

2024年6月25日  
J.D. パワー ジャパン

## J.D. パワー 2024 年米国保険デジタル・エクスペリエンス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

～ウェブサイトとモバイルアプリは新規顧客獲得の主要な原動力となるが、一層の高度化が必要～

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である J.D. Power（本社：米国ミシガン州トロイ）は、現地時間 5 月 21 日に、**J.D. Power 2024 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>（J.D. パワー 2024 年米国保険デジタル・エクスペリエンス顧客満足度調査<sup>SM</sup>）**の結果を発表した。

本調査は損害保険会社の従来の保全サービス<sup>\*1</sup>を受けた既存顧客のデジタル・エクスペリエンスを「保全サービス（Service）部門」、見積り依頼をした見込み客のデジタル・エクスペリエンスを「保険契約（Shopping）部門」として、デジタルチャネルでの消費者体験を聴取したもので、2つのセグメントで結果を発表している。

<sup>\*1</sup>「オンライン・アカウントの設定」、「アカウントへのログイン」、「コンタクト情報の変更」、「契約の確認」、「請求プロセスの確認」、「車両の追加・変更」等のサービスを指す。

自動車保険料がかつてないほど上昇し、新たな保険契約を検討する消費者がこれまで以上に増えている中<sup>\*2</sup>、デジタルチャネルは自動車保険の契約や保全サービスの顧客体験全体にとって重要な要素となっている。本年調査によると、自動車保険のウェブサイトやモバイルアプリの大半は、基本的な機能性を十分に満たしているが、他社と一線を画すような付加価値の高いサービスを提供できているところはかなり少ない。

<sup>\*2</sup>J.D. パワー 2024 年米国自動車保険契約顧客満足度調査<sup>SM</sup>

[https://japan.jdpower.com/ja/press-releases/2024\\_US\\_Insurance\\_Shopping\\_Study](https://japan.jdpower.com/ja/press-releases/2024_US_Insurance_Shopping_Study)

2024 年調査の主なポイントは以下の通り：

### 業界の逆風にもかかわらず、総合満足度は堅調に推移

本年の保険契約部門の総合満足度は 516 ポイント（1,000 ポイント満点）となり、前年調査（2023 年 5 月発表）から 5 ポイント低下した。保全サービス部門の総合満足度は 698 ポイントで、前年調査から 4 ポイント低下した。自動車保険会社全般の総合満足度<sup>\*3</sup>（2023 年調査では 2022 年調査から 12 ポイント低下）に比べれば、保険料の高騰にもかかわらず、デジタルチャネルは相対的には立派に機能している。

<sup>\*3</sup>J.D. パワー 2023 年米国自動車保険顧客満足度調査<sup>SM</sup>

[https://japan.jdpower.com/ja/press-releases/2023\\_us\\_auto\\_insurance\\_study](https://japan.jdpower.com/ja/press-releases/2023_us_auto_insurance_study)

### デジタルチャネルは代理店やコールセンターよりも多くの新規顧客を獲得

初めて自動車保険に加入する人の半数以上（53%）が、デジタルチャネルを通じて自動車保険会社とコンタクトを取り始める。代理店経由は 29%、コールセンター経由は 18%にとどまる。同様に、切り替え顧客の 42%、継続顧客

の46%がデジタルチャネル経由で加入している。これらのデジタルチャネル経由での加入割合は、過去4年間で大きく伸びている。

### **顧客と保険会社のやりとりがデジタルチャネルのみの場合、満足度は最も高い**

顧客が保険会社とのファーストコンタクトにウェブサイトやサポートを含むデジタルチャネルを利用した場合、他のチャネルを最初に利用した場合に比べ、総合満足度は大幅に高くなる。

### **基本を超えることの必要性**

ほとんどの保険会社のデジタルチャネルは、基本的なツールやナビゲーション機能を提供しているが、より高度なタスクを顧客が簡単に行えるようにしているものは少ない。保全サービス部門では、83%の顧客はデジタルチャネルが「基本的な顧客体験を提供している」と回答しているが、「基本的で、見つけやすく、価値がある」と回答したのは30%にとどまった。保険契約部門では、72%の顧客はデジタルチャネルが「基本的な顧客体験を提供している」と回答したが、「基本的で、見つけやすく、価値がある」と回答したのはわずか4%であった。

### **J.D. パワー インシュアランス・ビジネス・インテリジェンス部門 シニアディレクター**

#### **スティーブン・クルーソンのコメント**

「この1年間、自動車保険業界ではあらゆる側面で顧客満足度に急激な低下が見られた。こうしたことを考えると、優れた顧客体験を提供し、顧客や見込み客が必要な情報を得られるようにすることに関しては、デジタルチャネルは驚くべき強みを持っている。しかし、顧客を自社のウェブサイトやモバイルアプリから離れさせず、顧客のあらゆる質問に答え、重要な情報を提供し続けることに関しては、まだ課題が残る。デジタルチャネルの利用者が、オンラインで必要な情報を見つけられず、電話を取ってコールセンターに連絡する必要がある場合、満足度は急落する。」

### **本調査の共同実施者である Corporate Insight 社リサーチ・マネージャー ジャスティン・スーター氏のコメント**

「保険のデジタルチャネルでは、エンゲージメントが勝負の分かれ目となる。顧客が複数の異なるデジタルツールを利用すればするほど、より良い顧客体験を得られ、自動車保険会社に対して全体的に好印象を抱く可能性が高くなる。」

### **顧客満足度ランキング**

#### **【保全サービス (Service) 部門】**

第1位：Progressive (プログレッシブ) (737 ポイント)

第2位：American Family (アメリカンファミリー) (717 ポイント)

第3位：Nationwide (ネイションワイド) (716 ポイント)

#### **【保険契約 (Shopping) 部門】**

第1位：Auto Club Group (AAA、全米自動車協会) (546 ポイント)

第2位：Auto Club of Southern California (南カリフォルニア全米自動車協会) (536 ポイント)

第3位：Erie Insurance (エリー) (533 ポイント)

## 《J.D. パワー 2024 年米国保険デジタル・エクスペリエンス顧客満足度調査<sup>SM</sup>概要》

年に1回、損害保険会社の従来の保全サービスを利用している既存顧客と、見積りを依頼した見込み客を対象に、デジタルチャネルでの消費者体験を聴取し、満足度を明らかにする調査。

金融サービスおよびヘルスケア業界における競合情報分析およびユーザーエクスペリエンス調査の大手プロバイダーである Corporate Insight 社と提携して実施している。今回で13回目の実施となる。

■実施期間：2024年1月～3月 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：米国の損害保険会社のデジタルチャネル利用者

■調査回答者数：11,086人

総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを設定し、各ファクターの詳細評価項目に関するユーザーの評価を基に1,000ポイント満点で総合満足度スコアを算出。総合満足度を構成するファクターは、総合満足度に対する影響度が大きい順に以下の通り（カッコ内は影響度）。

【保全サービス（Service）部門】：「情報・コンテンツ」（27%）、「ウェブサイト／モバイルアプリの見やすさ」（25%）、「操作のしやすさ」（25%）、「読み込みの速さ」（24%）

【保険契約（Shopping）部門】：「ウェブサイト／モバイルアプリの見やすさ」（26%）、「操作のしやすさ」（25%）、「読み込みの速さ」（25%）、「情報・コンテンツ」（24%）

\*本報道資料は、現地時間2024年5月21日に米国で発表されたリリースを要約したものです。

原文リリースはこちら

<https://www.jdpower.com/business/press-releases/2024-us-insurance-digital-experience-study>

\*J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

### 《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. パワー ジャパン

メディア関係者様お問い合わせ：北見（コーポレート コミュニケーション）

Tel：03-6809-2996 E-mail：release@jdpa.com

調査レポート購読等お問い合わせ：西川（GBI 部門 ファイナンシャルサービス・インダストリー）

Tel：03-6809-2987 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

J.D. パワーについて：

米国に本社を置く J.D. パワーは消費者インサイト、アドバイザリーサービス、データと分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。ビッグデータや人工知能（AI）、アルゴリズムモデリング機能を活用して消費者行動を捉える先駆者であり、消費者に関する鋭い業界インテリジェンスを提供してきました。J.D. パワーは半世紀以上に渡って、顧客とブランド・製品に関わり続け、主要産業における世界の大手企業から、顧客対応戦略の指針として信頼されています。

J.D. パワーは、北米、ヨーロッパ、アジア太平洋にオフィスを構えています。事業内容の詳細については、<https://japan.jdpower.com/ja> をご覧ください。

Corporate Insight 社について：

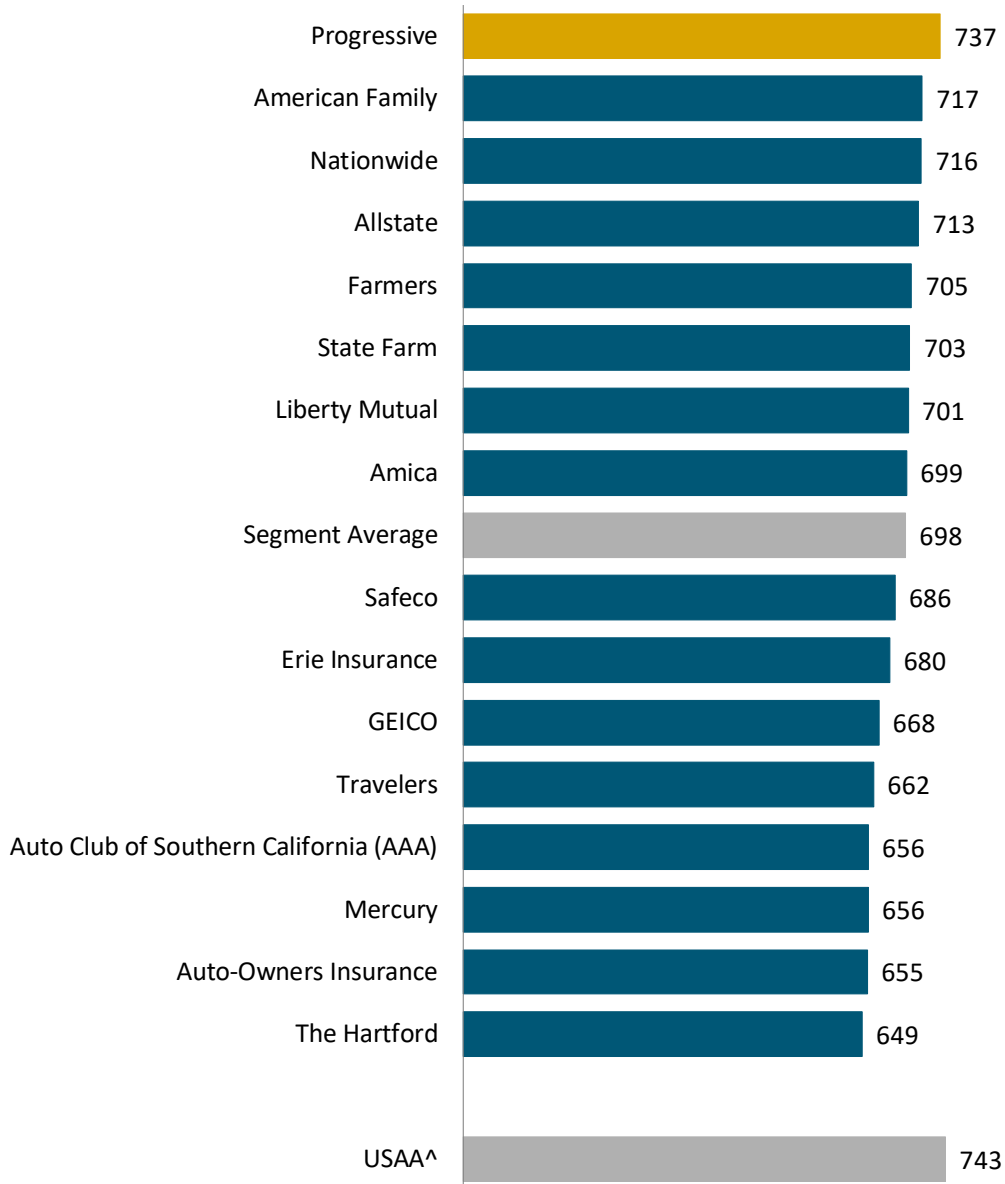
Corporate Insight 社は、25 年以上にわたり米国の主要な金融サービスおよびヘルスケア機関に対する競合情報分析、ユーザーエクスペリエンス調査、およびコンサルティングサービスの業界リーダーとして認められています。業界最高レベルの研究プラットフォームと実際の顧客体験を分析するユニークなアプローチは、企業が市場での競争力を高めるのに役立ちます。詳細については [corporateinsight.com](https://corporateinsight.com) にアクセスしてください。

# J.D. Power 2024 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

## Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)

### Service



Note: ^Brand is not rank eligible because it does not meet study award criteria.

In alphabetical order if there are tie scores.

Source: J.D. Power 2024 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

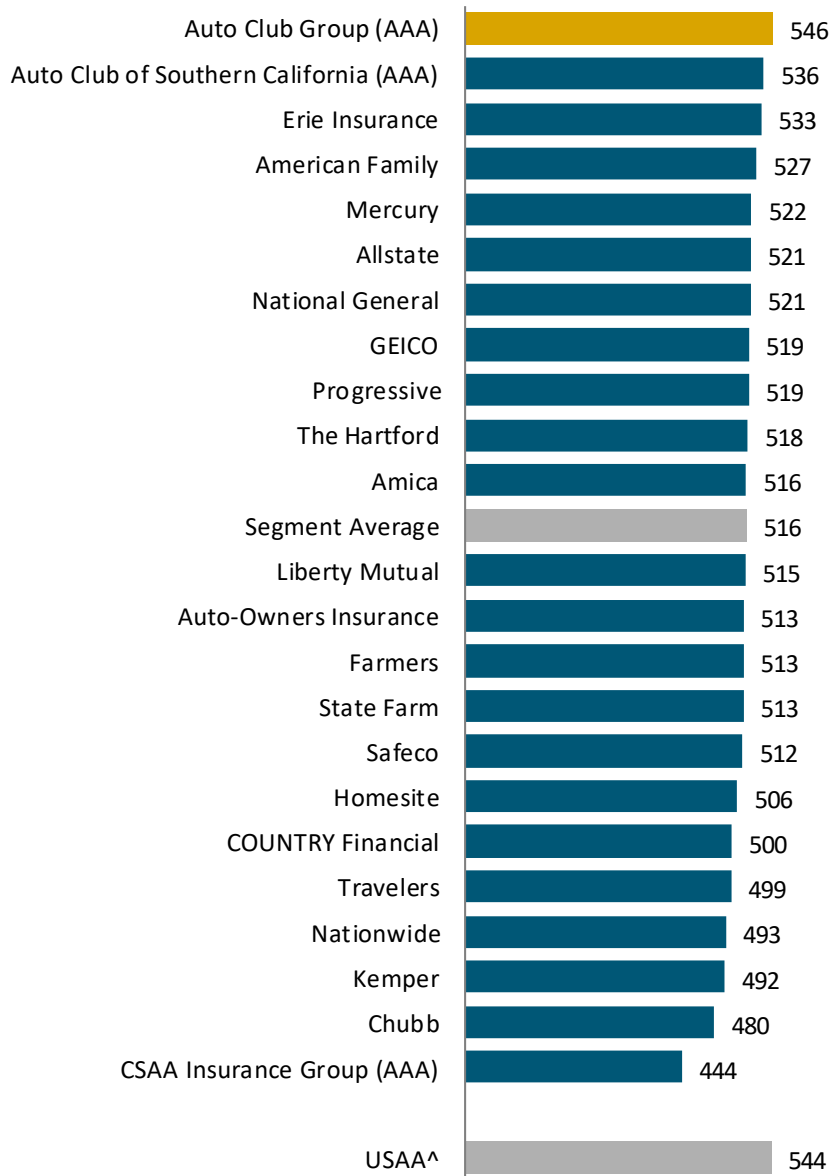
Charts and graphs extracted from this press release for use by the media must be accompanied by a statement identifying J.D. Power as the publisher and the study from which it originated as the source. Rankings are based on numerical scores, and not necessarily on statistical significance. No advertising or other promotional use can be made of the information in this release or J.D. Power survey results without the express prior written consent of J.D. Power.

# J.D. Power 2024 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

## Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)

### Shopping



Note: ^Brand is not rank eligible because it does not meet study award criteria.  
In alphabetical order if there are tie scores.

Source: J.D. Power 2024 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

Charts and graphs extracted from this press release for use by the media must be accompanied by a statement identifying J.D. Power as the publisher and the study from which it originated as the source. Rankings are based on numerical scores, and not necessarily on statistical significance. No advertising or other promotional use can be made of the information in this release or J.D. Power survey results without the express prior written consent of J.D. Power.