

# 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

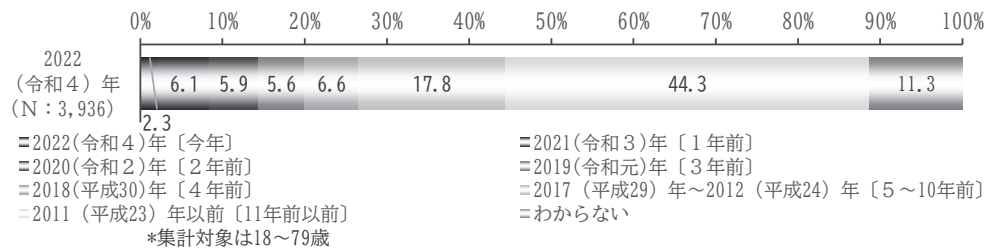
直近に加入した契約の加入年次について、以下のように尋ねた。

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。

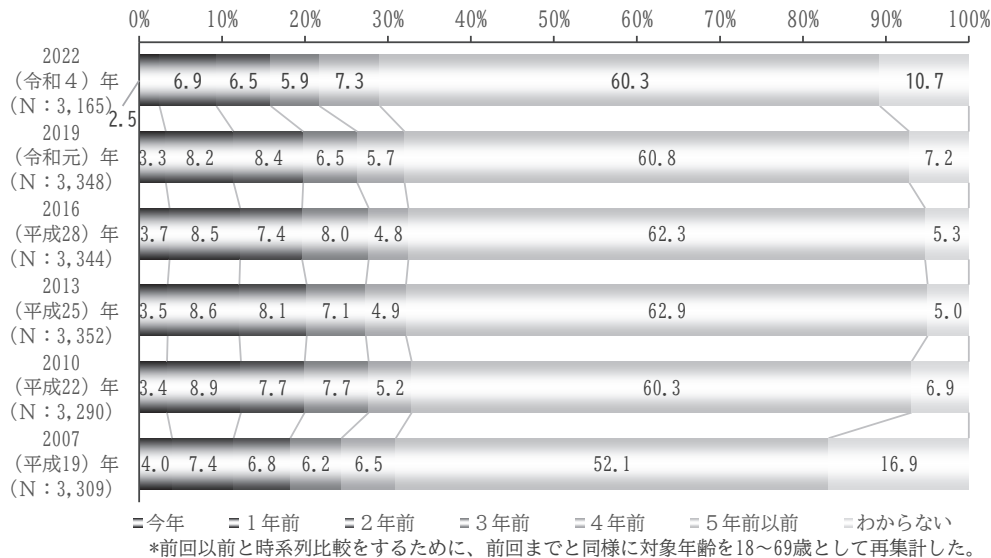
- 1 2022年（令和4年）〔今年〕
- 2 2021年（令和3年）〔1年前〕
- 3 2020年（令和2年）〔2年前〕
- 4 2019年（令和元年）〔3年前〕
- 5 2018年（平成30年）〔4年前〕
- 6 2017（平成29）年～2012（平成24）年〔5～10年前〕
- 7 2011（平成23）年以前〔11年前以前〕
- わからない

その結果、「2011（平成23）年以前〔11年前以前〕」が44.3%と4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



【参考】前回と比較しても、大きな差異はみられない。



性・年齢別にみると、男女とも20歳代で「2022（令和4）年〔今年〕」、「2021（令和3）年〔1年前〕」、「2020（令和2）年〔2年前〕」、「2019（令和元）年〔3年前〕」が高く、30歳代で「2020（令和2）年〔2年前〕」が高くなっている。また、女性30歳代では「2019（令和元）年〔3年前〕」、「2018（平成30）年〔4年前〕」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	2022 （令和4）年 〔今年〕	2021 （令和3）年 〔1年前〕	2020 （令和2）年 〔2年前〕	2019 （令和元）年 〔3年前〕	2018 （平成30）年 〔4年前〕	2017（平成 29）年～2012 （平成24）年 〔5～10年 前〕	2011（平成 23）年以前 〔11年前以 前〕	わからない
男 性	1,676	2.0	5.7	5.4	6.0	6.6	17.8	44.3	12.3
20歳代	109	5.5	19.3	10.1	13.8	7.3	15.6	8.3▲	20.2
30歳代	224	2.2	7.1	8.5	6.3	8.5	37.1	23.2▲	7.1▲
40歳代	327	2.4	4.0	6.4	4.0	7.0	20.8	41.6	13.8
50歳代	313	0.0▲	3.8	4.5	8.0	7.3	15.7	49.8	10.9
60歳代	366	1.9	5.2	4.4	4.1	6.6	14.8	51.6	11.5
70歳代	328	1.5	3.4▲	3.0▲	5.5	4.0▲	8.2▲	60.4	14.0
女 性	2,260	2.6	6.5	6.2	5.4	6.6	17.8	44.4	10.5
20歳代	123	6.5	17.1	17.1	9.8	9.8	16.3	13.0▲	10.6
30歳代	314	1.9	8.0	12.1	8.9	10.2	25.5	24.8▲	8.6
40歳代	471	3.8	7.9	4.7	5.5	7.0	20.6	42.5	8.1
50歳代	455	1.8	5.3	4.2▲	4.6	7.7	17.6	48.1	10.8
60歳代	447	1.8	5.1	5.6	3.8	4.9	18.6	48.5	11.6
70歳代	443	2.0	2.9▲	3.4▲	4.1	3.4▲	9.5▲	61.4	13.3

## (2) 直近加入契約の加入のきっかけ

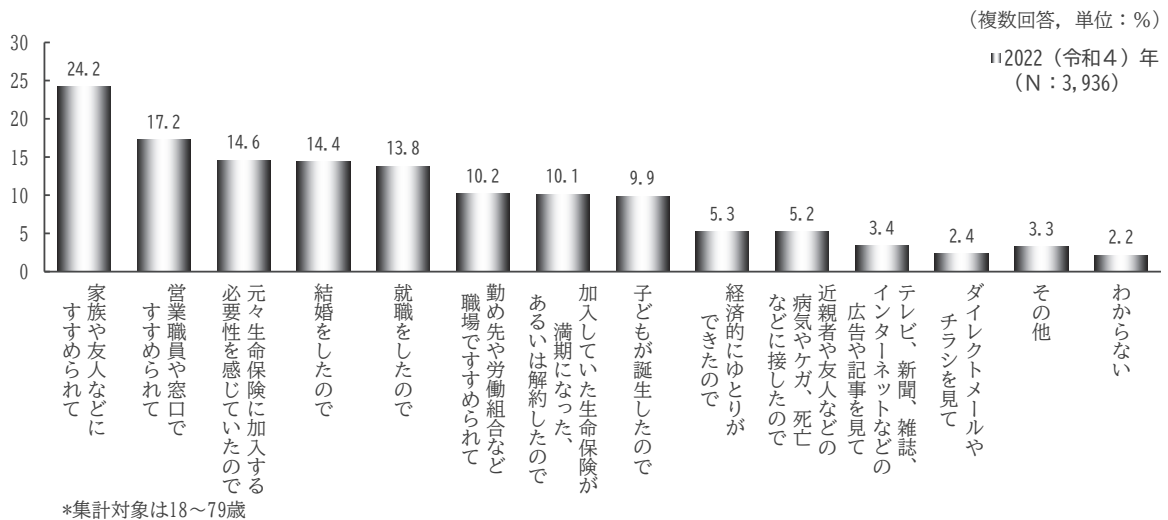
直近に加入した契約の加入のきっかけを捉えるために、以下のように尋ねた。

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。

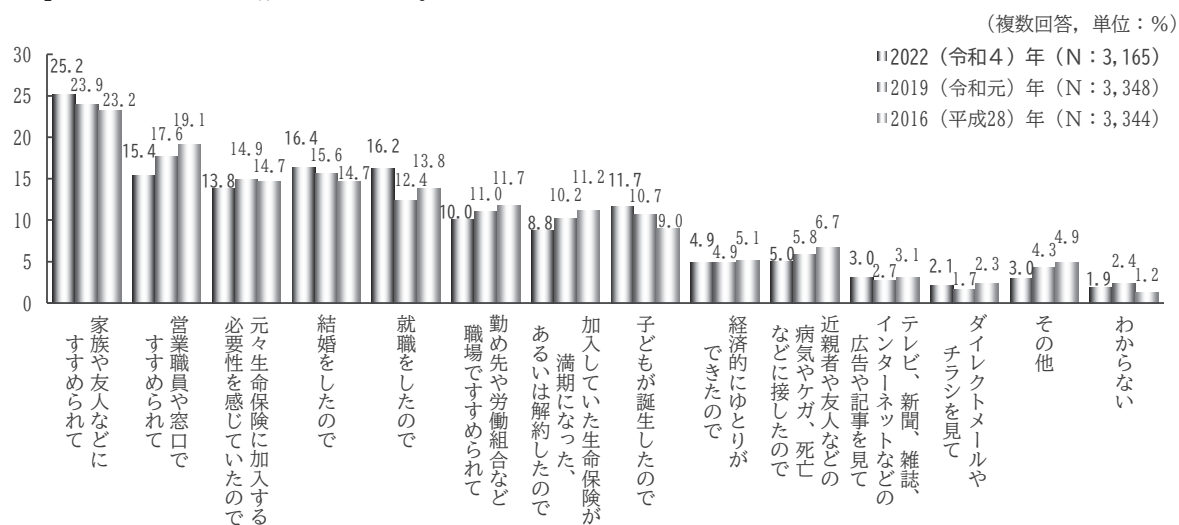
- (ア) 就職をしたので
- (イ) 結婚をしたので
- (ウ) 子どもが誕生したので
- (エ) 経済的にゆとりができたので
- (オ) 加入していた生命保険が満期になった、あるいは解約したので
- (カ) 近親者や友人などの病気やケガ、死亡などに接したので
- (キ) 営業職員や窓口でおすすめられて
- (ク) 勤め先や労働組合など職場でおすすめられて
- (ケ) 家族や友人などにすすめられて
- (コ) テレビ、新聞、雑誌、インターネットなどの広告や記事を見て
- (サ) ダイレクトメールやチラシを見て
- (シ) 元々生命保険に加入する必要性を感じていたので
- (ス) その他  
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

その結果、「家族や友人などにすすめられて」が24.2%と最も高く、次いで「営業職員や窓口でおすすめられて」(17.2%)、「元々生命保険に加入する必要性を感じていたので」(14.6%)、「結婚をしたので」(14.4%)となっている。このほか、「就職をしたので」(13.8%)、「子どもが誕生したので」(9.9%)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。(図表VII-3)

<図表 VII-3> 直近加入契約の加入のきっかけ



【参考】前回と比較すると、「就職したので」が3.8ポイント増加し、「営業職員や窓口ですすめられて」が2.2ポイント減少している。



\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。

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のほか、「勤め先や労働組合など職場ですすめられて」で高くなっている。一方、女性は「家族や友人などにすすめられて」、「近親者や友人などの病気やケガ、死亡などに接したので」で男性より高くなっている。

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、女性30歳代では「家族や友人などにすすめられて」も、女性40歳代では「就職したので」も高くなっている。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	その他	わからない
男性	1,676	21.7	16.1	16.6	13.7	18.1	12.9	10.4	10.0	3.8	5.2	3.7	2.4	2.9	2.3
20歳代	109	42.2	7.3▲	7.3▲	2.8▲	39.4	10.1	3.7▲	1.8▲	5.5	3.7	0.9	1.8	3.7	6.4
30歳代	224	25.4	8.9▲	32.1	6.7▲	24.1	10.3	23.2	3.1▲	2.7	5.4	3.6	0.4▲	1.8	0.4▲
40歳代	327	23.2	12.2	22.9	14.1	17.7	9.5▲	17.4	4.9▲	5.5	3.1	3.1	1.5	2.4	0.6▲
50歳代	313	21.1	17.3	16.9	14.7	23.6	14.7	8.3	10.9	2.2	4.8	2.2	1.3	1.6	1.9
60歳代	366	17.2	18.9	11.2▲	15.6	13.9▲	15.3	6.0▲	15.3	3.3	7.1	5.2	4.9	3.0	2.7
70歳代	328	15.2▲	23.8	8.8▲	18.9	6.4▲	15.2	4.0▲	15.9	4.6	6.1	5.2	3.4	4.9	3.4
女性	2,260	26.1	18.1	12.7	15.3	10.7	8.2	9.6	10.2	6.2	5.3	3.2	2.3	3.6	2.1
20歳代	123	39.8	2.4▲	9.8	5.7▲	26.0	6.5	13.0	0.8▲	1.6▲	2.4	1.6	0.0	7.3	5.7
30歳代	314	36.3	11.5▲	22.9	9.9▲	15.6	5.1▲	20.1	4.5▲	2.5▲	5.7	1.3▲	1.6	3.8	1.0
40歳代	471	23.8	13.8▲	18.5	13.0	16.6	9.6	16.8	7.0▲	5.7	4.5	2.8	1.5	2.5	1.7
50歳代	455	22.9	19.6	13.6	19.8	9.9	10.1	8.4	11.4	6.8	3.5	3.5	2.4	2.6	2.0
60歳代	447	23.0	22.8	8.1▲	18.3	5.8▲	7.8	2.7▲	13.6	9.4	6.9	3.4	2.9	3.6	1.3
70歳代	443	23.9	25.7	4.3▲	16.7	2.3▲	8.1	1.8▲	15.6	6.8	7.0	5.0	3.8	4.1	2.9

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」、「就職をしたので」が、「既婚・末子未就学児」から「既婚・末子中学生・高校生」では「結婚をしたので」、「子どもが誕生したので」が高く、男性では「既婚・末子短大・大学・大学院生」でも「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	営業者や窓口ですすめ	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で勧められた	子どもが誕生したので
男性	1,676	21.7	16.1	16.6	13.7	18.1	12.9	10.4
未婚	327	36.1	12.2▲	0.0▲	10.1▲	27.5	10.7	0.3▲
既婚・子どもなし	125	21.6	17.6	19.2	12.8	20.8	16.0	0.0▲
既婚・末子未就学児	176	27.8	9.7▲	37.5	9.1	18.8	11.4	30.7
既婚・末子小学生	154	15.6	10.4▲	33.1	13.0	20.1	9.7	29.2
既婚・末子中学生、高校生	126	13.5▲	18.3	31.7	9.5	24.6	16.7	19.0
既婚・末子短大・大学・大学院生	69	17.4	15.9	24.6	14.5	20.3	15.9	20.3
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	343	17.2▲	17.8	12.0▲	16.9	13.1▲	12.8	4.4▲
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	337	16.3▲	22.6	11.3▲	18.4	8.9▲	14.8	6.2▲
女性	2,260	26.1	18.1	12.7	15.3	10.7	8.2	9.6
未婚	261	36.0	13.4▲	0.0▲	11.1▲	19.5	7.7	0.8▲
既婚・子どもなし	143	27.3	14.7	13.3	14.0	12.6	9.1	0.0▲
既婚・末子未就学児	235	31.5	11.5▲	29.4	8.9▲	16.6	6.0	31.9
既婚・末子小学生	207	28.5	12.1▲	22.7	14.0	17.4	6.8	25.6
既婚・末子中学生、高校生	242	23.1	15.7	19.8	14.0	14.0	9.9	14.9
既婚・末子短大・大学・大学院生	106	29.2	16.0	15.1	22.6	15.1	6.6	12.3
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	539	21.3▲	22.3	10.2▲	19.1	5.6▲	8.3	4.6▲
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	510	22.9	24.5	6.3▲	16.1	3.3▲	9.2	2.2▲
	N	解約加入したのついでに、ある保険は	近親者や友人などの接病し	経済的にゆとりができた	テレビ、ネット、新聞、雑誌、広告	ダイレクトメールやチラシ	その他	わからない
男性	1,676	10.0	3.8	5.2	3.7	2.4	2.9	2.3
未婚	327	6.4▲	5.2	4.0	3.4	2.4	3.4	4.6
既婚・子どもなし	125	7.2	1.6	6.4	2.4	3.2	3.2	0.8
既婚・末子未就学児	176	1.7▲	3.4	3.4	1.7	0.6	1.7	0.0▲
既婚・末子小学生	154	5.2▲	3.2	4.5	3.9	0.0▲	3.9	0.6
既婚・末子中学生、高校生	126	10.3	4.8	3.2	4.8	0.8	0.8	0.0
既婚・末子短大・大学・大学院生	69	5.8	0.0	7.2	1.4	1.4	0.0	0.0
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	343	16.3	3.8	6.4	4.7	3.2	3.2	2.9
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	337	15.7	4.2	6.5	4.7	3.9	3.0	3.0
女性	2,260	10.2	6.2	5.3	3.2	2.3	3.6	2.1
未婚	261	4.2▲	7.7	5.0	1.1▲	0.8	6.9	5.0
既婚・子どもなし	143	8.4	8.4	4.9	4.2	2.1	4.9	0.7
既婚・末子未就学児	235	3.8▲	0.0▲	4.7	1.7	1.3	3.4	0.4
既婚・末子小学生	207	7.7	3.9	4.3	1.9	1.4	1.9	0.5
既婚・末子中学生、高校生	242	5.4▲	5.4	3.3	3.3	1.7	1.7	2.5
既婚・末子短大・大学・大学院生	106	14.2	5.7	2.8	3.8	0.0	0.9	0.9
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	539	13.2	8.7	6.3	4.1	3.9	3.9	2.2
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	510	16.5	6.7	6.5	4.1	3.3	3.5	2.0

### (3) 直近加入契約の加入目的

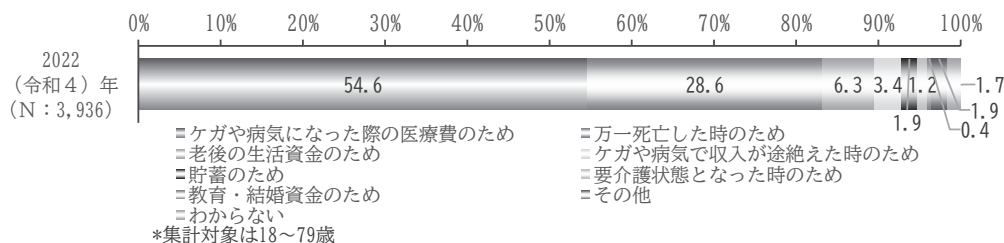
直近に加入した契約の加入目的を捉えるために、以下のように尋ねた。

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。

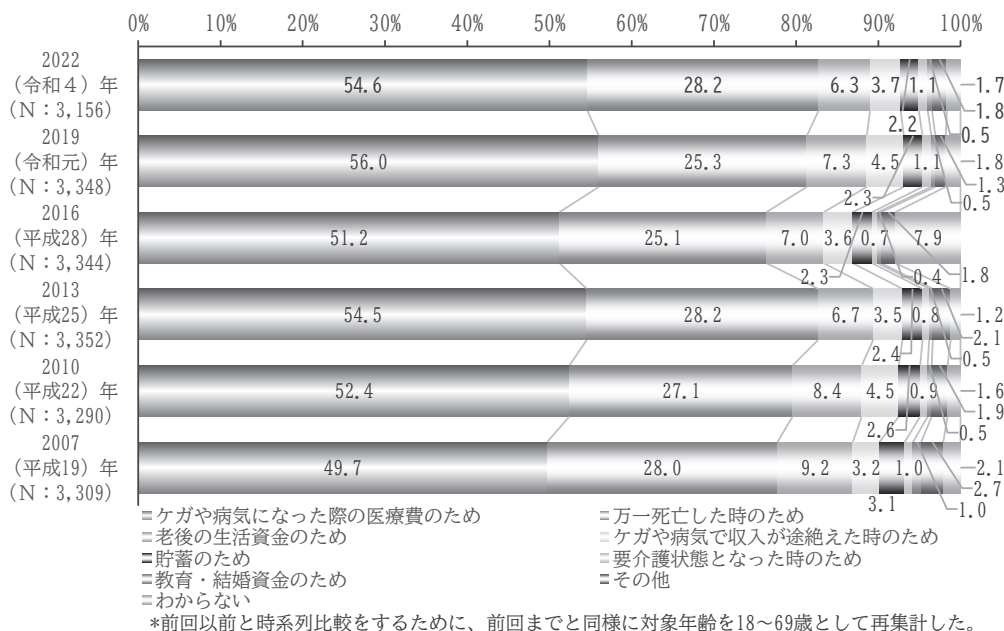
- (ア) 万一死亡した時のため
- (イ) ケガや病気になった際の医療費のため
- (ウ) ケガや病気で収入が途絶えた時のため
- (エ) 老後の生活資金のため
- (オ) 要介護状態となった時のため
- (カ) 教育・結婚資金のため
- (キ) 貯蓄のため
- (ク) その他  
わからない

その結果、「ケガや病気になった際の医療費のため」が54.6%と最も高く、次いで「万一死亡した時のため」(28.6%)、「老後の生活資金のため」(6.3%)と続いている。(図表VII-6)

<図表 VII-6> 直近加入契約の加入目的



【参考】前回と比較すると、「万一死亡した時のため」が2.9ポイント増加している。



性別にみると、男性で「万一死亡した時のため」(40.2%)が女性(20.0%)に比べ20.2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」(62.9%)が男性(43.4%)に比べ19.5ポイント高くなっている。

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、男性30～50歳代、女性70歳代で「万一死亡した時のため」が、女性20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	のケガや 医療費の ためにな った際	万 一死 亡し た時 のた め	老 後 の生 活資 金の ため	絶 え た 時 の 病 気 の た め 入 が 途	貯 蓄 の た め	の 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	1,676	43.4	40.2	5.4	4.5	1.5	0.5	0.5	2.1	1.8
20歳代	109	59.6	15.6▲	8.3	5.5	3.7	0.0	0.0	3.7	3.7
30歳代	224	30.4▲	50.0	4.5	5.8	1.8	0.9	2.2	2.7	1.8
40歳代	327	37.9▲	45.0	4.9	5.8	1.8	0.0	0.9	1.5	2.1
50歳代	313	39.6	46.0	5.8	5.1	1.9	0.0	0.0	1.0	0.6
60歳代	366	50.5	34.2▲	6.0	3.8	0.8	0.5	0.3	1.6	2.2
70歳代	328	47.0	39.0	4.9	2.1▲	0.6	1.2	0.0	3.4	1.8
女 性	2,260	62.9	20.0	6.9	2.5	2.2	1.8	0.4	1.8	1.5
20歳代	123	63.4	14.6	4.9	7.3	0.8	0.8	0.0	4.1	4.1
30歳代	314	63.1	20.1	5.1	2.2	3.2	1.3	1.0	1.6	2.5
40歳代	471	62.6	21.2	6.2	3.4	2.5	0.6▲	0.8	1.1	1.5
50歳代	455	64.0	16.9	8.4	1.8	3.1	2.6	0.0	2.0	1.3
60歳代	447	64.4	19.9	7.6	1.6	2.2	2.2	0.0	1.6	0.4▲
70歳代	443	60.5	23.5	7.7	2.0	0.7▲	2.5	0.0	1.8	1.4



性・ライフステージ別にみると、男女とも“未婚”で「ケガや病気で収入が途絶えた時のため」が高く、男性の“未婚”、女性の“既婚・子どもなし”では「ケガや病気になった際の医療費のため」が、男性の“既婚・末子未就学児”から“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。(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	のケガや 医療費や 病気になっ たため	万 一死 亡した 時の ため	老 後の 生 活資 金の ため	絶 え た 時 の 病 気 で 入 収 入 が 途 絶 え た 時 の ため	貯 蓄 の ため	の 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	1,676	43.4	40.2	5.4	4.5	1.5	0.5	0.5	2.1	1.8
未婚	327	52.0	23.2▲	6.7	7.6	3.7	0.6	0.0	2.4	3.7
既婚・子どもなし	125	48.8	33.6	8.0	5.6	1.6	0.0	0.0	1.6	0.8
既婚・末子未就学児	176	26.1▲	55.1	2.8	5.1	2.3	0.0	4.0	4.0	0.6
既婚・末子小学生	154	34.4▲	51.9	4.5	3.9	1.3	0.6	0.6	1.3	1.3
既婚・末子中学生、高校生	126	36.5	57.9	2.4	1.6	0.0	0.0	0.0	0.8	0.8
既婚・末子短大・大学・大学院生	69	26.1▲	50.7	11.6	8.7	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	343	44.9	39.7	6.4	4.4	0.6	0.6	0.3	1.7	1.5
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	337	49.6	38.9	3.9	1.5▲	0.9	0.9	0.0	2.1	2.4
女	2,260	62.9	20.0	6.9	2.5	2.2	1.8	0.4	1.8	1.5
未婚	261	61.7	14.9▲	6.9	5.4	2.3	2.7	0.8	2.7	2.7
既婚・子どもなし	143	72.0	14.0	7.7	1.4	2.8	0.0	0.0	2.1	0.0
既婚・末子未就学児	235	60.9	24.7	4.3	3.4	3.0	0.4	0.9	1.3	1.3
既婚・末子小学生	207	60.9	21.3	8.2	2.4	2.9	1.0	0.5	1.0	1.9
既婚・末子中学生、高校生	242	62.0	19.4	5.4	2.9	2.5	1.7	1.2	2.5	2.5
既婚・末子短大・大学・大学院生	106	57.5	20.8	4.7	1.9	4.7	3.8	0.0	4.7	1.9
既婚・子どもすべて卒業(未婚)	539	65.3	19.7	7.1	1.7	2.0	2.0	0.0	0.9	1.3
既婚・子どもすべて卒業(既婚)	510	61.6	22.0	8.4	2.0	1.0▲	2.4	0.0	1.8	1.0

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

その結果、「営業職員」が46.4%と最も高く、次いで「保険代理店の窓口や営業職員」（10.7%）、「民保・J Aなどの窓口」（10.0%）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30.7%、「職場に来る営業職員」が15.7%となっている。（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・J A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					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	営業職員	証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員							
2022 (令和4)年	3,936	46.4	30.7	15.7	7.7	3.8	4.0	10.0	6.4	2.5	2.3	0.9	1.2	0.2	0.2	10.7	4.5	6.2	6.5	6.2	3.5		

\*集計対象は18～79歳

【参考】前回と比較すると、「通信販売」が2.2ポイント増加している。

(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	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		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						
2022 (令和4)年	3,165	45.9	29.6	16.3	7.7	4.4	3.4	10.2	5.2	2.4	2.2	0.9	1.1	0.2	0.2	11.8	5.1	6.8	6.9	6.6	3.1
2019 (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
2016 (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
2013 (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
2010 (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
2007 (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 2007(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 2010(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

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。

性別にみると、男性で「職場に来る営業職員」(22.1%)が女性(10.9%)に比べ11.2ポイント高く、女性で「家庭に来る営業職員」(34.7%)が男性(25.2%)に比べ9.5ポイント高くなっている。また、男性では「保険代理店の営業職員」、「勤め先や労働組合を通して」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」は男女とも50歳代で高く、「家庭に来る営業職員」は女性60～70歳代で高くなっている。また、男女とも30～40歳代で「保険代理店の窓口や営業職員」が、70歳代で「テレビ・新聞・雑誌などを通して」が高く、女性40歳代で「インターネットを通して」が、女性70歳代で「郵便局の窓口や郵便局員」が、それぞれ高くなっている。(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		民保・J A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	銀行を通して	
		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					
男性	1,676	47.4	25.2	22.1	8.3	4.2	4.1	9.8	4.7	2.1	1.8
20歳代	109	35.8▲	22.9	12.8▲	5.5	2.8	2.8	11.9	3.7	2.8	2.8
30歳代	224	41.5	24.6	17.0▲	8.0	6.3	1.8	9.8	2.7	0.9	0.4
40歳代	327	45.0	24.5	20.5	8.3	5.8	2.4	10.4	2.1▲	1.8	1.8
50歳代	313	55.0	24.6	30.4	6.7	4.2	2.6	7.7	5.4	1.9	1.6
60歳代	366	49.2	26.0	23.2	10.1	4.4	5.7	9.8	6.3	1.6	1.6
70歳代	328	48.2	26.2	22.0	8.8	1.8▲	7.0	11.0	6.1	3.7	3.0
女性	2,260	45.7	34.7	10.9	7.3	3.4	3.9	10.2	7.7	2.8	2.6
20歳代	123	36.6▲	27.6	8.9	6.5	4.1	2.4	10.6	4.1	2.4	2.4
30歳代	314	43.0	33.8	9.2	6.1	4.8	1.3▲	10.5	4.8▲	2.9	2.9
40歳代	471	42.9	29.5▲	13.4	8.3	5.1	3.2	9.1	5.3▲	1.7	1.7
50歳代	455	44.2	30.3▲	13.8	9.0	4.4	4.6	11.6	6.2	3.7	3.3
60歳代	447	51.7	40.5	11.2	6.0	1.8▲	4.3	11.6	7.6	3.6	3.1
70歳代	443	48.5	41.5	7.0▲	7.0	0.9▲	6.1	8.1	14.9	2.0	2.0

	N	職 員				保 険 代 理 店			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を含む)	地方銀行・信用金庫の窓口	信託銀行の窓口や銀行員	証券会社の窓口や営業職員	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員	保険代理店の窓口			
男性	1,676	0.8	0.9	0.1	0.2	11.2	4.1	7.2	7.9	5.2	3.5
20歳代	109	0.9	1.8	0.0	0.0	9.2	2.8	6.4	11.9	8.3	11.0
30歳代	224	0.0	0.4	0.0	0.4	16.5	6.7	9.8	11.2	8.0	1.3
40歳代	327	1.2	0.3	0.3	0.0	17.4	6.4	11.0	7.6	4.9	2.4
50歳代	313	1.0	0.6	0.0	0.3	9.3	3.5	5.8	6.1	6.1	1.9
60歳代	366	0.3	1.1	0.3	0.0	8.5	3.0	5.5	7.9	3.8	2.7
70歳代	328	1.5	1.5	0.0	0.6	7.3▲	2.1▲	5.2	6.4	3.4	5.2
女性	2,260	1.0	1.4	0.2	0.2	10.4	4.9	5.5	5.5	6.9	3.5
20歳代	123	0.0	0.8	1.6	0.0	6.5	1.6	4.9	11.4	14.6	7.3
30歳代	314	1.6	1.3	0.0	0.0	14.0	8.0	6.1	5.4	7.6	5.7
40歳代	471	0.2	1.5	0.0	0.0	14.2	7.6	6.6	6.4	10.0	2.1
50歳代	455	1.1	1.8	0.4	0.4	10.8	4.0	6.8	6.6	5.3	2.6
60歳代	447	1.8	1.1	0.2	0.4	9.6	4.0	5.6	3.8	4.3▲	1.8▲
70歳代	443	0.9	1.1	0.0	0.0	5.4▲	2.7▲	2.7▲	3.8	5.4	4.7

### (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、JA（農協）などの営業職員
- (イ) 民間の生命保険会社、JA（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、JAなどの営業職員」が35.5%で最も高く、次いで「家族・親類」（22.8%）、「友人・知人」（16.7%）の順となっている。（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

	N	(複数回答, 単位: %)																				
		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	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	民保、JAなどの窓口	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	銀行・証券会社の窓口や営業職員	ダイレクトメール	FPや税理士・公認会計士	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	
2022 (令和4)年	3,936	35.5	22.8	16.7	14.0	5.4	9.6	13.0	7.6	6.8	5.7	5.6	5.0	3.9	2.9	2.7	2.4	2.3	0.6	0.3	0.9	5.0

\*集計対象は18~79歳

【参考】前回と比較すると、「家族・親類」が2.8ポイント増加している。

(複数回答, 単位: %)

	N	*1 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*		商品カタログ・パンフレット	合 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	テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事	職場の同僚・上司	民保、JA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	銀行・証券会社の窓口や営業職員	ダイレクトメール	FPや税理士・公認会計士	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															
2022 (令和4)年	3,165	34.7	25.4	16.9	14.7	6.1	9.7	12.8	8.2	5.4	5.1	6.0	5.1	4.5	3.5	2.5	2.3	2.8	0.7	0.3	0.7	4.5
2019 (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	2.4	2.3	2.6	0.7	0.4	1.3	6.4
2016 (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	3.0	2.0	2.0	0.5	0.4	1.9	4.8
2013 (平成25)年	3,352	△	20.0	17.3	10.5	2.5	8.3	15.0	8.1	△	7.8	5.8	△	1.9	1.4	2.3	2.6	1.3	0.4	0.3	2.4	4.3
2010 (平成22)年	3,290	△	21.0	19.4	7.4	△	△	13.6	8.4	△	7.5	6.0	△	1.5	1.2	2.0	1.9	1.1	0.9	0.5	1.9	4.2

\*1 2013(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 2010(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

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18～69歳として再集計した。



(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29.4%で最も高く、「家族・親類」(16.2%)、「保険代理店の窓口や営業職員」(10.6%)が続いている。(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	家族・親類	保険代理店の窓口や営業職員		友人・知人	商品カタログ・パンフレット	合 勤め先や労働組合、健康保険組	郵便局の窓口や郵便局員	民保、JAなどの窓口	職場の同僚・上司	テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事	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	FPや税理士・公認会計士	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	
				保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員																	
2022 (令和4)年	3,738	29.4	16.2	10.6	3.6	7.0	9.0	6.0	5.8	5.0	2.9	2.8	2.4	2.0	1.8	1.7	1.5	1.1	0.4	0.1	0.9	0.5

\*集計対象は18~79歳

【参考】前回と比較すると、「家族・親類」が2.5ポイント増加している。

(単位：%)

	N	*1 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		友人・知人	商品カタログ・パンフレット	合 勤め先や労働組合、健康保険組	郵便局の窓口や郵便局員*1	民保、JAなどの窓口*1	職場の同僚・上司	テレビ・新聞・雑誌・書籍などの広告や記事	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	FPや税理士・公認会計士	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	
				保険代理店の窓口*2	保険代理店の営業職員*2																	
2022 (令和4)年	3,023	28.5	18.1	11.0	4.0	7.0	9.0	5.5	6.1	3.7	2.9	2.9	1.9	1.9	2.1	2.1	1.9	1.1	0.4	0.1	0.7	0.4
2019 (令和元)年	3,135	30.7	15.6	10.4	3.9	6.5	9.1	5.1	5.2	5.5	2.8	2.8	1.9	1.9	2.4	1.3	1.0	0.3	0.1	1.0	0.2	
2016 (平成28)年	3,182	30.2	13.9	9.3	2.7	6.6	9.5	5.6	6.2	7.5	2.7	3.0	2.9	2.2	1.4	1.6	0.7	0.8	0.2	0.0	1.8	0.6
2013 (平成25)年	3,209	△	13.9	7.6	1.6	6.0	9.8	6.8	6.0	△	2.9	3.7	1.4	0.8	0.9	0.7	1.0	0.2	0.1	2.1	0.2	
2010 (平成22)年	3,151	△	13.6	5.2	△	△	10.8	5.9	5.6	△	2.9	3.5	1.4	0.5	0.8	0.5	0.8	0.3	0.1	1.7	0.1	

\*1 2013(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 2010(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

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。



性別にみると、男性で「民保、JAなどの営業職員」、「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」が女性より高くなっている。一方女性で「友人・知人」、「商品カタログ・パンフレット」、「郵便局の窓口や郵便局員」が男性より高くなっている。

性・年齢別にみると、「家族・親類」は男女とも概ね若年齢層ほど高く、「民保、JAなどの営業職員」は女性60歳代で高くなっている。また、「保険代理店の窓口」は男女とも30歳代で、「郵便局の窓口や郵便局員」は男女とも70歳代で、「FPや税理士・公認会計士」は男性30～40歳代、女性30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	業民 職保、 員 J A な ど の 営	家 族 ・ 親 類	営保 業險 代 理 店 の 窓 口 や	保 險 代 理 店 の 窓 口		友 人 ・ 知 人	フ 商 品 カ タ ロ グ ・ パ ン フ レ ッ ト	健 勤 康め 保先 險や 組 合 労 働 組 合、	局 郵 便 局 の 窓 口 や 郵 便	口民 保、 J A な ど の 窓	職 場 の 同 僚 ・ 上 司
					保 險 代 理 店 の 窓 口	職 員 代 理 店 の 営 業						
男 性	1,588	32.3	15.2	11.0	3.0	8.0	6.9	4.6	7.2	3.6	2.6	3.5
20歳代	98	22.4▲	43.9	4.1▲	2.0	2.0▲	5.1	2.0	4.1	2.0	3.1	7.1
30歳代	214	22.4▲	21.5	12.1	7.0	5.1	10.3	3.3	7.9	0.9▲	2.8	4.2
40歳代	316	30.4	17.7	14.2	3.8	10.4	8.2	3.2	5.7	1.6▲	2.8	3.5
50歳代	296	36.1	12.8	9.8	1.7	8.1	7.4	4.4	8.1	3.4	1.4	3.0
60歳代	351	35.6	10.3▲	10.3	2.0	8.3	5.1	6.3	8.3	4.8	2.0	3.1
70歳代	306	36.9	5.6▲	11.1	2.0	9.2	5.6	6.2	7.2	6.9	3.9	2.6
女 性	2,150	27.3	17.0	10.4	4.1	6.3	10.6	7.0	4.7	6.0	3.2	2.3
20歳代	110	23.6	33.6	5.5	2.7	2.7	8.2	7.3	6.4	2.7	0.0	5.5
30歳代	298	21.8▲	30.5	10.7	6.4	4.4	9.1	4.4	4.4	1.7▲	2.7	2.3
40歳代	458	22.9▲	19.4	11.6	5.0	6.6	10.9	7.9	5.5	3.7▲	2.4	3.1
50歳代	434	27.0	15.0	11.1	4.1	6.9	9.2	7.1	4.8	5.1	4.8	1.8
60歳代	436	33.7	9.2▲	12.4	3.7	8.7	12.2	5.5	5.5	6.4	4.1	1.6
70歳代	409	30.8	10.3▲	7.6▲	2.2▲	5.4	11.7	9.0	2.4▲	13.4	2.4	2.0

	N	や誌 ・ レ テ レ ビ 書 籍 な ど の 広 告	口銀 行 ・ 営 業 証 券 会 社 の 窓	ホ報 を 提 供 し て い る 情	生保 険に 関 する 情	会 F 計 P 士 や 税 理 士 ・ 公 認	ホそ の 会 社 や 代 理 店 の	ダ イ レ ク ト メ ー ル	付報 提 供 や 公 益 相 談 に 関 する 機 受 け 情	生保 険に 関 する 資 料	公開 し て い る 決 算 な ど の 報 告	そ の 他	わ か ら な い
20歳代	98	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
30歳代	214	1.4	0.9	3.7	5.1	1.4	0.5	0.9	0.0	0.5	0.0		
40歳代	316	0.9▲	1.3	1.3	3.2	3.2	0.9	0.6	0.6	0.0	0.6		
50歳代	296	1.4	1.7	4.1	1.0	2.4	1.7	0.3	0.0	0.7	0.3		
60歳代	351	4.8	2.3	1.1	0.9	2.8	0.9	0.3	0.0	0.3	0.9		
70歳代	306	5.9	3.9	1.0	0.0▲	0.0▲	1.6	0.3	0.0	1.0	0.3		
女 性	2,150	2.1	2.0	1.6	1.6	1.2	1.0	0.3	0.0	1.2	0.5		
20歳代	110	1.8	0.0	1.8	1.8	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0		
30歳代	298	1.0	1.3	2.0	3.4	2.3	1.0	0.0	0.0	1.3	0.0		
40歳代	458	0.4▲	2.0	2.6	2.2	2.0	1.3	0.9	0.0	0.9	0.4		
50歳代	434	2.8	2.8	2.5	2.1	1.4	1.2	0.5	0.0	0.5	0.5		
60歳代	436	2.3	2.5	0.9	0.7	0.5	0.9	0.2	0.0	1.1	0.2		
70歳代	409	3.9	1.7	0.0▲	0.0	0.0▲	1.0	0.0	0.0	2.2	1.5		

## (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・こくみん共済（COOP）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・こくみん共済（COOP）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 24.4%であるのに対し、「特に比較はしなかった」は 71.4%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 16.3%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」（7.5%）が続いている。（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
2022 (令和4)年	3,936	16.3	7.5	2.5	24.4	71.4	4.1

\*集計対象は18~79歳

【参考】前回と比較しても、大きな差異はみられない。

(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
2022 (令和4)年	3,165	18.1	8.0	2.7	26.6	69.6	3.8
2019 (令和元)年	3,348	16.9	8.4	1.8	25.2	67.9	6.9
2016 (平成28)年	3,344	16.2	6.8	1.6	23.3	70.8	5.9

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。

性別にみると、大きな差異はみられない。

性・年齢別にみると、「比較経験あり」は男女とも30～40歳代で高くなっている。また、男女とも30～40歳代で「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	加入した生	生命保険以	比較経験あ	特に比較は	わからない
		保険会社の	命保険会社	外の金融商			
		保険商品と	の別な保険	品と比較し	り	しなかった	
		比較した	商品と比較	た			
男 性	1,676	16.3	8.1	2.7	24.8	70.8	4.4
20歳代	109	10.1	6.4	3.7	19.3	65.1	15.6
30歳代	224	26.8	7.1	2.7	33.9	61.2▲	4.9
40歳代	327	20.5	10.7	1.2	30.6	67.9	1.5▲
50歳代	313	17.9	9.9	1.9	25.6	72.5	1.9▲
60歳代	366	14.8	8.5	4.4	24.9	72.4	2.7
70歳代	328	7.6▲	4.3▲	2.7	13.7▲	79.0	7.3
女 性	2,260	16.3	7.1	2.3	24.2	71.9	3.9
20歳代	123	13.8	4.9	2.4	18.7	68.3	13.0
30歳代	314	22.9	8.6	2.5	31.5	63.4▲	5.1
40歳代	471	20.2	7.6	3.2	28.9	68.2▲	3.0
50歳代	455	15.4	7.3	3.1	24.4	72.5	3.1
60歳代	447	16.1	6.7	1.8	23.0	74.9	2.0▲
70歳代	443	9.5▲	6.5	1.1	16.7▲	79.0	4.3

## 2. 今後の加入意向

### (1) 加入方法に対する意向

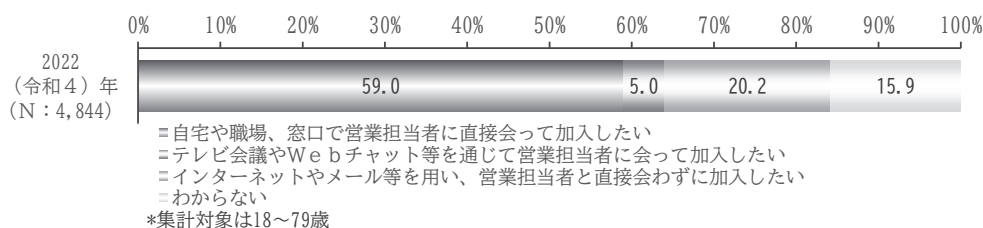
今後の加入方法として、どのような方法で加入したいか捉えるために、以下のように尋ねた。

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、どのような方法で加入したいと思いますか。この中から1つだけお答えください。

- (ア) 自宅や職場、窓口で営業担当者に直接会って加入したい
- (イ) テレビ会議システムや Web コミュニケーションツールによるチャット等を通じて営業担当者にとって加入したい
- (ウ) インターネットやメール、電話、書面の郵送等を用い、営業担当者と直接会わずに加入したい
- わからない

その結果、「自宅や職場、窓口で営業担当者に直接会って加入したい」が 59.0%と最も多く、次いで「インターネットやメール等を用い、営業担当者と直接会わずに加入したい」(20.2%)、「テレビ会議や Web チャット等を通じて営業担当者にとって加入したい」(5.0%)と続いている。(図表 VII-17)

<図表 VII-17> 加入方法に対する意向 (対面・非対面)



性別にみると、男性で「テレビ会議やWebチャット等を通じて営業担当者にとって加入したい」、  
「インターネットやメール等を用い、営業担当者と直接会わずに加入したい」が女性より高く、女性  
で「自宅や職場、窓口で営業担当者に直接会って加入したい」が男性より高くなっている。

性・年齢別にみると、「インターネットやメール等を用い、営業担当者と直接会わずに加入したい」  
は男性20～40歳代、女性30～50歳代で高く、「テレビ会議やWebチャット等を通じて営業担当者  
にとって加入したい」は男性20～30歳代、女性20～40歳代で高くなっている。(図表VII-18)

<図表 VII-18> 加入方法に対する意向（対面・非対面）〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	加業自 入担宅 した 者や たい に職 場、 直 接窓 口 つ で 営	し業チ た担ヤ い当レ 者トビ に等議 会を つ通 てじ 加て 入営	し者ル たと等 い直用 接会い わ、 ず営 に業 加担 入当	わ か ら な い
男 性	2,141	56.1	5.7	21.7	16.5
20歳代	235	52.8	8.9	27.2	11.1▲
30歳代	275	55.3	10.2	26.9	7.6▲
40歳代	375	60.5	6.4	25.6	7.5▲
50歳代	358	57.8	7.8	24.3	10.1▲
60歳代	422	59.5	2.6▲	19.9	18.0
70歳代	447	49.7	2.0▲	11.6▲	36.7
女 性	2,703	61.3	4.4	19.0	15.4
20歳代	210	61.4	8.6	21.0	9.0▲
30歳代	366	60.1	7.1	26.8	6.0▲
40歳代	534	60.5	6.4	24.5	8.6▲
50歳代	508	62.2	5.1	24.4	8.3
60歳代	505	61.4	1.6▲	17.0	20.0
70歳代	546	61.7	0.7▲	4.4▲	33.2

最も加入意向のあるチャネル別にみると、“営業職員”、“民保・JAなどの窓口”“郵便局の窓口や郵便局員”など対面での加入を望む層では「自宅や職場、窓口で営業担当者に直接会って加入したい」が高くなっている。(図表VII-19)

<図表 VII-19> 加入方法に対する意向〔最も加入意向のあるチャネル別〕

(単位：%)

	N	加業自 入担宅 し当や た者職 い場に 直接 接会 会つ で て 管	し業チ 業担ヤ たいレ い者ト に者 に等 会を つ通 てW てj 加e 入b 管	し者ル たと等 たい直 いを 接用 会い、 わず に業 加担 入当 管	わ か ら な い
全 体	4,844	59.0	5.0	20.2	15.9
営 業 職 員	1,471	85.2	2.5▲	5.0▲	7.3▲
家庭に来る営業職員	1,141	86.9	2.1▲	3.9▲	7.1▲
職場に来る営業職員	330	79.1	3.9	8.8▲	8.2▲
通 信 販 売	727	5.9▲	7.4	82.8	3.9▲
インターネットを通して	649	4.6▲	7.4	85.8	2.2▲
テレビ・新聞・雑誌などを通して	78	16.7▲	7.7	57.7	17.9
民 保 ・ J A な の 窓 口	573	77.7	6.3	11.0▲	5.1▲
郵 便 局 の 窓 口 や 郵 便 局 員	255	79.2	3.1	8.2▲	9.4▲
銀 行 ・ 証 券 会 社 を 通 して	181	70.2	6.1	18.2	5.5▲
都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	69	75.4	2.9	14.5	7.2▲
地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	86	72.1	3.5	22.1	2.3▲
保 険 代 理 店 の 窓 口 や 営 業 職 員	575	73.7	8.5	12.7▲	5.0▲
保険代理店の窓口	349	72.2	10.0	13.5▲	4.3▲
保険代理店の営業職員	226	76.1	6.2	11.5▲	6.2▲
勤 め 先 や 労 働 組 合 等 を 通 して	239	61.9	11.7	21.8	4.6▲
そ の 他	71	70.4	5.6	9.9▲	14.1

\*「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

(2) 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) 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」
- (エ) 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」
- (オ) 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）」
- (カ) 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」
- (キ) 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」
- (ク) 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」
- (ケ) 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」
- (コ) 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」
- (サ) 勤め先や労働組合等を通して
- (シ) 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」
- (ス) 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」
- (セ) その他  
わからない

その結果、「営業職員」が 39.5%と最も高く、次いで「民保・JAの窓口」(22.4%)、「保険代理店の窓口や営業職員」(20.8%)、「通信販売」(20.7%) までが2割を超えて続いている。(図表VII-20)

<図表 VII-20> 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	郵便局の窓口や郵便局員	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	
		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	証券会社の窓口や営業職員			信託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	都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	保険代理店の窓口	保険代理店の営業職員							
2022 (令和4) 年	4,844	39.5	31.3	12.3	20.7	19.0	4.3	22.4	12.9	10.6	10.0	6.0	5.5	1.1	1.3	20.8	13.6	10.5	9.2	1.6	15.2

\*集計対象は18~79歳

【参考】前回と比較すると、「インターネットを通して」が6.7ポイント、「家庭に来る営業職員」が5.9ポイント、「民保・JAの窓口」が4.2ポイント、それぞれ増加している。

(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								
2022 (令和4)年	3,851	39.1	29.7	14.0	24.1	22.7	4.3	24.6	12.6	11.4	10.6	6.5	5.9	1.2	1.6	23.1	15.4	11.6	11.1	1.6	10.9
2019 (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
2016 (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
2013 (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
2010 (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
2007 (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 2007(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 2010(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

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。



性別にみると、男性で「職場に来る営業職員」(15.9%)が女性(9.5%)に比べ6.4ポイント高く、女性で「家庭に来る営業職員」(32.9%)が男性(29.3%)に比べ3.6ポイント高くなっている。また、男性では「インターネットを通して」、「証券会社の窓口や営業職員」、「信託銀行の窓口や銀行員」も女性に比べ高くなっている。

性・年齢別にみると、「家庭に来る営業職員」は男性60歳代、女性60～70歳代で高く、「職場に来る営業職員」は男性50歳代、女性20～40歳代でそれぞれ高くなっている。また、「勤め先や労働組合等を通して」は男女とも20～40歳代でそれぞれ高く、「インターネットを通して」は男女とも30～50歳代で高くなっている。(図表VII-21)

<図表 VII-21> 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		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	インターネットを通して	テレビ・新聞・雑誌などを通して						
男性	2,141	39.8	29.3	15.9	21.9	20.6	4.0	22.4	11.1	11.3	10.4
20歳代	235	29.4▲	17.0▲	15.3	21.3	20.9	1.3▲	26.4	12.8	16.6	14.5
30歳代	275	37.5	24.7	19.3	31.3	31.3	4.7	25.5	3.3▲	9.1	7.6
40歳代	375	36.0	24.3▲	19.2	28.5	27.7	3.7	28.5	11.5	13.1	11.7
50歳代	358	48.6	31.8	25.7	25.4	25.1	4.2	21.2	12.3	10.3	9.8
60歳代	422	47.2	39.3	11.6▲	19.7	17.8	4.5	21.1	11.6	10.9	10.4
70歳代	447	37.1	32.9	6.9▲	9.8▲	6.7▲	4.5	15.7▲	13.0	8.9	8.5
女性	2,703	39.2	32.9	9.5	19.8	17.7	4.5	22.4	14.3	10.0	9.6
20歳代	210	31.4▲	19.5▲	15.7	19.5	18.6	1.9	27.6	8.1▲	11.4	10.5
30歳代	366	36.9	28.4▲	13.4	29.0	28.1	3.3	30.3	13.1	10.7	9.8
40歳代	534	36.9	29.2▲	12.4	26.0	24.9	3.2	27.2	15.7	11.8	11.4
50歳代	508	36.2	28.5▲	10.2	26.2	24.0	7.5	24.8	14.4	10.6	10.6
60歳代	505	44.6	41.6	5.3▲	16.0▲	12.5▲	5.3	18.2▲	15.8	9.7	8.7
70歳代	546	44.3	41.6	4.9▲	5.9▲	2.7▲	4.0	12.5▲	15.0	6.6▲	6.6▲

	N	職員の窓口や営業				証券会社の窓口や営業	保険代理店の窓口や営業	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	信託銀行の窓口や銀行員	証券会社の窓口や営業							
男性	2,141	6.3	5.8	1.4	2.0	20.0	12.5	11.2	9.6	1.6	15.8	
20歳代	235	10.2	6.8	3.8	3.4	17.9	14.0	10.2	17.4	2.6	15.3	
30歳代	275	4.0	4.7	1.8	3.6	25.1	15.6	16.4	16.4	2.9	8.4▲	
40歳代	375	6.1	6.4	1.3	2.1	25.9	17.1	12.8	14.4	1.3	6.9▲	
50歳代	358	5.3	7.0	1.7	1.1	23.7	13.1	14.5	10.9	1.7	8.1▲	
60歳代	422	7.1	5.2	0.9	1.9	19.4	11.4	10.4	4.0▲	0.9	16.1	
70歳代	447	4.9	4.7	0.4▲	0.9	11.4▲	6.9▲	5.6	1.6▲	0.9	33.3	
女性	2,703	5.7	5.2	0.8	0.8	21.5	14.4	10.0	8.8	1.6	14.6	
20歳代	210	6.7	6.7	1.0	1.9	18.1	11.9	9.0	14.8	2.4	15.2	
30歳代	366	7.4	4.9	0.5	1.4	29.5	22.7	10.7	13.4	1.9	7.1▲	
40歳代	534	5.8	6.6	1.7	0.9	26.4	18.2	12.9	14.6	1.9	6.6▲	
50歳代	508	7.1	5.1	0.2	0.4	28.0	19.9	12.2	10.2	1.2	8.3▲	
60歳代	505	5.1	5.0	0.6	1.2	15.8▲	9.1▲	8.1	3.0▲	1.0	16.8	
70歳代	546	3.3▲	3.3▲	0.7	0.0	12.3▲	6.4▲	7.1▲	2.0▲	1.6	30.2	

(3) 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 35.8%と最も高く、次いで「通信販売」(17.7%)、「保険代理店の窓口や営業職員」(14.0%)、「民保・JAの窓口」(13.9%)と続いている。(図表VII-22)

<図表 VII-22> 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	郵便局の窓口や郵便局員	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	
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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			証券会社の窓口や営業職員	信託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	都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	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	保険代理店の営業職員				
2022 (令和4)年	4,110	35.8	27.8	8.0	17.7	15.8	1.9	13.9	6.2	4.4	3.9	1.7	2.1	0.2	0.5	14.0	8.5	5.5	5.8	1.7	0.4

\*集計対象は18~79歳

【参考】前回と比較すると、「インターネットを通して」が7.1ポイント、「家庭に来る営業職員」が3.1ポイント、それぞれ増加している。

(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					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	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			証券会社の窓口や営業職員	信託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	都市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	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*2	保険代理店の営業職員*2				
2022 (令和4)年	3,431	33.0	24.5	8.5	19.5	18.0	1.5	14.9	4.8	4.2	3.7	1.5	2.0	0.1	0.5	14.9	9.2	5.7	6.6	1.7	0.3
2019 (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
2016 (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
2013 (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
2010 (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
2007 (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 2007 (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 2010 (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

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。

性別にみると、男性で「職場に来る営業職員」、「インターネットを通して」が女性に比べ高く、女性で「家庭に来る営業職員」、「郵便局の窓口や郵便局員」、「保険代理店の窓口」が男性に比べ高くなっている。

性・年齢別にみると、「家庭に来る営業職員」は男女とも60～70歳代、「郵便局の窓口や郵便局員」は男女とも70歳代で、「勤め先や労働組合等を通して」は男性20～40歳代、女性20歳代、40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、男女とも30～40歳代で高くなっている。(図表VII-23)

<図表 VII-23> 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	てインターネットを通して	ドレレビ・新聞・雑誌などを通して	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	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	1,802	36.1	25.2	10.8	18.9	17.4	1.5	14.1	5.0	4.7	4.1
20歳代	199	22.6▲	13.1▲	9.5	20.1	19.1	1.0	20.1	3.5	7.0	5.5
30歳代	252	28.6▲	17.1▲	11.5	24.2	23.0	1.2	14.7	0.8▲	4.0	2.8
40歳代	349	28.1▲	16.9▲	11.2	23.2	22.1	1.1	15.5	3.4	4.0	3.7
50歳代	329	39.5	24.0	15.5	20.1	19.8	0.3▲	10.9	3.6	3.3	2.7
60歳代	354	45.5	37.0	8.5	15.0▲	13.8▲	1.1	13.8	5.4	4.8	4.5
70歳代	298	46.3	38.9	7.4▲	11.7▲	7.7▲	4.0	11.4	12.4	5.7	5.4
女性	2,308	35.6	29.7	5.8	16.7	14.5	2.2	13.8	7.1	4.2	3.9
20歳代	178	26.4▲	14.6▲	11.8	18.5	16.9	1.7	20.8	3.4▲	3.4	2.8
30歳代	340	29.4▲	22.9▲	6.5	20.9	20.0	0.9	17.4	2.9▲	2.6	2.1
40歳代	499	27.9▲	20.8▲	7.0	20.0	19.4	0.6▲	14.6	6.0	3.4	3.2
50歳代	466	28.3▲	22.7▲	5.6	20.4	17.2	3.2	15.5	5.4	4.9	4.7
60歳代	420	46.2	43.1	3.1▲	14.0	11.0▲	3.1	11.0	9.0	4.8	4.0
70歳代	381	52.5	48.6	3.9	6.3▲	2.6▲	3.7	7.6▲	13.9	5.2	5.2

	N	職証券会社の窓口や営業				保険代理店の窓口や営業	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
		行市銀行の窓口や銀行員(ゆうちょ銀行を含む)	や庫銀行の窓口	地方銀行・信用金庫	信託銀行の窓口や銀行員						
男性	1,802	1.6	2.3	0.2	0.6	12.4	6.8	5.6	6.6	1.8	0.4
20歳代	199	3.5	2.0	0.0	1.5	11.1	8.5	2.5▲	12.6	2.5	0.5
30歳代	252	0.8	1.6	0.4	1.2	14.3	8.3	6.0	10.3	3.2	0.0
40歳代	349	0.6	2.9	0.3	0.3	14.9	7.7	7.2	9.5	1.1	0.3
50歳代	329	0.6	1.8	0.3	0.6	14.6	6.4	8.2	5.5	1.8	0.6
60歳代	354	1.7	2.8	0.0	0.3	11.6	6.8	4.8	2.8▲	1.1	0.0
70歳代	298	2.7	2.7	0.0	0.3	8.1▲	4.0▲	4.0	2.0▲	1.3	1.0
女性	2,308	1.8	1.9	0.2	0.3	15.2	9.8	5.4	5.2	1.7	0.5
20歳代	178	1.1	1.7	0.0	0.6	12.9	8.4	4.5	10.7	2.2	1.7
30歳代	340	1.2	0.9	0.0	0.6	18.5	13.8	4.7	5.6	2.1	0.6
40歳代	499	0.8	2.2	0.2	0.2	17.8	11.6	6.2	7.8	2.0	0.4
50歳代	466	3.0	1.7	0.0	0.2	18.0	11.2	6.9	6.0	1.3	0.2
60歳代	420	1.7	2.4	0.0	0.7	11.7▲	7.1▲	4.5	2.1▲	1.2	0.0
70歳代	381	2.4	2.1	0.8	0.0	10.5▲	5.5▲	5.0	1.3▲	1.8	0.8

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」がというように、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-24)

〈図表 VII-24〉 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・雑誌を通して	その他			
全体	4,110	35.8	27.8	8.0	17.7	15.8	1.9	13.9	6.2
営業職員	1,644	57.5	45.9	11.7	10.6▲	9.4▲	1.3▲	11.5▲	2.9▲
家庭に来る営業職員	1,088	61.2	57.4	3.9▲	9.2▲	7.6▲	1.6	10.4▲	3.3▲
職場に来る営業職員	556	50.4	23.4▲	27.0	13.5▲	12.8▲	0.7▲	13.7	2.2▲
通信販売	275	12.0▲	8.7▲	3.3▲	57.1	50.2	6.9	9.1▲	1.8▲
インターネットを通して	143	4.9▲	2.8▲	2.1▲	70.6	68.5	2.1	8.4	0.0▲
テレビ・新聞・雑誌を通して	132	19.7▲	15.2▲	4.5	42.4	30.3	12.1	9.8	3.8
民保・J Aなどの窓口	354	26.0▲	20.1▲	5.9	13.8▲	12.7	1.1	32.8	5.1
郵便局の窓口や郵便局員	215	18.6▲	16.3▲	2.3▲	11.2▲	8.4▲	2.8	6.5▲	47.0
銀行・証券会社を通して	86	12.8▲	10.5▲	2.3▲	15.1	14.0	1.2	10.5	8.1
保険代理店の窓口や営業職員	395	17.0▲	12.2▲	4.8▲	13.7▲	13.7	0.0▲	11.4	1.5▲
保険代理店の窓口	168	13.1▲	11.9▲	1.2▲	13.7	13.7	0.0	11.9	0.6▲
保険代理店の営業職員	227	19.8▲	12.3▲	7.5	13.7	13.7	0.0▲	11.0	2.2▲
勤め先や労働組合等を通して	228	23.2▲	13.2▲	10.1	14.9	13.2	1.8	15.8	2.6▲
その他	212	27.4▲	20.3▲	7.1	21.7	19.3	2.4	10.8	5.7

	N	し銀行・証券会社を通して	営業職員	保険代理店の窓口		を勤め先や労働組合等を通して	その他	わからない
				営業代理店の窓口	職員代理店の営業			
全体	4,110	4.4	14.0	8.5	5.5	5.8	1.7	0.4
営業職員	1,644	3.0▲	9.9▲	5.5▲	4.4▲	3.2▲	1.0▲	0.4
家庭に来る営業職員	1,088	2.7▲	10.1▲	6.0▲	4.1▲	1.7	1.0▲	0.4
職場に来る営業職員	556	3.6	9.5▲	4.7▲	4.9	5.9	0.9	0.4
通信販売	275	4.7	10.9	6.9	4.0	3.3	0.0▲	1.1
インターネットを通して	143	2.8	9.1	7.7	1.4▲	4.2	0.0	0.0
テレビ・新聞・雑誌を通して	132	6.8	12.9	6.1	6.8	2.3	0.0	2.3
民保・J Aなどの窓口	354	4.5	12.7	9.0	3.7	4.0	0.8	0.3
郵便局の窓口や郵便局員	215	6.0	8.8▲	6.0	2.8	0.9▲	0.9	0.0
銀行・証券会社を通して	86	34.9	12.8	11.6	1.2	3.5	2.3	0.0
保険代理店の窓口や営業職員	395	1.5▲	47.3	27.1	20.3	5.8	1.8	0.0
保険代理店の窓口	168	1.2▲	54.8	43.5	11.3	4.8	0.0	0.0
保険代理店の営業職員	227	1.8▲	41.9	15.0	26.9	6.6	3.1	0.0
勤め先や労働組合等を通して	228	1.8▲	10.5	7.5	3.1	31.1	0.0▲	0.0
その他	212	4.7	8.0▲	3.3▲	4.7	5.2	15.1	1.4

\*「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) 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。

SQ1（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。

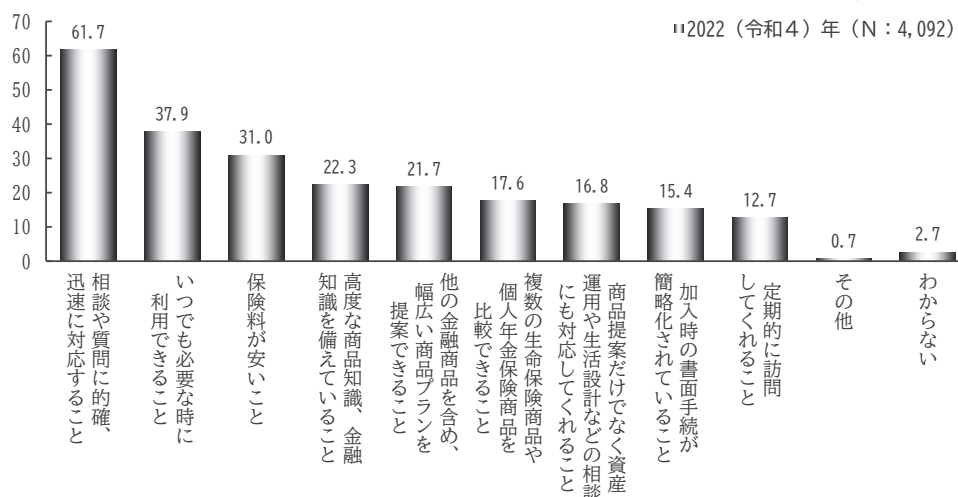
- (ア) 相談や質問に的確、迅速に対応すること
- (イ) 定期的に訪問してくれること
- (ウ) 高度な商品知識、金融知識を備えていること
- (エ) 他の金融商品を含め、幅広い商品プランを提案できること
- (オ) 商品提案だけでなく資産運用や生活設計などの相談にも対応してくれること
- (カ) いつでも必要な時に利用できること
- (キ) 加入時の書面手続が簡略化されていること
- (ク) 複数の生命保険商品や個人年金保険商品を比較できること
- (ケ) 保険料が安いこと
- (コ) その他  
わからない

その結果、「相談や質問に的確、迅速に対応すること」が61.7%と最も高く、以下「いつでも必要な時に利用できること」(37.9%)、「保険料が安いこと」(31.0%)の順となっている。(図表VII-25)

<図表 VII-25> 加入チャネルに対する意向

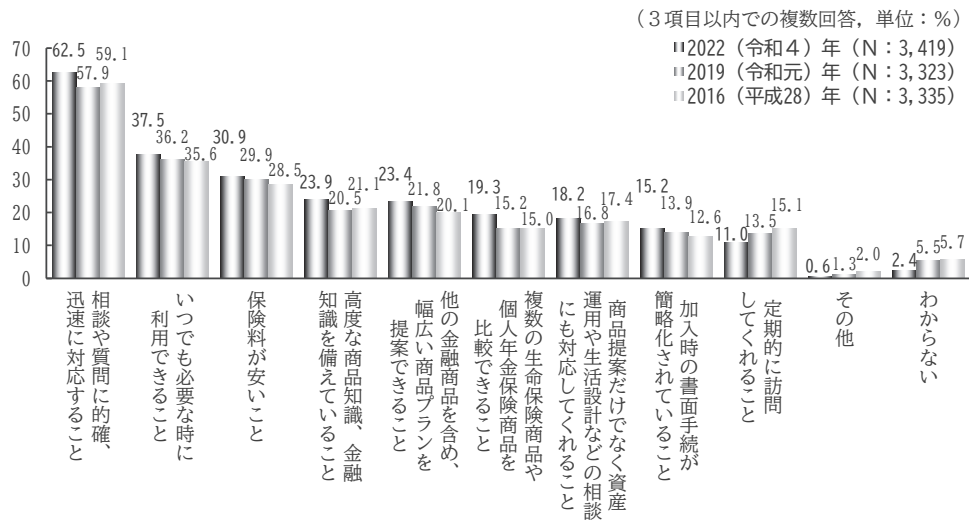
(3項目以内での複数回答, 単位: %)

■2022(令和4)年(N: 4,092)



\*集計対象は18~79歳

【参考】前回と比較すると、「相談や質問に迅速に対応すること」が 4.6 ポイント、「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」が 4.1 ポイント、「高度な商品知識・金融知識を備えていること」が 3.4 ポイント、それぞれ増加し、「定期的に訪問してくれること」が 2.5 ポイント減少している。



\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18～69歳として再集計した。

性別にみると、男性で「高度な商品知識、金融知識を備えていること」、「加入時の書面手続が簡略化されていること」がそれぞれ女性より高くなっている。

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、50 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」は男性 30 歳代、女性 20～40 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」は男性 30 歳代、女性 40 歳代で、それぞれ高くなっている。また、「定期的に訪問してくれること」は男女とも 60～70 歳代で高くなっている。(図表VII-26)

<図表 VII-26> 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	高度な商品知識、金融知識を備えていること	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	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	運用や生活設計などの相談にも対応してくれること	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	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	1,795	60.3	37.0	29.7	24.6	21.0	16.4	17.2	16.8	13.3	0.7	2.8	
20歳代	198	63.6	37.4	26.3	34.3	18.7	18.7	21.7	9.6▲	8.1▲	0.5	1.5	
30歳代	252	57.9	39.3	30.2	27.0	21.0	25.8	24.6	17.9	7.9▲	0.8	2.8	
40歳代	348	60.9	38.2	31.3	25.6	23.9	19.3	15.8	17.5	12.9	0.9	2.0	
50歳代	327	59.3	35.2	30.3	29.4	23.2	15.6	19.0	18.7	12.2	0.9	2.8	
60歳代	354	63.0	33.6	27.7	21.5	22.9	12.1▲	14.1	15.5	16.7	0.3	3.4	
70歳代	295	56.9	39.3	31.5	13.9▲	14.2▲	9.5▲	11.2▲	18.3	19.3	1.0	3.4	
女性	2,297	62.7	38.5	32.0	20.5	22.2	18.6	16.5	14.3	12.3	0.7	2.6	
20歳代	175	61.7	33.1	30.3	23.4	21.7	22.3	23.4	13.7	5.1▲	1.1	2.3	
30歳代	338	66.0	37.6	30.5	22.5	25.4	19.8	22.2	13.6	7.1▲	0.9	1.2	
40歳代	497	63.6	35.6	33.0	22.5	27.6	24.7	20.3	14.9	10.3	0.4	1.0▲	
50歳代	465	63.4	41.5	32.3	22.6	25.6	20.9	15.1	15.9	8.2▲	0.4	2.8	
60歳代	420	62.4	39.8	33.1	19.0	19.5	14.8▲	13.3	12.6	16.2	0.2	3.8	
70歳代	378	58.2▲	39.9	31.7	14.6▲	11.9▲	8.7▲	9.0▲	15.1	23.5	1.9	4.8	

最も加入意向のあるチャンネル別にみると、「相談や質問に的確、迅速に対応すること」は“民保・JAの窓口”で73.6%、「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66.7%、「高度な商品知識、金融知識を備えていること」は“銀行・証券会社を通して”で35.9%、「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33.8%とそれぞれ最も高くなっている。(図表Ⅶ-27)

<図表 VII-27> 加入チャンネルに対する意向〔最も加入意向のあるチャンネル別〕

(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	高度な商品知識、金融知識を備えていること	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	年金保険商品や個人複数年の生命保険商品や個人複数年の生命保険商品や個人複数年の生命保険商品	商品提案だけでなく相談に運用設計などの相談に	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	4,092	61.7	37.9	31.0	22.3	21.7	17.6	16.8	15.4	12.7	0.7	2.7
営 業 職 員	1,471	71.8	34.4▲	22.4▲	22.2	18.7▲	12.0▲	16.0	9.1▲	23.8	0.9	2.9
家庭に来る営業職員	1,141	73.1	34.8▲	23.0▲	21.7	17.8▲	11.0▲	14.9▲	8.6▲	23.9	0.6	2.6
職場に来る営業職員	330	67.3	33.0	20.3▲	23.6	21.8	15.5	19.7	10.9▲	23.3	1.8	3.6
通 信 販 売	727	32.6▲	50.2	53.9	11.3▲	16.6▲	24.3	8.7▲	32.2	0.6▲	0.6	2.5
インターネットを通して	649	32.2▲	51.2	52.4	12.0▲	18.2▲	25.4	8.8▲	31.4	0.5▲	0.6	2.6
テレビ・新聞・雑誌などを通して	78	35.9▲	42.3	66.7	5.1▲	3.8▲	15.4	7.7▲	38.5	1.3▲	0.0	1.3
民 保 ・ J A の 窓 口	573	73.6	33.2▲	29.7	27.2	26.9	19.2	18.7	12.2▲	9.2▲	0.3	2.4
郵 便 局 の 窓 口 や 郵 便 局 員	255	60.8	46.3	32.9	15.3▲	12.9▲	6.3▲	17.3	16.1	14.9	1.2	3.1
銀 行 ・ 証 券 会 社 を 通 じ て	181	57.5	40.3	23.2▲	35.9	30.4	17.7	25.4	13.3	6.6▲	0.6	1.1
保 険 代 理 店 の 窓 口 や 営 業 職 員	575	64.7	29.7▲	25.4▲	30.8	31.8	28.2	24.2	11.3▲	7.1▲	0.3	2.4
保 険 代 理 店 の 窓 口	349	63.9	28.7▲	26.1▲	30.1	33.8	30.4	24.9	12.6	6.0▲	0.3	1.7
保 険 代 理 店 の 営 業 職 員	226	65.9	31.4▲	24.3▲	31.9	28.8	24.8	23.0	9.3▲	8.8	0.4	3.5
勤 め 先 や 労 働 組 合 等 を 通 じ て	239	56.5	41.0	33.9	23.0	22.6	17.2	15.9	20.9	7.5▲	0.0	3.8
そ の 他	71	60.6	39.4	32.4	18.3	18.3	11.3	22.5	15.5	7.0	7.0	4.2

\*「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



## (5) 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。

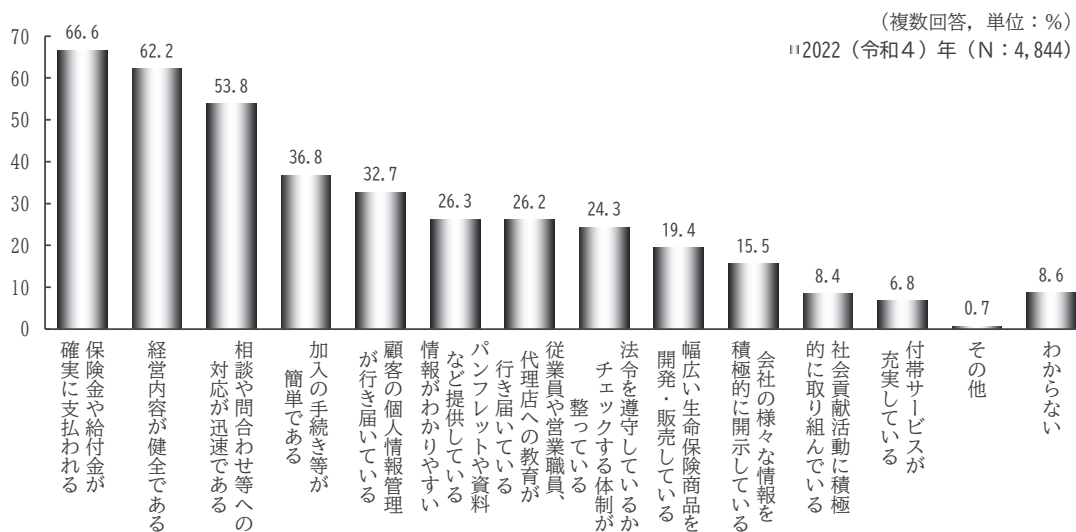
あなたが仮に生命保険、生命共済や個人年金保険に加入されるとしたら、それらの商品を提供している生命保険会社、団体などにどのようなことを望みますか。この中からいくつでもお答えください。

- (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) 付帯サービス(※)が充実していること
- (ス) その他  
わからない

※付帯サービスとは、健康・医療に関する情報提供や人間ドックの優待、スポーツクラブ・レジャー施設の優待利用等のサービスを指す。

その結果、「保険金や給付金が確実に支払われる」が66.6%で最も高く、「経営内容が健全である」(62.2%)、「相談や問い合わせ等への対応が迅速である」(53.8%)までが5割以上で続いている。(図表VII-28)

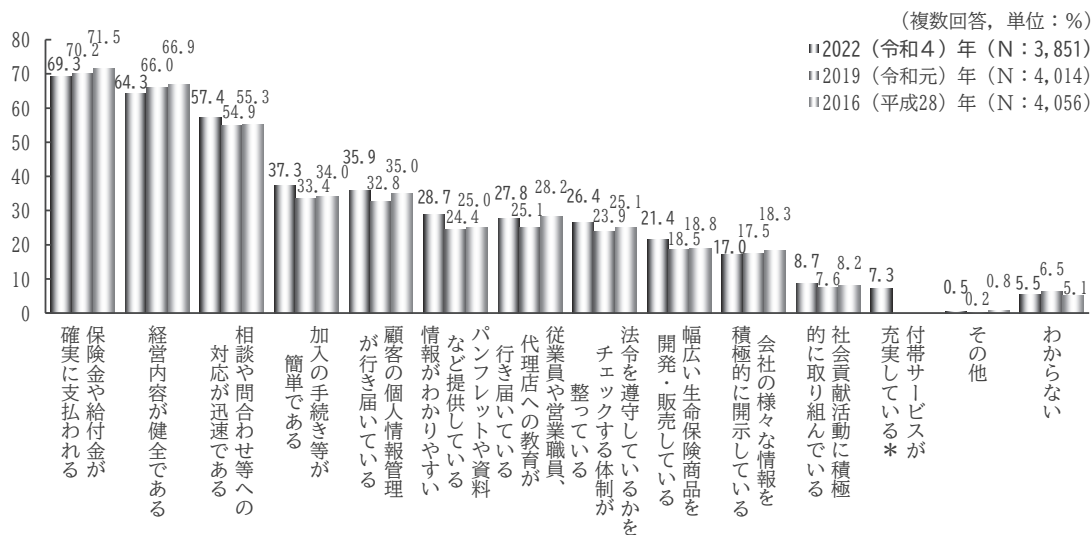
<図表 VII-28> 生命保険会社等に対する意向



\*集計対象は18~79歳



【参考】前回と比較すると、「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」が 4.3 ポイント、「加入の手続き等が簡単である」が 3.9 ポイント、「顧客の個人情報管理が行き届いている」が 3.1 ポイント、「幅広い生命保険商品を開発・販売している」が 2.9 ポイント、「従業員や営業職員、代理店への教育が行き届いている」が 2.7 ポイント、「相談や問い合わせ等への対応が迅速である」、「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」が 2.5 ポイント、それぞれ増加している。



\*2022 (令和4) 年度調査より質問。

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。

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6項目で女性が男性に比べて高くなっている。

性・年齢別にみると、「保険金や給付金が確実に支払われる」は男女とも30～50歳代で、「経営内容が健全である」は男性20歳代、50歳代、女性50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30～50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40～50歳代で、それぞれ高くなっている。(図表VII-29)

<図表 VII-29> 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	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	従業員の教育が行き届いている	法令を遵守しているか	幅広い生命保険商品を発売・販売している	開示している様々な情報を積極的に示している	社会貢献活動に積極的に取り組んでいる	付帯サービスが充実している	その他	わからない
男性	2,141	63.9	61.6	48.7	35.0	30.1	24.3	23.7	25.5	19.8	14.7	8.0	7.1	0.9	9.5
20歳代	235	66.0	71.1	48.1	30.2	35.3	27.2	25.5	26.0	25.1	17.0	7.7	9.4	0.0	8.1
30歳代	275	72.0	64.7	53.8	38.2	35.6	30.2	29.1	31.3	24.0	20.0	10.2	9.1	0.4	3.6▲
40歳代	375	70.7	65.1	60.5	36.3	37.1	29.3	27.2	29.9	21.1	16.0	6.9	8.5	1.1	4.5▲
50歳代	358	71.2	66.2	51.7	37.4	33.0	24.0	26.8	26.0	24.6	16.8	9.8	7.3	1.1	3.6▲
60歳代	422	59.0▲	59.7	46.2	33.9	27.0	23.5	22.0	27.3	18.5	12.8	7.8	5.5	1.2	9.0
70歳代	447	52.1▲	49.7▲	36.5▲	32.9	17.7▲	15.2▲	16.3▲	15.7▲	10.1▲	8.9▲	6.7	4.7▲	1.3	22.8
女性	2,703	68.8	62.7	57.9	38.2	34.8	27.9	28.2	23.4	19.1	16.2	8.8	6.5	0.4	7.9
20歳代	210	68.1	60.5	51.9	34.8	30.0	32.9	24.3	19.0	21.0	17.6	6.7	5.2	0.0	7.1
30歳代	366	74.9	62.0	66.1	35.8	37.4	34.4	28.7	24.0	23.0	16.4	6.8	7.4	0.5	3.0▲
40歳代	534	77.0	63.7	67.0	39.0	40.1	31.5	33.0	26.0	20.0	19.9	10.5	8.8	0.2	2.2▲
50歳代	508	74.8	73.0	67.7	46.1	44.5	30.9	31.1	30.7	25.0	20.5	10.2	6.5	0.0	2.2▲
60歳代	505	62.0▲	59.6	51.9▲	35.2	32.9	25.0	27.1	22.6	16.0	14.1	8.9	5.9	0.8	10.3
70歳代	546	59.7▲	57.5▲	43.0▲	36.3	22.7▲	18.5▲	23.3▲	16.7▲	13.2▲	10.3▲	8.1	4.9	0.9	19.0

## (6) 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

(5)

A：付帯サービス（※）がない分、保険料が安い生命保険に加入したい

B：保険料が若干高くても、付帯サービス（※）が充実している生命保険に加入したい

（※）付帯サービスとは、健康・医療に関する情報提供や人間ドックの優待、スポーツクラブ・レジャー施設の優待利用等のサービスを指す。

(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

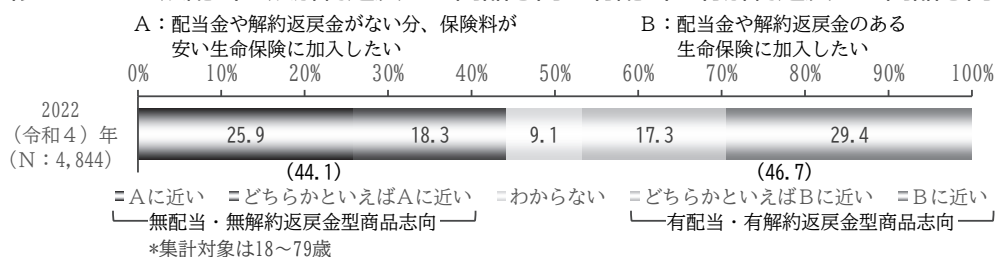
(エ) Bに近い

わからない

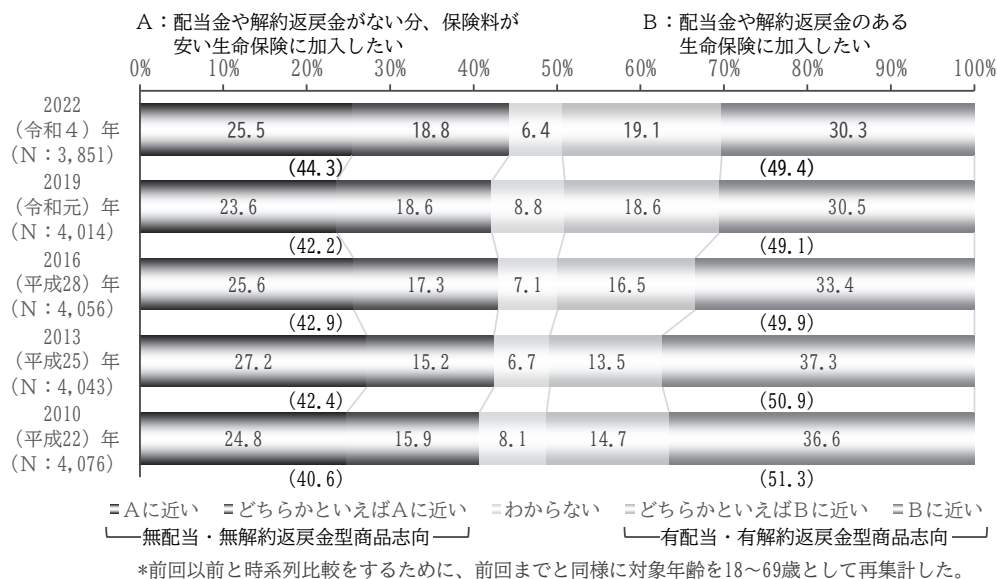
### ① 無配当・無解約返戻金型商品志向か有配当・有解約返戻金型商品志向か

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44.1%、「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46.7%となっている。（図表VII-30）

<図表 VII-30> 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



【参考】前回と比較しても、大きな差異はみられない。



性別にみると、「無配当・無解約返戻金型商品志向」は男性で45.8%と女性(42.8%)に比べ3.0ポイント高く、女性で「有配当・有解約返戻金型商品志向」が48.1%と男性(45.0%)に比べ3.1ポイント高くなっている。

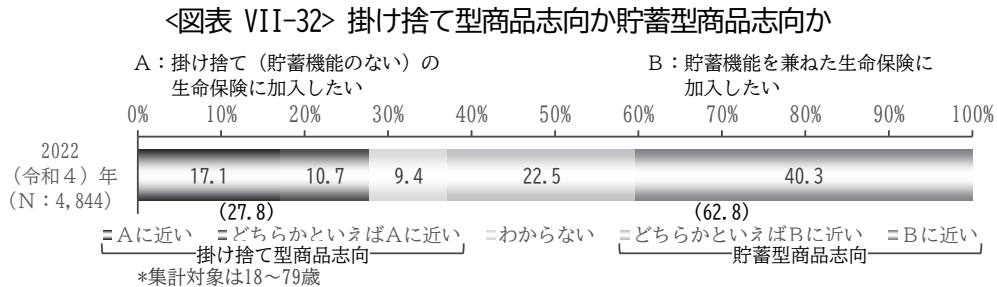
性・年齢別にみると、「無配当・無解約返戻金型商品志向」は男性60歳代、女性50歳代が高く、「有配当・有解約返戻金型商品志向」は男性20歳代、女性30歳代で高くなっている。(図表VII-31)

<図表 VII-31> 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〕

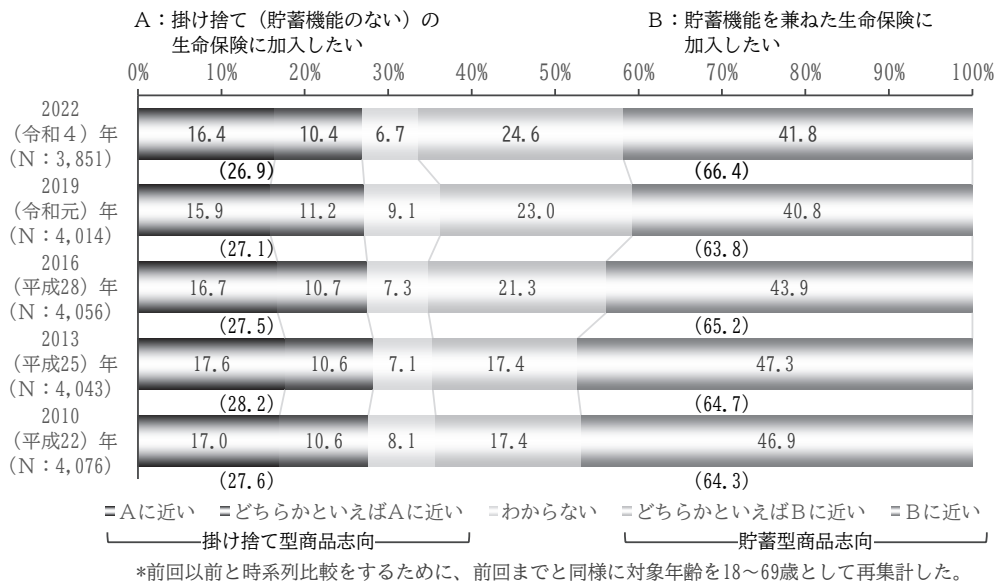
	N	(単位: %)						
		Aに近い	どちらかとい えば Aに近い	無配当・無 解約返戻金 型商品志向	わからない	有配当・有 解約返戻金 型商品志向	どちらかとい えば Bに近い	Bに近い
男 性	2,141	27.2	18.5	45.8	9.2	45.0	16.8	28.3
20歳代	235	17.0▲	18.7	35.7	9.4	54.9	24.7	30.2
30歳代	275	24.4	21.5	45.8	4.0▲	50.2	19.3	30.9
40歳代	375	27.2	18.1	45.3	5.3▲	49.3	19.2	30.1
50歳代	358	24.6	22.6	47.2	4.7▲	48.0	19.3	28.8
60歳代	422	36.3	14.7▲	50.9	7.6	41.5	14.9	26.5
70歳代	447	28.9	17.4	46.3	19.9	33.8▲	8.3▲	25.5
女 性	2,703	24.8	18.1	42.8	9.1	48.1	17.8	30.3
20歳代	210	19.0▲	16.7	35.7▲	10.5	53.8	23.8	30.0
30歳代	366	21.9	18.0	39.9	3.8▲	56.3	24.6	31.7
40歳代	534	26.4	18.2	44.6	4.1▲	51.3	18.9	32.4
50歳代	508	27.2	20.1	47.2	3.1▲	49.6	18.3	31.3
60歳代	505	24.0	20.0	44.0	11.1	45.0	13.7▲	31.3
70歳代	546	26.2	15.2	41.4	20.0	38.6▲	12.1▲	26.6▲

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27.8%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62.8%と6割以上を占めている。（図表VII-32）



【参考】前回と比較すると、「貯蓄型商品志向」が2.6ポイント増加している。



性別にみると、「貯蓄型商品志向」は女性（65.2%）が男性（59.8%）に比べ 5.4 ポイント高く、「掛け捨て型商品志向」は男性（30.1%）が女性（26.0%）に比べ 4.1 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 60 歳代、女性 70 歳代で高く、「貯蓄型商品志向」は男性 20 歳代、40～50 歳代、女性 20～40 歳代で高くなっている。（図表VII-33）

<図表 VII-33> 掛け捨て型商品志向か貯蓄型商品志向か〔性・年齢別〕

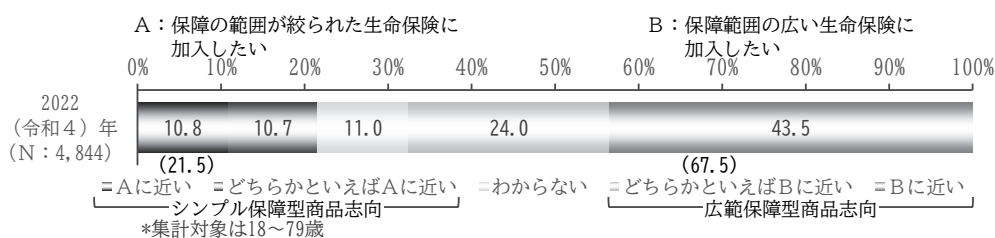
(単位：%)

	N	掛け捨て型商品志向		わからない	貯蓄型商品志向		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	2,141	18.7	11.4	30.1	10.0	59.8	20.9	39.0
20歳代	235	11.9▲	6.0▲	17.9▲	12.3	69.8	30.6	39.1
30歳代	275	19.3	13.1	32.4	3.6▲	64.0	21.1	42.9
40歳代	375	17.1	10.1	27.2	5.1▲	67.7	24.0	43.7
50歳代	358	15.4	14.0	29.3	4.5▲	66.2	26.0	40.2
60歳代	422	25.1	11.8	37.0	10.2	52.8▲	15.4▲	37.4
70歳代	447	20.1	12.3	32.4	20.8	46.8▲	13.4▲	33.3▲
女性	2,703	15.8	10.2	26.0	8.8	65.2	23.8	41.4
20歳代	210	10.0▲	5.7▲	15.7▲	9.5	74.8	31.4	43.3
30歳代	366	12.3▲	11.5	23.8	3.8▲	72.4	29.8	42.6
40歳代	534	14.4	10.1	24.5	3.4▲	72.1	27.2	44.9
50歳代	508	17.3	10.2	27.6	3.5▲	68.9	23.6	45.3
60歳代	505	17.8	9.5	27.3	11.9	60.8▲	21.8	39.0
70歳代	546	19.0	11.5	30.6	18.7	50.7▲	15.2▲	35.5▲

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 21.5%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 67.5%と 6 割以上を占めている。（図表VII-34）

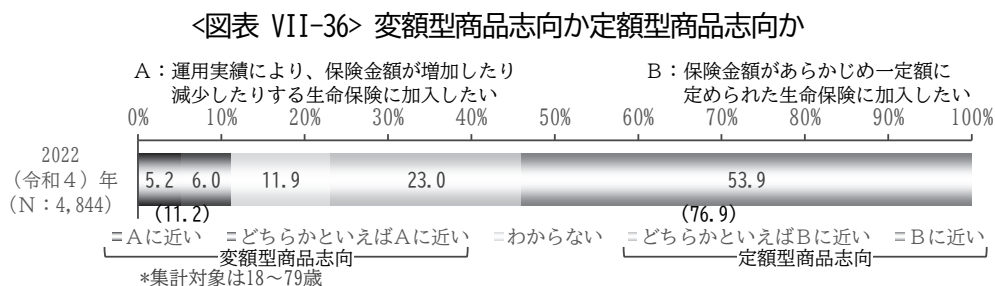
<図表 VII-34> シンプル保障型商品志向か広範保障型商品志向か



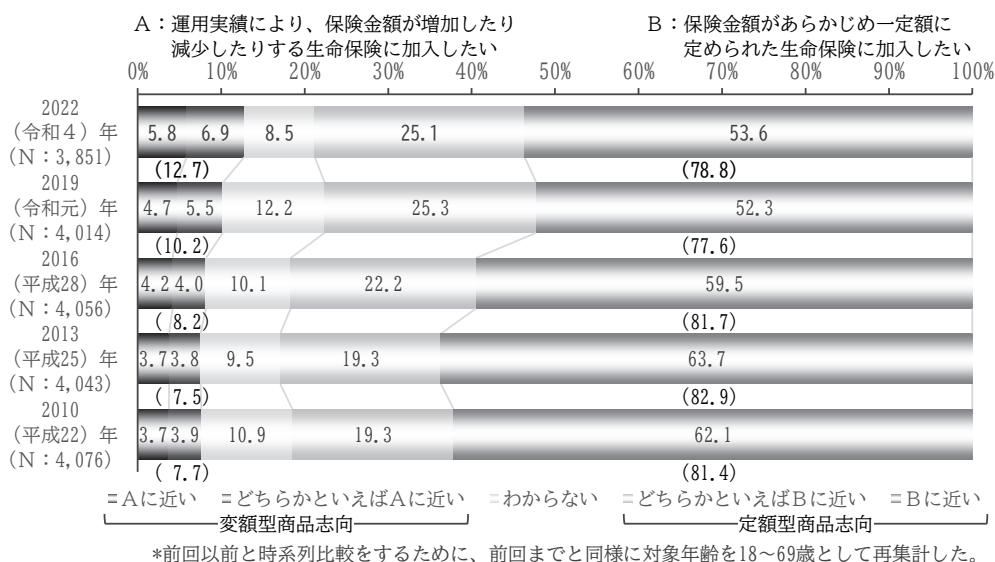


#### ④ 変額型商品志向か定額型商品志向か

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11.2%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76.9%と8割以上を占めている。（図表VII-36）



【参考】時系列でみると、「変額型商品志向」は2016（平成28）年以降、増加傾向が続いている。





性別にみると、「変額型商品志向」は男性が 13.9%と女性（9.0%）に比べ 4.9 ポイント高く、「定額型商品志向」は女性が 78.8%と男性（74.5%）に比べ 4.3 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 20～40 歳代、女性 20～30 歳代で高く、「定額型商品志向」は、男性 50～60 歳代、女性 40～50 歳代で高くなっている。（図表Ⅶ-37）

<図表 Ⅶ-37> 変額型商品志向か定額型商品志向か

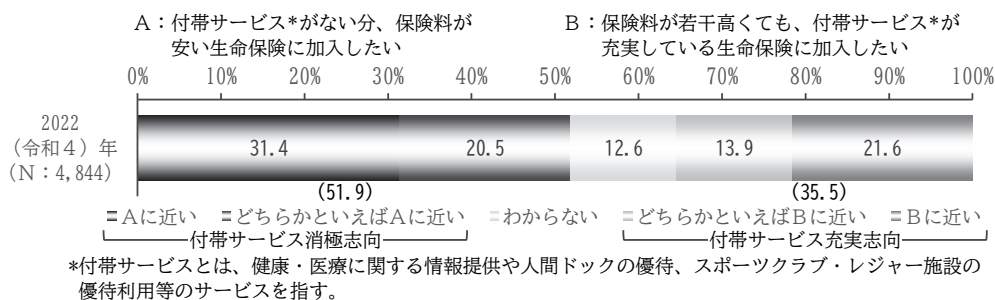
(単位：%)

	N	変額型商品志向			わからない	定額型商品志向		
		Aに近い	どちらかといえばAに近い	変額型商品志向		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	2,141	6.7	7.2	13.9	11.6	74.5	21.8	52.7
20歳代	235	9.4	14.0	23.4	10.2	66.4▲	27.2	39.1▲
30歳代	275	13.5	12.0	25.5	4.4▲	70.2	19.3	50.9
40歳代	375	10.9	7.5	18.4	6.9▲	74.7	24.8	49.9
50歳代	358	3.4▲	7.5	10.9	7.8▲	81.3	27.7	53.6
60歳代	422	5.7	3.6▲	9.2▲	11.1	79.6	19.0	60.7
70歳代	447	1.8▲	2.9▲	4.7▲	23.9	71.4	16.6▲	54.8
女 性	2,703	4.0	5.0	9.0	12.1	78.8	23.9	54.9
20歳代	210	8.1	9.5	17.6	11.0	71.4▲	24.3	47.1▲
30歳代	366	3.8	8.7	12.6	7.4▲	80.1	29.0	51.1
40歳代	534	5.1	4.9	9.9	6.6▲	83.5	29.6	53.9
50歳代	508	4.3	4.5	8.9	5.3▲	85.8	26.0	59.8
60歳代	505	1.4▲	3.8	5.1▲	12.9	82.0	23.8	58.2
70歳代	546	3.7	1.8▲	5.5▲	26.4	68.1▲	13.0▲	55.1

⑤ 付帯サービス消極志向か付帯サービス充実志向か

生命保険商品に対する意向をみると、「付帯サービス消極志向」（“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 51.9%に対し、「付帯サービス充実志向」（“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 35.5%となっている。（図表Ⅶ-38）

<図表 Ⅶ-38> 付帯サービス消極志向か付帯サービス充実志向か



性・年齢別にみると、「付帯サービス消極志向」は男性 60 歳代、女性 40～50 歳代で高く、「付帯サービス充実志向」は、男性 40 歳代、女性 30 歳代で高くなっている。(図表Ⅶ-39)

<図表 Ⅶ-39> 付帯サービス消極志向か付帯サービス充実志向か〔性・年齢別〕

(単位：%)

	N	どちらかといえはAに近い		付帯サービス消極志向	わからない	付帯サービス充実志向	どちらかといえはBに近い	
		Aに近い						Bに近い
男 性	2,141	30.7	19.8	50.5	12.6	36.9	13.8	23.1
20歳代	235	26.8	20.0	46.8	11.5	41.7	23.0	18.7
30歳代	275	34.5	20.0	54.5	6.2▲	39.3	15.6	23.6
40歳代	375	30.9	19.7	50.7	5.6▲	43.7	15.5	28.3
50歳代	358	27.4	24.9	52.2	9.2▲	38.5	16.5	22.1
60歳代	422	37.2	17.8	55.0	13.0	32.0▲	10.0▲	22.0
70歳代	447	28.0	17.0	45.0	24.6	30.4▲	8.1▲	22.4
女 性	2,703	31.9	21.0	52.9	12.7	34.4	13.9	20.4
20歳代	210	28.1	19.5	47.6	14.3	38.1	16.2	21.9
30歳代	366	28.7	26.0	54.6	5.7▲	39.6	20.5	19.1
40歳代	534	34.3	24.7	59.0	5.8▲	35.2	14.4	20.8
50歳代	508	37.0	23.2	60.2	6.1▲	33.7	13.8	19.9
60歳代	505	32.7	19.2	51.9	16.2	31.9	12.1	19.8
70歳代	546	29.1	14.3▲	43.4▲	25.8	30.8▲	10.1▲	20.7

## (7) 生命保険加入時の募集資料で最も重視する情報

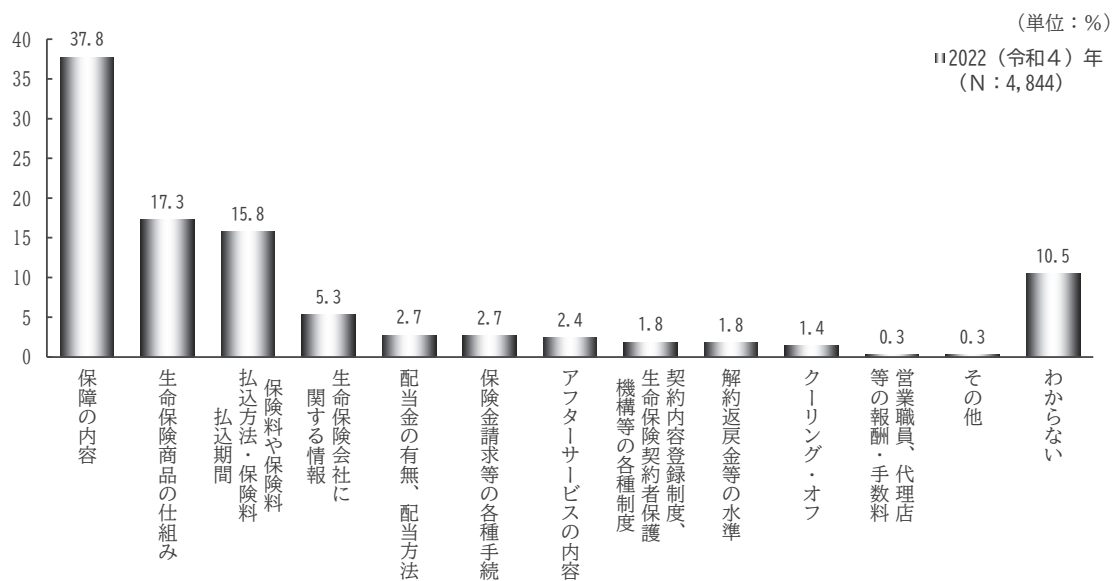
生命保険加入時の募集資料に求める要素を捉えるために、以下のように尋ねた。

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。

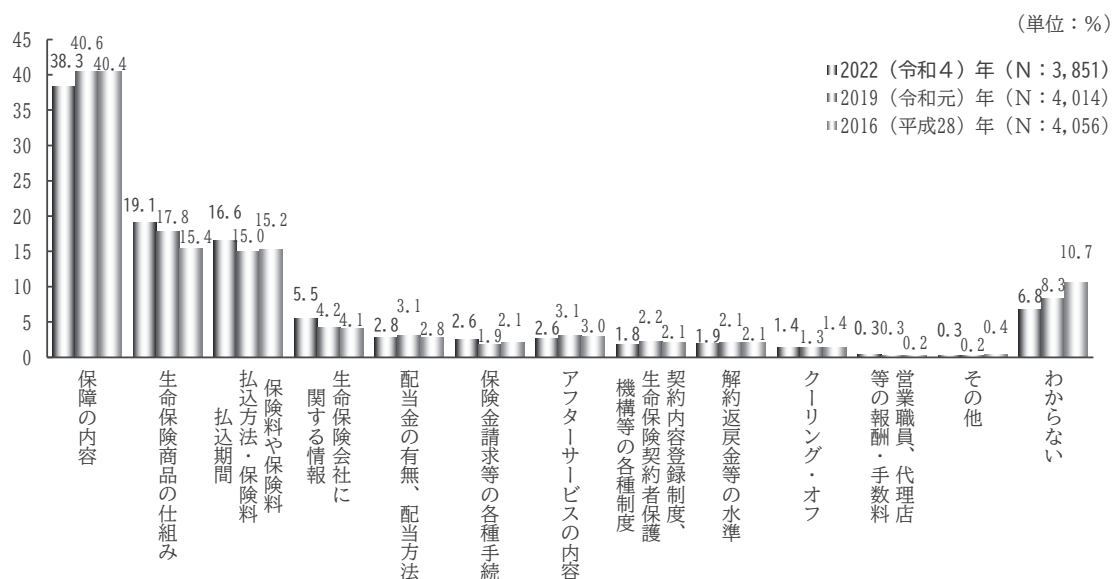
- (ア) 生命保険会社に関する情報
- (イ) 生命保険商品の仕組み
- (ウ) 保険料や保険料払込方法・保険料払込期間
- (エ) 配当金の有無、配当方法
- (オ) 解約返戻金等の水準
- (カ) 保障の内容（保険金が支払われる場合・支払われない場合等）
- (キ) 保険金請求等の各種手続
- (ク) アフターサービスの内容
- (ケ) 営業職員、代理店等の報酬・手数料
- (コ) 契約内容登録制度（被保険者の氏名、保険金額等の保険契約に関するデータを登録する制度）、生命保険契約者保護機構（生命保険会社が経営破綻した場合に保険契約者を保護する制度）等の各種制度
- (サ) クーリング・オフ（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37.8%と最も高く、以下「生命保険商品の仕組み」(17.3%)、「保険料や保険料払込方法・保険料払込期間」(15.8%)と続いている。(図表VII-40)

<図表 VII-40> 生命保険加入時の募集資料で最も重視する情報



【参考】前回と比較すると、「保障の内容」が2.3ポイント減少している。



\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18～69歳として再集計した。

性別にみると、女性では「保障の内容」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」で男性40歳代が高く、「生命保険商品の仕組み」で男性20～30歳代が高くなっている。また、「保険料や保険料払込方法・保険料払込期間」は男性60歳代、女性40歳代で高くなっている。(図表VII-41)

<図表 VII-41> 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	払込方法・保険料	保険料や保険料	生命保険会社に	関する情報	配当金の有無、配当方法	配当方法	保険金請求等の各種手続	アフターサービスの内容	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	生命保険契約者保護	解約返戻金等の水準	クリーニング・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	2,141	35.5	19.6	14.9	5.3	3.4	2.4	2.1	2.1	1.6	1.2	0.5	0.4	11.1				
20歳代	235	28.5▲	25.5	11.5	9.8	3.4	0.9	3.4	1.7	2.6	3.0	0.0	0.0	9.8				
30歳代	275	38.2	25.8	13.1	4.7	4.0	2.9	1.5	1.5	2.2	0.4	0.7	0.4	4.7▲				
40歳代	375	40.0	22.1	14.7	5.6	2.4	1.1	2.9	2.1	1.1	1.1	1.1	0.5	5.3▲				
50歳代	358	39.4	20.4	15.4	5.9	3.9	1.7	1.7	1.7	1.7	1.4	0.3	0.6	6.1▲				
60歳代	422	32.9	17.5	20.6	3.3	3.6	4.3	1.9	2.6	1.7	0.7	0.7	0.5	9.7				
70歳代	447	33.8	12.1▲	12.8	4.0	2.5	2.7	1.6	2.2	1.3	1.3	0.0	0.2	25.5				
女性	2,703	39.5	15.4	16.4	5.3	2.3	2.9	2.7	1.7	1.8	1.6	0.1	0.2	10.0				
20歳代	210	33.3	18.6	14.8	9.5	3.8	2.4	2.4	1.9	2.4	1.4	0.0	0.0	9.5				
30歳代	366	42.6	16.7	17.2	7.4	3.0	2.5	1.4	2.2	2.2	1.6	0.0	0.0	3.3▲				
40歳代	534	42.3	17.0	19.3	4.3	2.6	2.2	2.8	0.7	2.4	1.7	0.4	0.0	4.1▲				
50歳代	508	43.1	17.9	18.3	3.3▲	1.2	3.5	3.7	1.8	2.4	1.8	0.0	0.2	2.8▲				
60歳代	505	37.4	15.8	15.8	4.6	1.4	3.0	4.0	2.2	1.6	1.2	0.2	0.6	12.3				
70歳代	546	37.4	8.6▲	12.5▲	4.9	2.7	3.5	1.6	1.6	0.7▲	1.8	0.2	0.2	24.2				

## (8) 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。

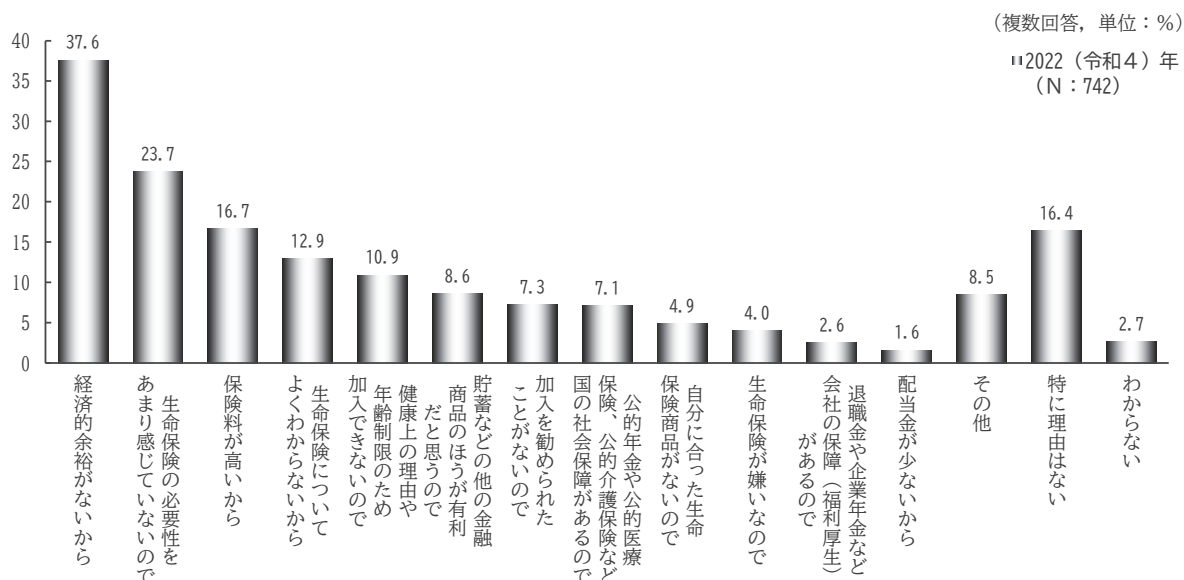
あなたが現在、生命保険や個人年金保険に加入されていないのは、どういった理由からですか。この中からいくつでもお答えください。

- (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から
- (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 37.6%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」(23.7%)、「保険料が高いから」(16.7%)、「生命保険についてよくわからないから」(12.9%)と続いている。(図表VII-42)

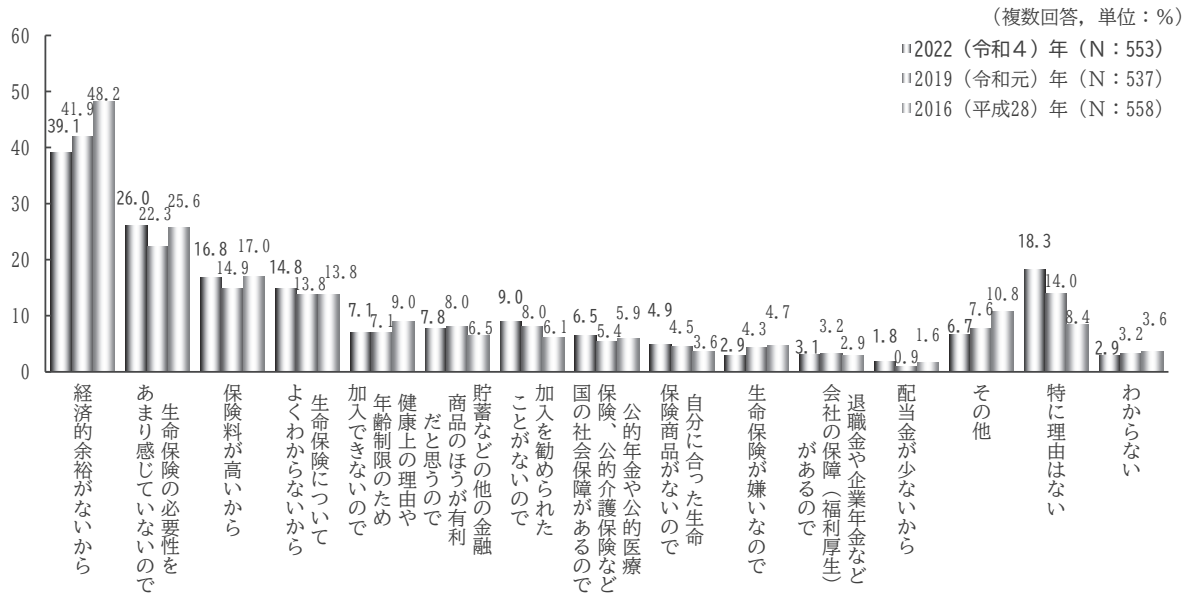
<図表 VII-42> 生命保険の非加入理由

[集計ベース：生命保険非加入者\*]



\*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  
\*集計対象は18～79歳

【参考】前回と比較しても、大きな差異はみられない。



\*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

\*前回以前と時系列比較をするために、前回までと同様に対象年齢を18~69歳として再集計した。

性別にみると、女性で「生命保険についてよくわからないから」が 16.6%と男性（9.2%）に比べ 7.4ポイント高くなっている。

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」では男女とも 20 歳代で高く、「加入を勧められたことがないの」は男性 20 歳代、女性 20～30 歳代で、「保険料が高いから」は男性 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」は男女とも 70 歳代で、「退職金や企業年金など会社の保障（福利厚生）があるの」は男性 40～50 歳代で、それぞれ高くなっている。

（図表VII-43）

<図表 VII-43> 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: %)

	N	経済的余裕がないから	あまり感じていないので	保険料が高いから	よくわからないから	加入できないため	健康上の理由や年齢制限のため	貯蓄などの他の金融商品が有るから	加入を勧められたことがないから	国の社会的保障があるから	公的年金や公的医療保険など	自分に合った生命保険商品がないから	生命保険が嫌いなので	会社のあるので	退職金や企業年金など	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	369	38.2	24.4	15.7	9.2	11.4	8.4	6.8	6.5	3.3	4.6	3.8	1.1	10.3	17.6	2.4			
20歳代	83	25.3▲	22.9	6.0▲	24.1	2.4▲	1.2▲	14.5	2.4	0.0	0.0▲	1.2	0.0	7.2	34.9	3.6			
30歳代	47	48.9	34.0	21.3	10.6	2.1▲	12.8	12.8	10.6	4.3	4.3	4.3	0.0	6.4	17.0	4.3			
40歳代	37	48.6	24.3	13.5	2.7	10.8	10.8	8.1	8.1	2.7	2.7	10.8	2.7	10.8	10.8	0.0			
50歳代	41	43.9	31.7	29.3	4.9	19.5	9.8	0.0	9.8	9.8	7.3	12.2	2.4	12.2	4.9▲	2.4			
60歳代	48	47.9	27.1	16.7	2.1	6.3	12.5	0.0▲	8.3	2.1	4.2	2.1	0.0	8.3	10.4	2.1			
70歳代	101	35.6	16.8▲	16.8	5.0	23.8	9.9	3.0	5.0	4.0	8.9	1.0	2.0	14.9	10.9▲	1.0			
女性	373	37.0	23.1	17.7	16.6	10.5	8.8	7.8	7.8	6.4	3.5	1.3	2.1	6.7	15.3	2.9			
20歳代	65	38.5	30.8	24.6	26.2	4.6	4.6	20.0	7.7	6.2	0.0	1.5	0.0	4.6	15.4	1.5			
30歳代	50	40.0	30.0	16.0	24.0	2.0▲	12.0	16.0	4.0	8.0	4.0	0.0	6.0	4.0	14.0	4.0			
40歳代	54	44.4	22.2	24.1	18.5	5.6	3.7	3.7	1.9	3.7	1.9	1.9	3.7	3.7	11.1	1.9			
50歳代	45	37.8	24.4	13.3	13.3	11.1	13.3	2.2	6.7	6.7	2.2	0.0	2.2	2.2	20.0	2.2			
60歳代	54	44.4	14.8	16.7	11.1	14.8	9.3	1.9	11.1	11.1	7.4	3.7	3.7	11.1	16.7	1.9			
70歳代	88	30.7	17.0	15.9	10.2	20.5	12.5	1.1▲	13.6	5.7	5.7	1.1	0.0	12.5	11.4	3.4			

\* 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