

2008年10月28日
ライフネット生命保険株式会社

生命保険加入者1,000名に聞く

生命保険加入実態調査

～現在加入の生命保険に不満な人が7割、見直し意向も7割と高く～

生命保険加入者の保険加入状況

2p

- 生命保険の加入件数は平均で1.5件、1人当たりの月額保険料の平均は14,853円。
- 加入している生命保険の種類別のトップ3は「医療保険」「終身死亡保険」「ガン保険」。

生涯の生命保険料は夫婦なら1,600万円以上!?でも、内容を理解していない人が多数

3p

- 22歳から65歳までに支払う生命保険料の総額は、男性963万円、女性653万円。
- 3人に1人が月額保険料を「高い」と実感、加入生命保険の内容を理解している人は16%。

わかりにくい生命保険に、不安と不満。7割以上が見直し検討派

4p

- 自分の生命保険の理解度に不安を感じる人は8割、生命保険自体に不満を持つ人は7割以上。
- 「保険料が高い」「内容がわからない」が不満の主な理由。見直し検討派が7割。

生命保険販売における、営業職員離れが加速。保険は自分で選ぶ時代に

5p

- 約半数の人が「営業職員」から生命保険に加入しているが、その販売方法には否定的印象。
- 生命保険は、自分で吟味して選びたい人が8割以上の圧倒的多数。

理想の生命保険は、安くてわかりやすい、必要最低限の保障を備えた保険

6p

- 理想の生命保険は、安くて、わかりやすく、保障は必要最低限で充分。
- 生命保険の加入チャンネルが多様化し、インターネットが台頭。

生命保険加入実態調査 趣旨と目的

調査目的

ライフネット生命保険株式会社(本社 東京、社長 出口 治明)はこのほど、生命保険に加入している20代～50代の男女1,000名を対象に、生命保険の加入実態と意識を探る調査を実施いたしました。

ライフネット生命では、2008年8月～9月にかけ、既契約者を対象に調査を行いました(※)が、商品・サービスの改善を行っていくために、自社の契約者だけでなく、他社も含めた保険の契約者を対象に広く保険加入の実態と意識をとらえ、より客観的かつ幅広いお客さまの声を収集するために、今回改めて調査を行いました。

今回の調査では現在の生命保険加入実態を把握することだけにとどまらず、生活者のニーズを改めて探り、今後の生命保険のあり方を浮き彫りにしていきます。

ライフネット生命は、今後もお客さまの声を積極的に収集し、商品・サービスの改善を行っていくとともに、生命保険の果たすべき役割を再認識し、調査情報とともに積極的に公開、発信してまいります。

※9月12日付けプレスリリースをご参照下さい。

URL=<http://www.lifenet-seimei.co.jp/newsrelease/2008/1135.html>

調査概要

■調査対象

株式会社マクロミルのモニター会員を母集団とする、個人契約の生命保険に被保険者として加入している20代～50代の男女

年代	20代	30代	40代	50代	合計
男性	125名	125名	125名	125名	500名
女性	125名	125名	125名	125名	500名
合計	250名	250名	250名	250名	1,000名

■調査期間

2008年9月2日～9月3日

■調査方法

インターネットリサーチ

■調査地域

全国

■有効回答数

1,000サンプル

■サンプル抽出法

年代を均等に割付

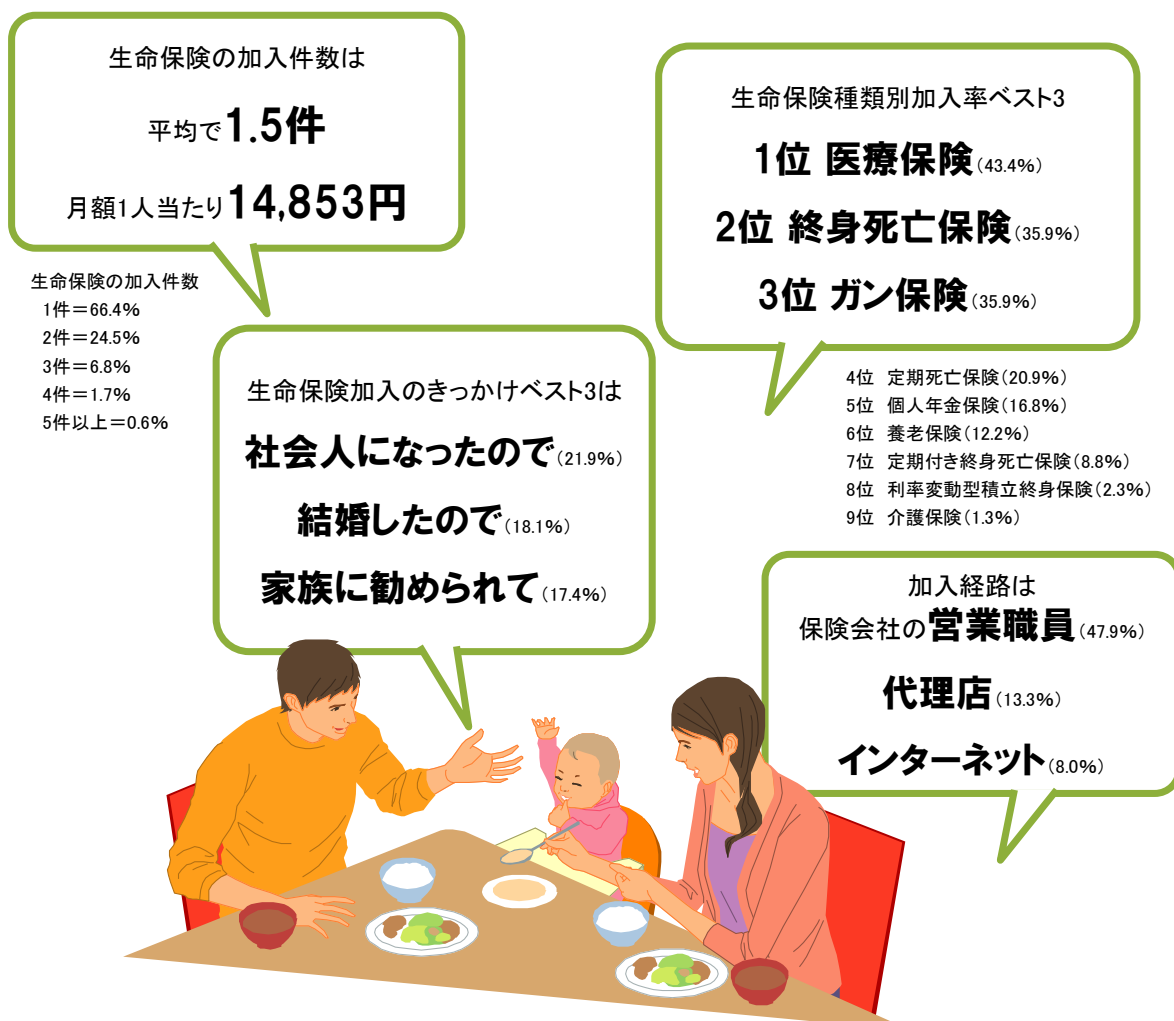
■実施機関

株式会社マクロミル

生命保険加入者の保険加入状況

生命保険加入者の保険加入状況を見ると...

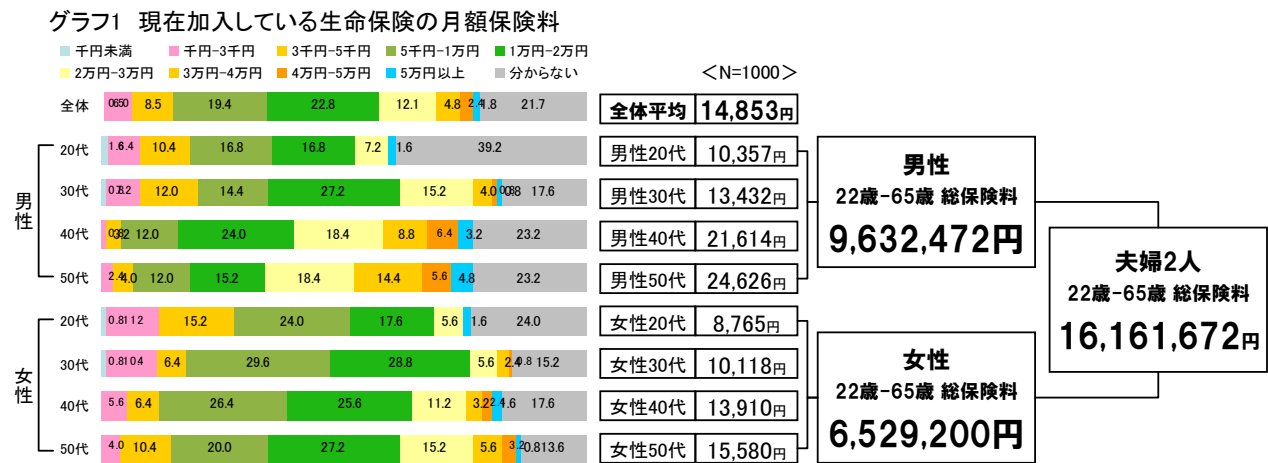
- 生命保険の加入件数は「1件」が最も多く(66.4%)、**平均加入件数は一人当たり1.5件**。
- 加入している生命保険の種類は、「医療保険」(43.4%)が最も多く、「終身死亡保険」(35.9%)、「ガン保険」(35.9%)と続き、**月々の平均支払い保険料総額は1人当たり14,853円**です。
- 加入しているもののうち月額保険料が最も高い生命保険は ①「終身死亡保険」(28.5%) ②「医療保険」(25.1%) ③「定期死亡保険」(13.2%)の順です。
- 生命保険加入のきっかけは、「**社会人になったので**」(21.9%)、「**結婚したので**」(18.1%)「**家族に勧められて**」(17.4%)の順となり、加入経路は「**保険会社の営業職員**」(47.9%)が最も一般的です。
- 生命保険加入時のポイントは、「**信頼できる保険会社**」(26.2%)であることと「**保険料の安さ**」(24.1%)で、以下、「**保障内容・保障期間等が自分のニーズに合う**」(18.5%)、「**加入手続きが簡単**」(17.2%)、「**営業職員や窓口の対応のよさ**」(15.2%)などがあげられています。



生涯の生命保険料は夫婦で1,600万円以上!?でも、内容を理解していない人が多数

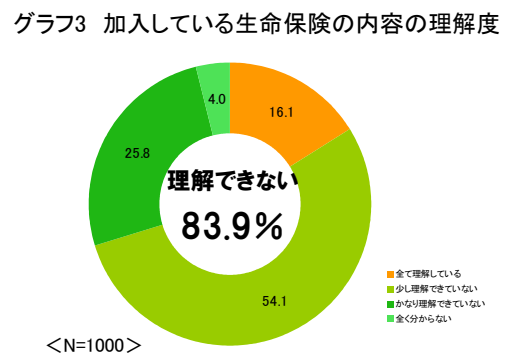
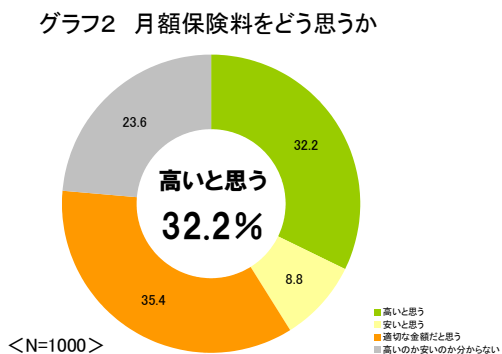
生命保険の月額保険料は1人当たり平均で14,853円。月額の保険料を「高い」と思う人は3人に1人にもものぼりますが、自分が加入している生命保険の内容を全て理解している人は16%に留まり、8割以上の人がその内容を完全には理解できていません。

■生命保険料の生涯支払い総額は夫婦なら1,600万円以上!? 家やクルマと並ぶ高い買い物です。生命保険の月額の1人当たりの支払保険料は、「10,000円-20,000円」(22.5%)が最も多く、平均金額は14,853円です。前述した通り、「社会人になった」(21.9%)ことが生命保険加入のきっかけとして最も多いことから、22歳から65歳まで毎月保険料を払い続けると仮定すると、総額は男性で963万円、女性で653万円となり、夫婦2人なら生涯保険料はなんと1,600万円以上に※。生命保険は、家やクルマと並ぶ高い買い物であることがわかります(グラフ1)。



■生命保険料は高いと痛感、なのに理解できていない!

生命保険の月額保険料を「高い」と思う人は32.2%で(グラフ2)、実に3人に1人が「高い」と感じているにも関わらず、続いて、加入している生命保険の内容をどの程度理解しているかを聞いたところ、その内容を「全て理解している」人はわずか16.1%で、83.9%の人は生命保険の内容を完全には理解できていません(グラフ3)。



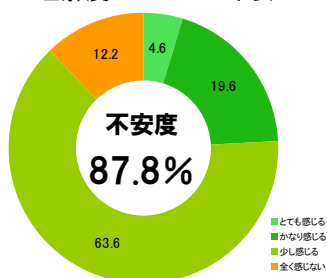
わかりにくい生命保険に不安と不満。7割以上が見直し検討派

8割以上の方が自分の生命保険の内容の理解度に不安を感じ、7割以上の方が生命保険自体に何らかの不満を持っています。不満要素は金銭的な負担の大きさと内容のわかりにくさから来る不透明感。不満の大きさからか、7割以上の方が生命保険の見直しを検討しています。

■生命保険のわかりにくさが、不安と不満を加速する結果に...

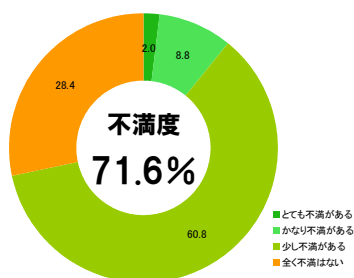
生命保険の内容の理解度に不安を感じる人は87.8%と多く(グラフ4)、生命保険自体への不満度も7割を超えています(グラフ5)。保険の内容を全て理解している人では、保険の内容に「全く不満がない」と答える人が43.5%を占めていますが、理解できていない人ほど不満度はアップ。保険内容を十分に理解できないことが、不安と不満の要因となっているようです(グラフ6)。

グラフ4 自分の生命保険の理解度についての不安



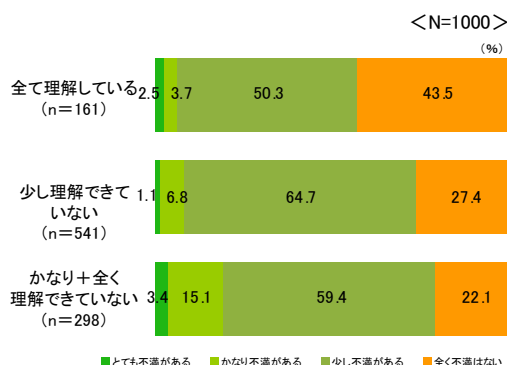
<N=1000>

グラフ5 自分の生命保険に対する不満



<N=1000>

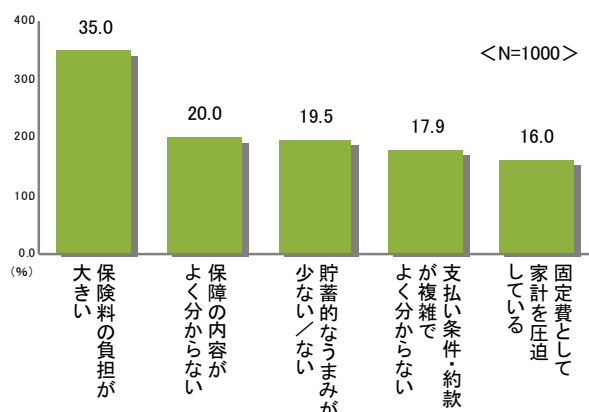
グラフ6 保険の理解度と満足度の関係



■金銭面の負担が最大の不満要因。7割以上が生命保険を見直したい

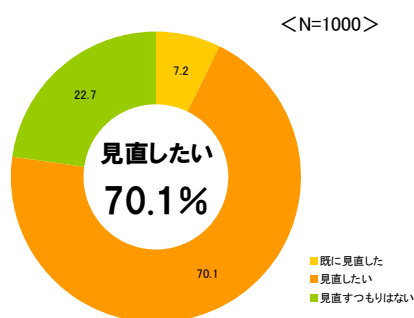
生命保険に対する不満の内容としては、「保険料の負担が大きい」(35.0%)、「保障の内容がわからない」(20.0%)、「貯蓄的なうまみが少ない・ない」(19.5%)、「支払い条件・約款が複雑でわからない」(17.9%)、「固定費として家計を圧迫している」(16.0%)などがあげられ、金銭的な負担の大きさと内容のわかりにくさが生命保険に対する不満の二大要素になっています(グラフ7)。不満の大きさからか、現在加入している保険を「見直したい」とする人が7割(70.1%)を超え、7.2%は「既に見直した」としています(グラフ8)。

グラフ7 自分の生命保険の不満点(複数回答)



※上位5項目

グラフ8 加入している生命保険を見直したいか



生命保険販売における、営業職員離れが加速。保険は自分で選ぶ時代に

生命保険は約半数の人が「営業職員」から加入していますが、「自分で吟味して選びたい」自律派が8割を越えています。営業職員による生命保険販売のイメージは「強引・わずらわしい」「わかりにくい」など否定的な印象で受け止められています。

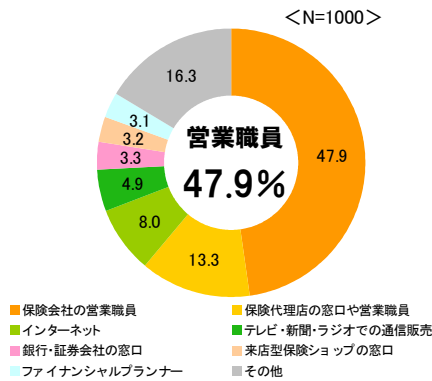
■ 生命保険は自分で吟味して選びたい。

現在主流の営業職員による生命保険販売は、否定的な印象で受け止められている。

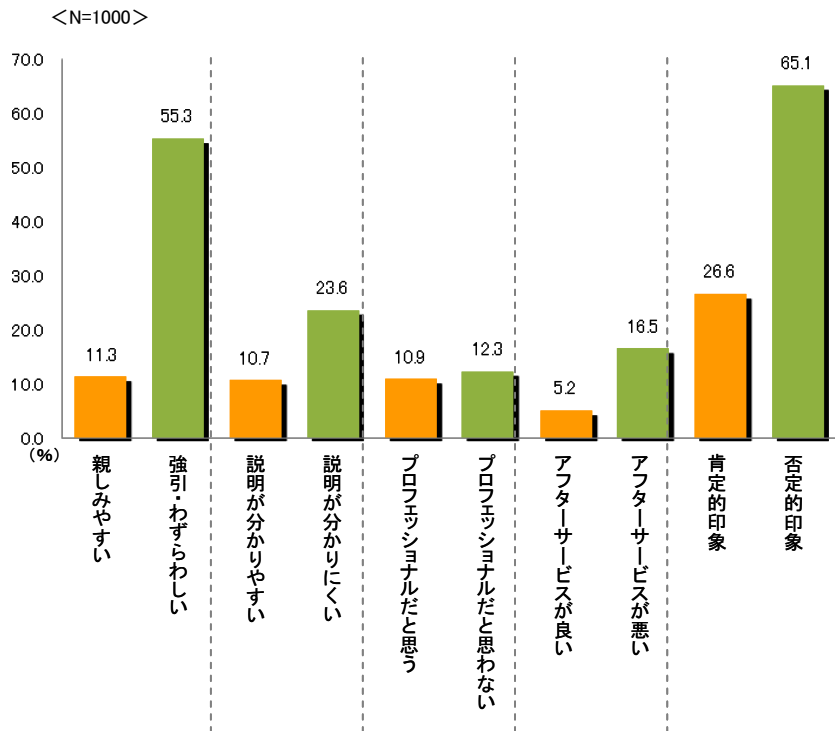
生命保険の加入経路は「保険会社の営業職員から」(47.9%)が約半数を占めますが、インターネットが8.0%、通信販売が4.9%、来店型保険ショップの窓口が3.2%など、新たなチャネルが台頭してきています(グラフ9)。生命保険選びを「専門家に任せたい」人は17.5%で、8割以上の人が「自分で吟味して選びたい」(82.5%)と答えています(グラフ10)。

営業職員による保険販売の印象は、「強引・わずらわしい」(55.3%)、「説明がわかりにくい」(23.6%)など総じて否定的で(グラフ11)、営業職員の頻繁な訪問は「便利でよい」(21.7%)と感じる人より「わずらわしい」(78.3%)と感じる人が圧倒的に多くなっています。

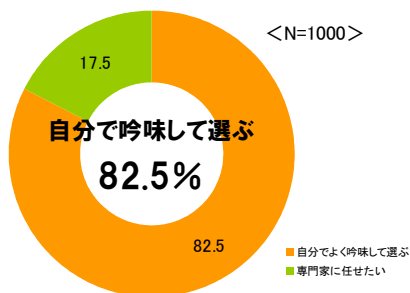
グラフ9 生命保険の加入経路



グラフ11 営業職員による保険販売のイメージ(複数回答)



グラフ10 生命保険の選び方



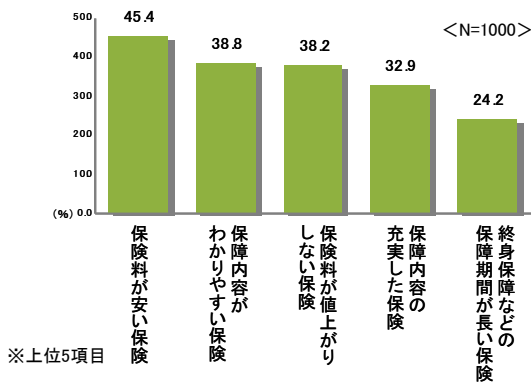
理想の生命保険は、安くてわかりやすい、必要最低限の保障を備えた保険

理想の生命保険は、“安くて、わかりやすく、値上がりしない”保険。手厚い保障内容よりも「必要最低限の保障があれば充分」と考える人が7割以上を占めています。この流れに呼応して、生命保険の情報源や加入チャネルとしての「インターネット」に大きな期待が寄せられています。

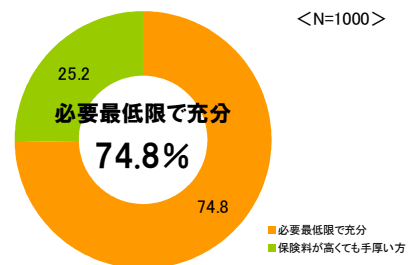
■理想の保険は 安くてわかりやすい、必要最低限の保障を備えた保険

理想的な生命保険は、「保険料が安く」(45.4%) 「保障内容がわかりやすく」(38.8%) 「保険料が値上がりしない」(38.2%) 保険です(グラフ12)。また、「保障内容が手厚い」(25.2%) ことよりも「必要最低限で充分」(74.8%) と考える人が7割を越え、ミニマムな生命保険が望まれていることがわかります(グラフ13)。

グラフ12 理想の生命保険の条件(複数回答)



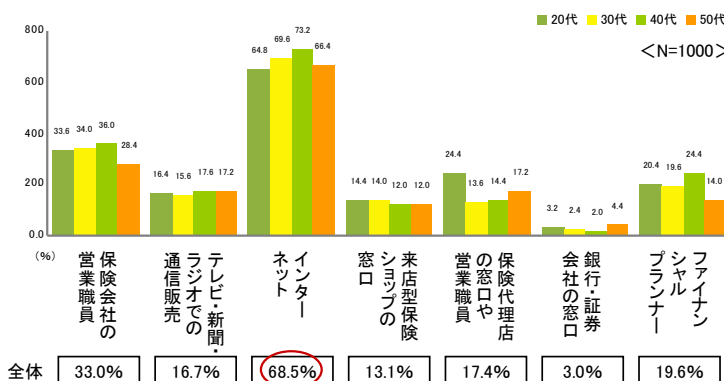
グラフ13 生命保険の保障内容に求めること



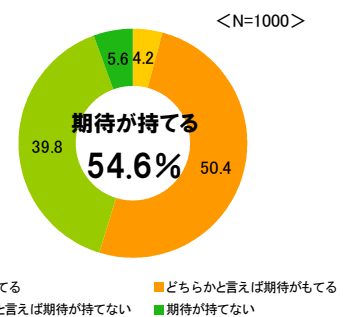
■生命保険の加入チャネルが多様化する中、「インターネット」が大きく台頭

このような傾向を反映してか、今後の生命保険の検討・加入で利用したい情報源では「インターネット」(68.5%) が全世代ともにトップで、「保険会社の営業職員」(33.0%) を大きく引き離しています(グラフ14)。また、インターネットによる生命保険販売についても、半数以上(54.6%) が「期待が持てる」と答えています(グラフ15)。生命保険の加入チャネルが多様化する中、インターネットによる生命保険販売は今後さらに注目を集めていきそうです。

グラフ14 今後、生命保険の検討・加入で利用したい情報源(複数回答)



グラフ15 インターネット生命保険会社への期待



ライフネット生命について

ライフネット生命(【URL】<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>)は、保険の原点に戻り「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、シンプルで便利で安い商品・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。相互扶助という「保険の原点」に立ち返りつつ、最新のテクノロジーを最大限活用して、生活者にとって便利でわかりやすく、かつ高品質な生命保険商品・サービスを提供することを目指しています。また、インターネットの活用により販売・事務コストを徹底的に削減し、価格競争力に加えて、24時間いつでも可能な納得の保険選びと迅速な申込手続きを実現し、「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。

社名	ライフネット生命保険株式会社
英文社名	LIFENET INSURANCE COMPANY
所在地	〒102-0083 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
資本金等	13,200,200千円(資本準備金6,600,100千円を含む)
設立日	2006年10月23日(ネットライフ企画株式会社として設立)
事業内容	生命保険業
代表者	代表取締役社長 出口 治明
従業員数	50名
主な株主	マネックスグループ株式会社 あすかDBJ投資事業有限責任組合 三井物産株式会社 株式会社新生銀行 株式会社セブン&アイ・フィナンシャル・グループ 株式会社朝日ネット 株式会社リクルート

お問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社

〒102-0083 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル

担当: 松岡

03-5216-7900