

SNSを通じた保険金不正請求に 関する意識調査（結果）

2026年8月

一般社団法人 日本損害保険協会 

1. 調査の概要

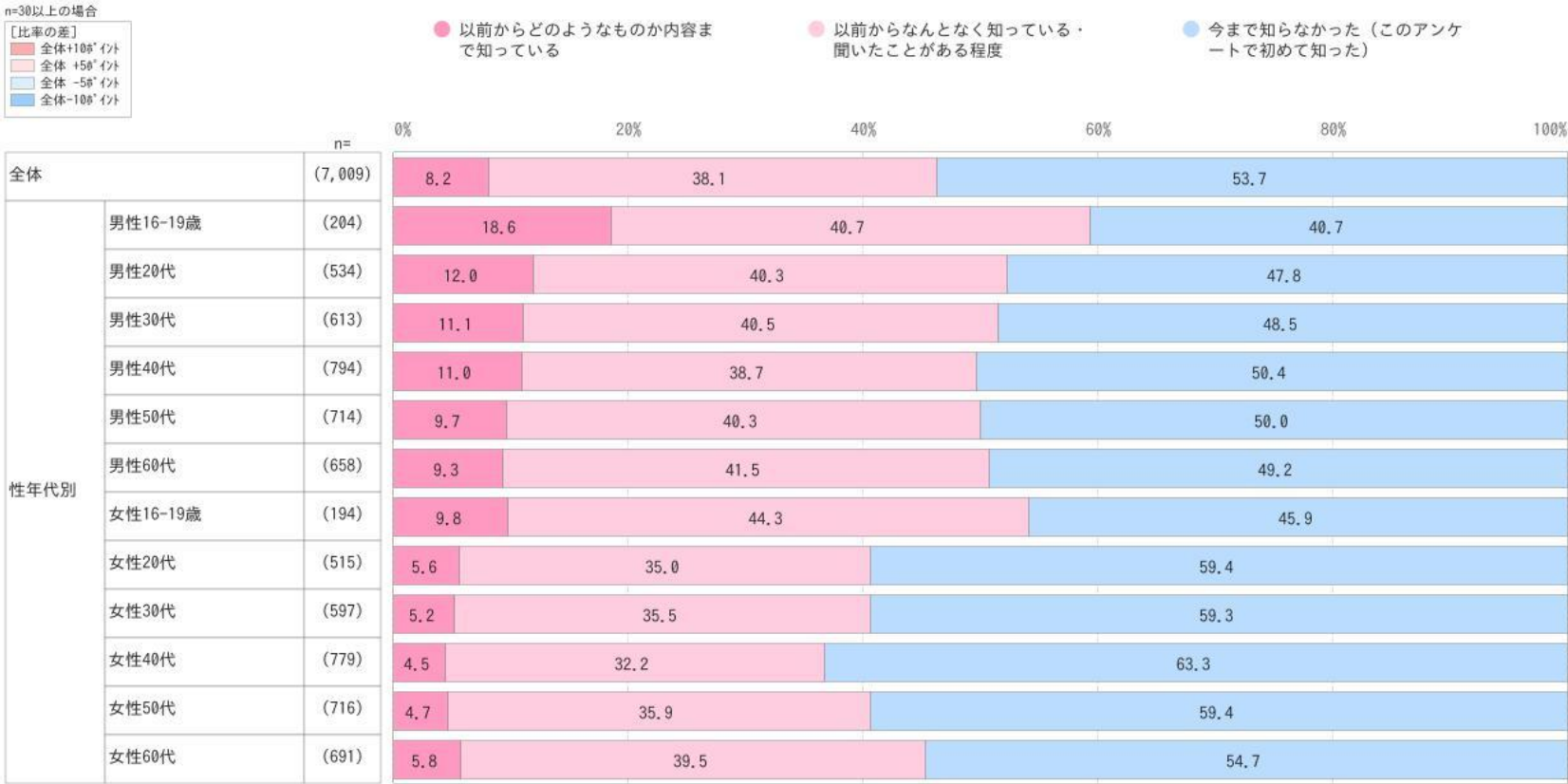
調査期間	2026 年3月13日～14日
調査対象	全国の16歳～69歳の男女(有効回答: 7,009人) ※人口構成比率に合わせて回収。
調査方法	インターネットリサーチ

2. 調査結果

(1)「 SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」の認知度

- ・「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」を認知しているのは全体の5割以下で、その大半は「以前からなんとなく知っている・聞いたことがある程度」という結果となり、行為自体を十分に認知している割合は低い傾向がある。
- ・性年代別で見ると、10代男女の認知度が高く、男性は女性に比べて認知度が高い傾向がある。

Q : あなたは、「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」※についてご存知ですか。
※SNSを通じて、「保険金を簡単に受け取れる」などと勧誘し、実際には発生していない事故で保険金請求を指示する行為。



(注) 掲載の数値は四捨五入しているため、内訳の合計が100に合わない場合がある。

2. 調査結果

(2)「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」に関わった際に恐れるもの

- ・全体では「詐欺罪として刑事罰を科される」が最も高く、次いで「刑務所に収監される」、「多額の賠償金を一生支払うことになる」といった法的措置・経済損失を恐れる傾向がある。
- ・年代別で見ると、10代では「家庭内での信頼や居場所を失う」「友人との人間関係が崩れる」といったコミュニティから追放されることを「詐欺罪として刑事罰を科される」より恐れる傾向がある。

Q：「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」にあなたが関わったと想定した時、あなたが恐れるものを全てお選びください。

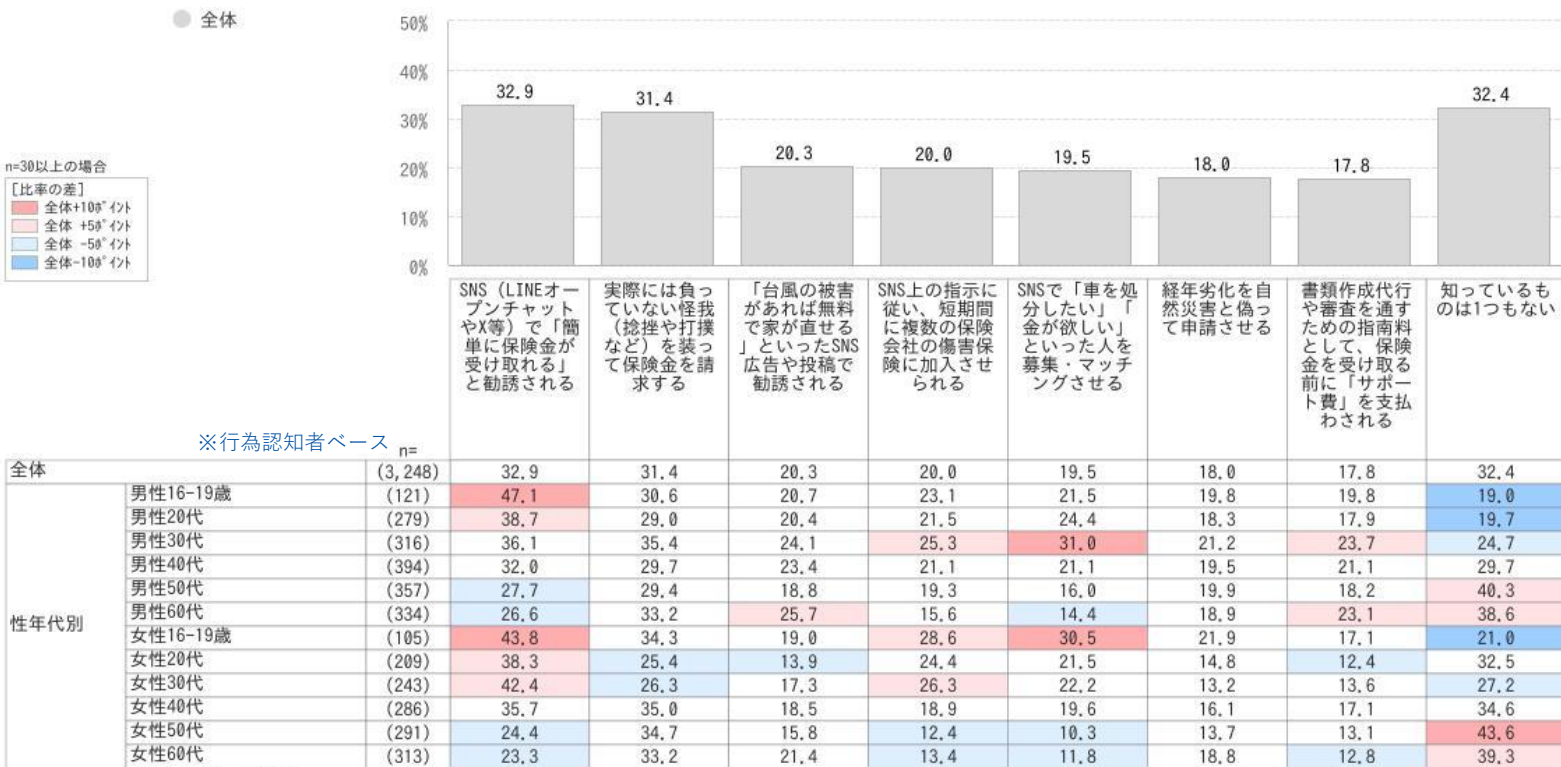


2. 調査結果

(3)「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」の具体事例の認知度

- ・全体では「SNSでの『保険金が受け取れる』との直接的な勧誘」「ケガの架空請求」の認知度が高い傾向がある。
- ・年代別で見ると、「SNSでの『保険金が受け取れる』との直接的な勧誘」は、10代の認知度が高い傾向がある。

Q：「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」について、具体事例としてご存知のケースについて、あてはまるもの全てお選びください。

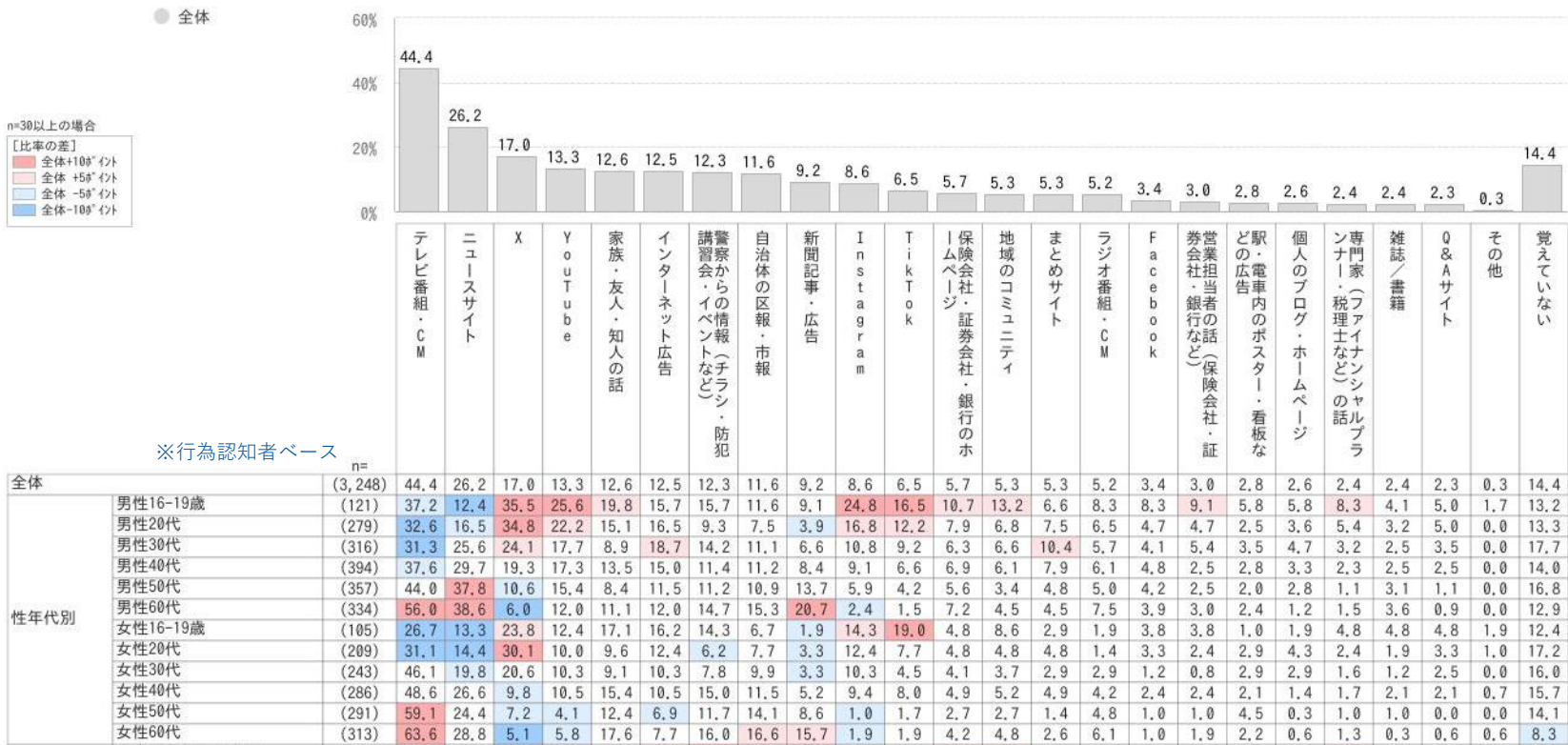


2. 調査結果

(4)「 SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」の認知経路

- ・全体では「テレビ番組・CM」が44.4%と高く、「ニュースサイト」が26.2%、「X」が17.0%、「YouTube」が13.3%と続く。
- ・年代別で見ると、10代の認知経路は「X」が「テレビ番組・CM」と同水準の割合で高いなど、10代では「X」「Instagram」「TikTok」といったSNSを通じて認知した割合が全体と比べて高い傾向がある。

Q： SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為について、どこで情報を知りましたか。あてはまるもの全てお選びください



2. 調査結果

(5)「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」を目撃した際の相談先

- ・全体では「警察」が半数を超えて最も高く、「家族・パートナー」「消費者庁(消費者ホットライン)」と続く。
- ・年代別で見ると、10代は「警察」への相談が全体と比べて低く、「家族・パートナー」の割合が高い傾向がある。また、10代は「SNS内のコミュニティ」や「知恵袋サイト」といったネット上を相談先とする割合も、他の年代と比べて高い傾向がある。

Q：「SNS上でのやり取りをきっかけに、保険金詐欺への関与を勧誘してくる行為」についてあなたが遭遇した、または身近な人が加担しているのを目撃した場合、どこに相談しようと思いますか。あてはまるもの全てお選びください。

