

「聞かせて！みんなの声」キャンペーンで 12,156 件のお客さまの声を聴取
『生命保険に関する不満・ストレス』に関する実態調査
～子供のいる夫婦は、「保険料」に対する不満が約 6 割～

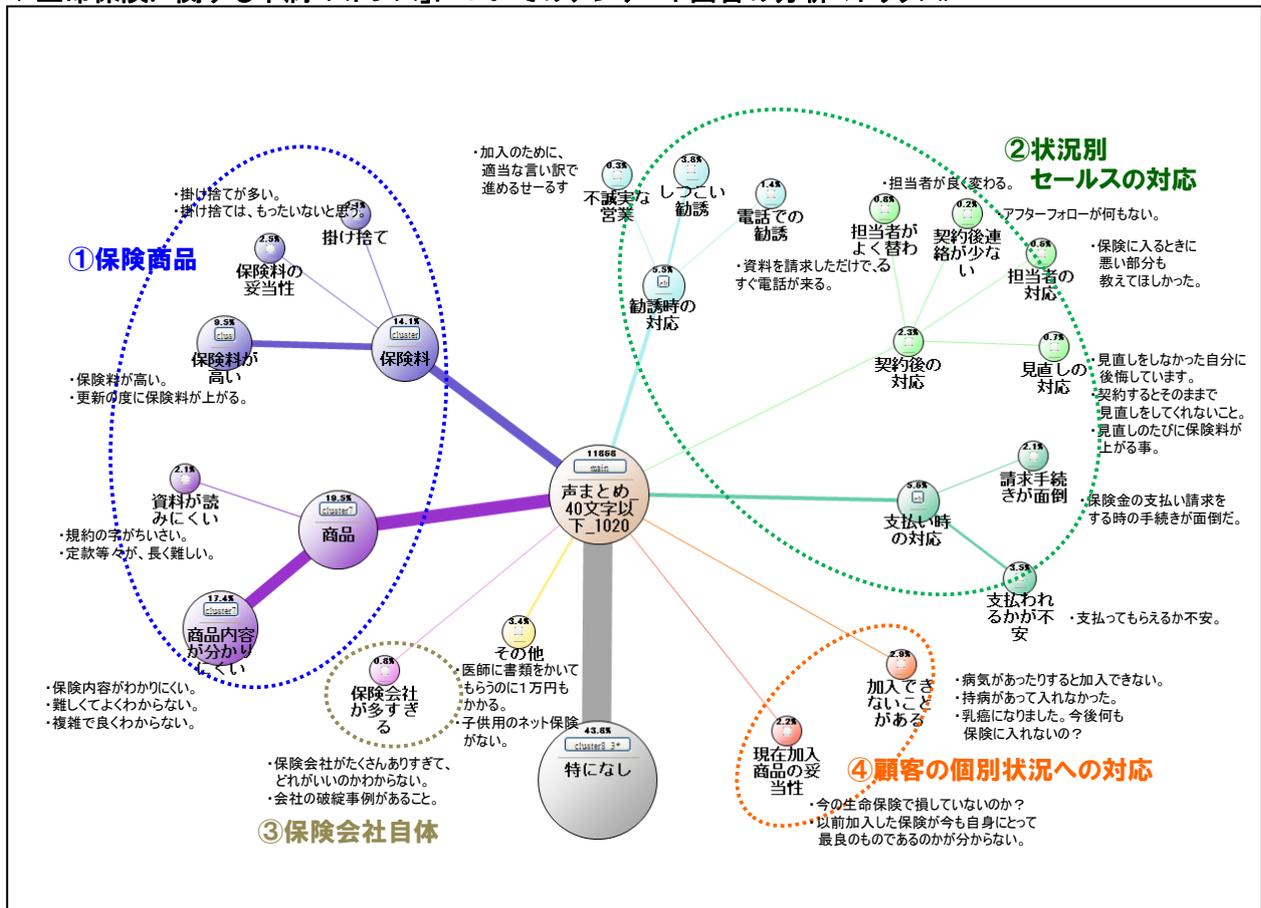
インターネット販売専門の生命保険会社、ネクスティア生命保険株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:今井隆、URL:<http://www.nextialife.co.jp/>、以下「ネクスティア生命」)は、2011年7月25日(月)～9月30日(金)までに実施した「聞かせて！みんなの声」キャンペーンにおいて16,039件の応募の内12,156件(全体の75.8%)の方にアンケート『生命保険に対する不満・ストレス』に自由回答形式でお答えいただきました。

アンケート結果についてテキストマイニング分析を行ったところ、『不満・ストレス』は①保険商品に関する不満、②状況別セールスの対応への不満、③保険会社自体への不満、④顧客の個別状況への対応に関する不満の4種類に分類することができ、アンケートにお答えいただいた方の56.2%が、『生命保険に対する不満・ストレス』に対する不満を抱えていることがわかりました。

ネクスティア生命ではこれからも、お客さまの声にしっかりと耳を傾け、一つでも多くの保険に関するストレスや不満を解消していきたいと考えております。

次項以降、集まった「みんなの声」をハイライトにてご紹介させていただきます。

〈「生命保険に関する不満・ストレス」についてのアンケート回答の分析マトリクス〉



I. 不満・ストレスで最も多かったのは、「商品内容がわかりにくい」（別紙 図1）

保険の不満・ストレスで最も多かったのは、「商品に関する不満（商品内容がわかりにくい、資料が読みにくい）」19.5%、次いで「保険料に関する不満（保険料が高い、妥当性、掛け捨て）」14.1%、以下、「保険金・給付金支払い対応に対する不満」5.6%、「勧誘時の対応に対する不満」5.5%と続きます。

■「商品」に関する不満（19.5%）

全体の中でも「商品内容がわかりづらい」（17.4%）、「資料が読みにくい」（2.1%）といった声が多く、検討しなくてもわかりづらいために検討できない不満・ストレスが多いことが伺えます。特に、保険を検討する機会が多い30代・40代で回答が多く寄せられました。

（回答例）

「商品内容が複雑すぎる、またパンフレットをもっと簡素化してわかりやすくしてほしい」（30代男性）

「現在契約している保険の保障内容をよく理解していない」（40代女性）

「商品が多すぎてよくわからない。もっと自社商品と他社商品を比較して説明してほしい」（20代男性）

■「保険料」に関する不満（14.1%）

保険料に関しては「保険料が高い」（9.5%）、「保険料が妥当かどうかわからない」（2.5%）、「掛け捨てはもったいない」（2.1%）の順で、不満・ストレスが多く寄せられました。特に40代・50代で回答が多く寄せられ、景気低迷の中、長期にわたり家計への負担になっていることが、不満・ストレスに繋がっているようです。

（回答例）

「年齢が高くなると保険料が高額になり家計を圧迫すること」（50代男性）

「保険料が高く、生活が苦しいので、追加したくてもできない」（20代男性）

「毎月の金額が妥当かどうか」（30代女性）

■「保険金・給付金支払対応」についての不満（5.6%）

保険金・給付金支払対応については、「支払われるか不安」（3.5%）、「請求手続きが面倒」（2.1%）といった、不満・ストレスが多く寄せられました。まだ保険金請求の経験が少ないと考えられる30代で「支払われるか不安」が、40代で「請求手続きが面倒」（2.1%）が多く回答されました。

（回答例）

「保険金支払い時のトラブルをよく聞くので、本当にきちんと支払われるのか不安」（30代女性）

「入る時は簡単な説明しかないが、支払いの時はかなり手間がかかる」（40代男性）

■「勧誘時の対応」についての不満（5.5%）

勧誘時の対応については、「しつこい勧誘」（3.8%）、「電話での勧誘」（1.4%）、「不誠実な営業」（0.3%）といった、期待に反するセールスに不満・ストレスが集中しました。

II. 20代の不満は勧誘時、商品内容。年代が上がる程アフターフォローへの不満が多い（別紙 図2）

生命保険に関する不満を年代別に見ると、20代の不満は「電話での勧誘」（18.5%）が最も多く、次いで、「保険料が掛け捨てである」（16.7%）、「保険会社が多すぎる」（16.7%）、「商品内容が分かりにくい」（15.2%）など、勧誘時の対応や商品数の多さ、保険商品に対する不満が多く、30代になると「保険料の妥当性」（35.9%）が最も多いなど、保険加入時における不満が多く見られました。40代になると「契約後の連絡が少ない」（45.8%）、「担当者がよく替わる」（43.6%）とアフターフォローについての不満へとシフトし、40代をピークに年齢層が高いほど「保険料が高い」という不満が多いことがわかりました。

Ⅲ. 見直しを検討中の層は、現在加入商品の妥当性への不満が45.9%(別紙 図3)

生命保険に関する不満を検討状況別に見ると、**見直しを検討中の層**は「現在加入している商品の妥当性」(45.9%)と約半数の方が商品内容についての不満をあげていました。また、**現在未加入でいずれ加入を検討したい層**および**新規加入を検討中の層**では、保険勧誘時の不満が多い傾向があるのに対し、**見直しを検討中の層**および**上乘せ(追加加入)を検討の層**では、「見直しの対応」「担当者がよく替わる」など、アフターフォローについての不満が高い傾向がみられました。

Ⅳ. 子供のいる夫婦は、担当者の対応と保険料についての不満が約6割(別紙 図4)

生命保険に関する不満を配偶者および子供の有無別に見ると、**既婚子供ありの層**では、「担当者の対応」(64.0%)のほか、「保険料の妥当性」(61.1%)、「保険料が高い」(58.1%)など保険料に関する不満が高く、「現在加入商品の妥当性」(59.5%)などについての不満も多く見られました。また、**独身の層**では、「しつこい勧誘」(35.9%)や「保険料が掛け捨てである」(39.4%)といったことへの不満が多くあげられていました。

最後に

今回のアンケート結果から、多くのお客さまが生命保険あるいは生命保険会社に、さまざまなストレスや不満を抱えていることがわかりました。ネクスティア生命では、今後も「お客さまの声」を多く取り入れ、保険商品の開発・改定やお手続き等の利便性向上、ホームページの情報の充実、お客さまへのサービスの改善を行い、より快適に生命保険のご検討・ご加入およびお手続きをいただける質の高い保険会社を目指して参ります。

<調査概要>

- 調査の目的 「聞かせて！みんなの声」キャンペーンによる「生命保険に関する・不満ストレス」の聴取
- 調査地域 全国
- 調査方法 インターネット上でのキャンペーン応募フォームによるアンケート
- 調査時期 2011年7月25日(月)～9月30日(金)
- 調査対象 日本国内、当社キャンペーン参加者
※契約加入の条件はなく、20歳以上の男女にインターネット上で募集
- 分析ツール テキストマイニングツール“VextMiner DENTSU edition(ベクストマイナー電通版)”
- 有効回答数 12,156人

■お客さまのお問い合わせ先

カスタマーサービスセンター 0120-953-831

月～金 9:00～22:00 土・日・祝日 9:00～18:00 (年末年始の弊社休業日を除く)

～本件に関するお問い合わせ先～

ネクスティア生命保険株式会社 マーケティング・コミュニケーション部 広報 上田・中本

TEL : 03-5210-1538 FAX : 03-5210-1542

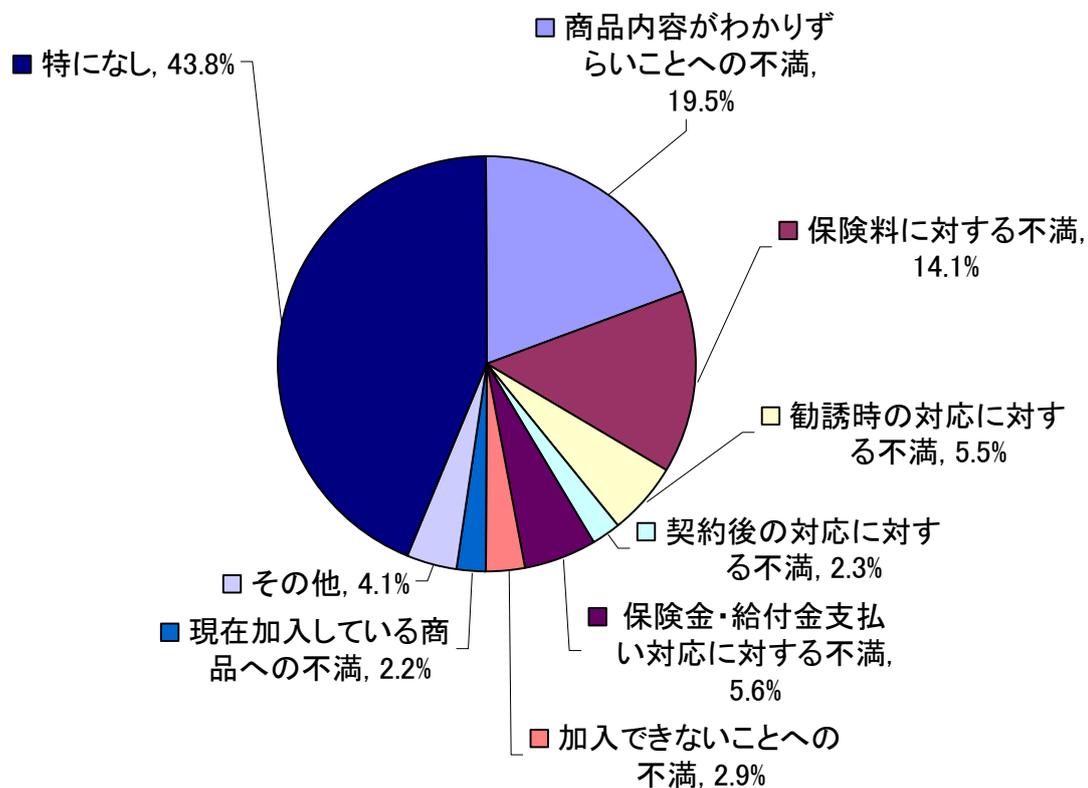
Eメール : communication@nextialife.co.jp

<http://www.nextialife.co.jp/>

調査結果

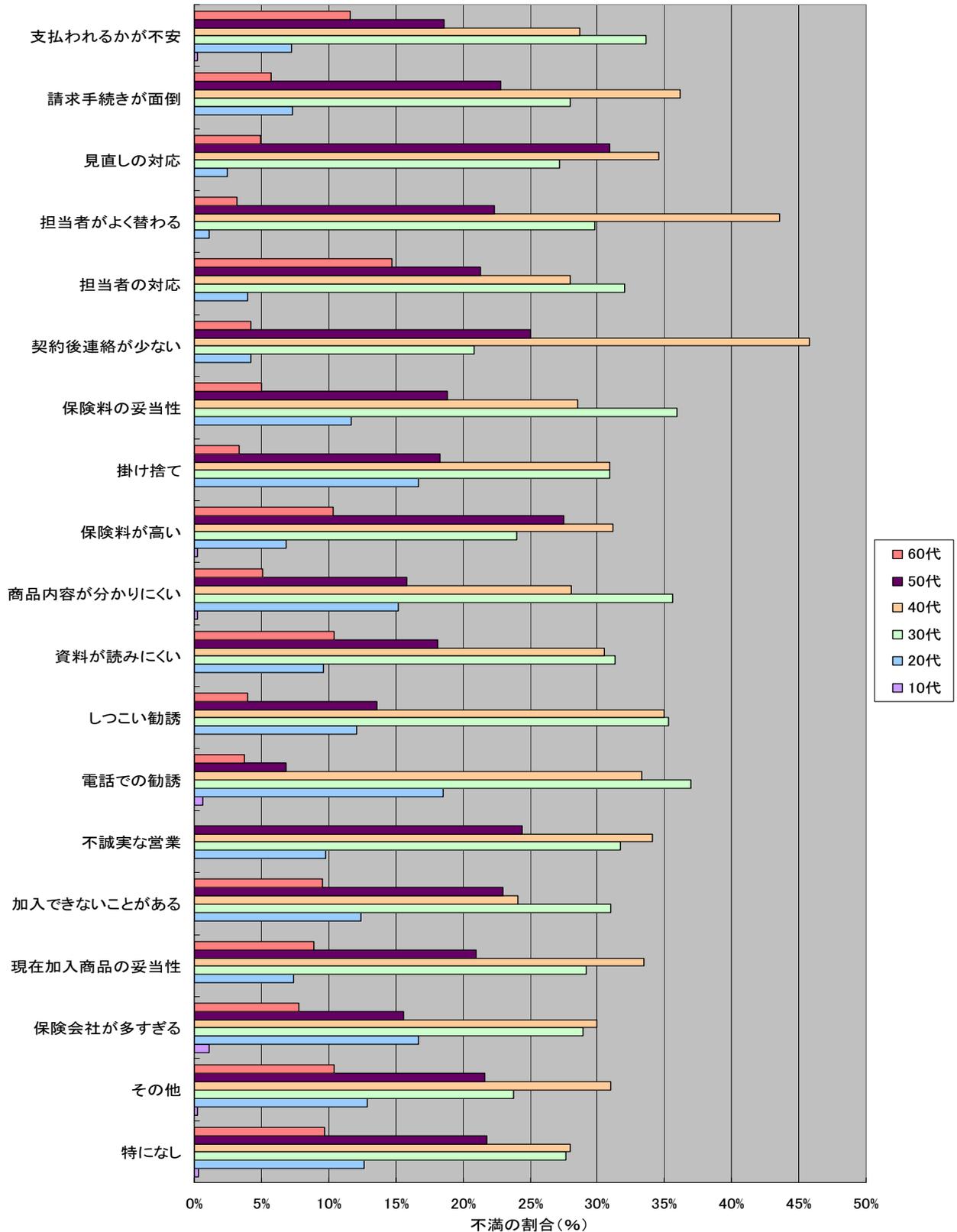
【 図 1 】

●生命保険に関する不満・ストレスの割合



【 図 2 】

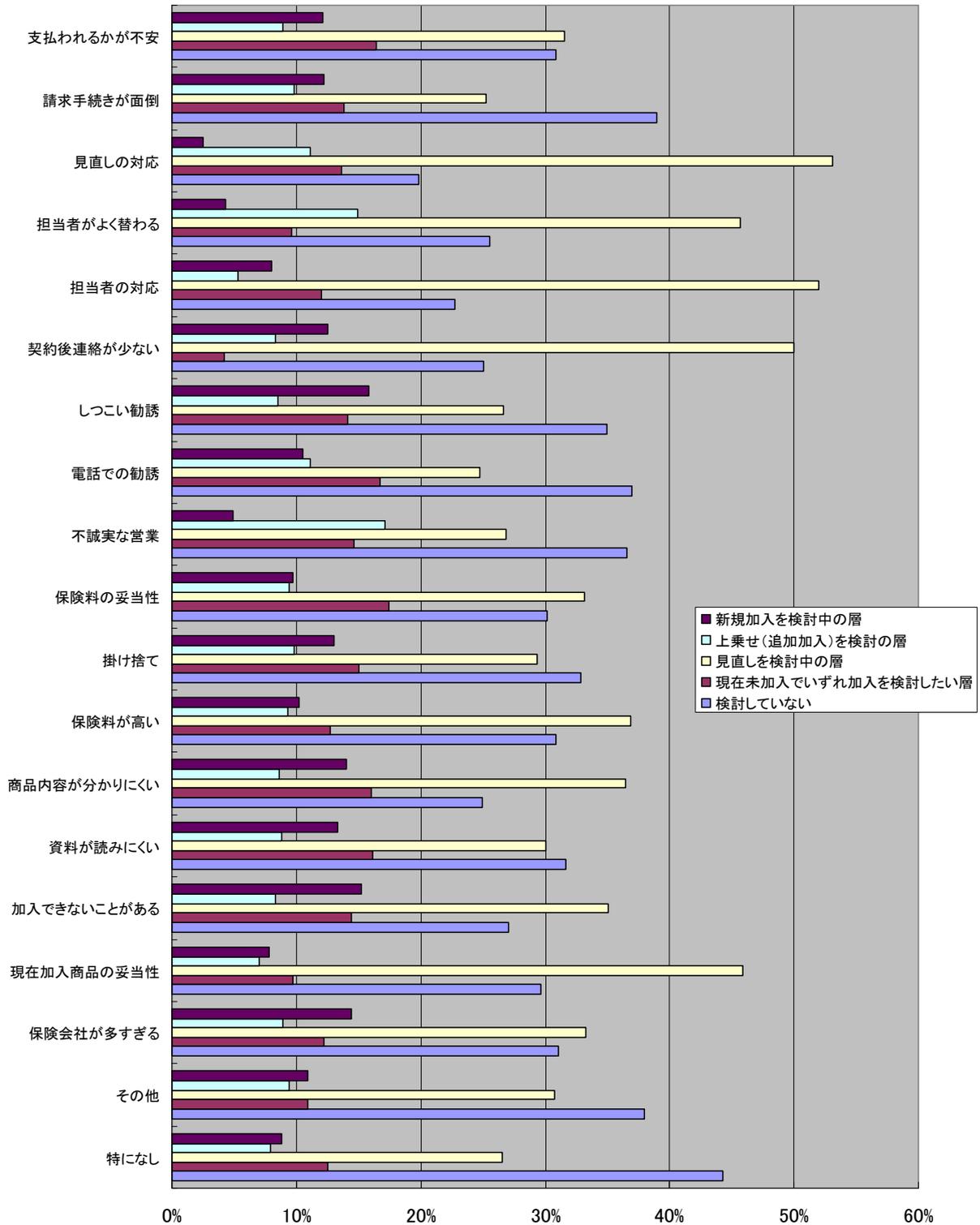
●(年代別)生命保険に関する不満



不満の種類	不満	10代	20代	30代	40代	50代	60代
	特になし	0.3%	12.6%	27.7%	28.0%	21.8%	9.7%
	その他	0.2%	12.9%	23.8%	31.0%	21.6%	10.4%
保険会社	保険会社が多すぎる	1.1%	16.7%	28.9%	30.0%	15.6%	7.8%
顧客の個別状況への対応	現在加入商品の妥当性	0.0%	7.4%	29.2%	33.5%	21.0%	8.9%
	加入できないことがある	0.0%	12.4%	31.0%	24.1%	23.0%	9.5%
商品	資料が読みにくい	0.0%	9.6%	31.3%	30.5%	18.1%	10.4%
	商品内容が分かりにくい	0.2%	15.2%	35.6%	28.1%	15.8%	5.1%
保険料	保険料が高い	0.2%	6.8%	24.0%	31.2%	27.5%	10.3%
	掛け捨て	0.0%	16.7%	30.9%	30.9%	18.3%	3.3%
	保険料の妥当性	0.0%	11.7%	35.9%	28.5%	18.8%	5.0%
状況別サービスの対応	不誠実な営業	0.0%	9.8%	31.7%	34.1%	24.4%	0.0%
	電話での勧誘	0.6%	18.5%	37.0%	33.3%	6.8%	3.7%
	しつこい勧誘	0.0%	12.1%	35.3%	35.0%	13.6%	4.0%
	契約後連絡が少ない	0.0%	4.2%	20.8%	45.8%	25.0%	4.2%
	担当者の対応	0.0%	4.0%	32.0%	28.0%	21.3%	14.7%
	担当者がよく替わる	0.0%	1.1%	29.8%	43.6%	22.3%	3.2%
	見直しの対応	0.0%	2.5%	27.2%	34.6%	30.9%	4.9%
	請求手続きが面倒	0.0%	7.3%	28.0%	36.2%	22.8%	5.7%
	支払われるかが不安	0.2%	7.2%	33.6%	28.7%	18.6%	11.6%

【 図 3 】

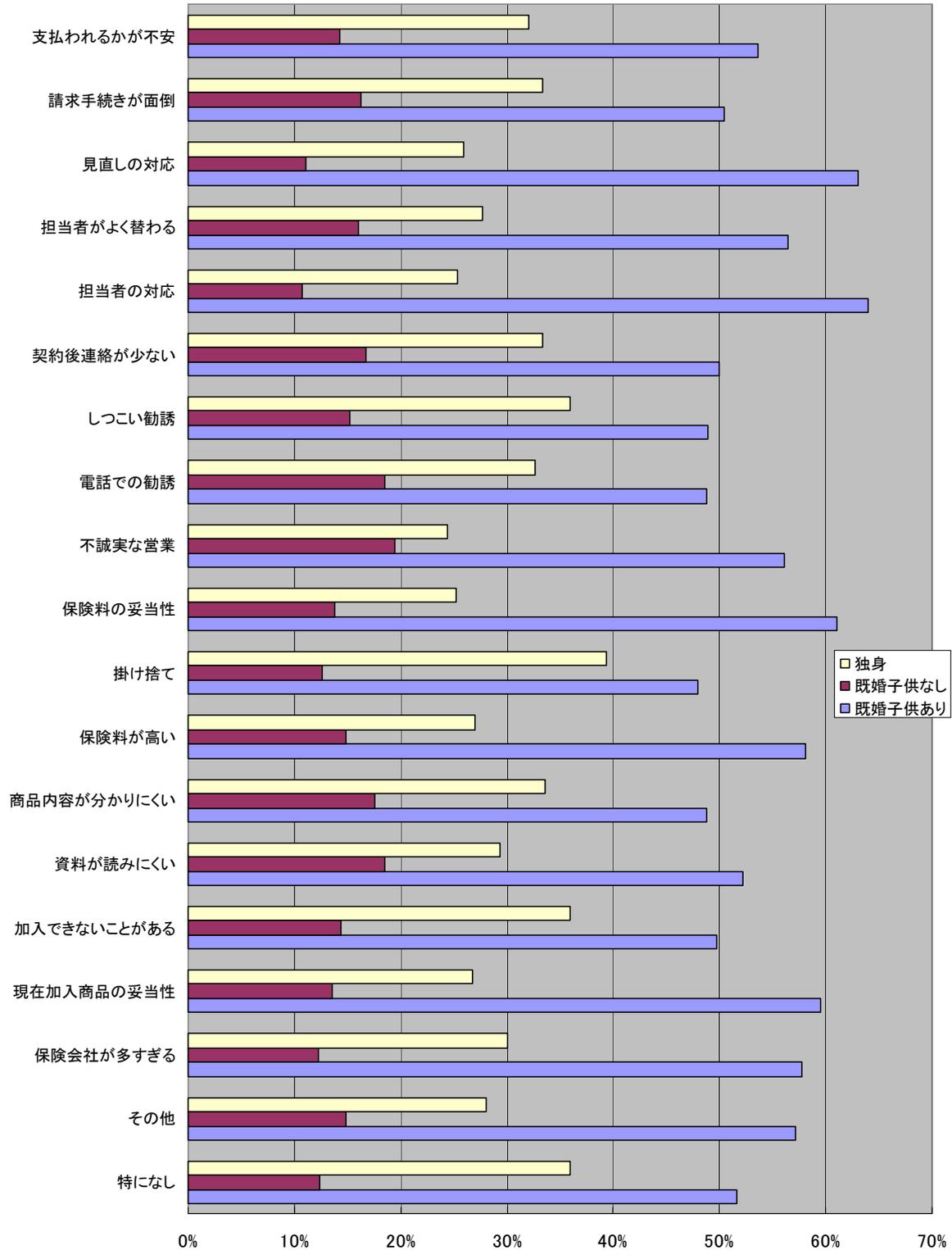
●(検討状況別)生命保険に関する不満



不満の種類	不満	検討していない	現在未加入 でいずれ加入 を検討したい層	見直しを検討 中の層	上乘せ(追加 加入)を検討の層	新規加入 を検討中の層
	特になし	44.3%	12.5%	26.5%	7.9%	8.8%
	その他	38.0%	10.9%	30.8%	9.4%	10.9%
保険会社	保険会社が多すぎる	31.1%	12.2%	33.3%	8.9%	14.4%
顧客の個別状況への対応	現在加入商品の妥当性	29.6%	9.7%	45.9%	7.0%	7.8%
	加入できないことがある	27.0%	14.4%	35.1%	8.3%	15.2%
商品	資料が読みにくい	31.7%	16.1%	30.1%	8.8%	13.3%
	商品内容が分かりにくい	24.9%	16.0%	36.5%	8.6%	14.0%
保険料	保険料が高い	30.9%	12.7%	36.9%	9.3%	10.2%
	掛け捨て	32.9%	15.0%	29.3%	9.8%	13.0%
	保険料の妥当性	30.2%	17.4%	33.2%	9.4%	9.7%
状況別 セールスの 対応	不誠実な営業	36.6%	14.6%	26.8%	17.1%	4.9%
	電話での勧誘	37.0%	16.7%	24.7%	11.1%	10.5%
	しつこい勧誘	35.0%	14.1%	26.6%	8.5%	15.8%
	契約後連絡が少ない	25.0%	4.2%	50.0%	8.3%	12.5%
	担当者の対応	22.7%	12.0%	52.0%	5.3%	8.0%
	担当者がよく替わる	25.5%	9.6%	45.7%	14.9%	4.3%
	見直しの対応	19.8%	13.6%	53.1%	11.1%	2.5%
	請求手続きが面倒	39.0%	13.8%	25.2%	9.8%	12.2%
	支払われるかが不安	30.9%	16.4%	31.6%	8.9%	12.1%

【 図 4 】

●(配偶者および子供の有無別)生命保険に関する不満



不満の種類	不満	既婚子供あり	既婚子供なし	独身
	特になし	51.6%	12.4%	36.0%
	その他	57.1%	14.9%	28.0%
保険会社	保険会社が多すぎる	57.8%	12.2%	30.0%
顧客の個別状況への対応	現在加入商品の妥当性	59.5%	13.6%	26.8%
	加入できないことがある	49.7%	14.4%	35.9%
商品	資料が読みにくい	52.2%	18.5%	29.3%
	商品内容が分かりにくい	48.8%	17.6%	33.6%
保険料	保険料が高い	58.1%	14.9%	27.0%
	掛け捨て	48.0%	12.6%	39.4%
	保険料の妥当性	61.1%	13.8%	25.2%
状況別セールスの対応	不誠実な営業	56.1%	19.5%	24.4%
	電話での勧誘	48.8%	18.5%	32.7%
	しつこい勧誘	48.9%	15.2%	35.9%
	契約後連絡が少ない	50.0%	16.7%	33.3%
	担当者の対応	64.0%	10.7%	25.3%
	担当者がよく替わる	56.4%	16.0%	27.7%
	見直しの対応	63.0%	11.1%	25.9%
	請求手続きが面倒	50.4%	16.3%	33.3%
	支払われるかが不安	53.6%	14.3%	32.1%