

プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当

Eメール： jpw_press@nielsen.com

ニールセン、2026 年 7 月のスマートフォンでの 生命保険サービス利用動向を発表

- **利用者数 No.1 は、414 万人が利用した東京海上日動あんしん生命**
- **18-49 歳の利用者数 No.1 は、217 万人が利用した住友生命**
- **住友生命は、健康増進型プログラム「Vitality」が若年層の利用者数獲得に貢献**

2026 年 9 月 7 日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役 Dean Matthew Richardson）は、ニールセン モバイルネットビュー（Nielsen Mobile NetView）のスマートフォン利用動向データをもとに、日本国内における生命保険サービスの 2026 年 7 月の利用動向を発表しました。

**生命保険サービス全体の利用者数 No.1 は東京海上日動あんしん生命、
現役世代にフォーカスした 18-49 歳では住友生命が利用者数 No.1**

2026 年 7 月のスマートフォンからの生命保険サービス利用者数（アプリおよびウェブサイト利用者数。保険契約の有無は問わない）では、東京海上日動あんしん生命が 414 万人で首位を獲得し、次いで 390 万人の住友生命、387 万人の日本生命、333 万人の太陽生命、283 万人の明治安田生命、187 万人の第一生命と続いています。（図表 1）

18 歳以上であるサービス全体と、18-49 歳の若年層・現役世代の利用者数を比較すると、各社の違いが浮き彫りとなります。全体首位の東京海上日動あんしん生命は、50 歳以上の利用者が 314 万人となり、全体利用者の約 75.9%を 50 歳以上が占めています。

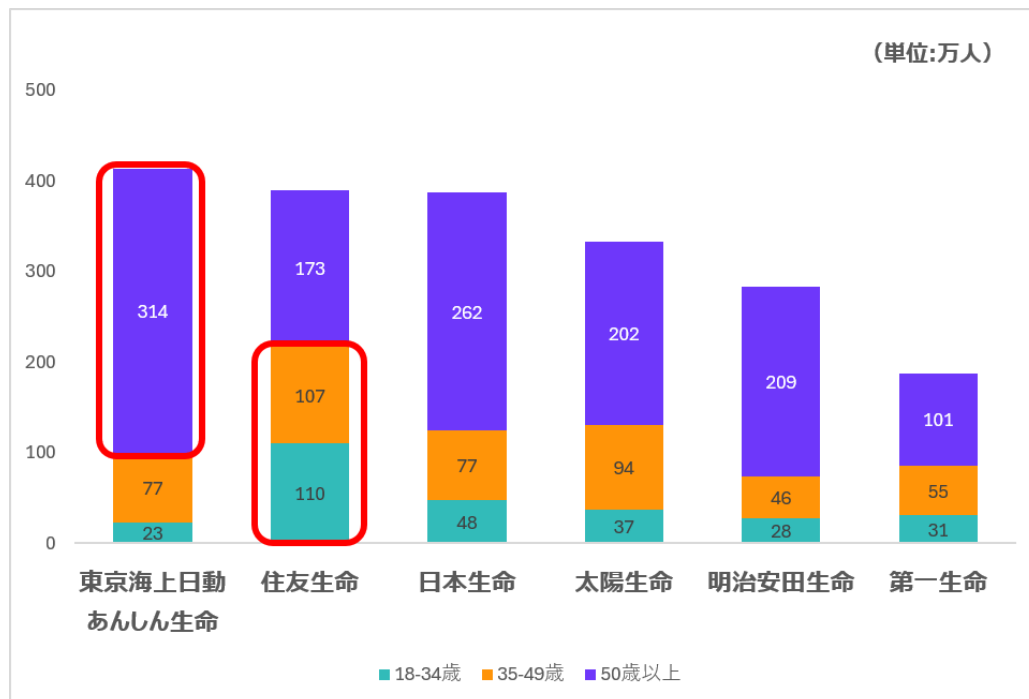
これに対し、18-49 歳の利用者数は 100 万人に留まり、同年代による順位では第 4 位となっています。

対照的に、住友生命は全体利用者数では 390 万人で第 2 位であるものの、18-49 歳の利用者数は 217 万人となり、この年代の首位を獲得しています。18-49 歳の若年層・現役世代が住友生命利用者の 55.7%を占めています。（図表 2）

図表 1：2026 年 7 月 生命保険サービス利用者数

利用者全体（18歳以上）の利用者数順位			18-49歳の利用者数順位		
順位	サービス名	18歳以上の利用者数（万人）	順位	サービス名	18-49歳の利用者数（万人）
1	東京海上日動あんしん生命	414	1 ↑	住友生命	217
2	住友生命	390	2 ↑	太陽生命	131
3	日本生命	387	3 →	日本生命	125
4	太陽生命	333	4 ↓	東京海上日動あんしん生命	100
5	明治安田生命	283	5 ↑	第一生命	86
6	第一生命	187	6 ↓	明治安田生命	74

図表 2：2026 年 7 月 生命保険サービス 年代別利用者数



Source：ニールセンモバイルネットビュー、2026 年 7 月度データ、18 歳以上の男女

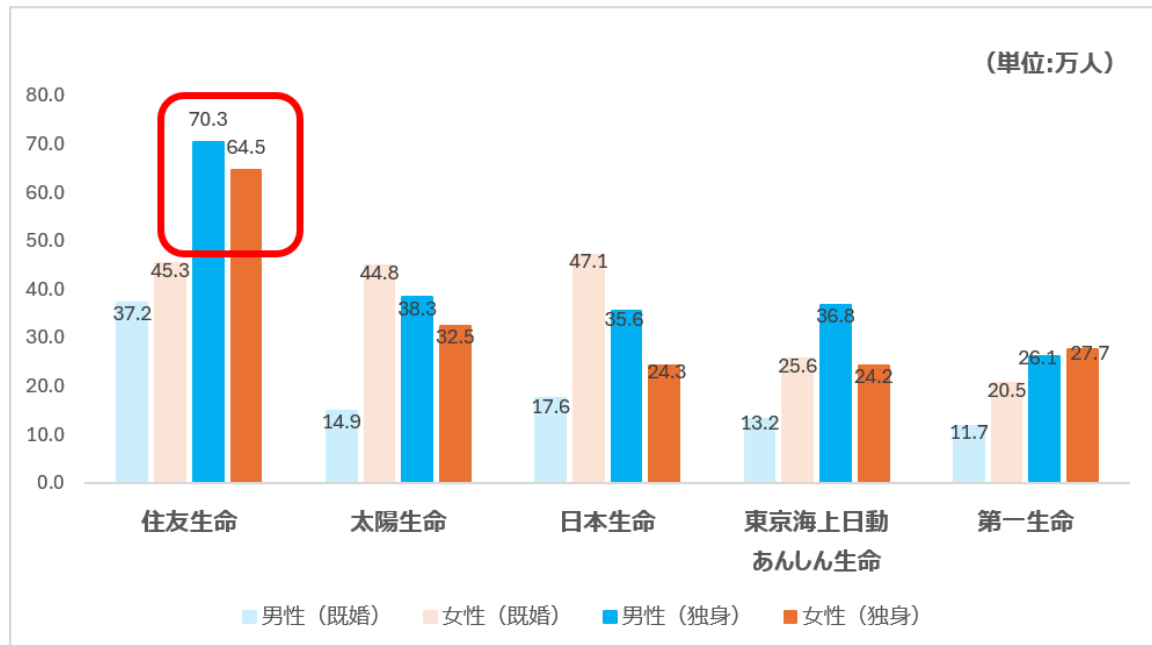
集計対象は Tmn-anshin.co.jp、SUMITOMO LIFE INSURANCE、NISSAY、Taiyo Life Insurance、Meiji Yasuda Life Insurance、Daiichi Life Insurance（すべて Brand）

※スマートフォンからウェブサイトまたはアプリを利用した月間利用者数。保険契約の有無を問わない。

18-49 歳における家族構成別では住友生命が独身層を多数獲得

18-49 歳の利用者数を家族構成別（性別および既婚・独身）に分析すると、住友生命は独身層を多く獲得出来ていることがわかります。住友生命の 18-49 歳利用者のうち、男性・独身が 70 万人、女性・独身が 65 万人となり、他社を引き離す要因となっています。（図表 3）

図表 3：2026 年 7 月 18-49 歳の家族構成別利用者数



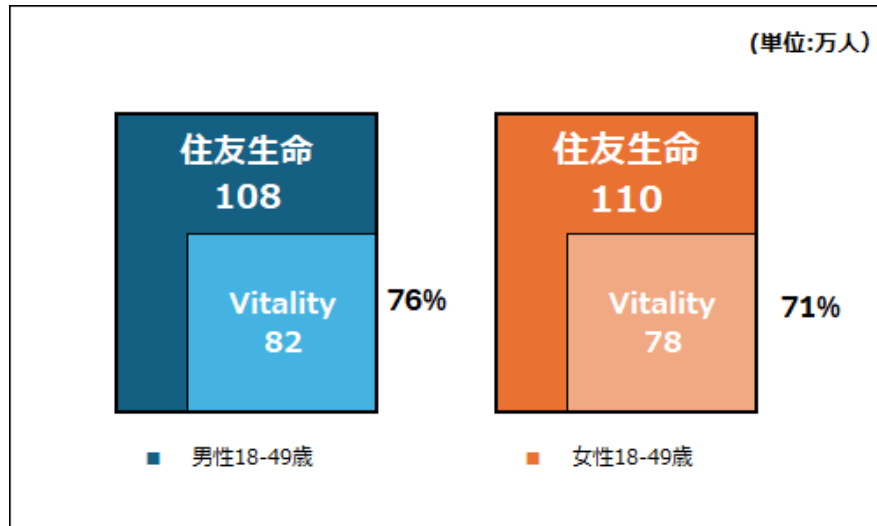
Source：ニールセンモバイルネットビュー、2026 年 7 月度データ、18-49 歳の男女

集計対象は SUMITOMO LIFE INSURANCE、Taiyo Life Insurance、NISSAY、Tmn-anshin.co.jp、Daiichi Life Insurance（すべて Brand）

※スマートフォンからウェブサイトまたはアプリを利用した月間利用者数。保険契約の有無を問わない

住友生命が若年層・現役世代のデジタル市場で高い成果を上げている背景には、同社が推進する健康増進型プログラム「Vitality」の存在があります。18-49 歳男性の住友生命サービス利用者 108 万人のうち、82 万人が「Vitality」サービスを利用しており、その利用率は 76%となっています。同様に、18-49 歳女性においても 110 万人の利用者のうち 78 万人が「Vitality」サービスを利用しており、利用率は 71%となっています。（図表 4）

図表 4 : 2026 年 7 月 住友生命利用者のうち Vitality の利用者



Source : ニールセンモバイルネットビュー、2026 年 7 月度データ、18-49 歳男女

集計対象は SUMITOMO LIFE INSURANCE (Brand) 、

Vitality 利用者数はニールセン デジタル株式会社によるカスタマイズ集計

※スマートフォンからウェブサイトまたはアプリを利用した月間利用者数。保険契約の有無を問わない。

一般的に、生命保険会社の公式アプリは「自社の保険契約者」を対象として設計されている場合が多く、契約内容の確認や保険金請求、変更手続き等が中心となっています。これに対し、住友生命の「Vitality」は非契約者でも手軽に利用でき、保険加入前の段階から幅広い層にアプローチすることが出来ます。また、歩数計測といった機能を提供することで、日常的にアプリを起動する習慣を定着させていると考えられます。

このような「保険未契約の潜在層」も含めた若年・独身層とのデイリー・タッチポイントの創出は、従来の契約者向けポータルにはない独自の強みです。日常的な利用を通じてブランドの認知や親密性を高めておくことで、将来的に結婚、出産、持ち家の購入といったライフステージの変化によって保険加入を検討するタイミングを迎えた際、住友生命が第一想起の選択肢となり、自然な形で保険契約（コンバージョン）へと繋がる育成型のマーケティング導線として機能していることが示唆されます。

これは、従来の受動的な保険検討プロセスを「日常的な利用を通じてエンゲージメントを高め、ライフイベント発生時に契約へ繋げる」という能動的なマーケティングモデルへ転換させるものと言えます。ターゲット層の属性や行動データを正確に捉え、こうした導線を生かす最適なメディア施策を展開することが今後重要となります。

ニールセン モバイルネットビュー（Nielsen Mobile NetView）について

ニールセン モバイル ネットビューは日本全国の 8,000 名（iOS、Android 各 4,000 名）の調査協力モニターから取得するアクセスログ情報を元に作成されます。従来のアンケート調査とは異なり、実際のユーザーのアクセス記録に基づくデータであり、アプリやウェブサイトの利用時間や利用頻度などの正確な利用動向データの提

供が可能です。また、利用者属性情報を含むパネル調査であるため、属性別の利用状況を把握できます。データは、ウェブサイトの訪問、アプリの利用もしくはスマートフォン全体での利用状況を参照することができ、また、利用者属性、OS、電話会社、デバイスなどのフィルターを使用してデータを抽出することもできます。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

https://www.netratings.co.jp/solution/nielsen_mobile_netview.html

#

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階
資本金： 1 億円
設立： 1999 年 5 月
代表者： 代表取締役 Dean Matthew Richardson
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン デジタル株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上で測定と分析のサービスを提供しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください： www.nielsen.com

ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

AD & CONTENT（デジタル広告/コンテンツ視聴率）

Nielsen ONE Ads

ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE（視聴者パネル測定サービス）

インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView

スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView

MEDIA ANALYTICS（メディア/広告効果分析サービス）

ブランドリフト効果測定サービス Brand Lift Plus

広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect

デジタル広告/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION（プランニング/アクティベーション支援サービス）

デジタル広告統計データ digiads

INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International

海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View

海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement