

2011年10月31日

各 位

オリックス生命保険株式会社

オリックス生命 『保険商品の選択に関する調査』

加入に際して比較検討した保険会社数は、3人に2人が2社以内！
85%の消費者が、各保険会社の商品比較情報に利用意向を示す！

オリックス生命保険株式会社（本社：東京都新宿区、社長：大藤 俊行、以下「オリックス生命」）は、過去2年以内に死亡保険に加入した、首都圏在住の25歳～59歳の男女を対象にグループインタビューとアンケートを実施し、保険商品を購入するまでのプロセスと、保険検討にあたって消費者が求めている情報について調査いたしました。

加入保険の情報源：「インターネットの生命保険比較サイト」24.1%

死亡保険の加入（検討）のきっかけは、「生活設計を考えて」が38.3%、「家計の見直し」が24.1%と上位を占め、次いで「出産や子供の就学」17.2%、「結婚」16.6%といったライフステージの変化があげられました。＜別紙（2）＞

次に死亡保険の検討段階においては、「保険外交員の話」により保険商品を認知するケースが29.3%で1位でしたが、「インターネットの生命保険比較サイト」が24.1%と4人に1人が「インターネット」を情報源にしたという高い結果が得られました。＜別紙（3）＞

加入の決め手：「保障内容」59.7%、「保険料の安さ」56.2%

加入時に重視した点は、「保障内容」をあげた方が59.7%、「保険料の安さ」をあげた方が56.2%でした。性別・年齢別で見ると、40歳以下の男性は「保障内容」を、41歳以上の男性は「保険料の安さ」を重視する傾向にありました。反対に女性は、40歳以下では「保険料の安さ」を、41歳以上では「保障内容」を重視する傾向が見られました。また、加入ルート別で見ると、通信販売で加入した方の75.3%が「保険料の安さ」を重視しており、対面販売で加入の方の48.7%を大きく上回りました。子供のいる既婚者は、未婚者や子供のいない既婚者に比べ、「保険料の安さ」を重視する傾向がありました。＜別紙（4）＞

保険会社の比較対象数：「2社以内」66.6%

加入時に比較検討した保険会社数は、「1社だけ」の方が28.3%、「2社」の方が38.3%で全体の3人に2人（66.6%）が「2社以内」と回答しました。41歳以上の方は、40歳以下の方に比べ比較検討した会社数が少なく、特に男性にその傾向が強く出ました。反対に、「3社以上」比較検討した方は女性に多く、40歳以下の女性の中には「5社以上」とした方が11.9%もいました。家族構成別で見ると、未婚者や子供のいない既婚者に比べると子供のいる既婚者は比較会社数を絞っていました。＜別紙（5）＞

インターネット申込：「利便性を評価」59.0%、「保険料の安さを評価」55.9%

インターネット申込に対する評価は、「利便性を評価」する方が 59.0%、「保険料の安さを評価」する方が 55.9%いました。特に対面販売の加入者に比べ、通信販売の加入者から全般的に高い評価を得ています。一方で、細かい規定などの理解や自分のニーズに合致した保険を選べるのが不安であるという方が女性に多く見受けられました。<別紙(6)>

保険料の比較：「見積りで比較」38.6%、「ホームページで比較」30.7%

加入に際して、検討対象の「保険会社の保障内容をパンフレットで比較」した方が 26.9%、「ホームページで比較」した方が 14.1%いました。また、保険料の比較は、「見積りで比較」した方が 38.6%、「ホームページで比較」した方が 30.7%いました。「保障内容を比較しなかった」方は 17.9%、「保険料を比較しなかった」方はわずか 7.6%でした。<別紙(7)>

比較情報の利用意向：「ぜひ利用したい」「利用したい」合計 84.9%

今回サンプルとして各保険会社の商品ごとの保障内容や保険料などを比較表示した一覧情報を用意し、利用意向を伺ったところ、「ぜひ利用したい」が 28.3%、「利用したい」が 56.6%で、合計 84.9%が利用を望まれました。特に、40歳以下の女性は「ぜひ利用したい」とする方が 35.7%と全体平均を 7ポイントも上回りました。<別紙(8)>

最後に

今回の調査から、お客さまは保障内容の充実した、家計の負担の少ない低廉な保険料の商品を求めています。実際に加入検討の際に比較検討する保険会社数は少なく、保険会社の商品を比較検討するため「各保険会社の商品の比較一覧情報」を求めていることがわかりました。同時にインターネットなどによりさまざまな情報を入手し、ネットで手軽に申込手続きのできる環境にあるものの、申込に際しては慎重な方が多いこともわかりました。

オリックス生命は、今回の調査結果を踏まえ、お客さまがニーズに合致した保険商品をお選びいただけるよう、お客さまへご提供する情報の質を高めてまいります。

以 上

< 本件に関するお問合せ先 >

オリックス生命保険株式会社 経営管理部 / 町田・^{ひろしげ}弘重
TEL : 03 - 5326 - 2605

調査概要

グループインタビュー

1. 調査目的

保険商品を購入するまでの消費者意識とそのプロセス、具体的な留意点を明らかにし、消費者がニーズに合致した保険商品を選択するために必要としている情報を把握する。

2. 調査対象

死亡保険へ加入(1年以内)または加入検討を行っている、首都圏在住者(東京、千葉、埼玉、神奈川の1都3県)。

25~59歳の男女合計11人。

3. 調査方法

座談会

4. 調査日

2011年7月2日(土)

5. 調査実施機関

株式会社サーベイリサーチセンター

インターネット調査

1. 調査目的

グループインタビューの結果を踏まえ検証仮説を設け、定量調査により検証する。

2. 調査対象

首都圏(東京、千葉、埼玉、神奈川の1都3県)にお住まいの方で、死亡保険へ加入(2年以内)または加入検討を行っている方を対象。25歳~59歳の男女合計290人。

3. 調査期間

2011年7月15日(金)~19日(火)

4. 調査実施機関

株式会社サーベイリサーチセンター

インターネット調査結果（一部抜粋）

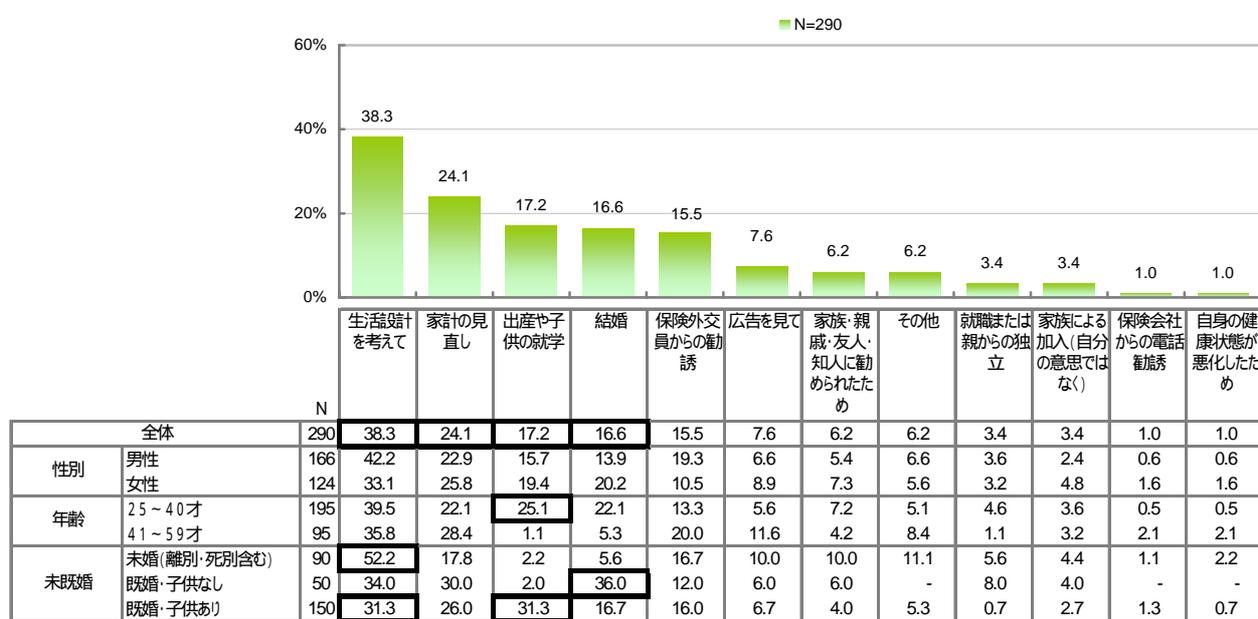
（質問）死亡保険に加入された「きっかけ」は何ですか。

（回答）

全体では『生活設計を考えて』が38.3%で高く、『家計の見直し』が24.1%、次いで『出産や子供の就学』17.2%、『結婚』16.6%といったライフステージの変化があげられました。

属性別では『生活設計を考えて』が「未婚」52.2%、「既婚・子供あり」31.3%と、「既婚・子供なし」を除いて最も高く、「既婚・子供なし」では『結婚』が36.0%と最も高い結果となりました。

また、「41才以下」の25.1%、「既婚・子供あり」の31.3%が『出産や子供の就学』を挙げています。



(%)

（複数回答、N = 回答者数）

(質問) 現在加入している「死亡保険」(死亡保障のついた保険)を、どの様にしてお知りになりましたか。

(回答)

全体では『保険外交員の話』29.3%、『インターネットの生命保険比較サイト』24.1%、『保険代理店で話を聞いて』17.6%、『家族・親戚・友人・知人の話』12.1%と続きました。

属性別では「41才以上(特に男性)」で『保険外交員の話』が多く、「40才以下(特に男性)」では『インターネットの生命保険比較サイト』の比率が高くなりました。

「女性 41才以上」では『新聞の折込やチラシ』20.0%、「既婚子供なし」では『保険代理店で話を聞いて』34.0%が上位を占めました。



(%)

(複数回答、N = 回答者数)

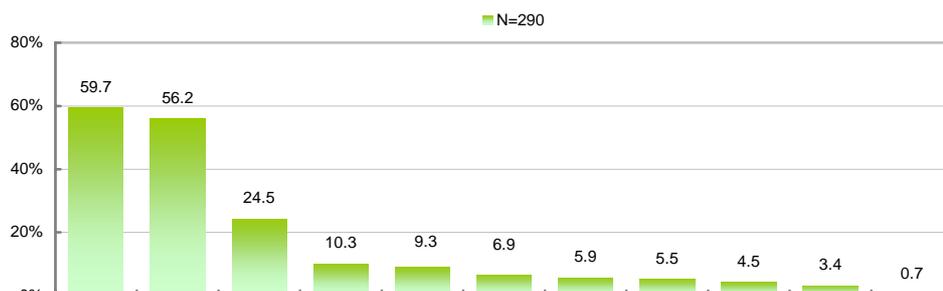
(質問) 死亡保険を契約される時に重視した点をお答え下さい。

(回答)

全体では『保障内容が良かった』59.7%、『保険料が安かった(手頃だった)』が56.2%と、この2項目が高い結果となりました。

性別・年齢別で見ると、「男性40歳以下」は63.1%が『保障内容が良かった』を、「男性41歳以上」は60.0%が『保険料が安かった』を重視する傾向にありました。反対に、「女性40歳以下」は61.9%が『保険料が安かった』を、「女性41歳以上」は60.0%が『保障内容が良かった』を重視する傾向がありました。

加入ルート別で見ると、「通信販売(ネット、郵送)で加入」した方の75.3%が『保険料が安かった』を重視しており、「対面販売(対人ルート)で加入」の方の48.7%を大きく上回りました。「子供のいる既婚者」は、「未婚者」や「子供のいない既婚者」に比べ、『保険料が安かった』を重視する傾向がありました。



		N	保障内容が良かった	保険料が安かった(手頃だった)	保険会社を信頼している	保険代理店の勧めがあった	雑誌やネットでの商品の評判が良い	雑誌やネットでの保険会社の信頼性評価が高い	家族・友人・知人が加入している	保険外交員が馴染みのある(親戚・友人・知人である)	商品説明のパンフレットが良かった	その他	テレビCM、広告が良かった
全体		290	59.7	56.2	24.5	10.3	9.3	6.9	5.9	5.5	4.5	3.4	0.7
性別	男性	166	59.6	57.2	25.9	6.0	9.6	8.4	6.6	7.8	4.8	4.2	0.6
	女性	124	59.7	54.8	22.6	16.1	8.9	4.8	4.8	2.4	4.0	2.4	0.8
年齢	25~40才	195	61.5	58.5	25.1	14.4	6.7	7.2	7.7	4.6	3.6	3.1	1.0
	41~59才	95	55.8	51.6	23.2	2.1	14.7	6.3	2.1	7.4	6.3	4.2	-
性別×年齢	男性・26~40才	111	63.1	55.9	31.5	8.1	7.2	9.0	9.9	6.3	4.5	3.6	0.9
	男性・41~59才	55	52.7	60.0	14.5	1.8	14.5	7.3	-	10.9	5.5	5.5	-
	女性・26~40才	84	59.5	61.9	16.7	22.6	6.0	4.8	4.8	2.4	2.4	2.4	1.2
	女性・41~59才	40	60.0	40.0	35.0	2.5	15.0	5.0	5.0	2.5	7.5	2.5	-
未婚/既婚	未婚(離別・死別含む)	90	63.3	46.7	30.0	7.8	6.7	4.4	7.8	5.6	5.6	1.1	2.2
	既婚・子供なし	50	62.0	54.0	24.0	16.0	6.0	6.0	6.0	6.0	2.0	2.0	-
	既婚・子供あり	150	56.7	62.7	21.3	10.0	12.0	8.7	4.7	5.3	4.7	5.3	-
追加加入検討	追加加入検討者	79	48.1	46.8	34.2	5.1	11.4	8.9	5.1	6.3	5.1	2.5	1.3
	追加加入未検討	211	64.0	59.7	20.9	12.3	8.5	6.2	6.2	5.2	4.3	3.8	0.5
加入ルート	対人ルート	197	61.9	48.7	24.9	13.7	7.6	7.1	7.1	8.1	3.0	2.5	1.0
	ネット、郵送	77	51.9	75.3	27.3	2.6	14.3	7.8	3.9	-	6.5	1.3	-
	その他	16	68.8	56.3	6.3	6.3	6.3	-	-	-	12.5	25.0	-

(%)

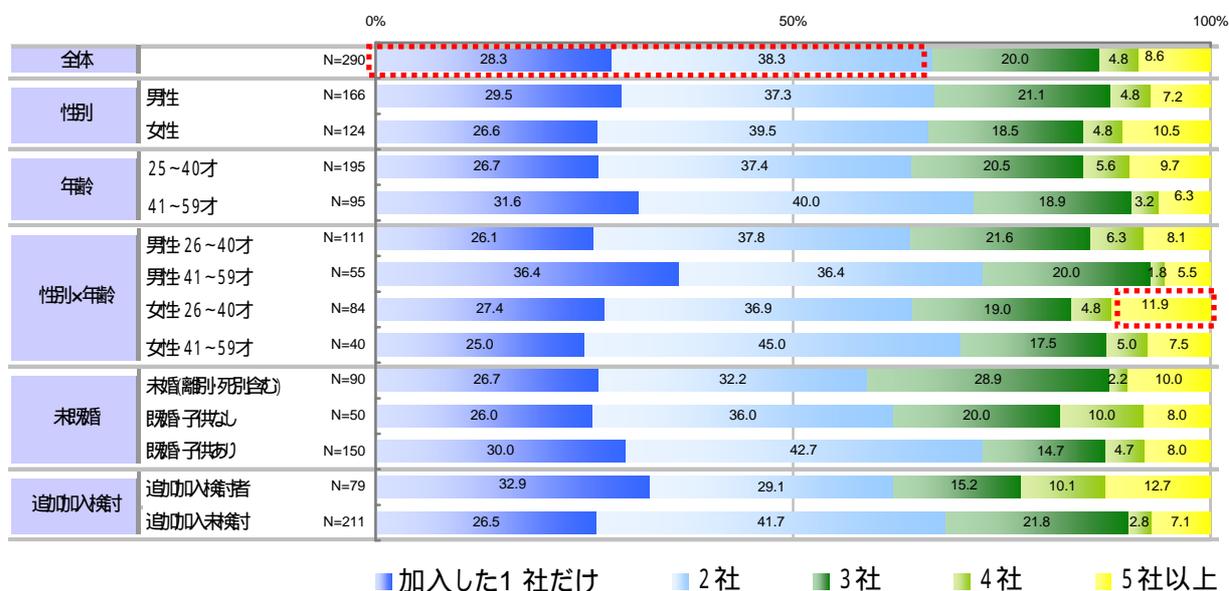
(複数回答、N = 回答者数)

（質問） 死亡保険を検討する時に（実際に加入した保険を含めて）何社くらい検討されましたか。

（回答）

検討した会社数は全体で見ると 28.3%が『加入した1社だけ』、38.3%が『2社』と、3人に2人（66.6%）は『2社以内』となりました。

「41歳以上」の方は、「40歳以下」の方に比べ比較検討した会社数が少なく、特に「男性」にその傾向が強く出ました。反対に、『3社以上』比較検討した方は「女性」に多く、「女性40歳以下」の中には『5社以上』とした方が11.9%もいました。家族構成別で見ると、「未婚者」や「子供のいない既婚者」に比べると「子供のいる既婚者」は比較会社数を絞っていました。



（単一回答、N = 回答者数）

(質問)「契約加入ルート」が全てインターネット上で出来るとしたら、どの様にお感じになりますか。

(回答)

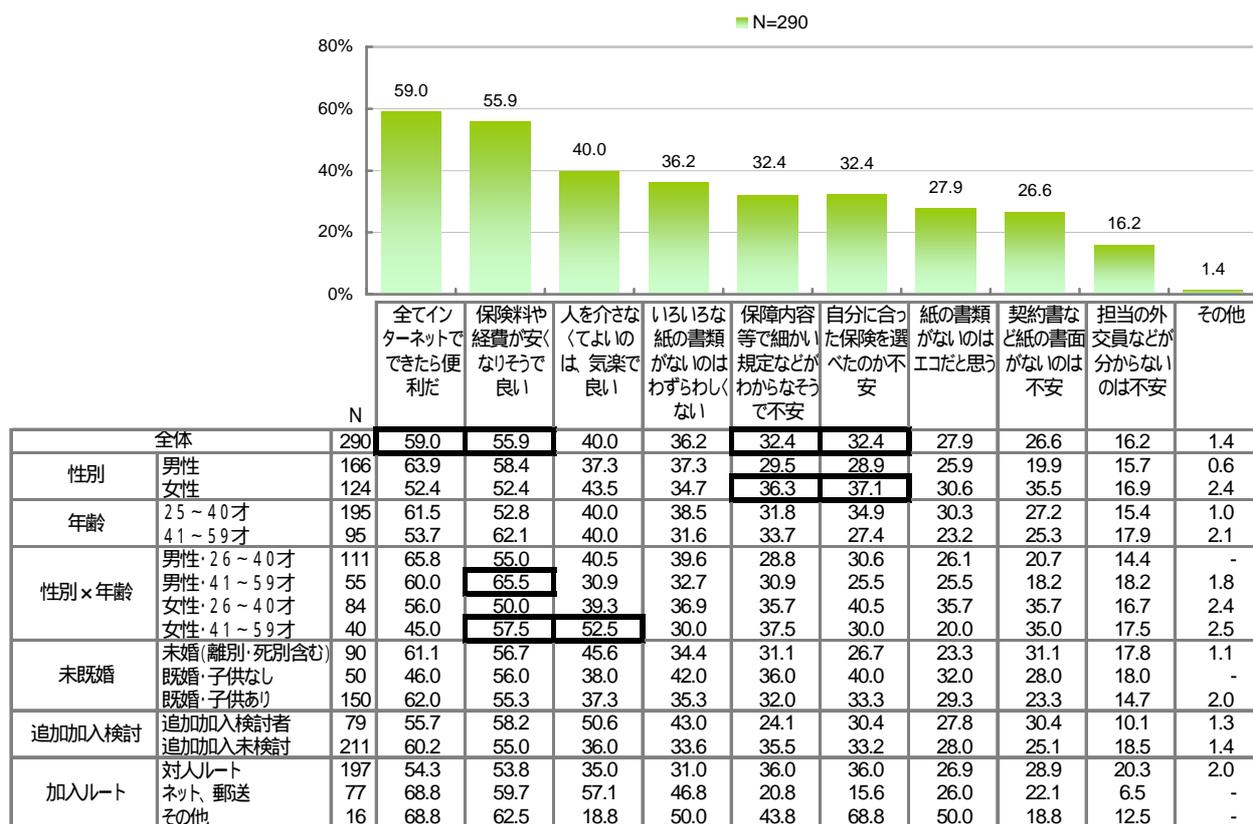
全体では『全てインターネットでできたら便利だ』(59.0%)、『保険料や経費が安くなりそうで良い』(55.9%)という点が評価されているが、『保障内容等で細かい規定などがわからなそうで不安』『自分に合った保険を選べたのか不安』(各 32.4%)といった意見も多数となりました。

「通信販売の加入者(ネット、郵送)」は、「対面販売の加入者(対人ルート)」に比べ、全般的に高い評価を得ています。

『保障内容で細かい規定などがわからなそうで不安』や『自分のニーズに合致した保険を選べるのか不安』という方は「女性」に多くなっています。

「41歳以上」では男女とも『保険料の安さ』の方が『便利さ』より評価が高くなりました。

「女性41歳以上」では『人を介さなくてよいのは気楽で良い』という点も評価されました(52.5%)。



(%)

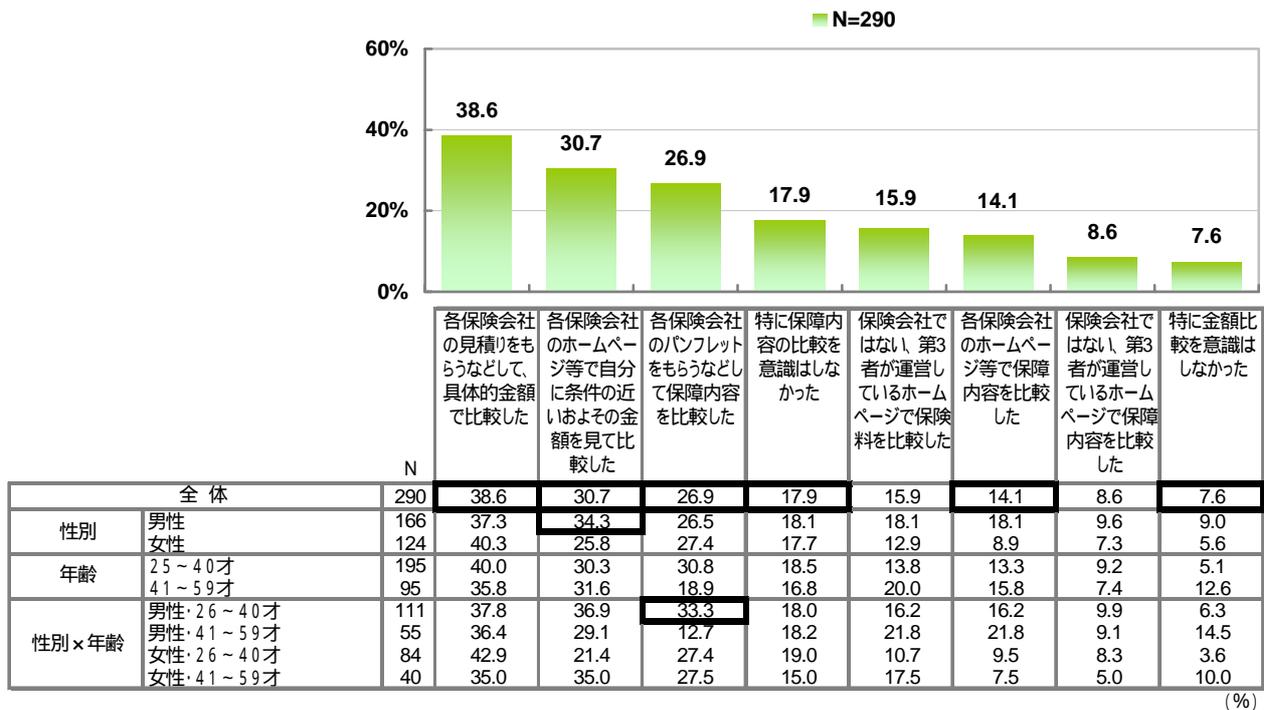
(複数回答、N = 回答者数)

(質問) 生命保険への加入に際して「各保険会社の保険料や保障内容の比較」をされましたか。

(回答)

全体では『各保険会社の見積りをもらうなどして、具体的金額で比較した』が 38.6%で最も多く、次いで『各保険会社のホームページ等で自分に条件の近いおよその金額を見て比較した』が 30.7%でした。また、『パンフレットで保障内容を比較した』が 26.9%、『ホームページ等で保障内容を比較した』が 14.1%いました。さらに『保障内容の比較を意識しなかった』17.9%、『保険料の比較を意識しなかった』7.6%でした。

『ホームページでの比較』は、「男性」の方が「女性」よりやや高く、『パンフレットをもらう』のは「40歳以下(特に男性)」に多くいました。

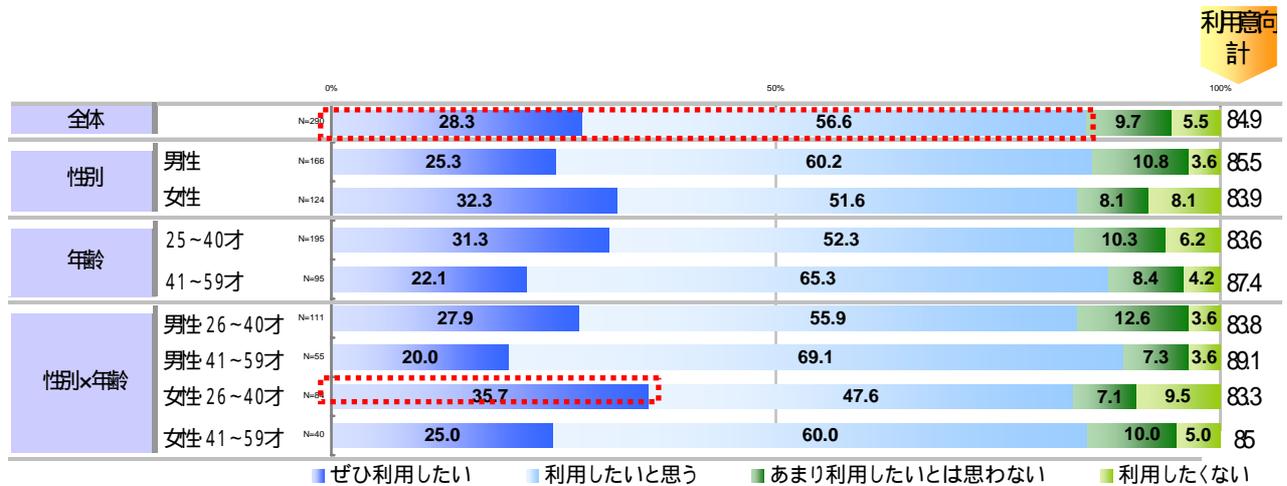


(複数回答、N = 回答者数)

（質問）もし、生命保険への加入に際して「各保険会社の商品比較」があったら、利用したいとお考えですか。

（回答）

全体の利用意向（『ぜひ利用したい』28.3% + 『利用したいと思う』56.6%）は84.9%と高い評価でした。特に、「女性 40 歳以下」は『ぜひ利用したい』とする方が 35.7%と全体平均を7ポイントも上回りました。



（単一回答、N = 回答者数）

以上