

報道関係各位

平成27年5月27日
株式会社 クロス・マーケティング

一般生命保険

加入経路は「生命保険会社の営業」がほとんど

なお、解約防止のポイントは最適な保険内容と金額の提案

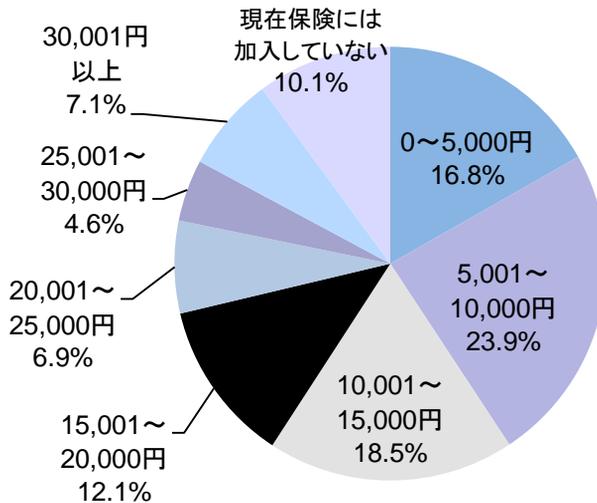
< 保険に関する調査 >

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、一都三県に在住する20歳~69歳の男女を対象に、「保険に関する調査」を実施しました。

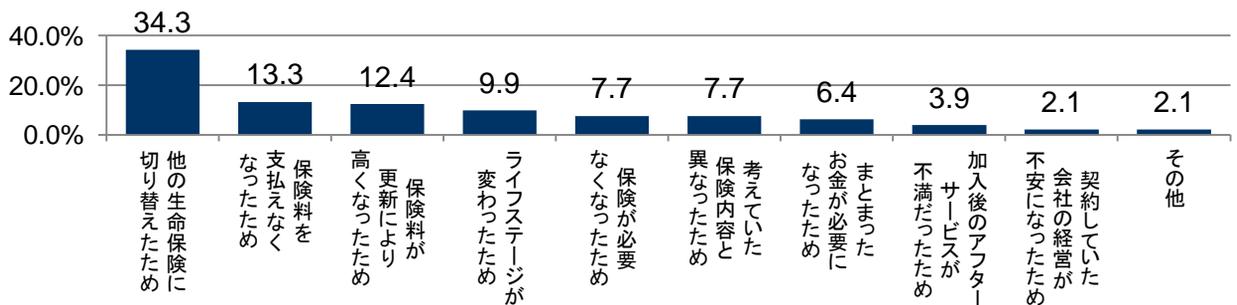
■ 調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 月額保険料は「5,001~10,000円」が一番多く、全体の23.9%を占める。次いで、「10,001~15,000円」が18.5%、「0~5,000円」が16.8%と続き、毎月1万円前後を保険料として支払っている人が多いことが判明 <図1>
- ✓ 加入していた保険を解約した理由については、「他の生命保険に切り替えたため」が34.3%で最も多く、次いで「保険料を支払えなくなったため」が13.3%、「保険料が更新により高くなったため」が12.4%と続き、個人個人に合った保険内容と金額の提案が解約を防ぐポイントと考えられる <図2>
- ✓ 直近で加入した生命保険の情報入手経路としては、「生命保険会社の営業職員」からが31.4%でトップ。次いで、「家族・親類」が17.0%、「保険代理店の担当者」が12.8%と続く。さらに、直近で加入した生命保険の加入チャンネルとしては、「生命保険会社の営業職員(家庭に来る)」が26.6%、次に「生命保険会社の営業職員(職場に来る)」が16.2%となり、情報入手も加入チャンネルも生命保険会社の営業職員によるところが大半を占めている <図3>

<図1> ひと月に支払っている保険料

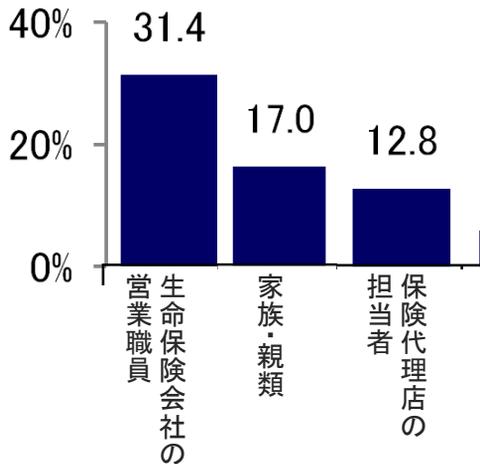


<図2> 生命保険の解約理由

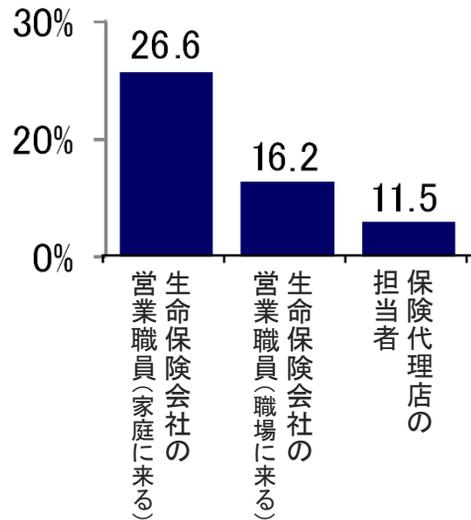


<図3> 直近で加入した生命保険の情報入手経路／加入チャネル

情報入手経路



加入チャネル



■調査内容

- 属性設問(性別・年齢・居住地・婚姻状況・子の有無・子の学齢・同居者・職業、勤務形態・業種)
- 保険加入の有無(SA)
- 加入している保険の支払い総額(SA)
- 現在加入している保険の種類(MA)
- 直近で加入した生命保険の種類(MA)
- 直近で加入した生命保険の加入理由(MA)
- 直近で加入した生命保険の情報入手経路(MA)
- 直近で加入した生命保険の加入目的(SA)
- 直近で加入した生命保険の加入チャネル(SA)
- 保険の解約・見直しによる内容変更経験の有無(SA)
- 保険を解約した理由(SA)
- 保険の見直しによる内容変更をした理由(SA)

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 一都三県(東京、神奈川、千葉、埼玉)
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2015年5月23日(土)~5月24日(日)
 有効回答数 : 800サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」