

お客さま・社会からの信頼回復に向けた取り組み

保険加入に関する消費者アンケートの実施結果について**～乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保に向けて～**

募集品質の更なる向上に向けて、乗合代理店における保険加入時の消費者の意向や認識を把握する^(注)ことを目的に消費者アンケートを実施しましたので、結果概要をとりまとめました。

(注) 2024 年 12 月に公表された金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書では、乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保として「顧客の意向に沿って保険商品を絞り込む」、「同保険商品の絞り込みに当たっては、顧客が重視する項目を丁寧かつ明確に把握した上で、意向に沿って保険商品を選別し、推奨する」ことが求められています。

本アンケートでは、消費者が商品選択をする際に重視するのはアフターフォロー体制や付帯サービスといった商品性であること、ニーズ確認に求める丁寧さや、保険加入時の適切な説明・商談時間は消費者によって幅があることが明らかになりました。なお、商品選択をする際、保険会社による代理店への人的・金銭的支援をはじめとする便宜供与を重視していないことを再確認しました。

当協会では、適切な比較推奨販売を確保し、顧客本位の業務運営を徹底すべく、本アンケート結果も踏まえながら、対応策を検討してまいります。

1. 調査対象等

期間	2025 年 2 月 28 日（金）～3 月 4 日（火）
方法	インターネット調査（調査会社を通じたモニターへの実施）
対象	次の条件に該当する調査会社モニター（20～69 歳の男女） ・ 1 年半以内に、自動車保険／火災保険／傷害保険／その他損害保険のいずれかに加入した方 ・ 加入した業態が、来店型保険ショップ／新車ディーラー／中古車販売店等／不動産会社・ハウスメーカー／旅行会社／勤務先または勤務先のグループ会社の代理店／銀行または銀行の関連会社代理店
有効回答数	4,139 人（自動車保険加入者：3,660 人、火災保険加入者：3,452 人、傷害保険加入者：1,932 人、その他損害保険加入者：746 人）

2. 結果概要（詳細は別紙）

主要商品である自動車保険における結果は次のとおり（他の種目も概ね同じ傾向）。

- 複数の保険商品（保険会社）の中から保険商品（保険会社）を選択する際、保険加入者は「アフターフォローの体制」「商品に付帯されるサービス」を重視している一方、保険会社による「代理店への人的・金銭的支援」「代理店へのメリット提供」は重視していないとの回答が多い。この傾向は加入した業態に関わらず同様である。
- 保険加入者のおよそ半数が「ニーズを丁寧・明確に確認して」ほしいとの回答となった一方で、「ニーズを大まか・簡潔に確認して」ほしいとの回答も 3 割以上を占めている。
- 保険加入時の説明・商談時間は、30 分以内とする回答が 6 割を超える。年齢別では、若年層において比較的長い時間（31 分～45 分）を適切とする回答が多くなり、保険加入の経験が少なく、十分な説明を聞きたい傾向が見られた。

以 上

損害保険の乗合代理店に関する消費者アンケート調査結果

2025年4月25日



一般社団法人 日本損害保険協会

実施概要

■ 趣旨・目的

募集品質の更なる向上に向けて、乗合代理店における保険加入時の消費者の意向や認識を把握すること

(注) 2024年12月に公表された金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書では、乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保として「顧客の意向に沿って保険商品を絞り込む」、「同保険商品の絞り込みに当たっては、顧客が重視する項目を丁寧かつ明確に把握した上で、意向に沿って保険商品を選別し、推奨する」ことが求められています。

■ 調査期間

2025年2月28日～3月4日

■ 対象

調査会社モニター（20～69歳の男女）

＜条件＞

- ・1年半以内に、自動車保険／火災保険／傷害保険／その他損害保険のいずれかに加入した方
- ・加入した業態が、来店型保険ショップ／新車ディーラー／中古車販売店等／不動産会社・ハウスメーカー／旅行会社／勤務先または勤務先のグループ会社の代理店／銀行または銀行の関連会社代理店

■ 有効回答数

4,139人

(自動車保険加入者：3,660人、火災保険加入者：3,452人、傷害保険加入者：1,932人、その他損害保険加入者：746人)

■ 調査結果概要

自動車保険のほか、火災保険、傷害保険、その他の損害保険についてもアンケートを実施した。全体の傾向に大きな差異は認められないため、次のページ以降に示す調査結果概要では、自動車保険の回答のみ詳細を抜粋した。なお、他の保険種目についても、概ね同様の傾向を確認している。

保険加入に際して重視するもの-自動車保険-

- ✓ 全体では、上位から「アフターフォローの体制」が4割、「商品に付帯されるサービス」が3割半ば。その後、「保険料水準」3割、「加入手続きの利便性」2割と続く。
- ✓ 上記以降は「保険会社のイメージ」「最新の商品の特徴」等と続くが、1割以下と上位項目とは少し差が開いている。
- ✓ 年代別、業態別では、重視する項目にあまり大きな差は見られず、同様の傾向にある。

Q ここからは、前問までで回答いただいた保険種類に、今後、加入すると仮定してお伺いします。複数の商品（保険会社）の中から、ご自身が商品（保険会社）を選択する場合、重視する項目を3つまで選択してください。

3LA



保険加入に際して重視しないもの-自動車保険-

- ✓ 全体では、「代理店への人的・金銭的支援」「代理店へのメリット提供」「保険会社の取組」「代理店に対する教育体制の充実度」等が2割前後で上位から続く。消費者自身には、直接的な関係がない保険会社・代理店まわりの項目が上位を占める。
- ✓ 年代別や業態別で、大きな差はあまり見られない。

Q7S1 複数の商品（保険会社）の中から、ご自身が商品（保険会社）を選択する場合、重視しない項目を3つまで選択してください。



保険加入に際してより説明が聞きたいと感じたもの-自動車保険-

- ✓ 全体としては、「取り扱っている保険会社の商品の差異」「取り扱っている保険会社と商品の範囲」の説明を聞きたいという方が4割と同程度。
- ✓ 年代別では、20～30代はさまざまな説明を聞きたい方がやや多く、50～60代は「特にない」も高い。保険加入経験数の差も影響していると推察。
- ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】は「取り扱っている保険会社の商品の差異/範囲」が4割台。一方、他の業態は2割～3割台とやや差がある。

Q 募集担当者から、より詳しい説明が聞きたいと感じた項目をお選びください。



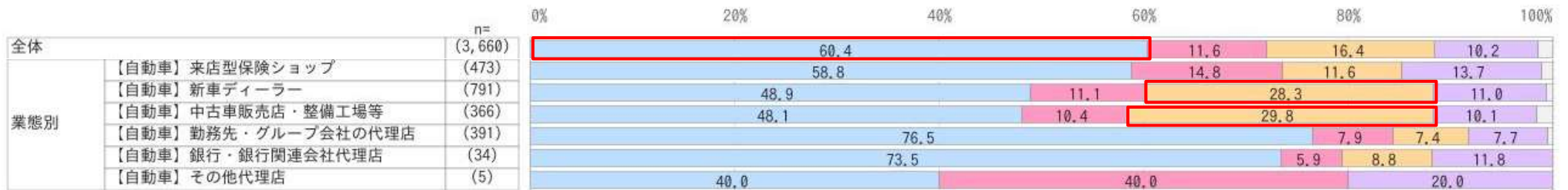
※全体のスコアで降順にソート

加入に至る決定経緯-自動車保険-

- ✓ 全体では、「当初加入したいと考えていた内容で加入」する人が6割と最も高い。
- ✓ 業態別では、【新車ディーラー】【中古車販売店等】は「内容を決めていなかったため、勧められた特定の商品に加入」する方も3割と一定数いる。これは、自動車購入と合わせて保険に加入した方々で、保険の内容までは事前に考えていなかった方も多いと思われる。

Q 募集担当者からの提案・説明を受け、どのように保険加入する保険会社や補償内容を決定しましたか。

- 当初加入したいと考えていた保険会社や補償内容の説明を聞き、その内容で加入した
- 当初加入したいと考えていたものとは異なる保険会社や補償内容を勧められ、勧められた保険商品に加入した
- 加入する保険会社や補償内容等を決めていなかったため、勧められた特定の保険会社の保険商品に加入した
- 加入する保険会社や補償内容等を決めていなかったため、提示された複数の保険会社の保険商品の中から自ら選択した商品に加入した
- その他



保険加入時の説明・提案について-自動車保険-

- ✓ 全体としては「丁寧・計」が5割を超え、半数以上が「丁寧・明確に確認して、商品を提案してほしい」と回答している。一方で「簡潔・計」は3割半ば。
- ✓ 年代別や加入時期別で、スコアの傾向に大きな差は見られない。
- ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】【新車ディーラー】は「丁寧・計」が5割半ば。それに対して、【中古車販売店等】は「簡潔・計」が4割を超える。

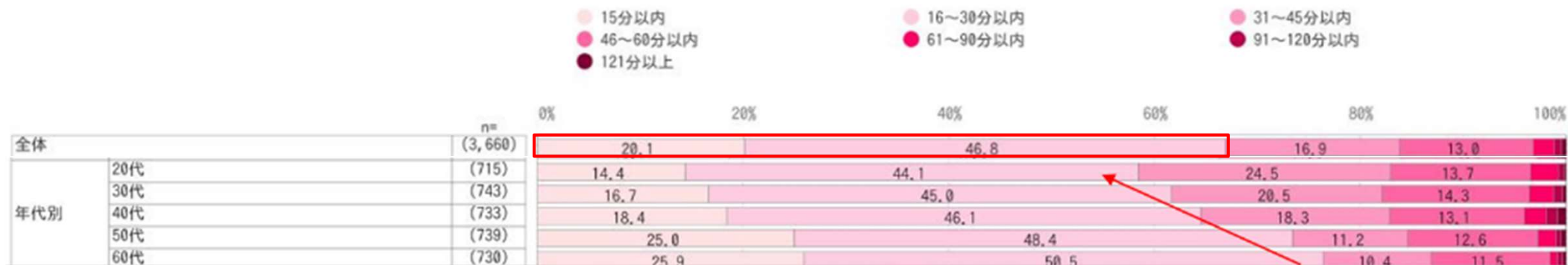
Q 保険加入時のニーズ（要望）の確認および商品の提案について、あなたの考えを教えてください。



保険加入時の説明・商談時間について-自動車保険-

- ✓ 全体でのボリュームゾーンは「16～30分以内」で4割半ば。「15分以内」と合わせると、30分以内の説明を適切としている方が6割半ば。
- ✓ 年代別でみると、年代が若ければ若いほど「15分以内」が適切とする方は減少する一方、「31～45分以内」を適切とする方が増加する。若い方は保険加入の経験が少なく、しっかり説明を聞きたい傾向も一定あるのではないかとされる。

Q 新たに損害保険に加入する場合、商品（保険会社）の比較や加入商品の決定に関する募集担当者からの説明・商談の時間として適切と考える時間をお選びください。



火災保険

結果サマリ

保険加入に際して重視するもの

- ✓ 全体トップは、「アフターフォローの体制」で4割。2位は「保険料水準」で3割。「商品に付帯されるサービス」「加入手続きの利便性」が2割と続く。
- ✓ 上記項目以降は、「最新の商品の特徴」「保険会社のイメージ」等と続き、「保険会社の取組」は最も低い。
- ✓ 他の保険同様に、年代別および業態別では、重視する項目に特徴的な差はあまり見られない。

保険加入に際して重視しないもの

- ✓ 全体でみると、上位から「保険会社の取組」「代理店への人的・金銭的支援」「代理店へのメリット提供」「代理店に対する教育体制の充実度」等が2割程度。他の保険と傾向は同様。
- ✓ 年代別、業態別などによる各層での傾向の違いはあまりない。

保険加入に際してより説明が聞きたいと感じたもの

- ✓ 全体では、「取り扱っている保険会社の商品の差異」が4割、次いで「取り扱っている保険会社と商品の範囲」で3割半ば。
- ✓ 年代別でみると、20～30代は各項目スコアが全体的に高いのに対し、50～60代は「特にない」がやや高く、若い方のほうが説明需要がある。
- ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】は特に「取り扱っている保険会社の商品の差異」を聞きたい方が5割近い。

加入に至る決定経緯

- ✓ 全体としては、他の保険同様に「当初加入したいと考えていた内容で加入」と回答した方が5割と半数を占める。
- ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】は当初考えていた内容で加入する方が6割。一方で、【不動産会社・ハウスメーカー】は「内容を決めていなかったため、勧められた特定の商品に加入」が5割。【不動産会社・ハウスメーカー】で加入する方は、保険に対するこだわりが強くはなさそうと考えられる。

保険加入時の説明・提案について

- ✓ 全体でみると、「丁寧・計」が5割超、「簡潔・計」が3割半ばと他の保険と同様の傾向にある。
- ✓ 年代別、加入時期別、業態別では、いずれも「丁寧・計」がほぼ5割台、「簡潔・計」がほぼ3割台と大きな違いは見られない。
- ✓ 「丁寧・計」のうち、【来店型保険ショップ】【勤務先の代理店】はトップボックスのスコアだけで3割半ばに及ぶ。

保険加入時の説明・商談時間について

- ✓ 全体では、「16～30分以内」が4割で最も高い割合を占める。「15分以内」の2割と合わせて、6割超は30分以内が適切と回答している。
- ✓ 他の保険と同様だが、年代が若くなればなるほど「31～45分以内」が適切と考える方が増加する傾向にある。ある程度さまざまな説明を聞いた上で加入したい方が多いと思われる。

傷害保険

結果サマリ

保険加入に際して重視するもの

- ✓ 全体では、上位から「アフターフォローの体制」「保険料水準」は3割と同程度。次いで、「商品に付帯されるサービス」「加入手続きの利便性」が2割。
- ✓ 他の保険同様、「最新の商品の特徴」「保険会社のイメージ」等と1割以下で続いており、上位項目とは少し差が開いている。
- ✓ どの層も、重視する項目については特に変わらず大差はない。

保険加入に際して重視しないもの

- ✓ 「代理店へのメリット提供」「代理店への人的・金銭的支援」「保険会社の取組」「代理店に対する教育体制の充実度」等が1割半ば～2割で全体上位。
- ✓ 年代別では、60代が「特にない」が3割半ばとやや高めだが、重視しない項目のスコアはどの年代も同様の傾向。
- ✓ 他の保険と同様、業態別でも各項目のスコアに大きな差は見られない。

保険加入に際してより説明が聞きたいと感じたもの

- ✓ 他の保険同様に、全体トップは「取り扱っている保険会社の商品の差異」で4割半ば。その後、「取り扱っている保険会社と商品の範囲」が4割と続く。
- ✓ 年代別では、20～30代は全体と比べ5pt以上高い項目が多い一方、50～60代は「特にない」という方が4割～5割とやや高い。
- ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】は「取り扱っている保険会社の商品の差異」が5割半ばと高い。【勤務先の代理店】は4割半ばが「特にない」。

加入に至る決定経緯

- ✓ 他の保険同様に、全体では「当初加入したいと考えていた内容で加入」が6割を占める。
- ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】は「当初加入したいと考えていた内容で加入」が6割半ばと他の業態と比べるとやや高い。それに対して、【新車ディーラー】は「当初加入したいと考えていたものとは異なる内容を勧められ、加入」と回答した方も2割と一定数いる。

保険加入時の説明・提案について

- ✓ 「丁寧・計」は全体で5割、「簡潔・計」は全体で4割。他保険同様、半数が「丁寧・明確に確認して、商品を提案してほしい」と回答している。
- ✓ 他の保険と同様に、年代別、加入時期別では回答の傾向にあまり大きな差は見られない。
- ✓ 業態別で見ると、特に【旅行会社】は「丁寧・計」のスコアが7割を超えており、他の業態よりやや高い。トップボックスだけで5割近い。

保険加入時の説明・商談時間について

- ✓ 「16～30分以内」が全体4割とボリュームゾーン。「15分以内」の3割も踏まえると、30分以内の説明が適切とする方で7割。
- ✓ 年代が若くなればなるほど「31～45分以内」が適切とする方が増加し、「15分以内」と回答する方は減少する。年代が高い方は、これまでのご自身の経験もあるため、「手短で構わない」と感じる方も一定数いるのではないかと。

その他の損害保険

結果サマリ

保険加入に際して重視するもの	✓ 全体トップは、「アフターフォローの体制」で3割。その後、「保険料水準」「商品に付帯されるサービス」「加入手続きの利便性」が2割前後で続く。 ✓ 上記ほか、「最新の商品の特徴」「保険会社による代理店に対する教育体制の充実度」「保険会社のイメージ」等と続く。 ✓ 年代別、業態別など、各層ごとの差は見られず、同様の傾向にある。
保険加入に際して重視しないもの	✓ 全体では、「代理店への人的・金銭的支援」「代理店へのメリット提供」「保険会社の取組」「代理店と保険会社の関係」等が1割後半で上位から続く。他の保険と同様に、消費者にとってメリット・デメリット等影響度が小さい保険会社・代理店に関する項目が続いている。 ✓ 年代別、業態別など各層での違いはあまりなく、どの層にとっても「重視しない項目」の傾向は同様である。
保険加入に際してより説明が聞きたいと感じたもの	✓ 全体でみると、「取り扱っている保険会社の商品の差異」が4割半ばでトップ。次いで、僅差で「取り扱っている保険会社と商品の範囲」が4割。 ✓ 年代別でみると、他の保険同様に20～30代のほうが50～60代よりも、さまざまな説明を聞きたいと回答した方が多い。 ✓ 業態別では、【来店型保険ショップ】【新車ディーラー】は「取り扱っている保険会社の商品の差異」が5割とやや高めのスコア。
加入に至る決定経緯	✓ 全体でみると、「当初加入したいと考えていた内容で加入」したと回答した方が6割と最も高い。 ✓ 業態別でみると、【来店型保険ショップ】は「当初加入したいと考えていた内容で加入」したと回答した方が6割を超える。他の保険も同様だが、【来店型保険ショップ】に訪れる方はもともと加入したい保険が決まっているものの、改めてプロの意見も聞きたいという方が多いと思われる。
保険加入時の説明・提案について	✓ 全体でみると、「丁寧・計」が5割と「丁寧・明確に確認して、商品を提案してほしい」という方が半数。一方で、「簡潔・計」は3割半ば。 ✓ 年代別、加入時期別、業態別では、各層の回答の傾向に大きな差は見られない。年代等の属性や業態での違いに関わらず、「丁寧・明確に確認して、商品を提案してほしい」という方がどの層でも半数前後を占めている。これは、他の保険も同様の傾向にある。
保険加入時の説明・商談時間について	✓ 全体でのボリュームゾーンは「16～30分以内」で4割。「15分以内」で2割半ばとなっており、30分以内の説明までで、6割半の方が適切と回答。 ✓ 年代が若いほど、「31～45分以内」の説明が適切とする方が増加する。60代については、46分以上となると1割となり、他年代と比べ特に低い。 ✓ 加入時期別や業態別での傾向の違いは、あまり見られない。