

2009年3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、「映画『おくりびと』に関する調査」～

映画『おくりびと』の鑑賞意向 5割

「大切な人」の最期は「納棺師（おくりびと）」におくってもらいたい人 84.3%

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2009年3月10日～3月12日の3日間、10代～50代の男女各100名に対し「映画『おくりびと』に関する調査」をモバイルリサーチで実施し、1000名の有効回答を得ました。

アンケート総括

◆ 映画『おくりびと』の鑑賞意向 5割

10代から50代の男女1000名（男性500名、女性500名）に対し、映画『おくりびと』を映画館で鑑賞したかどうかを聞いたところ（単一回答形式）、「米アカデミー賞受賞前に鑑賞した」7.4%、「米アカデミー賞受賞後に鑑賞した」2.9%となり、米アカデミー賞の前後を問わず、映画『おくりびと』を『鑑賞した』と回答した人は10.3%になることがわかりました。また「映画館で鑑賞する予定」14.1%、「DVDで鑑賞する予定」35.8%となり、約5割の人が映画『おくりびと』をこれから鑑賞する意向があることがわかりました。

次に、「映画『おくりびと』を鑑賞した」と回答した103名に対し、映画鑑賞後の感想を聞いたところ（複数回答形式）、「『葬儀に関する仕事』に対して尊敬の思いが強くなった」が42.7%で、最も多い回答となりました。次に多かった回答は「死生観について改めて考えた」39.8%、続いて「日本の美しさを改めて感じた」34.0%という結果になりました。

さらに、映画に登場した「納棺師」という職業についてどのように思うかを複数回答形式で尋ねたところ、トップになったのは「厳粛な職業だと思った」62.1%、2位「日本の儀式を受け継ぐ伝統的な職業だと思った」54.4%、3位「尊敬できる大切な職業だと思った」46.6%となっています。

◆ 「おくりびと」効果!? 「葬儀関係の職業」のイメージがアップ

「『おくりびと』を鑑賞した」と回答した10代から50代の103名に対し、『おくりびと』鑑賞後、「葬儀に関わる職業」のイメージはどのように変化したのかを聞いたところ（単一回答形式）、約8割の人（78.7%）が『イメージが良くなった』（「イメージが良くなった」47.6%、「ややイメージが良くなった」31.1%の合計）となりました。

また、家族が「葬儀に関わる職業」に就くと仮定した場合、どのような対応をするのかを聞いたところ、映画『おくりびと』を「鑑賞した人（103名）」では2人に1人（53.4%）が『賛成したい』（「賛成したい」32.0%、「やや賛成したい」21.4%の合計）と回答したのに対し、「鑑賞していない人（897名）」では、『賛成したい』（「賛成したい」15.8%、「やや賛成したい」10.7%の合計）26.5%となりました。

このように、映画『おくりびと』は、観た人の「葬儀に関わる職業の職業観」を大きく変化させることがわかる結果となりました。

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

◆ 「大切な人」の最期は「納棺師（おくりびと）」におくってもらいたい人 84.3%

10代から50代の男女1000名（男性500名、女性500名）に対し、「納棺師（おくりびと）」の説明を行った上で、「自分」が亡くなったと仮定した場合、「納棺師」におくられたいかどうかを、単一回答形式で聞いたところ、70.9%の回答者が『おくられたい』（「おくられたい」33.8%、「ややおくられたい」37.1%の合計）となり、「自分」がなくなった際には、「きれいにおくり出されたい」という生活者の心理が明らかとなりました。

さらに、「大切な人」が亡くなったと仮定した場合に、「納棺師」におくってもらいたいかどうかを聞いたところ（単一回答形式）、84.3%の回答者が『おくってあげたい』（「おくってあげたい」51.8%、「ややおくってあげたい」32.5%の合計）と回答し、「自分」の場合を13.4ポイント上回る結果となり、「自分」より「大切な人」を大事にしたいという、生活者の心理が表れる結果となりました。

◆ 葬儀の費用 「自分の場合は節約の傾向」

10代から50代の男女1000名（男性500名、女性500名）に対し、「自分」が亡くなったと仮定した場合、自分の葬儀の費用についてどのように思っているのかを単一回答形式で聞いたところ、『費用をかけたいと思う』（「費用をかけたいと思う」3.4%、「やや費用をかけたいと思う」15.1%）という回答は18.5%となりました。

さらに、「大切な人」の葬儀の費用について聞いたところ、『費用をかけたいと思う』（「費用をかけたいと思う」24.0%、「やや費用をかけたいと思う」50.2%）という回答は74.2%となり、「大切な人」のほうが「自分」の数値を55.7ポイントも上回る結果となりました。このように、「自分」の葬儀の費用は節約したいものの、「大切な人」の葬儀の費用はなるべくかけてあげたいというような結果となりました。

■■ 調査概要 ■■

■ 調査タイトル：映画『おくりびと』に関する調査

■ 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
10代～50代の男女 1000名を対象

■ 調査対象者の内訳：

10代（男性：100名 女性：100名）	20代（男性：100名 女性：100名）
30代（男性：100名 女性：100名）	40代（男性：100名 女性：100名）
50代（男性：100名 女性：100名）	

■ 調査期間：2009年3月10日～3月12日

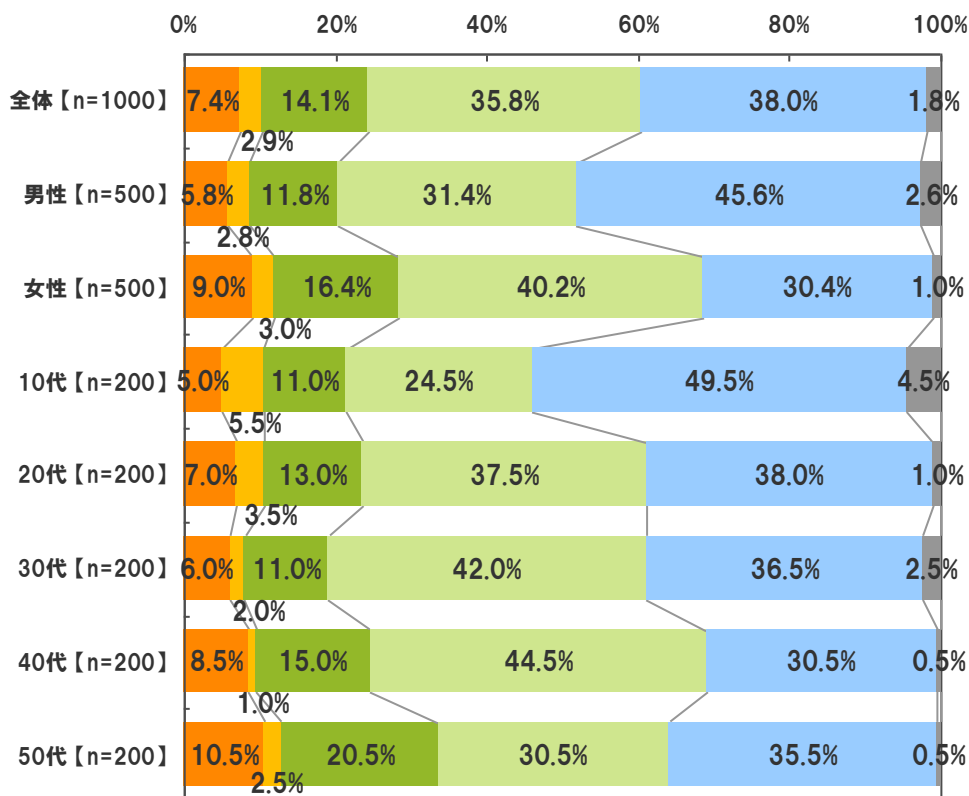
■ 調査方法：モバイルリサーチ

■ 調査地域：全国

■ 有効回答数：1000サンプル

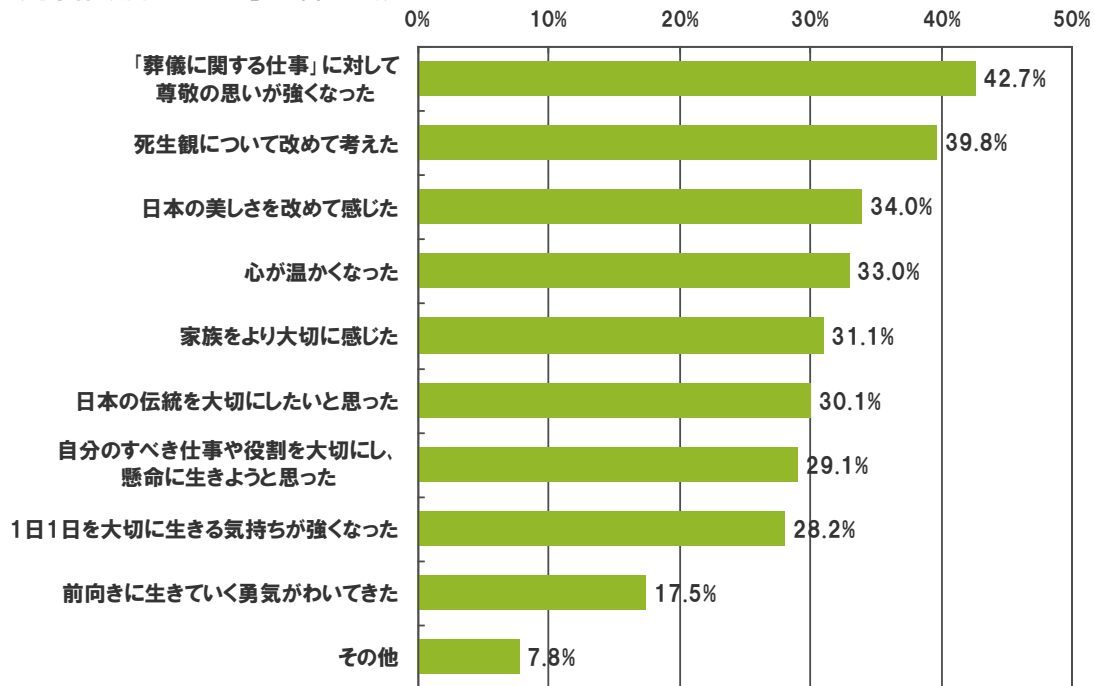
■ 実施機関：ネットエイジア株式会社

◆映画「おくりびと」の鑑賞経験
 ※単一回答形式【n=1000】

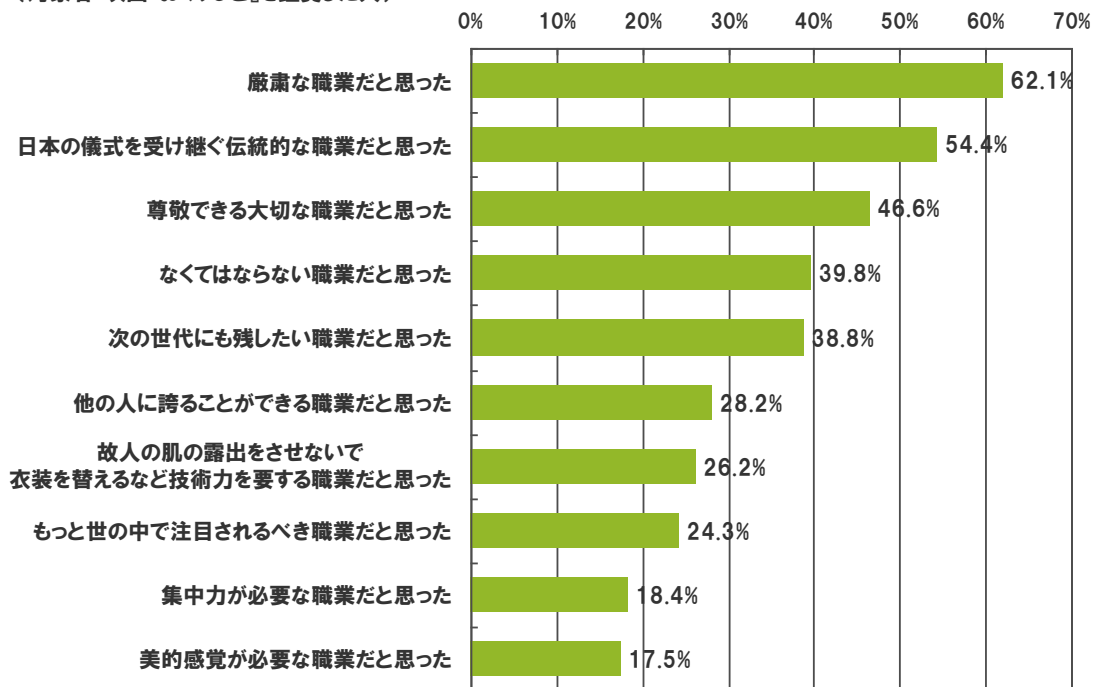


- 米アカデミー賞受賞前に鑑賞した
- 米アカデミー賞受賞後に鑑賞した
- 鑑賞はしていないが、これからする予定(映画館で)
- 鑑賞はしていないが、これからする予定(DVDで)
- 鑑賞する予定はない
- 映画「おくりびと」を知らない

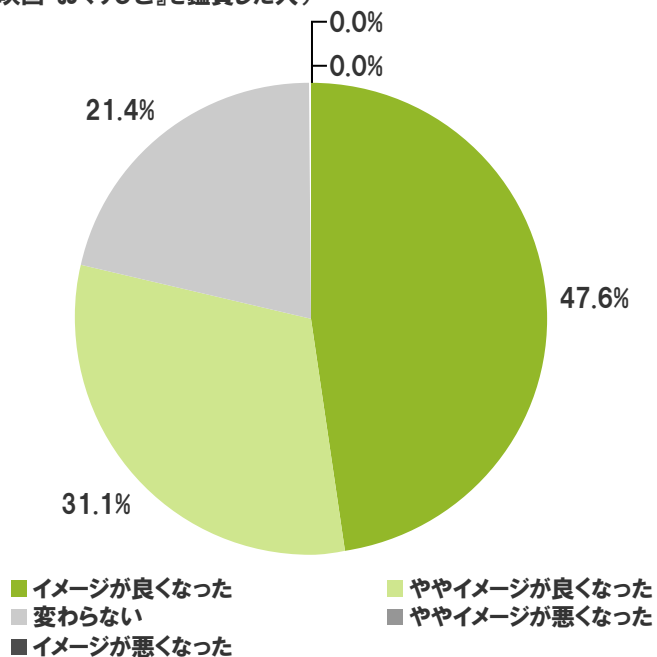
◆映画鑑賞後の感想
 ※複数回答形式【n=103】
 (対象者:映画『おくりびと』を鑑賞した人)



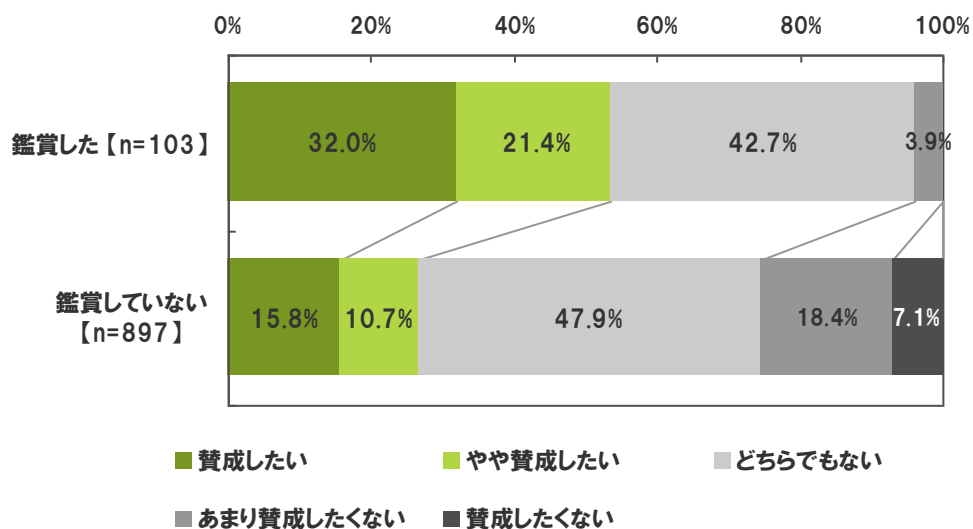
◆「納棺師」という職業についてどのように思うか
 ※複数回答形式【n=103】
 (対象者:映画『おくりびと』を鑑賞した人)



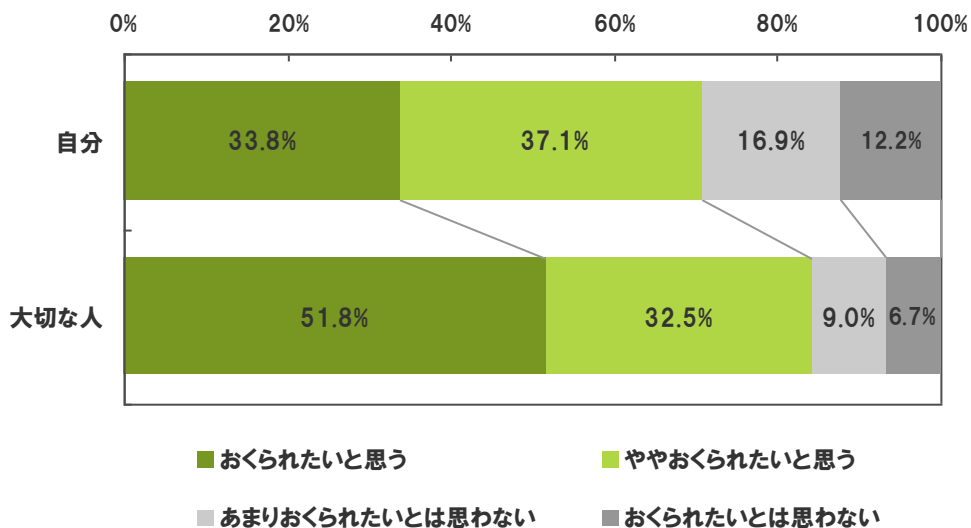
◆映画「おくりびと」鑑賞後、「葬儀に関わる職業」のイメージの変化
※単一回答形式【n=103】
(対象者:映画『おくりびと』を鑑賞した人)



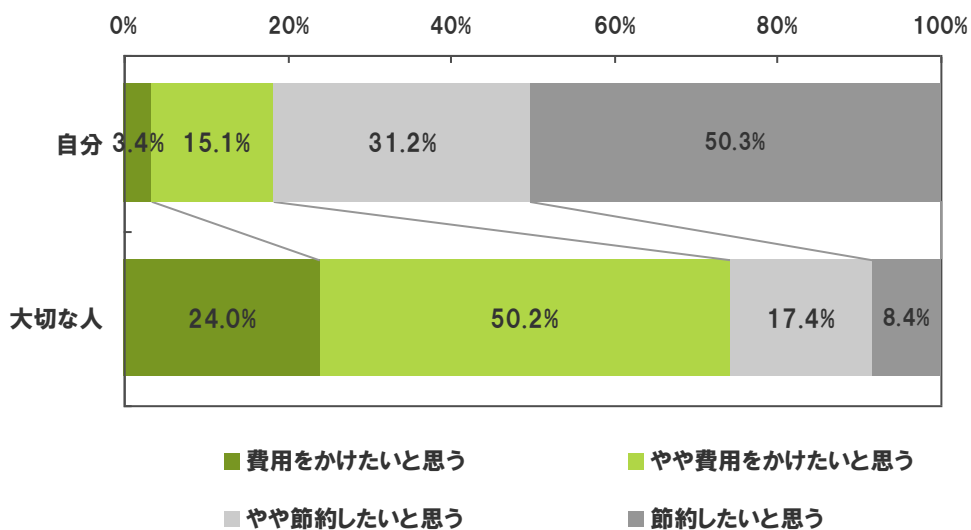
◆家族が「葬儀」に関わる職業に就くと仮定した場合の対応
※単一回答形式【n=1000】



◆納棺師(おくりびと)におくられることについて
※単一回答形式【n=1000】



◆葬儀の費用
※単一回答形式【n=1000】



■■ 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けますよう、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 : 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町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/>

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部 : 松岡
TEL: 03-5216-7900

調査協力会社: ネットエイジア株式会社 担当: 馬場

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

- ◆ 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、「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。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。

- ◆ 会社及び商品の詳細は <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧下さい。
- ◆ お客さまの問い合わせ窓口: TEL 0120-205566
受付時間: 平日 9時~22時、土曜日 9時~18時、(年末年始、日曜、祝日は除く)