

平成 30 年 6 月 14 日現在

機関番号：32682

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K03740

研究課題名(和文) 保険商品購買時のリスク認知に関する心理学とリスクマネジメントの統合的研究

研究課題名(英文) An Integrated Study on Consumers Perceived Risks in Purchasing Insurance from the Viewpoints of Risk Management and Psychology

研究代表者

中林 真理子 (NAKABAYASHI, MARIKO)

明治大学・商学部・専任教授

研究者番号：80308056

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、保険商品販売時に提供されるリスク情報と消費者の認知構造の関係について因子分析を用いて実証的に明らかにするものである。ローリスク保険商品である自動車保険と医療保険と、ハイリスクの外貨建て保険購買時のリスク認知構造を検証し、妥当性のある尺度開発には至らなかったものの、いずれの場合でも「安心・信頼」と「コスト削減」の因子が確認され、リスクの程度が異なる保険商品に対しても共通する保険加入者のリスク認知の構造の解明につながった。また、多くの金融に関する尺度で併存的・構造的妥当性が確認できない中、金融心理尺度に関しては、妥当な測定ができていたものと確認された。

研究成果の概要(英文)：These studies aimed to clarify the relationship between risk information which consumers are given and risk perception process in purchasing insurance products. We conducted surveys of low risk (automobile, medical) and high risk (life insurance in foreign currency) insurance products. Using a factor analysis, we quantitatively investigated consumer's perceived risks in purchasing insurance from a psychological perspective. Although their validity of these factors was not confirmed, we found common factors which are valid in both high and low typed insurance. On the other hand, we developed the investment decision-making process scales regarding the purchase of financial products.

研究分野：保険学、リスクマネジメント

キーワード：保険 リスク認知

1. 研究開始当初の背景

保険商品購買時のリスク情報提供の在り方は、消費者保護をめぐる最重要課題の一つである。しかし、わが国では、監督官庁である金融庁による規制が厳格化され、保険会社もコンプライアンスのための多大な努力をしているにもかかわらず、十分な成果が挙がっていなかった。

また、金融審議会が2012年から「必要な情報が簡潔で分かりやすく提供されるための保険募集・販売の在り方」が審議され、2014年5月の保険業法改正では、保険募集にあたって「意向確認義務」と「情報提供義務」が導入され、保険商品購買時のリスク情報をどのように提供すべきかについて、より詳細で定量的な検討が求められるようになった。

2. 研究の目的

本研究は、保険商品販売時に提供されるリスク情報と消費者の認知構造の関係を明らかにし、保険商品の適正な理解と購入を支援する方法について、従来からの保険を含む金融分野からのリスクマネジメントによる研究に、心理学で頻繁に用いられる因子分析を取り入れ実証的に検証することを目的としている。

消費者が保険商品のリスクを適正に認知し理解を深め、納得して保険商品を購入できるようするため、保険商品ごとの特徴と他の金融商品との違いを考慮した上で、商品開発や説明、さらに規制のあり方についても提言を行う。

3. 研究の方法

保険商品購買時のリスクの捉え方を明確にするために、保険加入と金融行動に関して、社会人を対象としたモニター・リサーチを行った。いずれの研究においても、複数回の調査を同じ調査会社（マイボイスコム株式会社）に依頼し、被調査者が複数の調査で重複して調査に参加することを防止した。

調査の方法はweb調査で質問に対する回答を求めるものであった。調査の冒頭で調査の趣旨を理解し、調査データの提供を了承したものが調査に参加できる画面設定とすることにより、倫理面に配慮した。また、調査の参加者の個人情報調査会社により厳格に機密性が保たれた。

4. 研究成果

(1)ローリスク保険商品購買時のリスク認知構造の検証（中林担当分）

【研究1】自動車保険加入時のリスクの捉え方に関する調査

目的

保険契約者は保険加入に際して何を不安に感じるのかについてのweb調査(2012年実施「自動車保険加入時のリスクの捉え方に関する調査」)で明らかになった問題点についてさらに言及するため、第2回調査を実施し

た。結果の因子分析を行い、契約者が加入時に不安を感じ必要としている情報の具体的な内容を明らかにし、損害保険会社に求められる情報提供の在り方について言及することを目的としている。さらに中長期的には、保険募集をめぐる情報提供とそれへの規制の在り方について考察することを目的としている。

方法

金融リスクの認知構造に関する心理学的研究の成果(佐々木、2011)を援用して、自動車保険加入時に契約者が不安に感じる情報の因子構造を明確にするための調査を行った。

調査会社(マイボイスコム株式会社)を通じて行ったweb調査では、被調査者は20代~60代の社会人1070人(男性534人、女性536人、平均年齢45.1歳、SD=9.71)だった。第1回調査から導き出された後述の仮説を検証するために、第1回調査での32の質問項目の一部修正と追加により自動車保険加入時のリスク認知次元項目37項目を提示し、「全く当てはまらない」から「非常に当てはまる」までの6件法を用いて本調査となるweb調査を実施した。

結果

自動車保険加入時のリスク認知次元項目37項目について、因子分析(最尤法、プロマックス回転)を行った。スクリープロットが第3因子と第4因子の間で大きく下がっていたため、3因子までに限定し、二つ以上の因子に高い因子負荷量を示す項目が見られたため、これらを排除して、再度因子分析を行い、最終的に3因子構造が妥当であると考えた(固有値 $E=10.43, 2.91, \text{ and } 2.06$, 累積寄与率44.35%)。

第1因子は、「保険加入時には商品内容について十分な説明を受けたい」「信頼できる会社の商品を購入したい」など16項目で構成されており($=.93$)『安心・信頼』と命名した。第2因子は、「契約手続きに、あまり時間を取られたくない」「保険料は、安ければ安い方が良い」など9項目から構成されており($=.80$)『コスト削減』と命名した。第3因子は、「まわりの人がどのような保険に加入しているのか気になる」「知人からの自動車保険についての情報は役に立つと思う」など6項目で構成されており($=.80$)、『情報探索因子』と命名した。

考察

本調査では、第1回調査と同様に3因子構造が妥当との結果が得られた。そして第1回調査から導き出された「契約者にとって、加入時に商品内容について十分な説明が受けたいのは確かだが、それはどのようなサービスがあるか、また事故の際に自分が保険金を迅速に入手できるかといった直接的な情報であって、あらゆる情報について時間をかけて伝えてほしいという訳ではない」という仮説については、完全に支持されたとは言えない

いものの、完全に否定すべきでもないことを示している。

【研究 2】医療保険加入時のリスクの捉え方に関する調査

目的

高額な死亡保障へのニーズが減少する中で、医療保険が近年の新契約件数増加の中心的な要因となっている。近年では、生命保険への加入目的の最上位が「医療保障の確保」となっている実態を踏まえ、医療保障に限定した web 調査を実施し、契約者が医療保険加入時に感じる不安の内容をさらに詳細に分析する。

方法

基本的に【研究 1】での調査方法を踏襲した。これまで行ってきた自動車保険（中林・井出野・佐々木, 2015）と生命保険（中林・佐々木, 2016）での保険加入時のリスク認知次元項目をもとに、医療保険加入に感じる不安を明らかにするために 53 の質問項目を設定し、「全く当てはまらない」から「非常に当てはまる」までの 6 件法を用いて本調査となる web 調査を実施した。

調査会社（マイボイスコム株式会社）を通じて行った web 調査では、被調査者は 20 代～60 代の社会人 1033 人（男性 507 人、女性 529 人、平均年齢 44.9 歳、SD=9.55）だった。

結果

医療保険に対するリスク認知次元項目 53 項目について、因子分析（主因子法、プロマックス回転）を行った。固有値 1 基準で因子抽出し、二つ以上の因子に高い因子負荷量を示す項目を排除して、再度因子分析を行った結果、5 因子が妥当であった（固有値 E=13.3, 2.87, 1.89, 1.16 and 1.06、累積寄与率 51.22%）。第 1 因子は、「保険金請求時には迅速に保険金の支払いを受けたい」「保険金請求時の対応が手厚い保険会社の医療保険商品を選びたい」など 16 項目で構成されており（ $r = .94$ ）『よりニーズにあった医療保障の確保』と命名した。第 2 因子は、「医療保険商品に関する情報はインターネットで集めたいが、最終的には営業職員や代理店などで対面で相談して保険加入を決めたい」「医療保険加入時には保険会社の経験豊富な担当者から説明を受けたい」など 5 項目から構成されており（ $r = .82$ ）『対面販売重視』と命名した。第 3 因子は、「インターネットから得られる医療保険に関する情報は役に立つ」「医療保険加入時には、情報収集から相談、商品決定、申込みまで、すべてインターネットで行いたい」など 4 項目で構成されており（ $r = .73$ ）、『情報探索』と命名した。第 4 因子は、「医療保険に加入した後、保険料が将来的に引き上げられないか不安がある」「保険金請求時に保険会社が確実に保険金を支払えるかどうか不安である」など 4 項目で構成されており（ $r = .79$ ）、『保険加入後の不安』と命名した。第 5 因子は、「いわゆ

る「保険ショップ」で医療保険に加入したい」「いわゆる「保険ショップ」で医療保険加入についての相談をしたい」の 2 項目で構成されており（ $r = .84$ ）『「保険ショップ」と命名した。

第 1 因子に関しては、契約者は保険事故発生時に保険金を確実に迅速に入手できるかどうかに関心を持っているものの、そのために求めるのは、安心感や信頼感のある有名な生命保険会社の商品を選択することより、より自分のニーズにあっていて事故発生時の対応が手厚い商品選択を重視していると解釈できる。第 2 因子、第 3 因子、第 4 因子からは、保険加入時の情報収集と加入形態について契約者は合理的であるものの、そうとも言えない一面もあることが示されている。また、第 4 因子からは、個別の保険事故に遭遇した際の不安ではなく、保険に加入した後の環境変化の中で漠然と感じる不安があることが読み取れた。

考察

少子高齢化により社会保障財源が逼迫する中で公的保障の範囲が縮小し、ますます自助努力が求められるようになる中で、私的医療保障への期待が大きくなってきている。また、医療技術の進歩により高度医療を受けられる一方、その分の金銭的負担も増大している。このような状況を背景に、民間の医療保険と医療特約に対するニーズが一層高まっている。その反面、多様な保障が存在し、必要な保障を効率よく入手するには十分な知識が求められる。このような中で一般的な契約者が保険加入時に認識する最大の不安要因は、保険事故発生時に適切なサービスを迅速に受けられないこと、つまり、保険金を迅速に確実に受けとることができるかどうかの不安であるという点では、生命保険と変わらない。しかし、そのために契約者が求めるのは、安心感や信頼感のある有名な生命保険会社の商品を選択することより、より自分のニーズにあっていて事故発生時の対応が手厚い商品選択をすることである。

(2)ハイリスク保険商品購買時のリスク認知構造の検証（中林担当分）

【研究 3】外貨建て生命保険加入時のリスクの捉え方に関する調査

平成 27 から 28 年度に行った一般的な消費者が加入する比較的 low リスク保険商品購買時のリスク認知の構造に関する調査を受け、比較的ハイリスク保険商品購買時のリスク認知構造を明確にするための web 調査を実施した。調査では当該ハイリスク商品として外貨建て商品を選定し、これに関する調査項目を設定した。回答データに対して因子分析を行った結果、比較的 low リスク商品に関する調査結果と同様に、「安心・信頼」と「コスト削減」の因子が確認され、妥当性のある尺度開発には至らなかったものの、保険加入者のリスク認知の構造の解明につながった。この

結果に至った主な理由として、日本では死亡保険金の最低保証が設定されている場合が多く、ハイリスクと認識されにくいことが挙げられる。そして、その他の金融商品を含む先行研究を踏まえ、保険商品はリスクの程度に関わらず、金融商品の中では特に安心や信頼といった要素が特に求められるとの結論に至った。

(3)比較材料としての金融行動についての心理学的研究(佐々木担当)

【研究4】

目的

金融行動に関する測定尺度について比較検討した。研究では、心理学の金融に関する測定尺度として「お金に対する態度尺度」(原岡、1990)、「お金に対する信念尺度」(渡邊、2014)、及び「金融心理尺度」(佐々木ら、投稿中)を、経済学での金融行動に関する測定尺度として、「日常生活と金融についてのアンケート」(荒木ら、2000)と知覚リスク(原田、2003)を取り上げた。心理学分野の「お金」についての尺度は、キャッシュ(Cash:現金)とマネー(Money:貨幣)の区別なく検討されているため、金融行動全般を測定しているとはいえなかった。経済学の分野の荒木ら(2000)の尺度は、統計的妥当性が確認できず、尺度としての汎用性は乏しかった。金融心理尺度(佐々木ら、投稿中)は、マネーのみに焦点を当てて金融行動の測定尺度として開発され、構造的妥当性も併存的妥当性も確認された。しかし、実務家や投資家のデータが不足している欠点が見られた。

(4)総合考察

本研究の目的は、保険商品販売時に提供されるリスク情報と消費者の認知構造の関係を明らかにし、保険商品の適正な理解と購入を支援する方法を明らかにすることであった。(1)ローリスク保険商品購買時のリスク認知構造の検証が本研究の根幹をなす。【研究1】では自動車保険、【研究2】では医療保険加入時のリスク認知について、妥当性のある尺度開発には至らなかったものの、保険加入者のリスク認知の構造の解明につながった。これらの研究から、それまでの研究から導き出された仮説「契約者にとって、加入時に商品内容について十分な説明が受けたいのは確かだが、それはどのようなサービスがあるか、また事故の際に自分が保険金を迅速に入手できるかといった直接的な情報であって、あらゆる情報について時間をかけて伝えてほしいという訳ではない」は最終的に完全に支持されたとは言えないものの、完全に否定すべきでもないことが示された。

これに対し(2)ハイリスク保険商品購買時のリスク認知構造の検証となる【研究3】では、予想に反して比較的低リスク商品に関する調査結果と同様の、「安心・信頼」と「コスト削減」の因子が確認されることとなった。(3)【研究4】では、多くの金融に関する尺

度が併存的・構造的妥当性が確認できない中、金融心理尺度(佐々木ら、投稿中)に関しては、妥当な測定ができていたものと確認された(佐々木、2017a)。

以上の研究を通じて、改めて保険商品とその販売環境の特殊性が見出された。保険業界全体が保険実務全般についてのコンプライアンスのための取り組みを極度に強化し、保険販売時の契約者側の不安を軽減させるための対応を講じているものの、保険を購入する消費者が不安と感じる事柄にはズレがあると考えられる。このような消費者に最良のサービスを提供するために必要なコンプライアンスの在り方に対するこれまでの検討は、定性的な指摘がほとんどで、結果的に十分な説得力を持たなかった。これに対し、リスク認知を切り口に定量的手法による実証分析を行ったことは、理論的根拠が確かな政策提言につながると言える。

そして、研究を総括するにあたり、研究実施期間を通じて進行中の保険監督指針の根本的な変化が本研究にもたらした影響について検討した。ルールからプリンシパルベースに監督に変化し、「顧客本位の業務運営」がさらに強化され、保険販売従事者が販売時に行う説明が加入者に与える影響がより強まっている。このため、心理学で頻りに用いられる因子分析によって、保険加入者のリスク認知構造を明確にすると同時に、保険販売従事者の保険販売時の意識についても改めて確認すべきという新たな問題意識が生じた。そこで中林が平成 29 年度後半に行った「生命保険販売従事者の倫理的課題についての調査」の中に保険販売時の課題に関する質問項目を組み込み、保険販売時の説明が加入者のリスク認知に与える影響を確認する一助としている。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計4件)

- (1)中林真理子・井出野尚・佐々木美加 自動車保険加入時のリスク認知に関する調査～再考～、損害保険研究、Vol. 77、2015、1 - 17 (査読有)
- (2)中林真理子 医療保険加入時のリスクの捉え方に関する一考察、生命保険論集、生命保険文化センター設立 40 周年禁煙特別号(), 2016、177 - 199 (査読無)
- (3)佐々木美加 金融行動に関する心理学的研究についての考察、明治大学教養論集、Vol. 523、2017a、11 - 27 (査読無)
- (4)佐々木美加 金融行動に関する諸尺度による投資の予測、明治大学教養論集、Vol. 527、2017b、55 - 65 (査読無)

〔学会発表〕(計4件)

- (1)Mariko Nakabayashi Education for the Life Insurance Sales Professionals in

the Super-Aged Japanese Society, 2015
Global Forum for Financial Consumers ,
Jeju National University, Nov. 1,
South-Korea (査読有)

(2)佐々木美加・中林真理子・瀧川裕貴 個人
の金融行動に関する心理学的モデルの検
討：金融行動尺度の多母集団分析、行動経済
学会第9回大会、2015年11月28日-11月29
日、近畿大学、(査読有)

(3)佐々木美加・瀧川裕貴 投資態度とリス
ク下意思決定のフレーミング効果、日本心理
学会第81回大会、2017年9月20日-22日 久
留米シティプラザ(福岡県)、(査読有)

(4)中林真理子 生命保険販売従事者の倫理
的課題、明治大学先端数理科学インスティ
テュート(MIMS)共同研究集会「保険やリス
ク管理についての共同研究集会」、2018年1月
21日、明治大学中野キャンパス(査読無)

6. 研究組織

(1)研究代表者

中林 真理子 (NAKABAYASHI MARIKO)

明治大学・商学部・教授

研究者番号：80308056

(2)研究分担者

佐々木 美加 (SASAKI MIKA)

明治大学・商学部・教授

研究者番号：90337204