

生命保険会社の認知と企業イメージに関する調査  
報 告 書  
《企業イメージシリーズ NO.4》

2010年8月

RJC Research Inc.

# 生命保険会社の認知と企業イメージに関する調査 調査結果のポイント

	共済 全労災	かんぽ生命	日本生命 第一生命 明治安田生命 住友生命	アフラック アリコジャパン	東京海上日動 あんしん生命	ソニー生命
強み	○保険料安い ○親しみやすい ○保険金の支払いが早い ○満足度高い	○信頼感高い ○満足度高め	○一流 ○有名 ○万一の時の備え	○保険料安い ○広告・宣伝活動良い ○病気の時の備え	○信頼感高い	○営業担当者対応が良い ○貯蓄性が高い ○子供の為の備え ○満足度高め
弱み	▲一流ではない ▲成長力がない	▲商品開発力低い	▲保険料高い ▲医師の審査あり・ 入りにくい ▲満足度低め	▲信頼感低い ▲安心感低い	▲認知度低め	▲商品開発力低い
新規獲得力 (継続意向)	◎強い	○やや強い	△弱い	アフラック ◎強い  アリコジャパン △弱い	◎強い	○やや強い



今後の課題 方向性	保険料の安さ、親しみやすさが強みだが、一流感や成長力のイメージが弱い。	信頼感が高く、満足度も高めだが、商品開発力が弱点。	一流、有名イメージはあるが、保険料の高さ、入りにくさで満足度は低め。	保険料の安さと広告・宣伝の上手さが強みだが、生命保険会社として重要な信頼感が低い。	信頼感が高いが、まだ一般の認知度は低い。新規獲得力は強いので、今後に期待が持てる。	子供の為の保険が特徴的。満足度は高めだが、商品開発力に難あり。
--------------	-------------------------------------	---------------------------	------------------------------------	---	---	---------------------------------

# 調査概要

調査目的	生命保険会社の企業イメージ、満足度などを探る
調査対象	全国の20代以上の男女
調査方法	WEB調査
有効回答数	1208サンプル
調査実施期間	2010年6月4日（金）～6月6日（日）
調査項目	1. 生命保険会社の認知状況
	2. 生命保険の加入状況
	3. 生命保険の加入理由
	4. 生命保険の満足度
	5. 企業イメージ・重視イメージ
	6. 今後の利用意向
	7. 生命保険の追加意向／追加しない理由
調査実施機関	(株)RJCリサーチ
実施・分析担当	調査企画2部 大河

回答者属性	男性20代	9.4 %	経営者・会社役員	3.1 %
	男性30代	10.0 %	会社員	32.4 %
	男性40代	10.8 %	公務員	3.2 %
	男性50代	11.1 %	自営業	9.2 %
	男性60代以上	9.9 %	パート・アルバイト	10.8 %
	女性20代	9.9 %	専業主婦	18.1 %
	女性30代	10.1 %	学生	4.0 %
	女性40代	9.9 %	無職	14.7 %
	女性50代	9.3 %	その他	4.4 %
	女性60代以上	9.6 %	北海道・東北	8.9 %
	未婚	36.1 %	東京	14.0 %
	既婚	57.8 %	関東（東京を除く）	25.8 %
	離別・死別	6.1 %	甲信越・北陸・東海	16.1 %
			近畿	20.3 %
		中国・四国・九州・沖縄	14.8 %	

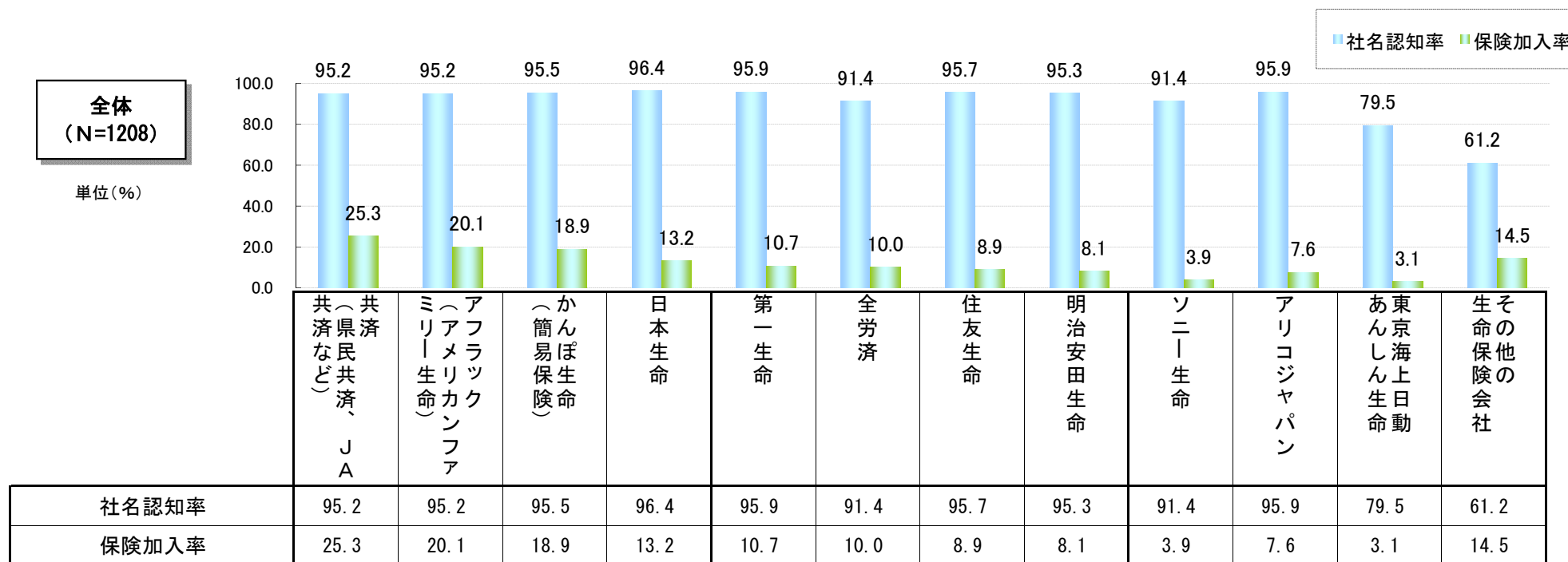
# 調查結果

# 1. 生命保険会社の認知状況

【Q1 それぞれの生命保険会社をどの程度ご存知ですか。】 全員に質問

社名認知率は各社とも高い。保険加入率は共済（県民共済、JA共済など）が25.3%でトップ。

- 社名認知率は多くの会社が9割を超えている。ただし、「東京海上日動あんしん生命」だけは79.5%と8割を切っている。
- 保険加入率は「共済」が25.3%でトップ。以下、「アフラック」20.1%、「かんぽ生命」18.9%と続く。
- 「住友生命」「明治安田生命」「アリコジャパン」「ソニー生命」「東京海上日動あんしん生命」は加入率が1割未満である。

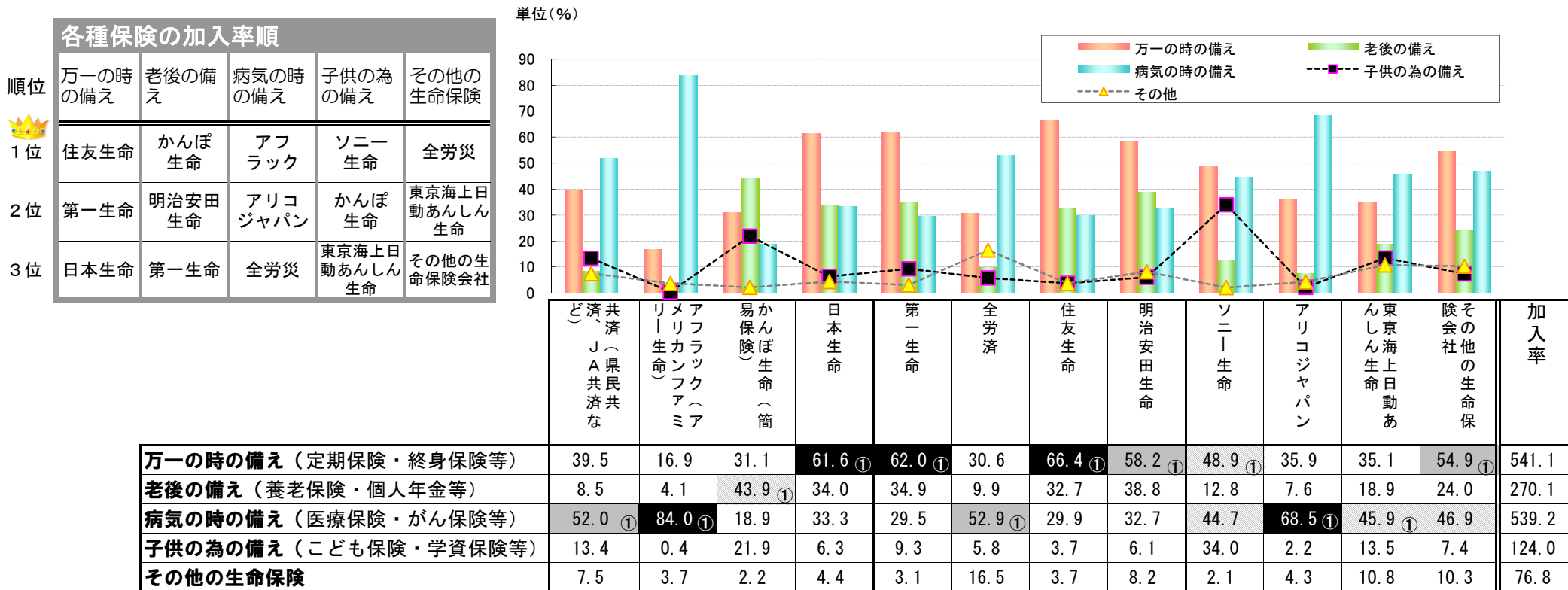


## 2. 生命保険の加入状況

【Q2 現在、加入している生命保険は次のどの種類ですか。】 保険加入者のみに質問

外資系は「病気の時の備え」、国内大手は「万一の時の備え」と棲み分け。

- 「万一の時の備え」と「病気の時の備え」の加入率が高い。
- 外資系2社（アフラック、アリコジャパン）は「病気の時の備え」が高く、国内古参4社（日本生命、第一生命、明治安田生命、住友生命）は「万一の時の備え」が高い。
- 「老後の備え」は、かんぽ生命がトップだが、国内古参4社と大差はない。一方で、外資系2社では「老後の備え」は極めて低い。
- 「子供の為の備え」はソニー生命が34.0%でトップ。次いで、かんぽ生命（21.9%）。



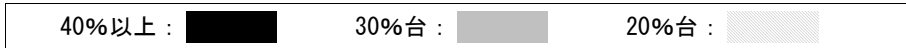
### 3. 生命保険の加入理由

【Q3 それぞれの生命保険会社に参加した理由をお聞かせください。】 保険加入者のみに質問

加入理由は、信頼感と保険料の安さによる。国内古参は「仕事・勤め先の関係、親戚・知人なので」も多い。

- 信頼感を得ているのは、かんぽ生命、日本生命、東京海上日動あんしん生命。
- 国内古参4社（日本生命、第一生命、明治安田生命、住友生命）は「仕事・勤め先の関係または営業担当者が親戚・知人なので」が高め。
- 共済と全労災は、保険料が安いことが強み。
- 「営業担当者・窓口の対応が良かったから」は、ソニー生命、住友生命がやや良い評価。

生命保険加入者	サンプル数	信頼できる企業だから	有名な企業だから	持てたから 広告・宣伝活動に好感が	やすか 契約資料が丁寧で分かり	が良 営業担当者が窓口の対応	人は 営業担当者が親戚・ま	め友 られた知人・家族から	ら雑 誌やネットなどで勧め	保 険料が安い	あ加 つた 入 たい商品・特約が	保 険金の支払いが早い	は医 師の審査が 簡単で入 りやすい、 また	が運 用成 績が良 く、貯 蓄性	簡 単に でき る	通 信販 売や イン ター ネッ ト	そ の 他
共済（県民共済、JA共済など）	306	35.3	5.2	3.6	2.6	2.3	7.2	13.7	0.0	49.7	7.5	10.5	11.4	1.0	5.2	5.6	
アフラック（アメリカンファミリー生命）	243	21.8	12.8	8.6	4.9	6.2	22.6	8.6	0.4	20.2	16.9	3.7	4.9	1.2	2.5	12.3	
かんぽ生命（簡易保険）	228	50.9	12.7	0.0	3.5	7.0	5.7	15.4	0.4	5.7	9.6	6.1	7.9	7.5	0.0	12.3	
日本生命	159	40.9	27.0	0.0	4.4	10.7	22.6	21.4	0.0	2.5	5.0	1.3	0.0	4.4	0.0	13.2	
第一生命	129	34.1	14.7	0.0	3.9	14.7	29.5	17.8	1.6	0.8	3.9	1.6	0.0	5.4	0.0	11.6	
全労済	121	29.8	9.1	1.7	4.1	2.5	11.6	4.1	0.0	55.4	9.9	9.1	7.4	4.1	5.8	8.3	
住友生命	107	23.4	16.8	0.0	0.9	21.5	24.3	24.3	0.0	2.8	3.7	0.9	0.0	1.9	0.0	11.2	
明治安田生命	98	15.3	13.3	1.0	3.1	12.2	39.8	16.3	1.0	1.0	4.1	0.0	0.0	0.0	1.0	16.3	
ソニー生命	47	21.3	14.9	2.1	8.5	23.4	12.8	12.8	6.4	17.0	23.4	2.1	2.1	19.1	6.4	10.6	
アリコジャパン	92	16.3	10.9	8.7	6.5	14.1	13.0	10.9	3.3	21.7	20.7	2.2	12.0	1.1	10.9	10.9	
東京海上日動あんしん生命	37	43.2	18.9	0.0	5.4	18.9	21.6	21.6	2.7	8.1	16.2	0.0	5.4	5.4	2.7	8.1	
その他の生命保険会社	175	15.4	6.3	0.6	3.4	10.9	20.0	20.0	1.1	15.4	15.4	3.4	4.6	5.7	4.0	20.6	

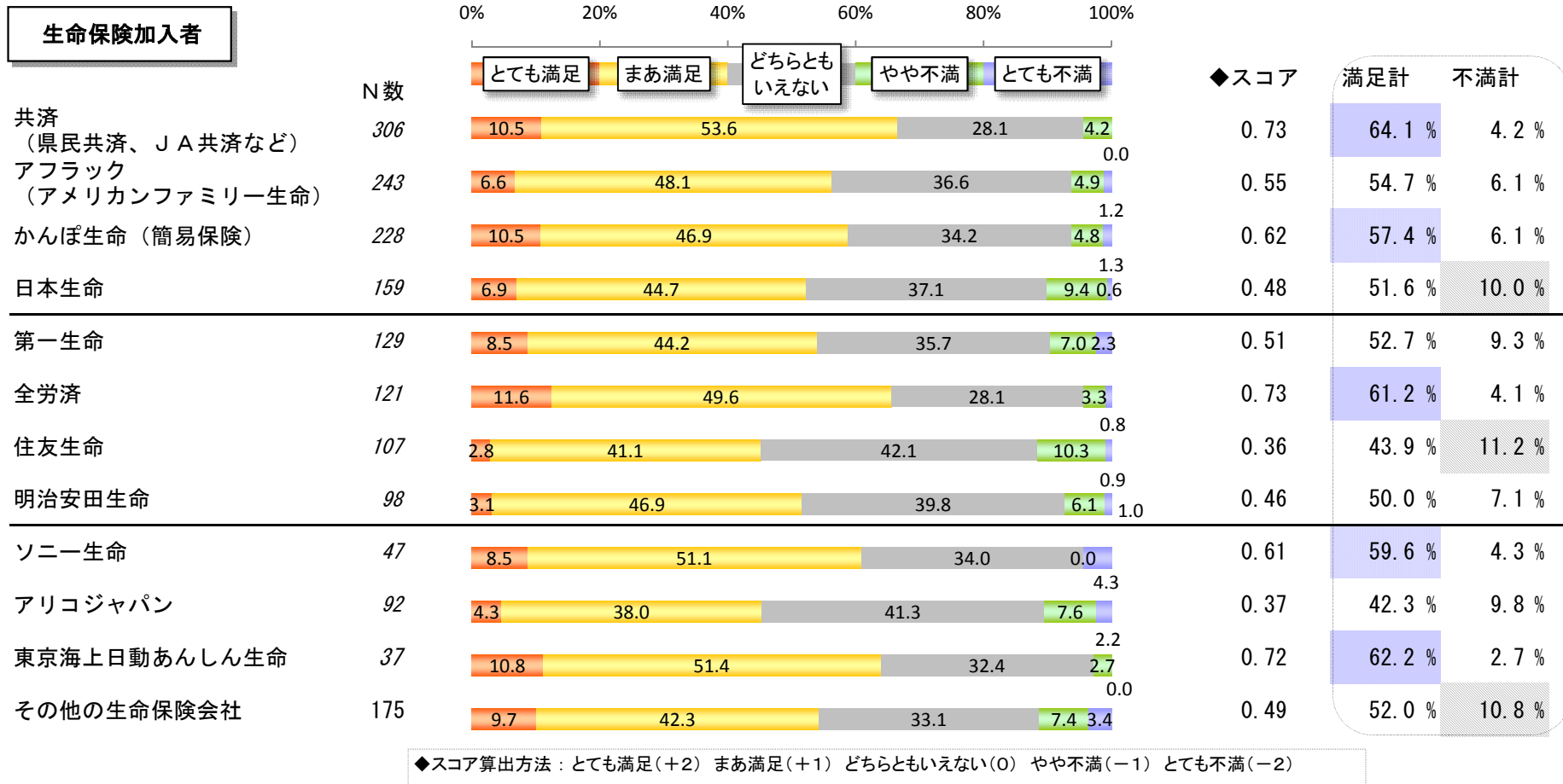


## 4. 生命保険の満足度

【Q4 それぞれの生命保険会社にどの程度満足されていますか。】 保険加入者のみに質問

### 満足率ベスト3は共済、東京海上日動あんしん生命、全労災

- 共済、全労災、東京海上は満足計が6割以上。ソニー生命、かんぽ生命も5割台後半で満足度は高め。
- 住友生命と日本生命の不満足計は1割以上。





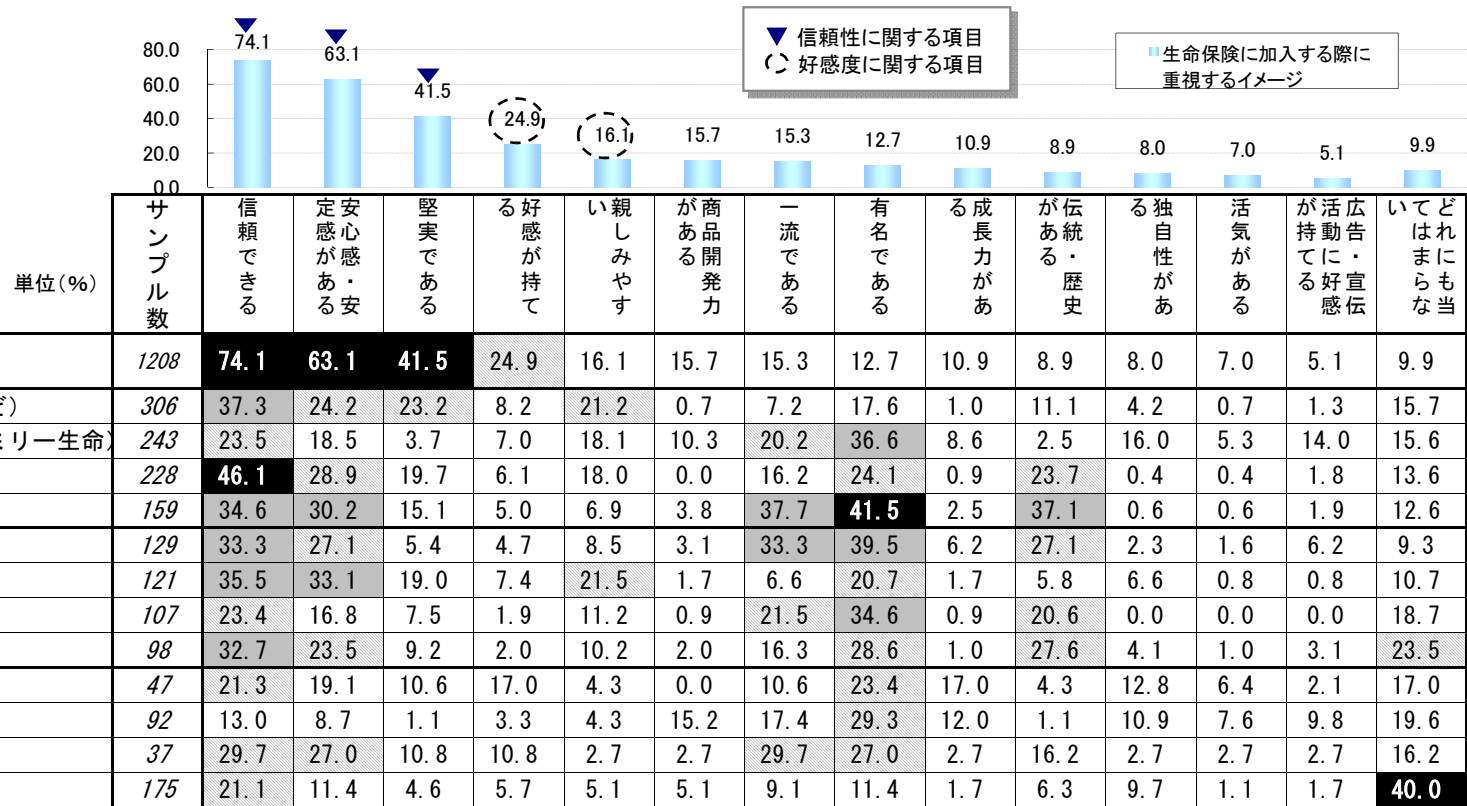
【Q5 それぞれの生命保険会社に対してどのようなイメージをお持ちですか。】  
 保険加入者のみに質問

【Q6 生命保険に加入する際に重視する生命保険会社のイメージをお知らせください。】  
 全員に質問

## 5. 企業イメージ・重視イメージ

信頼性と安心・安定感が2大重視イメージ。「信頼できる」はかんぽ生命がトップ。

- 「信頼できる」が最も高く74.1%。次いで「安心感・安定感がある」、「堅実である」と続き、信頼性が重要なイメージ。
- 信頼性に続いて、好感度・親しみやすさが重視されており、「好感が持てる」「親しみやすい」と続く。
- 「信頼できる」は、かんぽ生命が最も高く46.1%。共済、全労災と国内古参4社も高め。
- 日本生命と第一生命は、「一流である」「有名である」が共通したイメージ。



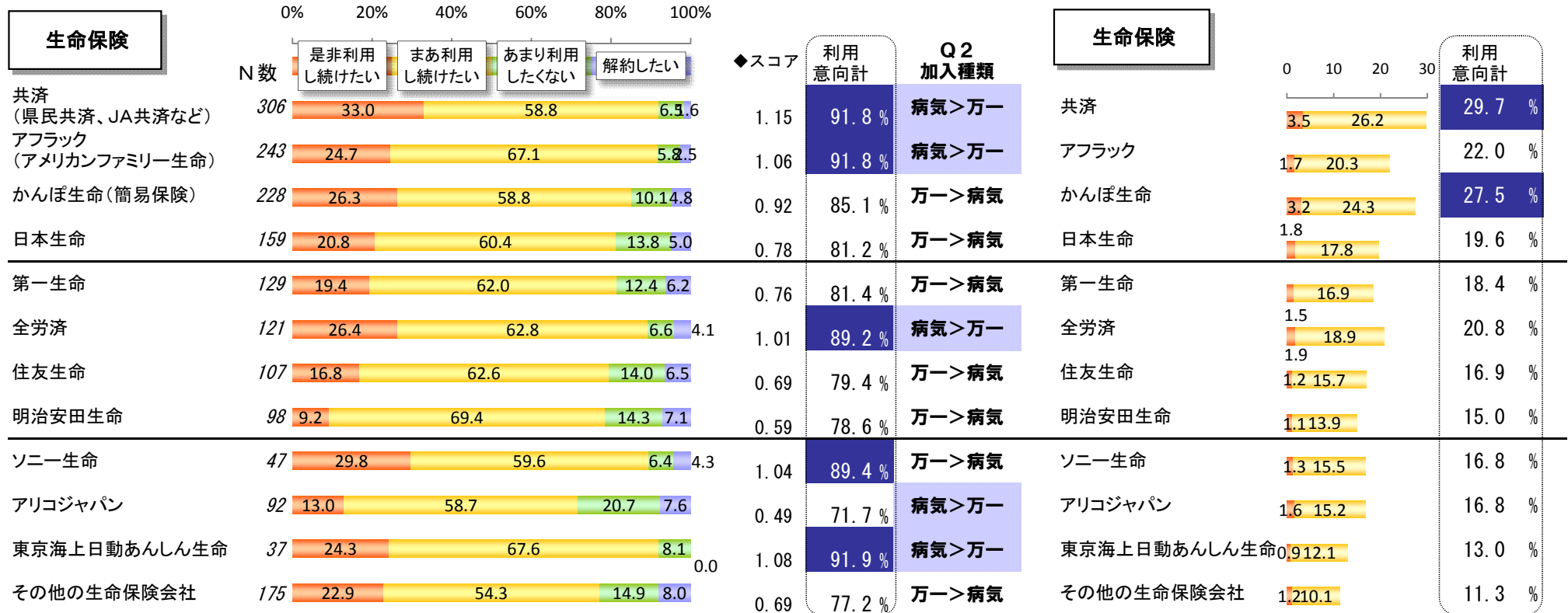
40%以上： ■■■■ 30%台： ■■■ 20%台： ■■■

## 6. 今後の利用意向

【Q9 それぞれの生命保険会社の今後の利用意向をお聞かせください。】 全員に質問

医療保険やがん保険等「病気の時の備え」の加入率が高い保険会社は、継続利用意向が高い。

- 利用意向計が9割を超える会社は、Q2保険加入種類で「病気の時の備え」の加入率が「万一の時の備え」よりも高い傾向がある。
- 継続利用意向（是非+まあ利用し続けたい）は、東京海上日動あんしん生命、共済、アフラックが9割以上。全労災とソニー生命も9割近い。
- 国内古参4社の継続利用意向は78%~82%とやや低い。
- アリコジャパンと住友生命と明治安田生命は、解約意向（解約したい+あまり利用したくない）が2割を超えて高い。
- 生命保険非加入者の新規加入意向は、共済、かんぽ生命がやや高い。



◆スコア算出方法：是非利用し続けたい・新規に利用したい(+2) まあ利用し続けたい(+1) あまり利用したくない(-1) 解約したい・全く利用したくない(-2)

【Q7 現在加入している生命保険に追加して、今後新たな契約をしたいと思いますか。】  
 保険加入者のみに質問

【Q8 今後、生命保険を追加しない、及び、新たに加入しない理由は何ですか。】  
 生命保険を追加しない・新たに加入しないと回答した人のみ質問

## 7. 生命保険の追加意向／追加しない理由

生命保険を「もう追加しない」が約8割。理由は「経済的な余裕がない」。

- 今後の生命保険追加または新規契約意向は、20.7%。残り約8割は追加しない意向。
- 追加しない理由は「経済的な余裕がない」がトップで61.0%。次いで「生命保険にはもう十分加入している」が28.4%。

