

【ソニー損保 インフレ下における家計負担と自動車保険に関する意識・実態調査 第2弾「保険選び編」】

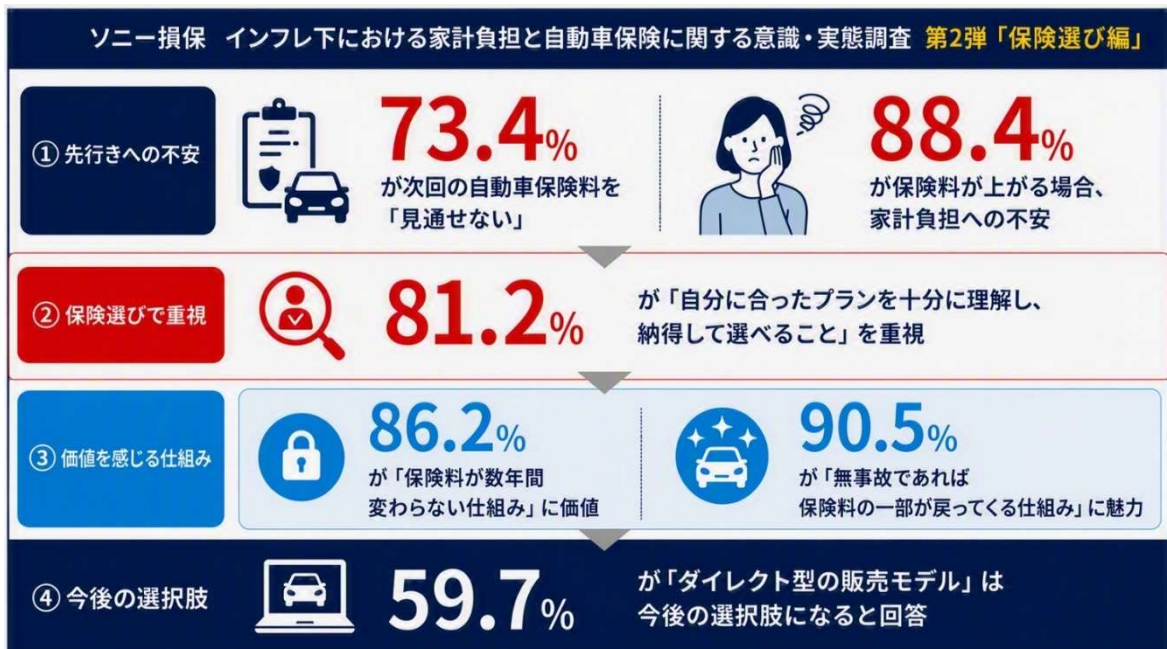
次回の自動車保険料、7割超が「見通せない」
保険料の先行きが見通しにくいなか、保険選びでは8割超が
「自分に合ったプランを理解し、納得して選べること」を重視
「保険料が数年間変わらない仕組み」に86.2%が価値、
「無事故であれば保険料の一部が戻ってくる仕組み」には9割が魅力と回答

ソニー損害保険株式会社（代表取締役社長：鈴木 隆行、本社：東京都大田区、以下「ソニー損保」）は、自動車保有し自動車保険の加入の意思決定に関与する30～50代の男女1,034名を対象に実施した「インフレ下における家計負担と自動車保険に関する意識・実態調査」の第2弾として、自動車保険の選び方に関する調査結果を発表します。

第1弾では、6割弱（58.3%）が自動車の維持費増加を実感し、増加したと回答した人ではその額が中央値で月5,000円にのぼること、また8割超（82.6%）が今後3年程度も維持費は増加すると思うと回答していることが明らかになりました。一方、家計を守るために現在、我慢・削減している支出として「自動車保険など各種保険の費用」を挙げた人は2.3%にとどまり、削減の対象になりにくい支出であることがうかがえます。

※第1弾「維持費・家計編」は <https://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2026/09/20260924.html> をご参照ください。

第1弾で明らかになった自動車の維持費上昇への懸念を踏まえ、第2弾では同調査の結果から、自動車保険の選び方に関する意識・実態を紹介します。保険料の見通しや保険選びで重視すること、保険料に関する仕組みへの評価をみると、保険料の先行きが見通しにくいと感じる人が多い一方で、自分に合った保険を納得して選びたいと考える傾向がみられました。



■調査の背景

自動車保険を取り巻く環境については、損害保険料率算出機構が2026年6月に自動車保険の参考純率を平均14.4%引き上げる届出を行いました（※1）。また第1弾の調査では、8割超（82.6%）が「今後3年程度で自動車の維持費は増加すると思う」と回答しており、将来の費用負担を意識している様子がうかがえました。

※1 損害保険料率算出機構「自動車保険参考純率」（2026年6月23日届出） <https://www.giroj.or.jp/ratemaking/automobile/>

なお、参考純率は損害保険料率算出機構が算出する各保険会社の保険料算出の目安であり、各社の保険料改定の有無・時期・水準を示すものではありません。

ソニー損保は、このような環境下で生活者が自動車保険をどのように選ぼうとしているのかを把握するため、保険料の見通しや保険選びの重視点、保険料に関する仕組みへの評価について調査しました。

<調査結果サマリー>

①次回更新時の自分の自動車保険料について、7割超（73.4%）が見通せないと回答。

仮に保険料が上がるとした場合、9割弱（88.4%）が家計負担への不安

- ・次回更新時のご自身の自動車保険料について見通しを立てられるかを聞いたところ、「まったく見通せない」（19.0%）、「あまり見通せない」（54.4%）を合わせ、7割超（73.4%）が見通せないと回答しました。
- ・また、仮に次回の更新時に保険料が上がるとした場合、「非常に不安を感じる」（43.0%）、「やや不安を感じる」（45.4%）を合わせ、9割弱（88.4%）が家計負担への不安を感じると回答しました。

②8割超（81.2%）が「自分に合ったプランを十分に理解し、納得して選べること」を重視

- ・今後の自動車保険選びについて、「とても重視する」（32.5%）、「やや重視する」（48.7%）を合わせ、8割超（81.2%）が「自分に合ったプランを十分に理解し、納得して選べること」を重視すると回答しました。

③今後の自動車保険選びでは、約7割が自分でも情報を収集する意向。

「主に代理店の提案どおりに選んでいる」人でも約3割が今後は自分でも情報を収集する意向

- ・「今まで」の自動車保険選びでは、インターネット等により自分でも情報を収集する回答が59.9%、「今後」の選び方の意向では同様の回答が71.5%でした（※1）。
- ・また、今まで「主に代理店の提案どおりに選んでいる」と回答した人（n=415）においても、今後については約3割（32.0%）が、自分でも情報を収集する意向を示しました。

※1 自分でも情報を収集する意向＝「インターネット等により自分でも情報を収集するが、どちらかといえば代理店の提案を参考にしたい」「代理店の提案も参考にしつつ、どちらかといえばインターネット等により自分で情報を収集して選びたい」「主にインターネット等により自分で情報を収集して選びたい」の合計。なお、いずれも全回答者の回答分布・意向であり、同一回答者の時点間の変化を測定したものではありません。

④「保険料が数年間変わらない仕組み」に86.2%が価値を感じると回答

- ・インフレや自動車保険の使用状況にかかわらず「保険料が数年間変わらない（例えば3年間は保険料が変わらない）」という仕組みについて、「将来の支出が管理しやすくなる」という点で家計の防衛策として、「非常に価値がある」（26.0%）、「やや価値がある」（60.2%）を合わせ86.2%が価値を感じると回答しました。
- ・今後3年程度で自動車の維持費が「大きく増加すると思う」と回答した人（n=323）では、「非常に価値がある」が42.7%にのぼりました。

⑤「安全運転を続けることにも価値を感じられる仕組み」に86.0%が魅力。

「無事故であれば保険料の一部が戻ってくる仕組み」には約9割（90.5%）が魅力

- ・万一事故への備えだけでなく、安全運転を続けることにも価値を感じられる仕組みについて、「非常に魅力的だと感じる」（30.9%）、「やや魅力的だと感じる」（55.1%）を合わせた86.0%が魅力を感じると回答しました。
- ・また「無事故であれば保険料の一部が戻ってくる仕組み」については、「非常に魅力的だと感じる」（49.7%）、「やや魅力的だと感じる」（40.8%）を合わせた約9割（90.5%）が魅力を感じると回答。「非常に魅力的だと感じる」だけで5割近くに達しています。

⑥ダイレクト自動車保険の市場シェアは9.9%（※2）にとどまる一方、

6割弱（59.7%）が「ダイレクト型の販売モデル」は今後の選択肢になると回答

- ・自動車保険市場におけるダイレクト自動車保険のシェアは9.9%（2024年度末時点）ですが（※2）、今回の調査では「有力な選択肢になる」（26.3%）、「ある程度選択肢になる」（33.4%）を合わせた59.7%が、今後の自動車保険選びにおいて「ダイレクト型」は選択肢になると回答しました。

※2 各社の公表資料などにより、当社が調査したものです。ダイレクト保険会社とは、2025年度までに自動車保険を主にダイレクトで販売している損害保険会社を指します。出典:ソニー損害 ディスクロージャー誌 2026 P.33 <https://www.sonysonpo.co.jp/company/fr05020.html>

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%とならない場合があります。

■■利用条件■■

本資料内の図／文章とも自由に転載いただくことが可能ですが、下記の利用条件をすべて満たす場合に限り
ます。なお、当社がふさわしくないと判断した場合は、掲載の中止を求めることがあります。

《利用条件》

- 1 情報の出典として「ソニー損害保険株式会社」の名前を明記してください。
- 2 ウェブサイトで使用する場合は、出典として、ソニー損保の自動車保険トップページへのリンクを設置
してください。 <https://www.sonysonpo.co.jp/auto/>

【インフレ下における家計負担と自動車保険に関する意識・実態調査】

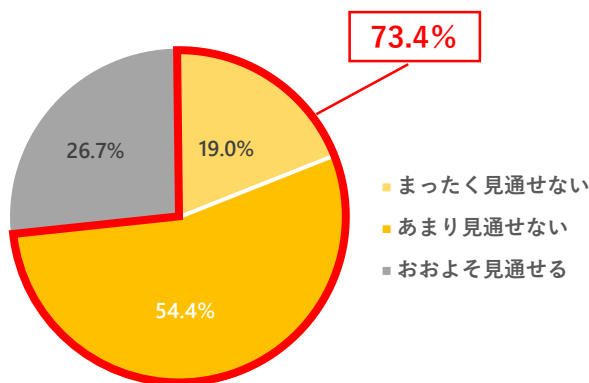
調査結果詳細レポート

①次回更新時の保険料、7割超が見通せないと回答。

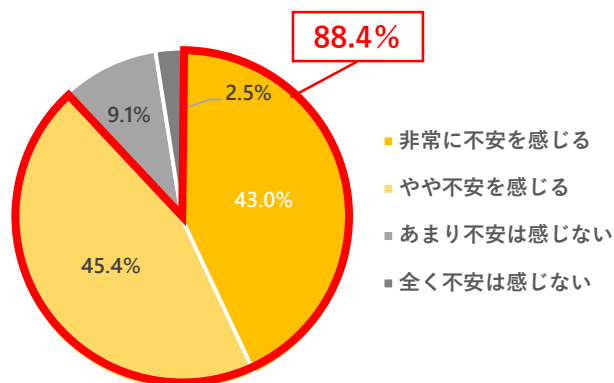
保険料上昇時の家計負担に9割弱が不安を示す

次回更新時のご自身の自動車保険料について見通しを立てられるか聞いたところ、7割超（73.4%）が「見通せない」と回答しました。また、仮に次回更新時に保険料が上がるとした場合については、9割弱（88.4%）が家計負担に不安を感じると回答しています。

Q. 次回更新時のご自身の自動車保険料がどうなるか、見通しを立てられますか。(SA,n=1,034)



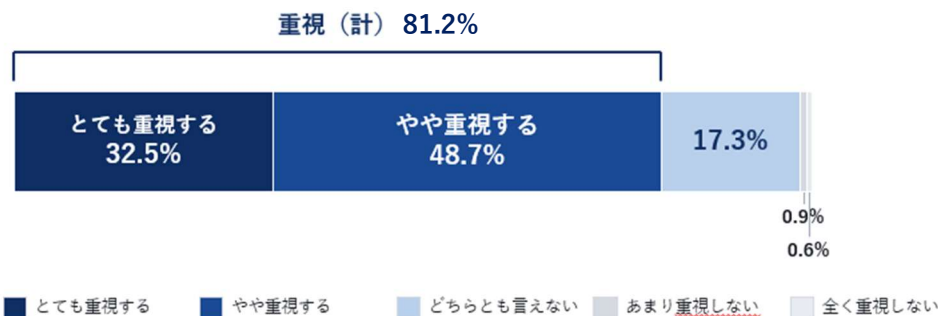
Q. 今後の「自動車保険の更新」について、仮に次回の更新時に「保険料が上がる」とした場合、どの程度家計負担への不安を感じますか？(SA,n=1,034)



②8割超が「自分に合ったプランを理解し、納得して選べること」を重視

今後の自動車保険選びにおいて、「自分に合ったプランを十分に理解し、納得して選べること」をどの程度重視したいかを聞いたところ、「とても重視する」（32.5%）と「やや重視する」（48.7%）を合わせた81.2%が重視すると回答しました。

Q. 今後の自動車保険選びにおいて、「自分に合ったプランを十分に理解し、納得して選べること」をどの程度重視したいと思いますか？(SA,n=1,034)



※「重視（計）」は「とても重視する」+「やや重視する」の合計

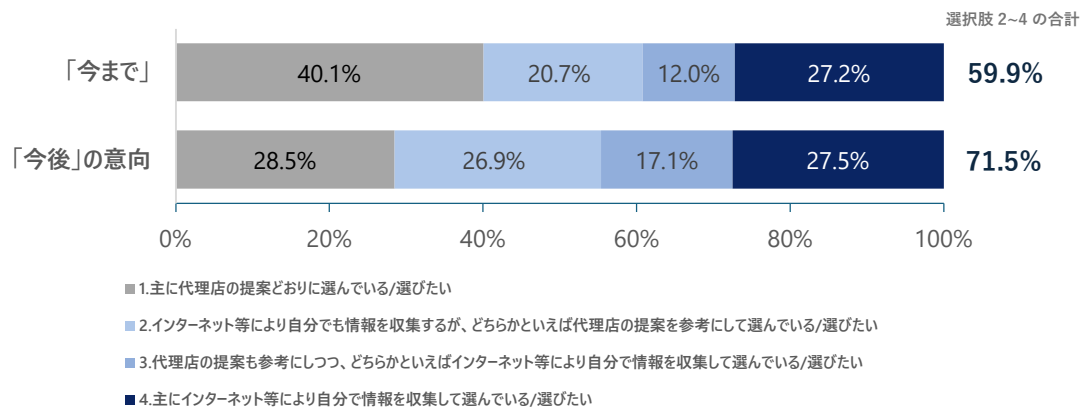
③保険選びの情報収集の実態と今後の意向

「今まで」の自動車保険選びでは、インターネット等により自分でも情報を収集する回答（選択肢2～4の計）が59.9%でした。「今後」の選び方の意向では、同様の回答が71.5%となっていま

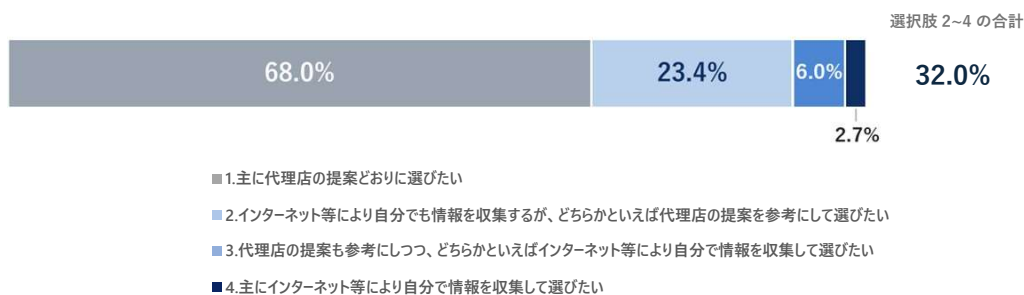
す。また、これまで「主に代理店の提案どおりに選んでいる」と回答した人（n=415）においても、今後については約3割（32.0%）が、自分でも情報を収集する意向を含む回答を選んでいます。

Q. 「今まで」の自動車保険選びにおいて、あなたの行動や考えに最も近いのはどれですか？

Q. 今後の自動車保険選びについて、あなたの考えに近いのはどれですか。（いずれも SA,n=1,034）



〔参考〕「主に代理店の提案どおりに選んでいる」と回答した人（n=415）の、今後の選び方の意向

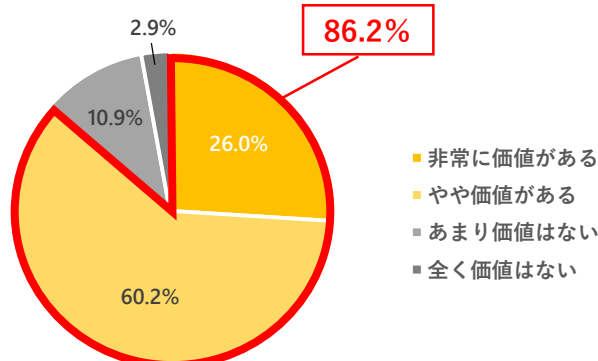


※今後の選び方の意向を聴取したものであり、同一回答者の時点間の変化を測定したものではありません。

④「保険料が数年間変わらない仕組み」に86.2%が価値

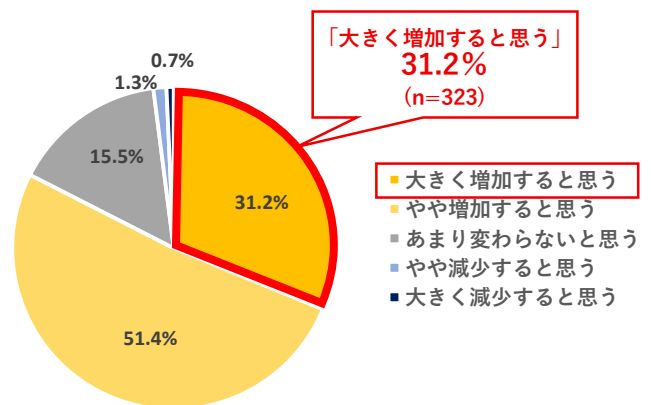
インフレや自動車保険の使用状況にかかわらず「保険料が数年間変わらない」という仕組みについて、「将来の支出が管理しやすくなる」という点で家計の防衛策としての価値を聞いたところ、86.2%が価値があると回答しました。今後3年程度で維持費が「大きく増加すると思う」と回答した人（n=323）では、「非常に価値がある」が42.7%にのびりました。

Q.インフレや自動車保険の使用状況にかかわらず「保険料が数年間変わらない(例えば3年間は保険料が変わらない)」という仕組みは、「将来の支出が管理しやすくなる」という点で、家計の防衛策としてどの程度価値があると感じますか?(SA,n=1,034)



（参考）第1弾リリースで紹介した調査結果

Q.今後3年程度で、自動車の総維持費(ガソリン・保険・税金・メンテナンス費等)はどのようになると思いますか。(SA,n=1,034)

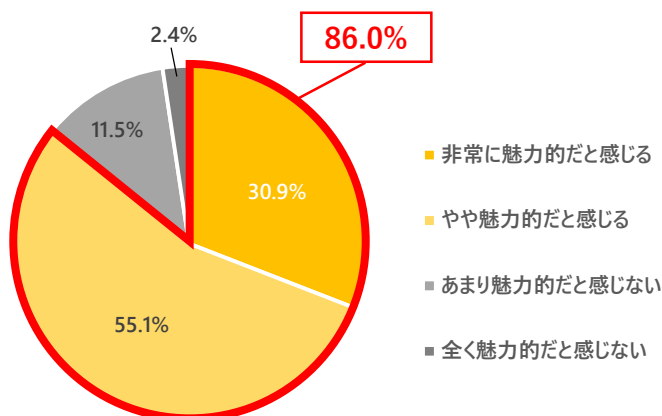


※層別の集計は、今後3年程度の自動車の総維持費の見通しを聴取した設問との集計による。

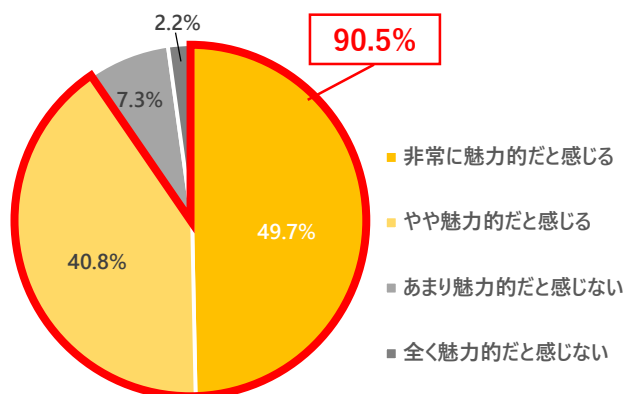
⑤安全運転に価値を感じられる仕組みに 86.0%、 無事故で保険料の一部が戻る仕組みには 9 割が魅力を感じる と回答

万一事故が起きたときの備えだけでなく、安全運転を続けることにも価値を感じられる仕組みについては 86.0% が魅力的だと回答しました。また、「無事故であれば保険料の一部が戻ってくる仕組み」については 9 割（90.5%）が魅力を感じる と回答し、「非常に魅力的だと感じる」だけで 5 割近く（49.7%）に達しています。

Q.今後の自動車保険選びにおいて、万一事故が起きたときの備えだけでなく、安全運転を続けることにも価値を感じられる仕組みがあることをどの程度魅力的だと感じますか。(SA,n=1,034)



Q.自動車保険の仕組みとして、「無事故であれば保険料の一部が戻ってくる仕組み」があった場合に、あなたはどの程度魅力を感じますか?(SA,n=1,034)



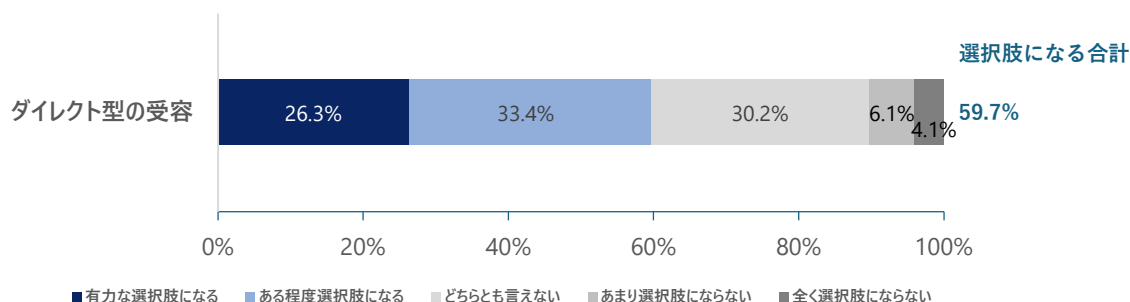
⑥市場シェア 9.9%（※）に対し、6 割弱がダイレクト型は今後の選択肢になると回答

自動車保険市場におけるダイレクト自動車保険のシェアは 9.9%（2024 年度末時点）にとどまる一方、今回の調査では 6 割弱（59.7%）が、「ダイレクト型の販売モデル」は今後の自動車保険選びの選択肢になると回答しました。

※各社の公表資料などにより、当社が調査したものです。ダイレクト保険会社とは、2025 年度までに自動車保険を主にダイレクトで販売している損害保険会社を指します。

出典:ソニー損害 ディスクロージャー誌 2026 P.33 <https://www.sonysonpo.co.jp/company/fr05020.html>

Q.今後の自動車保険選びにおいて、「ダイレクト型の販売モデル(保険会社と直接契約する形)」は、あなたの選択肢となりますか?(SA,n=1,034)



ソニー損害保険株式会社 統合マーケティング・コミュニケーション部 担当：佐川

TEL：03-5744-0936 E-mail：sagawa-m@sonysonpo.co.jp