

## 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

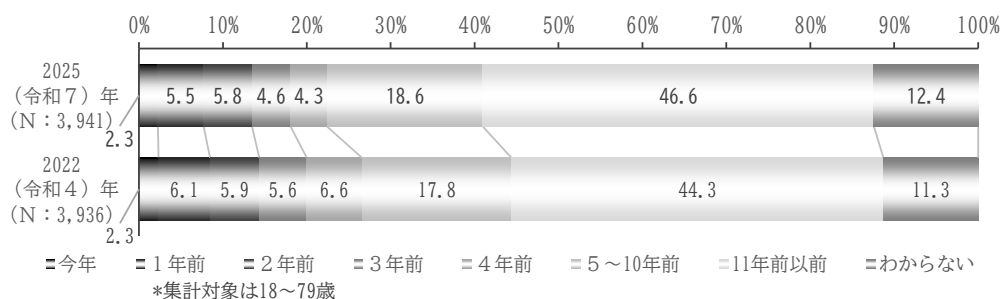
直近に加入した契約の加入年次について、以下のように尋ねた。

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。

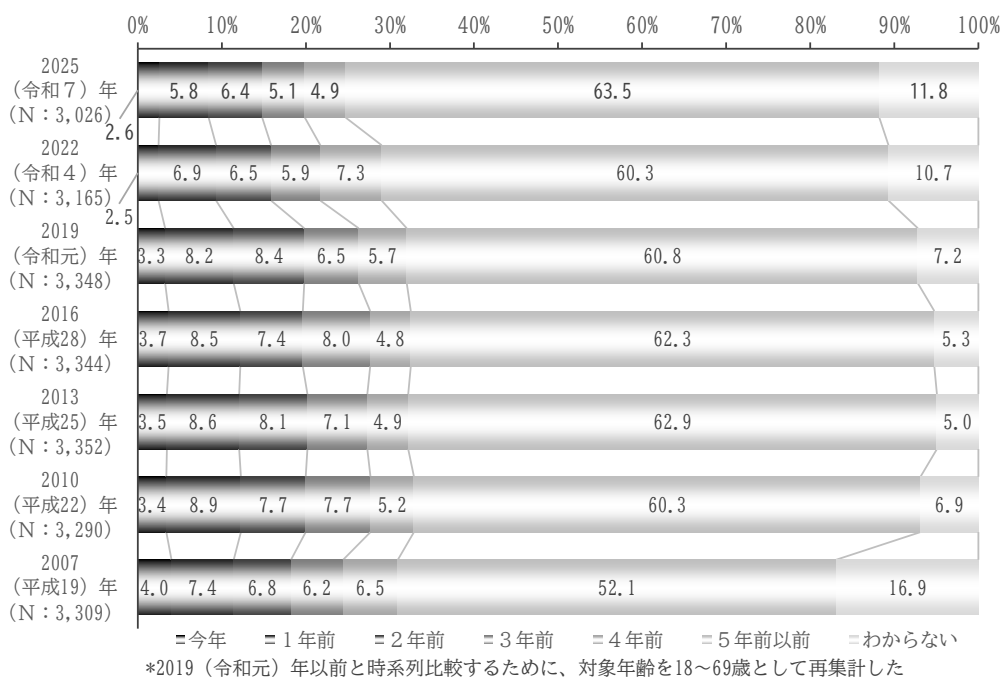
- 1 2025 年（令和 7 年）〔今年〕
- 2 2024 年（令和 6 年）〔1 年前〕
- 3 2023 年（令和 5 年）〔2 年前〕
- 4 2022 年（令和 4 年）〔3 年前〕
- 5 2021 年（令和 3 年）〔4 年前〕
- 6 2020 年（令和 2 年）～2015 年（平成 25 年）〔5～10 年前〕
- 7 2014 年（平成 26 年）以前〔11 年前以前〕
- わからない

その結果、「11 年前以前」が 46.6%と半数近くを占めている。また、直近 5 年間の間に新規加入した人の割合は 2 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】時系列でもても、一貫した傾向はみられない。



性・年齢別にみると、男性では20歳代で「1年前」、「2年前」、「3年前」が、30歳代で「3年前」、「5～10年前」が高く、女性では20～30歳代で「今年」が高い。また、女性20歳代では「2年前」、「4年前」、30歳代では「5～10年前」も高くなっている。また、40歳代では男女ともに「5～10年前」が高くなっており、男性の50歳代と70歳代、女性の70歳代では「11年前以前」が高くなっている。(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	今年	1年前	2年前	3年前	4年前	5～10年前	11年前以前	わからない
男 性	1,670	2.2	5.2	5.0	4.7	4.0	17.5	47.2	14.3
20歳代	98	3.1	13.3	16.3	9.2	5.1	18.4	21.4▲	13.3
30歳代	182	3.8	6.6	7.7	8.8	6.0	27.5	29.7▲	9.9
40歳代	307	1.6	5.5	2.3▲	3.9	6.8	22.1	38.4▲	19.2
50歳代	350	2.0	3.4	3.1	5.1	2.6	17.4	54.9	11.4
60歳代	345	3.2	4.1	5.8	3.2	4.6	15.1	51.0	13.0
70歳代	373	0.8▲	3.5	3.5	2.9	1.3▲	11.3▲	60.3	16.4
女 性	2,271	2.3	5.6	6.3	4.6	4.6	19.4	46.1	11.0
20歳代	81	6.2	9.9	22.2	8.6	9.9	21.0	8.6▲	13.6
30歳代	231	4.8	6.5	6.1	5.2	5.6	32.0	28.1▲	11.7
40歳代	387	1.0	5.4	5.9	5.9	6.2	23.5	41.3▲	10.6
50歳代	505	2.0	6.5	5.5	4.0	4.2	19.0	49.9	8.9
60歳代	515	2.9	4.7	7.6	4.5	3.9	17.3	49.3	9.9
70歳代	542	1.5	4.6	3.9▲	3.3	3.3	13.3▲	57.0	13.1

## (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。

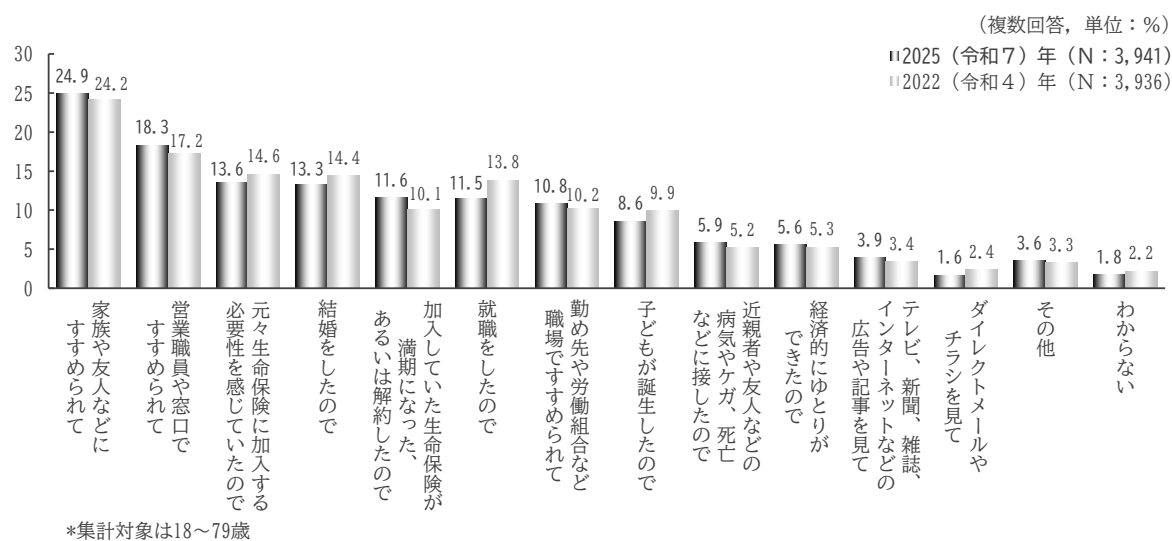
その保険に加入したのは、どのようなきっかけからでしたか。この中からいくつでもお答えください。

- (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められて
- (ク) 勤め先や労働組合など職場ですすめられて
- (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は
- (ス) その他  
わからない

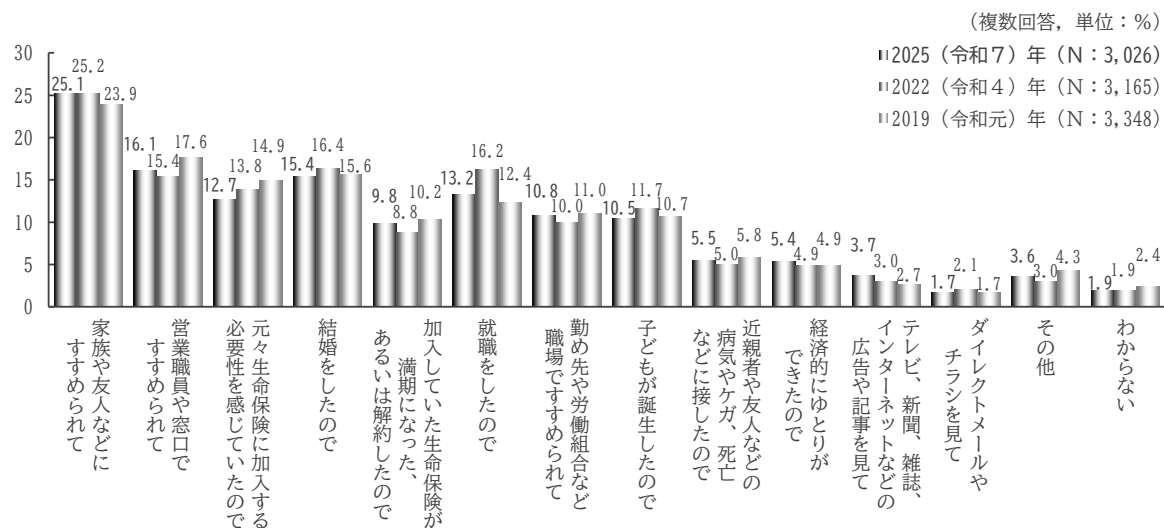
その結果、「家族や友人などにすすめられて」が24.9%と最も高く、次いで「営業職員や窓口ですすめられて」(18.3%)、「元々生命保険に加入する必要性を感じていたのでは」(13.6%)、「結婚をしたので」(13.3%)となっている。このほか、「就職をしたので」(11.5%)、「子どもが誕生したので」(8.6%)などのライフステージの変化に合わせた加入がそれぞれ10%程度みられる。

前回と比較すると、「就職をしたので」が2.3ポイント減少している。(図表Ⅶ-3)

<図表Ⅶ-3> 直近加入契約の加入のきっかけ



【参考】時系列でもても、一貫した傾向はみられない。



\*2019 (令和元) 年以前と時系列比較するために、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」、「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、男性 20 歳代、女性 20～30 歳代では「家族や友人などにすすめられて」が高く、男女とも 30～40 歳代では「子どもが誕生したので」が、男性 40 歳代、女性 30～40 歳代では「結婚をしたので」が高くなっている。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すめられて	元々生命保険に加入する必要性を感じていた	結婚をしたので	加入していた生命保険が満期になった	就職をしたので	勤め先や労働組合など職場ですすすめられて	子どもが誕生したので	近親者や友人などの病気やケガ、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	1,670	22.3	17.1	12.7	16.1	9.2	15.4	14.3	9.0	4.6	4.8	3.8	1.4	4.0	1.7
20 歳代	98	45.9	12.2	2.0▲	5.1▲	0.0▲	19.4	14.3	3.1▲	4.1	2.0	1.0	1.0	10.2	5.1
30 歳代	182	26.4	9.9▲	13.2	20.9	3.3▲	20.9	14.8	17.0	3.3	6.0	2.2	0.0	2.2	1.1
40 歳代	307	22.5	11.4▲	10.1	26.7	5.2▲	16.0	13.0	19.2	3.6	3.6	3.3	1.3	2.6	0.7
50 歳代	350	20.3	16.6	11.7	18.6	8.3	18.6	12.9	7.7	5.1	5.7	3.4	0.9	4.9	0.6
60 歳代	345	15.4▲	21.7	17.4	13.0	13.9	15.4	15.4	5.5▲	4.3	6.1	5.8	2.6	2.6	1.7
70 歳代	373	22.3	23.6	14.5	9.1▲	14.7	8.8▲	15.8	2.9▲	6.2	4.0	4.3	1.6	3.5	2.1
女 性	2,271	26.8	19.2	14.2	11.3	13.3	8.5	8.2	8.2	6.8	6.2	4.1	1.8	3.2	1.8
20 歳代	81	51.9	3.7▲	3.7▲	8.6	4.9▲	16.0	6.2	13.6	1.2▲	1.2	3.7	0.0	3.7	3.7
30 歳代	231	36.4	16.0	6.5▲	17.7	3.5▲	16.9	6.1	19.9	3.5▲	3.9	1.3▲	1.7	3.5	2.2
40 歳代	387	28.7	12.9▲	12.1	20.9	7.0▲	9.3	7.8	16.8	6.5	3.6▲	2.8	1.6	2.8	1.6
50 歳代	505	22.0▲	17.4	16.2	12.3	12.3	12.1	10.1	6.3	6.3	6.7	4.2	2.6	4.0	2.0
60 歳代	515	23.3▲	21.4	15.1	8.0▲	18.8	4.9▲	8.9	4.5▲	8.7	8.0	5.2	1.9	2.3	2.3
70 歳代	542	25.3	27.1	17.9	4.4▲	19.0	3.5▲	7.6	1.8▲	7.9	7.6	4.8	1.7	3.1	0.7▲

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」、「勤め先や労働組合など職場ですすすめられて」が、“既婚・子どもすべて卒業（未婚）”、“既婚・子どもすべて卒業（既婚）”で「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、男性の“既婚・末子未就学児”から“既婚・末子中学生・高校生”、女性の“既婚・子どもなし”から“既婚・末子中学生・高校生”で「結婚をしたので」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	に家族 すすや め友人 れな てど	で営業 すす職 め員や れ窓 て口	でを加元 感入々 じす生 てる命 い必保 た要險 の性に	結婚を したの で	はな命加 解つ保入 約た険し し、がて たあ満い のる期た でいに生	就職を したの で	す合勤 めなめ らど先 れ職や て場労 で働 す組
男性	1,670	22.3	17.1	12.7	16.1	9.2	15.4	14.3
未婚	371	34.2	15.1	11.3	0.3▲	5.4▲	19.4	17.5
既 婚 ・ 子 ど も な し	137	20.4	21.9	16.1	17.5	11.7	20.4	14.6
既 婚 ・ 末 子 未 就 学 児	134	23.1	11.2	9.0	33.6	1.5▲	14.2	11.9
既 婚 ・ 末 子 小 学 生	122	16.4	6.6▲	11.5	32.0	7.4	13.1	5.7▲
既 婚 ・ 末 子 中 学 生 、 高 校 生	125	23.2	16.8	10.4	28.8	8.0	12.8	11.2
既婚・末子短大・大学・大学院生	65	16.9	12.3	7.7	20.0	4.6	24.6	13.8
既婚・子どもすべて卒業（未婚）	391	16.9▲	22.0	15.9	18.4	12.5	14.3	15.3
既婚・子どもすべて卒業（既婚）	298	18.5	19.5	13.1	12.4	14.8	8.7▲	14.4
女性	2,271	26.8	19.2	14.2	11.3	13.3	8.5	8.2
未婚	215	37.7	16.3	13.5	0.0▲	7.0▲	15.8	12.1
既 婚 ・ 子 ど も な し	163	30.1	17.2	17.8	17.8	10.4	6.7	6.7
既 婚 ・ 末 子 未 就 学 児	176	31.3	19.3	6.3▲	22.7	3.4▲	15.3	3.4▲
既 婚 ・ 末 子 小 学 生	200	27.5	9.0▲	10.5	23.0	5.5▲	11.5	9.0
既 婚 ・ 末 子 中 学 生 、 高 校 生	181	22.1	16.6	12.7	21.0	8.3▲	7.7	8.8
既婚・末子短大・大学・大学院生	104	26.0	15.4	12.5	14.4	10.6	12.5	10.6
既婚・子どもすべて卒業（未婚）	629	25.3	20.0	16.1	8.1▲	18.4	7.3	7.8
既婚・子どもすべて卒業（既婚）	563	24.2	24.9	16.0	6.0▲	18.5	4.1▲	8.3

	N	た子 のど でも が 誕 生 し	接ガど近 し、の親 た死病者 の亡気や でなや友 どケ人 に な	が経 で済 きの たに のゆ でと り	告ネ雑テ やツ誌レ 記ト、ビ 事なイ、 をピン新 見のタ聞 て広、	てルダ やイ チレ ラク シト をメ 見	そ の 他	わ か ら な い
男性	1,670	9.0	4.6	4.8	3.8	1.4	4.0	1.7
未婚	371	0.5▲	5.1	4.6	4.0	1.6	6.2	2.4
既 婚 ・ 子 ど も な し	137	0.0▲	3.6	5.1	5.8	0.7	2.2	0.0
既 婚 ・ 末 子 未 就 学 児	134	30.6	2.2	3.0	0.7	0.7	2.2	0.7
既 婚 ・ 末 子 小 学 生	122	29.5	4.1	2.5	2.5	1.6	4.9	0.8
既 婚 ・ 末 子 中 学 生 、 高 校 生	125	17.6	2.4	4.0	1.6	0.8	4.0	0.8
既婚・末子短大・大学・大学院生	65	13.8	4.6	10.8	3.1	0.0	4.6	0.0
既婚・子どもすべて卒業（未婚）	391	6.9	4.9	4.6	4.3	1.0	3.6	2.3
既婚・子どもすべて卒業（既婚）	298	4.4▲	6.4	6.0	5.0	2.3	2.7	2.3
女性	2,271	8.2	6.8	6.2	4.1	1.8	3.2	1.8
未婚	215	0.9▲	4.7	3.7	5.1	0.5	4.2	2.8
既 婚 ・ 子 ど も な し	163	0.0▲	5.5	5.5	3.1	1.8	1.2	2.5
既 婚 ・ 末 子 未 就 学 児	176	29.0	2.8▲	3.4	1.1▲	1.1	4.5	2.3
既 婚 ・ 末 子 小 学 生	200	22.0	7.5	4.0	1.0▲	2.0	3.0	1.5
既 婚 ・ 末 子 中 学 生 、 高 校 生	181	17.7	7.2	6.1	5.0	1.7	2.8	2.2
既婚・末子短大・大学・大学院生	104	6.7	6.7	4.8	2.9	1.9	3.8	1.9
既婚・子どもすべて卒業（未婚）	629	4.8▲	7.6	7.2	4.8	2.5	3.0	2.1
既婚・子どもすべて卒業（既婚）	563	3.7▲	7.5	8.2	5.3	1.8	3.2	0.5

### (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。

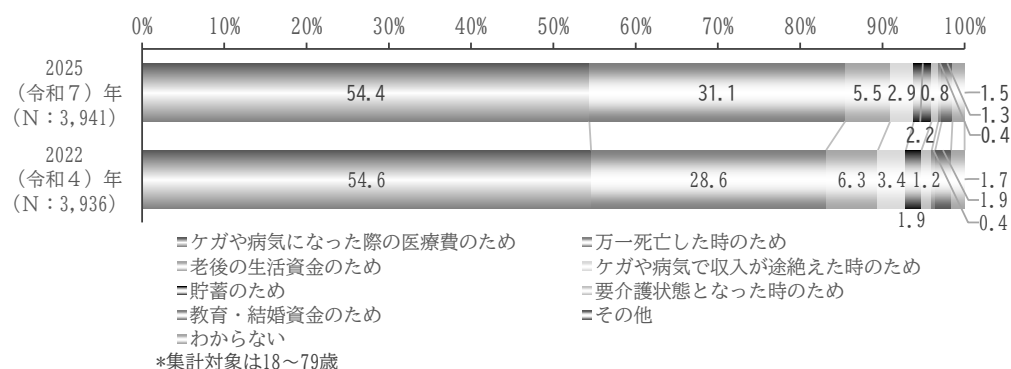
その保険に加入された主な目的は何ですか。この中から1つだけお答えください。

- (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

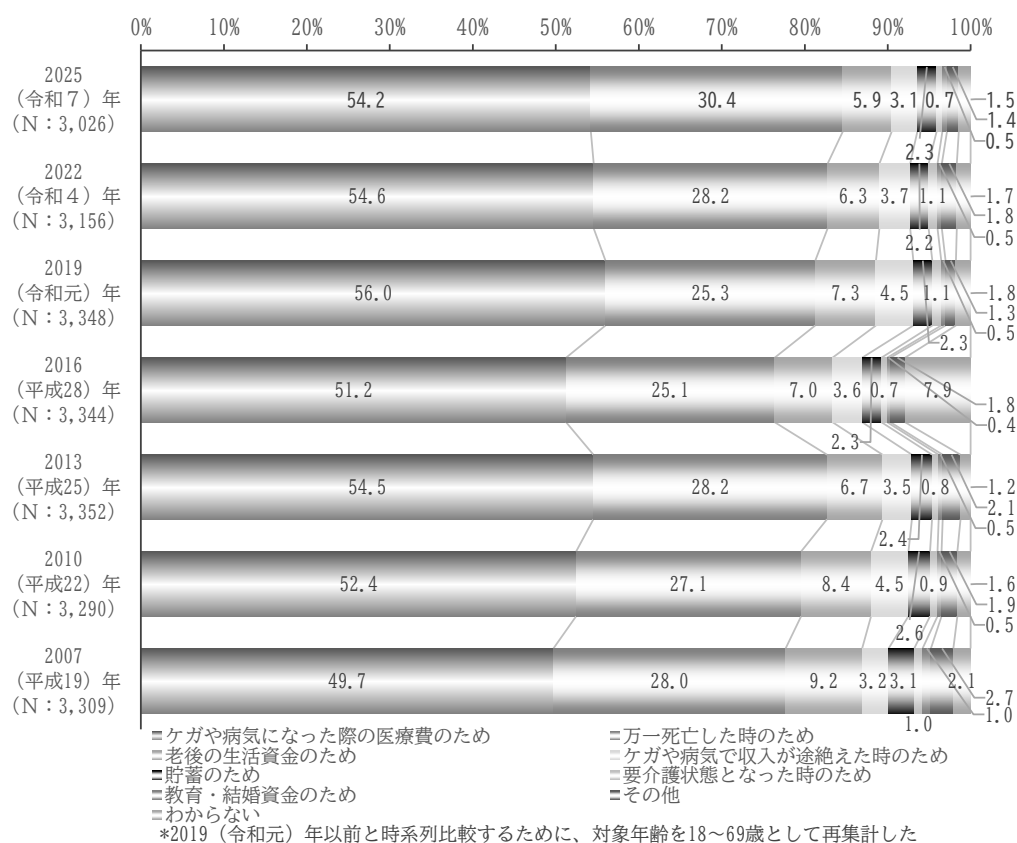
その結果、「ケガや病気になった際の医療費のため」が54.4%と最も高く、次いで「万一死亡した時のため」(31.1%)、「老後の生活資金のため」(5.5%)と続いている。

前回と比較すると、「万一死亡した時のため」が2.5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



【参考】時系列でみると、2016（平成28）年以降、「万一死亡した時のため」の増加傾向が続いている。





性別にみると、男性で「万一死亡した時のため」(40.2%)が女性(24.4%)に比べ15.8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」(61.3%)が男性(44.9%)に比べ16.4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、70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40歳代、女性70歳代で「万一死亡した時のため」が、男性40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	際ケ ガの 医 療 費 に な つ た	め万 一 死 亡 し た 時 の た め	め老 後 の 生 活 資 金 の た め	途ケ 絶ガ えや 病 気 の で た 収 入 が	貯 蓄 の た め	時 要 の 介 護 た め 状 態 と な つ た	め教 育 ・ 結 婚 資 金 の た め	そ の 他	わ か ら な い
男 性	1,670	44.9	40.2	5.2	3.8	1.7	0.6	0.3	1.5	1.7
20 歳代	98	60.2	20.4▲	4.1	7.1	1.0	1.0	0.0	1.0	5.1
30 歳代	182	38.5	45.6	4.9	4.4	4.4	0.0	0.0	2.2	0.0
40 歳代	307	35.8▲	45.6	6.2	5.9	2.9	0.0	1.3	1.6	0.7
50 歳代	350	40.6	44.6	6.9	3.7	0.6	0.6	0.3	1.4	1.4
60 歳代	345	49.3	36.5	6.4	2.6	1.2	0.6	0.0	1.2	2.3
70 歳代	373	50.4	39.1	2.4▲	2.4	1.1	1.3	0.0	1.3	1.9
女 性	2,271	61.3	24.4	5.7	2.2	2.5	1.0	0.5	1.1	1.3
20 歳代	81	60.5	16.0	6.2	2.5	4.9	0.0	3.7	1.2	4.9
30 歳代	231	62.3	23.4	5.2	3.0	2.2	0.4	0.9	0.4	2.2
40 歳代	387	57.4	27.6	6.2	2.8	2.6	1.0	0.8	1.6	0.0▲
50 歳代	505	65.1	19.2▲	7.1	1.4	2.2	1.2	0.6	1.6	1.6
60 歳代	515	63.7	23.5	4.5	2.1	3.1	1.0	0.0	1.4	0.8
70 歳代	542	57.9	29.7	5.4	2.0	1.8	1.1	0.2	0.6	1.3

性・ライフステージ別にみると、男性の“未婚”、女性の“既婚・子どもなし”で「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”から“既婚・末子短大・大学・大学院生”で「万一死亡した時のため」が高く、“既婚・末子未就学児”から“既婚・末子小学生”では「貯蓄のため」、「教育・結婚資金のため」も高くなっている。（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	際ケ のガ 医や 療病 費気 のた なめ った	め万 一死 亡し た時 のた	め老 後の 生活 資金 のた	途ケ 絶ガ えや た病 気 の時 で 収入 が	貯 蓄 の た め	時 要 介 護 の た め 状 態 と な った	め教 育・ 結 婚 資 金 の た	そ の 他	わ か ら な い
男	性	1,670	44.9	40.2	5.2	3.8	1.7	0.6	0.3	1.5	1.7
未	婚	371	59.6	20.8▲	6.7	5.1	1.6	1.1	0.0	2.4	2.7
既	婚・子 ども なし	137	43.1	39.4	9.5	1.5	2.2	0.7	0.0	3.6	0.0
既	婚・末 子未 就学 児	134	20.9▲	61.2	5.2	5.2	4.5	0.0	1.5	0.7	0.7
既	婚・末 子小 学生	122	31.1▲	50.0	4.9	5.7	4.1	0.0	2.5	1.6	0.0
既	婚・末 子中 学生 、高 校生	125	33.6▲	56.0	3.2	4.8	0.0	0.0	0.0	0.8	1.6
既	婚・末 子短 大・ 大学 ・大 学院 生	65	32.3▲	52.3	9.2	0.0	3.1	0.0	0.0	1.5	1.5
既	婚・子 ども すべ て卒 業（ 未婚）	391	46.0	43.0	4.3	3.3	0.5▲	0.5	0.0	0.5	1.8
既	婚・子 ども すべ て卒 業（ 既婚）	298	49.7	38.6	2.3▲	3.4	1.3	0.7	0.0	1.3	2.7
女	性	2,271	61.3	24.4	5.7	2.2	2.5	1.0	0.5	1.1	1.3
未	婚	215	60.0	15.3▲	9.8	3.3	4.2	2.3	1.4	0.9	2.8
既	婚・子 ども なし	163	68.7	22.1	4.3	0.6	1.8	0.6	0.0	1.2	0.6
既	婚・末 子未 就学 児	176	56.3	29.5	4.0	2.3	4.0	0.0	1.7	0.6	1.7
既	婚・末 子小 学生	200	61.0	24.0	5.5	4.0	2.0	0.5	1.0	1.5	0.5
既	婚・末 子中 学生 、高 校生	181	59.1	26.0	6.6	1.7	2.2	0.0	1.1	2.2	1.1
既	婚・末 子短 大・ 大学 ・大 学院 生	104	66.3	20.2	6.7	0.0	1.0	1.9	1.0	1.0	1.9
既	婚・子 ども すべ て卒 業（ 未婚）	629	60.9	25.6	5.9	1.1▲	2.4	1.3	0.0▲	1.6	1.3
既	婚・子 ども すべ て卒 業（ 既婚）	563	62.3	26.1	4.6	2.7	2.3	0.4	0.2	0.5	0.9

#### (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) 民間の生命保険会社、JA（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45.2%と最も高く、次いで「保険代理店の窓口や営業職員」(13.1%)、「民保・JAなどの窓口」(10.3%)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29.0%、「職場に来る営業職員」が16.2%となっている。

前回と比較すると、「保険代理店の窓口や営業職員」が2.4ポイント増加している。(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	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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	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	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
2025 (令和7)年	3,941	45.2	29.0	16.2	7.7	4.4	3.3	10.3	5.8	2.4	2.3	0.9	1.2	0.2	0.1	13.1	5.9	7.3	6.0	6.0	3.5
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】時系列でみると2007（平成19）年以降、一貫して「保険代理店の窓口や営業職員」の増加傾向が続いている。

（単位：％）

	N	営業職員	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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*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	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	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
2025 （令和7）年	3,026	44.4	27.2	17.2	8.1	5.1	2.9	10.5	5.0	1.9	1.8	0.7	0.9	0.2	0.1	13.9	6.4	7.5	6.4	6.2	3.6
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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、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」(21.4%)が女性(12.5%)に比べ8.9ポイント高く、女性で「家庭に来る営業職員」(31.6%)が男性(25.3%)に比べ6.3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」は男女とも50歳代で高く、「家庭に来る営業職員」は女性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、40歳代で「インターネットを通して」が、70歳代で「郵便局の窓口や郵便局員」が高く、女性70歳代で「銀行・証券会社を通して」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	テレビ・新聞・雑誌を通して	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	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	1,670	46.7	25.3	21.4	6.9	4.5	2.4	10.7	3.9	2.0	1.9
20歳代	98	35.7▲	23.5	12.2▲	9.2	5.1	4.1	9.2	4.1	3.1	3.1
30歳代	182	38.5▲	20.9	17.6	7.1	6.0	1.1	9.3	2.7	1.1	1.1
40歳代	307	40.7▲	21.2	19.5	8.8	7.2	1.6	12.1	2.0	1.0	1.0
50歳代	350	54.0	26.3	27.7	5.1	2.6	2.6	11.4	3.4	1.7	1.7
60歳代	345	51.3	27.0	24.3	8.7	5.8	2.9	10.7	4.3	2.0	1.7
70歳代	373	48.0	28.7	19.3	4.8	2.1▲	2.7	10.2	6.2	3.2	3.2
女性	2,271	44.1	31.6	12.5	8.4	4.3	4.1	10.0	7.2	2.7	2.6
20歳代	81	39.5	34.6	4.9▲	9.9	7.4	2.5	11.1	6.2	2.5	2.5
30歳代	231	46.3	32.5	13.9	5.6	3.9	1.7	9.5	2.2▲	2.2	1.7
40歳代	387	41.1	28.2	12.9	7.5	6.2	1.3▲	12.1	3.4▲	1.6	1.6
50歳代	505	41.4	24.8▲	16.6	10.3	5.3	5.0	10.3	7.3	2.0	2.0
60歳代	515	45.4	32.8	12.6	8.3	4.3	4.1	8.9	9.1	2.5	2.3
70歳代	542	47.6	38.7	8.9▲	7.9	1.8▲	6.1	9.2	10.3	4.6	4.6

	N					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	通勤しめ先や労働組合等を	その他	わからない
		都市銀行の窓口や	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							
男性	1,670	0.8	1.1	0.1	0.1	13.5	6.0	7.5	7.4	5.1	3.9	
20歳代	98	0.0	3.1	0.0	0.0	8.2	4.1	4.1	10.2	8.2	12.2	
30歳代	182	0.0	0.5	0.5	0.0	21.4	10.4	11.0	11.0	3.3	5.5	
40歳代	307	0.3	0.7	0.0	0.0	18.9	9.1	9.8	8.1	5.5	2.9	
50歳代	350	1.1	0.6	0.0	0.0	9.7▲	4.3	5.4	7.1	5.4	2.0▲	
60歳代	345	0.9	0.9	0.0	0.3	11.6	4.6	7.0	4.9	4.1	2.3	
70歳代	373	1.3	1.9	0.0	0.0	12.1	4.6	7.5	6.7	4.8	4.0	
女性	2,271	1.0	1.3	0.4	0.1	12.9	5.8	7.1	5.0	6.6	3.2	
20歳代	81	0.0	0.0	2.5	0.0	9.9	2.5	7.4	7.4	8.6	4.9	
30歳代	231	0.4	1.3	0.0	0.4	19.5	8.7	10.8	3.5	8.7	2.6	
40歳代	387	0.8	0.8	0.0	0.0	17.8	9.0	8.8	6.5	7.5	2.6	
50歳代	505	0.8	1.2	0.0	0.0	12.7	6.1	6.5	6.7	5.9	3.4	
60歳代	515	1.0	1.0	0.4	0.2	10.3▲	4.5	5.8	4.7	6.4	4.3	
70歳代	542	1.7	2.2	0.7	0.0	9.4▲	3.5▲	5.9	3.0▲	5.5	2.4	

## (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（F P）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 34.4%で最も高く、次いで「家族・親類」（21.3%）、「友人・知人」（16.6%）の順となっている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。（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	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	民保、J A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	ダイレクトメール	F P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
2025 (令和7) 年	3,941	34.4	21.3	16.6	15.1	6.0	9.9	12.2	7.2	6.7	5.8	5.5	5.1	3.8	3.3	2.8	2.8	2.4	0.8	0.4	1.0	5.2
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	2.4	2.3	2.7	0.6	0.3	0.9	5.0

\*集計対象は18～79歳

【参考】時系列でみると2010（平成22）年以降、一貫して「保険代理店の窓口や営業職員」の増加傾向が続いている。

（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*2	保険代理店の営業職員*2	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	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	ダイレクトメール	F.P.や税理士・公認会計士	銀行・証券会社の窓口や営業職員	生命保険に関する公益的な情報提供や相談を受け付ける機関	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
2025 （令和7）年	3,026	33.7	23.3	17.0	15.7	6.6	10.0	12.1	7.9	5.5	5.4	6.2	4.7	4.6	3.9	2.9	3.3	1.8	0.7	0.5	1.2	4.8
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	2.3	2.8	2.5	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	2.3	2.6	2.4	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	2.0	2.0	3.0	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	2.6	1.3	2.3	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	1.9	1.1	2.0	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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、対象年齢を18～69歳として再集計した

性別にみると、男性では「勤め先や労働組合、健康保険組合」、「職場の同僚・上司」、「生命保険に関する情報を提供しているホームページ」が女性に比べ高く、女性では「家族・親類」、「友人・知人」、「郵便局の窓口や郵便局員」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50～60歳代、女性70歳代が高く、「保険代理店の窓口や営業職員」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	業民 職保、 員JA などの 営	家 族・ 親 類	友 人・ 知 人	営保 業險 員代 理店 の窓 口や	保 険 代 理店 の窓 口	職保 員險 代 理店 の営 業	フ商 レ品 ット カタ ログ・ パン	健勤 め先 や 保 険 組 合	局郵 員便 局の 窓 口や 郵便	や誌 ・レ ビ ス書 籍な ど の 新 聞・ 雑 告	職 場 の 同 僚・ 上 司
男 性	1,670	35.7	19.5	14.7	15.7	6.2	10.5	11.9	9.6	4.7	5.9	7.4
20 歳代	98	19.4▲	41.8	17.3	9.2	4.1	7.1	9.2	6.1	3.1	3.1	7.1
30 歳代	182	25.8▲	33.0	18.1	22.0	11.0	12.6	8.2	13.7	2.7	6.0	11.0
40 歳代	307	31.6	24.1	16.3	18.6	9.4	10.4	11.7	8.1	3.6	5.2	7.5
50 歳代	350	40.9	16.3	14.0	14.6	3.7▲	11.4	11.1	12.0	2.9	5.7	9.4
60 歳代	345	44.6	12.5▲	12.5	14.8	6.1	9.9	13.9	9.0	6.4	7.8	7.5
70 歳代	373	35.7	12.6▲	14.5	14.5	4.3	10.7	13.1	8.3	7.5	5.6	3.8▲
女 性	2,271	33.5	22.6	18.1	14.7	5.9	9.4	12.5	5.5	8.2	5.7	4.1
20 歳代	81	19.8▲	45.7	19.8	11.1	3.7	7.4	6.2	8.6	3.7	3.7	6.2
30 歳代	231	31.6	30.7	16.0	16.5	8.7	8.7	9.5	5.6	3.9▲	3.0	6.5
40 歳代	387	31.5	27.4	17.6	17.8	7.5	10.6	11.6	7.0	3.9▲	2.3▲	4.1
50 歳代	505	31.3	22.4	18.2	16.6	6.9	10.5	14.9	6.7	7.5	6.1	4.2
60 歳代	515	36.3	18.8▲	21.0	12.8	4.7	9.1	13.4	5.6	9.9	7.0	4.5
70 歳代	542	37.5	15.9▲	16.4	12.5	4.2	8.7	12.0	2.6▲	13.1	7.9	2.2▲

	N	口民 保、 JA などの 窓	ホ報生 ルを命 ム提保 ベ供險 ジしに て関 いる 情	ホその ルの会 ム社 ベや ジ代 理店 の	ダイ レク トメ ール	会F 計P 士や 税理 士・ 公認	口銀 や行 ・営 業・ 証 券 会 社の 窓	付報生 け提命 る供保 公や險 益相に 的談資 なをす 機受 関情	告命書 開等 し の 資 料 決 算 な ど	そ の 他	わ か ら な い
男 性	1,670	5.5	4.5	3.8	2.6	2.9	2.2	0.8	0.5	0.8	5.7
20 歳代	98	6.1	6.1	6.1	1.0	0.0	0.0	2.0	2.0	1.0	11.2
30 歳代	182	1.6▲	7.7	7.1	0.5	6.6	0.5	0.0	0.5	1.1	6.0
40 歳代	307	5.2	8.5	4.9	2.6	5.9	1.6	0.7	0.3	0.3	5.5
50 歳代	350	5.7	2.3▲	2.6	3.4	2.3	2.0	0.6	0.6	0.6	2.0▲
60 歳代	345	7.2	4.6	3.8	3.8	1.7	2.6	1.4	0.6	1.7	3.8
70 歳代	373	5.9	1.3▲	1.9▲	2.1	1.1▲	4.0	0.8	0.0	0.0▲	8.6
女 性	2,271	4.8	3.3	2.9	3.0	2.7	2.6	0.7	0.3	1.1	4.8
20 歳代	81	1.2	3.7	4.9	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	1.2	14.8
30 歳代	231	3.5	4.3	5.2	2.2	5.2	0.9	0.0	0.9	0.4	7.4
40 歳代	387	3.1	5.4	5.9	2.3	6.5	1.8	0.5	0.5	1.6	3.6
50 歳代	505	4.4	4.8	3.4	3.6	2.6	2.4	0.4	0.0	1.0	3.4
60 歳代	515	5.6	2.3	1.2▲	3.9	1.0▲	2.3	1.2	0.4	1.7	3.5
70 歳代	542	6.6	0.7▲	0.7▲	2.8	0.9▲	4.8	1.3	0.0	0.4	5.4



## (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29.6%で最も高く、「家族・親類」(14.3%)、「保険代理店の窓口や営業職員」(11.7%)が続いている。

前回と比較すると、「家族・親類」が1.9ポイント減少している。(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

	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	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	FPや税理士・公認会計士の広告や記事	生命保険に関する情報提供しているホームページ	銀行・証券会社の窓口や営業職員	その会社や代理店のホームページ	ダイレクトメール	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																
2025 (令和7)年	3,736	29.6	14.3	11.7	4.3	7.4	9.0	5.4	5.3	4.9	3.3	2.9	2.5	2.3	2.2	1.8	1.4	1.3	0.5	0.2	0.9	0.5
2022 (令和4)年	3,738	29.4	16.2	10.6	3.6	7.0	9.0	5.0	5.8	6.0	2.9	2.8	2.4	1.7	1.8	2.0	1.5	1.1	0.4	0.1	0.9	0.5

\*集計対象は18～79歳

【参考】時系列でみると、2010（平成22）年以降、一貫して「保険代理店の窓口や営業職員」の増加傾向が続いている。

(単位：%)																						
		民保 * 1	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 * 2	保険代理店の営業職員 * 2	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	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	FPや税理士・公認会計士	生命保険に関する情報を提供し ているホームページ	銀行・証券会社の窓口や営業職 員	その会社や代理店のホームペー ジ	ダイレクトメール	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
2025 (令和7)年	2,882	28.4	15.9	12.1	4.8	7.3	8.9	4.2	5.6	4.5	3.1	3.4	2.2	2.7	2.7	1.2	1.5	1.4	0.3	0.2	1.1	0.4
2022 (令和4)年	3,023	28.5	18.1	11.0	4.0	7.0	9.0	3.7	6.1	5.5	2.9	2.9	1.9	2.1	2.1	1.9	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	5.5	5.2	5.1	2.8	2.8	2.8	2.4	1.9	1.9	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	7.5	6.2	5.6	2.7	3.0	2.9	1.6	1.4	2.2	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		6.0	6.8		2.9	3.7	0.9	0.8	1.4	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		5.6	5.9		2.9	3.5	0.8	0.5	1.4	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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、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「勤め先や労働組合、健康保険組合」、「職場の同僚・上司」、「生命保険に関する情報を提供しているホームページ」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」が男性より高くなっている。

性・年齢別にみると、「家族・親類」は概ね男女とも若年齢層ほど高く、「民保、JAなどの営業職員」は男性50～60歳代、女性70歳代で高くなっている。また、「保険代理店の窓口や営業職員」は女性40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歳代、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	保険代理店の営業職員	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	民保、JAなどの窓口	職場の同僚・上司
男 性	1,575	30.5	13.5	12.2	4.2	8.0	7.6	3.6	6.6	4.5	3.5	4.2
20歳代	87	13.8▲	35.6	5.7	3.4	2.3▲	10.3	3.4	4.6	3.4	5.7	4.6
30歳代	171	21.1▲	21.1	15.2	5.8	9.4	7.0	1.8	9.4	1.2▲	1.8	5.3
40歳代	290	24.1▲	16.6	14.8	7.9	6.9	7.6	2.8	6.6	3.8	3.1	3.8
50歳代	343	35.3	11.1	11.7	2.6	9.0	8.5	2.0	7.0	5.0	3.2	5.8
60歳代	332	38.3	7.8▲	10.5	3.0	7.5	6.6	4.5	4.8	4.5	3.9	4.5
70歳代	341	32.6	9.1▲	12.3	2.9	9.4	7.3	6.2	7.0	6.5	4.1	2.1▲
女 性	2,161	29.0	14.9	11.4	4.4	6.9	10.1	6.6	4.3	5.2	3.1	2.0
20歳代	69	14.5▲	40.6	7.2	2.9	4.3	7.2	2.9	7.2	4.3	0.0	2.9
30歳代	214	26.2	22.4	13.1	7.5	5.6	10.7	1.9▲	4.2	1.4▲	2.3	4.2
40歳代	373	26.3	16.6	14.7	5.9	8.8	9.1	3.2▲	5.4	3.2	2.4	1.3
50歳代	488	26.2	14.5	11.9	5.3	6.6	10.7	6.4	5.7	7.0	3.1	2.5
60歳代	497	31.6	13.1	10.9	3.4	7.4	9.9	7.4	4.0	5.6	3.6	2.0
70歳代	513	34.3	8.8▲	9.0▲	2.5▲	6.4	10.9	11.1	2.1▲	5.8	4.1	1.2

	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	生命保険に関するホームページ	銀行・証券会社の窓口や営業職員	その会社や代理店のホームページ	ダイレクトメール	生命保険に関する公的機関や相談を受け付ける公益的な機関	生命保険会社などの資料が公開されている決算報告書等の資料	その他	わからない
男 性	1,575	2.4	2.3	2.9	1.8	1.5	1.1	0.3	0.2	0.9	0.3
20歳代	87	2.3	0.0	2.3	0.0	3.4	1.1	0.0	1.1	1.1	1.1
30歳代	171	1.8	6.4	4.7	0.6	1.2	0.6	0.0	0.0	1.2	0.0
40歳代	290	2.1	3.8	6.6	1.4	1.7	0.7	0.0	0.0	0.3	0.3
50歳代	343	2.6	2.0	1.5	1.2	0.6	1.7	0.0	0.3	0.6	0.0
60歳代	332	2.1	1.2	2.7	2.1	1.8	1.2	0.9	0.3	1.8	0.3
70歳代	341	3.2	1.2	0.9▲	3.5	1.8	1.2	0.6	0.0	0.0▲	0.6
女 性	2,161	2.5	2.3	1.7	1.9	1.2	1.5	0.6	0.1	0.9	0.6
20歳代	69	2.9	1.4	1.4	0.0	4.3	1.4	0.0	0.0	1.4	0.0
30歳代	214	1.4	4.7	2.3	0.5	2.3	1.4	0.0	0.5	0.5	0.0
40歳代	373	0.8▲	5.6	2.7	1.1	2.4	1.6	0.5	0.5	1.3	1.1
50歳代	488	2.3	1.6	2.9	1.0	1.2	1.8	0.2	0.0	0.8	0.2
60歳代	497	3.2	0.8▲	1.2	1.8	0.6	1.4	0.8	0.0	1.4	0.6
70歳代	513	3.9	0.8▲	0.2▲	4.1	0.2▲	1.2	1.2	0.0	0.4	0.8

## (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（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・こくみん共済 coop（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 25.3%であるのに対し、「特に比較はしなかった」は 70.3%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 16.5%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」（7.9%）が続いている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。（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
2025 （令和7）年	3,941	16.5	7.9	2.8	25.3	70.3	4.3
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】時系列でみると、2016（平成28）年以降、一貫して「生命保険以外の金融商品と比較した」の増加傾向が続いている。

（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
2025 （令和7）年	3,026	18.4	8.1	3.2	27.7	68.3	4.1
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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、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「複数の生命保険会社の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」が女性に比べ高く、女性で「加入した生命保険会社の別な保険商品と比較した」、「特に比較はしなかった」が男性に比べ高くなっている。

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	1,670	18.3	6.8	3.4	26.5	68.3	5.1
20 歳代	98	10.2▲	6.1	1.0	16.3▲	67.3	16.3
30 歳代	182	21.4	7.7	8.2	33.0	64.3	2.7
40 歳代	307	28.3	7.5	4.9	36.2	59.9▲	3.9
50 歳代	350	16.0	5.1	2.6	23.1	74.3	2.6▲
60 歳代	345	19.1	8.4	2.9	29.3	67.5	3.2
70 歳代	373	12.3▲	6.2	1.9	19.3▲	73.2	7.5
女 性	2,271	15.2	8.7	2.3	24.5	71.8	3.7
20 歳代	81	6.2▲	11.1	0.0	17.3	72.8	9.9
30 歳代	231	19.5	8.7	3.0	29.9	67.1	3.0
40 歳代	387	22.2	9.6	2.8	31.8	64.9▲	3.4
50 歳代	505	16.4	10.1	2.4	26.9	69.1	4.0
60 歳代	515	14.8	7.6	3.1	23.7	73.2	3.1
70 歳代	542	9.0▲	7.6	1.3	16.6▲	79.9	3.5

## 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。

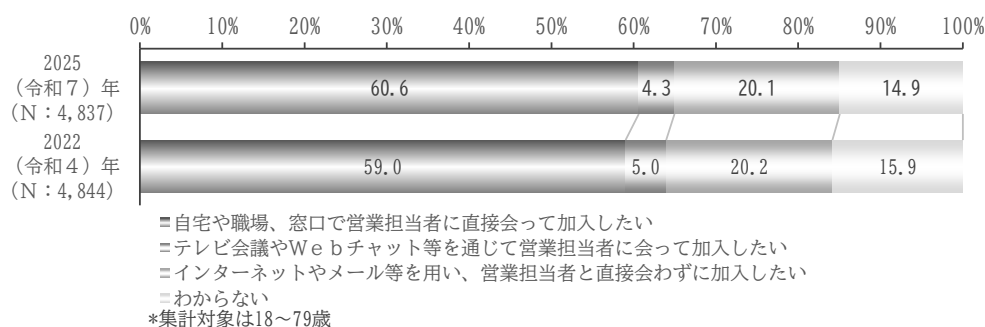
あなたが仮に生命保険、生命共済や個人年金保険に加入されるとしたら、どのような方法で加入したいと思いますか。この中から1つだけお答えください。

- (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会って加入したい
- (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60.6%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」(20.1%)、「テレビ会議やWebチャット等を通じて営業担当者に会って加入したい」(4.3%)と続いている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。(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会って加入したい」、「インターネットやメール等を用い、営業担当者とは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、窓口で営業担当者とは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、営業担当者とは直接会わずに加入したい」は男性30～50歳代、女性20歳代と40～50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会って加入したい」は男性40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	自宅や職場、窓口で営業担当者とは直接会って加入したい	テレビ会議やWebチャット等を通じて営業担当者とは直接会わずに加入したい	インターネットやメール等を用い、営業担当者とは直接会わずに加入したい	わからない
男 性	2,101	57.7	5.0	22.8	14.5
20 歳代	181	58.6	7.7	28.2	5.5▲
30 歳代	225	57.8	7.6	28.4	6.2▲
40 歳代	363	54.8	8.5	29.5	7.2▲
50 歳代	406	60.6	4.7	26.6	8.1▲
60 歳代	404	57.2	2.7▲	24.3	15.8
70 歳代	485	58.4	2.5▲	8.0▲	31.1
女 性	2,736	62.9	3.8	18.0	15.3
20 歳代	165	56.4	11.5	26.7	5.5▲
30 歳代	282	62.4	7.4	21.3	8.9▲
40 歳代	438	64.8	7.1	23.1	5.0▲
50 歳代	576	62.8	3.0	25.0	9.2▲
60 歳代	579	66.8	1.4▲	17.1	14.7
70 歳代	668	59.6▲	1.2▲	6.0▲	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”、“保険代理店の窓口や営業職員”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	し担自 た当宅 い者や に職 場、 直接 会窓 つ口 で 加営 入業	い担チ 当ヤレ 者ツビ にト会 会等議 つを て通W 加じe 入てb し営 た業	直等イ 接をン 会用タ わい、 ず、ネ に営ツ 加業ト 入担や し当メ た者 いとル	わ か ら な い
全 体	4,837	60.6	4.3	20.1	14.9
営 業 職 員	1,478	87.8	2.4▲	3.9▲	5.9▲
家庭に来る営業職員	1,146	89.0	2.2▲	3.3▲	5.5▲
職場に来る営業職員	332	83.4	3.3	6.0▲	7.2▲
通 信 販 売	706	5.7▲	5.5	85.6	3.3▲
インターネットを通して	645	5.0▲	5.7	86.7	2.6▲
テレビ・新聞・雑誌などを通して	61	13.1▲	3.3	73.8	9.8
民 保 ・ J A の 窓 口	576	79.3	5.2	9.5▲	5.9▲
郵 便 局 の 窓 口 や 郵 便 局 員	242	71.9	2.9	11.2▲	14.0
銀 行 ・ 証 券 会 社 を 通 して	202	65.8	7.4	16.8	9.9▲
都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）	84	69.0	4.8	14.3	11.9
地方銀行・信用金庫・信用組合の窓口や銀行員	89	61.8	10.1	19.1	9.0
保 険 代 理 店 の 窓 口 や 営 業 職 員	615	75.9	7.0	10.9▲	6.2▲
保 険 代 理 店 の 窓 口	352	76.1	6.5	11.6▲	5.7▲
保 険 代 理 店 の 営 業 職 員	263	75.7	7.6	9.9▲	6.8▲
勤 め 先 や 労 働 組 合 等 を 通 して	227	59.5	9.7	26.9	4.0▲
そ の 他	76	69.7	3.9	10.5▲	15.8

\* 「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、J A（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、J A（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、J A（農協）の窓口を通して 以下「民保・J A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38.3%と最も高く、次いで「民保・J Aの窓口」（21.8%）、「保険代理店の窓口や営業職員」（21.5%）までが2割を超えて続いている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。（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	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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・J A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	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	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
2025 （令和7）年	4,837	38.3	30.5	11.9	19.8	18.4	3.5	21.8	13.3	11.5	10.8	6.2	5.9	1.8	1.4	21.5	14.1	11.2	9.4	1.9	14.2
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】時系列でみると、2007（平成19）年以降、一貫して「保険代理店の窓口や営業職員」の増加傾向が続いている。

（複数回答、単位：％）

	N	営業職員	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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*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	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	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
2025 （令和7）年	3,684	37.6	28.0	14.1	24.0	22.7	3.9	23.3	12.9	11.9	11.2	6.5	6.3	2.1	1.5	23.9	16.3	12.2	11.9	2.1	10.3
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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、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」(15.2%)が女性(9.3%)に比べ5.9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」、「勤め先や労働組合等を通して」も女性に比べ高く、女性では「民保・JAの窓口」、「郵便局の窓口や郵便局員」が男性に比べて高くなっている。

性・年齢別にみると、「家庭に来る営業職員」は男性70歳代、女性60～70歳代で高く、「職場に来る営業職員」は男性40～50歳代、女性30歳代、50歳代でそれぞれ高くなっている。また、「保険代理店の窓口や営業職員」は男性30～40歳代、女性30～50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、40～50歳代で、それぞれ高く、「インターネットを通して」は男性30～50歳代、女性20歳代、40～50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	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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
男性	2,101	39.4	29.2	15.2	22.2	20.9	3.7	20.4	11.8	11.4	10.7
20歳代	181	34.8	20.4▲	18.8	27.6	26.5	2.2	20.4	12.2	17.1	16.0
30歳代	225	27.1▲	15.6▲	15.1	29.3	28.4	2.7	20.4	8.4	9.8	8.4
40歳代	363	36.6	22.6▲	20.9	27.5	27.0	2.2	25.3	10.7	12.4	11.6
50歳代	406	47.8	33.0	22.9	26.6	24.9	6.2	20.7	10.6	11.1	10.3
60歳代	404	41.6	32.9	13.6	24.0	22.3	5.2	19.8	13.4	12.4	12.1
70歳代	485	41.2	38.8	4.5▲	7.4▲	5.8▲	2.1▲	17.1▲	14.0	9.1	8.5
女性	2,736	37.5	31.5	9.3	17.9	16.4	3.3	22.9	14.4	11.5	10.9
20歳代	165	26.7▲	20.6▲	8.5	26.7	26.1	2.4	23.0	13.3	16.4	15.8
30歳代	282	35.1	24.8▲	12.8	19.9	18.8	1.8	22.3	11.7	9.2	9.2
40歳代	438	32.6▲	26.5▲	10.5	27.4	26.9	3.9	27.2	10.3▲	10.0	9.6
50歳代	576	35.9	27.4▲	12.0	23.6	21.5	4.2	26.9	14.4	11.5	10.2
60歳代	579	44.7	39.0	9.5	16.1	14.2	4.0	22.5	18.5	12.8	12.3
70歳代	668	40.4	38.2	4.9▲	5.7▲	3.7▲	2.4	17.2▲	14.8	10.9	10.2

	N	を行政都市銀行員を含む(ゆうちょ銀行)	都道府県銀行員	信託銀行の窓口や銀行	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
男性	2,101	6.0	6.1	1.9	1.6	21.6	14.2	11.8	11.7	1.3	13.6
20歳代	181	9.9	8.8	2.8	3.3	18.2	12.2	9.9	23.2	1.1	9.4
30歳代	225	5.8	4.9	1.8	2.7	31.1	22.7	16.0	24.4	1.3	9.3▲
40歳代	363	7.2	6.6	3.6	2.2	29.8	23.1	14.9	16.0	1.1	6.6▲
50歳代	406	4.7	6.9	2.2	1.7	20.4	12.1	12.3	14.3	1.7	9.1▲
60歳代	404	6.9	6.9	1.2	0.2▲	19.6	10.4▲	11.4	4.7▲	1.5	13.1
70歳代	485	4.5	4.3	0.6▲	1.0	15.9▲	9.7▲	8.7▲	1.6▲	1.0	25.6
女性	2,736	6.4	5.8	1.8	1.3	21.3	14.0	10.8	7.6	2.4	14.6
20歳代	165	9.1	7.3	1.8	1.8	17.6	11.5	9.1	24.2	1.8	10.9
30歳代	282	5.3	6.4	1.4	1.1	30.1	22.3	13.8	8.9	3.2	11.0
40歳代	438	5.7	5.7	1.8	1.8	30.4	21.7	14.8	11.4	3.7	5.9▲
50歳代	576	5.7	6.1	3.0	1.9	24.5	18.2	10.2	11.1	2.8	9.5▲
60歳代	579	7.4	5.2	1.6	0.7	19.0	10.9▲	10.7	3.3▲	1.9	14.2
70歳代	668	6.1	4.9	0.9	0.9	11.8▲	5.2▲	7.5▲	1.0▲	1.6	27.1

### (3) 最も加入意向のあるチャネル

最も加入意向のあるチャネルについてみると、「営業職員」が 35.6%と最も高く、次いで「通信販売」(17.0%)、「保険代理店の窓口や営業職員」(14.8%)、「民保・JAの窓口」(13.9%)と続いている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。(図表Ⅶ-22)

<図表 Ⅶ-22> 最も加入意向のあるチャネル

(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					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
		家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員								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									
2025 (令和7)年	4,152	35.6	27.6	8.0	17.0	15.5	1.5	13.9	5.8	4.9	4.6	2.0	2.1	0.4	0.3	14.8	8.5	6.3	5.5	1.8	0.7	
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】時系列でみると、2010（平成22）年以降、「通信販売」の増加傾向が続いている。

(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*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							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								
2025 (令和7)年	3,304	32.7	23.5	9.2	19.7	18.4	1.3	14.0	4.7	4.4	4.1	1.8	1.9	0.4	0.3	15.4	9.0	6.4	6.6	1.8	0.6	
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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、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」、「勤め先や労働組合等を通して」が女性に比べ高く、女性で「家庭に来る営業職員」、「民保・JAの窓口」、「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」、「郵便局の窓口や郵便局員」はいずれも男性70歳代、女性60～70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、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、男性30～40歳代、女性20歳代、40～50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	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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
男性	1,815	35.9	25.3	10.5	19.2	17.8	1.4	12.7	4.9
20歳代	164	28.0▲	17.1▲	11.0	23.2	22.0	1.2	17.1	4.3
30歳代	204	22.1▲	11.3▲	10.8	23.5	23.0	0.5	12.7	2.5
40歳代	339	31.0▲	16.8▲	14.2	22.1	21.5	0.6	11.8	2.7▲
50歳代	369	40.1	25.5	14.6	20.3	18.4	1.9	11.9	2.7▲
60歳代	351	38.5	29.3	9.1	21.9	19.4	2.6	12.5	6.8
70歳代	361	46.0	42.4	3.6▲	7.5▲	6.1▲	1.4	12.2	9.1
女性	2,337	35.4	29.4	6.0	15.3	13.8	1.5	14.8	6.5
20歳代	147	21.8▲	17.7▲	4.1	25.2	24.5	0.7	16.3	4.1
30歳代	251	34.3	23.9▲	10.4	15.5	15.1	0.4	12.4	2.8▲
40歳代	412	28.2▲	22.1▲	6.1	20.1	19.4	0.7	15.8	2.2▲
50歳代	521	30.1▲	22.1▲	8.1	18.8	16.7	2.1	17.3	5.4
60歳代	497	40.8	35.4	5.4	13.9	12.7	1.2	12.3	9.1
70歳代	487	47.4	44.4	3.1▲	5.5▲	2.9▲	2.7	14.0	11.3

	N	銀行・証券会社を通して	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
男性	1,815	4.2	13.9	7.3	6.6	7.0	1.4	0.7
20歳代	164	6.7	6.7▲	3.0▲	3.7	12.2	1.2	0.6
30歳代	204	2.5	18.1	11.8	6.4	16.7	1.5	0.5
40歳代	339	2.7	18.6	10.3	8.3	9.4	0.9	0.9
50歳代	369	4.1	11.9	4.9▲	7.0	6.5	1.9	0.5
60歳代	351	4.3	12.0	5.7	6.3	2.0▲	1.7	0.3
70歳代	361	6.1	14.7	8.0	6.6	1.7▲	1.4	1.4
女性	2,337	5.3	15.5	9.4	6.1	4.3	2.1	0.7
20歳代	147	5.4	10.9	6.8	4.1	13.6	2.0	0.7
30歳代	251	3.6	22.7	16.3	6.4	4.8	3.2	0.8
40歳代	412	3.2▲	21.4	13.8	7.5	6.3	2.4	0.5
50歳代	521	4.2	15.9	10.4	5.6	5.4	2.3	0.6
60歳代	497	7.4	12.1▲	6.4▲	5.6	2.2▲	1.4	0.8
70歳代	487	7.2	10.9▲	4.9▲	6.0	0.6▲	2.1	1.0

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-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	家庭に来る営業職員	職場に来る営業職員	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・J A の窓口	郵便局の窓口や郵便局員
全 体	4,152	35.6	27.6	8.0	17.0	15.5	1.5	13.9	5.8
営 業 職 員	1,604	59.7	46.0	13.7	10.6▲	10.0▲	0.6▲	11.5▲	2.3▲
家庭に来る営業職員	1,032	63.0	59.9	3.1▲	9.8▲	9.3▲	0.5▲	10.9▲	2.3▲
職場に来る営業職員	572	53.7	21.0▲	32.7	12.1▲	11.2▲	0.9	12.4	2.3▲
通 信 販 売	270	13.0▲	10.4▲	2.6▲	57.8	47.0	10.7	10.7	2.6▲
インターネットを通して	162	9.3▲	7.4▲	1.9▲	69.1	65.4	3.7	9.3	0.6▲
テレビ・新聞・雑誌などを通して	108	18.5▲	14.8▲	3.7	40.7	19.4	21.3	13.0	5.6
民保・J A などの窓口	366	19.1▲	14.2▲	4.9▲	11.2▲	10.1▲	1.1	38.8	3.6
郵便局の窓口や郵便局員	207	17.4▲	15.9▲	1.4▲	7.2▲	6.3▲	1.0	7.7▲	52.7
銀行・証券会社を通して	83	19.3▲	16.9▲	2.4	14.5	14.5	0.0	7.2	3.6
保険代理店の窓口や営業職員	477	16.4▲	12.8▲	3.6▲	12.6▲	12.2▲	0.4▲	10.3▲	2.1▲
保険代理店の窓口	217	10.6▲	9.2▲	1.4▲	12.9	12.4	0.5	9.2▲	0.5▲
保険代理店の営業職員	260	21.2▲	15.8▲	5.4	12.3▲	11.9	0.4	11.2	3.5
勤め先や労働組合等を通して	214	23.8▲	15.4▲	8.4	15.9	15.9	0.0	8.9▲	4.7
そ の 他	200	23.5▲	18.5▲	5.0	18.0	16.0	2.0	15.5	3.0

	N	て銀行・証券会社を通し	業保険代理店の窓口や営	員保険代理店の窓口	員保険代理店の営業職	通勤先や労働組合等を	その他	わからない
全 体	4,152	4.9	14.8	8.5	6.3	5.5	1.8	0.7
営 業 職 員	1,604	2.2▲	8.9▲	4.9▲	4.0▲	3.7▲	0.9▲	0.4▲
家庭に来る営業職員	1,032	2.6▲	7.8▲	4.5▲	3.3▲	2.4▲	0.8▲	0.4
職場に来る営業職員	572	1.4▲	10.8▲	5.6▲	5.2	5.9	1.0	0.3
通 信 販 売	270	5.2	6.3▲	3.7▲	2.6▲	2.2▲	0.4	1.9
インターネットを通して	162	3.7	4.3▲	1.9▲	2.5▲	1.9▲	0.0	1.9
テレビ・新聞・雑誌などを通して	108	7.4	9.3	6.5	2.8	2.8	0.9	1.9
民保・J A などの窓口	366	6.3	14.5	8.5	6.0	4.4	1.6	0.5
郵便局の窓口や郵便局員	207	6.3	5.3▲	2.4▲	2.9▲	1.9▲	0.0▲	1.4
銀行・証券会社を通して	83	41.0	10.8	7.2	3.6	2.4	0.0	1.2
保険代理店の窓口や営業職員	477	4.4	50.5	28.5	22.0	2.9▲	0.2▲	0.6
保険代理店の窓口	217	4.6	57.1	44.2	12.9	3.7	0.0▲	1.4
保険代理店の営業職員	260	4.2	45.0	15.4	29.6	2.3▲	0.4	0.0
勤め先や労働組合等を通して	214	4.2	7.0▲	2.8▲	4.2	35.0	0.5	0.0
そ の 他	200	4.0	15.5	10.5	5.0	2.0▲	17.5	1.0

\*「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

#### (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。

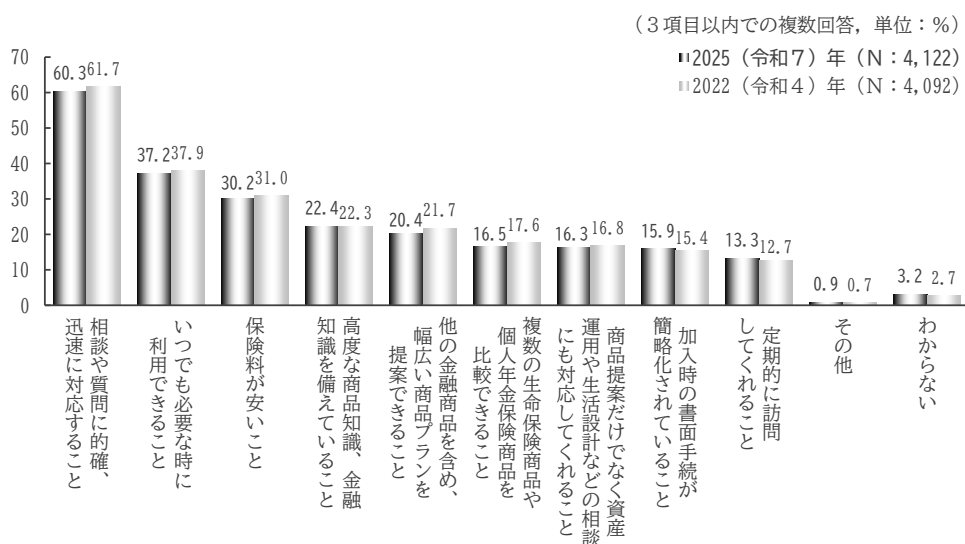
ＳＱ１（最も加入意向のあるチャネル）で回答した加入経路について、あなたは何を重視しますか。この中から重視するものを３つまでお答えください。

- (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 60.3%と最も高く、以下「いつでも必要な時に利用できること」(37.2%)、「保険料が安いこと」(30.2%) の順となっている。

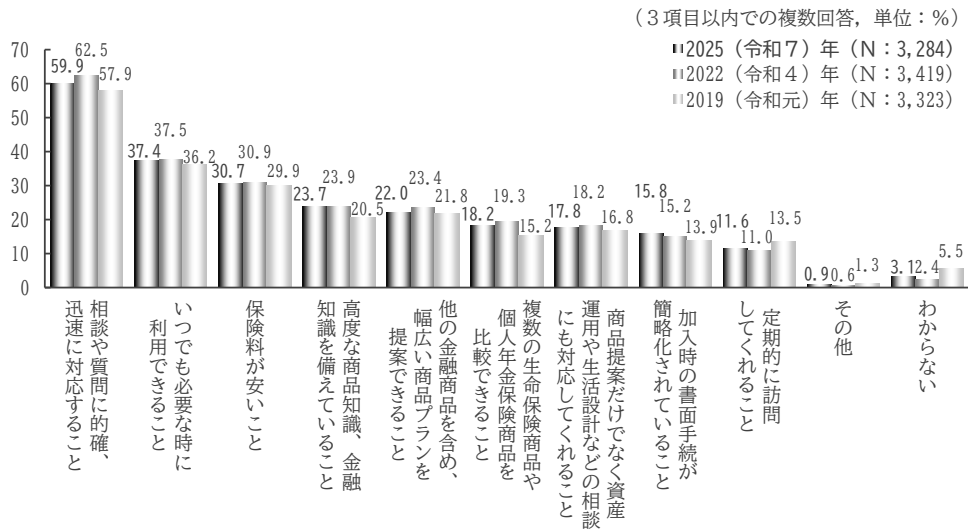
前回と比較しても、大きな差異はみられない。(図表Ⅶ-25)

<図表 Ⅶ-25> 加入チャネルに対する意向



\*集計対象は18～79歳

【参考】時系列でもても、一貫した傾向はみられない。



\*2019 (令和元) 年以前と時系列比較するために、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」が女性に比べ高くなっている。

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40歳代、女性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20歳代、女性30～40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」は女性40～50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	幅広い商品プランを提案できること	他の金融商品を含め、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	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	簡略化されていること	定期的な訪問してくれること	その他	わからない
男 性	1,802	59.3	36.2	30.4	24.8	19.3	16.1	16.8	16.8	14.0	0.8	3.0
20 歳代	163	62.0	44.8	28.2	27.6	16.0	19.0	23.9	15.3	4.3▲	0.6	1.8
30 歳代	203	54.7	39.4	37.9	24.6	21.7	15.8	18.2	20.2	11.8	0.5	3.4
40 歳代	336	55.1	33.9	30.1	29.2	21.1	17.3	18.2	19.6	10.4▲	0.6	4.2
50 歳代	367	60.5	36.0	31.1	23.4	22.1	18.8	18.0	15.3	16.6	1.4	2.5
60 歳代	350	56.3	34.9	28.0	23.1	17.7	17.7	15.7	15.7	16.3	1.1	3.7
70 歳代	356	66.6	35.1	28.4	22.8	16.6	9.8▲	10.7▲	15.2	18.5	0.0	2.2
女 性	2,320	61.1	38.0	30.1	20.5	21.2	16.8	15.9	15.3	12.8	0.9	3.3
20 歳代	146	61.6	37.7	24.7	23.3	26.0	18.5	19.2	14.4	4.1▲	0.0	6.2
30 歳代	249	61.4	32.9	28.5	20.5	26.9	19.7	20.5	13.7	10.0	0.8	4.8
40 歳代	410	61.2	36.6	30.7	23.9	26.8	20.7	21.7	12.0▲	10.2	0.5	2.4
50 歳代	518	60.6	38.0	31.3	24.5	21.8	20.3	15.6	14.1	9.1▲	1.7	2.9
60 歳代	493	63.7	42.0	32.9	19.9	20.5	14.8	13.4	18.3	15.0	0.6	2.0
70 歳代	482	58.5	37.8	28.2	13.3▲	12.2▲	9.8▲	10.2▲	17.2	21.2	1.2	4.4

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“家庭に来る営業職員”で76.0%、「いつでも必要な時に利用できること」は“郵便局の窓口や郵便局員”で50.8%、「保険料が安いこと」は“テレビ・新聞・雑誌などを通して”で70.5%、「高度な商品知識、金融知識を備えていること」は“民保・JAの窓口”で31.3%、「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33.2%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	迅速に相談や質問に的確、 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	幅広い商品プランを 提案できること	他の金融商品を含め、 比較的年金保険商品や 生命保険商品や 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資産 相談	商品提案だけでなく資産 簡略化の書面手続きが と	定期的に訪問 して	その他	わからない
全 体	4,122	60.3	37.2	30.2	22.4	20.4	16.5	16.3	15.9	13.3	0.9	3.2
営 業 職 員	1,478	74.6	32.9▲	23.7▲	23.7	18.1▲	11.6▲	15.5	11.2▲	23.9	0.7	2.8
家庭に来る営業職員	1,146	76.0	34.0▲	24.0▲	22.9	17.9▲	11.0▲	15.1	10.4▲	23.8	0.5	2.7
職場に来る営業職員	332	69.9	28.9▲	22.9▲	26.2	18.7	13.9	16.9	13.9	24.1	1.2	3.0
通 信 販 売	706	27.1▲	46.2	51.7	11.3▲	14.2▲	22.0	6.7▲	33.4	0.8▲	1.0	5.1
インターネットを通して	645	27.6▲	46.8	49.9	11.9▲	14.7▲	22.9	6.8▲	34.6	0.6▲	1.1	5.1
テレビ・新聞・雑誌などを通して	61	21.3▲	39.3	70.5	4.9▲	8.2▲	11.5	4.9▲	21.3	3.3▲	0.0	4.9
民 保 ・ J A の 窓 口	576	65.3	37.0	24.1▲	31.3	23.6	17.0	21.2	10.9▲	11.5	0.7	2.3
郵便局の窓口や郵便局員	242	64.5	50.8	31.8	18.2	14.0▲	10.3▲	12.8	16.1	12.4	1.2	2.1
銀行・証券会社を通して	202	59.9	40.1	20.8▲	25.2	27.2	9.9▲	25.7	14.9	10.9	2.0	1.0
保険代理店の窓口や営業職員	615	60.8	30.6▲	27.8	27.8	31.1	27.3	21.3	12.8▲	7.3▲	0.7	2.4
保険代理店の窓口	352	61.4	30.1▲	27.3	29.8	33.2	31.0	22.4	15.1	5.7▲	0.9	1.7
保険代理店の営業職員	263	60.1	31.2▲	28.5	25.1	28.1	22.4	19.8	9.9▲	9.5	0.4	3.4
勤め先や労働組合等を通して	227	52.9	41.4	34.8	17.2	20.3	14.5	19.8	16.3	8.8▲	1.8	4.8
そ の 他	76	59.2	31.6	28.9	10.5▲	13.2	10.5	18.4	10.5	7.9	1.3	10.5

\*「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。

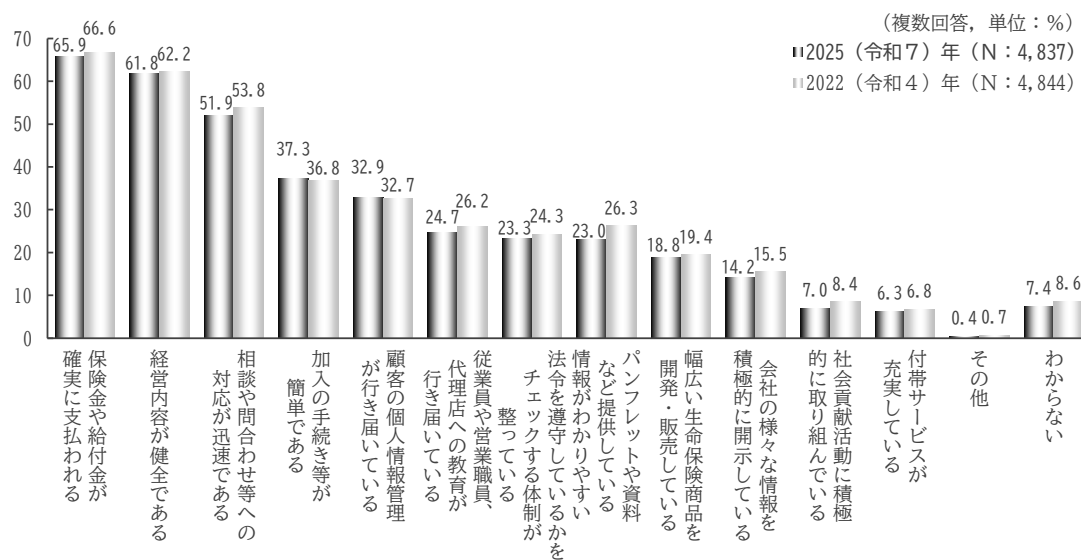
- (ア) 経営内容が健全であること
- (イ) 幅広い生命保険商品を開発・販売していること
- (ウ) 保険金や給付金が確実に支払われること
- (エ) 相談や問い合わせ等への対応が迅速であること
- (オ) 加入の手続き等が簡単であること
- (カ) 従業員や営業職員、代理店への教育が行き届いていること
- (キ) 会社の様々な情報（企業情報や商品情報など）を積極的に開示していること
- (ク) 法令を遵守しているかをチェックする体制が整っていること
- (ケ) パンフレットや資料など提供している情報がわかりやすいこと
- (コ) 顧客の個人情報管理が行き届いていること
- (サ) 社会貢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 65.9%で最も高く、「経営内容が健全である」(61.8%)、「相談や問い合わせ等への対応が迅速である」(51.9%) までは5割以上で続いている。

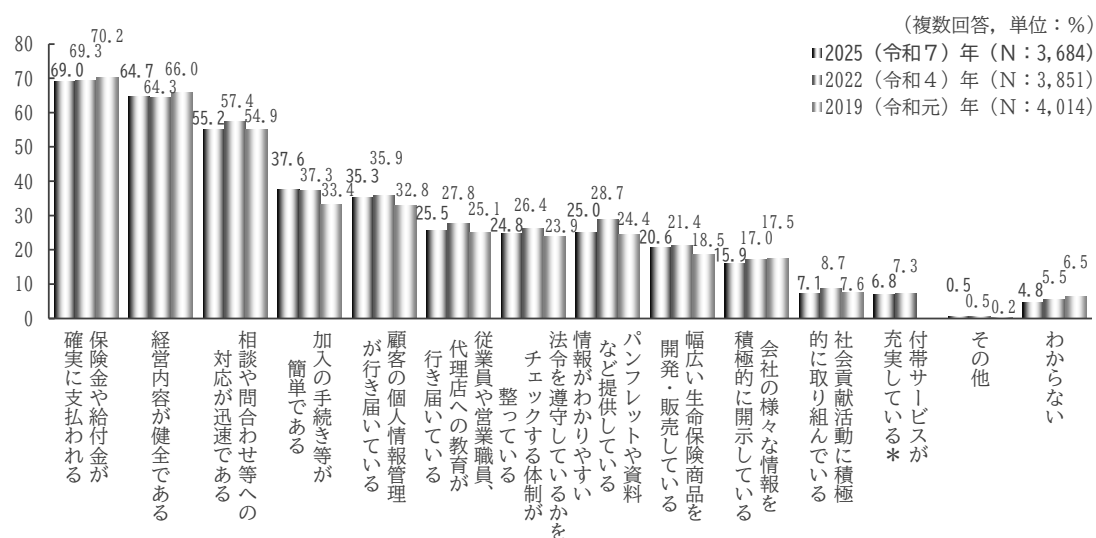
前回と比較すると、「パンフレットや資料など提供している情報がわかりやすい」が3.3ポイント減少している。(図表Ⅶ-28)

<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】時系列でみると、2019（令和元）年以降、「加入の手続き等が簡単である」の増加傾向が続いている。



\*2022（令和4）年度調査より質問

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、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」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」は男性20歳代、女性30～50歳代で、「経営内容が健全である」は男女とも50歳代でそれぞれ高くなっている。また、「相談や問合わせ等への対応が迅速である」は男性40歳代、女性40～60歳代で、「顧客の個人情報管理が行き届いている」は男性20～30歳代、女性40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	法令を遵守しているか を 整っている	情報提供している資料 がわかりやすい	幅広い生命保険商品 を開発・販売している	積極的な情報提供を している	社会的に貢献活動に積 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	2,101	63.7	61.1	47.8	34.0	29.6	23.1	24.6	20.9	18.3	14.3	6.8	6.8	0.6	7.6	
20歳代	181	71.8	61.3	49.2	36.5	39.2	26.5	26.0	27.1	23.8	23.8	9.4	9.9	0.0	2.8▲	
30歳代	225	69.3	65.8	52.0	32.9	37.8	25.3	25.8	22.2	18.7	16.9	4.0	6.2	0.4	4.9	
40歳代	363	62.0	63.9	55.6	36.4	31.1	24.0	28.1	26.2	26.4	16.5	9.4	9.4	0.8	4.4▲	
50歳代	406	67.7	66.7	49.8	34.0	31.0	24.9	23.4	17.7	18.7	14.0	6.4	6.2	0.2	5.2▲	
60歳代	404	64.4	60.6	45.0	32.2	26.5	21.3	25.7	19.3	15.6	13.1	6.2	5.4	1.0	6.9	
70歳代	485	55.5▲	52.6▲	40.8▲	33.6	22.5▲	20.6	20.2▲	17.7▲	12.4▲	8.7▲	5.8	5.2	0.6	15.9	
女性	2,736	67.5	62.4	55.1	39.8	35.5	25.9	22.3	24.6	19.1	14.2	7.1	5.9	0.3	7.3	
20歳代	165	58.2▲	58.2	49.7	37.0	35.8	18.2▲	21.8	31.5	18.2	18.8	4.8	5.5	0.0	6.7	
30歳代	282	73.8	67.0	56.7	39.4	37.6	23.0	23.4	26.6	24.1	18.1	4.6	7.8	0.4	2.5▲	
40歳代	438	76.0	65.3	62.8	39.5	41.8	30.1	23.1	32.6	22.4	15.3	5.5	5.9	0.5	1.8▲	
50歳代	576	74.3	68.8	60.4	42.2	38.7	30.0	24.8	28.1	23.1	17.4	9.2	7.6	0.5	3.8▲	
60歳代	579	68.2	64.8	60.3	40.1	36.3	25.7	25.0	22.6	17.4	12.8	7.6	5.5	0.3	6.9	
70歳代	668	56.3▲	52.4▲	42.1▲	38.3	27.2▲	23.1	17.2▲	15.7▲	13.5▲	9.1▲	7.2	4.2▲	0.1	16.0	

## (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

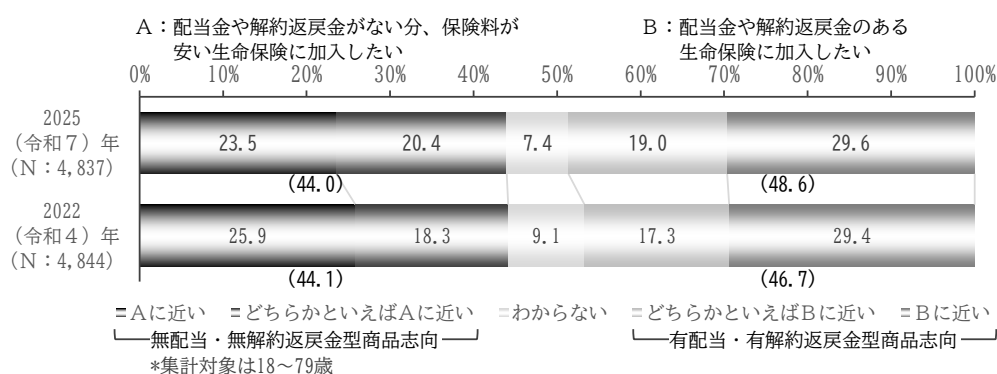
わからない

### 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

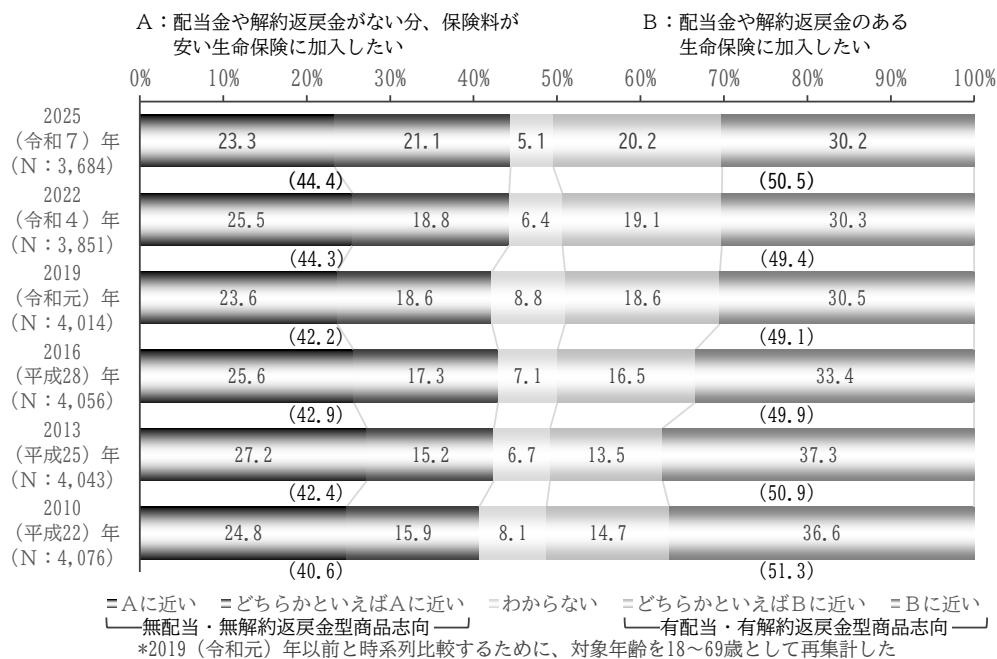
生命保険商品に対する意向をみると、「無配当・無解約返戻金型商品志向」は 44.0%、「有配当・有解約返戻金型商品志向」は 48.6%となっている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。（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】時系列でもても、一貫した傾向はみられない。



性別にみても、大きな差異はみられない。

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 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〕

(単位：%)

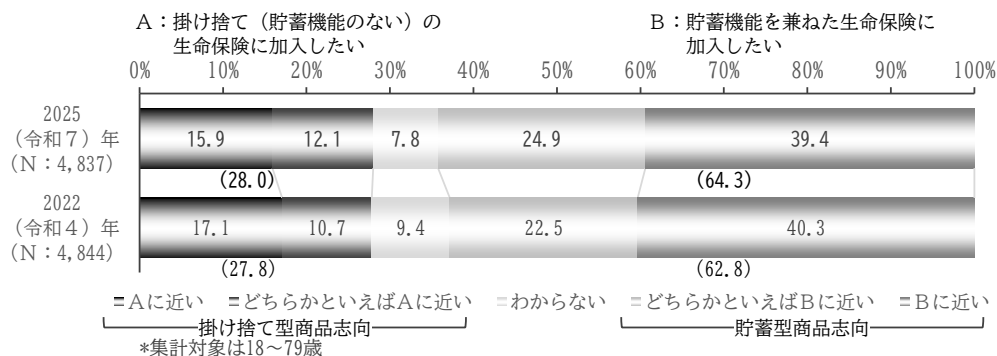
	N	Aに近い	どちらかとい えばAに 近い	無配当・無 解約返戻金 型商品志向	わからない	有配当・有 解約返戻金 型商品志向	どちらかとい えばBに 近い	Bに近い
男 性	2,101	24.8	20.2	45.1	7.0	47.9	19.0	28.9
20 歳代	181	19.3	16.6	35.9▲	3.9	60.2	26.0	34.3
30 歳代	225	25.3	20.9	46.2	3.6▲	50.2	22.7	27.6
40 歳代	363	27.3	19.0	46.3	3.6▲	50.1	21.5	28.7
50 歳代	406	22.7	22.7	45.3	4.9	49.8	19.2	30.5
60 歳代	404	26.5	19.8	46.3	6.4	47.3	16.8	30.4
70 歳代	485	25.2	20.2	45.4	14.6	40.0▲	13.8▲	26.2
女 性	2,736	22.5	20.6	43.1	7.6	49.2	19.0	30.2
20 歳代	165	13.3▲	27.9	41.2	4.8	53.9	30.9	23.0▲
30 歳代	282	21.3	19.1	40.4	4.6▲	55.0	24.5	30.5
40 歳代	438	20.8	26.0	46.8	2.3▲	50.9	21.2	29.7
50 歳代	576	24.1	17.7	41.8	6.1	52.1	18.1	34.0
60 歳代	579	25.0	23.0	48.0	7.1	44.9▲	14.5▲	30.4
70 歳代	668	23.5	16.9▲	40.4	14.7	44.9▲	16.0▲	28.9

## ② 掛け捨て型商品志向か貯蓄型商品志向か

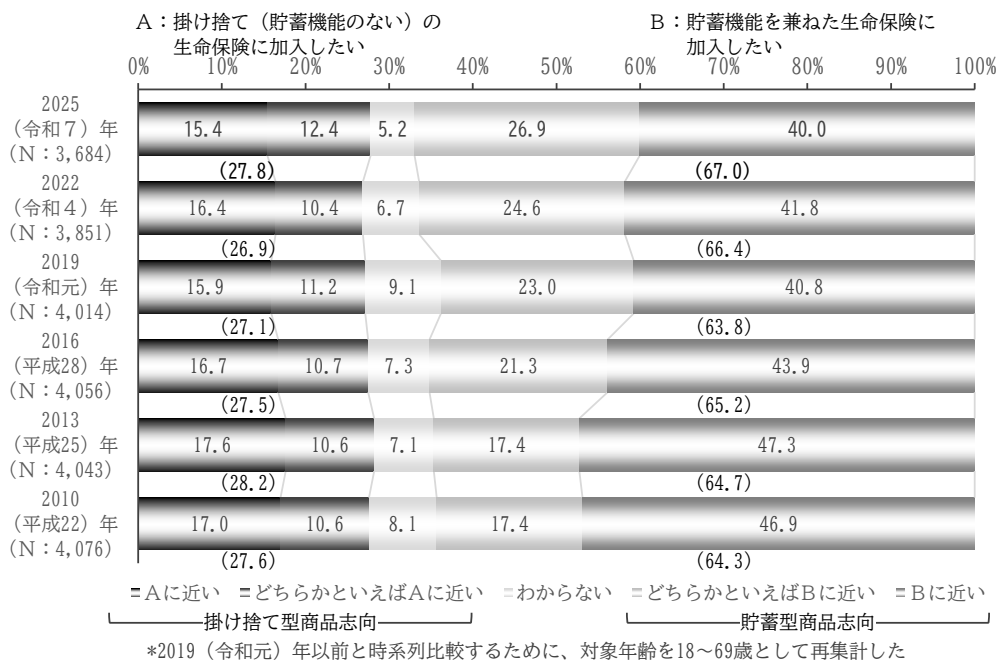
生命保険商品に対する意向をみると、「掛け捨て型商品志向」が28.0%であるのに対し、「貯蓄型商品志向」が64.3%と6割以上を占めている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。(図表Ⅶ-32)

<図表 Ⅶ-32> 掛け捨て型商品志向か貯蓄型商品志向か



【参考】時系列でみると、2019（令和元）年以降、「貯蓄型商品志向」の増加傾向が続いている。



性別にみると、「貯蓄型商品志向」は女性（66.0％）が男性（62.0％）に比べ4.0ポイント高く、「掛け捨て型商品志向」は男性（30.5％）が女性（26.1％）に比べ4.4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」は男女とも60歳代で高く、「貯蓄型商品志向」は男性20歳代、40歳代、女性30～40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：％)

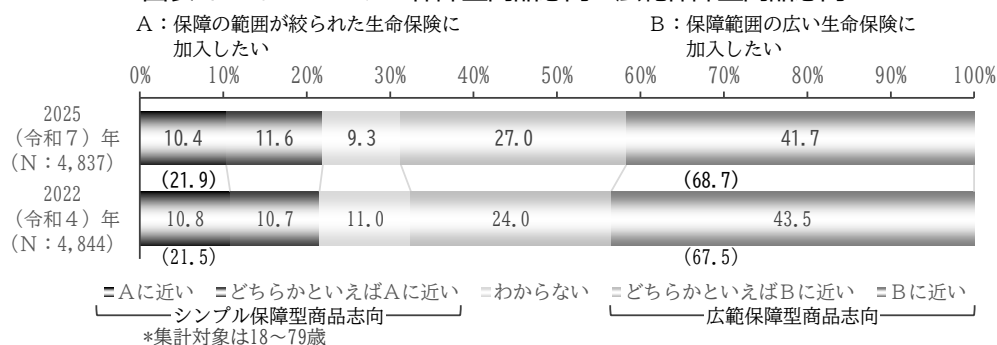
	N	Aに近い			わからない	Bに近い		
		Aに近い	どちらかといえばAに近い	掛け捨て型商品志向		貯蓄型商品志向	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男 性	2,101	17.8	12.8	30.5	7.5	62.0	23.8	38.2
20 歳代	181	10.5▲	11.6	22.1▲	5.0	72.9	30.4	42.5
30 歳代	225	18.7	10.7	29.3	4.9	65.8	27.1	38.7
40 歳代	363	14.6	12.9	27.5	3.9▲	68.6	26.7	41.9
50 歳代	406	15.8	13.3	29.1	4.9▲	66.0	26.4	39.7
60 歳代	404	23.5	11.9	35.4	6.7	57.9	22.0	35.9
70 歳代	485	19.8	14.2	34.0	14.8	51.1▲	16.1▲	35.1
女 性	2,736	14.5	11.6	26.1	7.9	66.0	25.7	40.3
20 歳代	165	7.9▲	15.8	23.6	4.2	72.1	40.6	31.5▲
30 歳代	282	14.5	9.6	24.1	3.5▲	72.3	31.6	40.8
40 歳代	438	12.1	11.6	23.7	3.0▲	73.3	30.8	42.5
50 歳代	576	15.8	11.6	27.4	5.4▲	67.2	24.3	42.9
60 歳代	579	16.2	14.2	30.4	7.3	62.3▲	22.3▲	40.1
70 歳代	668	15.6	9.1▲	24.7	16.5	58.8▲	19.8▲	39.1

### ③ シンプル保障型商品志向か広範保障型商品志向か

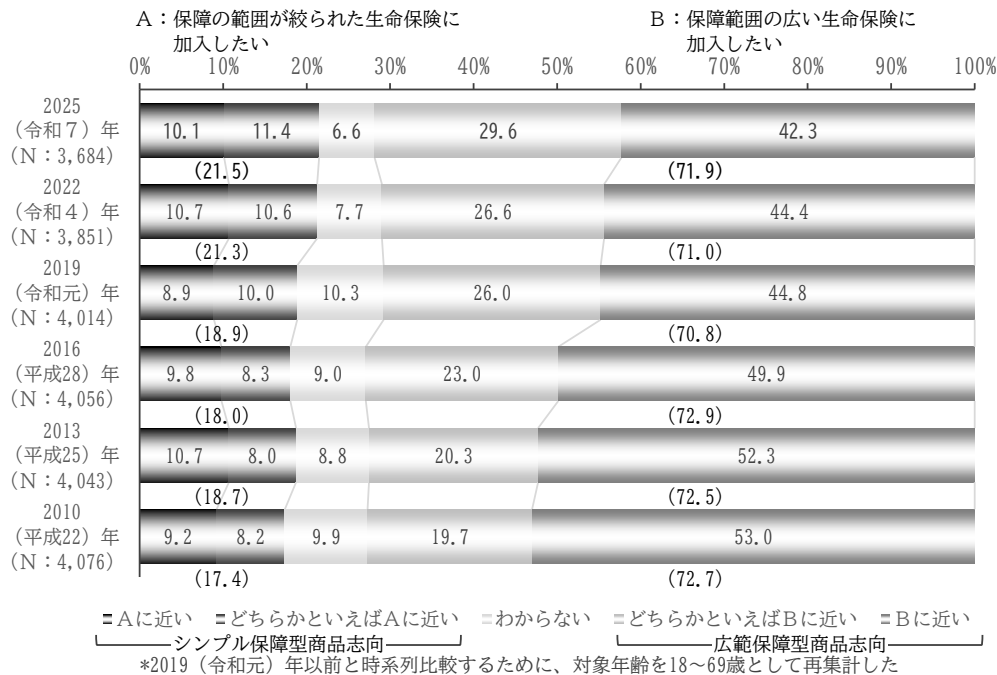
生命保険商品に対する意向をみると、「シンプル保障型商品志向」の21.9％に対し、「広範保障型商品志向」は68.7％と6割以上を占めている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。（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



【参考】時系列でみると、2019（令和元）年以降、「シンプル保障型商品志向」の増加傾向が続いている。



性・年齢別にみると、「広範保障型商品志向」は男性 20～30 歳代、女性 30～40 歳代で高くなっている。(図表Ⅶ-35)

<図表 Ⅶ-35> 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〕

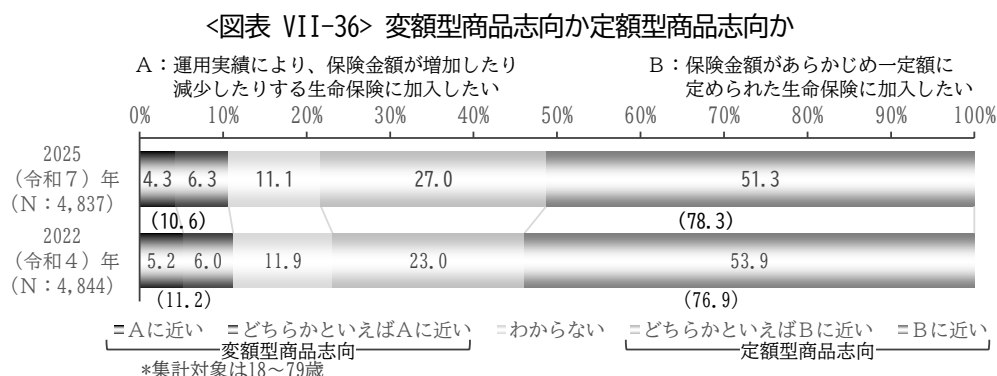
(単位：％)

	N							
		Aに近い	どちらかといえばAに近い	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	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男 性	2,101	11.0	12.0	23.1	8.7	68.3	26.5	41.7
20 歳代	181	8.3	11.0	19.3	5.0	75.7	35.4	40.3
30 歳代	225	7.6	12.9	20.4	5.3	74.2	32.0	42.2
40 歳代	363	11.6	13.8	25.3	5.2▲	69.4	25.9	43.5
50 歳代	406	10.6	12.6	23.2	5.2▲	71.7	28.6	43.1
60 歳代	404	14.9	9.4	24.3	8.9	66.8	28.7	38.1
70 歳代	485	10.7	12.8	23.5	16.9	59.6▲	16.5▲	43.1
女 性	2,736	9.8	11.2	21.1	9.9	69.1	27.4	41.6
20 歳代	165	6.7	12.7	19.4	6.1	74.5	39.4	35.2
30 歳代	282	8.9	8.2	17.0	6.4▲	76.6	34.0	42.6
40 歳代	438	10.0	11.4	21.5	3.9▲	74.7	32.4	42.2
50 歳代	576	9.7	11.8	21.5	6.6▲	71.9	26.0	45.8
60 歳代	579	9.7	11.2	20.9	9.5	69.6	25.9	43.7
70 歳代	668	11.5	11.7	23.2	18.9	57.9▲	20.5▲	37.4▲

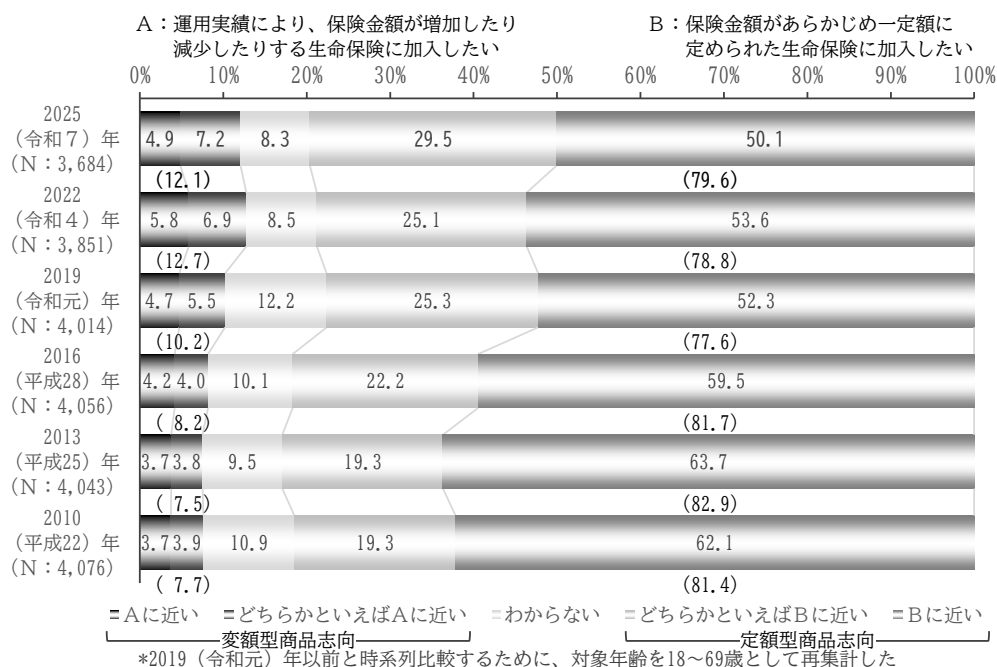
#### ④ 変額型商品志向か定額型商品志向か

生命保険商品に対する意向をみると、「変額型商品志向」の10.6%に対し、「定額型商品志向」は78.3%と8割近くを占めている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。(図表Ⅶ-36)



【参考】時系列でみると、2019（令和元）年以降、「定額型商品志向」の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（14.3%）が女性（7.8%）に比べ6.5ポイント高く、「定額型商品志向」は女性（80.7%）が男性（75.1%）に比べ5.6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〔性・年齢別〕

（単位：％）

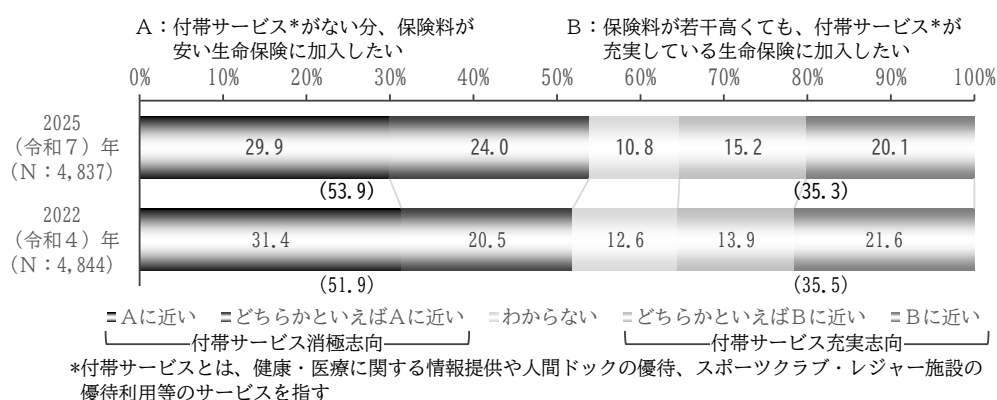
	N	Aに近い	どちらかといえばAに近い	変額型商品志向	わからない	定額型商品志向	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男 性	2,101	5.8	8.5	14.3	10.6	75.1	25.1	50.0
20歳代	181	5.5	13.8	19.3	6.6	74.0	29.8	44.2
30歳代	225	8.9	13.8	22.7	6.7▲	70.7	28.9	41.8▲
40歳代	363	8.3	10.2	18.5	6.3▲	75.2	25.9	49.3
50歳代	406	6.4	7.1	13.5	7.6▲	78.8	28.8	50.0
60歳代	404	3.7▲	7.4	11.1▲	10.9	78.0	25.7	52.2
70歳代	485	3.5▲	4.5▲	8.0▲	19.2	72.8	17.3▲	55.5
女 性	2,736	3.2	4.6	7.8	11.4	80.7	28.4	52.3
20歳代	165	4.8	7.3	12.1	9.1	78.8	41.8	37.0▲
30歳代	282	5.0	8.5	13.5	7.8▲	78.7	30.9	47.9
40歳代	438	4.6	5.3	9.8	5.0▲	85.2	32.6	52.5
50歳代	576	2.6	4.2	6.8	8.3▲	84.9	30.0	54.9
60歳代	579	2.2	4.0	6.2	11.2	82.6	28.0	54.6
70歳代	668	2.1	2.5▲	4.6▲	20.4	75.0▲	20.1▲	54.9

#### 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」の53.9%に対し、「付帯サービス充実志向」は35.3%となっている。

前回と比較すると、「付帯サービス消極志向」が2.0ポイント増加している。（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



性別にみても、大きな差異はみられない。

性・年齢別にみると、「付帯サービス消極志向」は女性 40～60 歳代で高く、「付帯サービス充実志向」は女性 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							
		Aに近い	どちらかといえば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	どちらかといえばBに近い	Bに近い
男 性	2,101	29.1	24.0	53.1	10.5	36.4	15.3	21.0
20 歳代	181	24.3	26.5	50.8	8.3	40.9	20.4	20.4
30 歳代	225	31.6	27.6	59.1	6.7▲	34.2	19.1	15.1▲
40 歳代	363	31.7	24.0	55.6	5.0▲	39.4	16.0	23.4
50 歳代	406	30.8	25.6	56.4	7.4▲	36.2	16.0	20.2
60 歳代	404	31.4	23.5	55.0	10.6	34.4	16.3	18.1
70 歳代	485	24.7▲	20.4▲	45.2▲	19.6	35.3	9.7▲	25.6
女 性	2,736	30.5	24.0	54.5	11.0	34.5	15.1	19.4
20 歳代	165	19.4▲	32.1	51.5	7.3	41.2	22.4	18.8
30 歳代	282	27.3	26.2	53.5	6.4▲	40.1	19.1	20.9
40 歳代	438	32.0	27.4	59.4	5.7▲	34.9	17.1	17.8
50 歳代	576	34.5	23.6	58.2	7.5▲	34.4	14.8	19.6
60 歳代	579	35.9	24.9	60.8	9.0	30.2▲	12.3▲	18.0
70 歳代	668	25.6▲	18.4▲	44.0▲	21.9	34.1	13.0	21.1

## (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。

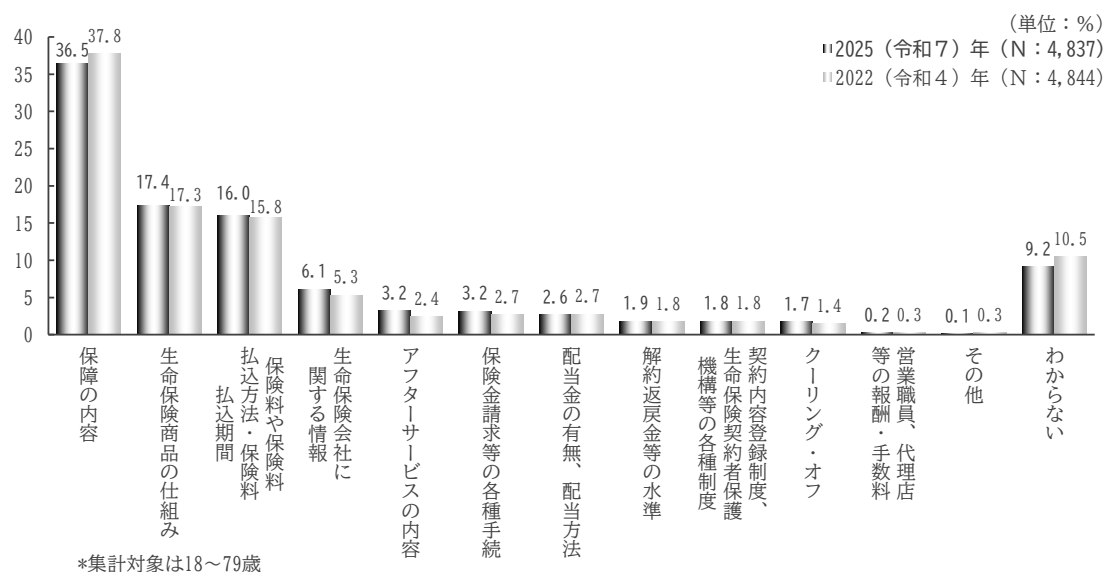
あなたは、生命保険に加入する際に使われるパンフレットや設計書などの資料の内容として、最も重要と考えるものは何ですか。この中から1つだけお答えください。

- (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

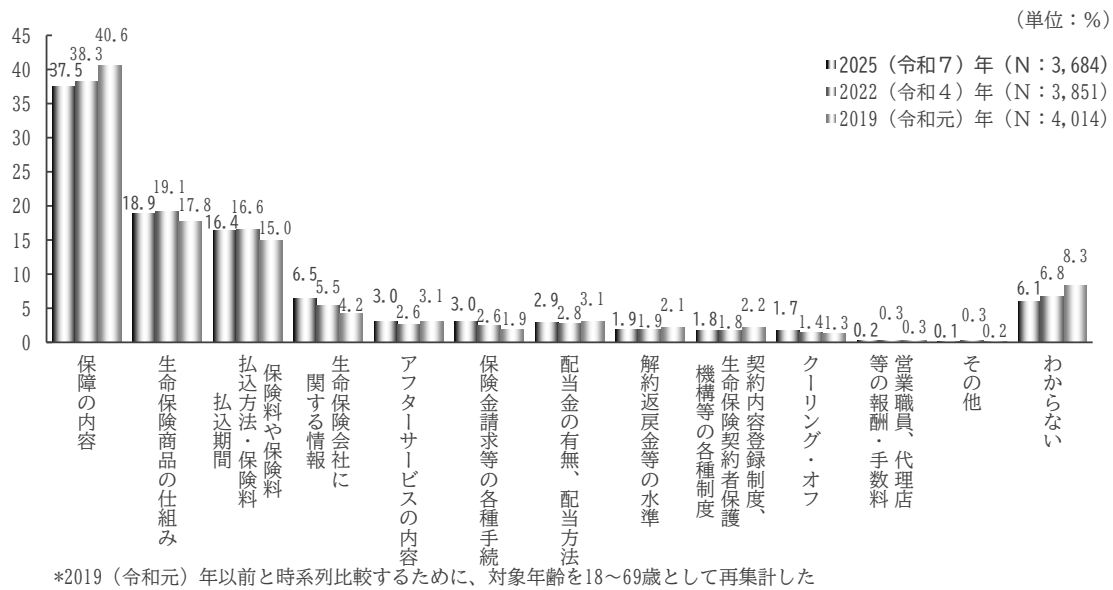
その結果、「保障の内容」が36.5%と最も高く、以下「生命保険商品の仕組み」（17.4%）、「保険料や保険料払込方法・保険料払込期間」（16.0%）と続いている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。（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】時系列でみると、2019（令和元）年以降、「保障の内容」の減少傾向、「生命保険会社に関する情報」、「保険金請求等の各種手続」の増加傾向が続いている。



性別にみると、男性では「生命保険商品の仕組み」、「アフターサービスの内容」が女性に比べて、女性では「保障の内容」、「保険金請求等の各種手続」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、「保障の内容」は女性 50 歳代で、「生命保険商品の仕組み」は男性 40 歳代で、「生命保険会社に関する情報」は女性 20～30 歳代で、それぞれ高くなっている。また、「配当金の有無、配当方法」は女性 30 歳代で、「クリーニング・オフ」は男女とも 20 歳代で、それぞれ高くなっている。（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	保険料や保険料に関する情報	生命保険会社に関する情報	アフターサービスの内容	保険金請求等の各種手続	配当金の有無、配当方法	解約返戻金等の水準	生命保険契約者保護機構等の各種制度	契約内容登録制度、生命保険契約者保護	クリーニング・オフ	営業職員・手数料	その他	わからない
男 性	2,101	33.6	20.7	15.1	6.2	3.9	2.5	2.8	2.2	1.7	1.5	0.2	0.1	9.5		
20歳代	181	31.5	21.5	16.0	8.3	2.2	2.8	3.3	2.8	1.7	3.9	0.0	0.0	6.1		
30歳代	225	36.0	21.3	15.1	6.2	4.0	2.7	3.6	1.3	1.8	1.8	0.9	0.0	5.3▲		
40歳代	363	31.7	27.8	13.5	5.8	5.0	1.7	3.3	2.8	1.9	1.1	0.6	0.0	5.0▲		
50歳代	406	36.7	20.4	15.0	6.2	4.4	2.7	2.7	2.5	1.2	2.0	0.0	0.0	6.2▲		
60歳代	404	34.2	18.8	17.8	6.7	3.2	2.5	2.2	2.0	2.0	1.0	0.2	0.2	9.2		
70歳代	485	32.2	15.3▲	13.8	5.2	3.7	2.9	2.5	2.1	1.6	1.0	0.0	0.2	19.6		
女 性	2,736	38.7	14.9	16.7	6.0	2.7	3.7	2.5	1.6	1.9	1.9	0.3	0.1	8.9		
20歳代	165	35.2	18.8	13.3	10.9	2.4	1.2	1.8	0.6	3.0	4.2	0.6	0.0	7.9		
30歳代	282	38.7	18.1	17.4	9.9	1.8	1.8	4.3	2.5	0.7	0.4▲	0.4	0.0	4.3▲		
40歳代	438	42.5	16.2	17.4	5.3	3.4	3.7	2.5	2.3	1.4	1.1	0.0	0.5	3.9▲		
50歳代	576	43.2	17.0	17.4	4.3	1.6	4.3	2.4	1.0	2.1	1.0	0.3	0.3	4.9▲		
60歳代	579	38.9	14.0	18.0	5.2	2.4	4.1	3.3	1.7	2.2	2.6	0.0	0.0	7.6		
70歳代	668	34.0▲	10.9▲	15.7	4.9	3.6	4.2	1.5	1.5	2.1	2.4	0.4	0.0	18.7		

## (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、こ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。

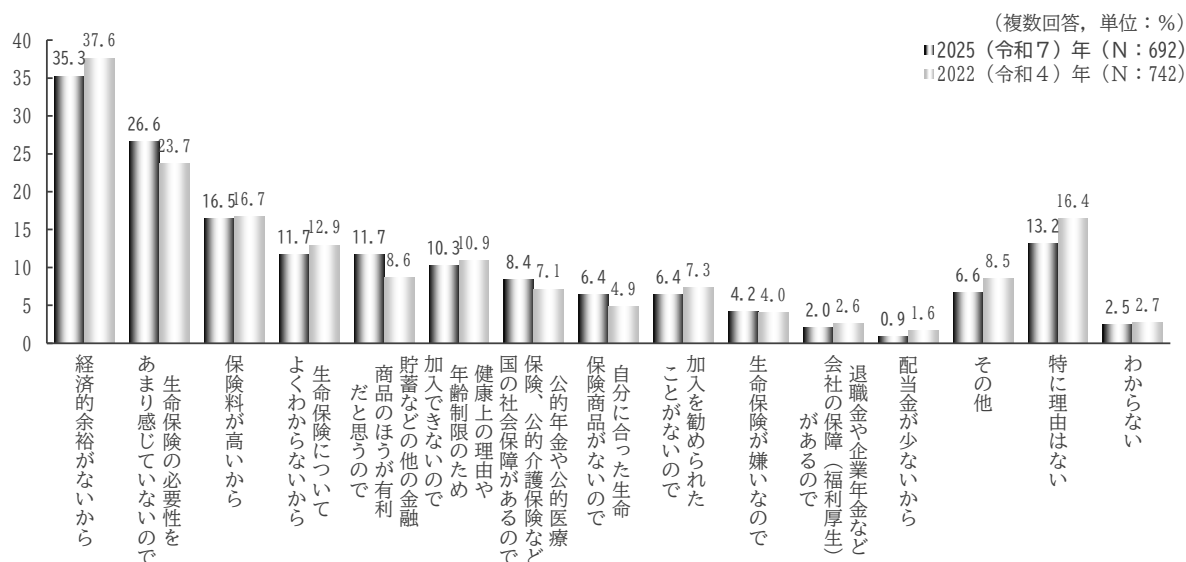
- (ア) 経済的余裕がないから
- (イ) 生命保険の必要性をあまり感じていないので
- (ウ) 自分に合った生命保険商品がないので
- (エ) 生命保険についてよくわからないから
- (オ) 加入を勧められたことがないので
- (カ) 生命保険が嫌いなので
- (キ) 保険料が高いから
- (ク) 配当金が少ないから
- (ケ) 健康上の理由や年齢制限のため加入できないので
- (コ) 貯蓄などの他の金融商品のほうが有利だと思うので
- (サ) 公的年金や公的医療保険、公的介護保険など国の社会保障があるので
- (シ) 退職金や企業年金など会社の保障（福利厚生）があるので
- (ス) その他
- (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 35.3%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」(26.6%)、「保険料が高いから」(16.5%)、「生命保険についてよくわからないから」(11.7%)と続いている。

前回と比較しても、大きな差異はみられない。(図表Ⅶ-42)

<図表 Ⅶ-42> 生命保険の非加入理由

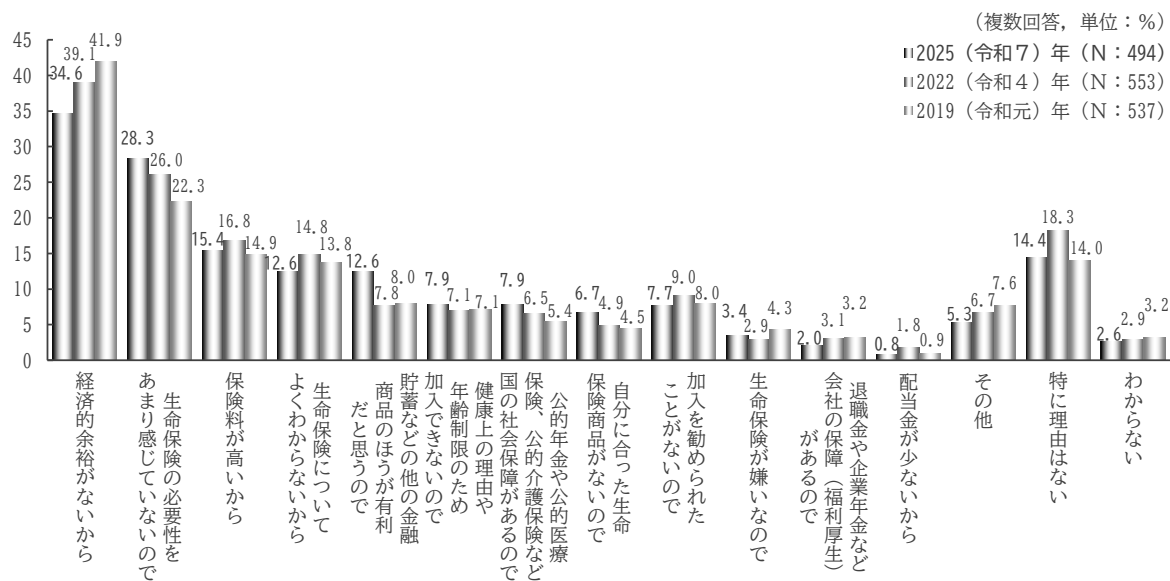
[集計ベース：生命保険非加入者\*]



\*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】時系列でみると、2019（令和元）年以降、「貯蓄などの他の金融商品のほうが有利だと思うので」、「生命保険の必要性をあまり感じていないので」の増加傾向、「経済的余裕がないから」の減少傾向が続いている。



\*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

\*2019（令和元）年以前と時系列比較するために、対象年齢を18～69歳として再集計した

性別にみても、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」では男性 30 歳代、女性 20 歳代で高く、「加入を勧められたことがないので」は男女とも 20 歳代で、「保険料が高いから」は男性 70 歳代、女性 30 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」は男性 60 歳代、女性 70 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〔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	生命保険についてよくわからないから	生命保険料が高いから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから	生命保険についてよくわからないから
男 性	321	38.6	26.2	18.1	10.0	9.3	9.0	7.5	5.3	5.0	3.7	3.1	1.6	5.9	15.0	1.9
20 歳代	59	30.5	27.1	6.8▲	15.3	15.3	1.7▲	5.1	5.1	13.6	0.0	5.1	0.0	5.1	23.7	0.0
30 歳代	42	40.5	47.6	7.1▲	19.0	9.5	4.8	9.5	7.1	4.8	4.8	4.8	2.4	0.0	9.5	4.8
40 歳代	46	34.8	23.9	21.7	8.7	8.7	8.7	4.3	8.7	2.2	2.2	2.2	4.3	2.2	21.7	2.2
50 歳代	34	52.9	23.5	23.5	8.8	17.6	5.9	8.8	2.9	0.0	8.8	2.9	2.9	5.9	5.9	0.0
60 歳代	39	33.3	23.1	23.1	0.0▲	5.1	23.1	5.1	2.6	0.0	7.7	2.6	0.0	10.3	12.8	2.6
70 歳代	89	43.8	19.1	25.8	7.9	5.6	12.4	10.1	4.5	2.2	3.4	2.2	1.1	10.1	7.9▲	2.2
女 性	371	32.3	27.0	15.1	13.2	13.7	11.3	9.2	7.3	7.5	4.6	1.1	0.3	7.3	11.6	3.0
20 歳代	62	22.6	35.5	9.7	29.0	6.5	6.5	4.8	8.1	17.7	1.6	1.6	0.0	6.5	14.5	0.0
30 歳代	45	31.1	28.9	28.9	15.6	22.2	4.4	8.9	8.9	8.9	2.2	2.2	0.0	0.0▲	6.7	4.4
40 歳代	40	52.5	30.0	20.0	0.0▲	10.0	7.5	5.0	15.0	10.0	0.0	0.0	0.0	7.5	10.0	2.5
50 歳代	57	35.1	17.5	10.5	15.8	12.3	10.5	10.5	5.3	3.5	7.0	0.0	0.0	5.3	12.3	3.5
60 歳代	51	33.3	29.4	15.7	5.9	23.5	11.8	17.6	3.9	2.0	3.9	0.0	0.0	9.8	7.8	5.9
70 歳代	109	31.2	24.8	13.8	11.0	12.8	19.3	9.2	6.4	3.7	8.3	1.8	0.9	10.1	11.9	1.8

\* 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