

BNP パリバ・カーディフ、世界 26 か国・地域で「将来プランの実現と保険」に関する意識調査を実施
日本人の「将来に対する自信」、26 か国・地域中最下位。お金の活用も消極的
 ～人生 100 年時代。金融商品を賢く活用し、理想の人生プランの実現を～

2019 年 11 月 13 日
 カーディフ生命保険株式会社

1. 「将来に自信がある」日本人は 5 割弱。26 か国・地域中最下位
2. 世界共通の 3 大不満は、「年金」、「高齢者介護」、「社会保障」
3. 日本人の「自然災害」への不安は世界でも突出
4. 世界の人々の将来の計画トップ 3 は、「長期休暇・海外旅行」「家具・家電の購入」「車の購入」。日本人はこれらを計画していると回答した割合がいずれも 26 か国・地域中最下位
5. 計画を実現するための財源として、世界は「貯蓄」に加え「保険」や「ローン」を活用。日本は「保険」や「ローン」の活用がいずれも 26 か国・地域中最下位
6. ローン保険^{*1} は家族や財産を守り、安心感を提供。将来プランの実現を後押しする

ローン保険のグローバルリーダーである BNP パリバ・カーディフ(本社:パリ、CEO:ルノー・デュモラ)は、世界 26 か国・地域の 18 歳以上の男女 26,000 人を対象に「将来プランの実現と保険」に関する意識調査を実施しました。

世界各国における行動様式の変化や保険に対するニーズの把握を目的に実施した本調査では、世界の人々が感じている不安、将来の計画、お金の使い方、保険への期待などが明らかになりました(添付の本国発信プレスリリース抄訳を参照)。

特に日本に関しては、将来に自信がある人の割合が 26 か国・地域中最下位となるなど、将来を不安視する日本人像が浮き彫りとなりました。

^{*1} ローン保険:ローン契約者が、死亡、病気、ケガなど想定外の事象によってローン返済が困難になった場合に保険金が支払われ、ローンが完済または一部返済される保険。日本の代表的な商品に団体信用生命保険があります。

【日本に関する調査結果サマリー】

1. 「将来に自信がある」日本人は 5 割弱。26 か国・地域中最下位
 - 「将来に自信がある」と回答した日本人は 48%と、26 か国・地域中最下位。
 - 「将来に自信がある」と回答した割合が高い国は、ベトナムとインド(96%)、次いで中国(92%)、デンマーク(88%)。
2. 世界共通の 3 大不満は、「年金」、「高齢者介護」、「社会保障」
 - 「年金」「高齢者介護」「社会保障」に満足している日本人は、それぞれ 16%、25%、28%^{*2}。
 - 世界平均は、「年金(39%)」「社会保障(43%)」「高齢者介護(46%)」であり、これら 3 項目は世界 26 か国・地域で共通した不満要素といえる。

^{*2} 「非常に満足」「ある程度満足」と回答した人の割合



BNP PARIBAS CARDIF
 カーディフ生命

The insurer
 for a changing
 world

3. 日本人の「自然災害」への不安は世界でも突出

- 「予測不能な出来事について、どの程度不安に感じますか」との質問には、77%の日本人が「自然災害」に対して「非常に不安」「ある程度不安」と回答。世界平均(56%)と比較すると顕著な差がみられる。
- 次いで不安に感じているのが、事故(72%)、経済的損失・収入減(71%)。

4. 世界の人々の将来の計画トップ3は、「長期休暇・海外旅行」「家具・家電の購入」「車の購入」。日本人はこれらを計画していると回答した割合がいずれも26か国・地域中最下位

- 将来、実現を予定している計画の世界26か国・地域トップ3は、「長期休暇・海外旅行(80%)」「家具・家電の購入(73%)」「車の購入(69%)」。
- 日本は上記3項目が上位を占めるが、世界平均と比較すると実現意向が低い(それぞれ58%、55%、48%)。

5. 計画を実現するための財源として、世界は「貯蓄」に加え「保険」や「ローン」を活用。日本は「保険」や「ローン」の活用がいずれも26か国・地域中最下位

- 計画を実現するための財源は、日本人は「貯蓄(61%)」を選んだ割合が最も多く、「保険」や「ローン」はいずれも26か国・地域中最下位。一方、「とくに何もしない」は23%で、26か国・地域中最多。
- 日本人のローン利用経験は世界平均より低く、住宅購入での利用が37%(世界平均51%)、車の購入が31%(同44%)、家具・家電の購入が11%(同30%)。

6. ローン保険は家族や財産を守り、安心感を提供。将来プランの実現を後押しする

- 日本人の79%が、ローン保険を「必須」「役立つ」と回答。
- ローン保険の効果としては、「家族を守ることができる(70%)」、「財産を守ることができる(69%)」、「安心感が得られる(68%)」が上位を占める。

～ エコノミストの見解 ～

BNP パリバ証券株式会社 経済調査本部長 チーフエコノミスト 河野 龍太郎

本アンケートでは、日本人は将来に対する自信を欠き、世界の人々に比べて将来の高額支出をあまり計画していないという、やや寂しい回答が集まりました。控えめな国民性や、豊かで耐久財の普及率が既に高いこと、長期休暇を取りにくい社会制度なども、アンケート結果に影響しているのかもしれませんが、そうした将来の支出計画を実現するための財源が「貯蓄」一辺倒というのは、やはり気にかかります。金融商品は、消費のタイミングに柔軟性を持たせ、リスクヘッジも可能にします。貯蓄だけでなく、ローンや保険、また、ローン保険などを組み合わせることにより、日本人の選択肢が広がり、豊かで満足度の高い消費が可能になると思われます。

【調査概要】

1. 調査の方法: インターネット調査
2. 調査の対象: 世界26か国・地域 18歳以上の男女(年齢の上限は国によって異なる。日本は55歳)
3. 調査国・地域: 日本、フランス、英国、ドイツ、イタリア、スペイン、ポルトガル、ベルギー、オランダ、デンマーク、スウェーデン、チェコ、ポーランド、トルコ、ロシア、ブラジル、チリ、アルゼンチン、ペルー、メキシコ、コロンビア、韓国、台湾、中国、ベトナム、インド
4. 有効回答数: 26,000名
5. 調査実施日: 2019年4月3日～29日
6. 調査会社: Ipsos(フランス)



BNP PARIBAS CARDIF
カーディフ生命

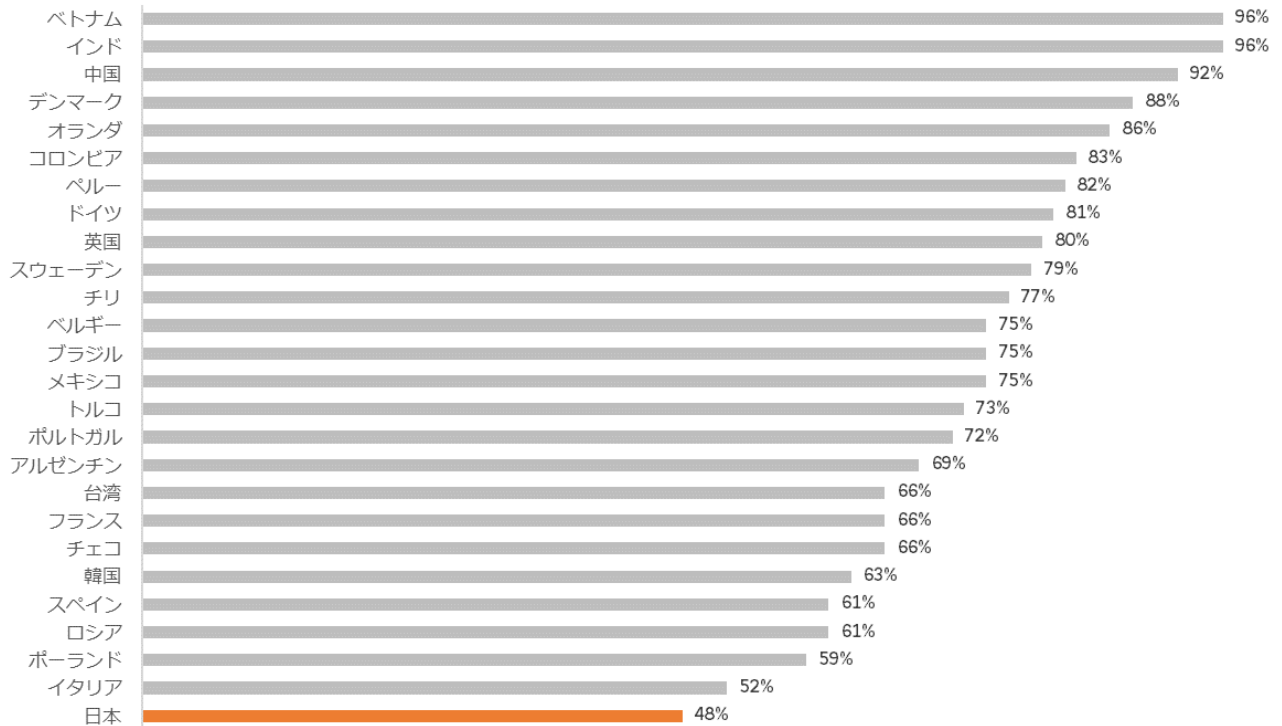
The insurer
for a changing
world

【別紙】アンケート詳細結果

1. 「将来に自信がある」日本人は5割弱。26か国・地域中最下位

- 「将来に自信がある」と回答した日本人は48%にとどまり、26か国・地域中最下位。
- 最も自信があるのは、ベトナムとインド(96%)、次いで中国(92%)、デンマーク(88%)。

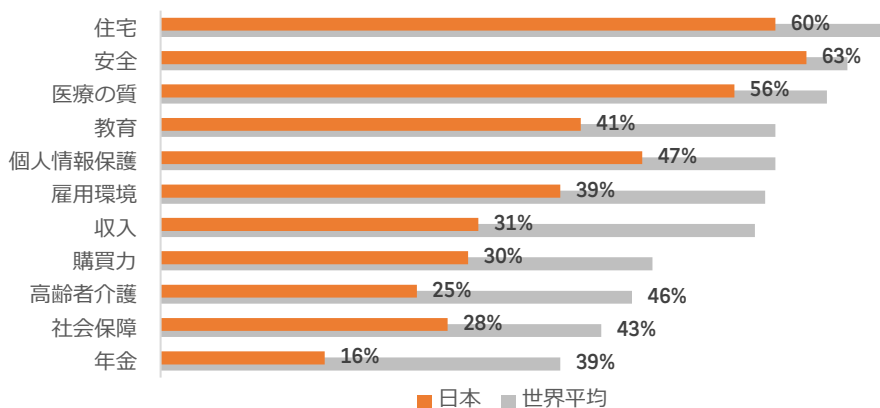
Q: 将来に対して自信がありますか？(「非常に自信がある」「ある程度自信がある」の合計)



2. 世界共通の3大不満は、「年金」、「高齢者介護」、「社会保障」

- 「年金」「高齢者介護」「社会保障」に満足している日本人は、それぞれ16%、25%、28%。
- 世界平均は、「年金(39%)」「社会保障(43%)」「高齢者介護(46%)」であり、世界26か国・地域で共通する不満要素といえる。

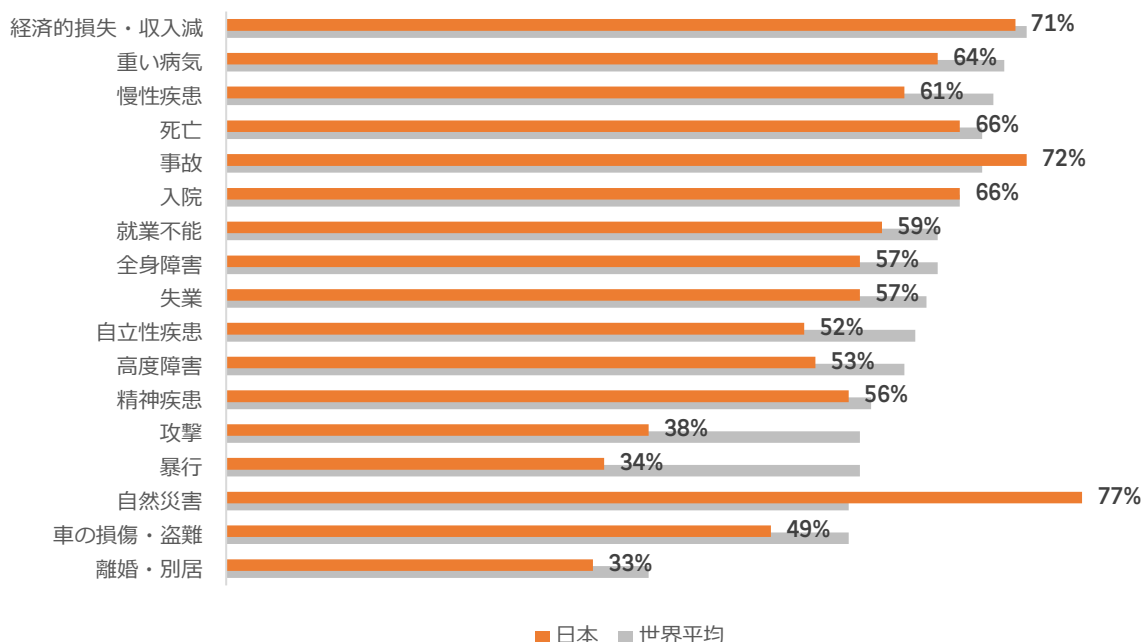
Q: あなた自身の現在の状況を伺います。以下の項目についてどの程度満足していますか？(「非常に満足」「ある程度満足」の合計)



3. 日本人の「自然災害」への不安は世界でも突出

- 「予測不能な出来事についてどの程度不安に感じますか」との質問には、77%の日本人が「自然災害」に対して「非常に不安」「ある程度不安」と回答。世界平均 56%と顕著な差がみられる。
- 次いで不安に感じているのが、事故(72%)、経済的損失・収入減(71%)。

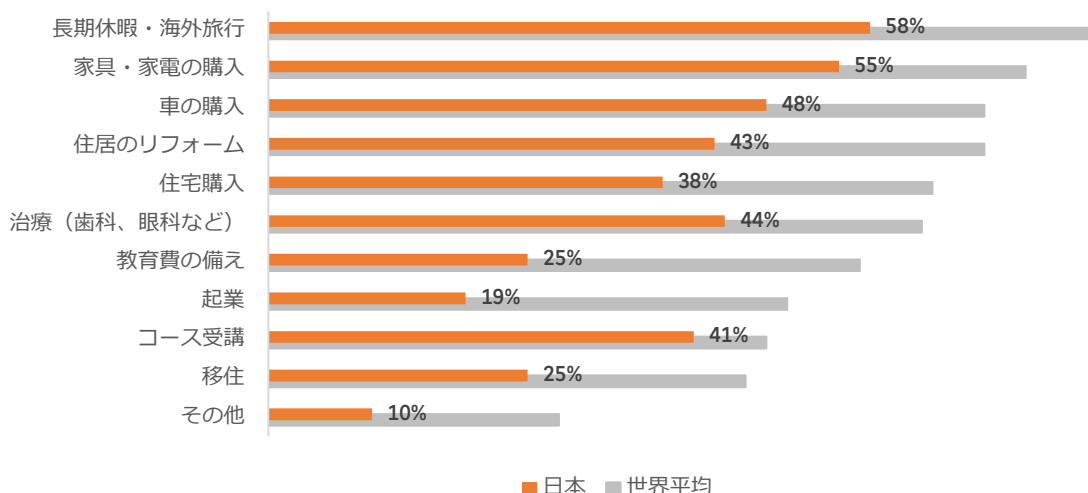
Q: 以下の予測不能な出来事についてどの程度不安に感じますか。(「非常に不安」「ある程度不安」の合計)



4. 世界の人々の将来の計画トップ 3 は、「長期休暇・海外旅行」「家具・家電の購入」「車の購入」。日本人はこれらを計画している割合がいずれも 26 か国・地域中最下位

- 将来、実現を予定している計画の世界 26 か国・地域トップ 3 は、「長期休暇・海外旅行(80%)」「家具・家電の購入(73%)」「車の購入(69%)」。
- 日本は上記 3 項目が上位を占めるが、世界平均と比較すると実現意向が低い(それぞれ 58%、55%、48%)。

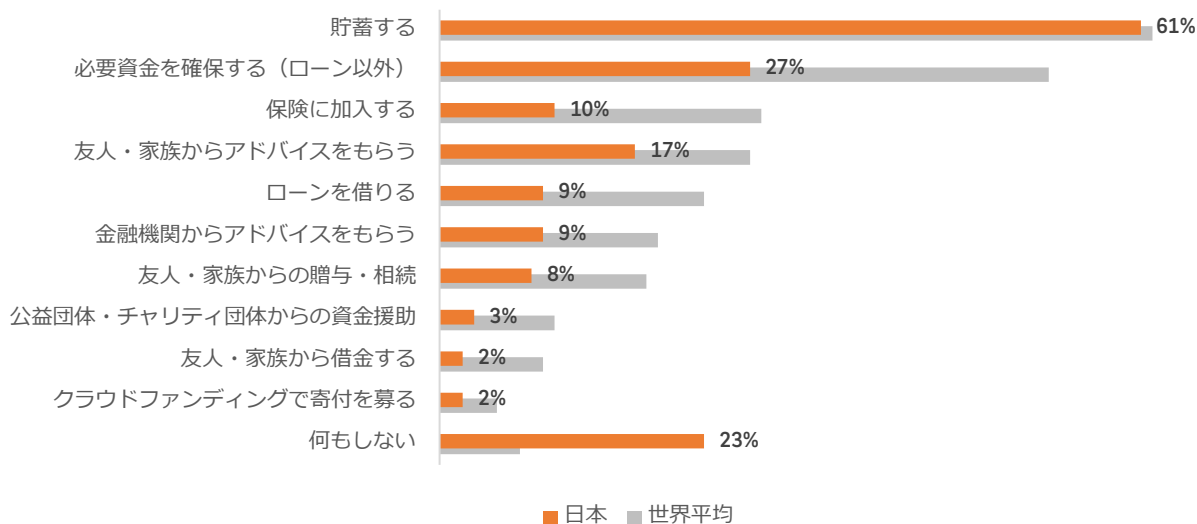
Q: 以下の項目のうち、将来実現を予定している計画はどれですか？(「1年以内に実現予定」「2~5年以内に実現予定」「遠い将来に実現予定」の合計)



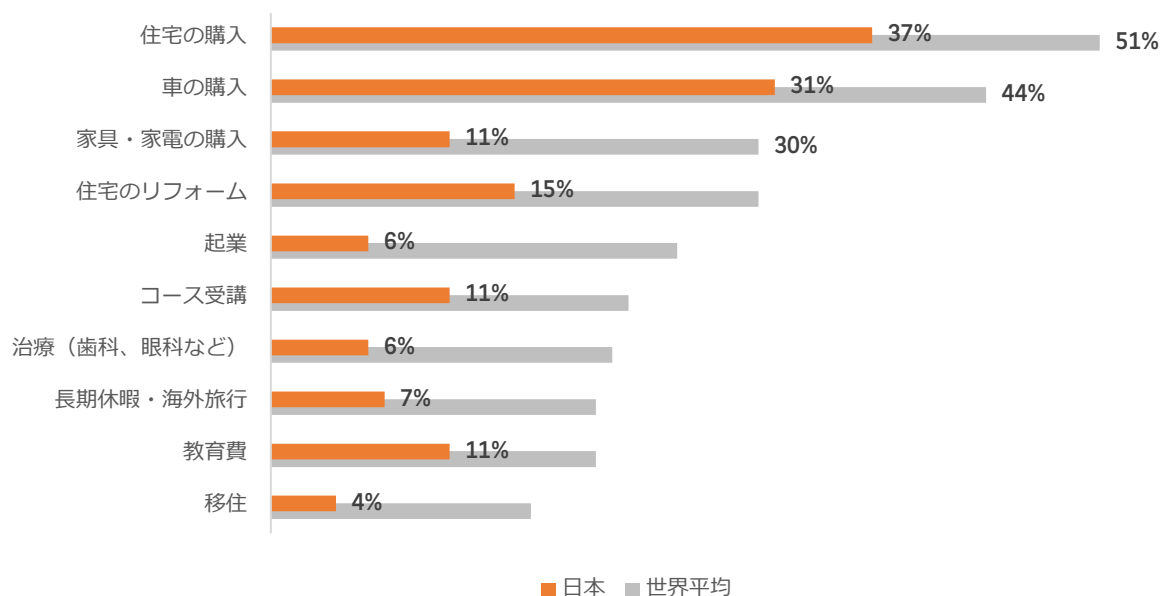
5. 計画を実現するための財源として、世界は「貯蓄」に加え「保険」や「ローン」を活用。日本は「保険」や「ローン」の活用がいずれも26か国・地域中最下位

- 計画を実現するための財源は、日本人は「貯蓄(61%)」を選んだ割合が最も多く、「保険」や「ローン」はいずれも26か国・地域中最下位。一方、「とくに何もしない」は23%で、26か国・地域中最多。(図1)
- 日本人のローン利用経験は世界平均より低く、住宅購入での利用が37%(世界平均51%)、車の購入が31%(同44%)、家具・家電の購入が11%(同30%)。(図2)

(図1) 計画実現のための財源



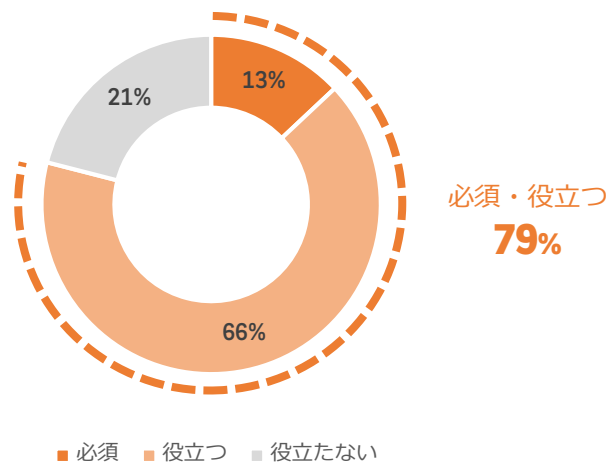
(図2) ローン利用経験



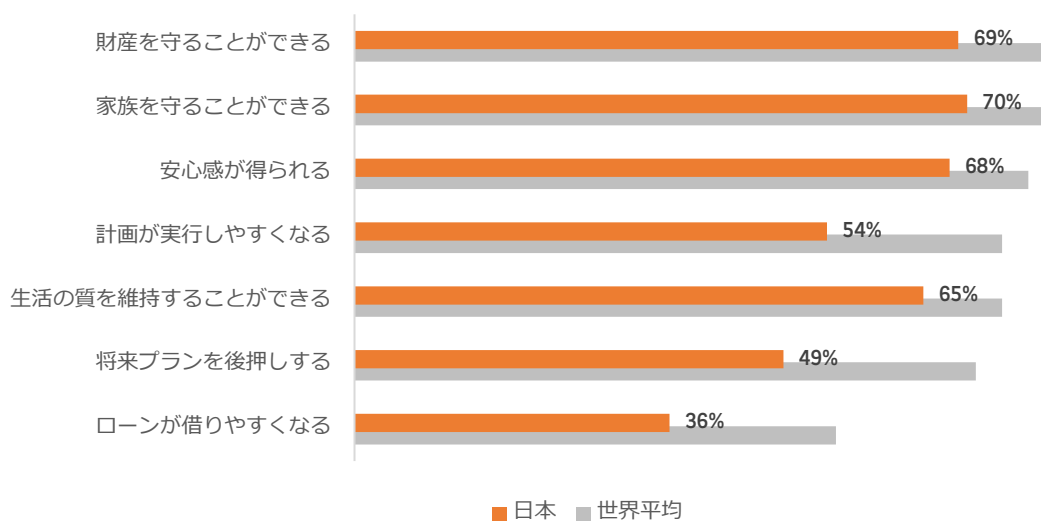
6. ローン保険は、家族や財産を守り、安心感を提供。将来プランの実現を後押しする

- 日本人の79%が、ローン保険を「必須」「役立つ」と回答。(図3)
- ローン保険の効果としては、「家族を守ることができる(70%)」、「財産を守ることができる(69%)」、「安心感が得られる(68%)」が上位を占める。(図4)

(図3)ローン保険の有用性



(図4)ローン保険の効果



BNP パリバ・カードィフについて

BNP パリバ・カードィフはローン保険のリーディングカンパニーです。お客さまが人生プランを確実に実現できるよう、想定外のリスクから守るという重要な役割を担っています。社会課題の解決に積極的に寄与し、ひとりでも多くの人に保険を提供することを使命としています。BNP パリバ・グループの保険事業部門として、パートナーシップビジネスを根幹としたユニークなビジネスモデルを確立しています。銀行、自動車企業、小売業者、通信会社など幅広い業界でパートナーシップを結び、その数は500社にのぼります。パートナー企業と共同でソリューションを開発し、ファイナンシャルアドバイザーやブローカーを通じて保険を販売しています。35の国と地域で1億人のお客さまに商品とサービスを提供しています。特に、欧州、アジア、南米において確固たるプレゼンスを築き、経済投融資においても多大な役割を担っています。世界で約10,000名の従業員を有し、収入保険料は318億ユーロにのぼります。

カードィフ生命保険株式会社について

カードィフ生命保険株式会社は、フランスを本拠とする世界有数の金融グループ BNP パリバの保険事業を担う BNP パリバ・カードィフの日本拠点です。主に銀行をパートナーとして、金融機関の商品と保険を組み合わせることで新たな価値をつくりだす「バンカシュアランス」というビジネスモデルで事業を展開しています。特に、住宅ローン返済中にがんと診断された場合、保険金によってローン返済を支援する「がん団信」を日本で初めて開発するなど、団体信用生命保険を主力商品としています。

イプソスについて

イプソスは世界第3位の市場調査会社で、世界で90の支社と18,000名の従業員を有しています。高いモチベーションと好奇心を備えた調査専門家やアナリスト、科学者たちは、一般消費者や患者、クライアント、従業員の行動や意見などを正確に理解し洞察する高い能力を有しています。当社が提供する75種のビジネスソリューションは、意識調査やソーシャルメディアのモニタリング、定性的・観測的手法によって収集したデータに基づいています。タグラインである「ゲームチェンジャー」は、5,000のクライアント企業が、急速に変化する世界においても自信を持ってビジネスに邁進できるように、という当社のアンビションを表現しています。1975年フランスで創業、1999年7月1日よりユーロネクストパリ証券取引所に上場。ホームページ www.ipsos.com

<本件に関するお問い合わせ先>

カードィフ生命保険株式会社 お客さま相談室 TEL:03-6415-8275
受付時間 9:00~18:00 (月曜日~金曜日、祝日・年末年始を除く)



BNP PARIBAS CARDIF
カードィフ生命

The insurer
for a changing
world