

自転車保険のキャッチコピーが与える影響の検証

保険に対する認知と加入意向および自転車事故のリスク認知に着目して

○安達未晴¹・上市秀雄²

¹筑波大学大学院システム情報工学研究群 ・²筑波大学システム情報系

Key Words：自転車保険, 意思決定, キャッチコピー



背景

○近年、自転車保険の加入義務化が進められている。

（加入義務が34都府県、努力義務が10道県、義務なしが3県）（国土交通省、2024）

しかし、加入が義務となっている地域でも、加入率は66.4%（au損保、2026）

○日本における自転車保険の研究は限られている。

【消費者側に着目】（Asai, 2025）

- ・加入が義務の都道府県に住んでいる
- ・保険について知識がある
- ・自転車に乗る頻度が高い

【保険会社側に着目】（村上ら、2023）

保険会社のシェアが与える影響を視線計測を用いて検証
シェアが大きい→保険の理解度は低いが、加入率は高い
シェアが小さい→保険の理解度は高いが、加入率は低い

方法

Figure1 実験で提示した自転車保険のパンフレット

自転車保険への加入義務化が進められています！

1日あたりわずか20円以下から加入できます！
約10分でお手続きは完了します！

自転車保険について考えてみませんか？
この保険に加入しませんか？

保険に加入するためには

支払い方法	
申し込み方法	月払い
Web申し込み	500円 参考：500円×12か月＝6000円
郵送申し込み	600円 参考：600円×12か月＝7200円

・スマートフォンやパソコンからお申込みが可能です
・コンビニやクレジットカードでお支払いできます

・契約を更新するときのお手続きは不要です

自転車事故は意外と身近！？

保険に加入すると受けられるサービス

補償の種類	保険金		
個人賠償責任（相手への補償）	1億円		
ご自身の補償	死亡・後遺障害	500万円	
	入院保険金日額	5,000円	
	手術保険金額	入院中	50,000円
		外来	25,000円

バンクなど軽微なトラブルの出張修理を行います

・自転車以外の事故も補償します
例：買い物中に誤ってお店のものを壊した

もし保険に加入していなかったら…？

自転車事故を起こしたら、あなたはどうしますか？
自転車事故に巻き込まれたら、あなたはどうしますか？

過去には高額な賠償金が請求された事例もあります

賠償額	事故の概要
9,521万円	男子小学生が夜間、帰宅途中に自転車で行方不明、歩道と車道の区別のない道路において歩行中の女性と正面衝突。女性は意識が戻らない状態に。（神戸地方裁判所 2013年7月4日判決）
9,330万円	男子高校生が、夜間、イヤホンで音楽を聞きながら無灯火で自転車を運転中に、パトカー追跡を受けて逃走し、職務質問中の警察官と衝突。警察官は約2か月後に死亡した。（高松高等裁判所 2020年7月22日判決）

○実験手続き：2025年11月頃にWeb調査を実施。有効回答数は45名（男性27名、女性17名、その他/1名）。参加者の平均年齢は21.79歳（SD=1.73）。

○架空の自転車保険のパンフレットを作成

・上部：5種類のキャッチコピーのうち、いずれかを提示（実験時は白黒）

Table1 実験で提示した自転車保険のキャッチコピー

項目名	実験で提示した文章
自転車保険のコスト	1日あたりわずか20円以下から加入できます！ 約10分でお手続きは完了します！
自転車保険のベネフィット	自分への補償も相手への補償も手厚い！ 示談交渉サービス付きで、万が一のときも安心です！
自転車事故のリスク	約8分に1件、自転車事故は発生しています！ 全事故のうち、自転車関連事故は2割を超えています！
保険未加入の後悔	事故を起こして、相手の生活が苦しくなったら...？ 事故に巻き込まれて、自分が働けなくなったら...？
統制群(強調なし)	自転車保険では自転車に乗っていて、 事故を起こしたとき、事故にあったときに主に補償されます。

・下部：保険の詳しい内容を4種類記載（キャッチコピーによらず共通）
加入するための手続き、補償内容・付帯サービス
自転車事故の発生状況、高額な賠償金が請求された過去の事故例

○質問項目：各項目それぞれ7件法（1.当てはまらない～7.当てはまる）で測定
【自転車事故のリスク認知】例：自転車事故を起こすかもしれないと思う。

【自転車保険に対する認知・感情要因】各因子3項目ずつ測定（Weedige et al., 2019）

・コスト認知（例：自転車保険に入るために手続きをするのは面倒である。）
・ベネフィット認知（例：自転車保険に加入すると、自転車事故が発生したときに補償金をもらえるため、安心である。）

・リスク認知（例：保険金は保険料に見合っている金額だと思う。）

・予期後悔（例：自転車保険に加入しなかったら、自転車事故が発生したときに後悔すると思う。）

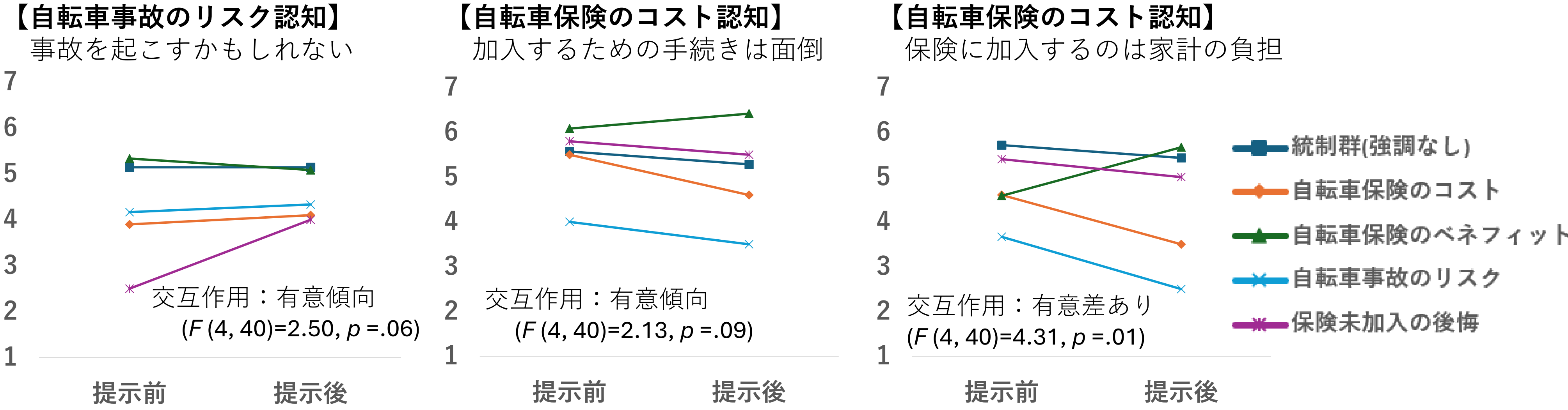
【自転車保険の加入意向】例：自転車保険に加入したいと思う。

結果

Table2 自転車事故のリスク認知、自転車保険の認知・感情要因、自転車保険の加入意向の各項目の平均値(分散)と対応のある分散分析の結果

	質問項目（スペースの都合上、質問文を一部省略）	統制群(強調なし) n=7		保険のコスト n=10		保険のベネフィット n=12		事故のリスク n=6		保険未加入の後悔 n=10		有意差
		提示前	提示後	提示前	提示後	提示前	提示後	提示前	提示後	提示前	提示後	
自転車事故のリスク認知	自転車事故を起こすかもしれないと思う。 自転車事故にあうかもしれないと思う。 自分さえ気を付けておけば、自転車事故を避けることができると思う。	5.14(1.95)	5.14(1.21)	3.90(1.45)	4.10(1.37)	5.33(1.97)	5.08(1.56)	4.17(2.04)	4.33(1.63)	2.50(1.58)	4.00(1.89)	交互作用†
自転車保険のコスト認知	自転車保険に加入するために手続きをするのは面倒であると思う。 自転車保険に加入してお金を支払うのは家計の負担になると思う。 自分の希望に合った自転車保険を見つけるのは大変だと思う。 自転車保険に加入すると、自転車事故が発生したときに補償金をもらえるため、安心であると思う。	5.57(1.51)	5.29(1.25)	5.50(1.18)	4.60(1.17)	6.08(0.90)	6.42(0.51)	4.00(1.26)	3.50(1.64)	5.80(0.79)	5.50(0.85)	交互作用† 交互作用*
自転車保険のベネフィット認知	自転車保険に加入すると、事故の相手とトラブルになったときに交渉を引き受けてくれるため、安心であると思う。 自転車保険に加入すると安心して自転車に乗ることができると思う。	6.14(1.21)	5.71(0.95)	5.20(1.62)	4.80(1.69)	5.17(1.27)	5.33(1.37)	3.83(2.40)	4.17(2.32)	5.70(1.49)	5.30(1.34)	n.s.
自転車保険のリスク認知	保険金(事故が発生したときにもらえるお金)は保険料(月々に支払うお金)に見合っている金額だと思う。 自転車事故が発生したときにきちんと補償してくれると思う。 インターネットで自転車保険に加入するのは不安であると思う。 自転車保険に加入しなかったら、自転車事故が発生したときに後悔すると思う。 もし自転車事故が発生しなかったら、支払った保険料が無駄になると思う。 自転車事故が発生したときに十分な補償を受けられなかったとしたら、自転車保険に加入するときに補償内容をよく確認しなかったことを後悔すると思う。	4.86(0.69)	5.43(0.98)	5.50(1.08)	5.70(1.16)	5.17(1.47)	5.58(1.38)	5.33(1.37)	5.67(1.21)	4.90(1.10)	5.20(1.87)	n.s.
自転車保険への予期後悔	自転車保険に加入したいと思う。 自転車保険に加入することを人にすすめたいと思う。	5.29(0.95)	5.86(0.90)	5.40(1.07)	5.50(1.27)	5.67(0.98)	6.33(0.65)	5.67(1.21)	5.50(1.38)	5.00(0.82)	5.50(0.85)	時間主効果*
自転車保険の加入意向		5.29(0.76)	5.00(0.82)	5.50(1.27)	5.80(1.14)	5.50(1.09)	5.83(0.94)	5.00(1.90)	5.83(1.17)	4.50(1.58)	4.70(1.70)	n.s.
		3.43(1.81)	4.00(1.63)	4.20(1.23)	4.80(0.92)	4.17(1.11)	5.00(1.71)	5.00(1.26)	4.83(1.17)	3.20(0.63)	4.30(1.16)	時間主効果*
		4.43(1.51)	4.86(1.21)	5.00(0.94)	5.20(0.92)	4.67(1.78)	5.25(1.48)	5.67(1.21)	5.17(1.17)	4.40(1.51)	4.50(1.35)	n.s.
		4.86(1.46)	4.57(1.72)	4.20(1.55)	3.70(1.49)	3.83(1.64)	4.25(1.96)	2.50(1.64)	2.83(1.72)	3.90(1.29)	3.70(1.34)	n.s.
		5.71(0.95)	6.14(1.21)	5.20(1.23)	5.50(1.08)	6.00(1.04)	6.25(1.29)	5.50(1.38)	5.50(1.38)	5.60(1.26)	5.40(1.43)	n.s.
		4.14(1.68)	4.86(1.57)	4.40(1.84)	4.10(1.73)	4.17(1.99)	4.50(2.43)	3.67(2.50)	2.50(1.38)	5.00(2.21)	4.60(1.65)	n.s.
		6.00(1.15)	6.00(1.53)	5.70(1.25)	5.40(0.97)	6.33(0.78)	6.42(0.90)	5.67(1.75)	5.00(1.41)	5.10(1.45)	5.00(0.94)	n.s.
		3.71(1.98)	4.29(1.25)	4.50(1.78)	5.20(1.03)	4.92(1.38)	5.17(1.34)	5.00(1.41)	5.50(1.05)	3.80(2.04)	3.70(2.00)	時間主効果*
		3.57(1.72)	4.43(1.27)	4.00(1.49)	4.70(0.95)	4.25(1.48)	4.75(1.36)	3.83(2.32)	4.67(1.75)	3.70(2.06)	3.70(1.89)	時間主効果**

Figure2 キャッチコピーが認知要因に与える影響



まとめ

- ・保険未加入の後悔を喚起すると、事故を起こす可能性が高いと感じる傾向がある。
- ・自転車保険の具体的な内容を伝えることで、加入意向が高まる可能性が示唆された。
- ・今回は若年層が中心であったため、幅広い年齢層に調査することが必要である。