



明治期の諷刺雑誌に見る保険

稲 葉 浩 幸

概要 本稿では、わが国に近代的保険業が誕生した明治期に創刊された、宮武外骨による諷刺雑誌『滑稽新聞』と北沢楽天による漫画雑誌『東京パック』の中から、保険について書かれた記事を抜粋し、創成期の保険業の状況を解説することを目的とする。特に、当時人気を博した諷刺漫画は、辛らつかつ滑稽味に溢れた作風で保険の制度や保険会社を鋭く諷刺した。

キーワード 諷刺漫画, 滑稽新聞, 東京パック, 近代的保険業

原稿受理日 2010年5月25日

Abstract This paper looks at Gaikotsu Miyatake 'Kokkei Newspaper' and Rakuten Kitazawa 'Tokyo Pack' from the viewpoint of insurance after Meiji era in Japan. Especially, the popular caricatures sharply satirized the system of insurance and the insurance company at Meiji ear by the style that had sense of humor and bitter irony.

Key words Caricature, Kokkei Newspaper, Tokyo Pack, Modern insurance business

I はじめに

わが国最初の近代的生命保険会社である明治生命が開業したのは1881年（明治14年）のことである。その後、1888年には東京にて帝国生命が、翌年には大阪を本拠とする日本生命が開業し、生命保険業界は3社が鼎立する時代となった。さらに類似保険や生命保険の模倣会社が乱設される中、保険思想の普及と営業拡大を図るために、生命保険各社は一般市民に向けて生命保険の重要性を宣伝する必要があるがあった。これについて、稲田編（1933）によれば、「明治23年に『節用集』と称する50頁位の小冊子を作り之れを世間一般に配付した。この冊子は創立当時に発行した『有限明治生命保険会社規則』の緒言に類するものに所謂諸節用を添へて編輯されたもので、恐らく我国に於ける最初の生命保険会社宣伝広告用パンフレットであると思われる。これはその後4年間毎年刊行された。こゝに明治23年発行の目次を掲げ併せて数年間に発行されたものゝ中の興味ある部分を採録して、当時の保険思想を窺知する資料に供する』⁽¹⁾と説明している。

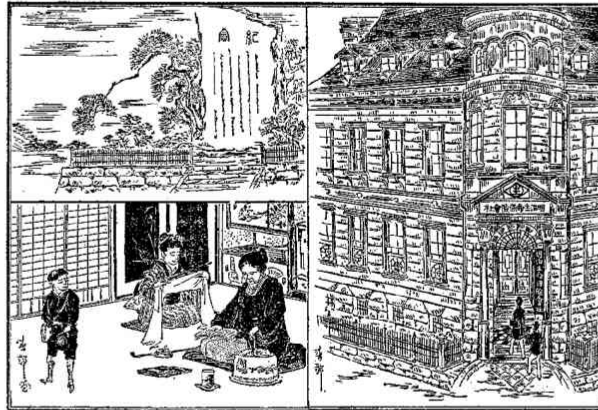
この『節用集』の中に、生命保険の効用を端的に表した「妻子の為め保険すへし」という項目がある。

○夫婦室を同くして2、3人の子供を育て夫は外に出て渡世の営みをなし婦は内に居て家事を納め終日閑暇なしと雖も日暮れ燈を点したる後父子夫婦対座して飯を喫し茶を飲み悠然として談笑するは人間第一の樂にして之か為めに終日の労をも慰め渡世の艱難をも忘るへし之を家内の樂と云う然れとも一朝主人の身に万一の事あれば忽ち此樂みを失ひ子は飢に泣き妻は寒を訴ふる人なく其悲況視るに忍びざるものあらん一念此に至れば人の父たり夫たる者は生命保険の一日も缺くへからざるを知るへし西洋の婦人は保険せざる人の妻となるを嫌ふの風あり故に財産多からざる男子は婚姻するに先ち保険の契約を結ひて妻子の為めに死後の備をなすを常とす我国の婦人には夫の生命を保険するを忌む者あれとも夫の死後子を養育するは妻の職務なれば必ず夫に勧めて保険せしむへし⁽²⁾

夫は一家の主として生計を立て、妻は家庭にて家事をこなすことが当然とされていた時代に、その夫の身に万が一のことがあれば、残された妻子の生活は惨憺たるものである。だからこそ、夫であり父親である者は、その責任として生命保険へ加入する必要がある。

また、わが国の婦人は夫に生命保険をかけるのを嫌う傾向にあるが、夫の死後に子どもを養育するのが妻の責務であれば、必ず夫に生命保険への加入を勧めるべきであると、生命保険の必要性を強く訴えている。

さらに、この文章の後には2枚の挿絵が掲載されている。



(出典) 稲田編 (1933) p. 151。

図1 生命の保険を為したる家族

図1には、生命保険に加入した家族の様子が描かれている。まず明治生命の建物に入って行く男女の後姿に始まり、立派な墓の図、そして最後は夫の死亡後、不自由なく暮らす妻子の姿で終わる。

一方、図2では、生命保険に加入しなかった家族の様子が対比されている。



(出典) 稲田編 (1933) p. 152。

図2 生命の保険を為さざる家族

幸せそうな家族の団欒から始まり、泣き崩れる妻子の姿、最後は夫が保険に入らなかったばかりに、その死後、貧しい生活を余儀なくされた家族の苦労が図2には描かれている。

図1、図2を見れば、保険加入の有無をテーマにした家族の差異は一目瞭然であり、一般市民に向けた生命保険の宣伝としては非常に効果的だといえる。

このように紙面における表現の1つの手段として漫画を用いることは、文章で長々と説明するよりも、読者の視覚にイメージとして直接的に訴え、作者の意図するところが瞬時に明確に伝わるという利点がある。特に、明治期以降に発行された諷刺雑誌はこの漫画を効果的に用いて、当時の世相や社会的な事件等についてユーモアを持って批判し、大衆の人気を集めていた。諷刺の題材となったのは、政治や権力批判ばかりではなく、近代的保険制度の導入によりわが国の生活に浸透し始めた保険もその対象となり、さまざまな形で雑誌に登場した。

そこで、本稿では明治後期に発行された2つの雑誌『滑稽新聞』と『東京パック』から、保険をテーマにした諷刺漫画を収集し、当時の保険業の状況について時代背景をもとに明らかにすることを目的としている。

II 『滑稽新聞』における諷刺

1901年に宮武外骨によって刊行された『滑稽新聞』は、「威武に屈せず富貴に淫せずユスリもやらずハッターもせず 天下独特の肝癪を経とし色気を緯とす 過激にして愛嬌あり」をモットーに、最盛期には部数8万部という当時としては驚異的な売れ行きを示す雑誌であった。

反骨精神に富んだ外骨は、『滑稽新聞』の中で、官僚や政治家、警察官等の不正を多数告発するほか、インチキ広告や、恐喝取材を行う新聞社等を「ユスリ記者」と呼び、激しく批判している。例えば、1901年3月25日に発行された『滑稽新聞』第3号には以下のような記事が掲載されている。

附記 鉄拳

前号にも掲げた通り、ユスリ新聞を筆誅する者は外に無ひ、然るに編者は斯くの如く、思ひ切つた記事を続載するから、何時悪漢無頼共が編者の肉体へ危害を加へるやも計り難い、ソコデ聊か遺族の事を気遣ひ、今般帝国生命保険株式会社の被保人となつた、其決心と勇氣、潔癖と過激の程察し給へ、文士が社会に盡すべき陽性義務は斯

く無ければならぬと信じて居る、編者は向ふ半ヶ年か一ヶ年の内に、大阪市内のユスリ新聞を悉く撃退して其跡を絶たしめ、幾分か実業家諸氏の為めに盡さんとの斬新大計画もあります、其手段は追つて報じませう、

社会一般の腐敗と共に文明の利器、国家の木鐸たるべき新聞記者の墮落は、識者の常に慨嘆する所であるが、只慨嘆する計りではダメだ、ルーテルは宗教改革の元祖、編者は新聞の革命者を以て自ら任じやうと思ふて居るのだ、呆れる人は呆れ給へ^③、

図3にはこの記事の挿絵が示されている。



（出典）赤瀬川・吉野編（1985a）p. 31。

図3 献身的行動の覚悟

ユスリ新聞を根絶するために大胆な記事を掲載し続ける外骨が、その身の危険に備え、家族のために帝国生命保険会社の生命保険に加入したという記事である。保険の内容がどのようなものだったのかなど詳細については不明であるが、「遺族の事を気遣い」とあることから死亡保障が目的の保険であると思われる。図3においては、悪漢に襲われた外骨の側に、帝国生命保険会社の提灯を掲げた者が描かれている。図に添えられた「身体しんたいの保険ほけん者はありますが、精神せいしんの保険ほけん者は幾萬いくまんの愛読諸君あいとくしよくんでなければならぬ」という一文が、外骨らしく小気味よい。

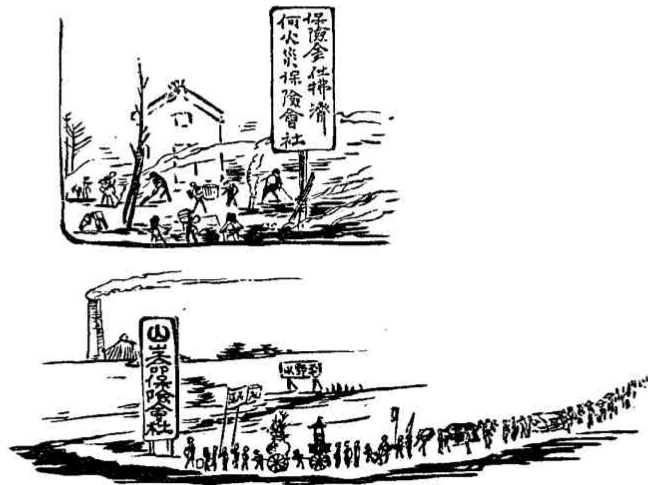
しかしながら、同年10月の『滑稽新聞』第15号には、「本誌記者対帝国生命保険会社」という記事の中で、帝国生命保険会社が東京のユスリ新聞社長に脅迫されて金品を渡していたことに言及し、「元來記者が当初同社の被保人となりし原因は本誌第三号所記の如くユスリ新聞撲滅の爲め一身を犠牲に供するも厭ふ所なき精神上より万一を慮りて保険契約

を行ひたるものなり、然るに己が生命の保険を托する会社にしてユスリ新聞の脅迫に逢ひ金品を強取せらるゝが如き醜態を演出するに至りては記者の本領に矛盾するものなるが故に断然解約の処置に出でたるものなり」⁴⁾と述べている。

ユスリ新聞同様、インチキ広告に対しても筆誅を加えることをモットーとした外骨は『滑稽新聞』第25号の中で、「利巧な広告」と題して次のような記事を掲載している。

文明だとか開化だとか云う奴も畢竟するに欲の深ひ奴等の儲け仕事をするに便利だけの事で、正直な者にはチツトも便利でもなければ有難くもないそこで此広告と云ふものも、矢張り文明開化の産物で如何かなして人を感服せしめ、アツト言はしてやり、そして金を儲けたいと云ふ事ばかり考へて居るのだが、時には風俗壊乱、治安妨害的のものも少くないやうである。

広告と云へば先づ新聞広告が第一で、儲けたい儲けたいの奇体の有造無造どもが、一行何十銭と云ふ高い広告料を出して矢鱈に広告するのであるがそれでも未だ足らぬと見へて頗る付きの変妙來の広告を發明して風致を害する事も何にも考へずヒーロー、ピンハットなど、山の中腹へ大看板を掲げるなどは余り感服した事ではないが、金儲けの上から見れば風致も何にもあつたものではない、就中最も怪しからん広告は葉缶頭に毛が生へたのや片髯の美人である、これ等は大インチキの詐欺広告と云はねばならぬ、其中で稍面白いのは例の保険会社の広告である火事の焼跡に「保険金支払



(出典) 赤瀬川・吉野編 (1985a) p. 314。

図4 利巧な広告

済」なんかと大きく書き出して保険を付けなかつた者を羨ましがらせると云ふ方法、それから又葬式の途に生命保険の広告を出して、それ見たか手前等は保険を付けないから金が貰へまいと云ふ当てこすりであつた云はする趣向、これ等は常道に外れては居るが巧い方法と云つて可からう⁵⁾。

火事の焼跡への火災保険会社の広告について、例えば同和火災編（1995）では「大阪北区の大火のあと、火災保険会社では自社の宣伝を目的として、保険金を受け取った被保険者に頼んで、『保険金受領御礼』と書いた札を焼け跡に立ててもらった。もちろん社名入りであるが、ある地区では神戸海上の社名が入った御礼札が軒並みズラリと並んで立っていた。これを見た某保険会社の幹部社員が、『火災保険契約というものは、こんな具合に軒並みとるものではない。これでは、アンダーライターとして笑いものになる』と言うのを聞いて、神戸海上ではあわてて立札を撤去した」⁶⁾という。『滑稽新聞』において「利巧な広告」と題された記事は、販路拡大を目指すあまりに人の不幸事を自社の宣伝に利用した火災保険会社、生命保険会社に対する痛烈な皮肉といえる。もっとも、こうした保険金支払いの宣伝は、保険会社の経営の安全性を示すためのものでもあった。

また、当時、保険金の受取人が保険金を受け取った際に行った「保険金領収広告」も新聞紙上において頻りに掲載されていた。図5は1901年2月1日付の『東京朝日新聞』に載った保険金領収広告である。



(出典)『東京朝日新聞』第5229号 p. 8。

図5 保険金領収広告

少し年代が異なるが、これについて保険銀行時報社編（1933）では「また当時の流行として保険金領収の広告があるが、これなど保険金を支払った会社が受取人に無理に勧めて新聞紙に出させたのが多く、明治の阿部氏などは斯様な宣伝のためのカラクリ記事を断然

斥けた。(この領収広告は夙に明治十四、五年の類似保険たとへば共済一銭社などがインチキの手本を示したものだ)』⁷⁾と指摘している。

宮武外骨は『滑稽新聞』創刊以前の1889年に『頓智協会雑誌』を発行しているが、その中で、大日本帝国憲法発布をパロディ化した「頓智憲法」を掲載している。これにより外骨は不敬罪に問われ、約3年間入獄したのである。著名な作品を真似ながら、滑稽さを感じさせる作品に作りかえるパロディは外骨の得意とする手法であり、『滑稽新聞』においても多数のパロディ広告を生み出している。

図6は1902年の『滑稽新聞』第25号に掲載されたパロディ広告である。

この「日本家妻保険株式会社」の広告では、梯子の上で男が徳利と杯を持って、酒を飲んでいる絵とともに「亭主が梯子酒を呑んで居ては女房も自墮落になりて姦通すること請合なりと保険す」と記されている。このパロディの元になった広告が、図7にある日本火災保険株式会社の広告である。

日本火災保険会社の広告では、梯子の上で男が梯子乗りを披露している。男の胸にあるマークは日本火災の社章である。明治創業期の火災保険会社は独自の私設消防組や火災現場駆け付けが組織されており、保険が付保された家屋で火災があれば、すぐに現場へ駆けつけた。現在でも出初め式などで見られる梯子乗りの様子が広告で使用された理由の一因であろう。「日本火災」と「日本家妻」、梯子乗りと梯子酒をかけて、保険の広告を巧みに茶化した、図6はまさに典型的なパロディ広告といえる。



(出典) 赤瀬川・吉野編 (1985a) p. 318。



(出典) 『東京朝日新聞』第4931号 p. 8。

図6 日本家妻保険株式会社

図7 日本火災保険株式会社

また、1904年に発行された『滑稽新聞』第67号には、次のような諷刺広告が掲載されている。



（出典）赤瀬川・吉野編（1985b）p. 90。

図8 露国生命危険株式会社

1904年2月に勃発した日露戦争と生命保険会社を引っかけで作られたこの「露国生命危険株式会社」の広告は、ロシア帝国海軍の軍艦旗を社章に見立て、本社を当時のロシアの首都サンクトペテルブルク、支社をウラジオストックと旅順にしている。社長はロシア帝国皇帝ニコラスⅡ世、支配人は満州軍最高司令官アレクセイ・クロパトキン将軍である。日露戦争を題材にした同様の諷刺広告は『团团珍聞』でも採り上げられている⁶⁾。

Ⅲ 『東京パック』における諷刺

福沢諭吉が主催する『時事新報』日曜特集で「時事漫画」を掲載していた北沢楽天は、1905年に有楽社から漫画雑誌『東京パック』を創刊した。日本初のフルカラー雑誌であった『東京パック』は人々の話題を呼び、楽天は職業漫画家の第1号となった。当時の諷刺漫画は「おどけ絵」または「ポンチ絵」と呼ばれてその評価は低かったが、名付け親である楽天の活躍により、「漫画」という言葉が人々の間に広まった。

楽天は『東京パック』の中で政治や世相などを題材にした多数の諷刺漫画を描いており、『東京パック』第1巻第9号には次のような保険に関する漫画が掲載されている。



(出典)『東京バック』第1巻第9号 p. 11。

図9 保険の勧誘に関する漫画

この6コマの漫画は、いずれも保険の勧誘員を追い払う方法を描いたものである。当時の生命保険会社各社においては、代理店による募集以外の販売チャネルとして外務員制度の導入が行われており、佐藤（1996）によれば、特に1902年ドイツのゴータ生命を範として設立された第一生命が創業当初から代理店制度を採用せず、専門外務員の育成に力を入れたことが各社の動きに拍車をかけたという^⑩。

楽天の漫画においても、保険の勧誘員はある時は無言で対応されたり、またある時には居留守を使われたりしている。矢野編（1957）によれば、「当時の保険外務員にはきわめて悪質の者が多かった。広島県で実際にあった話だというのが、『物貰い、保険屋入るべからず』と制札を立てたところがあったという話だ」¹⁰⁰とある。

もっとも、このような張り紙は日本だけのことではなかった。田村（1995）によると、例えばアメリカにおいても「行商人、勧誘員、保険エージェント入るべからず」という標識が1900年になっても事務所ロビーで見受けられたという¹⁰¹。

図9には保険の勧誘員を追い払うための最終手段が描かれているが、右図下段では保険勧誘員に対して、妻が主人は昨夜急病にて死んだと偽っている。また左図下段では門に張り紙が貼られており、保険勧誘員が敷地内へ入ってくることを禁じている。

一方、1907年の『東京パック』第3巻第25号には「喧嘩保険」と題された記事が掲載されている。

函館の大火は近來の災厄にして、罹災者の不幸は実に同情に堪へざる處なるが、其火災の傍杖を食ひて、類焼同様の苦境に陥れるは火災保険にして、中には致命傷を受けたるものあり

折角保険を掛けても、小火の時は損害調査の、保険歩合のとサツサト支払はるゝ事は稀にして、何だか掛ける時から気持が悪く、大火となれば会社の損害が多くして致命傷とあつては、同じく支払はるゝか否やが氣遣はる、何にしても火災は厄介なるは論なし、然し火災にも夫々原因あり、丁稚が誤てランプを落し、小使の煙草盆の仕舞が疎漏なりし為め起す杯は妙に大火に至らずして済むが、今度の函館の大火は夫婦喧嘩が原因なりとは一寸珍らし、喧嘩の火の手杯いふ事あれば喧嘩の果が火事と為るは当然ならん、唯今後こんな喧嘩さへない様になれば、大火も自ら無くなる勘定ゆへ、先づ其根本を防ぐ主意にて火災保険会社は喧嘩保険を契約する事とせば、第一大火の起らぬは勿論、警官の世話も減り、又延いて監獄署も閑と為る訳ゆへ、喧嘩保険杯は誠に公益の為めなれば政府も進て許可すべし殊に夫婦喧嘩保険は媒酌人が自腹を切て内証で申込もの非常に多かるべし¹⁰²

この記事では、1907年8月25日に函館で起きた大火について、その火事の原因が夫婦喧嘩であるとした上で、火災保険会社はまず喧嘩保険を契約するべきだと主張している。喧嘩保険により喧嘩が無くなれば大火も起きず、また警官や監獄所なども暇になる。何より

も夫婦喧嘩保険は媒酌人が自腹を切っても、内緒で申し込む者が非常に多いだろうと結んでいる。

未曾有の大火となった函館の火災について、当時の『東京朝日新聞』では火元の原因を次のように記録している。

火元は東川町二百十七番地石鹼製造業塚田佐一郎方にて佐一郎は多数の職工を使役して夜業を為し居りし二十五日午後十時二十分頃釜より火漏れて工場一棟を焼き次いで職工の寄宿舎長屋二棟に延焼し夫より火は裏手鋳物商有江金太郎方の亜鉛塀を回りで隣家松井栄次郎方を半焼し一直線に同町より西川町に延焼して終に未曾有の大火となりしものなり同地は前日来非常の強風にて殊に月余に亙りて一滴の雨なく全市乾き切つたる折柄とて火焰は大森濱より吹き込む風に煽られて冲天に渦を巻き見るも恐ろしき光景とはなりぬ⁴³

釜から火が漏れた原因が夫婦喧嘩によるものかどうかは不明であるが、焼失地域が全函館の8割、焼失戸数1万2,390戸、損害額3,500万円に達したこの大火は、火災保険業界はじまって以来の大惨禍であった。保険会社各社の支払保険金は、東京火災95万円、明治火災53万円、日本火災47万円、大阪火災14万円、共同火災12万円、内外火災11万円など10社合計で約300万円であったが、当時のわが国火災保険会社の総保険料収入は624万2,000円に過ぎず、この函館大火の影響は甚大であった⁴⁴。

保険会社の広告としては、1908年に『東京パック』第4巻第26号に掲載された有隣生命の広告がユーモラスである。

同年に『東京朝日新聞』に掲載された有隣生命の広告と比較すると、その斬新さが際立つ。『東京パック』の広告では、亀甲の顔に、有隣生命の社章を3つ繋げた蝶ネクタイをした紳士が、コミカルに描かれている。当時、新聞等に掲載された保険会社の広告の多くが、『東京朝日新聞』にあるような体裁であったことを考えれば、図10はかなり特殊な広告であるといえる。広告を載せる媒体の傾向によって、広告のデザインを変更していたとすれば実に興味深い内容である。

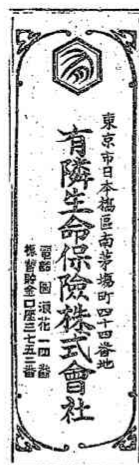
また、1913年に発行された『東京パック』第9巻第6号に掲載された日本傷害保険株式会社の保険付広告も特殊である。

日本唯一傷害保険と題されたこの広告は、『東京パック』の読者の特権として、旅行傷害保険切符を雑誌に添付したものである。内容は、『東京パック』を携帯している満10歳以



(出典)『東京パック』第4巻第26号 p. 12。

図10 有隣生命（『東京パック』）



(出典)『東京朝日新聞』第8017号 p. 5。

図11 有隣生命（『東京朝日新聞』）

上70歳以下の者が鉄道事故により傷害を被った場合、基準に応じた保険金（満額は100円）を支払うというものであった。読者は、旅行傷害保険切符の欄内に氏名を記入し、事故の際には鉄道吏員の証明をもらって、保険会社に保険金を請求することになる。

これについて、日本傷害保険株式会社の後身である日産火災の社史によれば、日本傷害保険は「栗津社長の深く豊かな保険知識が生かされ、当社の創業初期から、さまざまな新



(出典)『東京パック』第9巻第6号 p. 13。

図12 日本唯一傷害保険

しい手法を保険の発売や宣伝・PR等に採り入れ、保険業界に新風を送った。その大きな一つには、旅行傷害保険切符の発売がある。粟津社長の訪欧時の旅行奇災保険体験にヒントを得て、明治44年8月8日、東京の新橋駅構内売店に委託し、旅行傷害保険切符を発売した。この切符は自動車による旅行者を対象とし、保険金額が1,000円、種類は有効期間2日から1年の各種のものがあつた。大衆娯楽といえば芝居くらいしか存在しなかつた当時のことで、今日のように旅行代理店やプレイガイドがあるわけでない。こうした『切符販売代行所』による切符販売は、おそらく日本に例がなかつたのではなかつたか。旅行傷害保険切符は、鉄道事故が多かつたことと、購入が簡便であつたことから大変な人気を呼んだ⁵⁵⁾という。さらに、「宣伝やPRも、非常に革新的でモダンな側面があつた。街頭でマッチやチラシなどを配つたのはもとよりのこと、新聞・雑誌等の広告内容でもひと工夫したものが数々あつた。イラスト入りのものさえあつた。営業開始の直後に出したと思われる営業案内広告に、桃太郎が日本一と書いたノボリを背にした漫画風のイラスト入りのものがあつた。コピーは何と「日本一」をもじつて、『日本唯一～傷害保険～文明事業』とあつた。新聞や雑誌と特約提携して傷害保険の普及に努めたこともあつた。大正元年11月、『東京パック』という雑誌に、保険金額100円・期間10～12日の旅行傷害保険切符を無料添付したのがその最初である⁵⁶⁾と指摘している。

社史において紹介されている広告は大正元年11月のものであるが、内容的にはおそらく図12の1913（大正2）年2月の広告と大差ないのではないかと思われる。『東京パック』らしく、「東京パックを持たぬ人」と「東京パックを持った人」の違いを漫画で表現しているのが、非常にわかりやすい広告となつている。

IV 結 び

宮武外骨による『滑稽新聞』は、1908年に当局からの発行禁止令に先立って、同年の第173号をもって「自殺号」とし、自ら発刊を停止した⁵⁷⁾。また、北沢楽天による『東京パック』は1912年に楽天が有楽社を退職したことにより第1次の刊行を終える。

こうした諷刺雑誌は、権力や官僚批判に始まり、汚職、世相や風俗に至るまで、痛快で小気味よい文章と、ユーモアにあふれた漫画で、文明開化から言論統制が厳しさを増すまでの間、大衆の人気を集め、当時としては異例の売り上げを誇つた。

諷刺雑誌に登場する保険は、時局に絡めたパロディや、勧誘方法などを皮肉つたものが多いが、『滑稽新聞』や『東京パック』に掲載された例を見ると、保険会社の方もただ諷

刺されるだけではなく、それを利用した広告やPRを行っていることがよくわかる。異例の発行部数を誇る雑誌に、自社の宣伝を掲載することは、保険を販売する際に大いに役立ったことであろう。

北沢楽天の言葉に「漫画で風刺するのは百篇の文字より千万語の言語よりも力がある」¹⁰⁸という名文がある。

現代の保険会社のパンフレットやホームページを見ても、挿絵や漫画が多用され、自社の保険について消費者にわかりやすく伝えようとする意図がはっきりと読み取れる。これは明治期の保険業界においても、保険の仕組みや契約内容、またその効用等について説明する場合、文字を徒に並べるよりも、視覚的にも楽しく瞬時に理解しやすい漫画を利用することは、大変効果的な手段であったといえよう。

注

- (1) 稲田編（1933）p. 140。
- (2) 稲田編（1933）p. 150。
- (3) 赤瀬川・吉野編（1985a）p. 31。
- (4) 赤瀬川・吉野編（1985a）p. 181。
- (5) 赤瀬川・吉野編（1985a）p. 314。
- (6) 同和火災編（1995）p. 58。
- (7) 保険銀行時報社編（1933）補論 p. 42。
- (8) 詳細については、稲葉（2009）を参照。
- (9) 佐藤（1996）pp. 91-92 を参照。
- (10) 矢野編（1957）p. 57。
- (11) 田村（1995）pp. 164-165 を参照。
- (12) 『東京バック』第3巻第25号 p. 11。
- (13) 『東京朝日新聞』第7556号 p. 3。
- (14) 武田（1997）p. 6 を参照。
- (15) 日産火災編（1991）pp. 37-38。
- (16) 日産火災編（1991）p. 38。
- (17) 『滑稽新聞』と宮武外骨に関する記載については、
<http://www.cc.matsuyama-u.ac.jp/~tamura/miyatakegaikotu.htm> などを参照。
- (18) 『東京バック』と北沢楽天に関する記載については、
<http://www.city.saitama.jp/www/contents/1204700574347/index.html> などを参照。

参 考 文 献

- 赤瀬川原平・吉野孝雄編（1985a）『宮武外骨・滑稽新聞第壹冊（第1号～第30号）』筑摩書房
赤瀬川原平・吉野孝雄編（1985b）『宮武外骨・滑稽新聞第参冊（第61号～第89号）』筑摩書房
同和火災海上保険株式会社社史編纂委員会編（1995）『同和火災50年史・通史』同和火災海上保険株

式会社

- 保険銀行時報社編（1933）『本邦生命保険業史』 保険銀行時報社
- 稲葉浩幸（2009）「諷刺漫画と保険—『团团珍聞』を中心に—」『大阪商業大学商業史博物館紀要』
第10号大阪商業大学商業史博物館
- 稲田勤編（1933）『明治生命五十年史』 明治生命保険株式会社
- 印南博吉編（1966）『現代日本産業発達史 X X VII 保険』 現代日本産業発達史研究会
- 日本経営史研究所・住友海上火災保険株式会社社史編集室編（1995）『住友海上火災保険株式会社百年史』 住友海上火災保険株式会社
- 日産火災海上保険株式会社社史編集室編（1991）『飛翔への軌跡 日産火災80年史 本史』 日産火災海上保険株式会社
- 佐藤保久（1996）『資本主義と生命保険マーケティング』 千倉書房
- 清水勲（2005）『漫画が語る明治』 講談社
- 武田晴人（1997）「火災保険業における料率協定の成立過程」『経済学論集』 第63巻第1号東京大学経済学会
- 田村祐一郎（1995）「『生の保険』と『死の保険』—日本人の死生観と生命保険・第1部—」 水島一也編『保険文化—リスクと日本人—』 千倉書房
- 矢野恒太記念会編（1957）『矢野恒太傳』 矢野恒太記念会
- 米山高生（2008）『物語で読み解くリスクと保険入門』 日本経済新聞出版社
- 湯本豪一（1996）『図説明治事物起源事典』 柏書房