



生命保険も2人1人は「比べて選ぶ」 これからは「死亡時」より「長生き」の保障

<負担感大きい今の保険料「できればもっと減らしたい」49%>

大手保険会社の合併、業務提携、破綻といった出来事が相次いだ2000年。調査は10月に実施したが、その期間中にも千代田生命破綻のニュースが流れ、回収後に協栄生命が倒れた。こうした流れの中で、家族の保険をコーディネートする立場にある主婦の意識は、急速に変わってきている。世帯で加入している生命保険件数は平均4.4件、保険料は年間50万1000円で、全体の6割弱が年間40万円以上を生命保険に充てていた。平均額を月毎に換算すると約4万2000円。この保険料については、「できればもっと減らしたい」と2人に1人が負担を感じていた(グラフ1)。「この1年で保険料を減らした」ダイエット実行派は1割強。保険料負担の大きい40代はダイエット実行派が18%と多かった。

<自分からアクションを起こす20代>

生命保険を選ぶ際に2社以上を比較したことがあるかを聞いたところ、資料請求や比較記事など、何らかの方法で商品を比べて選んだ経験があるのは2人に1人(グラフ2)。そのうち、2社以上の担当者から直接説明を受けた人は13%だった。特に「この1年に見直して保険料を減らした」人では7割強が比較検討していた。

条件や保険の種類が多様性によって比較が難しいといわれる生命保険だが、最近ではガン保険や医療保険などパンフレットでも判断しやすい商品が増えた。資料を請求したり、担当者から説明を受けるといったアクションを起こしたのは、これから新たに保険に加入しようとする20代が45%と最も多く、保険見直し世代の40代42%がそれに次いだ。

<比べて選ぶ人の加入理由1位は「料金」>

それぞれの加入理由をみると、非比較型は「知人の勧め」が最も多く、次いで「倒産する心配がない」、3位が「特典・保障内容に満足」という順。これは、生命保険文化センターなどの調査結果とほぼ一致、「従来型」の基準といえる。

一方、比較型は加入理由の1位に「掛け金・保険料が少ない」が上がった。以下、「特典・保障に満足」「倒産する心配がない」「自分にあっていた」など。「知人の勧め」はわずか5%に過ぎず、義理人情よりもまず料金、次いで商品内容を選択の基準にしていることがわかる。消費者の目がそれだけ厳しくなり、明らかな商品の優位性がないと、勧められただけでは納得しないということだ(グラフ3)。

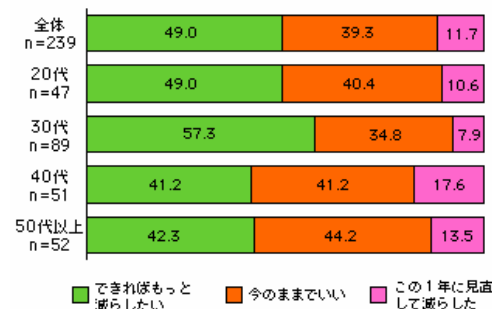
<今後増やしたい入院・治療費の保障>

2001年1月からは国内保険会社に参入制限のあった第三分野の商品が段階的に解禁される。グラフ4でわかるように、主婦が今より保障を増やす可能性を考えているのも、この第三分野の商品が多く、入院給付金と特定疾病をあわせると約5割。アンケート解答者はすでになんらかの保険に加入しているという前提はあるが、20代でも死亡保障より医療保険や年金保険の方にポイントが高いのが、今後を示唆している。保険は「死亡時に備えるもの」から「長生きのため」に変わってきている。

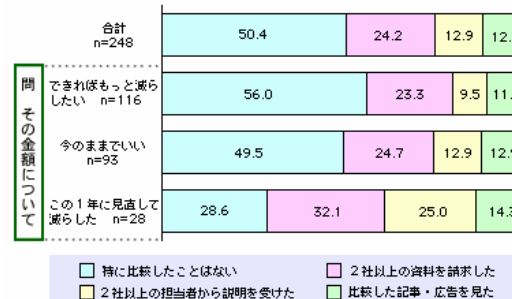
調査概要

リビング新聞2000年10月紙面掲載アンケートと「クチコミ通信員」へのFAXアンケートの回答者、計303件から生命保険に加入している既婚女性250人を抽出、集計

その金額について(%)



生命保険加入時に比較したか(%)



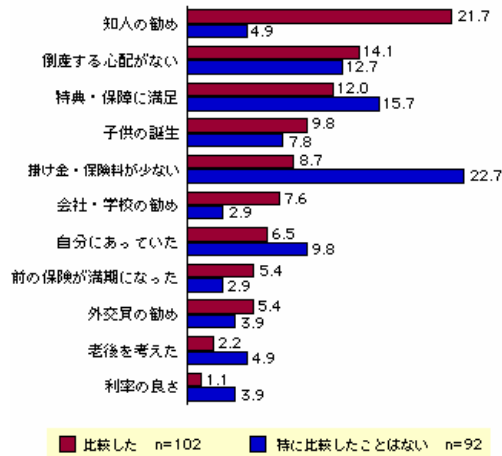
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



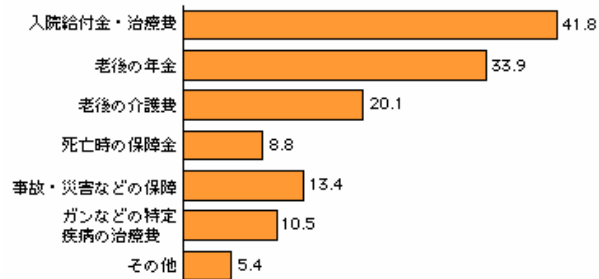
加入した理由 (複数回答)



< 調査項目 >

1. 生命保険の加入件数 (年代別)(子供の人数別)(職業別)(支払金額の感想別)
2. 加入している生命保険会社名 (年代別)(子供の人数別)(職業別)
3. 加入している生命保険の種類 (年代別)(子供の人数別)(職業別)
4. 一番新しく加入した生命保険会社名 (年代別)(子供の人数別)(職業別)
5. 一番新しく加入した保険の種類 (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入時比較の有無別)
6. その保険を選んだ理由 (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入時比較の有無別)
7. 生命保険加入時に比較をしたか (年代別)(子供の人数別)(職業別)(支払金額の感想別)
8. 外資系保険会社のイメージ (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入時比較の有無別)(支払金額の感想別)
9. 世帯の年間生命保険料(万円) (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入件数別)(支払金額の感想別)
10. 支払金額は多いか (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入件数別)(年間保険料別)(加入時比較の有無別)
11. 今より保障を増やしたい部分 (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入件数別)
12. 保険・保険会社への不満 (年代別)(子供の人数別)(職業別)(加入時比較の有無別)

今より保障を増やしたい部分 (複数回答)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430