

# 第Ⅶ章 直近加入契約の状況と今後の加入意向

## 1. 直近加入契約の実態

### (1) 直近加入契約の加入年次

直近に加入した契約の加入年次について、以下のように尋ねた。

この保険はいつ加入されましたか。なお、下取り（転換）して加入し直した場合は、その時期をお答えください。

- 1 令和元年
- 2 平成30年
- 3 平成29年
- 4 平成28年
- 5 平成27年
- 6 平成26年以前
- わからない

その結果、「平成26年以前（5年前以前）」が60.8%と6割超を占めている。また、直近5年間の間に新規加入した人の割合は3割程度となっている。（図表Ⅶ-1）

〈図表Ⅶ-1〉 直近加入契約の加入年次

（単位：％）

	令和元年 （今年）	平成30年 （1年前）	平成29年 （2年前）	平成28年 （3年前）	平成27年 （4年前）	平成26年以前 （5年前以前）	わからない	
令和元年	3.3	8.2	8.4	6.5	5.7	60.8	7.2	N : 3,348
平成28年	3.7	8.5	7.4	8.0	4.8	62.3	5.3	N : 3,344
平成25年	3.5	8.6	8.1	7.1	4.9	62.9	5.0	N : 3,352
平成22年	3.4	8.9	7.7	7.7	5.2	60.3	6.9	N : 3,290
平成19年	4.0	7.4	6.8	6.2	6.5	52.1	16.9	N : 3,309

性別にみると、女性で「平成29年」が高くなっている。

性・年齢別にみると、男女とも20歳代で「令和元年」、「平成30年」、「平成29年」が高く、30歳代で「平成29年」、「平成27年」が高くなっている。また、女性20歳代では「平成27年」も高くなっている。(図表Ⅶ-2)

〈図表Ⅶ-2〉 直近加入契約の加入年次〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	令和元年	平成30年	平成29年	平成28年	平成27年	平成26年 以前	わからない
男 性	1,447	3.8	7.6	7.1	6.2	5.4	60.2	9.7
20歳代	122	9.0	21.3	13.1	9.8	3.3	30.3▲	13.1
30歳代	247	2.8	10.5	11.7	8.1	8.1	51.8▲	6.9
40歳代	387	2.6	4.9▲	6.7	7.0	6.5	61.0	11.4
50歳代	341	4.7	5.9	5.9	4.1	4.4	66.3	8.8
60歳代	341	2.9	5.3	3.5▲	5.0	3.8	70.4	9.1
女 性	1,901	2.8	8.6	9.4	6.7	6.0	61.2	5.3
20歳代	123	9.8	14.6	18.7	8.9	10.6	31.7▲	5.7
30歳代	322	3.1	10.2	13.7	5.9	8.7	52.5▲	5.9
40歳代	474	2.5	8.6	9.5	5.7	4.2	65.2	4.2
50歳代	457	2.8	7.9	7.0▲	8.3	4.6	63.5	5.9
60歳代	510	1.0▲	6.7	6.1▲	6.1	6.1	68.8	5.3

## (2) 直近加入契約の加入のきっかけ

直近に加入した契約の加入のきっかけを捉えるために、以下のように尋ねた。

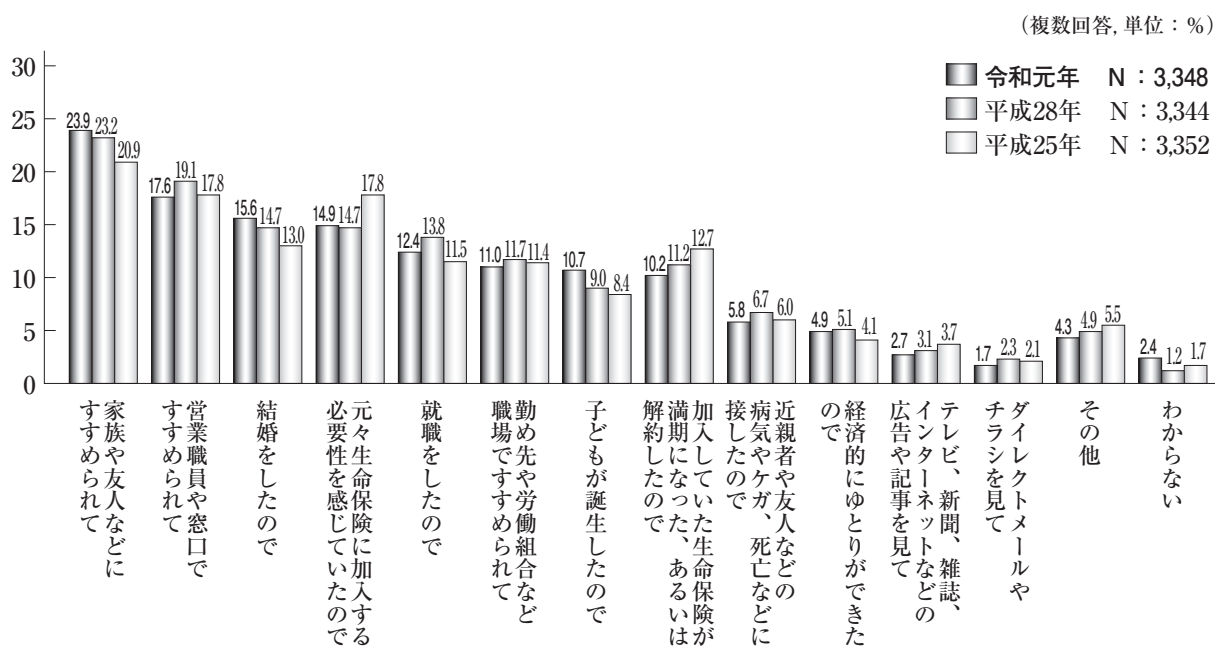
その保険に加入したのは、どのようなきっかけからでしたか。この中からいくつでもお答えください。

- (ア) 就職をしたので
- (イ) 結婚をしたので
- (ウ) 子どもが誕生したので
- (エ) 経済的にゆとりができたので
- (オ) 加入していた生命保険が満期になった、あるいは解約したので
- (カ) 近親者や友人などの病気やケガ、死亡などに接したので
- (キ) 営業職員や窓口ですすすめられて
- (ク) 勤め先や労働組合など職場ですすすめられて
- (ケ) 家族や友人などにすすめられて
- (コ) テレビ、新聞、雑誌、インターネットなどの広告や記事を見て
- (サ) ダイレクトメールやチラシを見て
- (シ) 元々生命保険に加入する必要性を感じていたの
- (ス) その他  
わからない

その結果、「家族や友人などにすすめられて」が23.9%と最も高く、次いで「営業職員や窓口ですすすめられて」(17.6%)、「結婚をしたので」(15.6%)「元々生命保険に加入する必要性を感じていたの」(14.9%)となっている。このほか、「就職をしたので」(12.4%)、「子どもが誕生したので」(10.7%)などのライフステージの変化に合わせた加入がそれぞれ10%程度みられる。

前回と比較すると、「子どもが誕生したので」は1.7ポイント増加している。(図表Ⅶ-3)

〈図表Ⅶ-3〉 直近加入契約の加入のきっかけ



性別にみると、男性は女性に比べ「結婚をしたので」、「就職をしたので」などライフステージの変化に関する項目で高くなっている。一方、女性は男性に比べ「家族や友人などにすすめられて」をはじめ5項目で高くなっている。

性・年齢別にみると、男女とも20歳代では「家族や友人などにすすめられて」が、男女とも30～40歳代では「結婚をしたので」、「子どもが誕生したので」がそれぞれ高くなっている。また、男女とも概ね高年齢層ほど「営業職員や窓口ですすめられて」、「加入していた生命保険が満期になった、あるいは解約したので」が高くなっている。(図表Ⅶ-4)

〈図表Ⅶ-4〉 直近加入契約の加入のきっかけ〔性・年齢別〕

(複数回答, 単位: %)

	N	家族や友人などにすすめられて	営業職員や窓口ですすめられて	結婚をしたので	元々生命保険に加入する必要性を感じていた	就職をしたので	勤め先や労働組合など職場ですめられて	子どもが誕生した	加入していた生命保険が満期になった、あるいは解約した	近親者や友人などの病気やケガ、死亡などに接した	経済的にゆとりができた	テレビ、新聞、雑誌、インターネットなどの広告や記事を見て	ダイレクトメールやチラシを見て	その他	わからない
男 性	1,447	21.6	16.9	19.5	12.6	17.2	14.9	12.0	8.3	4.4	4.5	2.8	1.1	4.4	2.6
20歳代	122	33.6	7.4▲	13.1	5.7▲	31.1	13.9	6.6	5.7	3.3	1.6	1.6	0.8	5.7	5.7
30歳代	247	23.9	10.1▲	27.1	7.7▲	17.4	12.1	22.3	2.8▲	4.9	3.6	1.2	0.8	3.6	1.2
40歳代	387	21.2	15.2	25.6	13.7	17.6	14.2	15.0	6.5	3.4	4.9	3.4	0.8	3.6	1.0▲
50歳代	341	20.8	19.1	17.3	15.0	19.4	15.8	10.0	9.7	5.9	5.0	2.6	1.5	4.1	0.9▲
60歳代	341	16.7▲	25.5	12.0▲	15.2	10.0▲	17.3	5.3▲	14.1	4.1	5.3	4.1	1.5	5.3	4.4
女 性	1,901	25.7	18.1	12.6	16.7	8.7	8.0	9.8	11.7	6.9	5.3	2.6	2.1	4.3	2.2
20歳代	123	33.3	4.9▲	12.2	10.6	23.6	4.9	10.6	6.5	3.3	0.0▲	2.4	0.0	7.3	4.1
30歳代	322	27.3	12.7▲	27.6	11.5▲	11.2	7.5	22.7	5.0▲	5.0	4.7	1.2	0.3▲	4.0	1.2
40歳代	474	26.8	13.5▲	15.4	16.9	10.1	7.0	12.2	7.6▲	6.1	2.7▲	1.7	1.1	4.0	1.7
50歳代	457	23.4	21.0	7.4▲	17.7	7.7	11.2	5.9▲	16.4	9.0	7.7	3.9	2.8	3.9	2.2
60歳代	510	24.5	27.1	5.7▲	21.0	3.3▲	7.5	2.5▲	17.1	8.2	7.3	3.1	3.9	2.9	2.5

性・ライフステージ別にみると、男女とも“未婚”では「家族や友人などにすすめられて」が高く、男性の“既婚・子どもなし”から“既婚・末子小学生”、女性の“既婚・子どもなし”から“既婚・末子中学生、高校生”では「結婚をしたので」が高くなっている。また、男性の“既婚・末子未就学児”、“既婚・末子小学生”、女性の“既婚・末子未就学児”から“既婚・末子中学生、高校生”では「子どもが誕生したので」が高くなっている。(図表Ⅶ-5)

〈図表Ⅶ-5〉 直近加入契約の加入のきっかけ〔性・ライフステージ別〕

(複数回答, 単位: %)

	N	家族や友人などに すすめられて	営業職員や窓口で すすめられて	結婚をしたので	元々生命保険に加入 する必要を感じて いたので	就職をしたので	勤め先や労働組合 など職場ですすめ られて	子どもが誕生した ので
男性	1,447	21.6	16.9	19.5	12.6	17.2	14.9	12.0
未婚	324	29.0	16.4	0.3▲	12.7	20.7	16.4	0.6▲
既婚・子どもなし	105	29.5	24.8	28.6	12.4	12.4	12.4	0.0▲
既婚・末子未就学児	213	16.9	9.4▲	44.1	6.1▲	20.7	9.4▲	35.2
既婚・末子小学生	154	18.8	8.4▲	29.9	12.3	19.5	16.9	22.1
既婚・末子中学生、高校生	158	19.6	17.7	22.8	13.9	24.1	17.1	13.3
既婚・末子短大・大学・大学院生	62	17.7	4.8▲	19.4	12.9	14.5	9.7	16.1
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	270	20.4	22.2	14.8▲	15.2	11.5▲	17.0	7.4▲
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	153	15.0▲	26.8	14.4	13.7	11.1▲	16.3	7.2
女性	1,901	25.7	18.1	12.6	16.7	8.7	8.0	9.8
未婚	237	31.6	14.3	0.0▲	16.0	14.3	10.5	2.5▲
既婚・子どもなし	131	29.0	20.6	19.8	18.3	7.6	11.5	0.8▲
既婚・末子未就学児	264	24.2	8.3▲	30.7	10.6▲	14.4	4.5▲	26.9
既婚・末子小学生	193	25.4	12.4▲	17.6	16.1	7.3	5.2	21.8
既婚・末子中学生、高校生	212	23.1	16.5	19.3	17.0	12.3	8.5	16.5
既婚・末子短大・大学・大学院生	110	27.3	20.0	9.1	17.3	12.7	13.6	3.6▲
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	459	25.3	23.5	7.0▲	19.4	3.5▲	8.1	4.4▲
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	284	22.2	25.4	5.6▲	18.3	3.9▲	7.4	2.5▲

	N	加入していた生命保 険が満期になった、あ るいは解約したので	近親者や友人など の病气やケガ、死亡 などに接したので	経済的にゆとりが できたので	テレビ、新聞、雑誌、 インターネットなど の広告や記事を見て	ダイレクトメール やチラシを見て	その他	わからない
男性	1,447	8.3	4.4	4.5	2.8	1.1	4.4	2.6
未婚	324	8.3	4.3	4.3	3.1	2.2	6.5	4.6
既婚・子どもなし	105	9.5	3.8	3.8	1.9	1.0	1.9	2.9
既婚・末子未就学児	213	1.9▲	2.3	1.9▲	0.9	0.5	1.9	1.9
既婚・末子小学生	154	4.5	3.2	7.1	0.6	0.6	5.8	0.6
既婚・末子中学生、高校生	158	6.3	5.7	5.1	3.8	0.6	2.5	0.6
既婚・末子短大・大学・大学院生	62	11.3	6.5	1.6	6.5	3.2	4.8	0.0
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	270	11.1	5.6	6.7	4.1	1.1	4.1	2.2
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	153	15.0	4.6	3.3	3.3	0.0	5.9	4.6
女性	1,901	11.7	6.9	5.3	2.6	2.1	4.3	2.2
未婚	237	11.8	7.6	2.5▲	1.7	1.7	6.3	3.0
既婚・子どもなし	131	9.2	6.1	6.9	1.5	2.3	3.1	0.8
既婚・末子未就学児	264	3.0▲	3.4▲	3.0	1.9	0.0▲	5.3	1.1
既婚・末子小学生	193	7.8	5.7	2.1▲	2.1	0.0▲	4.1	1.6
既婚・末子中学生、高校生	212	9.0	6.1	4.7	1.9	1.9	3.3	1.4
既婚・末子短大・大学・大学院生	110	16.4	2.7	7.3	0.9	2.7	5.5	1.8
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	459	15.5	9.6	7.2	4.4	3.1	3.5	2.8
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	284	17.3	9.2	7.7	3.2	4.2	3.9	2.5

### (3) 直近加入契約の加入目的

直近に加入した契約の加入目的を捉えるために、以下のように尋ねた。

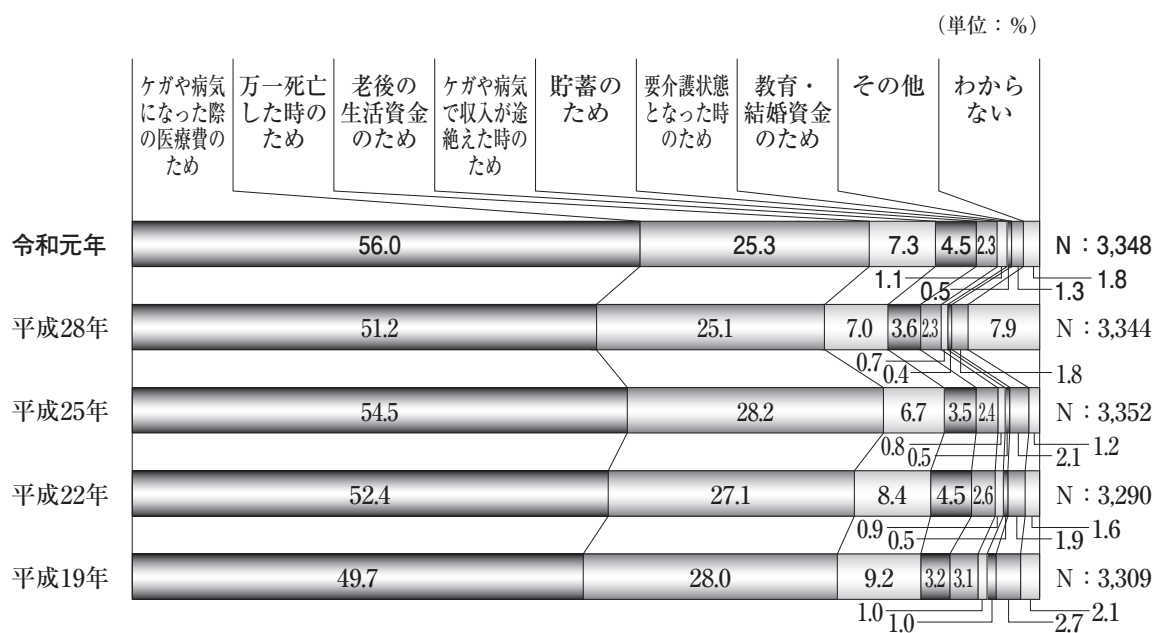
その保険に加入された主な目的は何ですか。この中から1つだけお答えください。

- (ア) 万一死亡した時のため
- (イ) ケガや病気になった際の医療費のため
- (ウ) ケガや病気で収入が途絶えた時のため
- (エ) 老後の生活資金のため
- (オ) 要介護状態となった時のため
- (カ) 教育・結婚資金のため
- (キ) 貯蓄のため
- (ク) その他
- わからない

その結果、「ケガや病気になった際の医療費のため」が56.0%と最も高く、次いで「万一死亡した時のため」(25.3%)、「老後の生活資金のため」(7.3%)と続いている。

前回と比較すると、「ケガや病気になった際の医療費のため」が4.8ポイント増加している。(図表Ⅶ-6)

〈図表Ⅶ-6〉 直近加入契約の加入目的



性別にみると、男性で「万一死亡した時のため」(37.0%)が女性(16.3%)に比べ20.7ポイント高く、女性で「ケガや病気になった際の医療費のため」(64.7%)が男性(44.6%)に比べ20.1ポイント高くなっている。また、「老後の生活費のため」、「貯蓄のため」も女性の方が男性より高くなっている。

性・年齢別にみると、男性では20歳代、60歳代で「ケガや病気になった際の医療費のため」が高くなっている。また、男性40歳代で「万一死亡した時のため」が、女性50歳代で「老後の生活資金のため」が、男性30歳代で「ケガや病気で収入が途絶えた時のため」が、それぞれ高くなっている。(図表Ⅶ-7)

〈図表Ⅶ-7〉 直近加入契約の加入目的〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	ケガや病気になった際の医療費のため	万一死亡した時のため	老後の生活資金のため	ケガや病気で収入が途絶えた時のため	貯蓄のため	要介護状態となった時のため	教育・結婚資金のため	その他	わからない
男性	1,447	44.6	37.0	6.3	5.9	1.6	1.2	0.3	1.0	2.0
20歳代	122	54.1	24.6▲	5.7	8.2	0.0	0.0	0.0	1.6	5.7
30歳代	247	38.1▲	38.1	8.1	8.9	3.2	0.4	0.8	0.8	1.6
40歳代	387	39.8▲	43.4	5.2	7.0	1.8	1.0	0.3	1.0	0.5▲
50歳代	341	45.2	38.4	6.2	4.7	1.2	1.5	0.3	0.9	1.8
60歳代	341	50.7	32.6▲	6.7	3.2▲	1.2	2.1	0.0	1.2	2.3
女性	1,901	64.7	16.3	8.1	3.4	2.8	1.0	0.7	1.4	1.6
20歳代	123	67.5	10.6	4.9	4.1	4.9	0.0	1.6	3.3	3.3
30歳代	322	63.7	19.3	6.5	2.8	2.5	0.3	1.2	1.9	1.9
40歳代	474	65.8	15.8	7.8	4.6	2.1	0.2▲	0.4	1.5	1.7
50歳代	457	62.1	14.9	11.8	3.7	2.6	1.8	0.4	1.3	1.3
60歳代	510	65.3	18.0	7.1	2.4	3.3	1.8	0.4	0.6	1.2

性・ライフステージ別にみると、男性の“未婚”では「ケガや病気になった際の医療費のため」が高く、男性の“既婚・末子未就学児”、“既婚・末子中学生、高校生”では「万一死亡した時のため」が高くなっている。また、女性では“未婚”で「老後の生活資金のため」が、“既婚・末子未就学児”で「万一死亡した時のため」が、それぞれ高くなっている。(図表Ⅶ－８)

(図表Ⅶ－８) 直近加入契約の加入目的〔性・ライフステージ別〕

(単位：%)

	N	ケガや病気になった際の医療費のため	万一死亡した時のため	老後の生活資金のため	途絶えた時のため	ケガや病気で収入が途絶えた時のため	貯蓄のため	要介護状態となった時のため	教育・結婚資金のため	その他	わからない
男性	1,447	44.6	37.0	6.3	5.9	1.6	1.2	0.3	1.0	2.0	
未婚	324	58.6	23.1▲	4.6	7.1	0.9	0.6	0.0	1.2	3.7	
既婚・子どもなし	105	39.0	34.3	9.5	6.7	3.8	2.9	0.0	1.0	2.9	
既婚・末子未就学児	213	27.7▲	44.1	8.0	11.3	3.3	0.5	1.9	0.9	2.3	
既婚・末子小学生	154	36.4▲	44.2	5.2	9.1	1.3	1.9	0.0	0.6	1.3	
既婚・末子中学生、高校生	158	37.3	51.3	4.4	1.9▲	2.5	1.3	0.0	0.6	0.6	
既婚・末子短大・大学・大学院生	62	37.1	48.4	9.7	3.2	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	270	51.9	34.4	6.7	3.3▲	0.4	0.7	0.0	1.1	1.5	
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	153	47.7	37.3	6.5	2.0▲	1.3	2.0	0.0	2.0	1.3	
女性	1,901	64.7	16.3	8.1	3.4	2.8	1.0	0.7	1.4	1.6	
未婚	237	67.1	10.1▲	11.4	2.5	4.2	0.4	0.8	1.3	2.1	
既婚・子どもなし	131	62.6	12.2	9.9	7.6	3.1	0.8	0.0	2.3	1.5	
既婚・末子未就学児	264	63.3	20.5	4.9▲	2.7	3.4	0.4	1.5	2.3	1.1	
既婚・末子小学生	193	68.4	17.6	6.2	3.6	1.0	0.0	1.0	1.0	1.0	
既婚・末子中学生、高校生	212	66.5	16.0	7.1	3.8	1.4	0.5	0.9	1.4	2.4	
既婚・末子短大・大学・大学院生	110	60.9	10.9	11.8	7.3	2.7	0.9	0.9	1.8	2.7	
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	459	63.0	18.5	7.6	3.3	3.1	2.2	0.0▲	1.3	1.1	
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	284	65.5	18.0	8.1	1.4▲	2.8	1.4	0.7	0.7	1.4	



#### (4) 直近加入契約の加入チャネル

直近に加入した契約の加入チャネルを捉えるために、以下のように尋ねた。

その保険はこの中のどちらから加入しましたか。この中から1つだけお答えください。

- (ア) 家庭に来る営業職員（民間の生命保険会社、JA（農協）など）
- (イ) 職場に来る営業職員（民間の生命保険会社、JA（農協）など）
- (ウ) 通信販売（インターネットを通して）
- (エ) 通信販売（テレビ・新聞・雑誌などを通して）
- (オ) 民間の生命保険会社、JA（農協）などの窓口
- (カ) 郵便局の窓口や郵便局員
- (キ) 都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）
- (ク) 地方銀行、信用金庫、信用組合の窓口や銀行員
- (ケ) 信託銀行の窓口や銀行員
- (コ) 証券会社の窓口や営業職員
- (サ) 保険代理店（金融機関を除く保険ショップ等）の窓口
- (シ) 保険代理店（金融機関を除く）の営業職員
- (ス) 勤め先や労働組合等を通して
- (セ) その他  
わからない

その結果、「営業職員」が47.0%と最も高く、次いで「保険代理店の窓口や営業職員」（11.4%）、「民保・JAなどの窓口」（8.4%）と続いている。「営業職員」について詳細をみると、「家庭に来る営業職員」が30.2%、「職場に来る営業職員」が16.8%となっている。

時系列でみると、平成19年以降「保険代理店の窓口や営業職員」は増加傾向にある。（図表Ⅶ－9）

〈図表Ⅶ－9〉 直近加入契約の加入チャネル

（単位：％）

	N	営業職員			通信販売			民保・JAなどの窓口*1	郵便局の窓口や郵便局員*1	銀行・証券会社を通して					証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口や営業職員		勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない	
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して	銀行を通して	都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）			地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	信託銀行の窓口や銀行員	保険代理店の窓口*2	保険代理店の営業職員*2								
令和元年	3,348	47.0	30.2	16.8	5.5	2.8	2.6	8.4	6.5	2.8	2.6	0.9	1.4	0.2	0.2	11.4	5.0	6.3	7.9	6.9	3.6
平成28年	3,344	47.1	28.3	18.8	5.6	2.0	3.6	7.1	8.5	2.8	2.6	1.2	1.4	0.1	0.2	9.9	4.3	5.6	7.8	7.4	3.7
平成25年	3,352	49.7	31.4	18.3	5.8	1.5	4.3	7.0	8.8	2.5	2.4	1.1	1.2	0.1	0.1	9.4	3.4	6.1	6.6	7.1	3.1
平成22年	3,290	51.7	33.0	18.7	5.2	1.0	4.2	6.3	10.5	2.7	2.5	1.1	1.3	0.1	0.2	6.1			7.4	6.5	3.5
平成19年	3,309	56.7	38.8	17.9	5.7	1.0	4.7	11.2		2.8	2.7	1.1	1.4	0.2	0.1	3.8			6.3	9.9	3.6

\*1 平成19年調査は「民保・JAなどの窓口」と「郵便局の窓口や郵便局員」は「民保・郵便局・JAの窓口」という形式で質問

\*2 平成22年調査以前は「保険代理店の窓口」と「保険代理店の営業職員」は「保険代理店の窓口や営業職員」という形式で質問

性別にみると、男性で「職場に来る営業職員」(22.9%)が女性(12.1%)に比べ10.8ポイント高く、女性で「家庭に来る営業職員」(33.3%)が男性(26.1%)に比べ7.2ポイント高くなっている。また、男性では「勤め先や労働組合等を通して」が女性に比べて、女性では「郵便局の窓口や郵便局員」が男性に比べて、それぞれ高くなっている。

性・年齢別にみると、「職場に来る営業職員」は男性60歳代、女性50歳代で高く、「家庭に来る営業職員」は男女とも60歳代で高くなっている。また、男女とも「保険代理店の窓口や営業職員」は30歳代で、「郵便局の窓口や郵便局員」は60歳代でそれぞれ高く、「インターネットを通して」は女性40歳代で高くなっている。(図表Ⅶ-10)

〈図表Ⅶ-10〉直近加入契約の加入チャンネル〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	営業職員		通信販売	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して	民保・JAなどの窓口	郵便局の窓口や郵便局員	銀行・証券会社を通して		
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員						銀行・証券会社を通して	銀行を通して	
男性	1,447	49.0	26.1	22.9	5.1	3.2	1.9	7.7	3.6	2.7	2.4
20歳代	122	35.2▲	21.3	13.9▲	4.9	4.1	0.8	9.0	3.3	3.3	2.5
30歳代	247	42.5▲	22.3	20.2	4.0	2.8	1.2	7.3	2.8	2.8	2.8
40歳代	387	46.3	25.6	20.7	6.5	4.7	1.8	7.5	3.1	2.3	1.8
50歳代	341	52.5	26.1	26.4	5.3	3.5	1.8	9.7	1.8▲	3.5	3.2
60歳代	341	58.7	31.1	27.6	4.4	1.2▲	3.2	6.2	6.7	2.1	2.1
女性	1,901	45.4	33.3	12.1	5.7	2.6	3.2	8.9	8.7	2.9	2.7
20歳代	123	40.7	30.9	9.8	3.3	1.6	1.6	5.7	7.3	2.4	2.4
30歳代	322	43.8	30.7	13.0	4.3	2.2	2.2	13.0	5.0▲	1.6	0.9▲
40歳代	474	44.3	31.2	13.1	8.6	5.3	3.4	8.0	5.5▲	3.2	3.2
50歳代	457	48.1	32.2	16.0	4.2	1.8	2.4	7.7	10.5	2.2	2.2
60歳代	510	47.1	39.0	8.0▲	5.7	1.2▲	4.5	9.2	12.5	4.1	3.9

	N	銀行・証券会社を通して				証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口や営業職員	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員	勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない
		銀行を含む	都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ)	地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	信託銀行の窓口や銀行員							
男性	1,447	0.6	1.6	0.2	0.3	12.3	5.1	7.2	10.2	5.3	4.0	
20歳代	122	0.0	1.6	0.8	0.8	14.8	4.1	10.7	11.5	8.2	9.8	
30歳代	247	0.0	2.0	0.8	0.0	21.1	10.9	10.1	10.9	4.0	4.5	
40歳代	387	0.3	1.6	0.0	0.5	13.4	6.2	7.2	12.1	7.0	1.8▲	
50歳代	341	1.2	2.1	0.0	0.3	9.7	2.6▲	7.0	10.0	4.7	2.9	
60歳代	341	1.2	0.9	0.0	0.0	6.7▲	2.6▲	4.1▲	7.3▲	4.1	3.8	
女性	1,901	1.2	1.3	0.3	0.2	10.7	5.0	5.7	6.2	8.2	3.4	
20歳代	123	1.6	0.8	0.0	0.0	15.4	7.3	8.1	9.8	7.3	8.1	
30歳代	322	0.3	0.6	0.0	0.6	14.0	7.8	6.2	6.2	9.9	2.2	
40歳代	474	1.5	1.5	0.2	0.0	11.4	5.1	6.3	7.6	8.2	3.2	
50歳代	457	0.9	0.9	0.4	0.0	10.5	5.5	5.0	5.5	8.5	2.8	
60歳代	510	1.6	2.0	0.4	0.2	7.3▲	2.4▲	4.9	4.7	6.7	2.7	

### (5) 直近加入契約の加入時の情報入手経路

直近に加入した契約の加入時の情報入手経路を捉えるために、以下のように尋ねた。

その保険の加入を検討するにあたって、どのようなところから情報を得ましたか。この中からいくつでもお答えください。

また、そのうち最も参考になった情報はどれですか。お答えになった項目の中から1つだけお答えください。

- (ア) 民間の生命保険会社、J A（農協）などの営業職員
- (イ) 民間の生命保険会社、J A（農協）などの窓口
- (ウ) 保険代理店の窓口（保険ショップ等）
- (エ) 保険代理店の営業職員
- (オ) 郵便局の窓口や郵便局員
- (カ) 銀行・証券会社の窓口や営業職員
- (キ) 家族・親類
- (ク) 友人・知人
- (ケ) 職場の同僚・上司
- (コ) 勤め先や労働組合、健康保険組合
- (サ) ファイナンシャル・プランナー（FP）や税理士・公認会計士
- (シ) 生命保険に関する情報提供や相談を受け付ける公益的な機関
- (ス) テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事
- (セ) 生命保険会社などが公開している決算報告書等の資料
- (ソ) 商品カタログ・パンフレット
- (タ) ダイレクトメール（郵便など）
- (チ) その会社や代理店のホームページ
- (ツ) 生命保険に関する情報を提供しているホームページ
- (テ) その他  
わからない

その結果、「民保、J Aなどの営業職員」が35.0%で最も高く、次いで「家族・親類」（22.6%）、「友人・知人」（15.8%）の順となっている。

時系列でみると、平成22年以降「保険代理店の窓口や営業職員」、「その会社や代理店のホームページ」は増加傾向にある。（図表Ⅶ－11）

〈図表Ⅶ－11〉 直近加入契約の加入時の情報入手経路

（複数回答,単位：％）

	N	民保、J Aなどの営業職員*1	家族・親類	友人・知人	保険代理店の窓口や営業職員		商品カタログ・パンフレット	勤め先や労働組合、健康保険組合	郵便局の窓口や郵便局員*1	広告や記事	職場の同僚・上司	民保、J Aなどの窓口*1	生命保険に関する情報を提供しているホームページ	その会社や代理店のホームページ	FPや税理士・公認会計士	銀行・証券会社の窓口や営業職員	ダイレクトメール	生命保険に関する公益的な機関	生命保険会社などが公開している決算報告書等の資料	その他	わからない	
					保険代理店の窓口*2	保険代理店の営業職員*2																
令和元年	3,348	35.0	22.6	15.8	13.5	5.1	8.8	12.9	7.3	7.2	6.1	5.7	4.3	3.6	3.1	2.6	2.4	2.3	0.7	0.4	1.3	6.4
平成28年	3,344	35.6	21.6	17.2	12.2	3.7	8.9	14.5	8.4	9.7	6.6	6.3	4.6	2.8	2.3	2.0	3.0	2.0	0.5	0.4	1.9	4.8
平成25年	3,352	35.0	20.0	17.3	10.5	2.5	8.3	15.0	8.1	7.8	5.8	4.3	1.9	1.4	1.3	2.3	2.6	0.4	0.3	2.4	4.3	
平成22年	3,290	35.0	21.0	19.4	7.4	2.5	8.3	13.6	8.4	7.5	6.0	4.3	1.5	1.2	1.1	2.0	1.9	0.9	0.5	1.9	4.2	

\*1 平成25年調査までは「民保、郵便局、JAなどの営業職員」、「民保、郵便局、JAなどの窓口」という形式で質問

\*2 平成22年調査は「保険代理店の窓口」と「保険代理店の営業職員」は「保険代理店の窓口や営業職員」という形式で質問

性別にみると、男性では「保険代理店の営業職員」、「勤め先や労働組合、健康保険組合」、「職場の同僚・上司」などが女性に比べ高く、女性では「友人・知人」、「郵便局の窓口や郵便局員」などが男性に比べ高くなっている。

性・年齢別にみると、「民保、JAなどの営業職員」は男性60歳代、女性50～60歳代で高く、「保険代理店の窓口」は男性30歳代で高くなっている。また、男女とも「郵便局の窓口や郵便局員」は概ね高年齢層ほど、「家族・親類」は若年齢層ほど、それぞれ高くなっている。(図表Ⅶ-12)

〈図表Ⅶ-12〉 直近加入契約の加入時の情報入手経路〔性・年齢別〕

(複数回答, 単位: %)

	N	民保、JAなどの営業職員	家族・親類	友人・知人	保険代理店の窓口や営業職員	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員	商品カタログ・パンフレット	勤め先や労働組合、健康保険組合	郵便局の窓口や郵便局員	テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事	職場の同僚・上司
20歳代	122	19.7▲	38.5	9.8	9.0▲	1.6	7.4	14.8	11.5	2.5	4.9	9.0
30歳代	247	28.7▲	26.3	15.4	23.5	11.3	13.0	11.7	10.1	4.0	7.3	10.1
40歳代	387	36.2	23.0	17.8	14.7	5.2	10.1	12.7	8.8	3.1	5.4	7.0
50歳代	341	37.8	16.4▲	12.0	12.3	2.6▲	10.0	12.3	11.4	3.2	6.5	8.2
60歳代	341	44.0	16.4▲	12.0	15.2	2.6▲	12.9	10.0	9.4	7.6	8.5	5.9
女 性	1,901	34.7	23.2	17.3	12.2	5.4	7.3	13.7	5.3	9.4	5.7	4.2
20歳代	123	22.0▲	42.3	16.3	9.8	6.5	4.9	8.1	5.7	6.5	4.1	5.7
30歳代	322	29.2▲	41.3	18.0	14.3	7.5	8.1	11.8	6.2	4.0▲	2.5▲	5.3
40歳代	474	31.6	24.3	15.8	11.6	4.9	7.0	15.8	5.7	5.7▲	5.3	3.6
50歳代	457	39.4	14.4▲	17.7	13.3	6.6	7.0	16.0	5.3	11.2	5.7	4.6
60歳代	510	40.6	14.1▲	18.6	11.4	3.5▲	8.0	12.5	4.3	15.7	8.4	3.3

	N	民保、JAなどの窓口	生命保険に関するホームページ	その会社や代理店のホームページ	FPや税理士・公認会計士	銀行・証券会社や営業職員の窓口	ダイレクトメール	生命保険に関する情報提供や相談を受け付ける公益的な機関	生命保険会社などが公開している決算報告書等の資料	その他	わからない
20歳代	122	4.9	3.3	3.3	3.3	2.5	1.6	0.0	0.8	0.8	9.8
30歳代	247	3.6	7.7	7.3	5.7	2.0	2.0	1.2	0.4	0.4	4.9
40歳代	387	4.9	4.7	5.4	4.4	2.3	1.3	0.3	0.3	1.0	5.2
50歳代	341	5.0	5.0	2.9	3.8	4.4	2.3	0.9	0.6	0.6	6.7
60歳代	341	3.8	2.3▲	0.6▲	1.5▲	1.8	2.6	0.6	0.0	0.9	6.2
女 性	1,901	4.3	2.9	2.6	1.8	2.3	2.5	0.7	0.4	1.6	6.2
20歳代	123	0.0▲	4.1	1.6	0.0	0.8	3.3	0.8	0.8	1.6	15.4
30歳代	322	4.3	2.5	4.7	3.7	1.2	0.6▲	0.3	0.6	0.6	4.3
40歳代	474	4.9	4.6	5.3	3.0	2.5	2.5	0.6	0.2	1.5	6.5
50歳代	457	5.5	2.6	1.3▲	1.1	2.2	4.2	1.5	0.4	2.2	4.8
60歳代	510	3.7	1.6▲	0.4▲	0.8▲	3.3	2.2	0.4	0.2	1.4	5.1

(6) 直近加入契約の加入時に最も参考になった情報入手経路

直近に加入した契約の加入時の情報入手経路のうち最も参考になった情報についてみると、「民保、JAなどの営業職員」が30.7%で最も高く、「家族・親類」(15.6%)、「保険代理店の窓口や営業職員」(10.4%)が続いている。

時系列でみると、平成22年以降「保険代理店の窓口や営業職員」、「FPや税理士・公認会計士」は増加傾向にある。(図表Ⅶ-13)

〈図表Ⅶ-13〉 直近加入契約の加入時に最も参考になった情報入手経路

(単位：%)

	N	民保、JAなどの営業職員*1	家族・親類	保険代理店の窓口や営業職員		友人・知人	郵便局の窓口や郵便局員*1	勤め先や労働組合、健康保険組合	商品カタログ・パンフレット	職場の同僚・上司	民保、JAなどの窓口*1	テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事	FPや税理士・公認会計士	銀行・証券会社の窓口や営業職員	生命保険に関する情報を提供しているホームページ	その会社や代理店のホームページ	ダイレクトメール	生命保険会社などが公開している決算報告書等の資料	生命保険に関する情報提供や相談を受け付ける公益的な機関	その他	わからない	
				保険代理店の窓口*2	保険代理店の営業職員*2																	
令和元年	3,135	30.7	15.6	10.4	3.9	6.5	9.1	5.5	5.2	5.1	2.8	2.8	2.4	1.9	1.9	1.3	1.0	0.3	0.1	1.0	0.2	
平成28年	3,182	30.2	13.9	9.3	2.7	6.6	9.5	7.5	6.2	5.6	3.0	2.7	2.2	1.4	0.7	0.8	0.2	0.0	1.8	0.6		
平成25年	3,209		13.9	7.6	1.6	6.0	9.8		6.0	6.8	2.9		3.7	0.9	1.4	0.8	0.7	1.0	0.2	0.1	2.1	0.2
平成22年	3,151		13.6	5.2			10.8		5.6	5.9	2.9		3.5	0.8	1.4	0.5	0.5	0.8	0.3	0.1	1.7	0.1

\*1 平成25年調査までは「民保、郵便局、JAなどの営業職員」、「民保、郵便局、JAなどの窓口」という形式で質問

\*2 平成22年調査は「保険代理店の窓口」と「保険代理店の営業職員」は「保険代理店の窓口や営業職員」という形式で質問

性別にみると、男性で「保険代理店の営業職員」、「勤め先や労働組合、健康保険組合」など4項目が女性より高くなっている。一方、女性で「友人・知人」、「郵便局の窓口や郵便局員」など3項目が男性より高くなっている。

性・年齢別にみると、「家族・親類」は男女とも若年齢層ほど高く、「民保、JAなどの営業職員」は男女ともに概ね高年齢層ほど高くなっている。また、「保険代理店の窓口」は男性30歳代で、「郵便局の窓口や郵便局員」は男女とも60歳代で、「FPや税理士・公認会計士」は女性30～40歳代で、それぞれ高くなっている。(図表Ⅶ-14)

〈図表Ⅶ-14〉 直近加入契約の加入時に最も参考になった情報入手経路〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	民保、JAなどの 営業職員	家族・親類	保険代理店の窓口や営業職員	保険代理店の窓口		友人・知人	郵便局の窓口や郵便局員	勤め先や労働組合、健康保険組合	商品カタログ・パンフレット	職場の同僚・上司	民保、JAなどの 窓口
					保険代理店の窓口	営業職員						
男性	1,352	31.0	15.1	11.2	3.6	7.6	7.5	3.0	7.5	4.4	3.9	2.6
20歳代	110	17.3▲	32.7	6.4	1.8	4.5	5.5	2.7	9.1	5.5	6.4	4.5
30歳代	235	22.1▲	17.4	18.3	8.9	9.4	6.4	1.7	8.1	3.0	6.0	0.9
40歳代	367	31.3	16.1	9.8	3.5	6.3	10.4	2.2	5.2▲	5.2	3.0	2.5
50歳代	318	33.3	11.0▲	10.1	1.6▲	8.5	6.3	2.2	9.1	6.0	4.1	3.5
60歳代	320	39.7	9.7▲	10.6	2.5	8.1	6.9	5.9	7.8	2.8	2.5	2.5
女性	1,783	30.5	16.0	9.7	4.1	5.6	10.3	7.3	3.4	5.7	2.0	3.0
20歳代	104	22.1	32.7	10.6	5.8	4.8	9.6	3.8	3.8	3.8	1.9	0.0
30歳代	308	24.7▲	30.2	11.0	5.2	5.8	8.8	2.9▲	3.2	4.2	1.6	3.2
40歳代	443	27.3	17.4	9.5	3.2	6.3	10.8	3.8▲	3.6	5.9	2.0	4.1
50歳代	435	35.2	8.3▲	10.3	5.5	4.8	10.8	9.0	3.9	5.3	2.5	2.8
60歳代	484	34.9	8.7▲	8.5	2.7	5.8	10.7	12.6	2.9	7.2	1.7	2.9

	N	テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事	FPや税理士・公認会計士	銀行・証券会社の窓口や営業職員	生命保険に関する情報を提供しているホームページ	その会社や代理店のホームページ	ダイレクトメール	生命保険に関する情報提供や相談を受け付ける公益的な機関	生命保険会社などが公開している決算報告書等の資料	その他	わからない
20歳代	110	1.8	3.6	1.8	0.9	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30歳代	235	2.6	4.7	1.3	3.4	1.7	0.4	0.9	0.0	0.4	0.9
40歳代	367	2.5	3.5	1.9	3.0	2.5	0.3	0.0	0.0	0.8	0.0
50歳代	318	2.8	3.5	2.5	2.5	1.6	0.9	0.0	0.0	0.6	0.0
60歳代	320	5.0	1.3▲	1.6	1.3	0.3▲	0.6	0.6	0.0	0.9	0.0
女性	1,783	2.6	1.7	1.9	1.5	1.2	1.3	0.3	0.1	1.3	0.2
20歳代	104	1.9	0.0	1.0	1.9	1.0	3.8	0.0	1.0	1.0	0.0
30歳代	308	1.6	3.6	1.0	1.0	1.6	0.3	0.0	0.0	0.6	0.3
40歳代	443	2.0	2.9	2.5	2.7	2.5	0.9	0.7	0.0	1.4	0.0
50歳代	435	2.3	1.1	1.6	1.4	0.7	2.3	0.2	0.2	1.6	0.5
60歳代	484	4.1	0.4▲	2.3	0.8	0.2▲	1.0	0.2	0.0	0.8	0.0

## (7) 直近加入契約の加入時の商品比較経験

直近に加入した契約の加入時の商品比較経験を捉えるために、以下のように尋ねた。

その保険に加入を決めるにあたって、他の生命保険会社の商品や他の金融商品と比較をしましたか。この中からいくつかでもお答えください。

- (ア) 複数の生命保険会社（民間の生命保険会社<sup>(注)</sup>、J A、生協・全労済などを含む）の保険商品と比較した
- (イ) 加入した生命保険会社（民間の生命保険会社<sup>(注)</sup>、J A、生協・全労済などを含む）の別な保険商品と比較した
- (ウ) 生命保険以外の金融商品（損害保険や預貯金、公社債、株式等）と比較した
- (エ) 特に比較はしなかった  
わからない

(注) 民間の生命保険会社には、かんぽ生命が含まれる。

その結果、「比較経験あり」が25.2%であるのに対し、「特に比較はしなかった」は67.9%と高くなっている。比較経験の内訳をみると、「複数の生命保険会社の保険商品と比較した」が16.9%で最も多く、「加入した生命保険会社の別な保険商品と比較した」(8.4%)が続いている。

前回と比較すると、「加入した生命保険会社の別な保険商品と比較した」が1.6ポイント増加し、「特に比較はしなかった」が2.9ポイント減少している。(図表Ⅶ-15)

〈図表Ⅶ-15〉 直近加入契約の加入時の商品比較経験

(複数回答,単位:%)

	N	複数の生命保険会社の保険商品と比較した	加入した生命保険会社の別な保険商品と比較した	生命保険以外の金融商品と比較した	比較経験あり	特に比較はしなかった	わからない
令和元年	3,348	16.9	8.4	1.8	25.2	67.9	6.9
平成28年	3,344	16.2	6.8	1.6	23.3	70.8	5.9

性別にみると、「比較経験あり」は男性（27.9%）が女性（23.1%）に比べて4.8ポイント高くなっている。

性・年齢別にみると、「比較経験あり」は女性30歳代で高くなっている。また、男性40歳代、女性30～40歳代では「複数の生命保険会社の保険商品と比較した」が高くなっている。（図表Ⅶ－16）

〈図表Ⅶ－16〉 直近加入契約の加入時の商品比較経験〔性・年齢別〕

（複数回答，単位：％）

	N	複数の生命 保険会社の 保険商品と 比較した	加入した生 命保険会社 の別な保険 商品と比較 した	生命保険以 外の金融商 品と比較し た	比較経験 あり	特に比較は しなかった	わからない
男 性	1,447	19.1	9.4	1.8	27.9	64.4	7.7
20歳代	122	14.8	8.2	0.8	23.0	60.7	16.4
30歳代	247	21.1	8.9	3.2	30.8	61.9	7.3
40歳代	387	23.0	9.8	1.3	31.5	61.8	6.7
50歳代	341	19.9	9.7	2.9	29.3	65.7	5.0▲
60歳代	341	14.7▲	9.7	0.6	22.9▲	70.4	6.7
女 性	1,901	15.3	7.7	1.8	23.1	70.6	6.3
20歳代	123	12.2	3.3	1.6	16.3	66.7	17.1
30歳代	322	20.2	7.8	1.9	28.9	68.6	2.5▲
40歳代	474	18.6	6.5	1.9	26.2	67.5	6.3
50歳代	457	15.5	9.4	2.0	23.6	71.3	5.0
60歳代	510	9.8▲	8.4	1.6	18.4▲	75.5	6.1



## 2. 今後の加入意向

### (1) 加入意向のあるチャネル

今後の加入チャネルに対する意向を捉えるために、以下のように尋ねた。

あなたが仮に生命保険、生命共済や個人年金保険に加入されるとしたら、次のどこを通して加入したいとお考えですか。この中からいくつでもお答えください。

また、そのうち最も加入したいとお考えになっているのはどこですか。お答えになった項目の中から1つだけお答えください。

- (ア) 家庭に来る営業職員（民間の生命保険会社、JA（農協）など）を通して  
.....以下「家庭に来る営業職員」
- (イ) 職場に来る営業職員（民間の生命保険会社、JA（農協）など）を通して  
.....以下「職場に来る営業職員」
- (ウ) 通信販売（インターネットを通して）.....以下「インターネットを通して」
- (エ) 通信販売（テレビ・新聞・雑誌などを通して）.....以下「テレビ・新聞・雑誌などを通して」
- (オ) 民間の生命保険会社、JA（農協）の窓口を通して 以下「民保・JAの窓口」
- (カ) 郵便局の窓口や郵便局員を通して.....以下「郵便局の窓口や郵便局員」
- (キ) 都市銀行の窓口や銀行員を通して（ゆうちょ銀行を含む）  
.....以下「都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）」
- (ク) 地方銀行、信用金庫、信用組合の窓口や銀行員を通して  
.....以下「地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員」
- (ケ) 信託銀行の窓口や銀行員を通して.....以下「信託銀行の窓口や銀行員」
- (コ) 証券会社の窓口や営業職員を通して.....以下「証券会社の窓口や営業職員」
- (サ) 保険代理店（金融機関を除く保険ショップ等）の窓口を通して  
.....以下「保険代理店の窓口」
- (シ) 保険代理店（金融機関を除く）の営業職員を通して 以下「保険代理店の営業職員」
- (ス) 勤め先や労働組合等を通して
- (セ) その他  
わからない

その結果、「営業職員」が34.2%と最も高く、次いで「保険代理店の窓口や営業職員」（22.3%）、「民保・JAの窓口」（20.8%）と続いている。

前回と比較すると、「インターネットを通して」が4.8ポイント、「保険代理店の窓口」が2.7ポイント、それぞれ増加している一方、「郵便局の窓口や郵便局員」が2.8ポイント減少している。（図表Ⅶ-17）

〈図表Ⅶ-17〉 加入意向のあるチャネル

（複数回答，単位：％）

	N	営業職員			通信販売			民保・JAの窓口*1	郵便局の窓口や郵便局員*1	銀行・証券会社を通して					証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口や営業職員		勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない	
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して	銀行を通して	都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）			地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	信託銀行の窓口や銀行員	保険代理店の窓口*2	保険代理店の営業職員*2								
令和元年	4,014	34.2	24.1	13.5	18.6	16.3	4.7	20.8	16.4	11.7	11.4	7.5	5.3	1.2	0.8	22.3	15.6	10.1	13.2	3.0	16.4
平成28年	4,056	34.7	24.5	13.9	14.5	11.5	5.3	20.8	19.2	11.6	11.4	7.5	5.1	0.9	0.7	19.5	12.9	9.5	12.6	4.3	16.9
平成25年	4,043	37.2	27.3	13.2	15.5	11.9	5.8	22.8	23.2	12.8	12.5	8.4	5.3	1.0	0.6	19.3	11.9	9.7	10.9	3.0	14.2
平成22年	4,076	42.0	30.9	15.8	13.6	9.8	6.6	21.4	25.7	11.1	10.8	7.1	4.8	1.0	0.7	13.6			12.8	2.8	16.4
平成19年	4,059	40.7	29.2	15.5	15.3	8.8	9.6	32.2		8.6	8.3	4.3	5.0	1.4	0.8	10.5			13.5	3.8	19.0

\*1 平成19年調査は「民保・JAの窓口」と「郵便局の窓口や郵便局員」は「民保・郵便局・JAの窓口」という形式で質問

\*2 平成22年調査以前は「保険代理店の窓口」と「保険代理店の営業職員」は「保険代理店の窓口や営業職員」という形式で質問

性別にみると、男性で「職場に来る営業職員」(18.0%)が女性(10.0%)に比べ8.0ポイント高くなっている。男性では他に「インターネットを通して」、「証券会社の窓口や営業職員」、「保険代理店の営業職員」、「勤め先や労働組合等を通して」も女性に比べ高くなっている。また、女性では「郵便局の窓口や郵便局員」が男性に比べ6.6ポイント高くなっている。

性・年齢別にみると、「家庭に来る営業職員」は男性50歳代、女性60歳代で高く、「職場に来る営業職員」は男性20歳代で高くなっている。また、「保険代理店の窓口」、「勤め先や労働組合等を通して」は男女とも20～30歳代でそれぞれ高く、「インターネットを通して」は男性30歳代、女性30～40歳代で高くなっている。(図表Ⅶ-18)

〈図表Ⅶ-18〉 加入意向のあるチャネル〔性・年齢別〕

(複数回答, 単位: %)

	N	営業職員			通信販売			民保・JAの窓口	郵便局の窓口や郵便局員	銀行・証券会社を通して	
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して	銀行・証券会社を通して	銀行を通して				
男性	1,765	36.3	22.5	18.0	21.1	19.2	5.1	19.9	12.7	11.3	10.7
20歳代	205	35.1	15.6▲	23.9	24.4	23.4	5.9	19.0	13.2	15.6	13.7
30歳代	296	35.5	19.6	21.3	27.0	25.3	4.4	24.7	9.5	10.8	10.8
40歳代	422	38.4	21.3	21.1	23.0	20.9	5.7	21.8	13.5	10.7	10.2
50歳代	389	40.1	28.5	16.7	21.9	20.3	5.4	18.0	10.8	13.1	12.1
60歳代	410	34.1	25.4	11.7▲	13.4▲	10.7▲	4.6	17.8	16.6	8.3▲	8.0
女性	2,249	32.6	25.3	10.0	16.7	14.0	4.4	21.5	19.3	12.0	12.0
20歳代	197	28.9	17.3▲	13.2	15.2	14.2	3.6	21.3	12.7▲	12.7	12.2
30歳代	383	29.8	20.1▲	11.5	21.4	20.1	2.6	26.1	16.2	12.3	12.3
40歳代	526	30.4	22.4	10.8	20.2	18.3	4.6	24.0	17.5	10.1	10.1
50歳代	511	36.0	27.4	11.5	16.6	13.5	5.5	21.5	21.7	11.2	11.2
60歳代	593	36.1	33.2	6.4▲	11.1▲	6.7▲	5.1	16.4▲	23.8	14.5	14.3

	N	銀行員				証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口や営業職員	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員	勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない
		都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	信託銀行の窓口や銀行員	銀行員							
男性	1,765	6.6	5.4	1.4	1.1	22.9	15.8	11.3	16.2	2.3	15.9	
20歳代	205	7.8	8.3	2.0	2.4	28.8	22.0	13.7	25.4	1.5	16.6	
30歳代	296	8.1	4.4	1.4	0.0▲	29.4	21.3	13.2	24.7	1.7	9.5▲	
40歳代	422	5.7	6.2	1.2	0.9	25.4	18.5	11.6	17.8	4.0	8.5▲	
50歳代	389	7.7	5.9	2.6	2.3	22.4	14.4	12.3	14.7	2.3	14.9	
60歳代	410	4.1▲	4.1	0.5	0.5	15.1▲	8.3▲	8.8	6.6▲	1.0▲	25.1	
女性	2,249	8.3	5.1	1.0	0.5	21.8	15.5	9.2	10.8	3.6	16.9	
20歳代	197	7.1	6.1	2.0	3.0	28.4	21.3	11.7	21.8	1.5	17.3	
30歳代	383	7.0	7.0	0.8	0.3	31.9	25.6	10.2	15.9	4.2	11.5▲	
40歳代	526	7.8	4.4	0.4	0.2	25.7	17.1	11.2	12.9	3.2	13.5▲	
50歳代	511	8.2	4.1	1.8	0.2	20.5	13.7	9.4	9.4	4.1	13.5▲	
60歳代	593	10.3	5.1	0.7	0.3	11.5▲	7.4▲	6.2▲	3.0▲	3.9	24.3	

(2) 最も加入意向のあるチャンネル

最も加入意向のあるチャンネルについてみると、「営業職員」が30.8%と最も高く、次いで「保険代理店の窓口や営業職員」(16.5%)、「民保・JAの窓口」(13.6%)と続いている。

前回と比較すると、「インターネットを通して」が3.2ポイント、「保険代理店の窓口や営業職員」が3.1ポイント、それぞれ増加している一方、「郵便局の窓口や郵便局員」が2.0ポイント減少している。(図表Ⅶ-19)

〈図表Ⅶ-19〉 最も加入意向のあるチャンネル

(単位：%)

	N	営業職員			通信販売			民保・JAの窓口*1	郵便局の窓口や郵便局員*1	銀行・証券会社を通して	銀行を通して					証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口や営業職員	保険代理店の窓口*2		保険代理店の営業職員*2	勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	インターネットを通して	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して	銀行を通して				都市銀行の窓口や銀行員	地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	信託銀行の窓口や銀行員	ゆうちょ銀行を含む	銀行を通して			銀行を通して	銀行を通して				
令和元年	3,354	30.8	21.4	9.4	12.5	10.9	1.6	13.6	8.7	4.8	4.7	3.0	1.4	0.3	0.1	16.5	10.2	6.3	8.8	3.4	0.9		
平成28年	3,369	31.3	21.3	9.9	10.1	7.7	2.5	14.2	10.7	5.3	5.3	3.2	1.9	0.2	0.1	13.4	7.6	5.9	9.3	4.6	1.0		
平成25年	3,470	32.5	23.3	9.2	9.9	7.2	2.7	14.8	13.4	5.4	5.3	3.3	1.8	0.2	0.1	12.7	6.7	6.0	7.4	3.0	0.9		
平成22年	3,407	37.8	26.3	11.5	8.8	5.9	2.9	12.7	15.3	4.6	4.5	2.6	1.7	0.2	0.1	8.0			9.1	2.8	0.8		
平成19年	3,286	37.8	26.7	11.0	10.7	5.1	5.5	27.0		3.8	3.6	1.6	1.7	0.3	0.2	5.5			10.5	3.8	1.0		

\*1 平成19年調査は「民保・JAの窓口」と「郵便局の窓口や郵便局員」は「民保・郵便局・JAの窓口」という形式で質問

\*2 平成22年調査以前は「保険代理店の窓口」と「保険代理店の営業職員」は「保険代理店の窓口や営業職員」という形式で質問

性別にみると、男性で「職場に来る営業職員」が12.8%と女性に比べ6.1ポイント高くなっている。一方、女性では「郵便局の窓口や郵便局員」が10.1%と男性に比べ3.1ポイント高くなっている。

性・年齢別にみると、「家庭に来る営業職員」は男性50～60歳代、女性60歳代で、「郵便局の窓口や郵便局員」は男女とも60歳代で、「勤め先や労働組合等を通して」は男性20～30歳代、女性20歳代で、それぞれ高くなっている。また、「インターネットを通して」は女性40歳代で、「保険代理店の窓口」は男性30歳代、女性20～30歳代で高くなっている。(図表Ⅶ-20)

(図表Ⅶ-20) 最も加入意向のあるチャネル〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	営業職員			通信販売	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して	民保・JAの窓口	郵便局員	郵便局の窓口や郵便局員	銀行・証券会社を通して	銀行を通して
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員									
男性	1,485	32.7	19.9	12.8	13.9	12.5	1.3	12.5	7.0	3.8	3.8	
20歳代	171	24.6▲	12.3▲	12.3	15.2	14.0	1.2	8.2	7.0	6.4	5.8	
30歳代	268	26.5▲	14.2▲	12.3	15.3	14.2	1.1	13.4	3.0▲	4.1	4.1	
40歳代	386	31.6	17.6	14.0	14.5	12.7	1.8	11.4	6.2	2.6	2.6	
50歳代	331	38.1	24.8	13.3	14.8	13.9	0.9	12.1	4.8	3.3	3.3	
60歳代	307	38.8	27.0	11.7	9.8▲	8.1▲	1.6	15.3	14.0	3.9	3.9	
女性	1,869	29.3	22.6	6.7	11.4	9.7	1.7	14.4	10.1	5.5	5.5	
20歳代	163	21.5▲	12.3▲	9.2	10.4	9.8	0.6	14.7	5.5▲	6.1	6.1	
30歳代	339	23.0▲	16.8▲	6.2	10.9	10.6	0.3▲	17.4	5.6▲	3.8	3.8	
40歳代	455	27.3	18.7▲	8.6	14.5	13.4	1.1	16.3	7.7▲	4.0	4.0	
50歳代	442	31.4	23.3	8.1	11.1	9.0	2.0	12.7	11.8	5.2	5.2	
60歳代	449	37.6	34.7	2.9▲	8.9	5.3▲	3.6	11.4▲	16.5	8.5	8.2	

	N	営業職員					保険代理店の窓口や営業職員	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員	勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない
		都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	信託銀行の窓口や銀行員	証券会社の窓口や営業職員							
男性	1,485	2.4	1.1	0.3	0.1	15.8	9.0	6.9	10.7	2.5	1.1	
20歳代	171	1.8	2.9	1.2	0.6	16.4	8.2	8.2	18.7	1.2	2.3	
30歳代	268	2.6	0.7	0.7	0.0	19.0	12.7	6.3	15.7	1.9	1.1	
40歳代	386	1.6	0.8	0.3	0.0	18.4	10.9	7.5	10.4	3.9	1.0	
50歳代	331	2.4	0.9	0.0	0.0	14.2	7.9	6.3	9.1	2.7	0.9	
60歳代	307	2.9	1.0	0.0	0.0	11.7▲	4.9▲	6.8	4.2▲	1.3	1.0	
女性	1,869	3.5	1.6	0.3	0.1	17.0	11.2	5.8	7.3	4.2	0.7	
20歳代	163	3.1	3.1	0.0	0.0	22.7	16.0	6.7	16.6	0.6▲	1.8	
30歳代	339	1.2▲	2.1	0.6	0.0	24.8	19.2	5.6	8.8	5.0	0.6	
40歳代	455	3.5	0.4▲	0.0	0.0	19.6	12.3	7.3	7.0	3.5	0.2	
50歳代	442	2.9	1.8	0.5	0.0	14.9	8.6▲	6.3	7.7	4.8	0.5	
60歳代	449	6.0	1.8	0.4	0.2	8.9▲	4.9▲	4.0	2.2▲	4.7	1.3	

直近加入契約の加入チャネル別にみると、営業職員から加入した層では「営業職員」が、通信販売から加入した層では「通信販売」というように、直近の加入時に利用したチャネルでそれぞれ高くなっている。(図表Ⅶ-21)

(図表Ⅶ-21) 最も加入意向のあるチャネル〔直近加入契約の加入チャネル別〕

(単位：%)

	N	営業職員			通信販売			民保・J Aの窓口	郵便局の窓口や郵便局員
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員		インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して			
全体	3,354	30.8	21.4	9.4	12.5	10.9	1.6	13.6	8.7
営業職員	1,395	53.5	37.2	16.3	7.7▲	7.2▲	0.5▲	12.0▲	5.2▲
家庭に来る営業職員	892	54.0	50.3	3.7▲	7.2▲	6.6▲	0.6▲	12.7	5.8▲
職場に来る営業職員	503	52.5	13.9▲	38.6	8.5▲	8.2▲	0.4▲	10.7▲	4.2▲
通信販売	163	9.2▲	6.7▲	2.5▲	54.0	44.2	9.8	12.3	3.7▲
インターネットを通して	88	5.7▲	4.5▲	1.1▲	68.2	65.9	2.3	5.7▲	1.1▲
テレビ・新聞・雑誌などを通して	75	13.3▲	9.3▲	4.0	37.3	18.7	18.7	20.0	6.7
民保・J Aの窓口	249	15.3▲	12.9▲	2.4▲	8.4▲	6.8▲	1.6	42.2	5.2▲
郵便局の窓口や郵便局員	187	9.1▲	7.0▲	2.1▲	3.2▲	3.2▲	0.0	8.6▲	56.1
銀行・証券会社を通して	85	11.8▲	8.2▲	3.5	12.9	10.6	2.4	12.9	11.8
保険代理店の窓口や営業職員	360	8.3▲	6.9▲	1.4▲	10.0	8.6	1.4	12.2	3.6▲
保険代理店の窓口	160	5.0▲	4.4▲	0.6▲	7.5	6.3	1.3	16.9	3.8▲
保険代理店の営業職員	200	11.0▲	9.0▲	2.0▲	12.0	10.5	1.5	8.5▲	3.5▲
勤め先や労働組合等を通して	236	16.1▲	8.1▲	8.1	11.9	11.0	0.8	8.5▲	4.2▲
その他	182	21.4▲	17.0	4.4▲	9.3	8.8	0.5	10.4	7.1

	N	銀行・証券会社を通して	保険代理店の窓口や営業職員		勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない	
			保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員				
全体	3,354	4.8	16.5	10.2	6.3	8.8	3.4	0.9
営業職員	1,395	3.6▲	10.4▲	5.8▲	4.6▲	5.2▲	1.7▲	0.7
家庭に来る営業職員	892	3.7	11.0▲	6.2▲	4.8▲	3.0▲	2.1▲	0.4
職場に来る営業職員	503	3.4	9.3▲	5.2▲	4.2▲	9.1	1.0▲	1.2
通信販売	163	0.6▲	12.3	9.2	3.1	6.1	1.2	0.6
インターネットを通して	88	1.1	10.2	8.0	2.3	5.7	1.1	1.1
テレビ・新聞・雑誌などを通して	75	0.0▲	14.7	10.7	4.0	6.7	1.3	0.0
民保・J Aの窓口	249	4.4	16.5	10.0	6.4	4.0▲	3.2	0.8
郵便局の窓口や郵便局員	187	8.6	9.6▲	5.9▲	3.7	2.7▲	1.6	0.5
銀行・証券会社を通して	85	28.2	14.1	5.9	8.2	7.1	1.2	0.0
保険代理店の窓口や営業職員	360	2.8	55.8	32.5	23.3	5.0▲	0.8▲	1.4
保険代理店の窓口	160	3.1	56.9	50.0	6.9	4.4▲	0.0▲	2.5
保険代理店の営業職員	200	2.5	55.0	18.5	36.5	5.5	1.5	0.5
勤め先や労働組合等を通して	236	3.0	10.2▲	8.5	1.7▲	43.6	1.3	1.3
その他	182	4.4	8.8▲	5.5▲	3.3	7.7	30.8	0.0

\* 「都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）」、「地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員」、「信託銀行の窓口や銀行員」、「証券会社の窓口や営業職員」はサンプル数が少ないため掲載していない

### (3) 加入チャネルに対する意向

最も加入意向のあるチャネルに対して重視している項目を捉えるために、以下のように尋ねた。

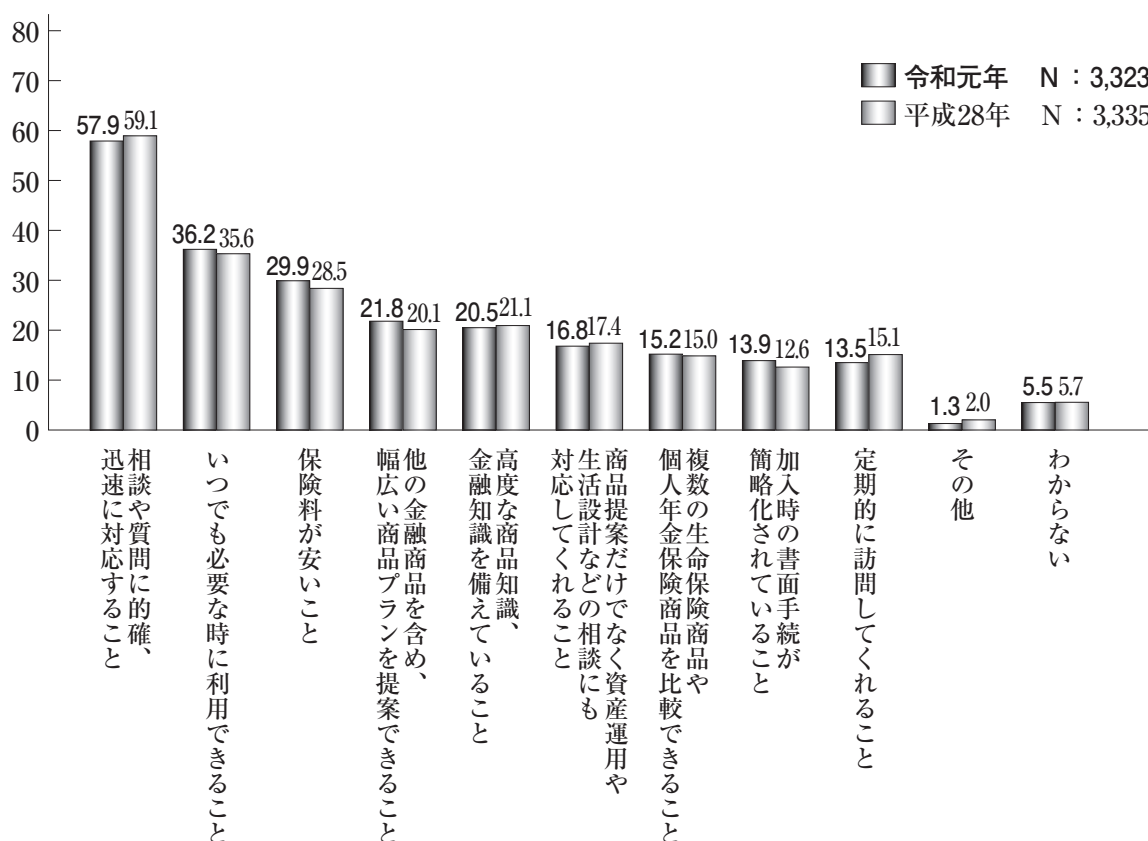
S Q 1 (最も加入意向のあるチャネル) で回答した加入経路について、あなたは何を重視しますか。この中から重視するものを3つまでお答えください。

- (ア) 相談や質問に的確、迅速に対応すること
- (イ) 定期的に訪問してくれること
- (ウ) 高度な商品知識、金融知識を備えていること
- (エ) 他の金融商品を含め、幅広い商品プランを提案できること
- (オ) 商品提案だけでなく資産運用や生活設計などの相談にも対応してくれること
- (カ) いつでも必要な時に利用できること
- (キ) 加入時の書面手続が簡略化されていること
- (ク) 複数の生命保険商品や個人年金保険商品を比較できること
- (ケ) 保険料が安いこと
- (コ) その他  
わからない

その結果、「相談や質問に的確、迅速に対応すること」が57.9%と最も高く、以下「いつでも必要な時に利用できること」(36.2%)、「保険料が安いこと」(29.9%)の順となっている。(図表Ⅶ-22)

〈図表Ⅶ-22〉 加入チャネルに対する意向

(3項目以内での複数回答, 単位: %)



性・年齢別にみると、「高度な商品知識、金融知識を備えていること」は男性20歳代、女性30歳代で、「商品提案だけでなく資産運用や生活設計などの相談にも対応してくれること」は女性30歳代で、「複数の生命保険商品や個人年金保険商品を比較できること」は女性40歳代で、それぞれ高くなっている。  
(図表Ⅶ-23)

〈図表Ⅶ-23〉 加入チャネルに対する意向〔性・年齢別〕

(3項目以内での複数回答, 単位: %)

	N	相談や質問に的確、迅速に対応すること	いつでも必要な時に利用できること	保険料が安いこと	他の金融商品を含め、幅広い商品プランを提案できること	高度な商品知識、金融知識を備えていること	商品提案だけでなく資産運用や生活設計などの相談にも対応してくれること	複数の生命保険商品や個人年金保険商品を比較できること	加入時の書面手続が簡略化されていること	定期的に訪問してくれること	その他	わからない
男性	1,468	57.5	34.7	30.4	22.9	21.0	16.4	14.3	14.9	14.6	1.3	4.9
20歳代	167	59.9	40.1	30.5	24.6	27.5	16.8	16.8	11.4	13.2	0.6	4.8
30歳代	265	58.9	38.5	30.6	26.8	22.3	17.0	18.1	17.7	10.6▲	0.4	6.8
40歳代	382	59.9	31.4	34.8	25.4	20.9	18.1	14.4	15.2	14.1	1.0	3.9
50歳代	328	57.0	29.0▲	26.5	20.4	21.6	16.2	14.3	13.4	18.3	1.5	4.3
60歳代	304	52.6	37.2	29.3	19.1	15.5▲	14.8	9.2▲	16.1	15.8	2.6	5.3
女性	1,855	58.2	37.4	29.4	21.0	20.1	17.0	16.0	13.1	12.7	1.2	6.0
20歳代	160	58.8	38.8	26.3	30.0	18.8	19.4	20.0	15.6	7.5▲	0.0	7.5
30歳代	337	59.9	32.0▲	30.6	24.3	26.7	23.1	19.3	12.2	7.4▲	0.9	5.9
40歳代	454	56.4	35.9	29.7	22.5	20.7	19.6	19.2	11.5	13.2	1.1	4.6
50歳代	440	58.9	38.0	30.2	17.0▲	18.6	14.1	13.6	13.2	14.3	1.6	7.3
60歳代	443	58.0	41.3	28.9	17.6▲	16.0▲	11.5▲	11.5▲	14.4	16.7	1.6	5.9

最も加入意向のあるチャネル別にみると、「相談や質問に的確、迅速に対応すること」は「保険代理店の営業職員」で72.0%、「いつでも必要な時に利用できること」は「インターネットを通して」で51.2%、「保険料が安いこと」は「テレビ・新聞・雑誌などを通して」で59.6%、「他の金融商品を含め、幅広い商品プランを提案できること」は「保険代理店の窓口」で36.0%、「高度な商品知識、金融知識を備えていること」は「保険代理店の営業職員」で29.4%、とそれぞれ最も高くなっている。(図表Ⅶ-24)

〈図表Ⅶ-24〉 加入チャネルに対する意向〔最も加入意向のあるチャネル別〕

(3項目以内での複数回答, 単位: %)

	N	相談や質問に的確、迅速に対応すること	いつでも必要な時に利用できること	保険料が安いこと	他の金融商品を含め、幅広い商品プランを提案できること	高度な商品知識、金融知識を備えていること	商品提案だけでなく資産運用や生活設計などの相談にも対応してくれること	複数の生命保険商品や個人年金保険商品を比較できること	加入時の書面手続が簡略化されていること	定期的に訪問してくれること	その他	わからない
全体	3,323	57.9	36.2	29.9	21.8	20.5	16.8	15.2	13.9	13.5	1.3	5.5
営業職員	1,033	68.2	31.8▲	22.1▲	19.5▲	18.7	16.2	8.8▲	10.5▲	24.8	1.1	5.3
家庭に来る営業職員	718	69.9	33.6	20.8▲	18.9▲	18.0	15.3	8.5▲	9.5▲	23.8	1.1	5.8
職場に来る営業職員	315	64.1	27.6▲	25.1	20.6	20.3	18.1	9.5▲	12.7	27.0	1.0	4.1
通信販売	419	30.8▲	48.7	49.6	23.4	14.1▲	5.5▲	28.2	33.9	2.9▲	1.0	2.6▲
インターネットを通して	367	30.2▲	51.2	48.2	24.3	13.9▲	5.7▲	29.2	33.2	2.7▲	1.1	2.7▲
テレビ・新聞・雑誌などを通して	52	34.6▲	30.8	59.6	17.3	15.4	3.8▲	21.2	38.5	3.8▲	0.0	1.9
民保・JAの窓口	455	63.7	39.8	24.6▲	24.4	27.7	23.5	14.3	11.2	12.7	0.2▲	3.7
郵便局の窓口や郵便局員	293	50.2▲	44.7	35.5	17.7	16.4	12.3▲	8.5▲	11.6	10.2	2.0	6.5
銀行・証券会社を通して	160	59.4	36.3	19.4▲	19.4	26.9	28.1	12.5	13.1	9.4	2.5	3.8
保険代理店の窓口や営業職員	553	63.7	28.6▲	27.1	32.5	27.7	21.0	26.8	9.0▲	7.2▲	0.2▲	6.1
保険代理店の窓口	342	58.5	29.2▲	28.9	36.0	26.6	22.2	31.3	10.5	4.1▲	0.3	5.8
保険代理店の営業職員	211	72.0	27.5▲	24.2	27.0	29.4	19.0	19.4	6.6▲	12.3	0.0	6.6
勤め先や労働組合等を通して	295	51.5▲	36.9	41.4	13.9▲	14.9▲	16.6	10.8▲	14.6	9.5▲	1.7	10.2
その他	115	47.0▲	29.6	33.0	9.6▲	13.9	12.2	6.1▲	11.3	8.7	8.7	10.4

\* 「都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)」、「地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員」、「信託銀行の窓口や銀行員」、「証券会社の窓口や営業職員」はサンプル数が少ないため掲載していない



#### (4) 生命保険会社等に対する意向

今後の生命保険加入先としての生命保険会社等に対する意向を捉えるために、以下のように尋ねた。

あなたが仮に生命保険、生命共済や個人年金保険に加入されるとしたら、それらの商品を提供している生命保険会社、団体などにどのようなことを望みますか。この中からいくつでもお答えください。

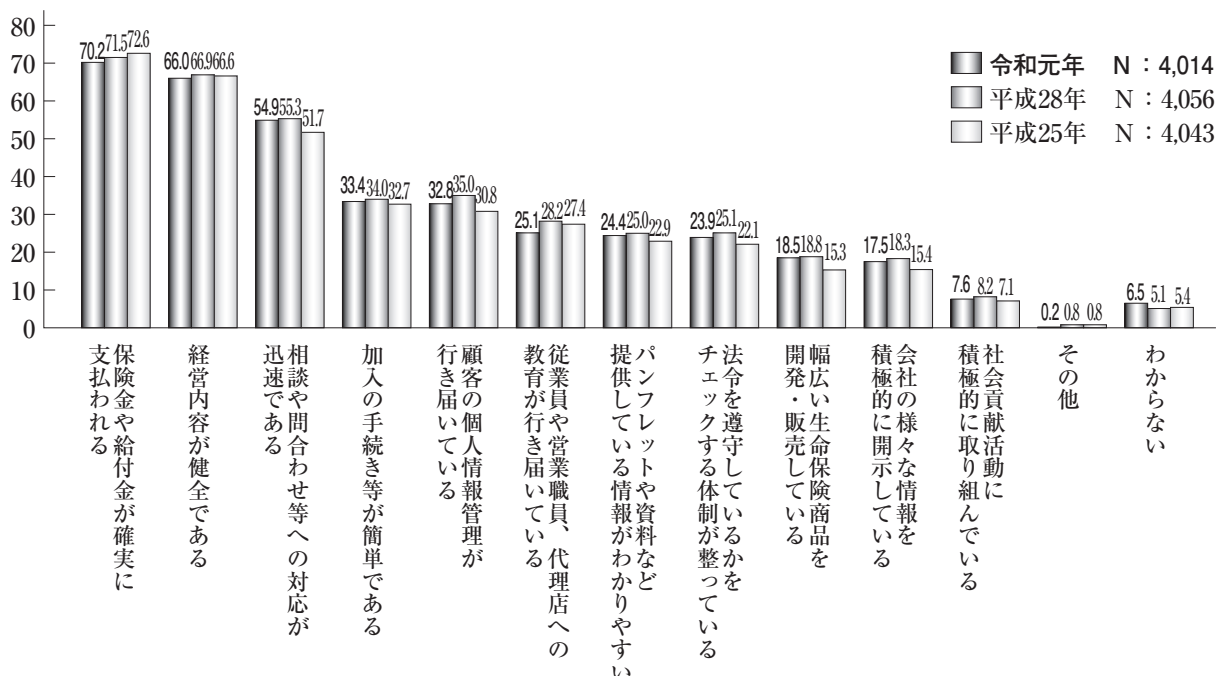
- (ア) 経営内容が健全であること
- (イ) 幅広い生命保険商品を開発・販売していること
- (ウ) 保険金や給付金が確実に支払われること
- (エ) 相談や問い合わせ等への対応が迅速であること
- (オ) 加入の手続き等が簡単であること
- (カ) 従業員や営業職員、代理店への教育が行き届いていること
- (キ) 会社の様々な情報（企業情報や商品情報など）を積極的に開示していること
- (ク) 法令を遵守しているかをチェックする体制が整っていること
- (ケ) パンフレットや資料など提供している情報がわかりやすいこと
- (コ) 顧客の個人情報管理が行き届いていること
- (サ) 社会貢献活動に積極的に取り組んでいること
- (シ) その他  
わからない

その結果、「保険金や給付金が確実に支払われる」が70.2%で最も高く、「経営内容が健全である」(66.0%)、「相談や問い合わせ等への対応が迅速である」(54.9%)までが5割以上で続いている。

時系列でみると、「従業員や営業職員、代理店への教育が行き届いている」は、前回に比べ3.1ポイント減少している。また、前回に比べ「顧客の個人情報管理が行き届いている」は2.2ポイント減少している。(図表Ⅶ-25)

〈図表Ⅶ-25〉 生命保険会社等に対する意向

(複数回答, 単位: %)



性別にみると、「保険金や給付金が確実に支払われる」、「相談や問い合わせ等への対応が迅速である」、「顧客の個人情報管理が行き届いている」など4項目で女性が男性に比べて高くなっている。一方、「法令を遵守しているかをチェックする体制が整っている」では男性（25.5%）が女性（22.6%）に比べ2.9ポイント高くなっている。

性・年齢別にみると、「保険金や給付金が確実に支払われる」は男性30～40歳代、女性40歳代で、「経営内容が健全である」は男性40歳代で、それぞれ高くなっている。また、「相談や問い合わせ等への対応が迅速である」は男性40歳代、女性30～40歳代で、「顧客の個人情報管理が行き届いている」は男性30～40歳代、女性30歳代で、「従業員や営業職員、代理店への教育が行き届いている」は男性40歳代、女性30歳代で、それぞれ高くなっている。（図表Ⅶ－26）

（図表Ⅶ－26） 生命保険会社等に対する意向〔性・年齢別〕

（複数回答，単位：％）

	N	保険金や給付金が確実に支払われる	経営内容が健全である	相談や問い合わせ等への対応が迅速である	加入の手続き等が簡単である	顧客の個人情報管理が行き届いている	従業員や営業職員、代理店への教育が行き届いている	パンフレットや資料など提供している情報がわかりやすい	法令を遵守しているかをチェックする体制が整っている	幅広い生命保険商品を開発・販売している	会社の様々な情報を積極的に開示している	社会貢献活動に積極的に取り組んでいる	その他	わからない
男性	1,765	67.0	65.6	50.1	33.3	29.7	24.4	22.1	25.5	19.4	17.3	7.3	0.3	7.4
20歳代	205	71.2	66.3	50.2	32.7	28.3	20.5	27.8	29.8	22.4	22.9	5.4	0.0	6.3
30歳代	296	72.0	69.9	54.1	36.1	34.8	27.4	24.7	28.0	23.0	18.9	7.4	0.3	4.7
40歳代	422	71.3	70.6	56.2	32.5	34.1	30.6	23.9	29.4	20.4	20.4	9.5	0.5	5.2
50歳代	389	66.6	64.3	49.9	35.7	29.0	24.2	22.9	25.7	20.1	17.0	7.2	0.0	5.1
60歳代	410	60.5▲	60.0▲	44.4▲	30.7	23.9▲	19.5▲	16.3▲	18.8▲	14.9▲	11.2▲	5.9	0.7	11.7
女性	2,249	72.7	66.3	58.7	33.5	35.3	25.7	26.2	22.6	17.7	17.7	7.8	0.2	5.7
20歳代	197	69.0	61.9	59.4	32.0	36.0	24.4	35.5	22.3	21.8	21.3	6.1	0.0	6.1
30歳代	383	74.4	67.1	63.2	29.5	40.7	32.9	31.9	24.3	21.4	25.3	7.6	0.3	3.7
40歳代	526	77.0	67.1	63.1	33.1	38.0	24.3	27.0	21.1	18.1	17.5	6.7	0.0	3.2▲
50歳代	511	75.3	69.7	60.7	37.8	34.6	28.2	25.0	26.0	17.2	18.6	10.0	0.4	3.3▲
60歳代	593	67.5▲	63.7	50.4▲	33.7	29.5▲	20.4▲	19.9▲	19.6▲	14.3▲	11.3▲	7.8	0.2	10.8

## (5) 生命保険商品に対する意向

生命保険商品に対する意向を捉えるため、以下の形式で尋ねた。

あなたが仮に生命保険、生命共済や個人年金保険に加入されるとしたら、A、Bどちらの生命保険に加入したいとお考えですか。

- (1)  
 A：配当金や解約返戻金がない分、保険料が安い生命保険に加入したい  
 B：配当金や解約返戻金のある生命保険に加入したい
- (2)  
 A：掛け捨て（貯蓄機能のない）の生命保険に加入したい  
 B：貯蓄機能を兼ねた生命保険に加入したい
- (3)  
 A：保障の範囲が絞られた生命保険に加入したい  
 B：保障範囲の広い生命保険に加入したい
- (4)  
 A：運用実績により、保険金額が増加したり減少したりする生命保険に加入したい  
 B：保険金額があらかじめ一定額に定められた生命保険に加入したい
- (ア) Aに近い  
 (イ) どちらかといえばAに近い  
 (ウ) どちらかといえばBに近い  
 (エ) Bに近い  
 わからない

### ①無配当・無解約返戻金型商品志向か有配当・有解約返戻金型商品志向か

生命保険商品に対する意向をみると、「無配当・無解約返戻金型商品志向」（「Aに近い」と「どちらかといえばAに近い」と回答した人の合計）は42.2%、「有配当・有解約返戻金型商品志向」（「どちらかといえばBに近い」と「Bに近い」と回答した人の合計）は49.1%となっている。

前回と比較すると、大きな差はみられなかった。（図表Ⅶ－27）

〈図表Ⅶ－27〉 無配当・無解約返戻金型商品志向か有配当・有解約返戻金型商品志向か

（単位：％）

	「無配当・無解約返戻金型商品志向」			「有配当・有解約返戻金型商品志向」		N
	Aに近い	どちらかといえばAに近い	わからない	どちらかといえばBに近い	Bに近い	
令和元年	23.6 (42.2%)	18.6	8.8	18.6	30.5 (49.1%)	4,014
平成28年	25.6 (42.9%)	17.3	7.1	16.5	33.4 (49.9%)	4,056
平成25年	27.2 (42.4%)	15.2	6.7	13.5	37.3 (50.9%)	4,043
平成22年	24.8 (40.6%)	15.9	8.1	14.7	36.6 (51.3%)	4,076

性・年齢別にみると、「無配当・無解約返戻金型商品志向」は女性60歳代で高く、「有配当・有解約返戻金型商品志向」は男性40歳代、女性20～30歳代で高くなっている。(図表Ⅶ-28)

〈図表Ⅶ-28〉 無配当・無解約返戻金型商品志向か有配当・有解約返戻金型商品志向か〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	志向						
		Aに近い	どちらかといえばAに近い	無配当・無解約返戻金型商品志向	わからない	有配当・有解約返戻金型商品志向	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男性	1,765	24.3	18.9	43.2	8.7	48.0	18.4	29.6
20歳代	205	14.6▲	20.0	34.6▲	11.7	53.7	22.9	30.7
30歳代	296	23.0	20.3	43.2	6.4	50.3	22.6	27.7
40歳代	422	23.2	19.9	43.1	4.3▲	52.6	18.7	33.9
50歳代	389	26.5	20.1	46.5	6.2▲	47.3	18.3	29.0
60歳代	410	30.5	16.1	46.6	13.4	40.0▲	13.7▲	26.3
女性	2,249	23.1	18.3	41.4	8.8	49.8	18.7	31.2
20歳代	197	12.2▲	20.8	33.0▲	8.6	58.4	26.4	32.0
30歳代	383	18.5▲	18.3	36.8▲	5.0▲	58.2	20.9	37.3
40歳代	526	24.5	19.0	43.5	7.8	48.7	20.3	28.3
50歳代	511	25.6	17.6	43.2	6.8	49.9	17.8	32.1
60歳代	593	27.2	17.7	44.9	12.3	42.8▲	13.3▲	29.5

②掛け捨て型商品志向か貯蓄型商品志向か

生命保険商品に対する意向をみると、「掛け捨て型商品志向」（“Aに近い”と“どちらかといえばAに近い”と回答した人の合計）が27.1%であるのに対し、「貯蓄型商品志向」（“どちらかといえばBに近い”と“Bに近い”と回答した人の合計）が63.8%と6割以上を占めている。

前回と比較すると、大きな差はみられなかった。（図表Ⅶ－29）

〈図表Ⅶ－29〉 掛け捨て型商品志向か貯蓄型商品志向か

（単位：％）

	「掛け捨て型商品志向」			「貯蓄型商品志向」		N
	Aに近い	どちらかといえばAに近い	わからない	どちらかといえばBに近い	Bに近い	
令和元年	15.9 (27.1%)	11.2	9.1	23.0	40.8 (63.8%)	4,014
平成28年	16.7 (27.5%)	10.7	7.3	21.3	43.9 (65.2%)	4,056
平成25年	17.6 (28.2%)	10.6	7.1	17.4	47.3 (64.7%)	4,043
平成22年	17.0 (27.6%)	10.6	8.1	17.4	46.9 (64.3%)	4,076

性別にみると、「貯蓄型商品志向」は女性（65.5%）が男性（61.6%）に比べ3.9ポイント高く、「掛け捨て型商品志向」は男性（29.0%）が女性（25.7%）に比べ3.3ポイント高くなっている。

性・年齢別にみると、「掛け捨て型商品志向」は男性50～60歳代、女性60歳代で高く、「貯蓄型商品志向」は男性30～40歳代、女性20～30歳代で高くなっている。（図表Ⅶ－30）

〈図表Ⅶ－30〉 掛け捨て型商品志向か貯蓄型商品志向か〔性・年齢別〕

（単位：％）

	N	掛け捨て型商品志向			わからない	貯蓄型商品志向		
		Aに近い	どちらかといえばAに近い	わからない		Aに近い	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男性	1,765	17.5	11.5	29.0	9.5	61.6	22.5	39.0
20歳代	205	12.2▲	7.8	20.0▲	12.2	67.8	28.8	39.0
30歳代	296	12.8▲	11.1	24.0▲	6.4▲	69.6	25.3	44.3
40歳代	422	14.9	11.8	26.8	4.3▲	69.0	25.6	43.4
50歳代	389	18.5	14.9	33.4	6.9	59.6	20.1	39.6
60歳代	410	26.3	10.5	36.8	15.4	47.8▲	18.0▲	29.8▲
女性	2,249	14.7	11.0	25.7	8.8	65.5	23.4	42.1
20歳代	197	8.1▲	8.6	16.8▲	9.1	74.1	32.0	42.1
30歳代	383	10.2▲	10.2	20.4▲	5.5▲	74.2	27.2	47.0
40歳代	526	13.1	12.5	25.7	6.7	67.7	25.7	42.0
50歳代	511	17.0	10.4	27.4	6.3▲	66.3	22.3	44.0
60歳代	593	19.7	11.5	31.2	13.0	55.8▲	17.2▲	38.6▲

③シンプル保障型商品志向か広範保障型商品志向か

生命保険商品に対する意向をみると、「シンプル保障型商品志向」（“Aに近い”と“どちらかといえばAに近い”と回答した人の合計）の18.9%に対し、「広範保障型商品志向」（“どちらかといえばBに近い”と“Bに近い”と回答した人の合計）が70.8%と7割以上を占めている。

前回と比較すると、大きな差はみられなかった。（図表Ⅶ－31）

〈図表Ⅶ－31〉 シンプル保障型商品志向か広範保障型商品志向か

（単位：％）

	「シンプル保障型商品志向」			わからない	「広範保障型商品志向」		N
	Aに近い	どちらかといえばAに近い	どちらかといえばBに近い		Bに近い		
令和元年	8.9 (18.9%)	10.0	10.3	26.0	44.8 (70.8%)	4,014	
平成28年	9.8 (18.0%)	8.3	9.0	23.0	49.9 (72.9%)	4,056	
平成25年	10.7 (18.7%)	8.0	8.8	20.3	52.3 (72.5%)	4,043	
平成22年	9.2 (17.4%)	8.2	9.9	19.7	53.0 (72.7%)	4,076	

性別にみると、男女とも「広範保障型商品志向」が7割以上を占めている。

性・年齢別にみると、「広範保障型商品志向」は男性20歳代、40歳代、女性30歳代で高く、「シンプル保障型商品志向」は男女とも概ね高年齢層ほど高くなっている。（図表Ⅶ－32）

〈図表Ⅶ－32〉 シンプル保障型商品志向か広範保障型商品志向か〔性・年齢別〕

（単位：％）

	N	シンプル保障型商品志向		わからない	広範保障型商品志向		Bに近い	
		Aに近い	どちらかといえばAに近い		どちらかといえばBに近い	Bに近い		
男性	1,765	8.6	9.5	18.1	10.4	71.6	25.6	46.0
20歳代	205	5.4	5.9	11.2▲	11.2	77.6	35.1	42.4
30歳代	296	6.8	9.5	16.2	8.1	75.7	27.4	48.3
40歳代	422	6.4	10.7	17.1	4.7▲	78.2	29.9	48.3
50歳代	389	10.0	11.6	21.6	8.5	69.9	23.7	46.3
60歳代	410	12.9	9.0	22.0	16.6	61.5▲	18.5▲	42.9
女性	2,249	9.1	10.4	19.5	10.3	70.2	26.3	43.8
20歳代	197	7.1	10.2	17.3	9.1	73.6	33.0	40.6
30歳代	383	6.5	8.4	14.9▲	6.3▲	78.9	30.0	48.8
40歳代	526	8.2	12.4	20.5	7.8▲	71.7	30.6	41.1
50歳代	511	9.2	10.4	19.6	10.0	70.5	27.0	43.4
60歳代	593	12.6	10.6	23.3	14.8	61.9▲	17.7▲	44.2

④変額型商品志向か定額型商品志向か

生命保険商品に対する意向をみると、「変額型商品志向」（“Aに近い”と“どちらかといえばAに近い”と回答した人の合計）の10.2%に対し、「定額型商品志向」（“どちらかといえばBに近い”と“Bに近い”と回答した人の合計）は77.6%と8割近くを占めている。

前回と比較すると、「変額型商品志向」が2.0ポイント増加し、「定額型商品志向」が4.1ポイント減少している。（図表Ⅶ－33）

〈図表Ⅶ－33〉 変額型商品志向か定額型商品志向か

（単位：％）

A：運用実績により、保険金額が増加したり減少したりする生命保険に加入したい

B：保険金額があらかじめ一定額に定められた生命保険に加入したい

	「変額型商品志向」				「定額型商品志向」		N
	Aに近い	どちらかといえばAに近い	わからない	どちらかといえばBに近い	Bに近い		
令和元年	4.7 (10.2%)	5.5	12.2	25.3	52.3 (77.6%)		N：4,014
平成28年	4.2 (8.2%)	4.0	10.1	22.2	59.5 (81.7%)		N：4,056
平成25年	3.7 (7.5%)	3.8	9.5	19.3	63.7 (82.9%)		N：4,043
平成22年	3.7 (7.7%)	3.9	10.9	19.3	62.1 (81.4%)		N：4,076

性別にみると、「変動型商品志向」は男性（11.9%）が女性（8.9%）に比べ3.0ポイント高くなっている。性・年齢別にみると、「変額型商品志向」は男性20歳代、女性20～30歳代で高く、「定額型商品志向」は、男性40歳代、女性40～50歳代で高くなっている。（図表Ⅶ－34）

〈図表Ⅶ－34〉 変額型商品志向か定額型商品志向か〔性・年齢別〕

（単位：％）

	N	Aに近い	どちらかといえばAに近い	変額型商品志向	わからない	定額型商品志向	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男性	1,765	5.4	6.5	11.9	11.7	76.4	25.2	51.3
20歳代	205	6.8	11.7	18.5	13.7	67.8▲	25.9	42.0▲
30歳代	296	7.4	7.8	15.2	8.1▲	76.7	30.4	46.3
40歳代	422	6.2	6.9	13.0	5.7▲	81.3	28.2	53.1
50歳代	389	4.6	5.4	10.0	10.5	79.4	24.7	54.8
60歳代	410	3.7	2.9▲	6.6▲	18.0	75.4	20.0▲	55.4
女性	2,249	4.1	4.8	8.9	12.6	78.5	25.5	53.0
20歳代	197	7.1	10.7	17.8	13.2	69.0▲	28.4	40.6▲
30歳代	383	5.0	8.1	13.1	9.4▲	77.5	28.2	49.3
40歳代	526	3.2	4.2	7.4	9.1▲	83.5	29.3	54.2
50歳代	511	4.7	2.7▲	7.4	10.0▲	82.6	26.0	56.6
60歳代	593	2.9	2.5▲	5.4▲	18.5	76.1	18.9▲	57.2

## (6) 生命保険加入時の募集資料で最も重視する情報

生命保険加入時の募集資料に求める要素を捉えるために、以下のように尋ねた。

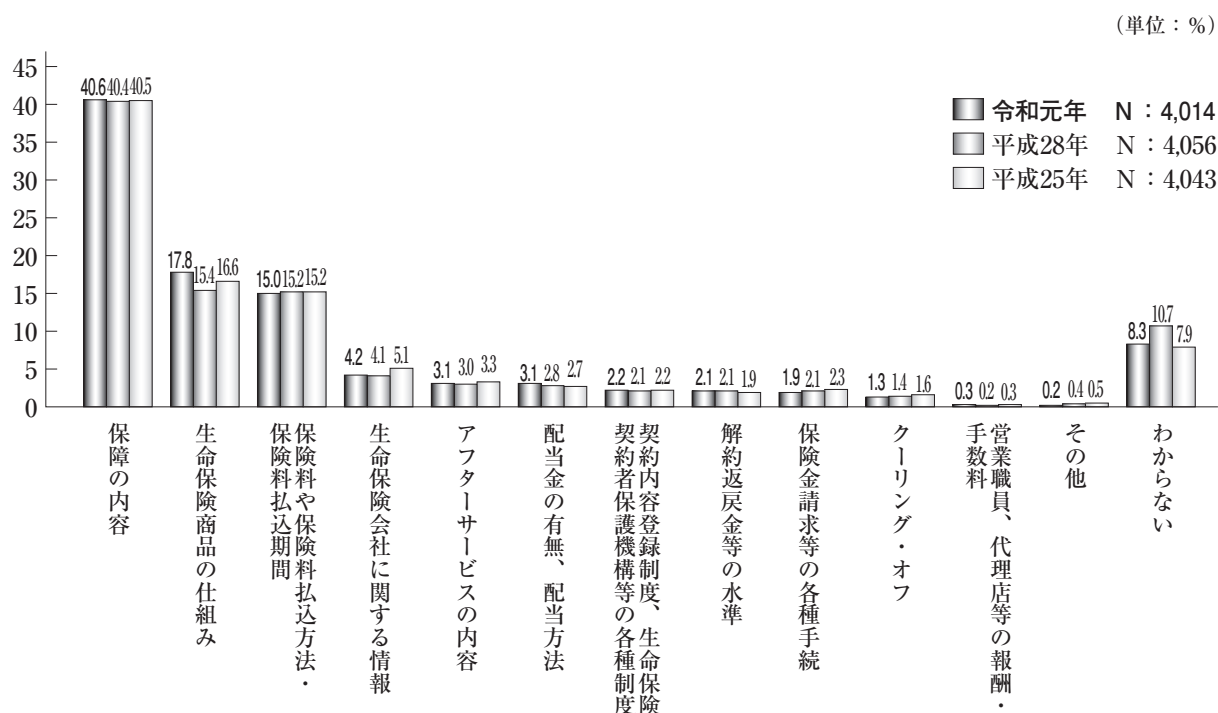
あなたは、生命保険に加入する際に使われるパンフレットや設計書などの資料の内容として、最も重要と考えるものは何ですか。この中から1つだけお答えください。

- (ア) 生命保険会社に関する情報
- (イ) 生命保険商品の仕組み
- (ウ) 保険料や保険料払込方法・保険料払込期間
- (エ) 配当金の有無、配当方法
- (オ) 解約返戻金等の水準
- (カ) 保障の内容（保険金が支払われる場合・支払われない場合等）
- (キ) 保険金請求等の各種手続
- (ク) アフターサービスの内容
- (ケ) 営業職員、代理店等の報酬・手数料
- (コ) 契約内容登録制度（被保険者の氏名、保険金額等の保険契約に関するデータを登録する制度）、生命保険契約者保護機構（生命保険会社が経営破綻した場合に保険契約者を保護する制度）等の各種制度
- (サ) クーリング・オフ（一定期間内に契約を解除できる制度）
- (シ) その他  
わからない

その結果、「保障の内容」が40.6%と最も高く、以下「生命保険商品の仕組み」（17.8%）、「保険料や保険料払込方法・保険料払込期間」（15.0%）と続いている。

前回と比較すると、「生命保険商品の仕組み」が2.4ポイント増加している。（図表Ⅶ－35）

〈図表Ⅶ－35〉 生命保険加入時の募集資料で最も重視する情報





性別にみると、女性では「保障の内容」、「保険料や保険料払込方法・保険料払込期間」が男性に比べて、男性では「生命保険商品の仕組み」、「配当金の有無、配当方法」など3項目が女性に比べて、それぞれ高くなっている。

性・年齢別にみると、「保障の内容」で女性40歳代が、「生命保険商品の仕組み」で女性20歳代が、それぞれ高くなっている。(図表Ⅶ-36)

〈図表Ⅶ-36〉 生命保険加入時の募集資料で最も重視する情報〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	保障の内容	生命保険商品の仕組み	保険料や保険料払込方法・保険料払込期間	生命保険会社に関する情報	アフターサービスの内容	配当金の有無、配当方法	契約内容登録制度、生命保険契約者保護機構等の各種制度	解約返戻金等の水準	保険金請求等の各種手続	クーリング・オフ	営業職員、代理店等の報酬・手数料	その他	わからない
男性	1,765	38.4	20.2	13.2	4.2	3.0	3.7	1.8	2.1	1.6	1.4	0.5	0.3	9.6
20歳代	205	36.1	22.4	14.1	4.9	1.0	5.9	2.0	1.0	1.0	0.0	0.5	0.0	11.2
30歳代	296	38.5	24.0	11.5	4.1	6.4	2.4	1.7	1.7	0.7	1.4	0.7	0.0	7.1
40歳代	422	40.5	23.5	13.0	4.7	1.7	3.8	1.4	1.7	0.9	1.4	0.2	0.2	6.9▲
50歳代	389	37.0	19.3	14.9	3.9	2.8	5.1	1.0	2.8	2.1	1.3	0.5	0.8	8.5
60歳代	410	41.5	13.2▲	13.4	2.7	3.4	2.2	2.9	2.9	2.9	1.7	0.2	0.5	12.4
女性	2,249	42.2	15.9	16.4	4.2	3.1	2.6	2.5	2.2	2.1	1.2	0.1	0.1	7.4
20歳代	197	34.5▲	23.9	12.2	7.1	2.0	2.0	3.6	2.5	1.5	1.5	0.0	0.0	9.1
30歳代	383	44.4	15.7	15.9	5.5	2.9	3.7	1.6	1.8	1.8	1.0	0.5	0.0	5.2
40歳代	526	48.5	17.1	14.8	3.6	1.9	1.5	2.1	2.1	2.1	0.8	0.2	0.0	5.3▲
50歳代	511	38.7	17.6	19.6	2.9	4.5	3.5	2.7	2.3	2.0	1.0	0.0	0.2	4.9▲
60歳代	593	42.3	10.6▲	17.2	3.9	3.4	2.0	2.9	2.2	2.7	1.9	0.0	0.2	10.8

## (7) 生命保険の非加入理由

現在生命保険に加入していない人の非加入理由を捉えるために、以下のように尋ねた。

あなたが現在、生命保険や個人年金保険に加入されていないのは、どういった理由からですか。この中からいくつかでもお答えください。

- (ア) 経済的余裕がないから
- (イ) 生命保険の必要性をあまり感じていないので
- (ウ) 自分に合った生命保険商品がないので
- (エ) 生命保険についてよくわからないから
- (オ) 加入を勧められたことがないので
- (カ) 生命保険が嫌いなので
- (キ) 保険料が高いから
- (ク) 配当金が少ないから
- (ケ) 健康上の理由や年齢制限のため加入できないので
- (コ) 貯蓄などの他の金融商品のほうが有利だと思うので
- (サ) 公的年金や公的医療保険、公的介護保険など国の社会保障があるので
- (シ) 退職金や企業年金など会社の保障（福利厚生）があるので
- (ス) その他
- (セ) 特に理由はない  
わからない

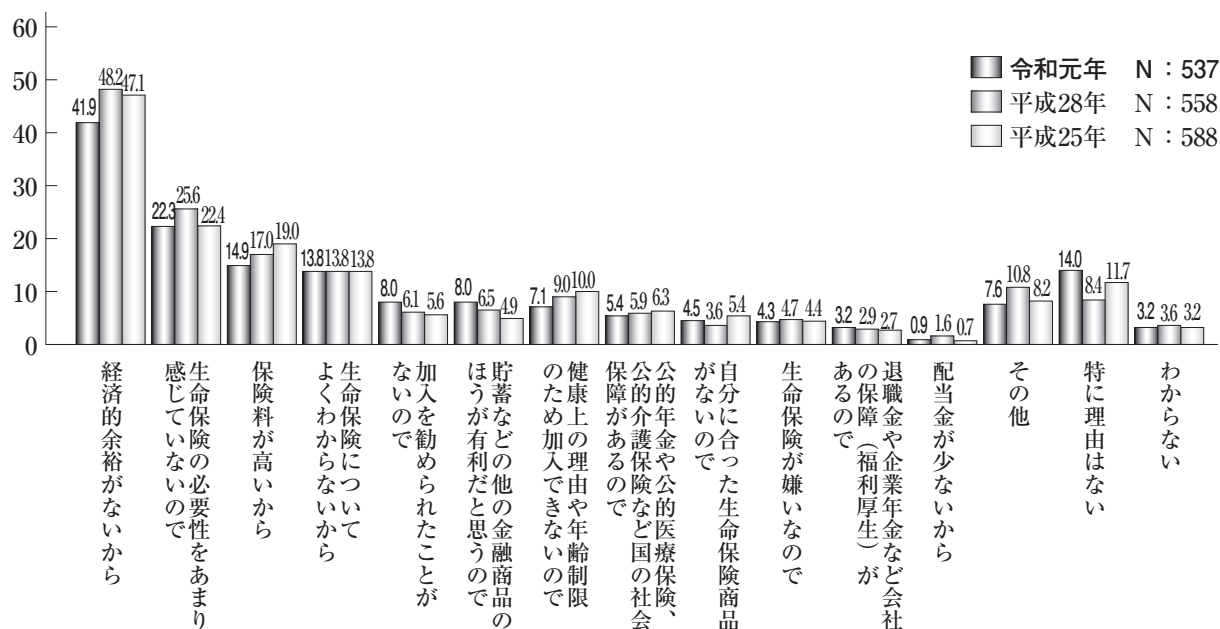
その結果、「経済的余裕がないから」が41.9%と最も高く、以下「生命保険の必要性をあまり感じていないので」（22.3%）、「保険料が高いから」（14.9%）、「生命保険についてよくわからないから」（13.8%）と続いている。

前回と比較すると、「経済的余裕がないから」は6.3ポイント減少している。（図表Ⅶ－37）

〈図表Ⅶ－37〉 生命保険の非加入理由

[集計ベース：生命保険非加入者\*]

(複数回答, 単位：%)



\*生命保険・個人年金保険への加入の有無が不明のデータを除いて集計

性別にみると、男性で「生命保険が嫌いなので」が6.5%と女性（2.4%）に比べ4.1ポイント高くなっている以外は大きな差異はみられない。

性・年齢別にみると、「生命保険についてよくわからないから」は女性20歳代で、「加入を勧められたことがないので」は男性20歳代が高く、「保険料が高いから」は男性60歳代、女性50歳代で、「健康上の理由や年齢制限のため加入できないので」は女性60歳代で高くなっている。また男性40歳代では「自分に合った生命保険商品がないので」が高くなっている。（図表Ⅶ－38）

〈図表Ⅶ－38〉 生命保険の非加入理由〔性・年齢別〕

〔集計ベース：生命保険非加入者\*〕

（複数回答，単位：％）

	N	経済的余裕がないから	生命保険の必要性をあまり感じていないので	保険料が高いから	生命保険についてよくわからないから	加入を勧められたことがないので	貯蓄などの他の金融商品のほうが有利だと思うので	健康上の理由や年齢制限のため加入できないので	公的年金や国の社会保障があるので	公的年金や公的医療保険、公的介護保険など国の社会保障があるので	自分に合った生命保険商品がないので	生命保険が嫌いなので	退職金や企業年金など会社の保障（福利厚生）があるので	配当金が少ないから	その他	特に理由はない	わからない
男 性	247	43.7	23.1	17.4	13.0	7.3	9.3	7.3	4.5	4.9	6.5	3.2	1.6	5.7	14.2	4.5	
20歳代	62	37.1	27.4	4.8▲	19.4	16.1	6.5	1.6▲	1.6	1.6	3.2	1.6	0.0	3.2	21.0	1.6	
30歳代	41	51.2	31.7	24.4	22.0	7.3	14.6	7.3	9.8	7.3	0.0	14.6	4.9	2.4	7.3	2.4	
40歳代	30	53.3	30.0	20.0	6.7	6.7	13.3	3.3	0.0	13.3	3.3	0.0	0.0	13.3	3.3	10.0	
50歳代	39	56.4	17.9	20.5	10.3	7.7	7.7	12.8	7.7	5.1	12.8	0.0	2.6	5.1	5.1	7.7	
60歳代	60	43.3	15.0	26.7	5.0▲	0.0▲	10.0	10.0	5.0	3.3	13.3	1.7	1.7	5.0	13.3	5.0	
女 性	290	40.3	21.7	12.8	14.5	8.6	6.9	6.9	6.2	4.1	2.4	3.1	0.3	9.3	13.8	2.1	
20歳代	59	33.9	25.4	11.9	28.8	8.5	3.4	0.0▲	1.7	5.1	0.0	0.0	0.0	6.8	25.4	0.0	
30歳代	54	42.6	24.1	11.1	22.2	11.1	11.1	3.7	5.6	5.6	0.0	3.7	1.9	7.4	13.0	0.0	
40歳代	48	52.1	20.8	14.6	4.2▲	8.3	8.3	6.3	6.3	4.2	6.3	2.1	0.0	10.4	10.4	0.0	
50歳代	45	44.4	11.1	22.2	11.1	13.3	6.7	13.3	6.7	4.4	2.2	2.2	0.0	6.7	11.1	4.4	
60歳代	72	33.3	22.2	9.7	5.6▲	4.2	6.9	12.5	11.1	2.8	4.2	5.6	0.0	13.9	8.3	5.6	

\*生命保険・個人年金保険への加入の有無が不明のデータを除いて集計