

# 資料

(加入促進策の取組状況)

令和4年5月30日

一般社団法人 日本損害保険協会

# 1. 「令和2事務年度とりまとめ」について（概要）

## ・平時に加入促進を図ることの重要性

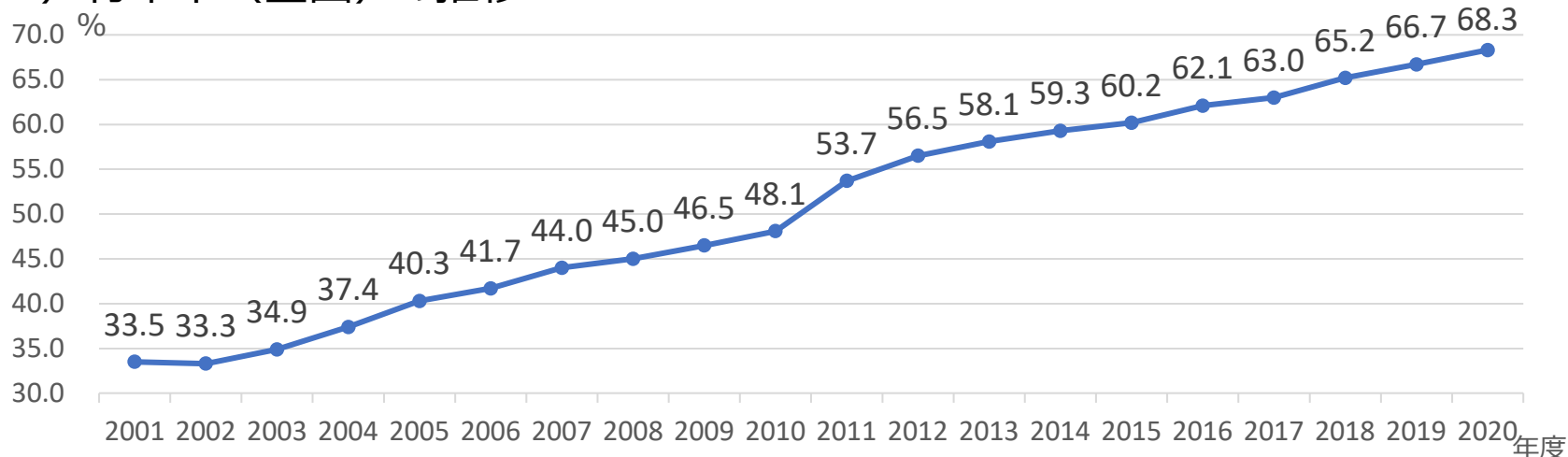
臨時情報（※）発表時には、厳密な地震発生リスクが不分明な中で加入申込みが大きく増加する懸念もある。他方で、地震保険の既加入者が多いほど臨時情報発表後の駆け込み加入者は減ると見込まれる。こうした点を踏まえると、地震保険制度の強靱性に資するとの観点から、**平時に強靱性の一層の確保につながるような形で加入促進を図ることが重要**である。このため、例えば、付帯率の低い地域の加入に力を入れるなど、地域に着目して加入促進を図ることや、関係省庁等や金融機関、不動産関連の事業者や団体等と連携し、多様なチャネルを通じて幅広い層に対して普及を進めていくことが重要である。

（※）気象庁が発表する南海トラフ地震臨時情報

（出典）地震保険制度等研究会における議論のとりまとめ（令和2事務年度）

## 2. 付帯率（全国）の推移、都道府県ごとの現況

### (1) 付帯率（全国）の推移



(出典) 損害保険料率算出機構資料より作成

### (2) 都道府県ごとの現況

<2020年度付帯率（上位・下位5都道府県）>

上位：①宮城県 87.5% ②高知県 87.2% ③熊本県 84.5% ④宮崎県 83.7% ⑤鹿児島県 83.2%  
 下位：④③東京都 61.7% ④④佐賀県 60.9% ④⑤北海道 60.6% ④⑥沖縄県 58.4% ④⑦長崎県 53.6%

都道府県ごとの2020年度付帯率 (%)

北海道	60.6	栃木	71.4	石川	62.5	滋賀	67.6	岡山	66.6	佐賀	60.9
青森	68.6	群馬	63.9	福井	68.6	京都	64.8	広島	74.4	長崎	53.6
岩手	73.7	埼玉	64.9	山梨	74.2	大阪	68.5	山口	68.1	熊本	84.5
宮城	87.5	千葉	63.9	長野	66.4	兵庫	66.9	徳島	75.8	大分	73.1
秋田	74.4	東京	61.7	岐阜	79.3	奈良	72.0	香川	75.4	宮崎	83.7
山形	67.9	神奈川	63.1	静岡	68.1	和歌山	68.9	愛媛	74.2	鹿児島	83.2
福島	76.7	新潟	71.0	愛知	76.6	鳥取	76.7	高知	87.2	沖縄	58.4
茨城	66.0	富山	61.8	三重	72.7	島根	66.1	福岡	75.3	合計	68.3

### 3. 損害保険協会 地震保険広報の基本的方針

- 消費者に、「日本全国どこでも地震による被害を受けることがあること」をご認識いただく。
  - 消費者に、地震への経済的な備えの手段として、「地震保険加入の必要性」をご認識いただく。
  - 特に、付帯率が低い地域などをターゲットとして取組みを実施する。
- 
- 加入促進に向けた主な実施施策は、
    - ① 代理店の募集活動の支援（代理店向けセミナー開催や啓発ツール提供）
    - ② リスク啓発との連動（ぼうさいこくたいへの参画や地方自治体等と連携した消費者に対するリスク啓発）
    - ③ 消費者の理解促進（マス媒体を活用した広報活動等）

# 4. 消費者の理解促進の取組み（2021年度）

## 消費者の理解促進の取組み（2021年度）の全体像

マス媒体を活用した広報活動について、2020年度の効果測定において、昨年度対比で広告認知率は増加したものの、興味喚起率と契約意向率が概ね横ばいであったことをふまえ、地震保険に対する消費者の興味喚起や地震保険の契約に繋がるよう、次の取組みを実施。

- ① テレビ番組では、2020年度対比、時間をより長く、かつ、より詳細な内容を取り扱った。
- ② デジタルメディアでは、家族で楽しみながら地震への備えについて確認できるクイズ形式のデジタルコンテンツを作成した。
- ③ 新聞やポスターでは、キャッチコピーのみならず、地震への備えが必要であることを伝えるメッセージを記載した。

### ・マス媒体を活用した広報活動の具体的な取組み

マスメディア	内容
テレビCM テレビ番組	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ テレビCM ■ テレビ番組</li> <li>【参考：テレビCM強化実施エリア】</li> <li>北海道、青森、関東、富山、石川、福井、長野、関西、島根、鳥取、山口、岡山、香川、佐賀、長崎、沖縄</li> </ul>
デジタルメディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本損害保険協会地震保険特設サイト</li> <li>■ デジタルコンテンツ</li> </ul>
新聞	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地方紙</li> <li>■ 全国賃貸住宅新聞 ■ マンション管理新聞</li> </ul>
ポスター	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地震保険ポスター</li> </ul>

### デジタルコンテンツ



### ポスター



## 5. 今後の取組方針

- 2021年度に引き続き、付帯率が低い地域などにターゲットを絞った取組みを実施する。

【2021年度に実施した付帯率が低い地域をターゲットとした取組み】

- ①ターゲットとなるエリアでのテレビCM・新聞広告の出稿強化
- ②特に付帯率が低い長崎県・沖縄県において、当該地域の地震リスクや地震保険に関する情報を取り上げる情報番組を放映

- 他に、マンション管理業協会と連携したマンション管理組合向けの施策等を実施する。