

報道関係者各位
保険見直しに関する調査リリース

2015 年7月14日
株式会社保険見直し本舗
代表取締役 大谷 寛

保険見直しに関する 20-30 代の意識調査 6 人に 1 人が親族や友人の勧誘による「義理保険」

「義理保険」の半数以上が保険を比較せず加入
3 割が保険内容をよく理解しておらず、見直し希望は半数に

40 社以上の取扱保険会社の商品の中から、消費者にとってぴったりのプランを提案する株式会社保険見直し本舗(本社:東京都渋谷区、代表取締役:大谷 寛)は、近年のさまざまな保険料値上げを受け、保険加入の実態や考え方、見直しについて意見をj知るため、保険見直しに関する調査を実施いたしました。

2016 年には地震保険料を来年秋にも全国平均で 19%引き上げるというニュースや、若者の車離れが進む一方で事故が増えている自転車に焦点をあてた保険商品が増えているなど、保険選びは生活を守るためにも重要であるという認識が若い世代にも広まりつつあります。また、近年は気軽に相談できる場所やツールも発達し、必要な情報に触れやすくなっていると言えます。

一方で、まだまだ親族や友人などから“頼まれて”加入する、いわゆる「義理保険」も少なくなく、あまり比較せず加入したり、内容を把握しきれていないという実態が見える調査結果となりました。

主な調査結果は以下の通りとなります。

- ① 保険加入経路は「保険代理店」からが最多 ⇒ 設問 4
親や友人からの勧誘など、“義理保険”も 6 人に 1 人
- ② 「義理保険」の半数以上が、複数の保険を比較せず加入している ⇒ 設問 5
- ③ 「義理保険」で加入した約 3 割が「自分の保険内容をよく理解していない」 ⇒ 設問 6
「保険を見直したい」という回答約半数以上という結果に。

【調査結果サマリー】

20-30 代で保険加入について調査したところ、時代を反映してか、「プロに聞く」「比較する」「インターネットで情報収集する」など、合理的な回答の多さが目立ちました。その一方で、親や友人などの身近な人物からの勧誘による、いわゆる“義理保険”での加入も約 6 人に 1 人いることが分かりました。付き合いや、なかなか自分からは加入できないけれど…といった理由や側面はあるものの、「義理保険」では半数が他の保険商品と比較することなく、また約 3 割が「自分の保険内容をよく理解していない」との回答結果となりました。さらに、「義理保険」加入者は、半数以上が「保険を見直したい」と考えていることも明らかとなりました。

～本件に関する報道関係者さまからのお問い合わせ先～

保険見直し本舗 PR 事務局 (イニシャル内) 担当: 宮島・金子・青山
TEL: 03-5572-6073 FAX: 03-5572-6065 Mail: hokepon@vectorinc.co.jp

■調査概要

【名称】 保険加入に関する意識調査

【調査対象と回収サンプル数】

20歳-29歳、男女各 150人
30歳-39歳、男女各 150人 **計 600人**

【調査地域】 全国

【調査方法】 インターネット調査(調査会社の登録モニター活用)

【調査期間】 2015年6月1日(月)~2015年6月2日(火)

■報道関係者へのお願い

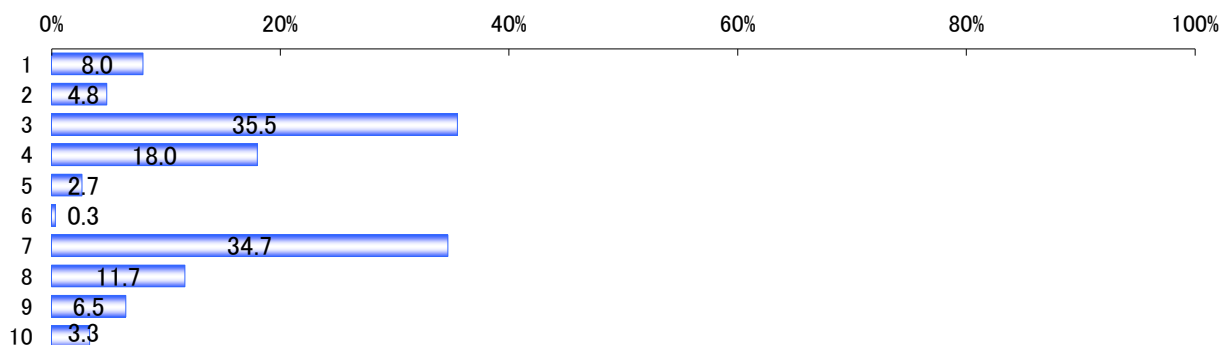
本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「保険見直し本舗調べ」という表記をお使いいただけますよう、お願い申し上げます。

当リリース記載のグラフ等のデータの提供につきましては、「保険見直し本舗」PR事務局(下記参照)までお問い合わせください。
 (株)イニシャル内 担当:宮島 /金子/青山 TEL:03-5572-6073 FAX:03-5572-6065 Email:hokepon@vectorinc.co.jp

1. 保険加入を考えたきっかけは「親の勧め」「社会人になったから」が主な理由 保険会社の営業職員の勧めも多く、受動的な保険選びの可能性も

◆保険加入を考えたきっかけ

1. 保険会社で働いている友達の紹介	:8.0%	6. 親が退職したため	:0.3%
2. 保険会社で働いている親族の紹介	:4.8%	7. 社会人になったため	:34.7%
3. 親の勧め	:35.5%	8. 結婚したため	:11.7%
4. 保険会社の営業職員の勧め	:18.0%	9. 子どもが生まれたため	:6.57%
5. 一人暮らしを始めたため	:2.7%	10. その他	:3.3%



質問: 保険に加入したきっかけは何ですか? [単一回答](n=600)

選択項目: 「保険会社で働いている友達」「保険会社で働いている親族」「テレビ・新聞・ラジオの通信販売」「保険代理店の窓口や営業職員」「来店型保険ショップの窓口」「銀行・証券会社の窓口」「フィナンシャルプランナー」「インターネット」「その他」

【考察】

保険に入るきっかけで多いのは親の勧めや社会人になったからというもの。また、保険会社の営業職員の勧めという回答も目立つ結果となりました。

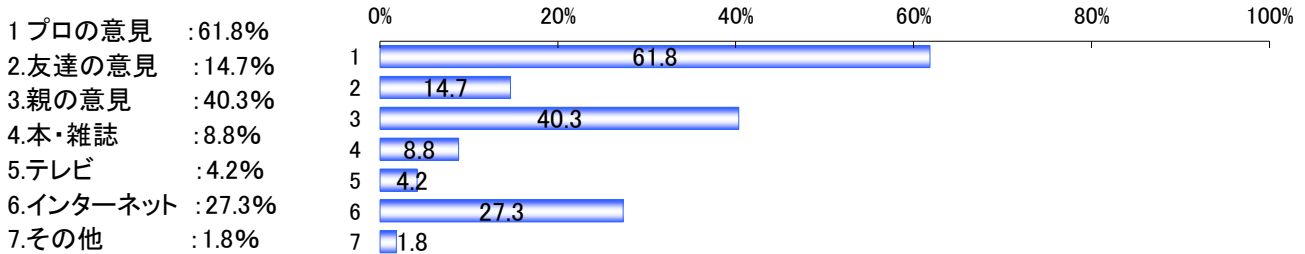
～本件に関する報道関係者さまからのお問い合わせ先～

保険見直し本舗 PR 事務局 (イニシャル内) 担当: 宮島・金子・青山
 TEL: 03-5572-6073 FAX: 03-5572-6065 Mail: hokepon@vectorinc.co.jp

2. 意見を参考にするのは「プロ」「親」「インターネット」

プロに依頼する一方でネットで情報収集するケースも多いという世代を反映した結果に

◆保険加入の際参考にするもの



質問:あなたは保険を選ぶ際に何を参考にしますか？ [複数回答](n=600)

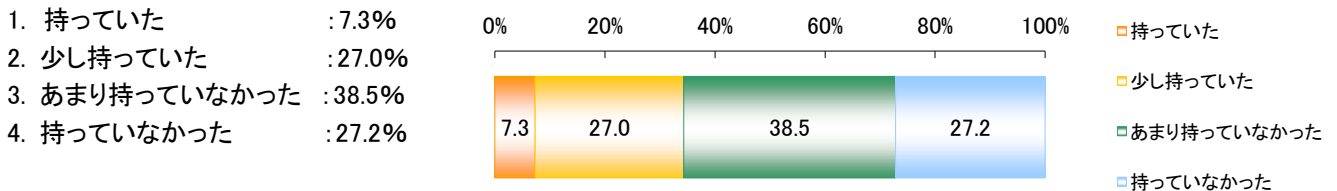
選択項目:「プロの意見」「友達の意見」「親の意見」「本・雑誌」「テレビ」「インターネット」「その他」

【考察】

「プロの意見」に続いて多かったのが「親の意見」。若い世代ならではの「インターネット」という回答も次いで多く、時代を反映する結果となりました。

3. 保険加入の前に保険の知識を持っていたと回答したのはたった3割

◆保険加入前に保険に関する知識を持っていたかどうか



質問:保険に加入する前に保険の知識を持っていましたか。 [単一回答](n=600)

選択項目:「持っていた」「少し持っていた」「あまり持っていなかった」「持っていなかった」

【考察】

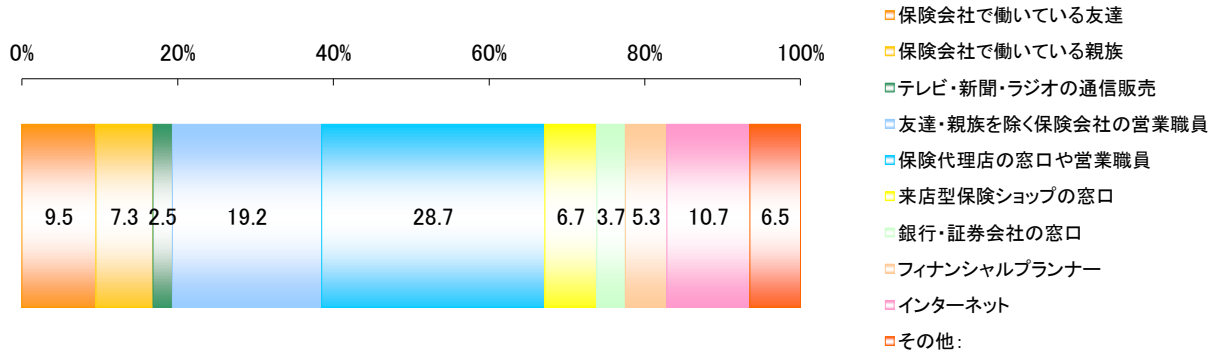
ほとんどの回答者が保険加入前には関連知識を持っていなかったという結果となり、保険への興味関心が低いと考えられる結果となりました。

4. 保険加入経路は「保険代理店」からが最多

その一方で親や友人からの勧誘など、“義理保険”も6人に1人

◆保険の加入経路の割合

1. 保険会社で働いている友達	:9.5%	6. 来店型保険ショップの窓口	:6.7%
2. 保険会社で働いている親族	:7.3%	7. 銀行・証券会社の窓口	:3.7%
3. テレビ・新聞・ラジオの通信販売	:2.5%	8. フィナンシャルプランナー	:5.3%
4. 友達・親族を除く保険会社の営業職員	:19.2%	9. インターネット	:10.7%
5. 保険代理店の窓口や営業職員	:28.7%	10. その他	:6.5%



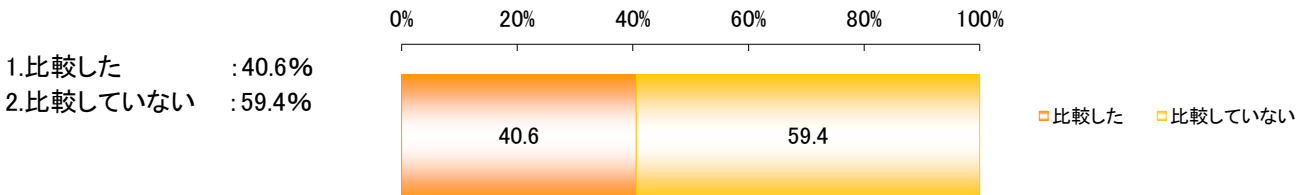
質問: 保険の加入経路は何ですか? [単一回答](n=600)
 選択項目: 「保険会社で働いている友達」「保険会社で働いている親族」「テレビ・新聞・ラジオの通信販売」「保険代理店の窓口や営業職員」「来店型保険ショップの窓口」「銀行・証券会社の窓口」「フィナンシャルプランナー」「インターネット」「その他」

【考察】

保険に加入している人の約 28.7%が保険代理店を利用し保険を選択していることがわかり、代理店は身近な存在であることが分かりました。その一方で全体の 16.8%の人が保険会社で働いている友人や親経由で保険に加入したと回答しており、知人の勧めで「義理保険」として保険に加入している人が全体の約 6 人に 1 人もいることが分かりました。

5. 「義理保険」の半数以上が、複数の保険を比較せずに加入している

◆ 保険に加入する際に複数の同条件の保険と比較したか



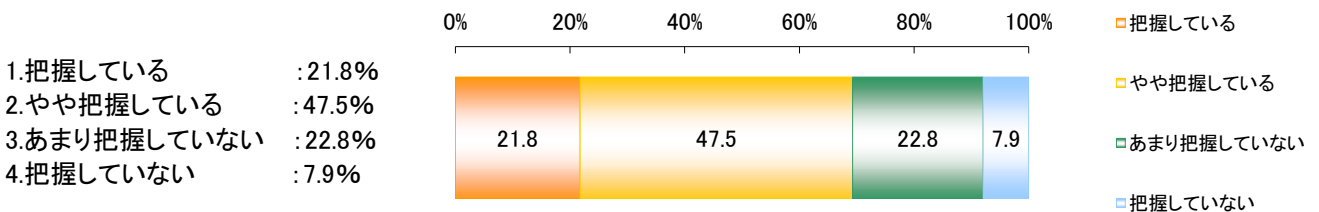
質問: 保険に加入する際に複数の同条件の保険と比較しましたか? [複数回答](n=101)
 選択項目: 「比較した」「比較していない」

【考察】

「義理保険」で保険を選んだ人の 59.4%の人が、保険に加入した際に他の保険と比較せずに、親や友人に勧められた保険にそのまま加入していることが分かりました。

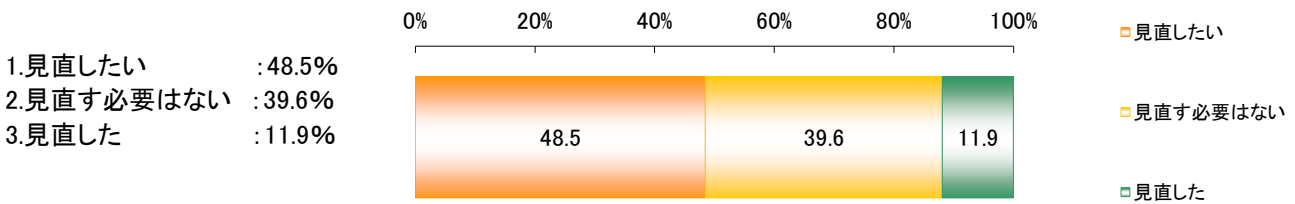
6. 「義理保険」で加入した約 3 割が「自分の保険内容をよく理解していない」「保険を見直したい」という回答約 6 割という結果に

◆ 現在加入している保険について詳細を把握しているか



質問: 現在加入している保険について詳細の内容を把握していますか? [単一回答](n=101)
 選択項目: 「把握している」「やや把握している」「あまり把握していない」「把握していない」

◆現在加入している保険について詳細を把握しているか



質問:自分が加入している保険を見直す機会があれば見直したいと思いますか? [単一回答](n=101)
 選択項目:「見直したい」「見直す必要はない」「見直した」

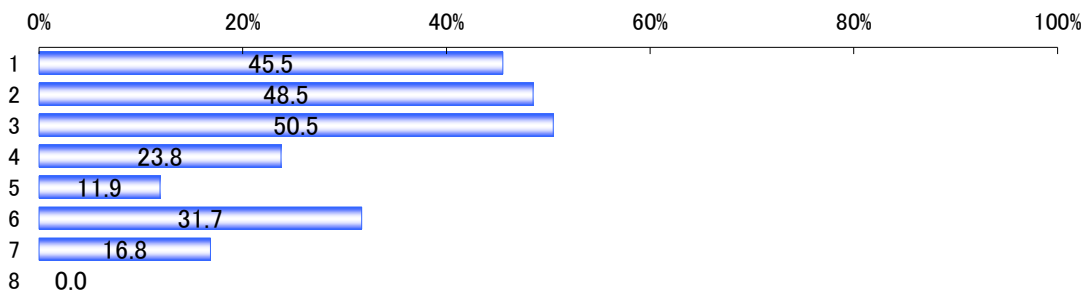
【考察】

「義理保険」で保険に加入した人の 22.8%が自分の保険に関して「あまり把握していない」、7.9%が「把握していない」と回答しました。あわせると「義理保険」で保険に加入した人は、全体の約 3 割も自分の保険に対して把握していないという結果になります。また「義理保険」加入者の 48.5%の人が今現在保険を見直したい、11.9%の人がすでに保険を見直したという結果がでました。

7. 「義理保険」で加入した人の保険のイメージは「保険料の負担が大きい」「保障内容がわかりづらい」「保険選びがめんどくさい」 ネガティブなイメージが先行する結果に

◆現在加入している保険について詳細を把握しているか

- | | | | |
|----------------|--------|---------------------|--------|
| 1. 保険選びがめんどくさい | :45.5% | 5. どこで加入すればいいかわからない | :11.9% |
| 2. 保障内容がわかりづらい | :48.5% | 6. 加入していると安心 | :31.7% |
| 3. 保険料の負担が大きい | :50.5% | 7. 将来に役立つ | :16.8% |
| 4. 加入条件が複雑 | :23.8% | | |



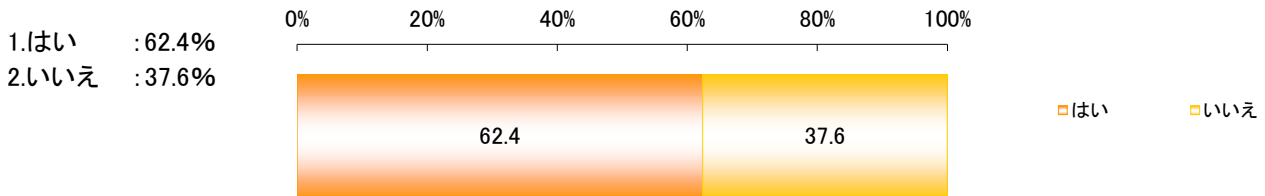
質問:保険に対するイメージを教えてください。[複数回答](n=101)
 選択項目:「保険選びがめんどくさい」「保障内容がわかりづらい」「保険料の負担が大きい」「加入条件が複雑」「どこで加入すればいいかわからない」「加入していると安心」「将来に役立つ」「その他」

【考察】

「義理保険」で加入した人の約半数が「保障内容がわかりづらい」「保険選びがめんどくさい」「保険料の負担が大きい」などネガティブなイメージを抱えていることが分かりました。その一方で、上位 3 つの回答に続き「加入していると安心」など保険に対してポジティブな回答もあり、加入すると安心だが入る際のハードルの高さがうかがえる結果となりました。

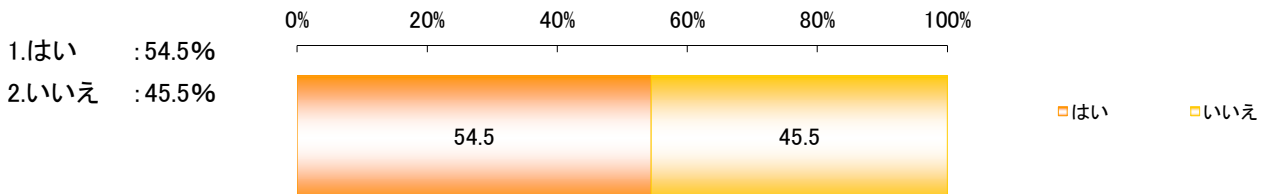
8. 「義理保険」で加入した人の約 60%が「保険見直しの専門家に無料相談」を希望 しかし保険ショップなどで相談だけでなく加入できると知っているのは半数程度にとどまる

◆「保険見直しの専門家」に無料相談できる場があれば希望するか



質問: 保険について保険見直しの専門家に無料で相談できる場所があれば相談したいと思いますか。[単一回答](n=101)
選択項目: 「はい」「いいえ」

◆保険ショップで相談だけでなく加入できることを知っていたか



質問: 保険ショップでアドバイスだけでなく、保険に加入できることを知っていますか。[単一回答](n=101)
選択項目: 「はい」「いいえ」

【考察】

「義理保険」で加入した人の約 60%が「保険見直しの専門家」に無料相談できる場所が相談したいと答える一方で保険ショップで相談だけでなく、加入できることを知っている人は半数程度にとどまりました。「義理保険」加入後のライフステージの変化に伴い、保険を信頼できるプロに見直してもらいたいと思っている人が多いものの、どこで加入すればいいかわからない義理保険難民の存在が浮き彫りになりました。

【調査結果を受けて】

この度の調査で、全体の約 3 割の人が保険代理店を通して保険に加入しており、その数値は保険に加入する経路としては一番大きい割合を占めていることもわかりました。保険代理店や各社の営業窓口は、保険相談・加入の場として広く認知され、プロに聞ける合理性もあることから、一般的な加入経路であることがうかがえます。

しかし一方で保険に加入している人の 6 人に 1 人が「義理保険」として、保険代理店で働いている親や友人の勧めによって保険を選んでいることもわかりました。さらにそのうちの半数以上が、実際に複数の保険を比較せず、親や友人に勧められるままに保険に加入しており、その結果、「義理保険」で保険に加入した人の 3 割は自らが加入している保険の内容を把握しきれておらず、半数以上が実際に「保険を見直したい」「見直した」と答えていました。

このことから、保険はライフステージが変われば保障内容とニーズにギャップが生じ、それを調整していくためにも合理的に自分に見合った保険を見直していくことが重要であると考えられます。

今回の調査結果を受けて保険見直し本舗の取締役 渡辺 浩崇は、「義理保険では必要な保障についてご本人がよく比較検討できていないことも多く、大変なことになるケースもある。いざというときに役立つ保険の必要性を考えて、積極的にライフステージに合った保険に見直しをしてほしい」と述べています。

□株式会社保険見直し本舗について

「保険選びをもっと自由に」という理念のもと、消費者ごとに異なるニーズに対応するため、40社以上の保険会社の商品から必要なものを比較・検討し、プランを提案する保険ショップです。保険見直し本舗では相談スタッフである保険コンサルティングアドバイザーが、プロの目線からアドバイスを無料で提供。全国200以上の店舗を拠点に、保険プランの提案から販売まで行っており、月間新規申込件数は約10,000件となっております。

□会社概要

会社名：株式会社保険見直し本舗(URL：<http://www.hokepon.com/>)

所在地：東京都渋谷区桜丘町20番1号 渋谷インフォスタワー6F

代表者：代表取締役 大谷 寛

設立：2001年12月18日

株主：株式会社ウェブクルー

資本金：1億円