

News Release (リサーチ結果報告)

2009年4月23日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社
SBI アクサ生命保険株式会社

～業界初、「ネット生保に関する共同調査」～

ネット生保に興味がある人はどんな人？

生命保険をネットで買う時代が到来

インターネットを活用して生命保険サービスを提供するSBIアクサ生命保険株式会社 (URL: <http://www.sbi-axa.co.jp/> 本社: 東京都港区、代表取締役社長 木村真輔) とライフネット生命保険株式会社 (URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社: 東京都千代田区、代表取締役社長 出口治明) はネット生保誕生1周年を記念し、共同調査として2009年4月10日～4月14日の5日間、20代～50代の男女1000名に対し「ネット生保に関する調査」をモバイルリサーチで実施し、1000名の有効回答を得ました。

アンケート総括

◆ 生命保険業界に必要な Change は「保険料が安くなること」

オバマ大統領のキャッチフレーズとして『Change』が話題となりましたが、日本の生保業界でも、SBIアクサ生命やライフネット生命などのネット生保が誕生するなど、新しい Change が生まれています。

そこで、20代～50代の男女1000名に対し、日本の生命保険業界にも『Change』が必要かどうかを尋ねたところ、68.4%の回答者が『必要』(「必要である」31.8%、「やや必要である」36.6%)と回答しました。

次に、生命保険業界にも Change が必要と回答した684名に対し、生命保険業界に必要な Change は何かを複数回答形式で聞いたところ、トップになったのは「保険料が安くなること」71.3%、2位は僅差で「商品がシンプルで分かりやすくなること」71.1%、3位「各社の保険商品を横並びで比較できるようになること」43.0%となりました。このように、「安くてシンプルでわかりやすい保険」が現在の生活者に求められているようです。

◆ 生命保険の比較情報量の不足を感じている人7割

20代～50代の男女1000名に対し、現在の日本での生命保険の比較情報量についてどのように感じているのかを単一回答形式で聞いたところ、『足りていると思う』(「十分に足りていると思う」1.9%、「ある程度足りていると思う」30.0%の合計)と回答したのは31.9%となりました。一方『不足していると思う』(「不足していると思う」22.8%、「やや不足していると思う」45.3%の合計)と回答したのは68.1%という結果となり『不足していると思う』が『足りていると思う』の数値を36.2ポイントと大きく上回る結果となりました。

さらに、『不足していると思う』と回答した681名に対し、生命保険の比較情報が十分でない状況についてどのように感じるのかを単一回答形式で尋ねたところ、91.8%の回答者が『比較情報を整備して欲しい』(「ぜひ比較情報を整備して欲しい」46.0%、「できれば比較情報を整備して欲しい」45.8%の合計)と回答する結果となり、多くの人が現在の日本の生命保険の情報のあり方に疑問を持っていることがわかりました。

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

News Release (リサーチ結果報告)

◆ 生命保険はネットで買う時代が到来

20代～50代の男女1000名に対し、今後インターネットで生命保険を買うことについて、どのように思うのかを聞いてみたところ、47.1%の回答者が『興味がある』（「すでに加入した」1.9%、「興味がある」14.1%、「やや興味がある」31.1%の合計）となり、『興味がない』（「あまり興味はない」33.9%、「興味はない」19.0%という結果になり、）との回答は52.9%という結果になりました。

次に『興味がある』と回答した471名に対し、インターネットで生命保険に加入する“メリット”はどのようなところを感じるのかを複数回答形式で聞いたところ、1位「自分の好きな時間に手続きが行える」60.5%、2位「手続きがはやい」57.5%、3位「安い」54.8%という結果となり、“デメリット”の回答結果（複数回答形式）は、1位は同率で「きちんと支払ってくれるか不安」、「まだ新しい会社・方法なので信用が不安」44.8%となり、3位「相談できない」39.1%という結果になりました。

また全回答者1000名に対し、今後どのような方法で生命保険に加入したいのかを複数回答形式で聞いたところ、「インターネットを通じて」が41.9%でトップとなっており、上記のような“デメリット”を解決することで、今後、ネット生保の市場の成長が期待できるのではないかと考察できます。

◆ ネット生保に関心を持っている人はどんな人？

20代～50代の男女で『インターネットで生命保険を買うことに興味がある』と回答した471名と『興味がない』と回答した529名の価値観やライフスタイルの違いについて調べてみたところ、『興味がある人』の回答が『興味のない人』の回答を上回ったのは上から順に、「金利の動向には敏感なほうだ」0.44ポイント差、「スマートフォンに興味や関心がある方だ」0.39ポイント差、「結婚している」0.36ポイント差、「金融商品の良し悪しについて、自分なりの判断ができる」0.35ポイント差、「子供がいる」0.22ポイント差、という結果となりました。

このように、ネット生保に興味がある人は、ネット生保に興味がない人に比べ、①結婚して子供がいる割合が高い、②スマートフォンなどのデジタル機器に興味がある人が比較的多い、③金融にある程度精通しており、自分なりの判断ができる、というような人物像が浮かびあがる結果となりました。

■■ 調査概要 ■■

■ 調査タイトル：ネット生保に関する調査

■ 調査対象：ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする
20代～50代の男女 1000名を対象

■ 調査対象者の内訳：

20代男性	125名、	30代男性	125名
40代男性	125名、	50代男性	125名
20代女性	125名、	30代女性	125名
40代女性	125名、	50代女性	125名

■ 調査期間：2009年4月10日～4月14日

■ 調査方法：モバイルリサーチ

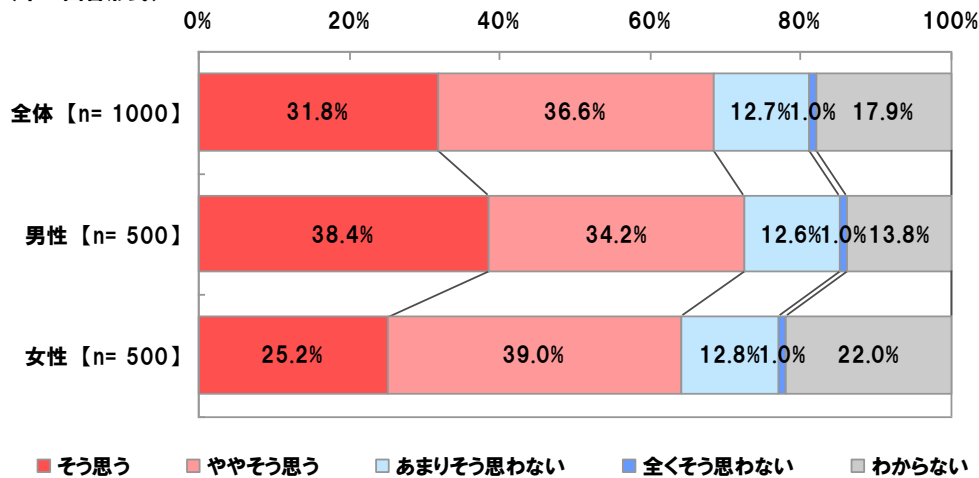
■ 調査地域：全国

■ 有効回答数：1000サンプル

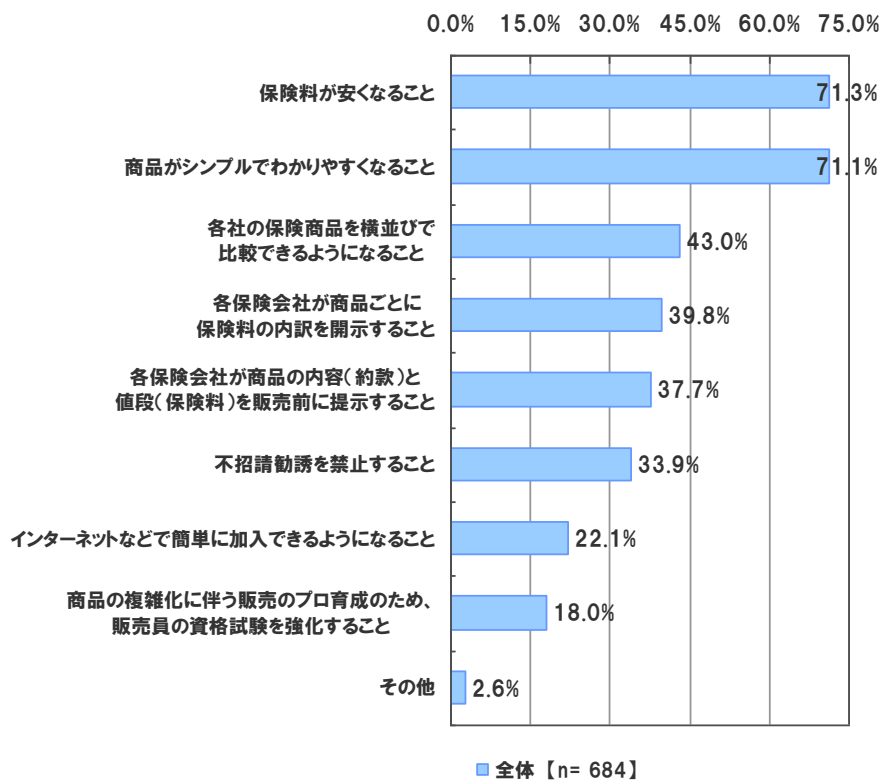
■ 実施機関：ネットエイジア株式会社

News Release (リサーチ結果報告)

あなたは日本の生命保険業界にも「Change」が必要だと思いませんか？
(単一回答形式)

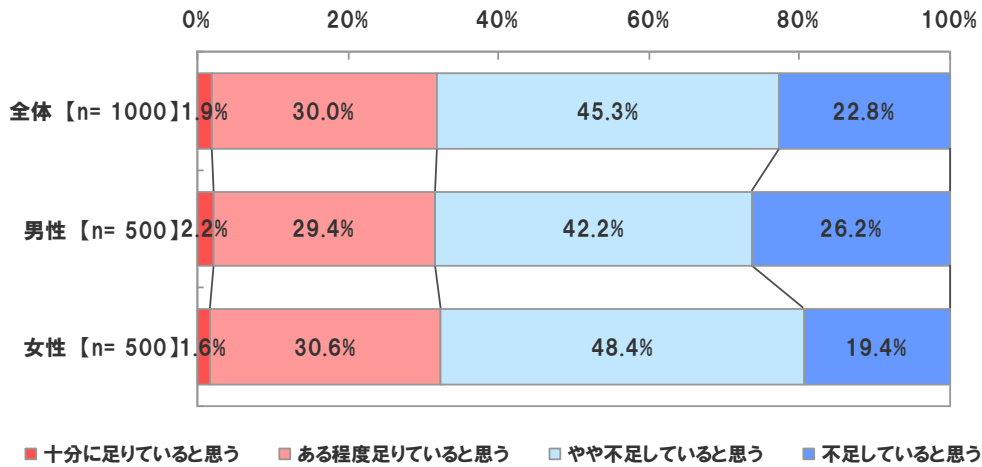


あなたは日本の生命保険業界に必要な「Change」は何だと思いませんか？
(複数回答形式)

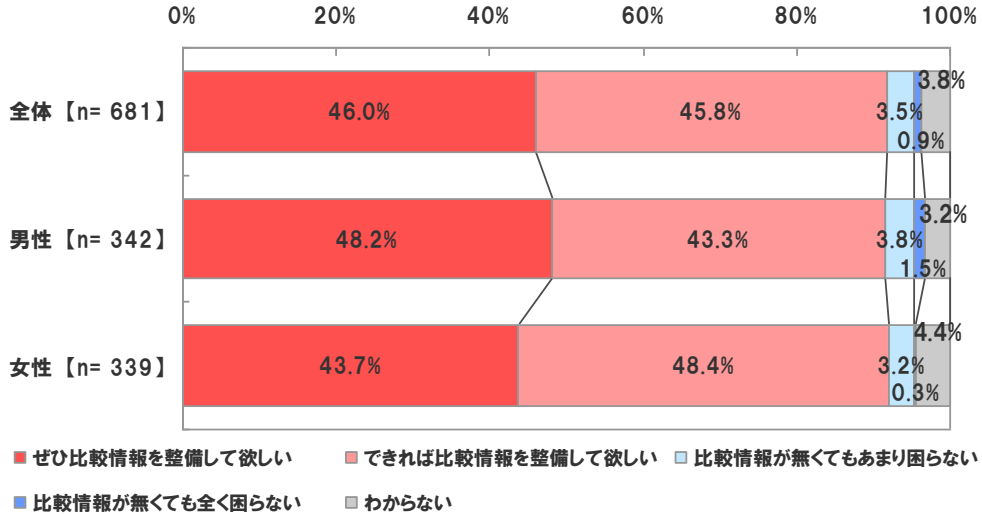


News Release (リサーチ結果報告)

現在日本での生命保険の比較情報の量についてどのように感じですか？
(単一回答形式)

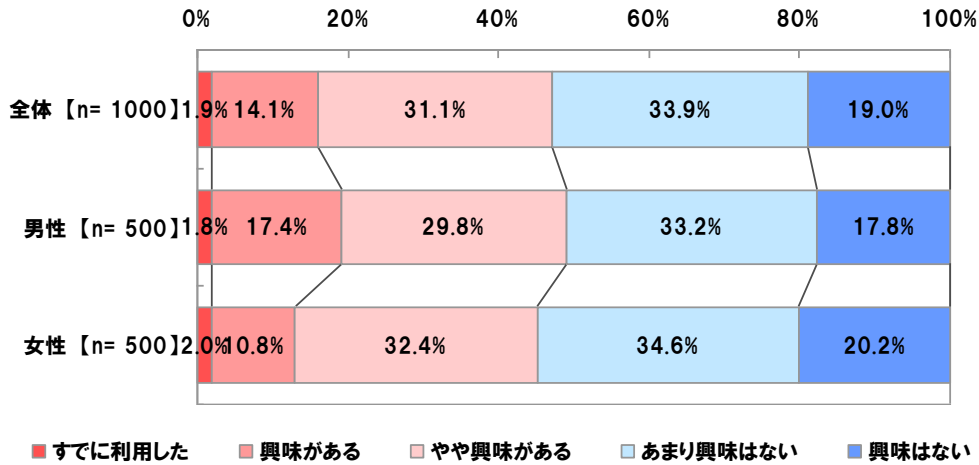


生命保険の比較情報が十分でない状況について、どのように感じですか？
(単一回答形式) (対象者: 生命保険の比較情報量が不足していると感じている人)

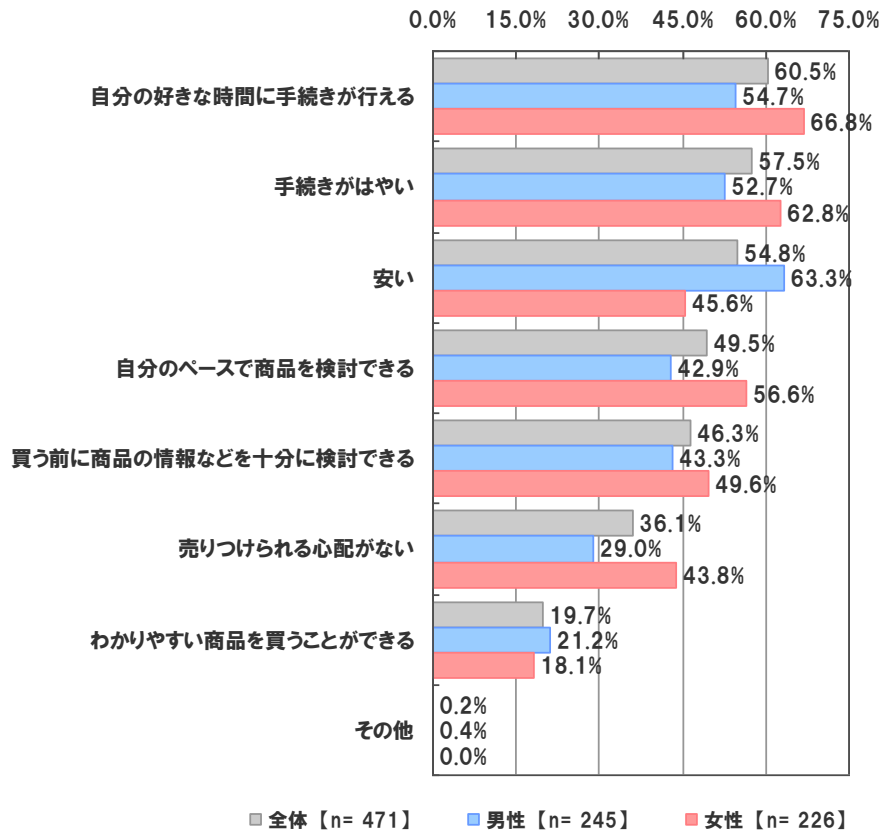


News Release (リサーチ結果報告)

インターネットで生命保険を買うことについてどう思いますか？
(単一回答形式)

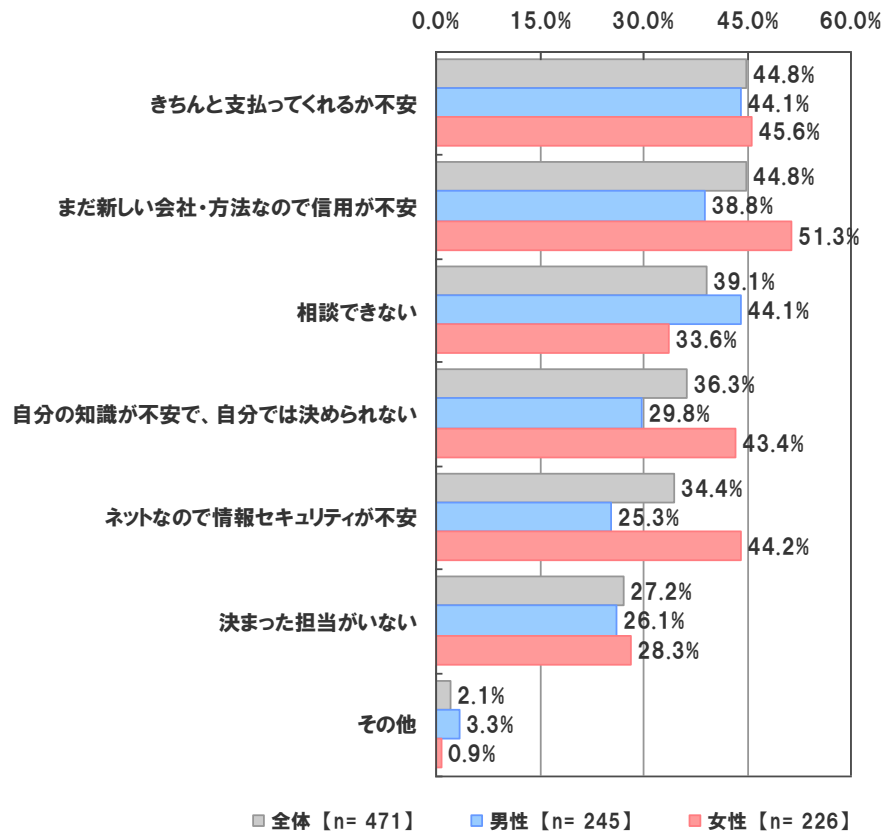


インターネットで生命保険を買ったら、
どのようなところに“メリット”を感じますか？
(複数回答形式) (対象者: ネットで生保を買うことに興味がある人)



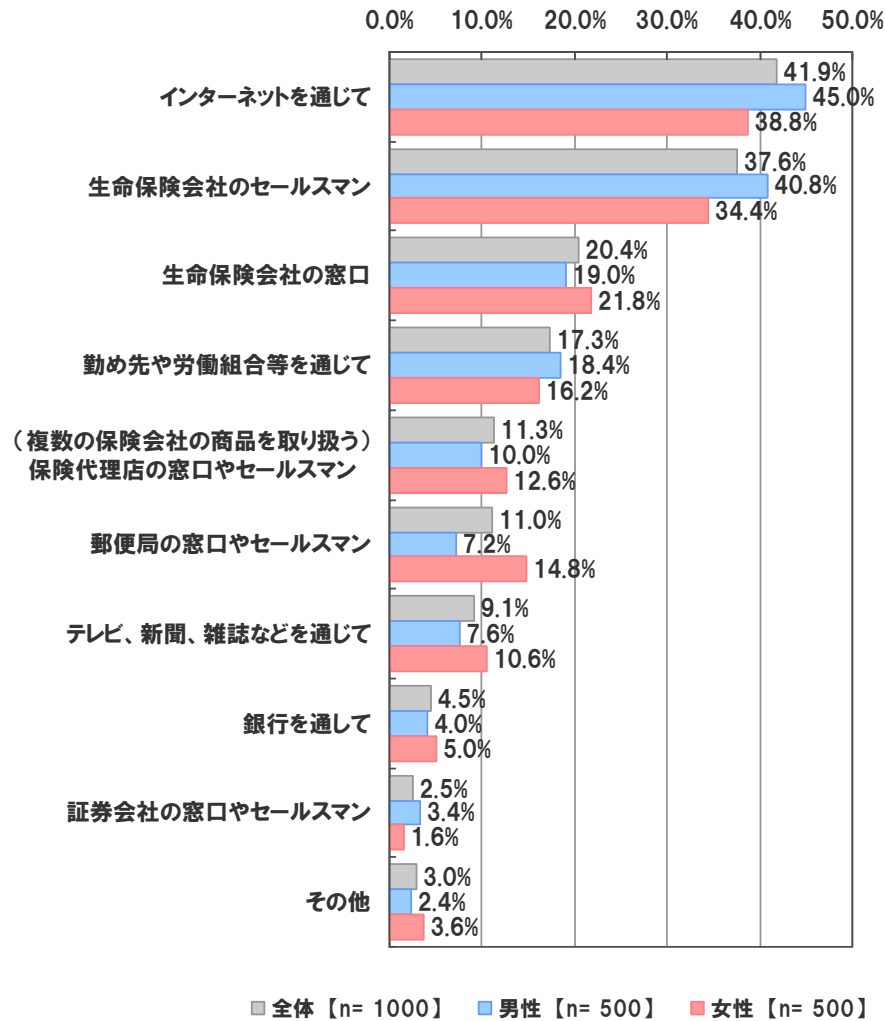
News Release (リサーチ結果報告)

インターネットで生命保険を買おうとしたら、
どのようところに“デメリット”を感じますか？
(複数回答形式)(対象者:ネットで生保を買うことに興味がある人)



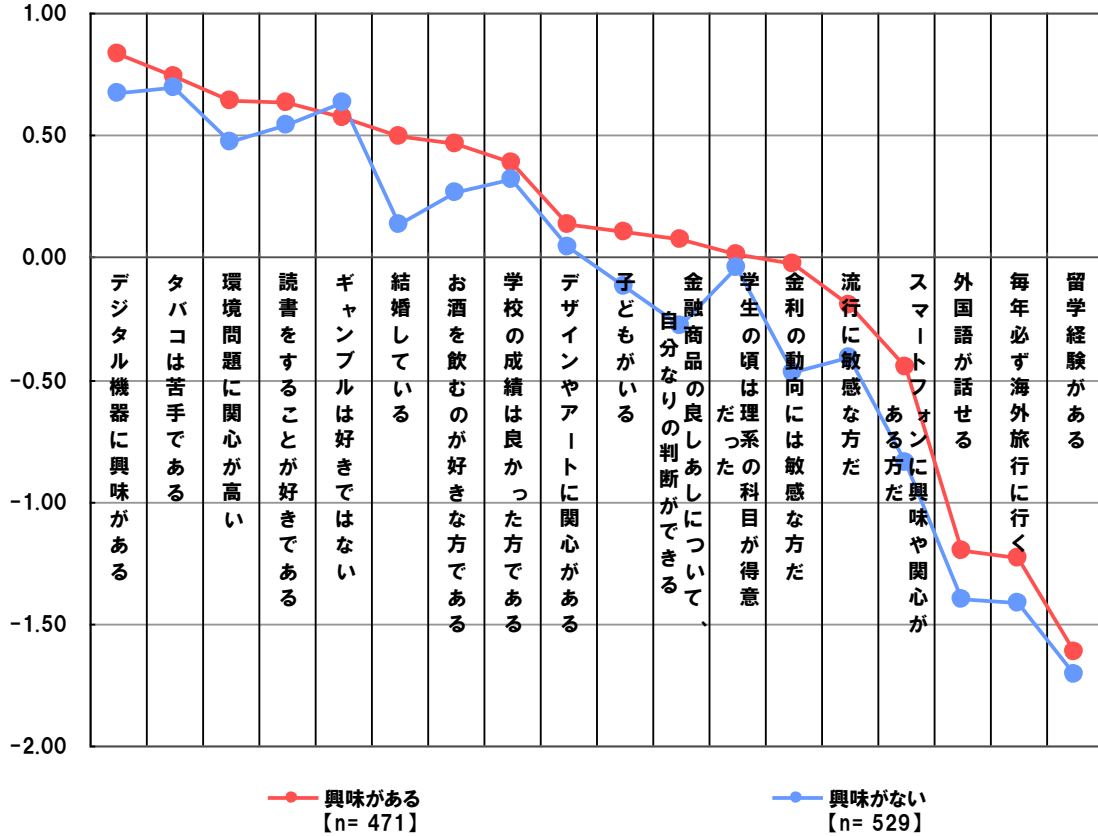
News Release (リサーチ結果報告)

あなたが今後生命保険に加入するとしたら
どのチャンネルから買いたいと思いますか？
【複数回答形式】



News Release (リサーチ結果報告)

◆あなた自身についてお聞かせ下さい。
 あてはまる(2点)、ややあてはまる(1点)、どちらでもない(0点)
 あまりあてはまらない(-1点)、あてはまらない(-2点)として換算し、平均点を算出



News Release (リサーチ結果報告)

■■ 報道関係者様へのお願い ■■

本リリース内容の転載にあたりましては、
「SBI アクサ生命とライフネット生命による共同調査」
という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

- 会社名 : ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名 : 代表取締役社長 出口 治明
- 設立 : 2006年10月
- 所在地 : 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容 : インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ : <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部 : 松岡
TEL:03-5216-7900

- 会社名 : SBI アクサ生命保険株式会社
- 代表者名 : 代表取締役社長 木村真輔
- 設立 : 2006年10月
- 所在地 : 東京都港区六本木一丁目6番1号 泉ガーデンタワー18階
- 業務内容 : インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ : <http://www.sbi-axa.co.jp/>

SBI アクサ生命保険株式会社 戦略企画部 : 水谷
TEL:03-6229-0522

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

News Release (リサーチ結果報告)

会社紹介

- ◆ ライフネット生命についてURL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、シンプルで便利で安い商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と 24 時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選び方を推奨し、「生命(いのち)のきずな=ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

- ◆ SBIアクサ生命について URL: <http://www.sbi-axa.co.jp/>

SBI アクサ生命保険株式会社は、日本の生命保険市場に新しい形を提案するため、戦略的事業の革新者として金融の枠を超えた総合企業へと進化する SBI ホールディングス株式会社、世界最大級の金融グループの一員であるアクサ ジャパン ホールディング株式会社、デジタル情報革命を先導する総合デジタル情報カンパニーのソフトバンク株式会社の出資により設立された日本初のインターネット専門生命保険会社です。

調査協力会社: ネットエイジア株式会社