

### 戦前の生命保険商品のネーミング (2) 徴兵保険会社の商品

前回の記事では、戦前の生命保険商品のネーミングを三つのグループにわけ、とくに普通生命保険会社が販売した貯蓄保険（生存保険）について紹介した。今回は、第二のグループである徴兵保険の商品のネーミングを紹介する。

徴兵保険とは、徴兵を理由に生じる経済的な負担を補償する趣旨の保険である。このように考えると、損害保険のように見えるが、実際には生存保険（貯蓄保険）をこの補償にあてる商品であるため、生命保険会社に属するものであった。

日本で最初に徴兵保険を発売した徴兵保険株式会社（後の第一徴兵保険で東邦生命の前身会社）の宣伝では、徴兵保険の効果を次のように示している。「徴兵保険は加入者が当籤して入営した場合に払込金の数倍した保険金が受け取れて入営者自個不在中の損害を補佐し、家族生計の安全を保持して立派に国民たるの義務を尽くすことが出来るのと、入営中の入費に用を欠かない事が徴兵保険独特の効果であります。」

この宣伝にみられるように、徴兵保険は「立派な国民の義務」を果たすものとしての役割を強調されている。さらにこの宣伝は次のように述べる。「子弟をして幼少の時から此保険に附かしむる時は義勇奉公の観念を富まし同時に勤儉貯蓄の精神を涵養する助ともなる。」このように、徴兵保険は、まさに明治日本の富国強兵政策に合致する理念を体現するものであった。

さらに宣伝によれば「西洋の強兵国では子弟ある父兄で徴兵保険に加入せぬものは殆ど無い位の有様で、加入せぬものは其人物を信用せぬと云ふこと」（以上の引用はすべて徴兵保険株式会社「徴兵保険のすすめ」からの抜粋）とある。フランスやドイツで徴兵保険があったという記録はあるが、ここで指摘するほど西洋で徴兵保険が普及しているわけではなかったので、いささか誇大広告と言わざるをえない。

ことほど左様に、富国強兵政策に合致する理念をもっとしても、初期の徴兵保険の販売は目覚ましい進展を見なかった。なぜそうだったのかについては、社会経済的な要因を精査して結論付ける必要があるが、とりあえずの答えとして次のことが考えられる。すなわち、富国強兵という国家戦略が庶民の間に浸透していたわけではないこと、さらに徴兵保険の商品構造が貯蓄保険であったが、それが大衆にアピールするほど庶民の保険に対する理解が成熟していなかったことなどである。

たしかに大正期になると徴兵保険の販売が伸び始め、わが国の徴兵保険はそれなりの地位を占めることになる。同時に参入企業も増え始めたが、有力企業としては日本徴兵保険と富国徴兵保険があった。競争が激しくなったため、徴兵保険株式会社は、第一徴兵保険株式会社と社名変更した。

ところで、徴兵保険は当然のことながら男子のみの保険であった。しかし貯蓄保険という商品性は女子の加入を拒むものではなかった。伝統的なコミュニティーが持続していた明治期においては、保険金目当ての子殺しということはほとんどありえないことであった

## 保険毎日新聞「みちくさ保険物語」031

---

ことから、徴兵保険は、子供を被保険者とする貯蓄保険を発売し、この市場を開拓した。普通生命保険会社も同様の保険を発売することができたが、徴兵保険によるチャネルを活用した徴兵保険会社に優位性があった。後に簡易生命保険がこども保険の分野で伸長したが、簡易保険がこども保険を発売したのは昭和初期のことであった。

各社は、これらの貯蓄保険について、それぞれの呼称を用いて募集をおこなった。第一徴兵保険は、掲載した「保険案内」で示したように「教育結婚保険」としている。富国徴兵保険は、相互会社形態による新規参入会社であったためか、設立後しばらくは徴兵保険以外の貯蓄保険（生存保険）の発売を認められていなかった。昭和初期にその販売を認められると、掲載の「保険案内」にみられるように「出世保険」という名称で熱心な募集をおこなった。国家徴兵保険は、画像に示したように「愛育保険」という名称を用いた。

これらに対して日本徴兵保険は、掲載した「保険案内」のように単に「生存保険」としていた。ただし、募集文書においては、「教育保険」や「結婚保険」という用語を適宜使用している。また徴兵保険会社ではないが、日華生命が「出世保険」として同種の生存保険を発売している（画像参照）。これらのことを総合すると、生存保険に関する商品のネーミングは、各社ごとで異なるものの、すくなくとも徴兵保険会社が販売する子供を対象とした生存保険については、各社独自のネーミングという認識はなかったようだ。

最後にいわゆる「こども保険」の画像から得られる印象を若干述べて結びとしよう。いずれの会社も、「健康」と「成長」を示す子供の姿を示し、保護者に慈愛の対象としての子供を強調したものとなっている。たとえば、第一徴兵は兄妹の健やかな健康を、富国徴兵は愛らしい愛娘の未来を、そして日本徴兵は仲の良い子供たちの成長を示す画像である。また子供たちの服装の違いは、それぞれの会社の対象となる市場の違いを微妙に示しているのが面白い。さらに今回は日華生命だけをとりあげたが、普通生命保険会社の「こども保険」の宣伝では、子供だけの画像はほとんどみられず、母子像が多い。この相違は、徴兵保険会社と普通生命保険会社のチャネルの相違が反映しているように思われる。





割増金付  
 利益配当金付  
 結婚資金  
 教育資金  
 営業資金

保  
險  
案  
内



國華徵兵保險株式會社

子供は  
 愛育  
 愛育  
 愛育

保  
險  
も  
愛  
育

一生の幸福は  
愛育保険より生る

土	金	木	水	火	月	
						一時
						二時
						三時
						四時
						五時
						六時

は 險 保 の 供 子  
 兵 徵 華 國



