

2013年1月18日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社

～ライフネット生命、オバマ大統領に関する調査 2013～

■オバマ大統領の支持率は？■

オバマ大統領の支持率 92.2%、1 期目就任前より上昇

■オバマ大統領のイメージが『Change』！？■

オバマ大統領のイメージ 1 位は「新鮮である」から「人柄が良い」に変化
「誠実さ」「温かみ」「決断力」「実行力」で 1 期目就任前より評価アップ

■第 2 期オバマ政権に期待するテーマは「日本経済」■

“1 期目 4 年間で印象に残っていること” 1 位「イラク戦争終結」、2 位「ノーベル平和賞受賞」
“2 期目のオバマ政権に期待すること” 1 位は「日本経済への好影響」
「日米同盟の強化」、「核なき世界の実現」、「アジア情勢の安定化」も上位に

■今回のスローガン『Forward』(前進) 日本までは届かず？■

前回のスローガン『Change』は認知率 9 割、今回の『Forward』は認知率 2 割半に
大統領再選後の『Four more years.』と『抱き合う写真』の認知率 2 割

■日本の選挙を『Change』してほしい！？■

“首相を国民の投票によって選ぶ方法” 7 割半が希望
“選挙活動におけるネット利用の解禁”は半数以上が希望、20 代では 6 割超

■生命保険業界に望む『Forward』(前進)■

生命保険業界に望む『Forward』(前進)は“低価格化”と“シンプル化”
消費者への情報開示は十分？“保険会社が保険料の内訳(手数料)を開示すべき”4 割弱

本リリース内容の転載に際しては、「ライフネット生命調べ」とご記載ください。

PDF版・グラフデータは、ライフネット生命ウェブサイトよりダウンロードいただけます。

<http://www.lifenet-seimei.co.jp/newsrelease/>

本件に関するお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部: 関谷

TEL: 03-5216-7900

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

アンケート総括

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社 (URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社: 東京都千代田区、代表取締役社長 出口 治明) は 2012 年 12 月 19 日～12 月 22 日の 4 日間、オバマ大統領の再選を知っていた 15 歳～59 歳の男女を対象に、オバマ大統領に関する調査 2013 をモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)で実施、1,000 名の有効回答を集計しました。

■ オバマ大統領の支持率 92.2%、1 期目就任前より上昇

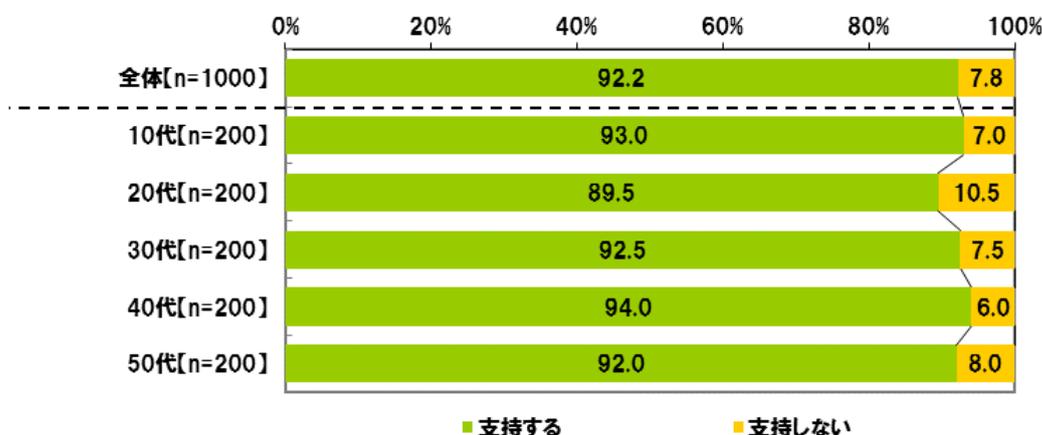
全回答者(オバマ大統領の再選を知っていた 15 歳～59 歳の男女 1,000 名)に対し、オバマ大統領を支持するか質問したところ、支持率は 92.2%と 9 割を超えました。

この支持率は、調査対象である 10 代～50 代までのどの世代においても 9 割前後となっており、幅広い世代から支持を集める結果となりました。

また、1 期目の就任前に行った調査(※)でも支持率は 89.7%と 9 割だったことから、日本において高い支持率を維持しているようです。

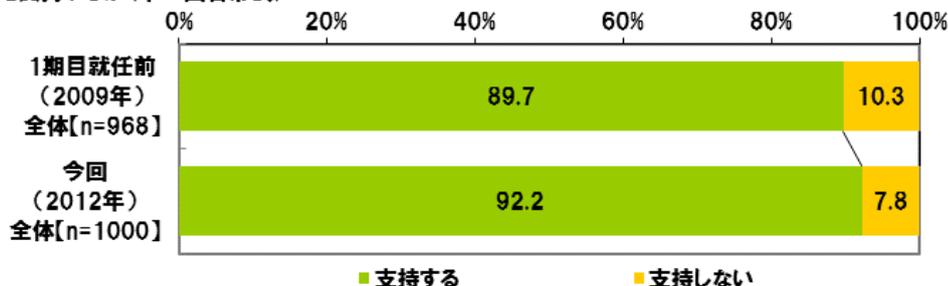
※オバマ大統領に関する調査(2009 年 1 月) <http://www.lifenet-seimei.co.jp/newsrelease/2009/1423.html>

◆オバマ大統領を支持するか(単一回答形式)



◆《1期目就任前の調査との比較》

オバマ大統領を支持するか(単一回答形式)



■ オバマ大統領のイメージが『Change』、1位は「新鮮である」から「人柄が良い」に変化

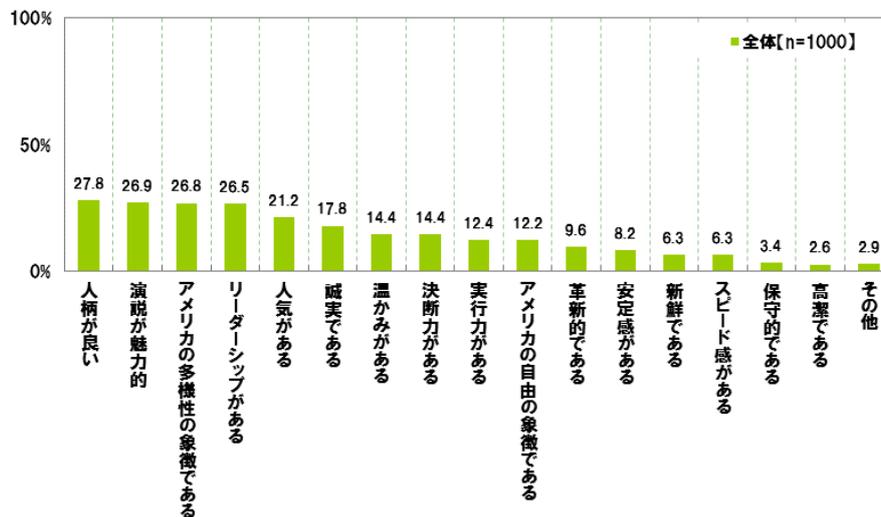
■ 「誠実さ」「温かみ」「決断力」「実行力」で1期目就任前より評価アップ

支持率は9割を超える結果となりましたが、全回答者(1,000名)にオバマ大統領にどのようなイメージを持っているのか質問したところ、「人柄が良い」(27.8%)、「演説が魅力的」(26.9%)、「アメリカの多様性の象徴である」(26.8%)、「リーダーシップがある」(26.5%)が同レベルで上位に並びました。

1期目の就任前に行った調査(※)では、「新鮮である」(52.3%)が2位以下に10ポイント以上差をつけて最多となっていました。今回の調査では、人柄や演説、リーダーシップについてのイメージが上位となった他、「誠実である」(17.8%)、「温かみがある」(14.4%)や「決断力がある」(14.4%)、「実行力がある」(12.4%)が上昇しており、オバマ大統領の人柄や能力に対するイメージが日本にも浸透している様子が窺えました。

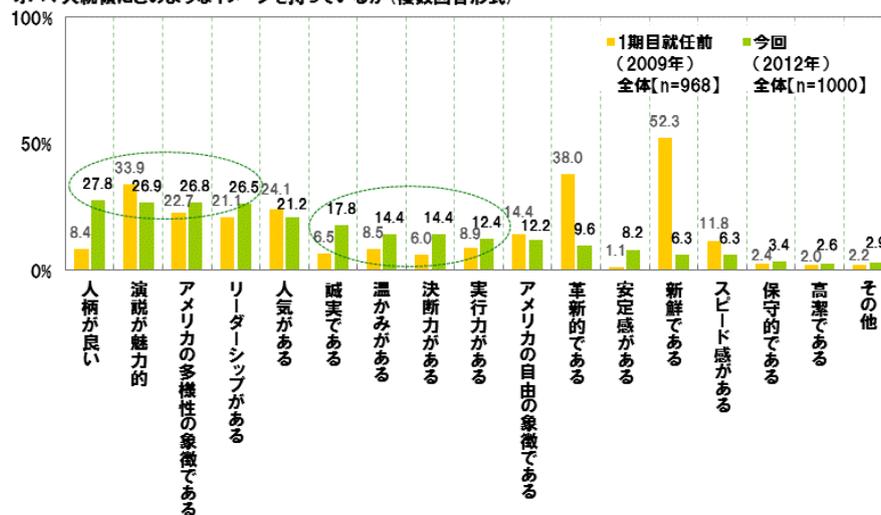
※オバマ大統領に関する調査(2009年1月) <http://www.lifenet-seimei.co.jp/newsrelease/2009/1423.html>

◆オバマ大統領にどのようなイメージを持っているか(複数回答形式)



◆1期目就任前の調査との比較

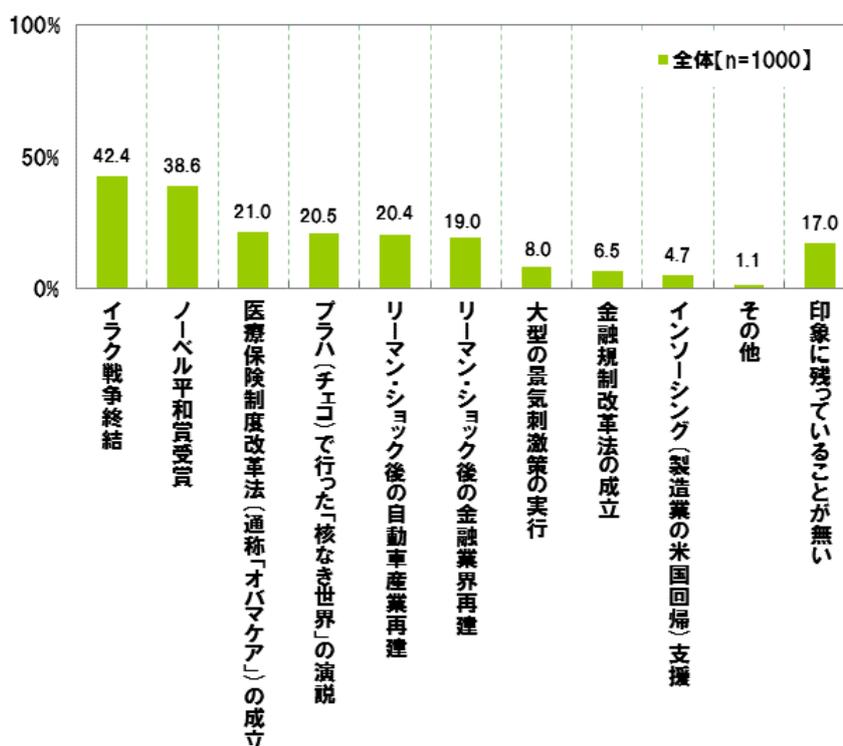
オバマ大統領にどのようなイメージを持っているか(複数回答形式)



■ “1期目4年間で印象に残っていること” 1位「イラク戦争終結」、2位「ノーベル平和賞受賞」

また、全回答者(1,000名)に、オバマ大統領の1期目4年間で印象に残っていることを複数回答形式で質問したところ、「イラク戦争終結」(42.4%)、「ノーベル平和賞受賞」(38.6%)が4割前後となり、「医療保険制度改革法(通称「オバマケア」)の成立」(21.0%)、「プラハ(チェコ)で行った『核なき世界』の演説」(20.5%)、「リーマン・ショック後の自動車産業再建」(20.4%)、「リーマン・ショック後の金融業界再建」(19.0%)が2割前後で続きました。平和に関することや医療保険制度改革、経済再建など、印象に残っていることは多岐にわたっているようです。

◆オバマ大統領の1期目4年間で印象に残っていること(複数回答形式)

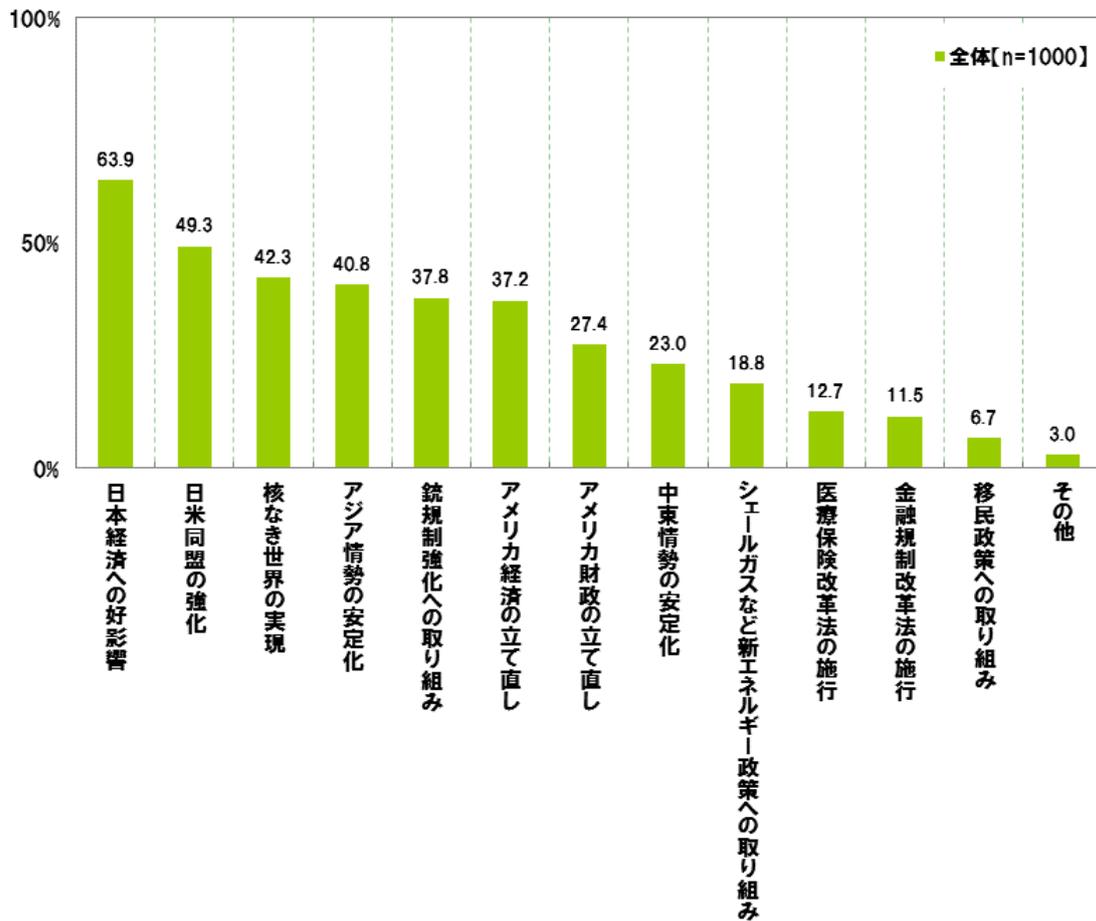


■ “2期目のオバマ政権に期待すること” 1位「日本経済への好影響」

「日米同盟の強化」、「核なき世界の実現」、「アジア情勢の安定化」も上位に

そして、全回答者(1,000名)に、2期目のオバマ政権にどのようなことを期待するか質問したところ、最も多かったのは「日本経済への好影響」(63.9%)で、次いで「日米同盟の強化」(49.3%)、「核なき世界の実現」(42.3%)、「アジア情勢の安定化」(40.8%)、「銃規制強化への取り組み」(37.8%)、「アメリカ経済の立て直し」(37.2%)が続きました。日本やアメリカの経済が良くなることや、世界、アジア、そして日本の平和へ期待を寄せている様子が窺えました。

◆2期目のオバマ政権にどのようなことを期待するか(複数回答形式)



■ 前回のスローガン『Change』は認知率 9 割、今回の『Forward』は認知率 2 割半に

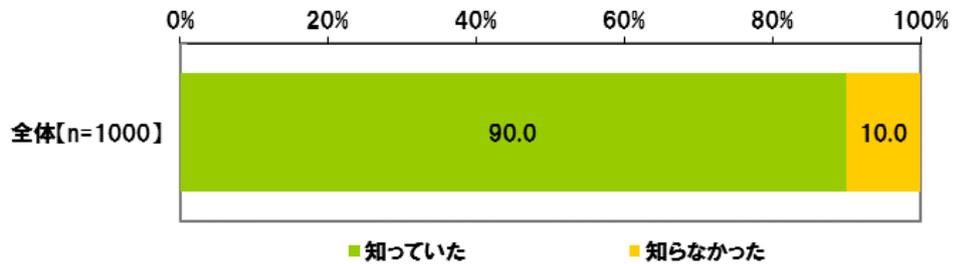
■ 大統領再選後の『Four more years.』と『抱き合う写真』の認知率 2 割

次に、全回答者(1,000名)に、アメリカ大統領選について質問しました。

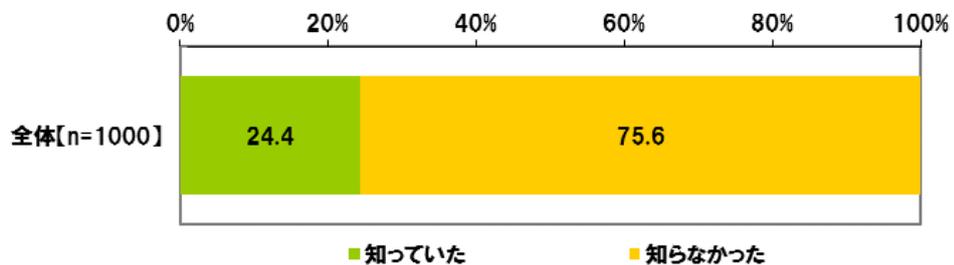
まず、大統領選におけるオバマ氏のスローガンを知っていたか質問したところ、【前回(2008年)のスローガン『Change(チェンジ)』】では、9割(90.0%)が「知っていた」と回答しましたが、【今回(2012年)のスローガン『Forward(フォワード)』】では、「知っていた」と回答したのは2割半(24.4%)にとどまりました。

また、オバマ大統領再選決定後に、オバマ陣営が Twitter や Facebook に『Four more years.(もう4年)』という3語と「ミシェル夫人と抱き合う写真」を投稿しましたが、このことを知っていたか質問したところ、「知っていた」のは2割(19.4%)でした。年代別にみると、「知っていた」割合が最も高かったのは20代で4人に1人の割合(25.5%)となりました。

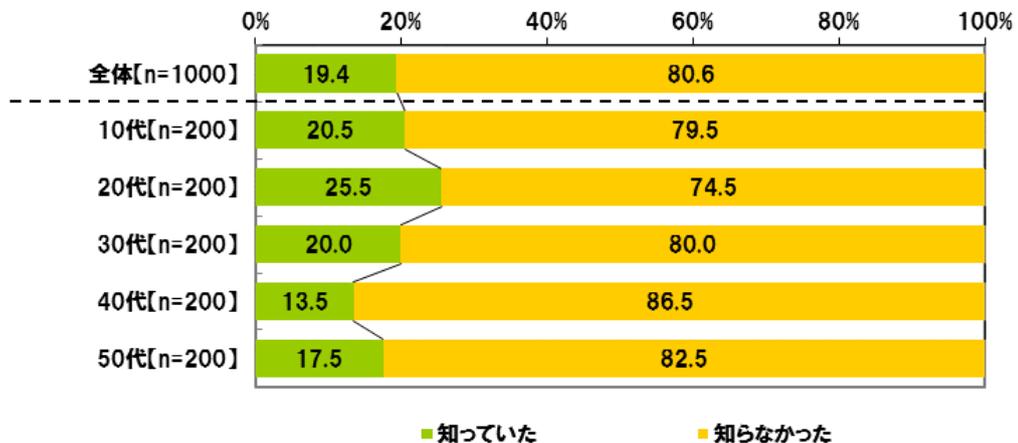
◆前回(2008年)の大統領選でのオバマ氏のスローガンが「Change(チェンジ)」だったことを知っているか(単一回答形式)



◆今回の大統領選でのオバマ氏のスローガンが「Forward(フォワード)」だったことを知っているか(単一回答形式)



◆オバマ大統領再選決定後に、オバマ陣営がTwitterやFacebookに「Four more years.」という3語と「ミシェル夫人と抱き合う写真」を投稿したことを知っているか(単一回答形式)



■ “首相を国民の投票によって選ぶ方法” 7割半が希望

■ “首相の任期を定め、任期中は変わらないこと” 4割が希望

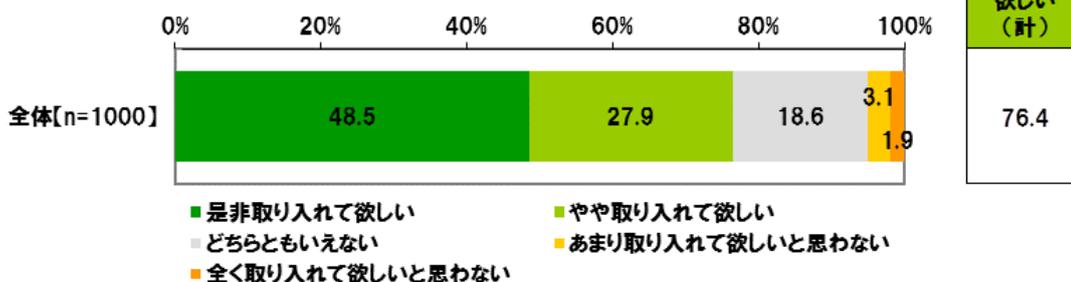
昨年末には日本でも衆議院選挙が行われましたが、アメリカでは、大統領を選ぶ際、国民が投票を行ったり(投票のためには、選挙権が有っても事前に選挙人登録をする必要がある)、ソーシャルメディアを活用したりと、日本の選挙と異なる点が多くあります。

そこで、全回答者(1,000名)に、日本の選挙制度にアメリカ大統領選のような方式を取り入れて欲しいか質問しました。

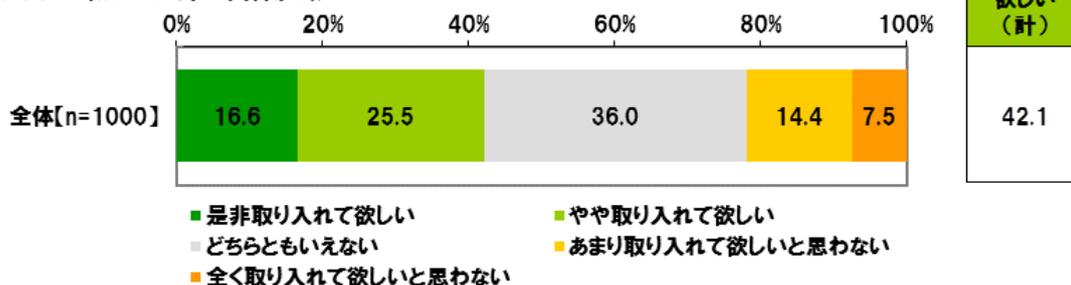
まず、首相を選ぶ方法や任期について質問したところ、【首相を国民の投票によって選ぶ方法】では、「是非取り入れて欲しい」が48.5%と半数近くが強く希望し、「やや取り入れて欲しい」27.9%も合わせた『取り入れて欲しい(計)』は76.4%と4人に3人の割合になりました。多くの方が首相公選制を望んでいることが分かりました。

また、ここ数年、日本では首相が毎年のように交代していますが、【首相の任期を定め、国民からの評価が良くても悪くても任期中は首相が変わらない】では、「是非取り入れて欲しい」16.6%、「やや取り入れて欲しい」25.5%で『取り入れて欲しい(計)』は42.1%でした。コロコロと首相が交代するのではなく、一定期間、落ち着いて政治に取り組んで欲しいと思っている方は少なくないようです。

◆首相を国民の投票によって選ぶ方法を取り入れて欲しいか(単一回答形式)



◆首相の任期を定め、国民からの評価が良くても悪くても任期中は首相が変わらないことを取り入れて欲しいか(単一回答形式)

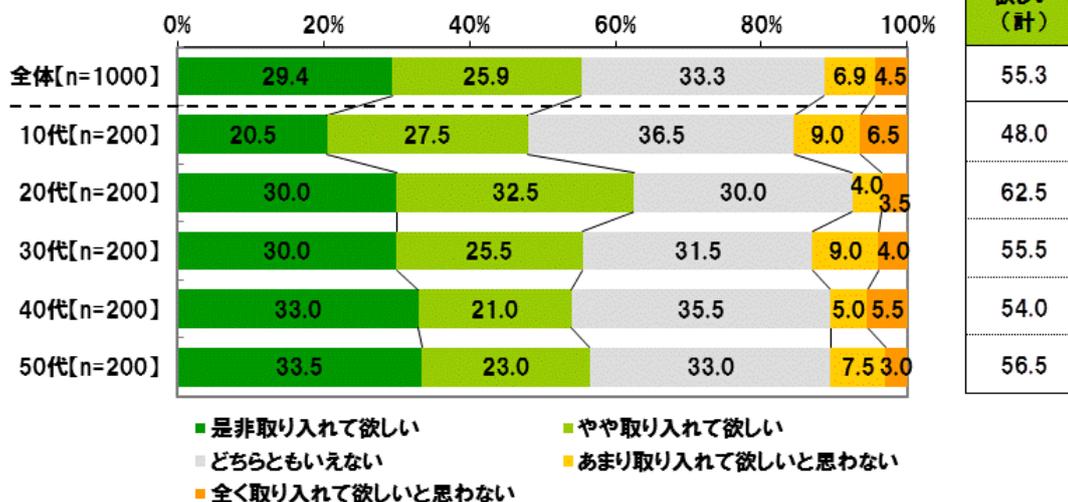


■ 選挙活動におけるネット利用の解禁 半数以上が希望、20代では6割超

次に、日本の選挙制度について質問しました。【候補者が選挙期間中に自身のホームページやブログ、SNSに主張を書き込めるようにする】では、「是非取り入れて欲しい」が29.4%、「やや取り入れて欲しい」が25.9%となり、『取り入れて欲しい(計)』は55.3%と、半数以上が選挙活動におけるネット利用の解禁を望んでいる結果となりました。

年代別にみると、選挙活動におけるネット利用の解禁を最も望んでいるのは20代で『取り入れて欲しい(計)』は62.5%と6割を超えました。

◆候補者が選挙期間中に自身のホームページやブログ、SNSに主張を書き込めるようにすることを取り入れて欲しいか(単一回答形式)

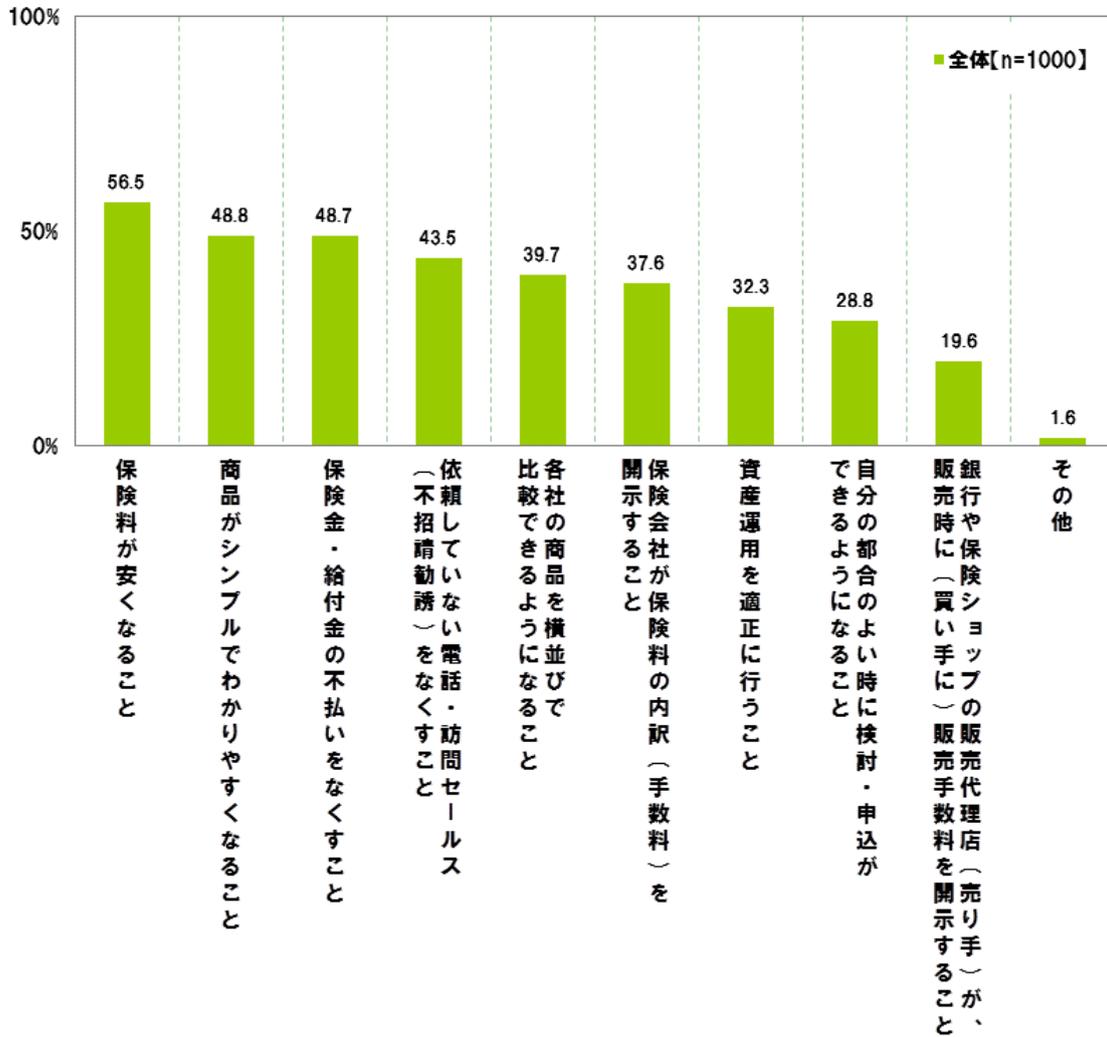


■ 生命保険業界に望む『Forward』(前進)は、“低価格化”と“シンプル化”

消費者への情報開示は十分?“保険会社が保険料の内訳(手数料)を開示すべき”4割弱

最後に、全回答者(1,000名)に、日本の生命保険業界に望む「Forward(前進)」は何か質問したところ、「保険料が安くなること」(56.5%)が最も多く、次いで、「商品がシンプルでわかりやすくなること」(48.8%)、「保険金・給付金の不払いをなくすこと」(48.7%)、「依頼していない電話・訪問セールス(不招請勧誘)をなくすこと」(43.5%)が続きました。低価格の保険やシンプルでわかりやすい保険が求められ、不払いや電話・訪問セールスをなくすことも求められている様子が窺えました。また、「保険会社が保険料の内訳(手数料)を開示すること」も37.6%と、消費者へより一層の情報開示が求められている一面も浮き彫りとなりました。

◆日本の生命保険業界に望む「Forward (前進)」(複数回答形式)



■■調査概要■■

- 調査タイトル:オバマ大統領に関する調査2013
- 調査対象:ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする
オバマ大統領の再選を知っていた15歳～59歳の男女
- 調査期間:2012年12月19日～12月22日
- 調査方法:モバイルリサーチ
- 調査地域:全国
- 有効回答数:1,000サンプル(有効回答から1,000サンプルを抽出)
- 実施機関:ネットエイジア株式会社

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。

- 会社名 : ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名 : 代表取締役社長 出口 治明
- 設立 : 2006年10月
- 所在地 : 東京都千代田区麴町二丁目14番地2 麴町NKビル
- 業務内容 : インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ : <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部:関谷

TEL:03-5216-7900

調査協力会社:ネットエイジア株式会社

◆ ライフネット生命について URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選び方を推奨し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.