

### 徴兵保険の普及

徴兵制度の定着とともに普及し始めた徴兵保険の市場にいくつかの会社が新規参入した。主要な会社は、日本徴兵保険株式会社（以下、「日本徴兵」と略記）、国華徴兵保険株式会社（以下、「国華徴兵」と略記）および富国徴兵保険相互会社（以下、「富国徴兵」と略記）の三社である。

当時の営業史料などを精査すると、徴兵保険市場の普及とともに、徴兵制度と徴兵保険の関係が微妙に変化したことを読み取ることができる。わが国で最初に徴兵保険を募集した徴兵保険株式会社（以下「徴兵保険」と略記）では、被保険者が「当籤して入営した場合に払込金に数倍した保険金が受け取れて、入営者自個不在中の存在を補填し、家族生計の安全を保持」ということが強調されていた。

「国華徴兵」の営業案内では、「お子様方の入営中の御入費に、学資の御用意に、事業の資金に、結婚の御費用に、我社の徴兵保険を御勧め致します」（「お子様方の徴兵保険案内」画像参照）となっている。「富国徴兵」の営業案内でも、同じく「お子様方の入営中の御入費に、学資の御用意に、独立の御資金に我社の徴兵保険を御すゝめ致します」（「おこさまがたの徴兵保険」画像参照）とある。入営によって働き手を取られてしまう農家世帯への補償ということが薄れている。このことは、農村中心であった初期の市場が、次第に都市部に浸透していたことを示すとともに、他の生存保険商品との競合が生じていたことも示している。徴兵保険は、女子が加入できないため、女兒のためには「婚資保険」などの名称の生存保険が販売されていた。そこで、徴兵保険であっても入営しない場合にも、「払込み保険料の全部を払戻し、且つ社員配当金をお支払い」（富国徴兵「おこさまがたの徴兵保険」）するとされた。

画像を掲載した「日本徴兵」の営業案内は、子どもに直接にアピールしようとしたという意味で珍しいものだ。子供がよめるカタカナで次のように書かれている。「ボッチャンガタガ、スコシヅツノ、オコヅカイヲ、ムダニルカワナイデ、コノホケンヲ、ツケテオケバ、ヘイタイニ、ユカレタトキ、クワイシャカラ、タクサンノ、オカネガ、ワタルノデス。ホケンニ、ハイツタカタニハ、キレイナル、キシヨウヲアゲマス」（日本徴兵「保険案内」）。「徽章をあげる」ということで、子供が両親に同社の徴兵保険への加入をねだることを期待したものだ。こうした状況を思い浮かべることは簡単ではないが、子供にたいしてもアプローチするという珍しい宣伝である。ともあれ、大正期から昭和初期にかけて、徴兵保険は、生存保険であり、かつ未成年者を被保険者とする「こども保険」という市場の中で、広く社会に浸透したものといえる。

ところで、徴兵保険会社は、「社報」という季刊刊行物を発行していた。これは、「社内報」ではなく、加入者に対する宣伝物といえるものである。子供一人の写真から、母や父母と一緒にの写真までいろいろある。このように加入者や家族を写真で掲載することにより、父母や祖父母に、子供（孫）の誕生の喜びや成長への期待を表すとともに、世間に対しても子供が

「立派な国民」であることを知らせる媒体であった。このような媒体によって徴兵保険がとくに庶民の間に浸したことは明らかである。

文化的な文脈でみるかぎり、徴兵保険への加入による国事意識はこの時期に希薄化し、むしろ庶民の貯蓄というイメージが強くなっていたが、他方において、「社報」などの媒体をみると、立派な「小国民」という戦時期に強調された子供のイメージが庶民の間に芽生えるのに徴兵保険が貢献したことがうかがわれる。次回の連載では、戦争と徴兵保険の関係について画像をとおして解釈する。



国華徴兵保険の保険案内



富国徴兵保険の保険案内

保 險 案 内



手ヨウヘイホケンノススメ  
ボツチャンガタガ、スコシツツノ、  
オコツカイヲ、ムタニツカワナイデ、  
コノホケンヲ、ツケテオケバ、  
ヘイタイニ、ユカレタトキ、  
クワイシヤカラ、タクサンノ、  
オカネガ、ワタルノデス。  
ホケンニ、ハイツタカタニハ  
キレイナル、キシヨウヲアゲマス



日本徴兵保存会保險株式會社

日本徴兵保險の保險案内





社報「富国徴兵」の表紙







