

NEWS RELEASE

goo リサーチ結果 (No.103)

「第三分野の保険への加入動向」に関する調査結果

調査結果について

< 調査概要 >

1. 調査対象 : 「goo リサーチ」登録モニター
2. 調査方法 : 非公開型インターネットアンケート
3. 調査期間 : 平成 17 年 11 月 15 日(火)~平成 17 年 11 月 19 日(土)
4. 有効回答者数 : 2,167 名
5. 回答者の属性 :
 - 【年齢】 : 10代 17.8%、20代 18.4%、30代 19.7%、40代 22.0%、50代 17.0%、60代 4.5%、70代以上 0.8%
 - 【性別】 : 男性 48.6%、女性 51.4%

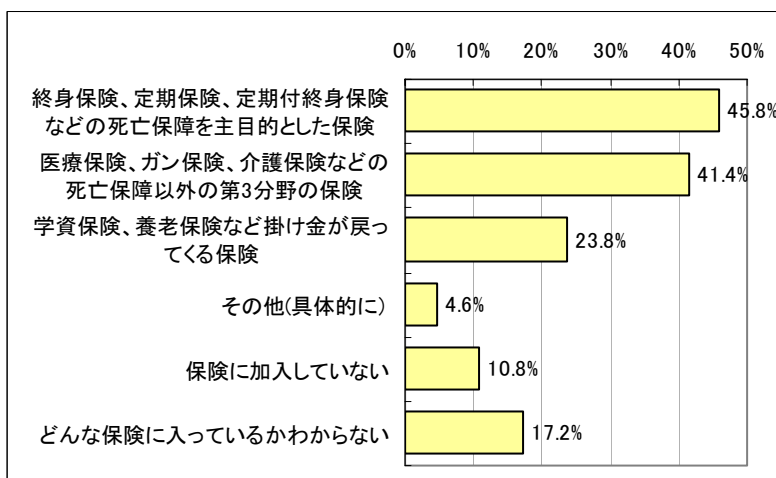
調査結果データ

1. 全体の 41.4%が「第三分野の保険」に加入し、その背景として自身の健康への不安、高度医療に伴う自己負担増、保険制度改革に伴う自己負担増への懸念などが作用。

(1) 第三分野の保険加入者は 4 割を超え、死亡保障型に次いで多い。

現在の保険への加入状況を尋ねたところ、死亡保障を主目的とした保険の加入者は全体の 45.8%を占め最も多く、次いで「第三分野の保険」加入者が 41.4%を占める。【図 1】

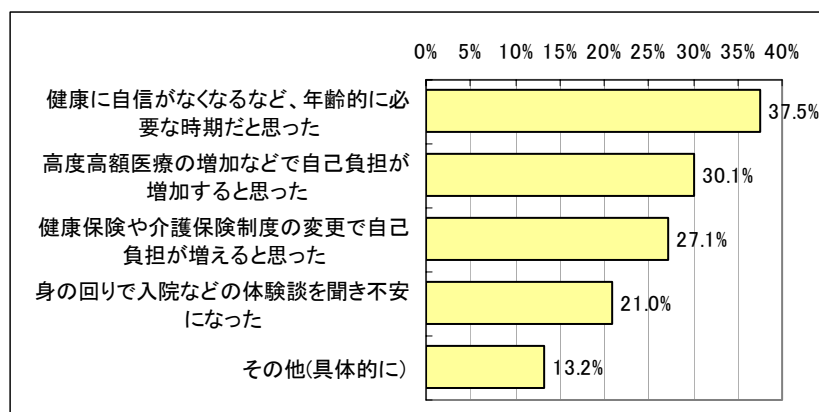
【図 1】 保険の加入状況 (n=2,167)



(2) 「第三分野の保険」への主な加入理由は、自身の健康の問題と社会に対する不安が要因

第三分野の保険の加入者に加入動機を尋ねたところ、「年齢的に必要」と答えた人が37.5%、そのほか、医療の高度化・高額化に伴う自己負担増への懸念、公的保険制度の見直し等への懸念がそれぞれ30%前後を占め、保険のニーズの高まりの背景に自分自身および医療制度への不安があることが明らかとなった。【図2】

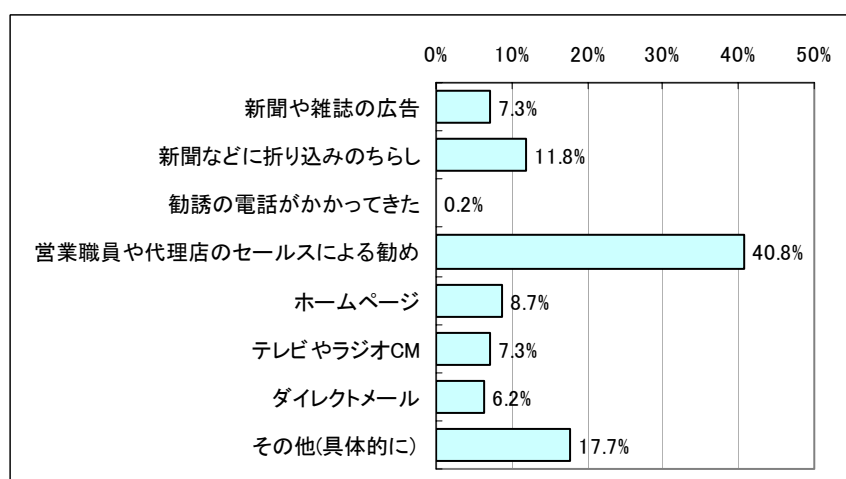
【図2】「第三分野の保険」への加入理由（n=897）



(3) 「第三分野の保険」は保険会社・代理店の対面式勧誘による加入が4割以上と最も多い。

「第三分野の保険」に加入した一番のきっかけは、保険会社・代理店のセールスによる勧誘を挙げる人が全体の4割以上を占めており、対面による勧誘がもっとも効果を挙げていることが見て取れる。また、新聞などの折込チラシ、ホームページなどによる加入も10%前後を占めており、次いで高い。【図3】

【図3】「第三分野の保険」の加入のきっかけ（n=897）

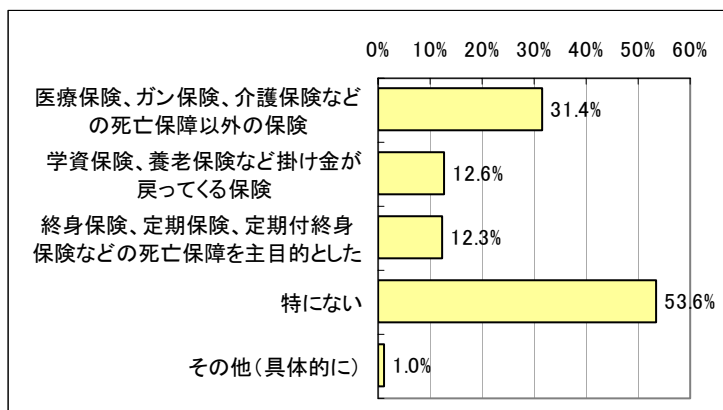


2. 「第三分野の保険」への今後の加入意向は3割を超える。

(1) 今後加入したい保険の種類について第三分野の保険が31.4%を占めており、最も多い。

今後、どのような保険に加入したいかという質問に対しては、第三分野の保険を挙げる人が3割を超えており、学資保険、死亡保障付の生命保険などよりもニーズが高いことが分かる。ただし、「特になし」と答える人が全体の53.6%と過半数を占めており、必要性を感じている人の約半数はすでに加入する等の手当てを済ませているものと想定できる。【図4】

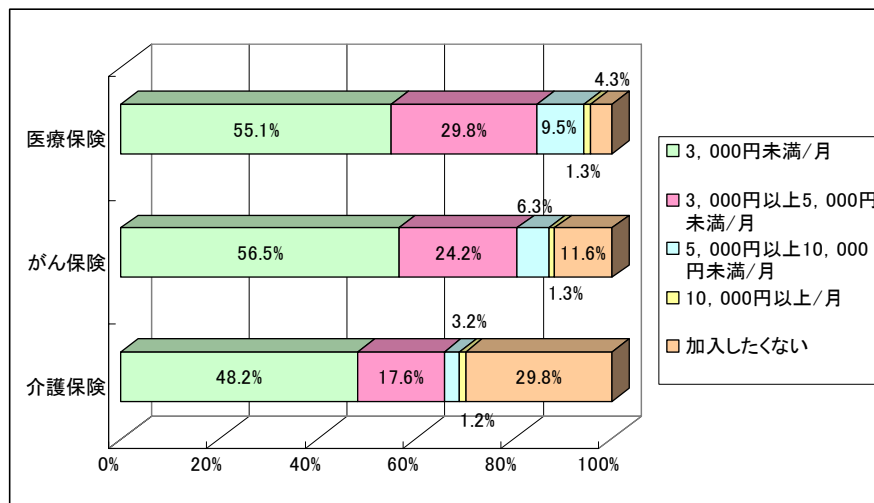
【図4】今後加入したい保険（n=2,167）



(2) 第三分野の保険の各分野における加入意向について、「医療保険」が「がん保険」及び「介護保険」より高額であっても高い加入意向を示す。

「第三分野の保険」のうち医療保険、がん保険、介護保険の各分野につき、「加入するとすれば保険料はいくらくらいまでなら支払う意欲があるか」との質問を行ったところ、どの分野においても約半数の人が月額3,000円未満におさえたいとの結果となった。医療保険については、がん保険及び介護保険より相対的に高額であってもかまわないとの意向がうかがえる。なお、介護保険については「加入したくない」という回答が他の2つの保険分野と比べても大きいことが明らかとなった。【図5】

【図5】第三分野の保険の各分野における保険料許容額（n=681）

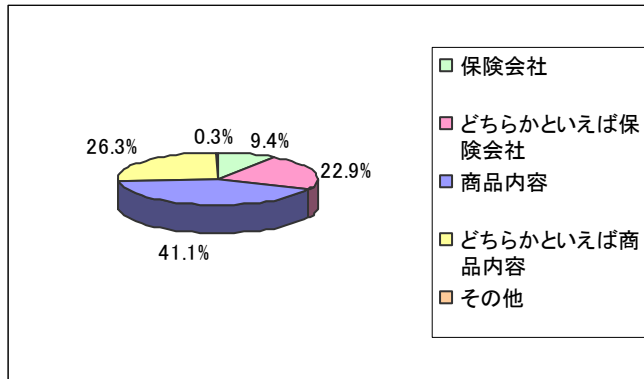


3. 第三分野の保険を選択する際に商品内容を重視する層が約7割を占め、「保障内容の充実」、「保険料の安さ」が主な要素。

(1) 第三分野の保険加入に際して、商品内容をより重視する回答者が67.4%。

「第三分野の保険」に加入するにあたって、保険会社と商品内容のどちらをより重視するかという質問に対して、保険会社をより重視する層が32.3%、商品内容をより重視する層が67.4%を占める。【図6】

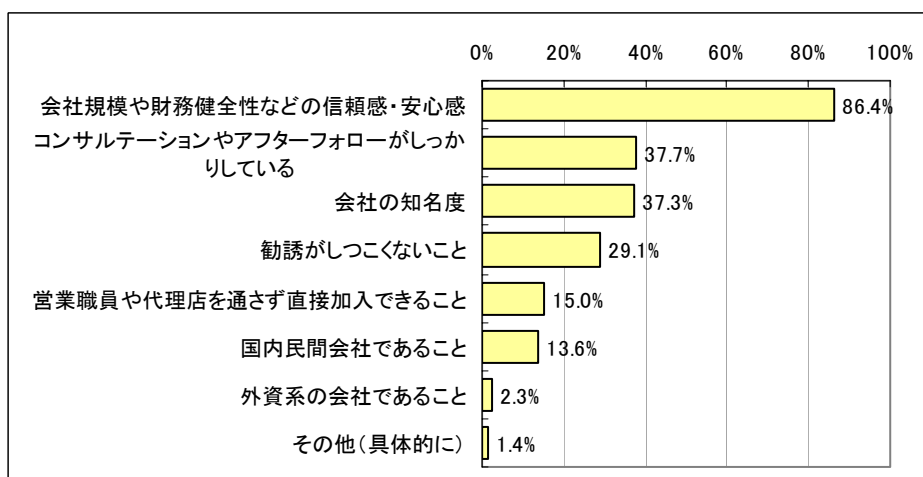
【図6】 保険会社と商品内容の優先度 (n=681)



(2) 保険会社を重視する層の選択要素は会社の信用度で、約9割を占める。

「保険会社をより重視する」回答者に対して、保険会社の選択要素を尋ねたところ、「会社規模や財務健全性などの信頼感・安心感」を挙げた人が全体の86.4%を占めており、会社の信用度が会社選択の上で大きな要素となっていることが明らかとなった。その他、アフターフォローの充実を挙げる人も37.7%を占めており、次いで多い。【図7】

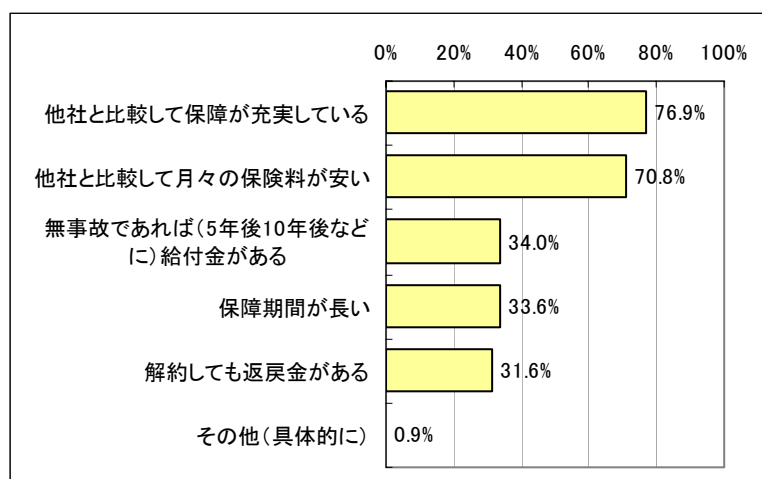
【図7】 保険会社を重視する人の選択要素 (n=220)



(3) 商品内容を重視する層の選択要素は「保障内容の充実」、「保険料の安さ」で、ともに7割を超える。

「商品内容をより重視する」と答えた人に対して、商品内容の何を見るかとの質問を行ったところ、「保障内容の充実」、「保険料の安さ」を挙げた人がともに7割を超えており、保障内容と保険料のバランスの中で選択していることが明らかとなった。【図8】

【図8】商品内容を重視する人の選択要素（n=459）

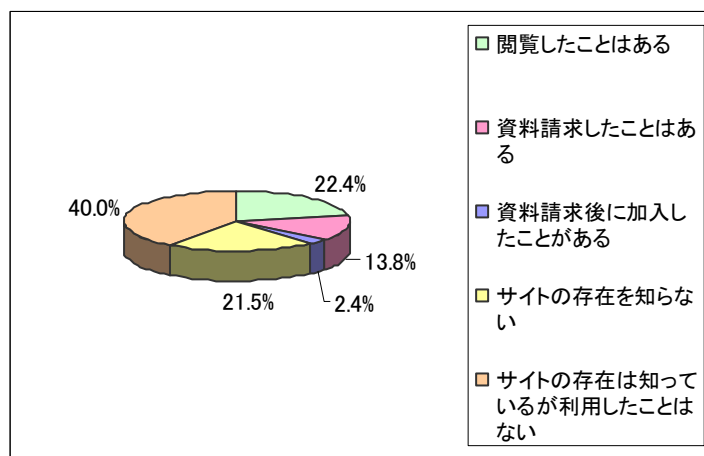


4. 保険比較サイトの利用経験者は全体の約4割を占めており、今後の利用意向者も約半数。

(1) 保険比較サイトの利用経験者は38.6%と約4割を占め、同サイトを通じた加入者は全体の2.4%に留まる。

最近インターネットにおいて、保険会社各社の価格・条件等と比較するサイト(「保険比較サイト」)が増加傾向にあるが、このようなサービスの利用状況について質問したところ、「閲覧したことがある」、「資料請求したことがある」、「加入したことがある」を合計したサイト利用者は、全体の38.6%を占めている。【図9】

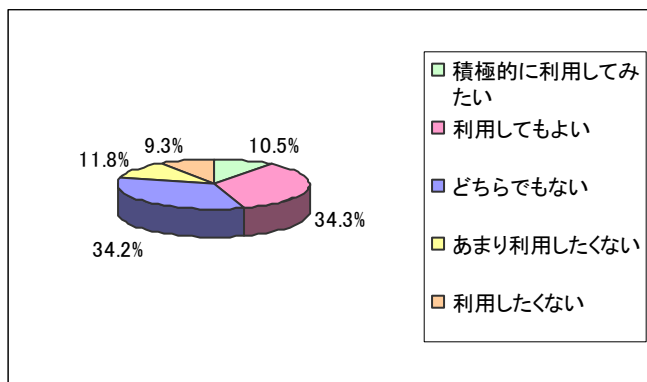
【図9】保険比較サイトの利用経験（n=2,167）



(2) 今後の保険比較サイト利用意向者は約半数を占める。

こうしたサイトを「今後活用したいか」との質問に対しては、「積極的に利用してみたい」、「利用してもよい」という利用意向者は 44.8%と半数近くを占めており、認知度、利用のメリットをさらに明確化していくことにより、今後の利用拡大が予想される。【図 10】

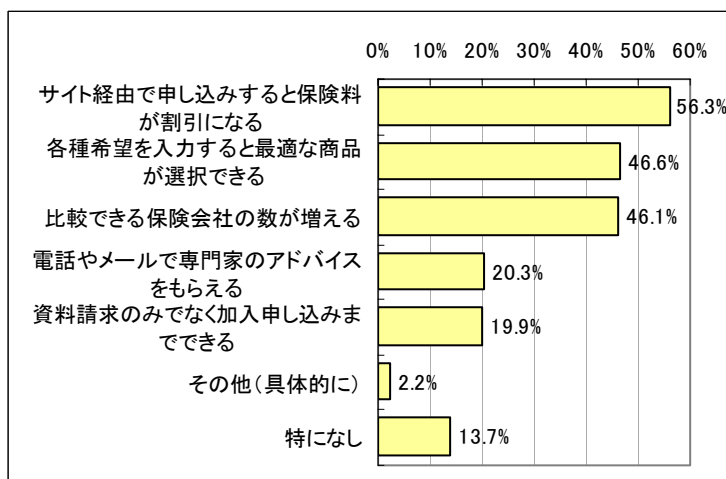
【図 10】 今後の保険比較サイトの利用意向 (n=2,167)



(3) 保険比較サイトに期待することは、保険料割引等のロイヤリティや検索機能等の機能面の充実。

上記質問で「利用したくない」という回答者以外に対して、保険比較サイトへの要望事項を尋ねたところ、「保険料割引」を求める人が 56.3%を占めており半数を超えた。また、検索など機能面の充実、比較可能保険会社の増加など利用メリットの向上に関する要望が多い傾向にある。【図 11】

【図 11】 保険比較サイトへの要望 (n=1,711)



《 補足 》

(*1) 【 goo リサーチ 】 <http://research.goo.ne.jp/>

ポータルサイト「goo」を運営するNTTレゾナントと、日本のリーディングシンクタンクである三菱総研の調査企画力、コンサルティング力が融合した、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービスです。携帯電話でアンケートに答える「gooリサーチ・モバイル」モニター（5.0万人）、キーパーソンのビジネスマンを中心とする「gooリサーチ・ビジネス」モニター（3.1万人）、団塊世代・シニア層、ならびに若年層を中心とした郵送調査手法で回答する「郵送調査専属モニター」（1.3万人）を含め、53万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、様々な市場調査ニーズに対応しています。（モニターの人数はいずれもH18年1月現在）

(*2) 【 第三分野の保険 】

医療保険、がん保険、介護保険などのような、死亡保障を主目的としない生命保険のことを言います。保険の分野、取扱い保険会社は、次ページ表のようになっており、いわゆる第三分野の保険商品については、生命保険会社と損害保険会社の双方で取り扱うことができるものです。

< 第三分野の保険の位置づけ >

| 分 野 | 第 一 分 野 | 第 三 分 野 | 第 二 分 野 |
|-------|-----------------------------|--|---------------------------------|
| 販売会社 | 生命保険会社のみ | 生命保険会社及び損害保険会社 | 損害保険会社のみ |
| 保険内容 | 人の生存又は死亡に関し、一定額の保険金が支払われるもの | 疾病又は傷害等の一定の事由に関し、一定額の保険金を支払うこと又はこれらによって生ずる損害をてん補することを約するもの | 一定の偶然的事故によって生ずる損害をてん補することを約するもの |
| 具 体 例 | 定期保険、終身保険、養老保険 等 | 医療保険、介護保険、医療費用保険、介護費用保険、傷害保険 等 | 火災保険、地震保険、賠償責任保険 等 |

< 本調査および goo リサーチに関するお問合せ先 >

NTT レゾナント株式会社 ポータル事業本部 リサーチグループ
 (Tel) 03-5224-5380、(FAX) 03-5224-5201、(E-mail)research@goo.ne.jp
 NTT レゾナント株式会社 ポータル事業本部 広報グループ
 (Tel) 03-5224-5500、(E-mail) pr@nttr.co.jp

< goo リサーチに関するお問合せ先 >

株式会社三菱総合研究所 E リサーチグループ
 (Tel) 03-3277-0719、(Fax) 03-3277-0523、(E-mail) e-res@mri.co.jp
 株式会社三菱総合研究所 広報部広報グループ
 (Tel) 03-3277-0003、(Fax) 03-3277-3490、(E-mail) ccd-mg@mri.co.jp