



慶應義塾大学ビジネス・スクール

生命保険業界ノート

資料 1. 国別の生命保険料

国名	生命保険料①	占有率	保険料／人②	保険料対 GDP
米国	532,858	20.4%	1,684	3.2%
日本	422,733	16.2%	3,347	8.8%
イギリス	222,893	8.5%	3,472	8.8%
フランス	160,150	6.1%	2,434	5.9%
ドイツ	114,349	4.4%	1,398	3.1%
イタリア	117,978	4.5%	1,979	5.7%
韓国	91,204	3.5%	1,817	7.5%
中国	125,121	4.8%	99	1.4%
インド	52,174	2.0%	41	3.1%

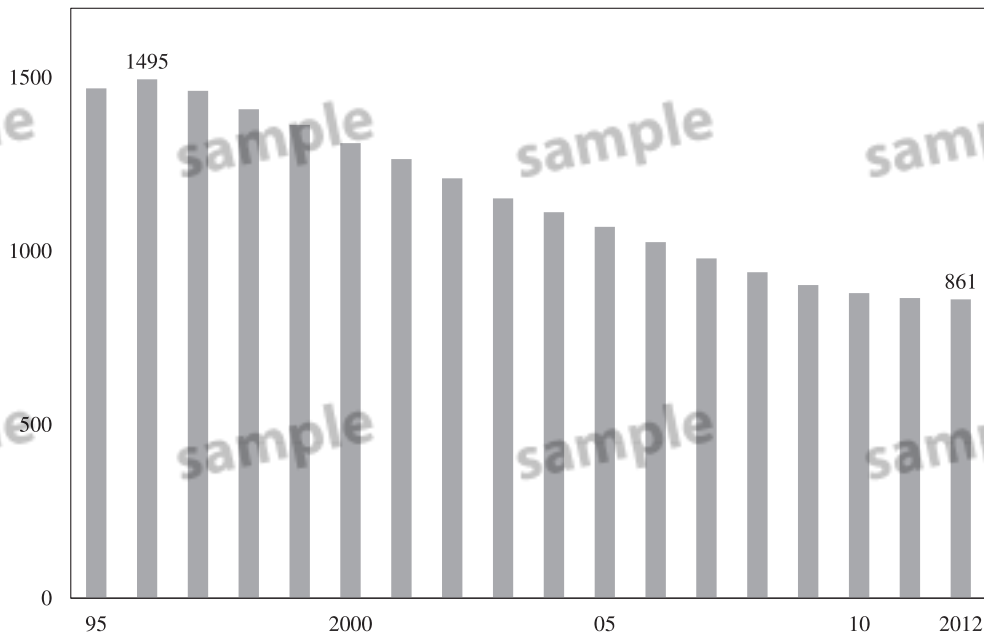
(出典) Swiss Re. World Insurance in 2013、①百万米ドル、②米ドル

日本の生命保険料は米国に次いで 2 位で、生命保険大国であることがわかる。国民一人あたりの生命保険料や国内総生産に占める保険料についてはイギリスと同水準にある。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

Copyright© 磯辺剛彦（2014年8月作成）

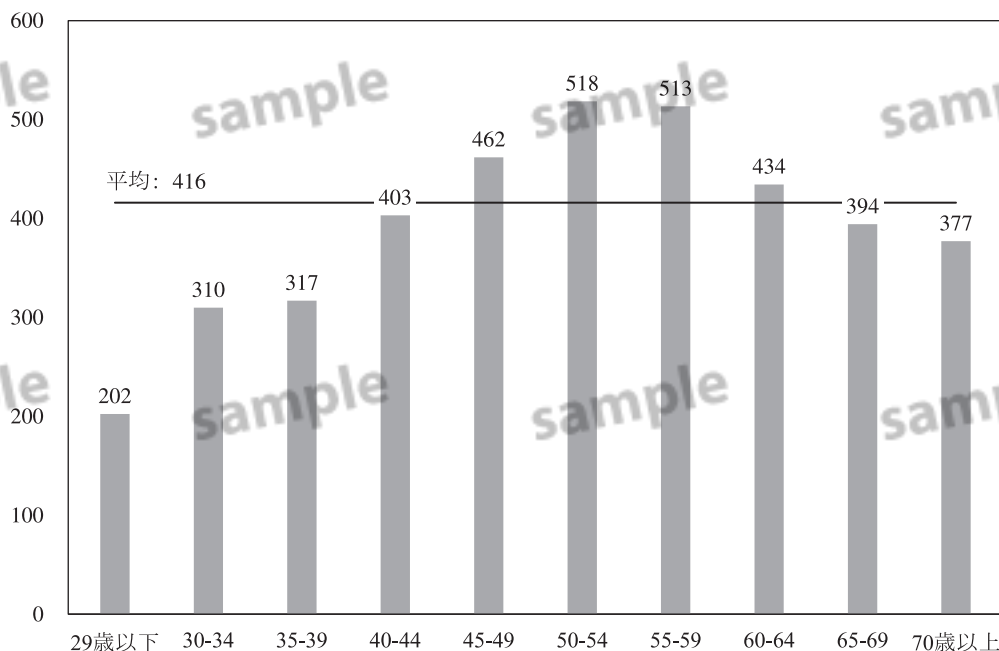
資料 2 保有契約高（個人保険）の推移（単位：兆円）



(出典) 生命保険業界「生命保険の動向」

個人保険の保有契約高は861兆円（前年比99.6%）となった。これはピークだった1996年の1,495兆円から40%以上も減少したことになる。

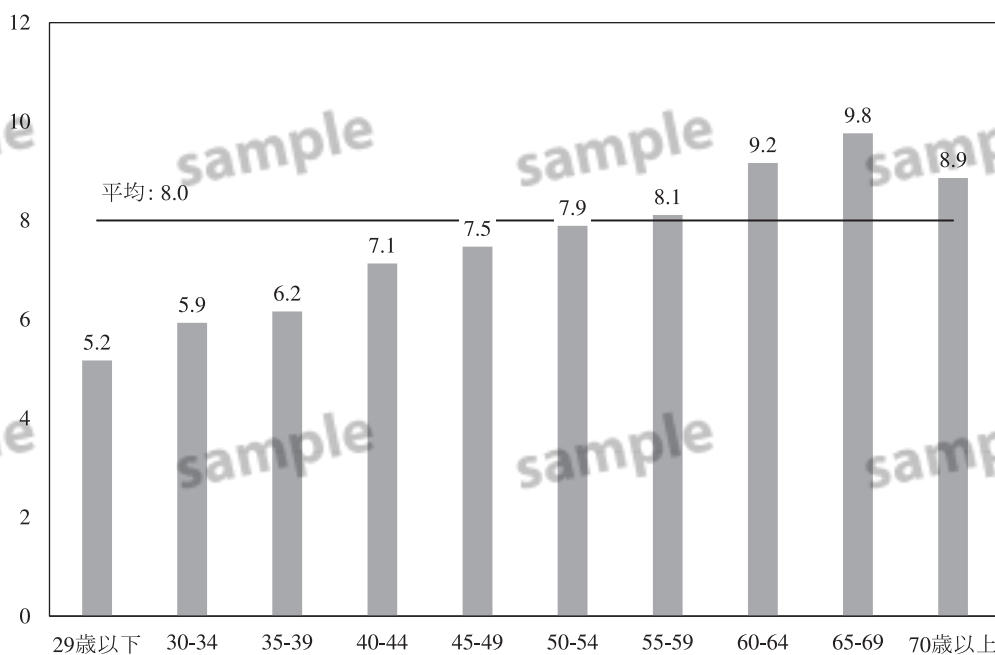
資料 3. 年齢層別にみた生命保険の世帯年間払込保険料（単位：千円）



(出典) 生命保険文化センター「平成 24 年度生命保険に関する全国実態調査」

世帯主の年齢層による生命保険料を計算したものである。生命保険料をもっとも多く支払っているのは 50 歳代で、20 歳代がもっとも低い。

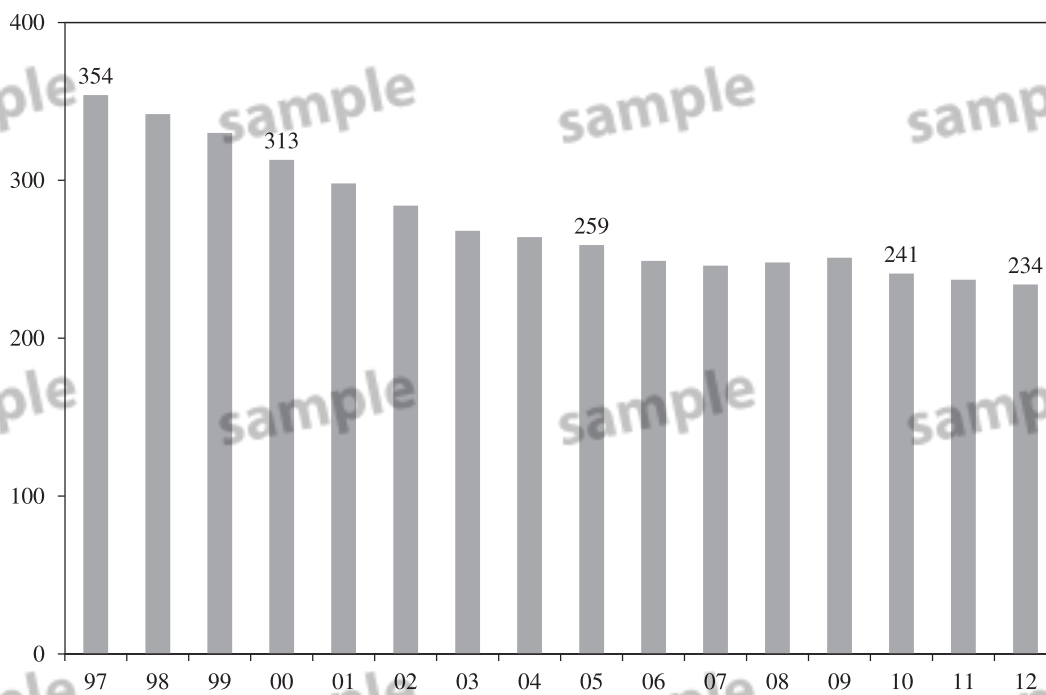
資料 4. 年齢層別にみた世帯収入にしろる生命保険の保険料（単位：％）



（出典）生命保険文化センター「平成 24 年度生命保険に関する全国実態調査」

年齢別では 60 歳代が 9%—10%の保険料を支払っていて、20 歳代は 5%台である。

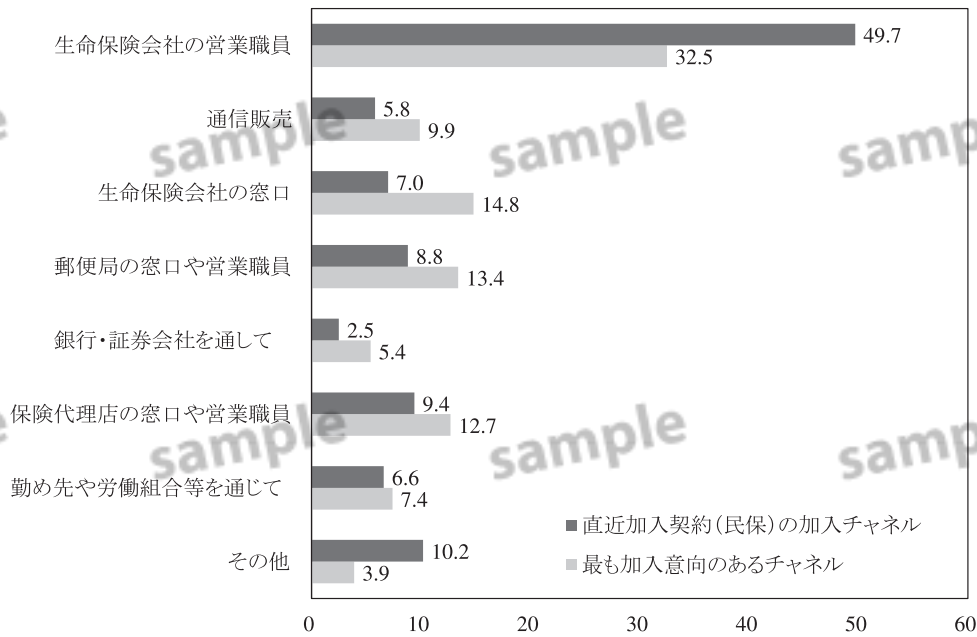
資料 5. 営業職員数の推移（単位：千人）



（出典）生命保険文化センター「生命保険の動向（2013 年版）」

営業職員（セールスレディ）の数は激減している。97 年から半分以下にまで減少している。

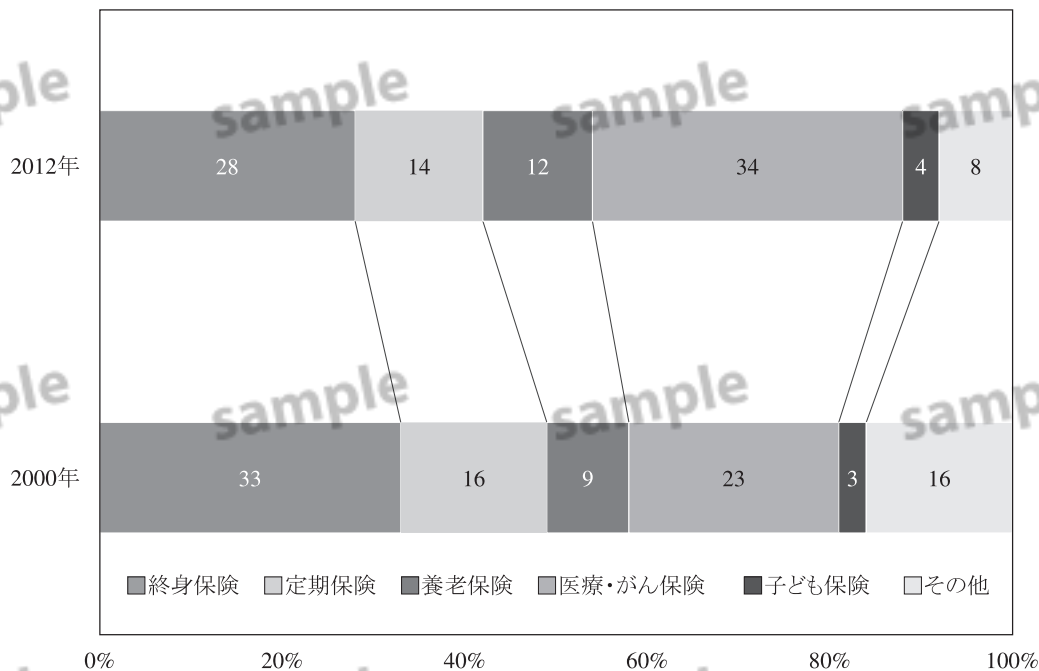
資料 6. 直近加入契約（民保）の加入チャンネルと最も加入意向のあるチャンネル（単位：％）



(出典) 生命保険文化センター「平成 25 年度生活保障に関する調査」

営業職員への依存は少なくなっている。反対に通信販売や各種金融窓口のチャンネルが期待されている。

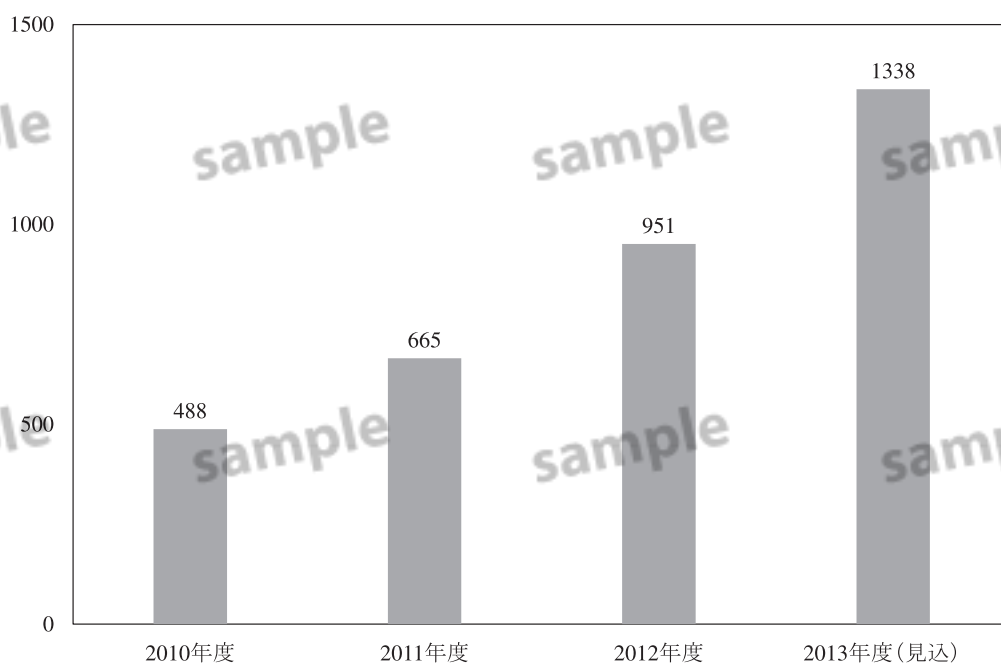
資料 7. 個人保険 新規契約の内訳



(出典) 週刊東洋経済「生保損保特集2013版」

保険のニーズが死亡保険から第三分野（医療やがん）に移行している。

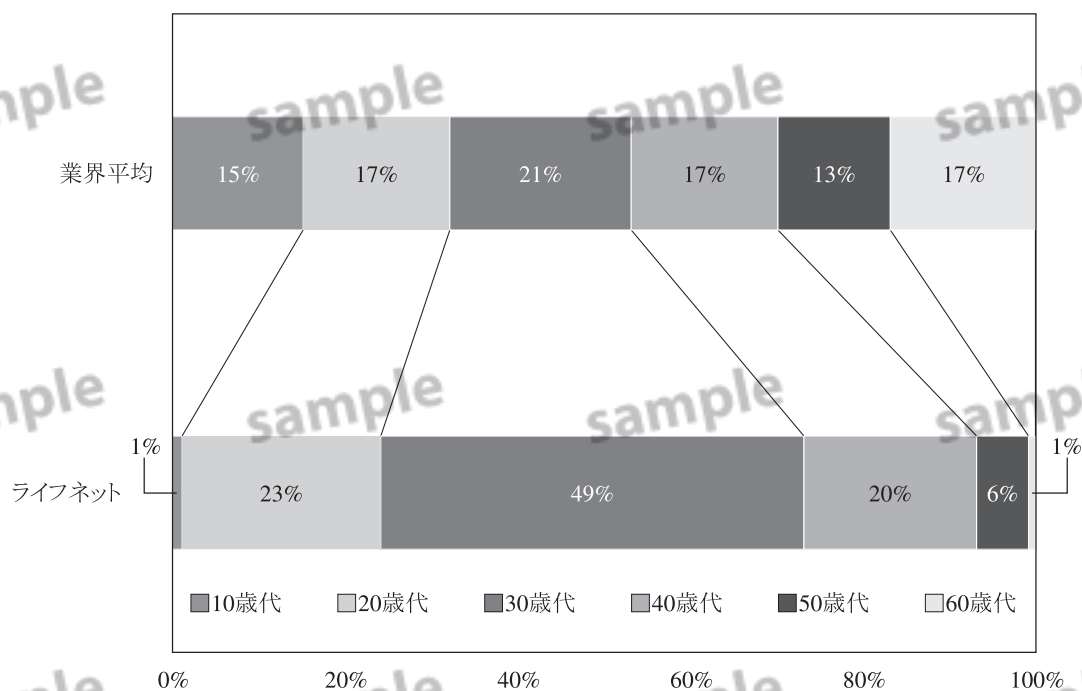
資料 8. 来店型保険ショップの新契約年換算保険料（億円）



(出典) 矢野経済研究所

最近になって、来店型保険ショップが拡大している。

資料 9. ライフネット生命の顧客の年齢割合

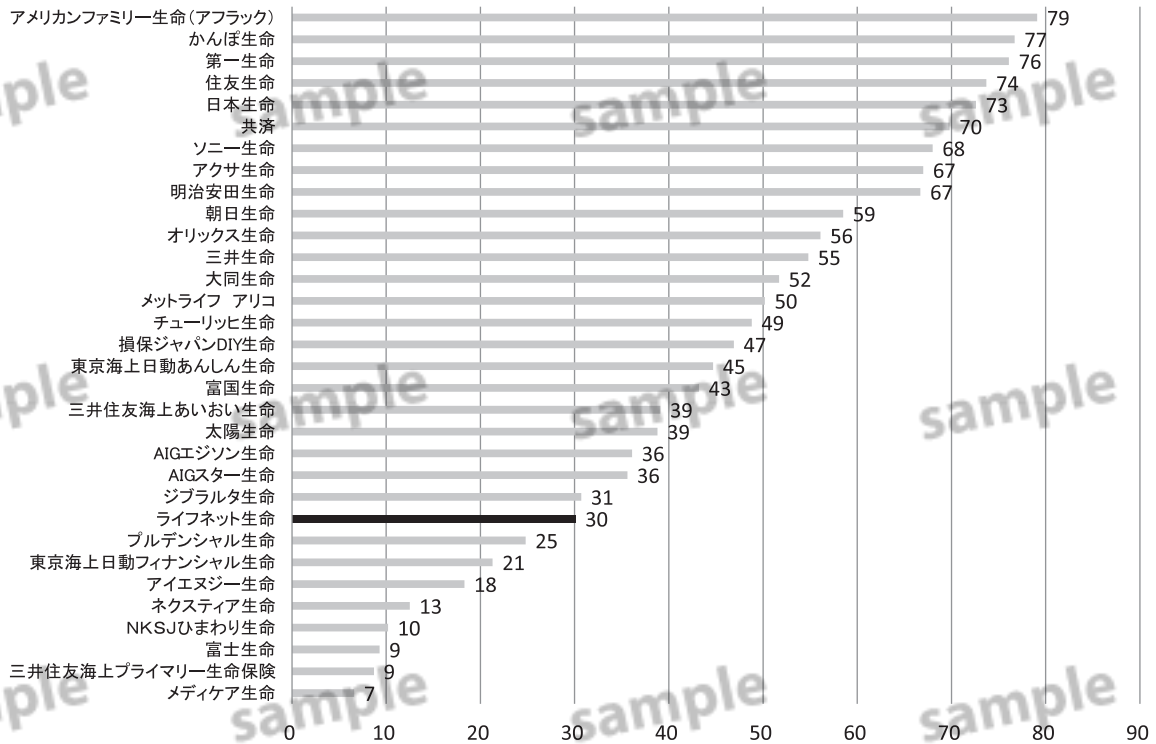


(出典) 会社資料

ライフネット生命の顧客年齢は 30 歳代までで 70%を超え、業界平均よりも明らかに若い。

資料 10. 生命保険会社の認知度（単位：％）

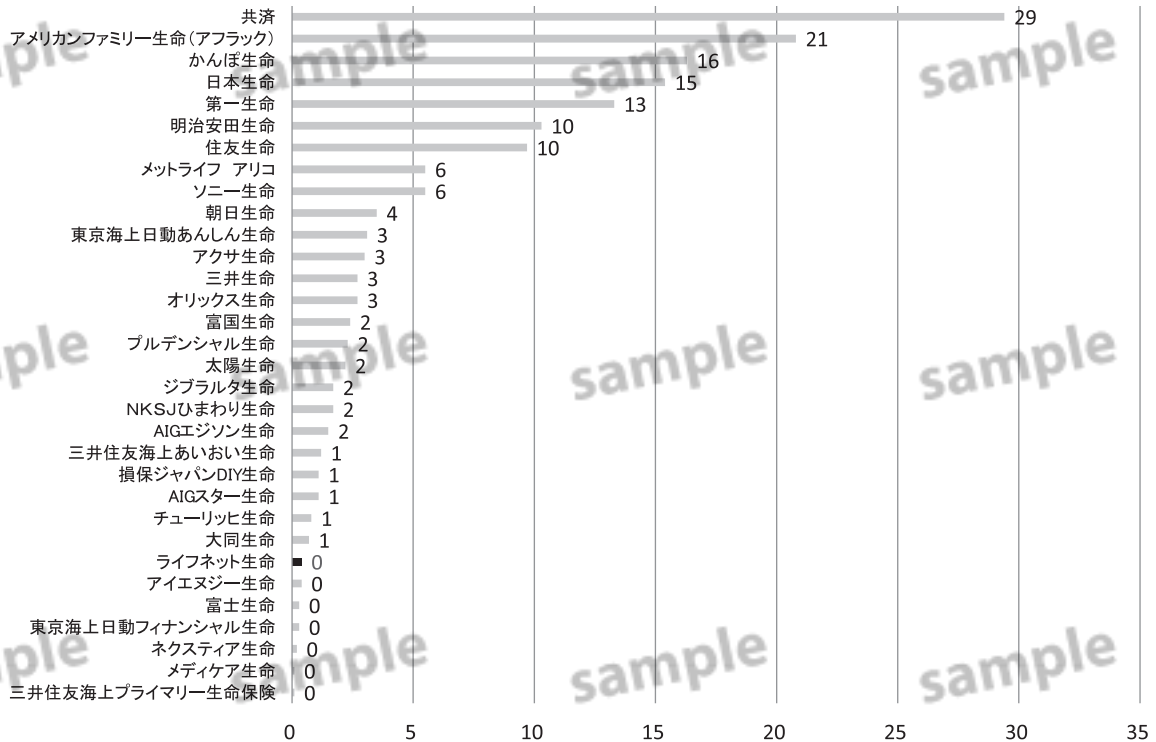
あなたが知っている生命保険会社を全てお選びください（複数回答可）



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

資料 11. 加入している生命保険会社（単位：％）

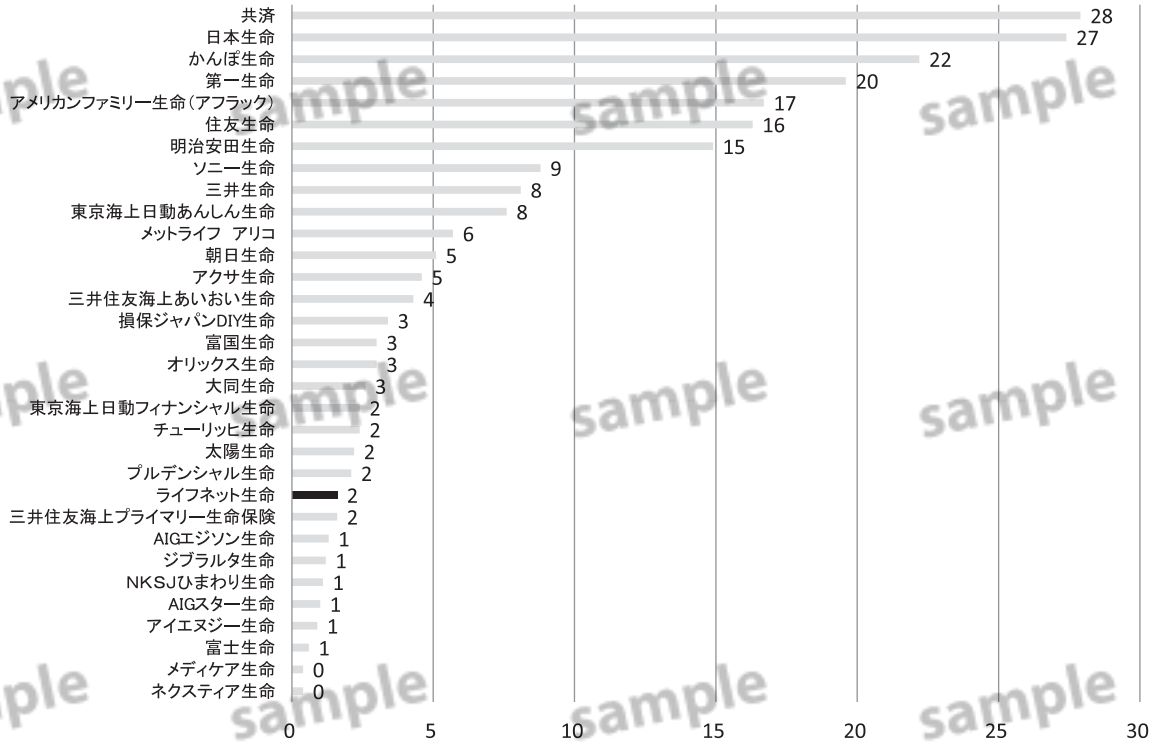
加入している生命保険会社をお選びください（複数回答可）



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

資料 12. 安心感や信頼感がある生命保険会社（単位：％）

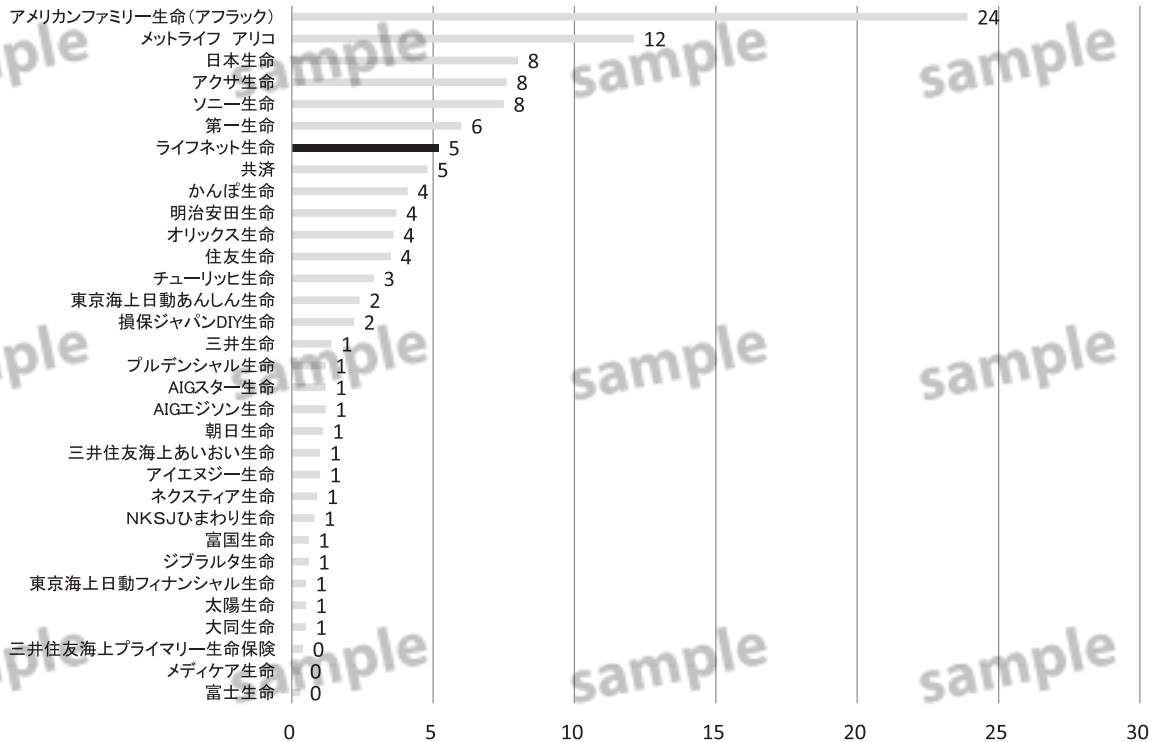
あなたが「信頼性や安心感がある」と思う生命保険会社をお選びください（複数回答可）



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

資料 13. 開発力や企画力がある生命保険会社（単位：％）

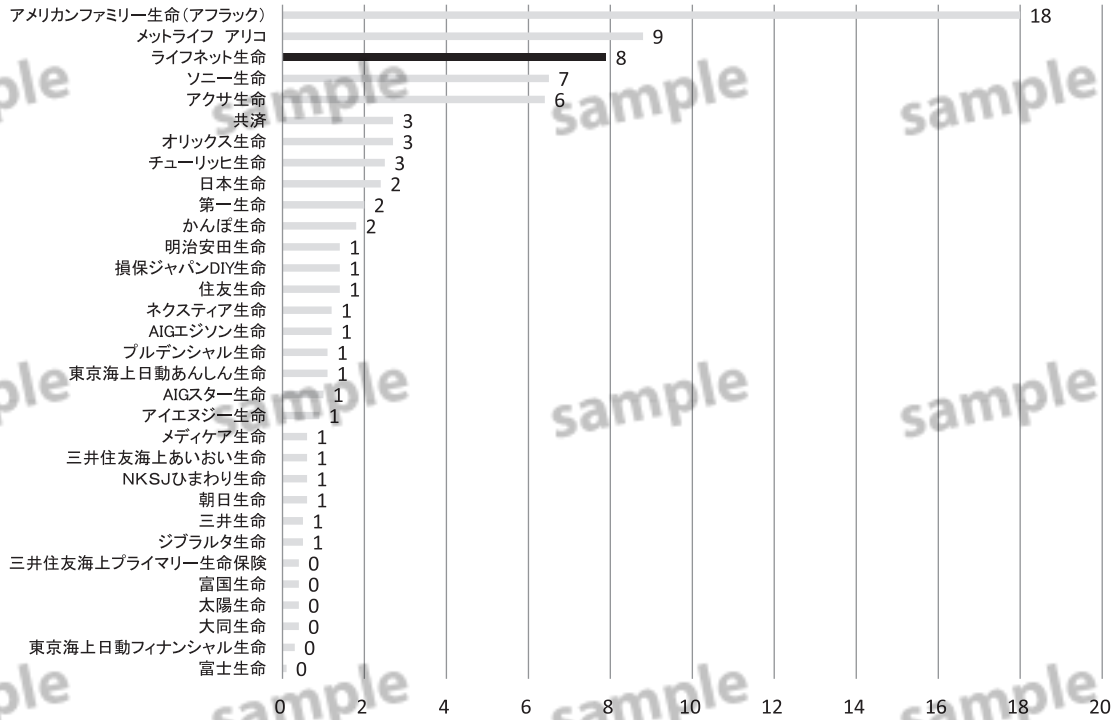
あなたが「商品開発力や企画力がある」と思う生命保険会社をお選びください（複数回答可）



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

資料 14. 先進性や革新性がある生命保険会社（単位：％）

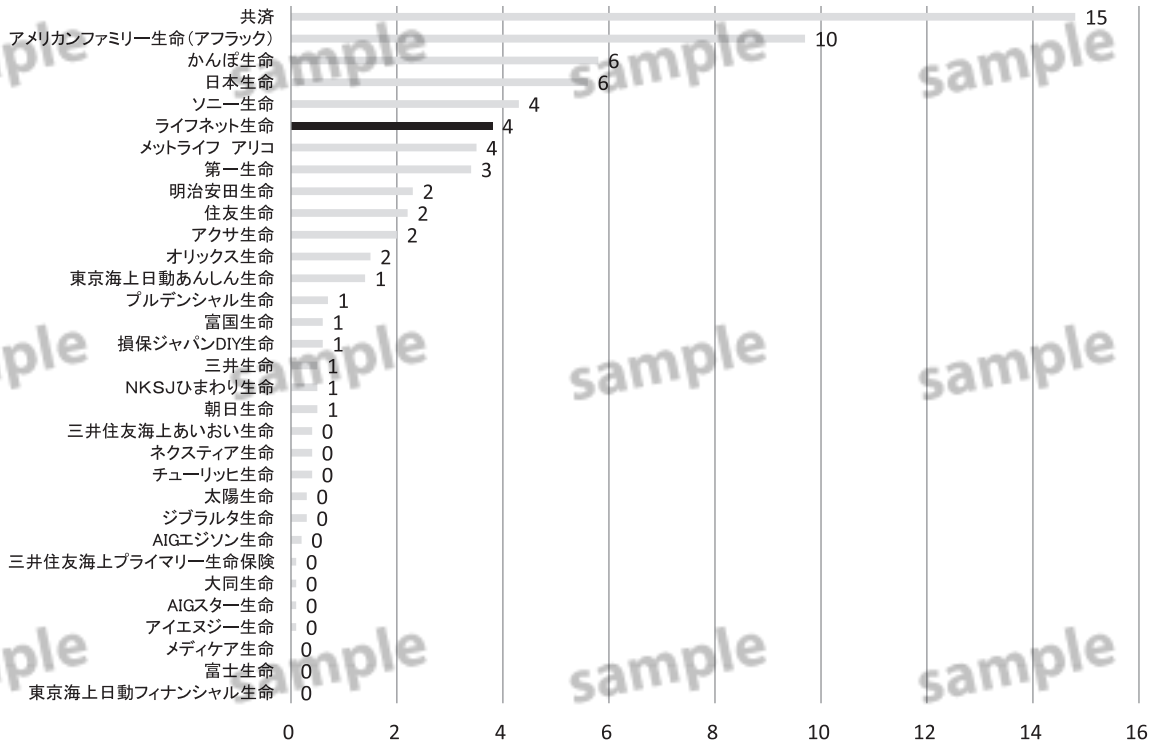
あなたが「革新的・先進的である」と思う生命保険会社をお選びください（複数回答可）



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

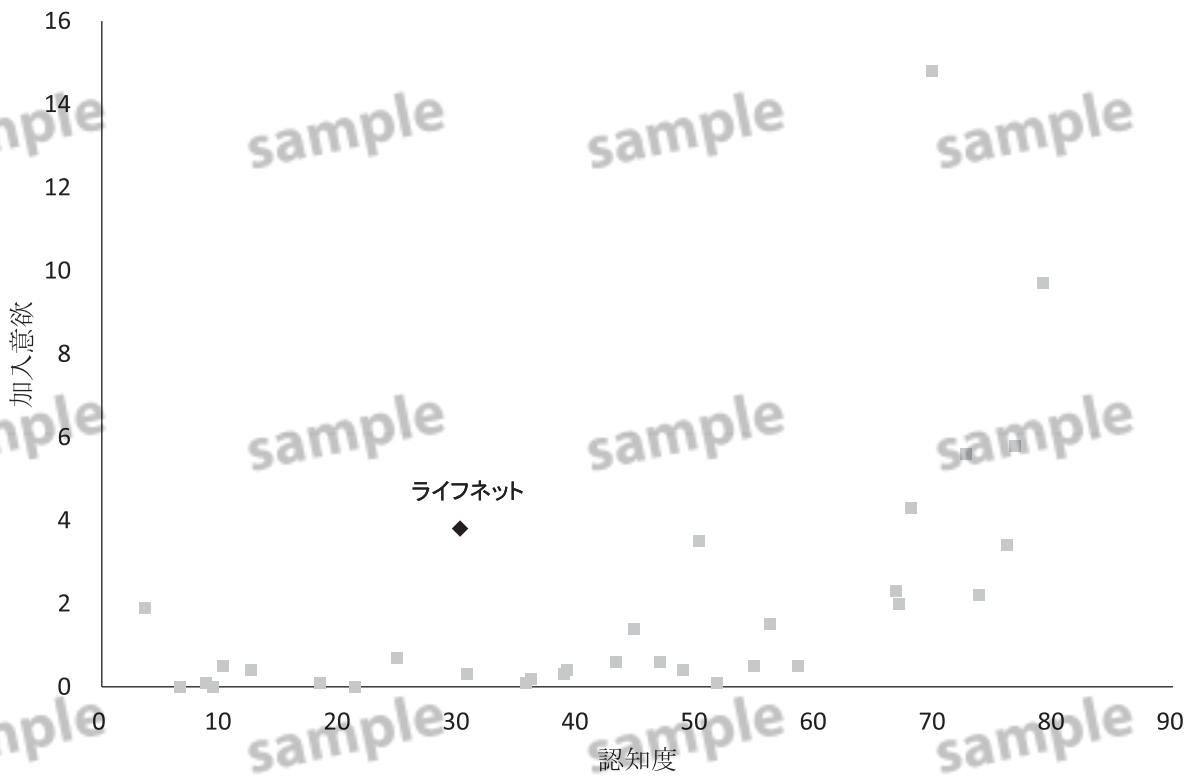
資料 15. 加入したい生命保険会社（単位：％）

あなたがこれから契約するとしたら、どの生命保険会社を選びますか



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

資料 16. 認知度と加入意欲（単位：％）



(出典) マイボイスコム「生命保険会社のイメージ（第8回）」

資料 17. 日本の生命保険業界マップ：2014年7月現在



(出典) 保険マンモス株式会社

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

不 許 複 製

慶應義塾大学ビジネス・スクール
