にあやかって似たような形状の清涼飲料水が登場したことにより、医薬品のドリンク剤と食品のそれとが混同されるようになって、このことが1960年代に問題視されるにいたったのである。

先行研究が、保健を目的にした医薬品を健康の維持獲得のための医薬品としてのみ想定していることの問題の一つは、事実とことなるということである。もう一つは、社会的位置づけの変容をせまった歴史的経緯をみえなくしているということである。なにが社会的位置づけの変容をうながしたのか。その一つは、過去にあった保健を目的にした医薬品の効能効果についての批判である。本稿での検証時期においても、効能効果が不明であるとの理由で、保健を目的にした医薬品の宣伝にかんして行政指導がはいることもあった。しかし、保健を目的にした医薬品の社会的位置づけの変容をうながすような行政指導はおこなわれなかった。

保健を目的にした医薬品には疾病治療の効能効果がないという批判や、薬務行政の医薬品承認基準への批判などが活発になされたのは1960年代なかば以降である。市民や医師などの専門家から批判がなされ、認可済みの医薬品を再評価する行政政策などが実施された結果、保健を目的にした医薬品は現在のような位置づけの医薬品となったのである（松枝2013）。

保健を目的にした医薬品は、過去に批判されたにもかかわらず、医薬品として生きのこり社会に存在している。健康を維持獲得するための一つ的手段として、現在も一部の人に服用されているのである。行政や製薬企業は、市販薬をもちいた健康への努力を、セルフメディケーションといった用語を使用して推進している。保健を目的にした医薬品が、過去に批判があったにもかかわらず、社会的位置づけを変容させて、健康の維持獲得のための医薬品として生きのこっているのはなぜか。この要因をあきらかにすることがこのされた研究課題である。この課題のためにも、保健を目的にした医薬品が、過去にはことなる社会的位置づけにあったことを本稿にて確認する必要がある。

現在、なぜ保健を目的にした医薬品が医薬品として販売され、需要があるのか。また、現在の社会において、保健を目的にした医薬品はいかなる役割をはたしているのか。これらをあきらかにすることもまた、健康の維持獲得のために医薬品を服用するわたしたちにとって重要である。

[注]

- 1 本稿は、2018年3月に立命館大学大学院先端総合学術研究科に提出した博士学位請求論文の一部を改稿したものである。
- 2 現在のように、医療用医薬品の宣伝を市民にすることが禁止されたのは、1967年からである。1967年までは、医療用医薬品の宣伝も市民に向けてなされていた（昭和42年9月13日付薬発第645号厚生省薬務局長通知「医薬品の製造承認等に関する基本方針について」）。

- 3 保健を目的にした医薬品の社会的位置づけに変容をせまった歴史的経緯の一部については拙稿にて検証している (松枝 2013)。
- 4 しかし、1960年代なかば以降に保健薬批判をおこなった医師の高橋暁正でさえ、ときには医療機関にて処方される「保健薬」のことを「大衆保健薬」と述べている場合もあり、当時は「大衆保健薬」と医療機関にて処方される「保健薬」の区別があいまいにされていることが多い。
- 5 津田によれば、国内における健康ブームの第1次は1700年前後、第2次は1800年代はじめ、第3次は1900年前後、第5次は1975年ごろから1997年現在までである (津田 1997a)。
- 6 「限りなき創造」は、科学映画館にて視聴可能である (www.kagakueizo.org/create/tokyo-sinema/3890/)。
- 7 おなじ記事のなかで、アメリカへの輸出を試みたいには、アメリカでの販売許可がおりなかったと記載されている。肝臓病をはじめ神経痛や疲労回復など万能に効くという効能効果が、科学的根拠に乏しいというのがその理由であった (『評』編集部 1957)。
- 8 1965年、かぜが流行する2月～3月の1ヵ月足らずのあいだに、アンプル入りかぜ薬の服用者のうち、死亡をふくむ19件の事故がおこった。死因は、個人の体質に由来するところもおおきかったが、ピリン系薬剤による急性の中毒であった。これを契機に、アンプル入りかぜ薬は製造中止された (『月刊薬事』編集部 1965; 池田 1968)。

[文献]

- Conrad, P., 2013, "Medicalization: Changing Contours, Characteristics and Context," W. C. Cockerham ed., *Medical Sociology on the Move: New Directions in theory*, Berlin/Heidelberg: Springer, 195-214.
- , 2014, "Medicalization," W. C. Cockerham, R. Dingwall and S. R. Quah eds., *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Health, Illness, Behavior and Society*, Hoboken: Wiley-Blackwell, 1448-52.
- 『月刊薬事』編集部, 1965, 「ニューズピック行政 脱皮を迫られる業務行政」『月刊薬事』7 (4): 450.
- 二場邦彦, 1972a, 「戦後の医薬品流通史 (1)」『医薬ジャーナル』8 (5): 42-58.
- , 1972b, 「戦後の医薬品流通史 (2)」『医薬ジャーナル』8 (6): 40-54.
- , 1972c, 「戦後の医薬品流通史 (3)」『医薬ジャーナル』8 (7): 58-70.
- , 1972d, 「戦後の医薬品流通史 (4)」『医薬ジャーナル』8 (8): 48-61.
- 『人と日本』編集部, 1971, 「特集 恐るべし大衆保健薬Ⅲ 奇跡の薬? アリナミンへの疑問」『人と日本』4 (10): 94-103.
- 『評』編集部, 1957, 「グロンサンの秘密」『評』4 (10): 3-10.
- 池田良雄, 1968, 「薬害からみた戦後の流れ——薬害における二つの性格」『医薬ジャーナル』4 (1): 14-20.
- 伊藤公雄, 1986, 「日本人とクスリ」宝月誠編『薬害の社会学——薬と人間のアイロニー』世界思想社, 12-57.
- 『医薬ジャーナル』編集部, 1968, 「【特集…戦後医薬品の史的諸問題 IV】アンプル剤・ドリンク剤驚異的な高度成長の先鋒」『医薬ジャーナル』4 (1): 36-41.
- , 1970, 「回顧・医薬界1960年代——激動した10年間への史的展望」『医薬ジャーナル』6 (1): 80-109.
- 川崎近太郎, 1967, 「大衆保健薬の後退をどうみるか 結局は大衆の自覚で左右される」『医薬ジャーナル』3 (8): 28-9.
- 北澤一利, 2004, 「栄養ドリンクと日本人の心」栗山茂久・北澤一利編『近代日本の身体感覚』青弓社, 291-330.
- 『暮らしの手帖』編集部, 1956, 「総合ビタミン剤という薬」『暮らしの手帖』4 (36): 135-42.
- 黒田浩一郎, 2014, 「医療化製薬化生物学化」『保健医療社会学論集』25 (1): 2-9.
- 松枝亜希子, 2013, 「1960-70年代の保健薬批判——高橋暁正らの批判を中心に」『Core Ethics』9: 211-20.
- 三宅健太郎, 1967, 「【大衆保健薬の後退をどうみるか】“上薬”を多くし“下薬”を除け」『医薬ジャーナル』3 (8): 30-2.
- 水野肇, 1967, 「文春 PR シリーズ・トップ製品 アリナミン A——きょうも探求されている健康への薬」『週刊文春』3月20日号: 69-87.
- 『日本』編集部, 1961, 「都会人のアクセサリ—保健薬」『日本』6: 150-2.
- 太田秀, 1979, 『くすりの常識』大月書店 (国民文庫).
- 佐藤博之, 1971, 「医薬品の広告規制」『医薬ジャーナル』7 (9): 28-33.
- 瀬谷慎一, 1980, 「大衆薬 (一般用医薬品) を考える—その8— 一般用医薬品と再販制度」『月刊薬事』22 (4): 671-4.
- 高橋暁正, 1971, 『アリナミン——この危険な薬』三一書房 (三一新書).
- , 1979, 「第I部 自分史メモ」『薬のひろば』45,46: 3-69.
- 高橋暁正・佐久間昭・平沢正夫編, 1968, 『保健薬を診断する——効かない薬効く薬』三一書房 (三一新書).
- 高橋暁正・篠友三・大熊由紀子・平沢正夫, 1971, 「座談会 薬は誰のためにあるのか (上)」『薬のひろば』1: 56-72.
- 武田薬品工業株式会社, 2019, 「アリナミン歴史ミュージアム」武田薬品工業株式会社ホームページ (2019年9月4日取得, <http://alinamin.jp/alinamin/history/index.html>).

- 東京シネマ, 1957, 「限りなき創造——若さをつくる人々」(2019年9月4日取得, www.kagakueizo.org/create/tokyo-sinema/3890/).
- 津田真人, 1997a, 「『健康ブーム』の社会心理史——戦前篇」『一橋論叢』117 (3): 445-63.
- , 1997b, 「『健康ブーム』の社会心理史——戦後篇」『一橋論叢』118 (3): 503-21.
- 上原卓郎, 1962, 「一億総アンブル立ち飲み時代 インスタント精力増進法まかり通る」『週刊サンケイ』2月12日号: 18-22.
- Williams, S. J. et al., 2011, "The Pharmaceuticalisation of Society? A Framework for Analysis," *Sociology of Health and Illness*, 33 (5): 710-25.
- 山口比呂志, 1958, 「グロンサンの正体——その糖衣のなかには？」『財界』6 (2): 22-5.
- 山下麻衣, 2010, 『医薬を近代化した研究と戦略』芙蓉書房出版.
- 『財界』編集部, 1957, 「業界の『当り屋』総まくり 薬品 二年間で八倍になった中外製薬」『財界』5 (1): 99-101.

[謝辞]

本研究は、JSPS 科研費 22・10049 の助成をうけたものである。

Reconsideration on the Social Positioning of Health Supplements in their Introduction Stage in Japan

MATSUEDA Akiko

Abstract:

Health supplements, including vitamin supplements and liver agents, became popular in Japan from the 1950s to 1960s. Previous studies regarded such health supplements in those days as products to compensate lack of nutrition and maintain health. Health supplements today hold similar social positioning. Historical records, however, suggest that pharmaceutical companies promoted and tried to position these health supplements as drugs to cure a disease. This paper aims to reveal how health supplements were actually promoted by studying the contents of articles and advertisements in newspapers, magazines (general and specialized), and administrative documents. Result finds that some vitamin supplements were promoted by pharmaceutical companies to cure not only neuralgia but also rheumatism and heart disease. Some liver agents were promoted to cure liver disease, diabetes, neuralgia. Previous studies were wrong to regard health supplements only as health promoting drug when they were first introduced in Japan. The conclusion argues that such view can obscure the historical process of shifting the social positioning of health supplements. It is important for us to verify why some drugs survive to exist for not to cure a disease as more people take health promotion drugs today.

Keywords: health supplement, vitamin supplement, liver agent, health drink, health promotion

保健を目的にした医薬品が普及した当初の社会的位置づけの再検証

松 枝 亜希子

要旨:

総合ビタミン剤や強肝剤などの保健を目的にした医薬品は、1950年～1960年代に国内で普及した。先行研究では、普及当初のこの医薬品を健康の維持や獲得に効能効果があるものとしてのみ位置づけている。本稿ではこれが事実かどうかを、当時の新聞や一般および専門雑誌の記事広告などを言説分析して検証した。総合ビタミン剤および強肝剤の事例の検証から、当時、製薬企業は疾病の治療にも効能効果がある医薬品として宣伝し、社会に位置づけようとしていたことをあきらかにした。普及当初の保健を目的にした医薬品は、現在とおなじような健康志向のみの医薬品ではなかった。さらに、普及当初の社会的位置づけを現在のそれと同様とみなすことは、保健を目的にした医薬品の社会的位置づけを変容させた歴史的過程をみえにくくしている。健康志向の医薬品として生きのこっている要因を検証することが、この医薬品を現在も服用するわたしたちにとって重要である。