

2021年10月21日

報道関係各位

SBI 損害保険株式会社

SBI インシュアランスグループ  
アンケートシリーズ⑥

**新型コロナウイルスによる自動車と自動車保険に対する意識の変化についての調査を実施  
～保険料が手頃な保険会社に乗り換えたい人が増加～**

SBI インシュアランスグループの事業会社6社は、昨年引き続き各社の特性に合わせたアンケート調査を実施いたしました。

SBI 損害保険株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：五十嵐正明、以下「SBI 損保」）では、新型コロナウイルスによる自動車と自動車保険に対するこの一年間での意識の変化についてアンケート調査を行い、概要を以下の通りまとめました。

#### ■調査結果のサマリー

##### ●新型コロナウイルスの影響で自動車保険を見直そうと思った人は26.9%に増加。

この一年間、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で自動車保険を見直そうと思った人は26.9%で、昨年の21.0%から5.9ポイント増加した。どのように自動車保険を見直したいかという質問に対しては、昨年同様「保険料を減らすため保険会社を替えた（替えたい）」が最多で57.7%、次いで「保険料を減らすため補償内容を変更したい（変更した）」が43.6%という結果となり、補償を手厚くするより保険料を抑えたいと考える人が多いことがわかった。【調査1・参考資料p.1参照】

##### ●自動車保険に対する意識の変化は「保険料が手頃な自動車保険に乗り換えたい」が最多で、20.6%に増加。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で自動車保険への加入の意識が変わった人は38.8%で、そのうちの20.6%は「保険料が手頃なものに乗り換えたい」と考えており、昨年の18.0%より2.6ポイント増加した。2番目に多かったのも昨年と同じく「人に会わずにインターネットで手続きを完了させたい（14.0%）」で、節約傾向と非対面での手続き需要が引き続き高いことが確認された。【調査1・参考資料p.2参照】

##### ●車の使用頻度で変化が大きかったのは昨年に引き続き「買い物やプライベートでの使用」で45.3%。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で車の使用頻度は変わったか目的別で質問をした。そうしたところ、「買い物やプライベートでの使用」は45.3%の人に使用頻度の変化があったことがわかった。昨年に引き続き「通勤・通学での使用（20.0%）」、「仕事での使用（18.6%）」と比較すると倍以上の人がプライベートでの使用頻度に変化があったことがわかる。【調査1・参考資料p.3参照】

##### ●保険会社とのコンタクトは半数近くが「電話（対保険会社社員）」を望むと回答。

保険会社とのコンタクト手段はどのようなものを望むか聞いたところ、「電話（対保険会社社員）」が45.3%で最多。次いで「メール」が35.2%、ようやく3番目で「店舗での対面（24.7%）」と対面でのコンタクトが登場する結果となった。4番目以降の回答は「チャット（対保険会社社員）（15.0%）」「自宅での対面（12.3%）」と続くが、総じて従来親しまれてきたコンタクト方法を望む人が多いことがわかった。【調査1・参考資料p.4

参照】

●この一年間で「車の購入・買い替えを決めた」人は昨年より増加し、「中止、または延期」した人は減少。新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で車の購入・買い替え意識に変化があったか聞いたところ、「購入・買い替えを決めた」人が7.5%で、昨年の4.9%よりも増えていることが判明した。一方、「購入・買い替えの予定を延期した」は2.3ポイントの減少、「購入・買い替えを中止した」人は0.9ポイント減少しており、昨年よりも新型コロナウイルスは買い控えよりも購入需要に影響していることがわかった。【調査2・参考資料 p.5 参照】

【調査1】 調査概要

調査タイトル	自動車と自動車保険に関するアンケート
調査期間	2021年10月1日（金）～2021年10月2日（土）
前回調査期間	2020年9月1日（火）～2020年9月2日（水）
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	自分名義の自動車を所有する全国の20歳～69歳の男女
有効回答数	1,107名
前回有効回答数	1,108名

【調査2】 調査概要

調査タイトル	自動車に関するアンケート
調査期間	2021年10月1日（金）～2021年10月2日（土）
前回調査期間	2020年9月1日（火）～2020年9月8日（火）
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	全国の20歳～69歳の男女
有効回答数	1,100名
前回有効回答数	1,086名

前回の調査結果は[こちら](#)

#### ◆SBI 損保について

SBI 損保は総合的な保険事業を展開する SBI インシュアランスグループの一員で、「新しい時代に、新しい保険を」という企業理念のもと、最先端の保険商品と最高水準のお客さまサービスを提供してまいります。テクノロジーの力で新たな価値を創造し、SBI グループ各社のシナジーで更なる飛躍に向けチャレンジし続けます。

#### 【 会社概要 】

商号	SBI損害保険株式会社
所在地	東京都港区六本木1-6-1
設立	2006年6月1日
資本の額	409億円（うち資本金205億円、資本準備金204億円）
事業内容	損害保険業
URL	<a href="https://www.sbisonpo.co.jp/">https://www.sbisonpo.co.jp/</a>

#### ◆SBI インシュアランスグループについて

SBI インシュアランスグループは、日本のインターネット金融のパイオニアである SBI グループの保険事業を担う企業グループです。保険持株会社である SBI インシュアランスグループ株式会社のもと、SBI 損保を含む事業会社 7 社が一体となって総合的な保険事業を展開しています。

「顧客中心主義」の徹底という基本方針のもと、保険分野におけるさまざまな付加価値を創造し、さらなる顧客基盤の拡大を続けることで企業価値の向上に努めます。

<本プレスリリースに関するお問い合わせ先>

SBI 損害保険株式会社 経営企画部 広報室

TEL : 03-6850-7830

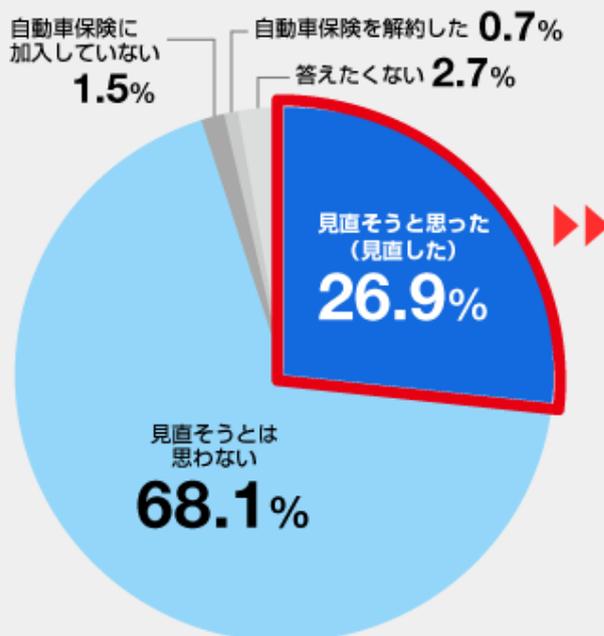
(参考資料)

■「この一年間での、新型コロナウイルスによる自動車と自動車保険に対する意識の変化に関する調査」に関する調査結果の詳細

(1) 新型コロナウイルスの影響で自動車保険を見直そうと思った人は 26.9%に増加。

この一年間、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で自動車保険を見直そうと思った人は 26.9%で、昨年の 21.0%から 5.9 ポイント増加した。どのように自動車保険を見直したいかという質問に対しては、昨年同様「保険料を減らすため保険会社を替えた(替えたい)が最多で 57.7%、次いで「保険料を減らすため補償内容を変更したい(変更した)」が 43.6%という結果となり、補償を手厚くするより保険料を抑えたいと考える人が多いことがわかった。

この一年間、新型コロナウイルス感染拡大の影響であなたは自動車保険を見直そうと思いましたか。(見直しましたか) (n=1,107)

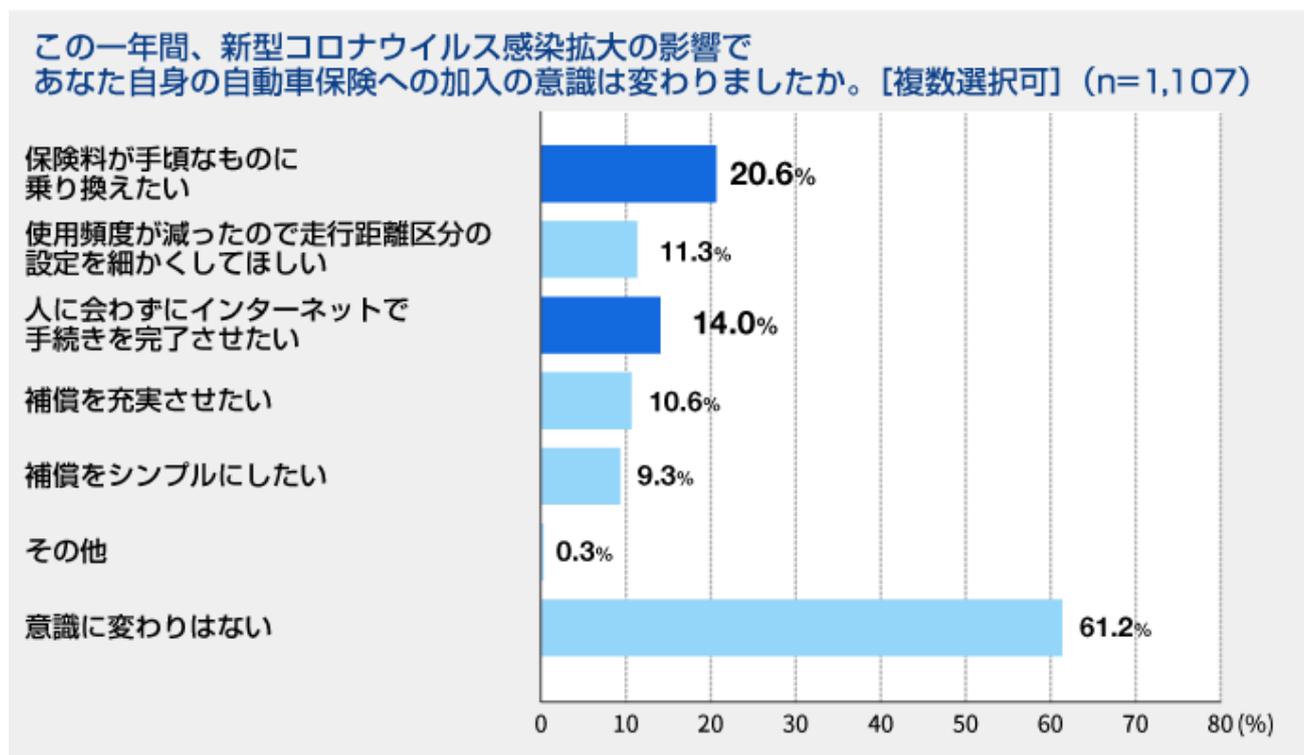


この一年間、あなたはどのように自動車保険を見直そうと思いましたか。(見直しましたか) [複数選択可] (n=298)



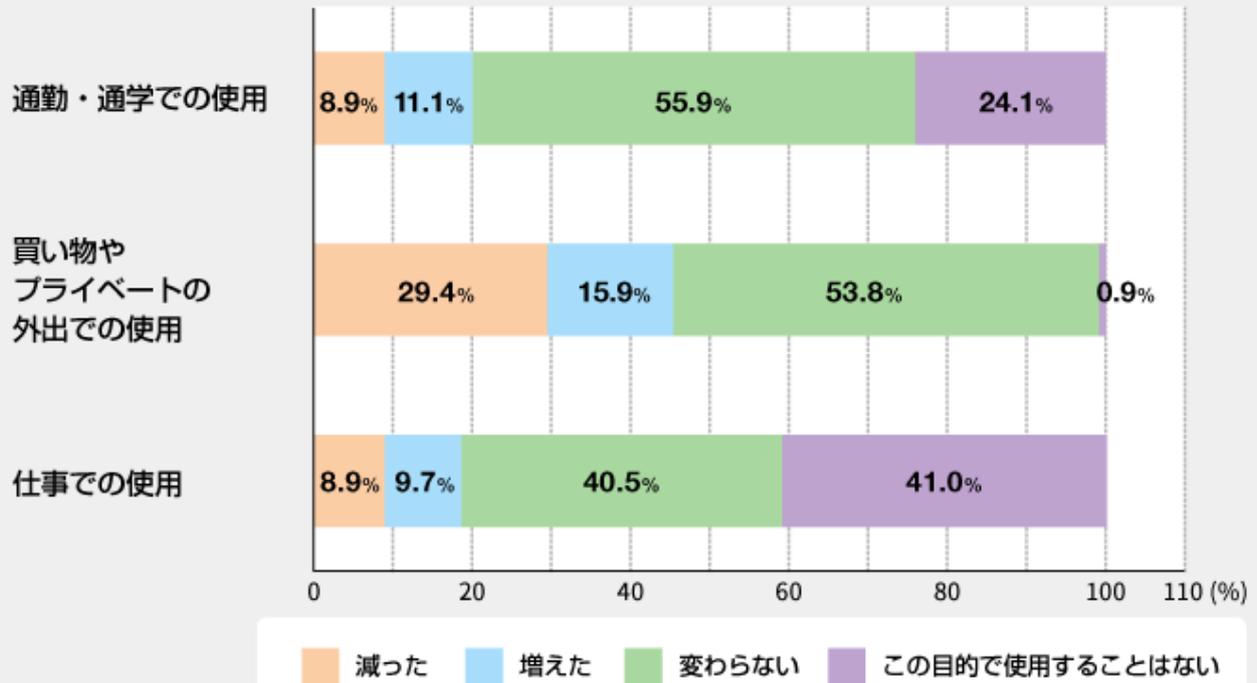
(2) 自動車保険に対する意識の変化は「保険料が手頃な自動車保険に乗り換えたい」が最多で、20.6%に増加。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で自動車保険への加入の意識が変わった人は38.8%で、そのうちの20.6%は「保険料が手頃なものに乗り換えたい」と考えており、昨年18.0%より2.6ポイント増加した。2番目に多かったのも昨年と同じく「人に会わずにインターネットで手続きを完了させたい(14.0%)」で、節約傾向と非対面での手続き需要が引き続き高いことが確認された。



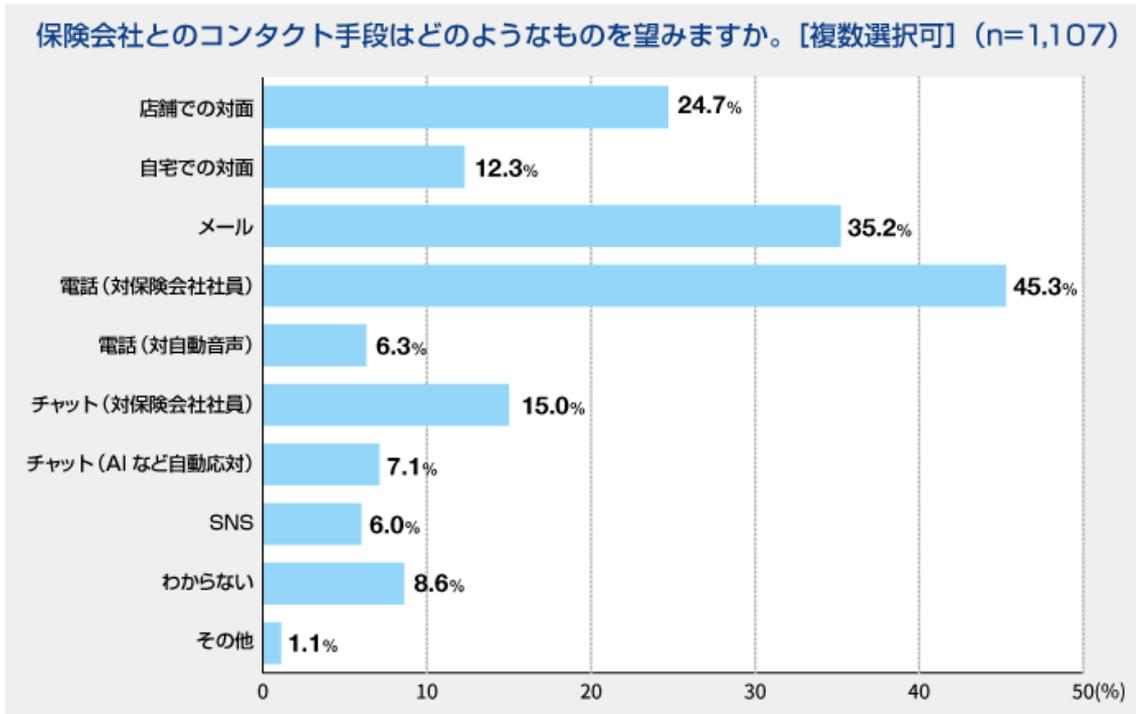
(3) 車の使用頻度で変化が大きかったのは昨年に引き続き「買い物やプライベートでの使用」で45.3%。新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で車の使用頻度は変わったか目的別で質問をした。そうしたところ、「買い物やプライベートでの使用」は45.3%の人に使用頻度の変化があったことがわかった。昨年に引き続き「通勤・通学での使用(20.0%)」、「仕事での使用(18.6%)」と比較すると倍以上の人がプライベートでの使用頻度に変化があったことがわかる。

この一年間、新型コロナウイルス感染拡大の影響であなたの車の使用目的は変わりましたか。(n=1,107)

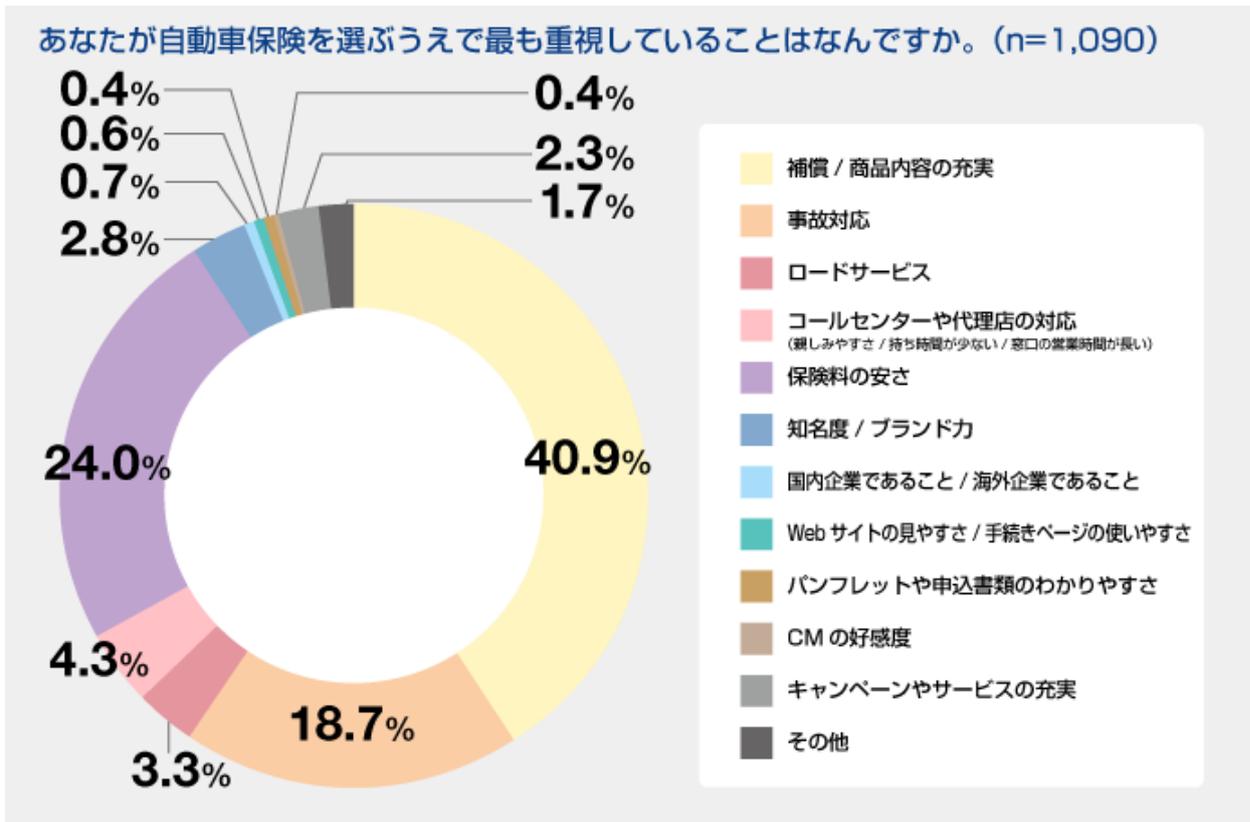


(4) 保険会社とのコンタクトは半数近くが「電話（対保険会社社員）」を望むと回答。

保険会社とのコンタクト手段はどのようなものを望むか聞いたところ、「電話（対保険会社社員）」が45.3%で最多。次いで「メール」が35.2%、ようやく3番目で「店舗での対面（24.7%）」と対面でのコンタクトが登場する結果となった。4番目以降の回答は「チャット（対保険会社社員）（15.0%）」「自宅での対面（12.3%）」と続くが、総じて従来親しまれてきたコンタクト方法を望む人が多いことがわかった。

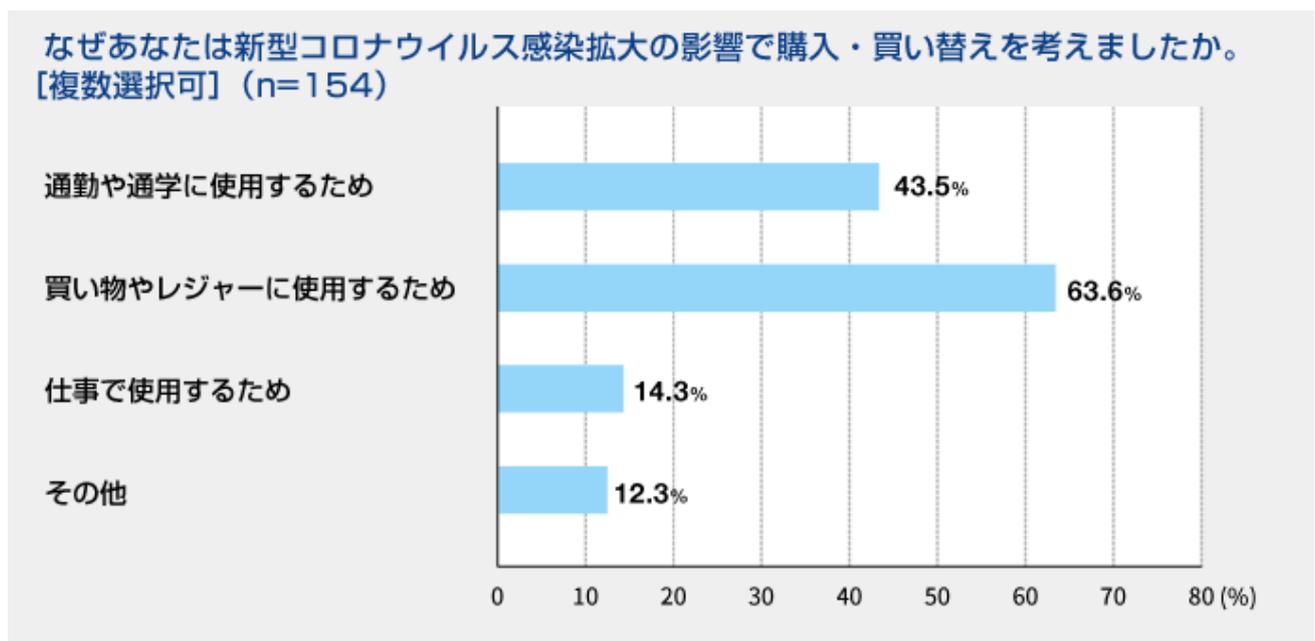
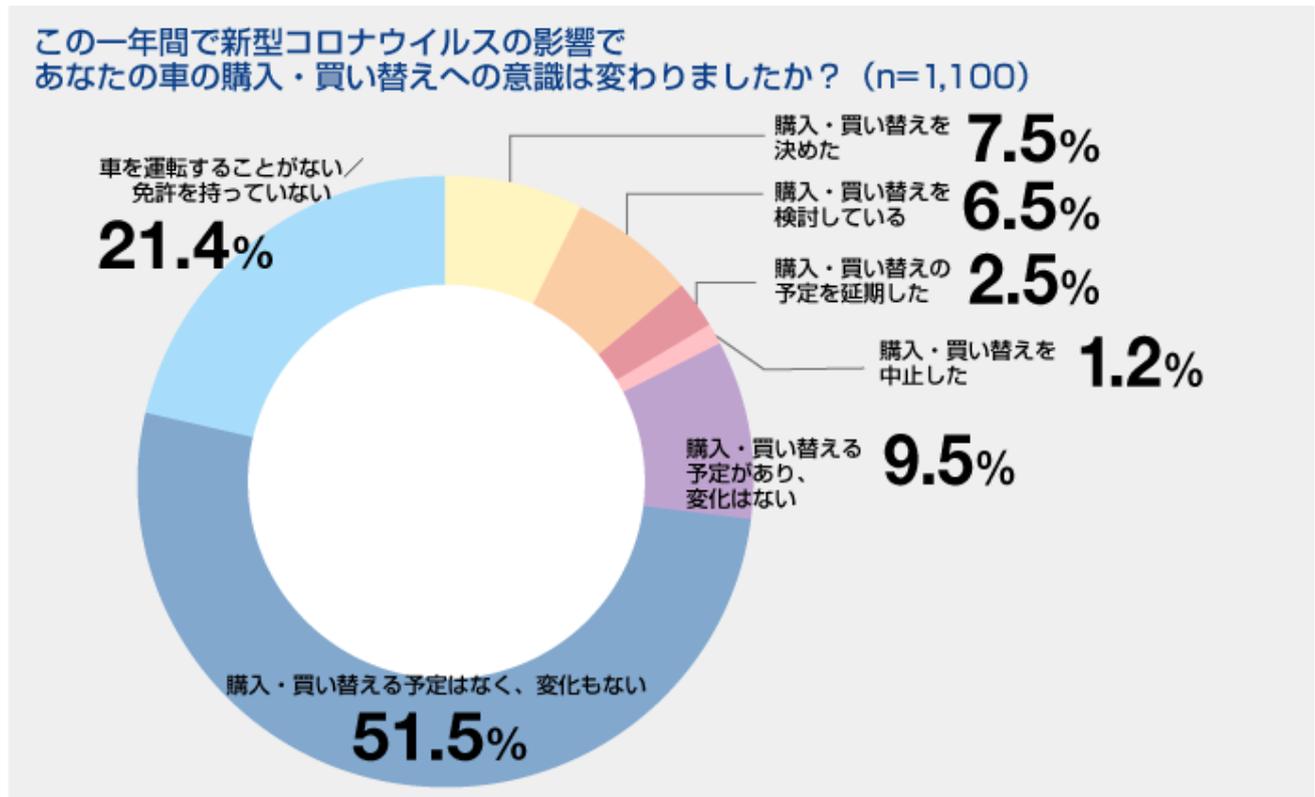


自動車保険を選ぶうえで最も重視していることを聞いたところ、最も多い回答は「補償／商品内容の充実（40.9%）」、次いで「保険料の安さ（24.0%）」、「事故対応（18.7%）」となった。



(5) この一年間で「車の購入・買い替えを決めた」人は昨年より増加し、「中止、または延期」した人は減少。

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で車の購入・買い替え意識に変化があったか聞いたところ、「購入・買い替えを決めた」人が7.5%で、昨年の4.9%よりも増えていることが判明した。一方、「購入・買い替えの予定を延期した」は2.3ポイントの減少、「購入・買い替えを中止した」人は0.9ポイント減少しており、昨年よりも新型コロナウイルスは買い控えよりも購入需要に影響していることがわかった。



なぜあなたは新型コロナウイルス感染拡大の影響で車の購入・買い替えを延期・中止したのですか。[複数選択可] (n=41)

