

# α世代「保険は日常の 安心を守るツール」

## 小々馬教授を講師に迎えセミナー



小々馬教授

小々馬氏によるとZ世代(17歳〜29歳)はデジタルネイティブ・SNSネイティブで情報収集の中心はスマートフォン一極集中。「絶対に失敗したくない」というリスク回避傾向が強く理想のスタイルや流行をまねるのが消費の特徴だという。

一方、α世代(1歳〜16歳)は物心ついた時からAIが当たり前に存在するAIネイティブ。GIGAスクール構想のタブレットやAIが組み込まれた玩具等が身近であり、目的ごとにデバイスを使い分ける。スマートフォンやSNSはツール

α世代の登場によって従来の「検索して比較する」「購買プロセスは変化する」といった同氏は語る。SNS広告に対する態度は低く、「コミュニケーション・パフォーマン」を重視するた

め対面接客よりもAIチャットボットを好み、見知らぬインフルエンサーや店舗スタッフの営業トークに対する警戒心が高い。反対に家族や少数の親しい友人、自分を深く理解しているAIを信頼。ところが信頼しているAIの回答をうのみにせず自分に馴染ませるためにさらに「編集」作業に時間を割く。同氏は、消費行動につなげるにはテレビCMをはじめとするプッシュ型手法ではな

## 絶対に失敗したくない

### リスク回避傾向強いZ世代

東京代協中央支部(井上泰弘支部長)は9月8日、京橋区民館で若者研究の第一人者である産業能率大学経済学部の小々馬(ここま)敦教授を講師に迎え「Z世代・α世代の消費動向と意思決定プロセス」を保険代理店(企業)が取るべきマーケティング戦略」と題したセミナーを開催した。2026年時点でα世代の最年長は16歳(高校2年生)、アルバイト等を通じて「生産年齢人口」の一員。多くの産業が主要ターゲットとして注目しており、業界でも動向を注視する必要があるだろう。同氏はAIネイティブのα世代には保険は「万が一の備え」ではなく、「日常の安心を守るツール」と提案する方が効果的ではないかとの見解を示した。今回のテーマは中央支部会員の強い要望によって選定された。



井上支部長

く「ユーザー側のAI」に対して自社の強みやサービス内容、商品の優位性や客観的エビデンスを正しく提示できるかがポイントになると強調した。

こうしたことから保険業界でも従来の販売戦略の見直しが必要になってくる。同氏は保険営業のスタンダードだった「万が一の時に家族が困る」「将来の大きなリスクに備える」等の恐怖訴求は限界だと話す。「VUCAを生きる彼らに10年後の抽象的なリスクは刺さらない。重視するのは、今と毎日の延長線上にあるより良い状態(Well-being)であり、いつもの日常が守られることへの安心感だ」という。一方、環境問題や社会課題に関心が高く、保険本来の「助け合い」を理論的に理解すると関心を寄せるのではないかと

もう。また、逆社会化現象にも言及し「親(ミレニアル世代)へのアプローチの際には、子どもの存在や価値観を考慮しながら進めると良いのではないかと示唆した。

さらに、対面重視から適度な距離感(コミュニケーション)へのシフトにも言及。気遣いや煩わしさを嫌うα世代に積極的な対面営業は逆効果で、初期の相談や見積もりシミュレ

### 質問事項

押し付けに反発の一方で  
相互扶助の保険に好意的

講演後には参加者から多くの質問が寄せられた(一部抜粋)。

——AIに「保険が必要」とアドバースされた相談者はウェブで加入するのではないだろうか。

「人」が介する保険代理店は生き残れるか。小々馬氏 人の接客は面倒だと考えている。自分の意思の外で決められることを嫌うため、トレンドをそのまま受け入れることが、これからのAI時代における損害保険・生命保険マーケティングの鍵となるだろう」と展望した。

「自分のため」よりも「家族のため」の保険に好意的だ。使って自分で選ぶことに

なるのか。

小々馬氏 AIが推奨したもの絶対が良いと信じているわけでもない。「このブランドなら間違いなく」というお墨付きがあるものを安心して選んでいる。雰囲気やイメージではなく、「なぜ間違いないのか」というエビデンスやエピソードが必要で、企業側はブランディングや信頼性が重要になってくる。また、大学生以下の世代は小・中学生の頃から金融教育を受けているため、金銭感覚やリテラシーのベースが従来とは全く異なる。保険の仕組みや価値を適切に示すことができれば、むしろ説明しやす

## Z世代・α世代の消費動向と意思決定プロセス 保険代理店(企業)が取るべきマーケティング戦略



(損保版)

第1〜4月曜日発行  
発行所 新日本保険新聞社  
大阪市西区本町1丁目5-15  
(郵便番号550-0004)  
電話 (06) 6225-0550 (代表)  
FAX (06) 6225-0551 (専用)  
購読料 1か月2420円  
(消費税、送料込み)  
©新日本保険新聞社 2026

79th  
Anniversary  
since 1947

創業昭和22年

保険・共済業界と  
共に歩んで79年