

### 生命保険加入行動の実証分析

KOYAMA, Koichi / 小山, 浩一

---

(開始ページ / Start Page)

1

(終了ページ / End Page)

228

(発行年 / Year)

2017-03-24

(学位授与番号 / Degree Number)

32675甲第404号

(学位授与年月日 / Date of Granted)

2017-03-24

(学位名 / Degree Name)

博士(政策学)

(学位授与機関 / Degree Grantor)

法政大学 (Hosei University)

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00013930>

博士学位論文  
論文内容の要旨および審査結果の要旨

氏名	小山 浩一
学位の種類	博士（政策学）
学位記番号	第 631 号
学位授与の日付	2017 年 3 月 24 日
学位授与の要件	本学学位規則第 5 条第 1 項(1)該当者(甲)
論文審査委員	主査 教授 石山 恒貴 副査 日本大学国際関係学部国際総合政策学科教授 法専 充男 副査 教授 小峰 隆夫

生命保険加入行動の実証分析

## I 著作内容の要旨

### 1. 本論文の目的と意義

小山浩一氏は、1978 年に日本大学文理学部社会学科を卒業後、生命保険会社に勤務し、2010 年に独立して保険関係の執筆及び広告制作会社の経営に従事するかたわら、2012 年に法政大学大学院政策創造研究科修士課程を修了し、現在は法政大学大学院政策創造研究科博士後期課程に在籍している。

小山氏の今回の学位請求論文「生命保険加入行動の実証分析」は、消費者の生命保険加入行動について、消費者サイド、販売サイド双方から、先行研究とアンケート調査、インタビュー調査、統計資料などを駆使して実証的に分析したものである。長年にわたる実務経験と大学院で鍛えられた計量的な実証分析が融合することにより、独自性に富む手堅い労作となっている。

### 2. 本論文の構成と内容

#### 2.1 本論文の構成

本論文の構成は次の通りである。

第 I 部 序論

第 1 章 本研究における問題意識及び調査の進め方

1. 問題意識とその背景
2. 本研究の構成と調査の進め方
3. 本研究が対象とする生命保険の範囲と定義

3-1 保険法上の定義

3-2 損害保険と生命保険・本研究の範囲

## 第2章 消費者の生命保険需要検討の現状と課題

1. 死亡保障・生存保障に共通する範囲

1-1 生命保険需要形成プロセス全体像

1-2 欲求から需要へ至るプロセス

1-3 預貯金需要と生命保険需要

1-4 追加加入意向としての生命保険需要

2. 死亡保障領域

2-1 リスク認知の内容分類

2-2 形態特性から見たリスク認知分類

2-3 死亡保障領域における新たなリスク認知分類

2-4 リスク認知の尺度

2-5 世帯年収の影響

2-6 教育期前及び教育期の子供の存在

3. 生存保障領域

3-1 生存保障領域の枠組み

3-2 リスクの保有と貯蓄・移転と保険

4. 加入行動段階で影響を与える消費者のサイコグラフィクス要因

4-1 価値観

4-2 生命保険加入行動段階でのサイコグラフィクス要因

4-3 生命保険加入行動

## 第3章 販売チャネル検討の現状と課題

1. 販売チャネルの多様化

1-1 生命保険と販売チャネル検討の枠組み

1-2 販売チャネルの多様化

1-3 乗合代理店の発展と多様化

1-4 金融機関による個人年金保険及び生命保険販売

1-5 インターネットチャネル

2. 保険募集規制

2-1 保険募集規制に関わる検討

## 第4章 本研究の根本課題と仮説及び分析の方法

1. 本研究の根本課題

- 1-1 4つの根本課題
- 1-2 根本課題の相互関係
- 2. 根本課題を構成する下位仮説
  - 2-1 生命保険需要の生成プロセスから見た課題認識
    - 2-1-1 生命保険需要決定要因
    - 2-1-2 仮説分類
  - 2-2 死亡保障領域の生命保険需要に関する仮説
  - 2-3 生存保障領域の生命保険需要に関する仮説
    - 2-3-1 生存保障領域を統合的に捉えた場合
    - 2-3-2 老後保障・介護保障2領域に限定して統合的に捉えた場合
    - 2-3-3 医療保障領域限定で捉えた場合
  - 2-4 生命保険加入に影響を与えるサイコグラフィクス要因に関する仮説
  - 2-5 販売チャネル影響要因に関する仮説
    - 2-5-1 販売チャネルの多様化・チャネル別特性に関する仮説
  - 2-6 保険募集規制の把握により設定した仮説
  - 2-7 その他の補足的課題
    - 2-7-1 死亡保障領域におけるその他の補足的仮説
    - 2-7-2 チャネル別特性に関するその他の探索的課題
    - 2-7-3 保険募集規制の把握により設定したその他の探索的課題
- 3. 根本課題と下位仮説の関係
  - 3-1 根本課題1
  - 3-2 根本課題2
  - 3-3 根本課題3
  - 3-4 根本課題4
- 4. 分析の方法
  - 4-1 生命保険需要に関わる分析方法
    - 4-1-1 死亡保障領域
    - 4-1-2 生存保障領域
  - 4-2 生命保険加入に影響を与えるサイコグラフィクス要因
  - 4-3 販売チャネル影響要因
    - 4-3-1 専門内競合の特定
    - 4-3-2 加入目的別生命保険加入行動への販売チャネルの影響

## 第Ⅱ部 本論

### 第5章 消費者の生命保険需要の生成

#### 1. アンケート調査の概要

- 1-1 アンケート調査の概要
- 1-2 アンケート調査設計
- 1-3 リスク認知の分類と変数設定
- 1-4 末子独立前ダミー変数の設定
- 1-5 前提条件としてのリスク認知分類
- 1-6 説明要因となるその他の変数（末子独立前ダミー）
- 1-7 説明要因となるその他の変数（年収）
- 1-8 変数間の関係の概要
- 2. 死亡保障領域の生命保険需要決定要因分析
  - 2-1 説明要因となるその他の変数（経済準備意向）
  - 2-2 預貯金需要及び生命保険需要の変数
  - 2-3 全体を対象としたパス解析結果及び考察
  - 2-4 正規-非正規雇用形態別分析結果と考察
  - 2-5 死亡保障領域における生命保険需要に関わる仮説検証と考察
- 3. 生存保障領域の生命保険需要決定要因分析
  - 3-1 説明要因となるその他の変数（金融資産）
  - 3-2 説明要因となるその他の変数（経済準備意向）
  - 3-3 預貯金需要変数
  - 3-4 生命保険需要変数
  - 3-5 生存保障領域の下位尺度となる3領域リスク認知の変数
    - 3-5-1 1因子モデルに基づく領域別リスク認知変数
  - 3-6 生存保障統合モデルの分析と考察
    - 3-6-1 分析結果
    - 3-6-2 正規-非正規雇用形態別多母集団解析結果
  - 3-7 老後保障・介護保障2領域統合モデル
    - 3-7-1 分析結果
    - 3-7-2 正規-非正規雇用形態別多母集団解析結果
  - 3-8 医療保障領域限定モデル
    - 3-8-1 分析結果
    - 3-8-2 正規-非正規雇用形態別多母集団解析結果
  - 3-9 仮説検証と2段階3類型分析に関する総合的考察
    - 3-9-1 生存保障統合生命保険需要決定モデル
    - 3-9-2 老後保障・介護保障2領域統合生命保険需要決定モデル
    - 3-9-3 医療保障領域限定生命保険需要決定モデル
    - 3-9-4 2段階3類型分析による総合的考察
- 4. 補足仮説検証の結果と考察

## 第6章 日本における生命保険販売チャネルの多様化

1. 販売チャネル別に見た保険募集従事者数の推移
2. 保険営業を専業とする代理店
3. 大型乗合代理店と委託募集人
4. 銀行窓販による生命保険の販売
5. インターネットチャネルの推移
6. 本章における仮説検証と考察

## 第7章 保険募集規制

1. 保険募集規制の概要
  - 1-1 保険募集と募集関連行為
  - 1-2 保険募集人の要件と権限
  - 1-3 保険募集の再委託の禁止
  - 1-4 情報提供義務
  - 1-5 意向把握・確認義務
  - 1-6 募集人に対する体制整備義務
  - 1-7 比較推奨販売
  - 1-8 禁止行為
  - 1-9 金融機関による保険募集
2. 保険募集規制が想定する募集上の課題
  - 2-1 保険募集人の権限等の事前明示
  - 2-2 顧客の意向把握・確認義務
  - 2-3 乗換契約
  - 2-4 比較推奨販売その他
3. 本章における仮説設定の妥当性検証

## 第8章 販売チャネル別保険募集人インタビュー

1. 営業職員
2. 保険ショップ
3. 乗合代理店
4. 金融機関
5. チャネル別特性と本章における仮説検証結果

## 第9章 生命保険加入行動に関する実証分析

1. 調査の概要
  - 1-1 調査対象者の構成

- 1-2 性別年齢別雇用形態
- 1-3 世帯年収・本人年収の状況
- 1-4 末子の状況
- 1-5 加入チャネル
- 2. 生命保険加入行動における加入者要因
  - 2-1 生命保険の加入目的
  - 2-2 生命保険の見直しの構成比
  - 2-3 区分別に見た生命保険加入目的及び加入付帯条件
    - 2-3-1 末子独立前の加入者の特性
    - 2-3-2 生命保険見直し有無区分
    - 2-3-3 正規雇用とそれ以外区分
    - 2-3-4 職の有無区分
    - 2-3-5 60歳以上及びそれ未満区分
    - 2-3-6 年収600万以上と未満区分
  - 2-4 加入者のサイコグラフィクス要因
    - 2-4-1 保険知識についての自信度合
    - 2-4-2 財務健全性重視
    - 2-4-3 生命保険会社の社会的認知度重視
    - 2-4-4 加入手続き簡便さ重視
    - 2-4-5 対面説明重視
    - 2-4-6 価格（保険料）安さ重視
    - 2-4-7 保障充実重視
  - 2-5 生命保険加入行動の加入者要因
- 3. 生命保険加入行動における販売チャネルの影響要因
  - 3-1 販売チャネル別にみた生命保険加入行動
    - 3-1-1 加入目的
    - 3-1-2 契約転換制度
    - 3-1-3 既契約の解約・払込み停止を伴う加入
  - 3-2 生命保険加入行動における販売チャネル影響要因
- 4. 生命保険加入行動分析
  - 4-1 保障領域及び加入付帯行動別分析
    - 4-1-1 死亡保障目的
    - 4-1-2 医療保障目的
    - 4-1-3 がん医療保障目的
    - 4-1-4 介護保障目的
    - 4-1-5 老後保障目的

- 4-1-6 相続対策目的
- 4-1-7 貯蓄目的
- 4-1-8 契約転換制度
- 4-1-9 解約・払込停止を伴う加入
- 4-2 非対面販売としてのインターネットチャネルに関する検討
  - 4-2-1 手続きの簡便さ重視
  - 4-2-2 価格（保険料）の安さ重視
  - 4-2-3 保険知識についての自信度合
  - 4-2-4 対面説明重視
  - 4-2-5 加入者の年代的特徴
- 5. 生命保険加入行動に関わる仮説検証と考察
  - 5-1 仮説検証
    - 5-1-1 仮説別検証結果
    - 5-1-2 販売チャネルの影響側面から見た仮説検証
    - 5-1-3 加入付帯行動に関する仮説検証
  - 5-2 生命保険加入行動分析におけるその他の探索的考察
    - 5-2-1 加入者のデモグラフィクス要因
    - 5-2-2 加入者のサイコグラフィクス要因
  - 5-3 需要段階と加入段階の相違

### 第Ⅲ部 結論

#### 第10章 結論

- 1. 理論的側面
  - 1-1 根本課題別考察
    - 1-1-1 根本課題1
    - 1-1-2 根本課題2
    - 1-1-3 根本課題3
    - 1-1-4 根本課題4
  - 1-2 総合的考察
- 2. 実践的側面
  - 2-1 根本課題の相互関係から見た方向性
    - 2-1-1 保険の理解の実情と保険教育の枠組み
    - 2-1-2 保険教育とリスク教育の連携
  - 2-2 本研究の根本課題から来る政策的課題
    - 2-2-1 乗換契約の取り扱い
    - 2-2-2 生命保険需要決定と生命保険加入行動

本研究の結論

## 2.2 論文の概要

本論文は、序論、本論、結論の3部から構成されている。その概要は以下の通りである。

第1部序論は4章構成となっている。

第1章「本研究における問題意識及び調査の進め方」では、本研究の中核をなす「消費者の生命保険加入行動のメカニズムはどのようなものか」という問題意識を説明した上で、検討対象である生命保険に関わる用語や概念の定義が述べられている。

第2章「消費者の生命保険需要検討の現状と課題」は、消費者の加入意向としての生命保険需要及び加入行動段階で影響を与えるサイコグラフィクス要因について先行研究レビューに基づき理論的に整理し、既に確立した知見と本研究において新たに獲得を目指す知見との境界を明確にすることを目的としている。

生命保険は、保障領域として区分すると、死亡保障と生存保障に分かれる。生存保障は更に老後保障・介護保障・医療保障に分かれる。生命保険需要の生成プロセスは共通のものとして検討できるが、消費者が生命保険を需要する動機となる内容は保障領域で異なる。こうした認識に基づいて、本章では、複数の保障領域に共通する部分とそれぞれの保障領域を区分して先行研究が確認されている。

第3章「販売チャネル検討の現状と課題」は、先行研究レビューに基づいて、販売チャネルの特性について理論的に整理し、既に確立した知見と本研究において新たに獲得を目指す領域との境界を明確にすることを目的としている。最初に、マーケティングにおける販売チャネルの位置づけと生命保険という固有の商品性の観点から先行研究を整理している。その上で、日本における生命保険販売チャネルの多様化と販売チャネル別特性に関する議論を確認する。ここでは今までどのように販売チャネルの多様化がとりあげられてきたかを整理するとともに、そこでの問題点を把握する。

続いて保険業法における保険募集規制に関わる先行研究を整理し、消費者の適切な保険利用を阻害する可能性について、保険募集行為のどの部分に着目して議論されているかを確認する。これらを通じて先行研究の成果を前提として取り込みつつ、販売チャネル検討についての新たな視点を確立する。

第4章「本研究の根本課題と仮説及び分析の方法」は、第2章及び3章までの整理から生命保険加入行動に関わる本研究の根幹をなす課題と、その課題を構成する下位の仮説を設定することを目的としている。

ここでは生命保険加入行動を統合的に見た際の本研究の根本課題として、以下の4つが明示されている。

根本課題1 消費者が生命保険に加入するという行動をとるとき、サイコグラフィクス要因、生命保険加入目的、販売チャネル影響の3者はどのように関係しあっているのか。

根本課題2 リスクを個別・具体的に認知するような場合は、その認知が保険加入行動に

直接結びつくため、販売チャネルの影響は生じにくいのではないかと。

根本課題 3 預貯金需要と生命保険需要との関係は、生命保険を合目的なリスク対処手段と想定する場合と、貯蓄手段と想定する場合で異なるのではないかと。

根本課題 4 販売チャネルの中で、専門内競合の当事者となるチャネルが、解約・払込停止を伴う生命保険加入を増価させる影響要因となっているのではないかと。

更にこの章では、仮説検証のための分析方法が説明されている。消費者側要因である生命保険需要については新たな知見としての需要決定モデルが示され、また、販売チャネル影響要因としては、販売チャネルの多様化分類について従来の「専属－独立（乗合）」区分と別に「専業－兼業」区分に基づき専門内競合という新たな視点が導入される。この専門内の販売チャネル多様化に関する推計方法が示され、その存在を確認する方法が述べられている。

第Ⅱ部「本論」は、5章構成となっている。

第5章「消費者の生命保険需要の生成」は、「序論 第4章」において抽出した消費者側の生命保険需要に関わる仮説について、生命保険需要決定モデルに基づき検証し、需要決定のメカニズムを新たなモデルとして確立することを目的としている。

具体的には、Webによる質問紙調査に基づいて、死亡保障領域の生命保険需要、生存保障領域の生命保険需要がそれぞれ定量的に分析されている。

第6章「日本における生命保険販売チャネルの多様化」は、販売チャネルの多様化について「序論 第4章」で設定した仮説について検証することを目的としている。多様化した販売チャネルについては従来取り上げられてこなかった保険営業「専業－兼業」による分類を行い、その区分に基づく募集人の数的推移が推計されている。ここでは更に専門内の多様化の視点を取り入れる。また銀行窓販の解禁により生じた個人年金保険新契約の年代別構成の変化を把握する。これらにより販売チャネル多様化とチャネル別の特性が検証されている。

第7章「保険募集規制」は、「序論 第4章」において設定された仮説について、保険募集規制の観点から検証することを目的としている。このため本章では、2016年5月29日施行された改正保険業法による保険募集規制が取り上られる。本章で取り上げる保険募集規制は、保険ショップに見られる大型の保険専門代理店の登場に代表される販売チャネルの多様化の現状に合わせて、消費者の適切な保険利用に資するために募集規制が再度定義されたものいえる。

第8章「販売チャネル別保険募集人インタビュー」は、「序論 第4章」において設定された仮説について、定性調査（インタビュー）によって検証することを目的としている。このため、インタビューは販売チャネル別に保険募集に従事する者、募集管理にあたるもの、教育管理責任者、代理店については代理店経営者を対象に実施されている。この中で特に仮説検証の点で重要な課題は、専門内多様化における保険募集人の移動（営業職員→保険ショップ等への移動）が組織的に見られるかどうかという点である。

以上の本論第6・7・8章を通して、販売チャネルの多様化とチャネル別特性を、「量的推移」、「募集規制」、「定性調査」の3側面から検証し把握している。

第 9 章「生命保険加入行動に関する実証分析」では、需要と供給の交点で成立する生命保険加入行動を実証分析により把握し、「序論 第 4 章」で設定された仮説を検証することを目的としている。このため、本章では、直近 3 年以内に生命保険に加入したものを対象とした定量調査「生命保険加入者調査」が取り上げられる。

ここでの実証分析の考え方は、生命保険加入行動を加入者要因と販売チャネル影響要因の関係により説明するというものである。加入者要因は先行研究において加入行動段階で影響を与えるサイコグラフィクス要因として分類した加入者の重視項目を中心にその影響を把握する。第 5 章で取り上げた消費者の需要要因や要因間関係については、第 9 章実証分析の結果と照合し、加入行動と生命保険需要決定要因及び要因間関係とのズレや対応関係を考察において取り上げられる。またサイコグラフィクス要因と販売チャネル影響要因との関係を中心に、消費者側要因と販売チャネル影響要因の関係のメカニズムを検証される。

第Ⅲ部「結論」は、第 10 章 1 章構成となっている。

第 10 章「結論」では、理論的側面、実践的側面からの研究結果がまとめられている。

理論的側面としては、生命保険加入行動のメカニズムを明らかにするために、4 つの根本課題とその根本課題を明らかにするための 17 の仮説を設定し、検証を行ったことが述べられている。

検証の結論としては、根本課題 1 では、加入者の保険知識自信度合と販売チャネルの補完的關係が加入行動に表れることが明らかにされた。この根本課題 1 が、医療保障において表れない要因を根本課題 2 が明らかにする。すなわち、需要決定のあり方（リスク認知→生命保険需要の直接関係）が加入行動に影響を与えている。根本課題 3 は、それぞれの保障領域別に需要段階の生命保険商品の想定を明らかにしており、加入行動段階での供給される商品とのズレを判別する指標となる。根本課題 4 については、専門内競合という販売チャネル側の問題が、消費者の生命保険加入行動に影響を与えていることを明らかになった。これは生命保険加入行動の脆弱性を表している。

次に、実践的側面からは、まず現状として、生命保険を貯蓄手段とする等、保険と貯蓄手段との相違の理解不足という実情が存在する。その上で、今後の方向性として、保険教育とリスク教育の連携が重要であることが指摘される。

さらに、政策的課題として、専門内競合が消費者の生命保険加入行動に影響を与え、既契約の解約・払込停止を伴う加入を増大させているという問題が指摘され、これが不利益となる事実の説明の明確化などを提言している。

## Ⅱ. 審査結果の要旨

### 1. 審査経過

政策創造研究科では、小山氏の申請を受けて、学位論文審査委員会を設置し、2017 年 2 月 9 日、小山氏からの口頭説明を受け、審査委員との質疑応答を行った。これを踏まえて、審査委員会として学位を授与することが適当であるとの結論に達した。

審査委員は以下の3名である。

石山 恒貴（法政大学政策創造研究科教授） 主査

法専 充男（日本大学国際関係学部国際総合政策学科教授） 外部委員

小峰 隆夫（法政大学政策創造研究科教授）

## 2. 評価

### 2.1 論文の成果

本論文は、「著者の生命保険業界における実務経験」「詳細な実証的計量分析」「大学院における専門的訓練」の三つが総合された結果生み出された優れた論文であるというのが、審査委員の共通した認識であった。

これまでの先行研究を踏まえると、本論文のオリジナリティとしては、次の3点が特記されよう。

第1は、消費者の保険知識自信度合いと保険選択の関係についての分析である。先行研究では、消費者の保険知識自信度合については、それが高いほど合理的行動が生ずると考え、その肯定的効果を検証するという視点に立つものが多くみられた。

これに対して本研究は、保険知識自信はあくまで主観的自信であること、消費者の経済準備が貯蓄行動に偏ることなどを照合し、保険知識自信度合の影響範囲が特定されている。すなわち、最終的に生命保険に加入する段階では、生命保険を貯蓄と想定する貯蓄目的、それと関連性の高い老後保障目的の二つの加入目的において消費者の保険知識自信度合が正の影響を与える。これに対して、生命保険を保障性的商品として想定する性格を強める（貯蓄との関連性が低下する）と、保険知識自信度合は無関係になる。そして、この保険知識の自信度合の動きとは逆に、販売チャネルが加入に影響を与える範囲は、老後保障・相続対策・介護保障・死亡保障であり、貯蓄目的との相関が正の部分である。この結果は、全体として見ると消費者の弱い部分を販売チャネルが補完していると解釈できる。

第2は、販売チャネルの選択によって、場合によっては消費者にとって不利なバイアスが生じている可能性が指摘されていることである。

すなわち、本論文では、解約・払込停止を伴う加入に対して、保険ショップというチャネルが影響しているかどうかについてのロジスティック分析結果から、保険ショップを通じて加入するものは、それ以外のチャネルを通じたものより1.75倍、既契約の解除・払込停止を伴う契約での加入になっていることが確かめられている。

これは、乗合代理店である保険ショップにとっては、既契約を解約して、他の会社での契約を獲得することがコミッションの観点から有利であるというインセンティブが作用した結果である可能性がある。この点を加入者が十分理解しているかが問われる点である。

第3は、リスク認知と生命保険需要との関係についての分析の精緻化である。先行研究では、リスク認知と生命保険需要との関係については、「リスク認知」→「経済準備意向」→「生命保険需要」というルートが想定されていた。この点について、本論文では、確か

に、このルートが作用しているが、明確性・具体性を伴うリスク認知については、直接的に生命保険需要に結びついているということを見出している。

## 2.2 残された課題

以上のように小山氏の論文は、学術的な寄与においても、また政策提言という点での寄与においても、多くの成果を認めることができる。しかし、残された課題もある。例えば、審査会では、次のような点が指摘されている。

第1は、生命保険需要の際の目的としての「リスク対処」と「貯蓄」との区分についてである。本分析ではこれを二つに区分して処理しているが、この二つは明確に区分できるものではなく、連続的に変化しているのではないかという指摘があった。

第2は、保険知識についての自信の計測についてである。本研究ではこれを各人の認識の問題として、アンケートによって把握しているが、例えば、保険知識をテストするなどの手段により、もっと客観的な指標で計測できるのではないかという指摘があった。

## 3 結論

以上のように小山浩一氏が提出した学位請求論文は、テーマ設定、分析手法と内容などのいずれの点をとっても、オリジナリティーと学術的な寄与が認められ、博士号の授与に値するものと考えられる。

本論文審査小委員会は、委員全員の一致した意見として、小山浩一氏に博士号（政策学）が授与されるべきであるとの結論に達した。