

# 売薬の意匠あれこれ 〈その35〉 珞瑯(ほうろう)看板—その1

一般社団法人 北多摩薬剤師会会長 平井 有 (ひらい たもつ)

「売薬の意匠あれこれ」では4回続けて売薬をはじめとする店内用の小型看板はじめ、鬼の姿をしたユニークな形の造形看板や医薬分業をアピールする日本薬剤師会の前身の日本薬剤師聯合会の看板などさまざまな看板を紹介しました。

これら明治時代から近代に至る薬に関係した看板に共通したことは、いずれもがその材質が木製の看板ということですが、木製(看板)と並んで近代(特に昭和時代)の看板広告に欠かせない材質の一つに珞瑯(看板)があり、今回からご紹介したいと思います。

珞瑯の材質などの詳細は次号以降に譲るとして、本号では赤地に白文字の典型的な薬の珞瑯看板をいくつかご紹介いたします。

もともと赤色(紅色・朱色)には古代から邪気を払い魔よけとなる色とされ、例えば疱瘡などの疫病よけには疱瘡絵という赤一色で刷られた一名赤絵が病人の枕元や家の門などに護符がわりに張られましたが、現代でも赤色には気分の高揚や情熱、興奮、熱気、血気盛んなどの意味合いがありインパクトが強く、そのため赤色はこれらの看板のように広告のベース色に用いられると思われまます。



## ①「ムヒ」

明治42年(1909)に創業の池田模範堂の「ムヒ」は、富山の置き薬から始まり全国制覇を成し遂げ、日本中で愛用されている売薬として内外薬品の「ケロリン」とともに有名です。「ムヒ」は日本で初めて「かゆみ」を効能に謳った塗り薬であり、その名前が「無比」を連想させる名称であり、また社会の模範となる意味を込めた社名であるなどの相乗効果から人気商品となり、さらに容器を缶からチューブへと、基剤を軟膏からクリーム基剤へと変更するなどの変更により皮膚外用剤としてはなくてはならない商品となっています。

## ②「ハッキリ」

武田薬品工業、住友ファーマ、塩野義製薬、田辺三菱製薬など、国内有数の製薬企業が本社などを構える大阪の道修町の一画にあるOTC医薬品・家庭用品メーカーの小林製薬は、「タムシチンキ」「アンメルツ」などを販売しています。同社は「ケシミン」「ナイシトール」「チクナイン」「サカムケア」「アイボン」「熱さまシート」「消臭元」など薬効などがすぐに連想できるネーミング商品が多いことで有名で、その命名にあたってはご意見箱のような社内の声、意見を集約するシステムもつくられているようです。昭和14年(1939)に発売されたこの「ハッキリ」は、この路線の嚆矢(こうし)ともいえる商品です。

## ③「ノーシン」

②の「ハッキリ」と併せて「ケロリン」とともに、頭痛(トンプク)薬の代表ともいえる「ノーシン」もその発売は古く大正7年(1918)のスペイン風邪の折に発売されました。その名前は「脳がシーンとする」「脳が新しくなったようにすっきりする(当時の中国大陸での広告では「脳新」)」「古代中国の医療農業を司る神の「神農」の逆さ読み」などの説があります。「ノーシン」にもいくつかの派生商品が開発されていますが(「ノーシンホワイト」「ノーシンピュア」など)、ブランド名の基盤商品の「ノーシン」の散剤は現在でも1回分ずつの薬包紙で包装されています。

## ④「山本 実母散」

江戸時代に販売された「実母散」は、現在でもメインに販売されている「喜谷実母散」をはじめ10年以上昔には配置売薬の「〇〇実母散」を含めて50種類以上もの「実母散」がありました。創業が江戸期の正徳3年(1713)という「喜谷実母散」は、その処方原形は漢方製剤の女神散(ツムラの製剤だとNo.67)で改良発展型製剤ですが、この珞瑯看板の「山本実母散」はさらに(薬用・御種)人參とサフラン(番紅花)を加えて効果を高めているようです。

## ⑤「中将湯」

④の「実母散」と同じく婦人薬の「中将湯」は津村順天堂(現ツムラ)初代の津村重舎翁が明治26年(1893年)の創業と同時に発売した婦人薬です。この処方は母方の漢方医の藤村家に代々伝わる血の道症の治療薬で、その内容は桂枝茯苓丸、四物湯、人參湯に、香附子や黄連、丁子、陳皮などを加え、虚・実にわたり服用できるように改良したもので、その処方内容を藤村家より譲り受け明治時代になって発売したものです。