

# 「家計見直し」の中での生保チャネル

保険研究部門 栗林 敦子  
akuri@nli-research.co.jp

## 1. 「家計見直し」で注目される生命保険

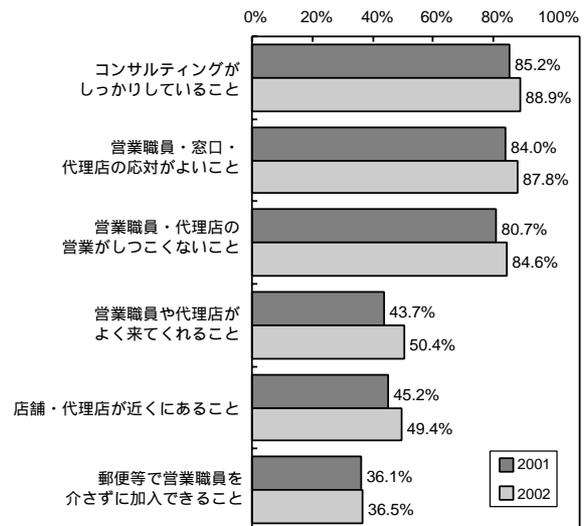
昨今の「家計見直し」ブームの中で、真っ先に見直しの検討対象となっているのが生命保険である。「生命保険は営業職員任せで加入し、多くの消費者が無頓着であった時代」は、 unnecessary 支出を抑制しようという「家計見直し」を通じて変化を始めている。それでは、生命保険会社<sup>(注1)</sup>と消費者の接点はどうか。日本経済新聞社が首都圏の成人男女を対象に実施している「日経NEEDS-RADAR金融行動調査」からみてみることにする。

## 2. 営業職員サービスの内容を重視

生保会社を選択する際に重視することとしては、「経営の安定」や「いざというときの確実な対応」をあげる人がどちらも95%以上と多い。様々な重視点から営業職員に関する項目を抜き出してみると、「しっかりしたコンサルティング」「対応がよいこと」「しつこくないこと」をあげる人は8割以上であるのに対し、「よく来てくれること」「店舗・代理店が近くにあること」は5割程度にとどまる(図表 1)。「コンサルティング」は、生活設計についての相談であり、加入する保険を自らが考えたいというニ

ーズの現れである。消費者は、訪問回数の充実やアクセスの利便性より、接触した際のサービス内容の充実を強く求めているといえる。

図表 - 1 生保会社選択時の重視点(営業職員関連のみ)



(資料)「日経NEEDS-RADAR金融行動調査」(2001年、2002年)より当社作成

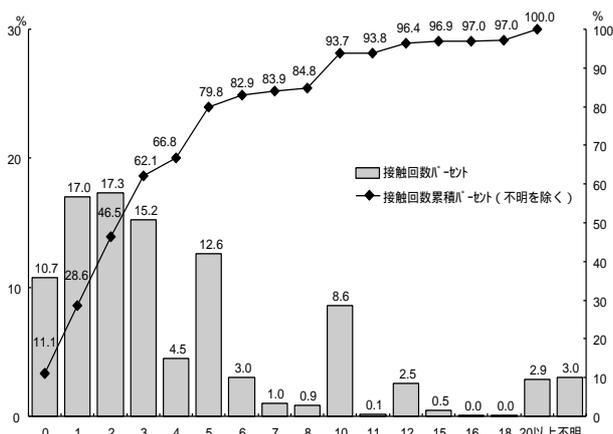
この中の「営業職員がよく来てくれること」(訪問)を重視する層と重視しない層に分けて保険についての意識を比較すると、「営業職員に勧められないと加入を考えない」のは訪問を重視する層の方が訪問を重視しない層より14ポイントも多く、「保険についての情報を自分から積極的に得る」のは訪問を重視する層の方が訪問を重視しない層より4ポイント少ない。訪

問を重視しない層は、営業職員に頼らずに主体的に行動する傾向がうかがえる（図表略）

### 3. 営業職員との年間接触回数は平均4.3回

それでは、消費者は、生命保険の営業職員との程度の接触があるのだろうか。「生命保険について質問や相談をする場合は営業職員を通じて行う」という人に、過去1年の訪問、電話、ハガキ等での営業職員との接触回数を聞いたところ、1～3回という回答が多く、平均は4.3回であった。また、全くない（0回）という回答も1割程度あった。累積で見ると、約6割の人が年に3回以下の接触となっている（図表 2）

図表 - 2 生命保険営業職員との接触回数



（資料）「日経NEEDS-RADAR金融行動調査」（2002年）より当社作成

訪問の重視度（「かなり重視する」から「まったく重視しない」までの4段階）別に、この接触回数をみると、「かなり重視」は平均5.5回、「ある程度重視」は4.3回、「あまり重視しない」は3.7回、「全く重視しない」は3.2回と、訪問を重視する層には、そのニーズに応じて多くの接触が行われていることがうかがえる。

### 4. 多様なチャネル利用を望む層への対応も必要

生保への加入時や契約手続き時など、取引の場面でどのようなチャネルを利用したいか、という質問の結果が図表 3である。加入検討時、

契約手続き時、そして保険の諸手続き時のいずれについても、訪問を重視する層は、営業職員に集中する傾向があるが、一方、訪問を重視しない層は、営業職員だけではなく、郵送、インターネット、保険会社の支店窓口等幅広いチャネルに利用意向が分散する傾向にある。特に諸手続きについては、営業職員をあげる割合は約30%と少なく、郵送、メールなどが大きく上回っている。また、保険会社からの案内については、重視しない層の約6割が郵送を希望している。訪問を重視しない層は、場合に応じた幅広いチャネルの利用を望んでいるといえる。

消費者の約半数を占める保険に対して主体的な意識を持つ層は、家計の見直しを通じて今後増加することが予想される。主体的であるということは訪問をそれほど重視しない層であるといえる。彼らに対しては、様々なチャネルを充実させるといった対応が必要なのではないだろうか

図表 3 保険諸手続きと利用チャネル

	訪問を...	保険会社の外交員	保険会社の支店窓口	電話、携帯電話、電子メール	郵送	保険会社のホームページ	インターネットの金融関連情報ホームページ	その他
生保加入検討時	重視する	76.8%	16.2%	15.3%	19.3%	10.8%	7.9%	22.9%
	重視しない	47.0%	20.2%	19.7%	29.6%	19.7%	15.2%	24.0%
生保契約手続き時	重視する	76.0%	22.4%	8.0%	11.2%	3.2%	1.3%	18.1%
	重視しない	50.5%	28.6%	10.1%	21.9%	7.5%	4.4%	20.0%
生保諸手続き時	重視する	54.0%	18.6%	27.0%	27.3%	6.7%	2.6%	15.4%
	重視しない	27.2%	19.0%	32.3%	38.8%	13.1%	5.9%	15.1%
保険会社からの案内	重視する	49.2%	9.7%	19.1%	47.1%	5.5%	3.3%	12.0%
	重視しない	21.2%	10.0%	23.8%	59.7%	9.3%	6.3%	11.1%

（資料）「日経NEEDS-RADAR金融行動調査」（2002年）より当社作成

（注1）営業職員チャネルを中心に展開する大手国内生保会社をさす。