

就業不能保険等の加入実態

主任研究員 大沼 八重子

目次

はじめに	3. 考察
1. 就業不能保険等加入率	おわりに
2. アンケート調査結果	

はじめに

令和3年12月に公表された（公財）生命保険文化センターの「生命保険に関する全国実態調査」によれば、生活障害・就業不能保障保険・共済および特約（以下、「就業不能保険等」と言う。）の世帯加入率は3年前の前回調査（前回12.0%）と比べ増加し、18.4%、2割近くとなった¹。

近年、生命保険会社や共済団体（以下、「生命保険会社等」と言う。）で販売が相次ぎ、このように加入者の増加もみられる就業不能保険等であるが、実際どのような人で加入が進んでいるのだろうか。本稿では、当研究所が令和4年10月に実施した「就業不能保険等加入者調査」をもとに、就業不能保険等の加入者の属性および加入行動等を明らかにすることとしたい。

調査概要については、以下のとおりである。

- ・調査対象：全国の20～59歳の男女個人で、令和元年度以降の就業不能保険等加入者
- ・調査手法：インターネット調査
- ・有効回収数：1,049サンプル（男性735名、女性314名）

1. 就業不能保険等加入率

はじめに、当研究所が対象者を抽出するために実施した事前調査から、就業不能保険等の加入者の割合はどの程度かを確認する。

令和元年度から令和4年9月末までに生命共済・保険へ加入した人1万9,042名に、加入した生命共済・保険種類について尋ねたところ、「病気・ケガへの備え」が73.9%で最も多く、次いで「遺された家族への備え」が34.4%、「三大疾病・生活習慣病への備え」が26.9%、「働けなくなることへの備え」が16.7%、「老後への備え」が15.1%、「介護への備え」が11.9%であった。3年半の間に生命共済・保険に新規加入した人のうち、就業不能保険等加入者は16.7%を占め、前述の生命保険文化センターの調査による世帯加入率（18.4%）に概ね近い結果となった。また、就業不能保険等の新規加入率は、老後への備えや介護への備えよりも高く、加入の拡がりが見える。

1 （公財）生命保険文化センター「2021（令和3）年度 生命保険に関する全国実態調査」（2021年12月発行）（調査対象／全国（400地点）の世帯員2人以上の一般世帯、調査方法／留置調査（訪問留置、訪問回収法）、調査時期／2021（令和3）年4月10日～5月16日、回収数／4,000）

(図表 1) 性別・年齢別

(単位:%)

	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40-44歳	45-49歳	50-54歳	55-59歳
男性(n=735)	0.7	3.4	5.0	10.6	16.6	25.6	21.9	16.2
女性(n=314)	3.2	5.1	13.1	15.6	20.4	17.5	16.6	8.6

(出典) アンケート調査結果より筆者作成。以下の図表(2～13)も筆者作成。

(図表 2) 未既婚・子どもの有無

(単位:%)

		未婚	既婚	既婚(配偶者あり)		離別等			
				子なし	子あり		子なし	子あり	
全体(N=1,049)		31.6	68.4	55.6	12.1	43.5	12.9	3.1	9.8
男性	全体(n=735)	30.1	69.9	59.7	11.4	48.3	10.2	2.2	8.0
	20歳代(n=30)	76.7	23.3	23.3	20.0	3.3	-	-	-
	30歳代(n=115)	24.3	75.7	67.0	10.4	56.5	8.7	2.6	6.1
	40歳代(n=310)	34.5	65.5	57.4	11.0	46.5	8.1	1.6	6.5
	50歳代(n=280)	22.5	77.5	63.2	11.4	51.8	14.3	2.9	11.4
女性	全体(n=314)	35.0	65.0	45.9	13.7	32.2	19.1	5.1	14.0
	20歳代(n=26)	65.4	34.6	34.6	15.4	19.2	-	-	-
	30歳代(n=90)	40.0	60.0	52.2	15.6	36.7	7.8	3.3	4.4
	40歳代(n=119)	26.1	73.9	47.1	16.0	31.1	26.9	5.9	21.0
	50歳代(n=79)	32.9	67.1	40.5	7.6	32.9	26.6	7.6	19.0

(注) 離別等は、死別を含む。

2. アンケート調査結果

(1) 加入者の属性的特徴

① 性別・年齢別

ここからは、本調査の結果から、加入者の属性等をみていく。

まず、加入者の性別についてみると、男性が70.1%、女性が29.9%で男性が多く、男性は女性の2倍以上となっている。性別・年齢別にみると、男性は「45～49歳」が25.6%で最も多く、次いで「50～54歳」が21.9%、「40～44歳」が16.6%、「55～59歳」が16.2%となっている(図表1)。一方、女性は「40～44歳」が20.4%で最も多く、「45～49歳」が17.5%、「50～54歳」が16.6%、「35～39歳」が15.6%で続いている。

② 未既婚・子どもの有無

全体について、未既婚別にみると、「既婚」が68.4%、「未婚」が31.6%であり、「既婚」は「既婚(配偶者あり)」が55.6%を占める(図表2)。子どもの有無別では、「既婚(配偶者

あり)・子あり」が43.5%であり、全体ではファミリー世帯の加入が多い。

男女別に未既婚についてみると、男女とも「既婚(配偶者あり)」が最も多く(男性69.9%、女性65.0%)、これを子どもの有無別でみると、「子あり」は男性が48.3%、女性が32.2%であり、男性はファミリー世帯が約半数となっている。

さらに、年齢別にみると、「既婚(配偶者あり)・子あり」は男女とも30歳代(男性56.5%、女性36.7%)において割合が最も高い。保障中核層における、ファミリー世帯での加入の拡がりが見えてくる。また、既婚のうち、女性は「離別等(死別を含む)」の割合が19.1%であり、男性の10.2%と比べ2倍近くとなっている。この「女性・離別等」について年齢別にみると、40歳代・50歳代において、ともに約3割弱(順に26.9%、26.6%)を占め、特に「女性・離別等・子あり」が40歳代で21.0%、50歳代で19.0%となっており、

(図表 3) 夫婦の就労状況

(単位:%)

			共働き	片働き
既婚・ 配偶者 あり	男性	子なし(n=84)	76.2	23.8
		子あり(n=335)	82.8	16.1
	女性	子なし(n=43)	90.7	7.0
		子あり(n=101)	88.1	7.9

(※) 本人が無職を含む。夫婦のいずれかが「無職(専業主婦を含む)」である場合を片働きとした。

(図表 4) 親との同居状況(未婚者)

(単位:%)

		親と同居	親と別居
			独居(「親と別居」に占める割合)
未婚	男性(n=221)	48.0	52.0 48.4 (93.1)
	女性(n=110)	43.6	56.4 50.0 (88.7)

(図表 5) 本人の職業、本人年収(既婚・配偶者ありのみ世帯年収)

(単位:%)

			本人の職業					年収(既婚・配偶者ありのみ世帯年収)				
			正規社員	非正規社員	自営業	パート・アルバイト	無職・専業主婦	400万円未満	400～600万円未満	600～1,000万円未満	1,000万円以上	わからない
男性	既婚	未婚(n=221)	77.4	5.4	8.1	6.8	2.3	26.7	28.5	22.6	8.6	13.6
		配偶者あり(n=439)	91.6	1.8	5.7	0.5	0.5	5.9	16.9	39.6	29.4	8.2
		離別等(n=75)	82.7	6.7	9.3	-	1.3	21.3	37.3	28.0	5.3	8.0
女性	既婚	未婚(n=110)	66.4	15.5	0.9	14.5	2.7	37.3	20.0	10.9	5.5	26.4
		配偶者あり(n=144)	57.6	9.0	4.9	20.8	7.6	10.4	18.1	34.7	22.2	14.6
		離別等(n=60)	46.7	16.7	6.7	18.3	11.7	48.3	18.3	15.0	1.7	16.7

(※) 年収のみ、セグメントごとに、最も高い数値に網掛け

シングルマザーの加入が少なくないことがみてとれる。

なお、「未婚」は男性が30.1%、女性が35.0%で約3割であり、独身男女加入者の一定程度の拡がりも確認できる。

③ 夫婦の就労状況、未婚者の親との同居状況

「既婚(配偶者あり)」について、夫婦の就労状況を見ると、男女とも子の有無に関わらず7～9割が「共働き」となっている(図表3)。

また、「未婚者」について、親との同居状況をみると、「親と同居」は男性が48.0%、女性が43.6%、「親と別居」は男性が52.0%、女性が56.0%となっており、「親と別居」が少し上回るものの、親との同居状況に大きな差はみられない(図表4)。なお、「親と別居」の約9割が独居となっている。

④ 職業、本人年収(夫婦世帯は世帯年収)

本人の職業について、性別・未既婚別でみ

ると、いずれも正規社員が多く、男性が7～9割、女性が4～6割となっている(図表5)。ただし、女性は、「女性・未婚」「女性・既婚(離別等)」において「非正規社員」(順に15.5%、16.7%)および「パート・アルバイト」(同14.5%、18.3%)が少なくなく、年収は「400万円未満」(順に37.3%、48.3%)が最も多い。所得がそれほど高くない世帯での加入も進んでいることがうかがえる。

(2) 加入先保険会社・加入チャネル

① 加入先保険会社

加入先保険会社についてみると、「大手生保」が43.7%で最も多く、次いで「外資系生保」が14.2%、「損保系生保」が10.9%、「中堅等生保」が9.4%、「異業種系生保」が7.1%となっている(図表6)。「大手生保」および「中堅等生保」をあわせた国内の大手・中堅

(図表 6) 加入先保険会社

(N=1,049、単位:%)

大手・中堅等生保	大手生保	43.7	異業種系生保	7.1
	中堅等生保	9.4	共済団体	4.9
外資系生保		14.2	その他	3.1
損保系生保		10.9	不明	6.9

(注) 生保の会社区分は、以下の通りとした(区分には、就業不能保険等の取扱いのない会社も含む)。

(大手生保) 日本、明治安田、第一、住友

(中堅等生保) 太陽、大樹、大同、富国、朝日、第一フロンティア、ニッセイウェルス、T&Dフィナンシャル、フコクしんらい、ネオファースト、メディケア、はなさく、なないろ

(外資系生保) メットライフ、アフラック、ジブラルタ、アクサ、ブルデンシャル、エヌエヌ、マニユライフ、FWD、PGF、クレディ・アグリコル、チューリッヒ、カーディフ、アクサダイレクト

(損保系生保) 東京海上日動あんしん、三井住友海上プライマリー、三井住友海上あいおい、SOMPOひまわり
(異業種系生保) ソニー、オリックス、SBI、イオン・アリアンツ、ライフネット、楽天、みどり

等生保は53.1%であり、半数以上である。

② 加入チャンネル

加入チャンネルについてみると、全体では「対面チャンネル」が88.1%、「非対面チャンネル」が11.9%であり、訪問等による対面での提案を受けて加入する「対面チャンネル」が約9割を占めている(図表7)。加入チャンネルの詳細は、「保険会社・共済団体の外交員・窓口」が

(図表 7) 加入チャンネル

(N=1,049、単位:%)

対面チャンネル		88.1
保険会社・共済団体の外交員・窓口		47.8
職場を通じて		13.3
保険ショップ(乗合代理店)		13.2
1社専属の「保険ショップ・保険代理店」		6.8
独立系ファイナンシャル・プランナー等		4.5
銀行や郵便局の外交員・窓口		2.6
非対面チャンネル		11.9
インターネットを通じて		8.6
申込書を郵送		3.3

47.8%で最も多く、「職場を通じて」が13.3%、「保険ショップ(乗合代理店)」が13.2%となっている。

また、未既婚別にみると、いずれも「保険会社・共済団体の外交員・窓口」が第1位であり、就業不能保険等は生命保険会社等の営業職員や窓口を通じての加入がメインとなっている(図表8)。同チャンネルは、「女性・既婚(離別等)」で58.3%、約6割を占めるなど、幅広い層に積極的にアプローチしていることもうかがえる。なお、「インターネットを通じて」は「男性・未婚」で第3位、10.4%であり、非対面チャンネルは独身男性で多い。

(図表 8) 未既婚別・加入チャンネル

			第1位	第2位	第3位
男性	未婚(n=221)		保険会社・共済団体の外交員・窓口(50.2%)	職場を通じて(15.4%)	インターネットを通じて(10.4%)
	既婚	配偶者あり(n=439)	保険会社・共済団体の外交員・窓口(43.3%)	保険ショップ(乗合代理店)(15.7%)	職場を通じて(14.1%)
		離別等(n=75)	保険会社・共済団体の外交員・窓口(52.0%)	職場を通じて(16.0%)	保険ショップ(乗合代理店)(10.7%)
女性	未婚(n=110)		保険会社・共済団体の外交員・窓口(50.0%)	保険ショップ(乗合代理店)(11.8%)	職場を通じて(9.1%)
	既婚	配偶者あり(n=144)	保険会社・共済団体の外交員・窓口(49.3%)	保険ショップ(乗合代理店)(13.9%)	職場を通じて(12.5%)
		離別等(n=60)	保険会社・共済団体の外交員・窓口(58.3%)	保険ショップ(乗合代理店)(15.0%)	職場を通じて、1社専属の「保険ショップ・保険代理店」(6.7%)

(3) 加入検討プロセス

① 加入検討のきっかけ

加入検討のきっかけについて、加入チャネル別にみると、「保険会社・共済団体の外交員・窓口」からの加入者は「共済・保険各社の外交員・窓口の勧誘」が36.3%で最も多い（図表9）。また、「保険ショップ（乗合代理店）」からの加入者は、「結婚・出産」および「テレビCMなど広告・宣伝等から興味をも

って」がともに23.2%で最も多く、次いで「災害や感染症などで一時的に就業できなくなる事態が多く発生しているため」が20.3%となっており、コロナ禍の影響もうかがえる結果となっている。なお、独立系ファイナンシャル・プランナー等は、「結婚・出産」が42.6%で突出し、新生活に向けた生活設計等への適切なアドバイスを求めて利用が進んでいるものと推察される。

（図表9）加入チャネル別・加入検討のきっかけ（複数回答）

		第1位	第2位	第3位
対面チャネル	保険会社・共済団体の外交員・窓口(n=501)	共済・保険各社の外交員・窓口の勧誘(36.3%)	結婚・出産(18.8%)	身近な人や職場の勧め(17.6%)
	職場を通じて(n=140)	身近な人や職場の勧め(33.6%)	結婚・出産(19.3%)	就職・転職(17.1%)
	保険ショップ（乗合代理店）(n=138)	結婚・出産、テレビCMなど広告・宣伝等から興味をもって(23.2%)	災害や感染症などで一時的に就業できなくなる事態が多く発生しているため(20.3%)	身近な人や職場の勧め、自分や身近な人が病気やケガで仕事ができなくなったこと(19.6%)
	1社専属の「保険ショップ・保険代理店」(n=71)	共済・保険各社の外交員・窓口の勧誘(25.4%)	就職・転職(21.1%)	結婚・出産(19.7%)
	独立系ファイナンシャル・プランナー等(n=47)	結婚・出産(42.6%)	テレビCMなど広告・宣伝等から興味をもって、銀行や郵便局の外交員・窓口の勧誘(17.0%)	身近な人や職場の勧め(14.9%)
チャネル	インターネットを通じて(n=90)	身近な人や職場の勧め、テレビCMなど広告・宣伝等から興味をもって(26.7%)	自分や身近な人が病気やケガで仕事ができなくなったこと(24.4%)	就職・転職(21.1%)

（図表10）未婚・既婚別・加入した理由（複数回答）

			第1位	第2位	第3位
男性	既婚	未婚(n=221)	預貯金等では不十分(29.0%)	頼れる人がいない(24.9%)	公的保障だけでは不十分(22.2%)
		配偶者あり(n=439)	家族の生活を守るため(52.2%)	住宅ローン等で家計が苦しくなるため(37.5%)	預貯金等では不十分(24.8%)
		離別等(n=75)	預貯金等では不十分(29.3%)	頼れる人がいない(26.7%)	公的保障だけでは不十分、住宅ローン等で家計が苦しくなるため、家族の生活を守るため(25.3%)
女性	既婚	未婚(n=110)	頼れる人がいない(37.3%)	生活設計のため(30.9%)	住宅ローン等で家計が苦しくなるため(28.2%)
		配偶者あり(n=144)	住宅ローン等で家計が苦しくなるため(37.5%)	家族の生活を守るため(34.0%)	預貯金等では不十分(28.5%)
		離別等(n=60)	頼れる人がいない、家族の生活を守るため(31.7%)	公的保障だけでは不十分(28.3%)	住宅ローン等で家計が苦しくなるため(25.0%)

一方、「インターネットを通じて」からの加入者は、「身近な人や職場の勧め」および「テレビCMなど広告・宣伝等から興味をもって」が26.7%で最も多く、「自分や身近な人が病気やケガで仕事ができなくなったこと」が24.4%、「就職・転職」が21.1%で続いている。非対面チャネルからの加入者は、身近な人や広告媒体から商品情報を提供されたことが加入検討のきっかけとなっているようである。

② 加入した理由

加入した理由について、未既婚別にみると、「既婚（配偶者あり）」は、男女とも、上位が「家族の生活を守るため」「住宅ローン等で家計が苦しくなるため」となっている（図表10）。一方、「未婚」は「預貯金等では不十分」「頼れる人がいない」「離別等」は「預貯金等が不十分」「頼れる人がいない」「家族の生活を守るため」といった理由が上位であり、未既婚別にみた加入理由には差異がみられる。

(4) 生命共済・保険の加入状況

就業不能保険等加入者が加入している保険種類から、「死亡保障」と「医療・がん保障」の組合せを未既婚別にみた。「既婚（配偶者あ

り）」は子の有無に関わらず、「就業不能保障＋死亡保障＋医療・がん保障」が「男性」で約7～8割、「女性」で約6割となっている（図表11）。一方、「未婚」は、「就業不能保障＋死亡保障＋医療・がん保障」が、男性で約5割、女性で約3割であり、「既婚」と比べ、死亡保障商品への加入割合が低い。特に、「女性・未婚」は、「就業不能保障＋医療・がん保障」が55.5%、生存保障に重点をおいた者が半数以上を占める。

(5) 契約内容確認活動を受けた経験

生命保険会社や共済団体がアフターフォローの活動として、加入後にサービス・情報提供などを行う契約内容確認活動（以下、「確認活動」と言う。）を受けた経験について尋ねた。確認活動について「受けたことがある」は65.9%、「ほぼ毎年受けている」が40.3%となっている（図表12）。加入チャネル別にと、保険会社・共済団体の外交員・窓口からの加入者は「受けたことがある」が76.9%、「ほぼ毎年受けている」が52.5%となっている。

（図表11） 加入している共済・保険種類の組合せ

(単位:%)

			就業不能保障	就業不能保障＋死亡保障	就業不能保障＋医療・がん保障	就業不能保障＋死亡保障＋医療・がん保障
男性	既婚	未婚(n=221)	3.6	4.1	39.8	52.5
		配偶者あり(n=439)	1.4	2.3	13.0	83.4
		子なし(n=84)	2.4	2.4	20.2	75.0
		子あり(n=355)	1.1	2.3	11.3	85.4
		離別等(n=75)	1.3	2.7	36.0	60.0
女性	既婚	未婚(n=110)	7.3	0.9	55.5	36.4
		配偶者あり(n=144)	2.8	6.3	27.1	63.9
		離別等(n=60)	-	3.3	35.0	61.7
		子あり(n=44)	-	4.5	27.3	68.2

(図表12) 契約内容確認活動を受けた経験

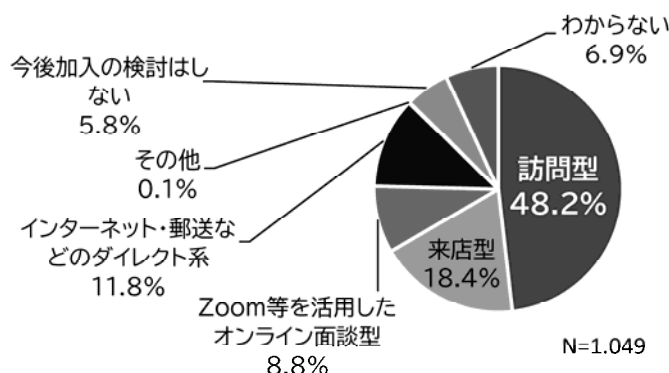
(単位:%)

	受けたことがある	
		ほぼ毎年受けている
全体(N=1,049)	65.9	40.3
対面チャネル(n=924)	68.1	41.9
保険会社・共済団体の 外交員・窓口(n=501)	76.9	52.5
上記を除く(n=423)	57.7	29.3
非対面チャネル(n=125)	50.4	28.8

(6) 今後加入したいチャネル

今後新たに生命共済・保険に加入する場合の加入チャネルについて尋ねたところ、「訪問型」が48.2%で最も多く、次いで「来店型」が18.4%、「インターネット・郵送」が11.8%、「Zoom等を活用したオンライン面談型」が8.8%となっている（図表13）。

(図表13) 今後新たに生命共済・保険へ加入する場合の加入チャネル



3. 考察

(1) 幅広い層でニーズがある就業不能保険等

これまでみてきたように、就業不能保険等加入者は、現状では子どものいるファミリー層が最も多く、年齢別では男女とも30歳代の家族形成期層で割合が高くなっていた。その加入理由は「家族の生活を守るため」「住宅ローン等で家計が苦しくなるため」であり、世

帯主の責任から加入が進んでいることが明らかになった。また、加入者のうち未婚の男女は3割強であり、一定程度のボリュームで加入が広がっていることも確認できた。未婚の男女は、「預貯金等が不十分」「頼れる人がいない」などを加入理由しており、病気やケガによって働けなくなった場合の減収を補ってくれる家族等がいなかったために、自分で備えておく必要があると考えたことが加入につながっているようである。

さらに、女性のうち「離別等」は約2割を占め、そのなかには子を持つ者が少なくないことも明らかになった。仕事と子育てを一人で担うシングルマザーも、就業不能による収入減少に不安を抱える層であり、子どもの学費や食費などの生活費の確保を目的に加入が進んでいると推察される。

これらの結果から、就業不能保険等は、幅広い層でニーズがあることを確認できるとともに、共働きや未婚の増加など家族構成の変化も加入が進む要因の一つであると考えられる。また、シングルマザーや女性の未婚者は非正規社員で所得が高いとは言えない者が少なくなく、経済的余裕のない層でも加入が進んでいることも確認できた。就業不能保険等は、収入の多寡に関わらず様々なライフスタイルでニーズがあり、今後より加入が広がることを期待できる商品と考えられる。

(2) 直接相談したいというニーズは根強い

就業不能保険等は、大手生保や中小生保といった国内の大手・中堅生保が牽引していることや、約9割が対面チャネルを通じた加入であること、対面チャネルの中心は「保険会社・共済団体の外交員・窓口」であることが明らかになった。就業不能保険等は、生命保険会社等の営業職員・窓口が訪問等を通じて様々なライフスタイルの潜在的な需要を掘り起こすことにより加入が広がっているよう

ある。また、今後加入したいチャネルは、営業職員が足を運ぶ「訪問型」を希望する者が約半数を占めた。就業不能保険等の加入チャネルの中心は「保険会社・共済団体の営業職員・窓口」であり、加入チャネルの選択肢が広がってはいるが、生命共済・保険の加入時には営業担当者等に直接じっくり相談して加入検討したいとするニーズは根強いことが、今回の就業不能保険等を中心とした調査を通じて示されたと言える。

(3) 就業不能保険等の必要性は世帯構造やライフスタイルによる影響を受けにくい

就業不能保険等の加入者のうち、「男性・既婚」および「女性・既婚」は、その多くが遺族保障を主目的とする死亡保障、および生存保障商品である医療・がん保障に加入していた。一方で、「未婚」は男女とも「既婚」に比べ、死亡保障への加入が減少し、医療・がん保障といった自分のための保障との組合せが多いことを確認した。死亡保障商品への加入は、世帯構造等に影響を受けるが、就業不能保険等は、医療・がん保障と同様、世帯構造やライフスタイルによる影響を受けにくい商品と考えられる。人口減により生命保険市場の拡大が見込めないなか、就業不能保険等は、若年層や未婚者層等の潜在顧客の掘り起こしが期待される。

(4) 確認活動等のアフターフォローが就業不能保険等加入者の増加につながっている可能性

加入チャネルが「保険会社・共済団体の外交員・窓口」であった人の約8割が確認活動を受けた経験を持ち、その半数以上が同活動を毎年受けていることが明らかになった。同チャネルからの加入者の加入検討のきっかけは、「共済・保険各社の外交員・窓口の勧誘」が約4割弱（36.3%）であり、2000年以降保

険金不払い問題を契機として取り組んできた継続的な確認活動といったアフターフォローが就業不能保険等の加入拡大につながっている可能性を示している。継続的な確認活動については、拙稿（共済総研レポートNo.147（2016.10）参照）において加入先保険会社と既契約者との関係強化を図る効果があることを示した。生命共済・保険の販売は、契約して終わりではなく、加入後の定期訪問によって利用者のニーズを掴むタイミングを逃さない活動が重要であることを再確認する結果となっている。

おわりに

今回の調査結果から、就業不能保険等は様々なライフスタイルにニーズがあり、就業不能保険等の加入者が今後広がる可能性を期待できることが明らかになった。就業不能保険等は、共働きや単身者の増加など家族構成の変化も加入が広がる一因であるとも考えられる。また、就業不能保険等は、確認活動を通じて保険会社・共済団体等の営業職員・窓口から加入が進んでおり、生命共済・保険の販売が対面でのコミュニケーションやアフターフォローによる信頼関係の構築が重要であることも示された。新型コロナウイルスの感染拡大により、対面営業の自粛を余儀なくされたなかでも、共済・生保各社はオンラインを併用することで利用者との関係維持に努めてきた。人口減少など市場の縮小がすすむなかで、生命共済・保険事業は若年層のマーケットをどのように開拓していくかが課題であり、今後の就業不能保険等への取組みが期待される。確認活動等を含めた利用者の維持・深耕等、今後の生保等の販売動向に注視していきたい。