



Press Release

報道用資料

2015年7月16日

ダイレクト系保険会社の満足度向上は、ロイヤルティ向上には繋がらず

2015年日本自動車保険新規加入満足度調査 2015年日本自動車保険契約者満足度調査

＜当資料の要約＞

- **ダイレクト系保険会社は保険料の低下、手続きホームページの評価改善により新規加入時の総合満足度は向上。しかしながらロイヤルティ向上には繋がっておらずその水準は依然として低い。**
- **代理店系保険会社の契約者の総合満足度は昨年水準を維持。プロ代理店チャネル、企業の代理店チャネルでは保険内容の提案やアドバイスの活動が進んだ。**
- **新規加入満足度、契約者満足度ともに昨年に引き続き、代理店系ではAIUが、ダイレクト系ではセゾン自動車火災が第1位。**

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株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木郁、略称：J.D. パワー）は、2015年日本自動車保険新規加入満足度調査、および2015年日本自動車保険契約者満足度調査の結果を発表した。

2015年日本自動車保険新規加入満足度調査は、直近の自動車保険（任意保険）への加入が初めてであった新規契約顧客、もしくは他の保険会社から切り替えて新たに加入をした切替顧客を対象に、契約保険の内容、契約手続き時の保険会社・代理店の対応実態など自動車保険に新規で加入する際の顧客満足度を調べた。

2015年日本自動車保険契約者満足度調査は、自動車保険（任意保険）の契約者を対象に、契約保険の内容や、契約期間中の自動車事故保険金請求時の対応、各種手続きや問合せ時の保険会社・代理店の対応実態など自動車保険契約期間中の接点全般に対する顧客満足度を調べたものである。

なお、2015年日本自動車保険事故対応満足度調査は、来る2015年7月23日に調査結果を発表の予定である。

◆契約手続きホームページは、保険選定に役に立つ情報提供がより一層求められる◆

新規加入満足度調査において、ダイレクト系保険会社の総合満足度は昨年から12ポイント向上し636ポイントとなった。しかしながら、次回の契約更新時に「必ず契約したい」と回答する割合はわずか7%と著しく低く、この水準は昨年から変わらない。当調査結果では、ダイレクト系保険会社に初めて加入した“新規契約顧客”の保険料は5,000円以上低下しており、保険料の低下が満足度向上の要因の1つとなっている。但し、“保険料が安い”という理由で保険会社を選定した顧客の継続契約意向は6%のみであり、“安さ”はロイヤルティに繋がりにくいことが明らかである。

ダイレクト系保険会社の満足度向上の背景には保険料の低下の他、契約の手続きを行うホームページの改善も挙げられる。“新規契約顧客”では、ホームページ上の契約内容の説明に関して「提案があり役に立った」とした割合は昨年よりも4ポイント高まり、40%であった。顧客にとって補償内容や特約の選定がより容易になる分かりやすい情報が提供されたと考えられる。しかしながらこの改善は満足度向上の要因の1つではあるが、顧客のロイヤルティを高めるまでには至っておらず、さらに顧客満足度を高め、ひいては顧客のロイヤルティを高めるにはホームページ上での役に立つ情報提供がより一層求められるといえよう。

◆提案や見直しのアドバイスが満足度向上の鍵◆

契約者満足度調査において、代理店系保険会社の顧客満足度は605ポイントであり、昨年と同等の水準を維持した。契約チャンネル別では、保険専門の代理店（プロ代理店）で契約した顧客の満足度は昨年から4ポイント向上し629ポイントと最も高く、次に勤務先企業の代理店が606ポイント（13ポイント向上）、修理工場が592ポイント（1ポイント低下）、車のディーラーが581ポイント（2ポイント低下）と続く。契約チャンネルごとに契約者に対する対応の実態を分析したところ、過去1年において「契約内容の提案や見直しのアドバイスがあった」と回答する割合が高まり契約者への提案活動の進むチャンネルが見られた。プロ代理店では6ポイント高まり56%、企業代理店が5ポイント高まり44%であった。「提案や見直しのアドバイスがあった」場合の満足度は640ポイントと高く、「なかった」場合との差は47ポイントと大きい。プロ代理店や企業代理店での満足度向上の一因となっている。一方、修理工場では42%、車のディーラーは37%であり昨年から変化はなく、これらチャンネルでの提案活動は改善の余地がある。

保険代理店に対する役割強化の動きがある中、保険会社は契約チャンネルごとに顧客満足度向上のための活動強化を推進していくことが重要である。

◆新規加入満足度は、昨年に引き続き代理店系はAIU、ダイレクト系はセゾン自動車火災が第1位◆

<セグメント別の総合満足度ランキング概況>

代理店系保険会社 セグメント

AIUが4年連続で総合満足度第1位となった。同社は「契約内容／契約手続き」「価格」において代理店系保険会社セグメントにおいてトップ評価となった。第2位は富士火災で「契約チャンネル」の評価がトップ評価であった。第3位は三井住友海上で3つ全てのファクターでセグメント平均以上の評価を得た。

ダイレクト系保険会社 セグメント

セゾン自動車火災が3年連続で、総合満足度第1位となった。同社は「契約内容／契約手続き」の評価がダイレクト系保険会社セグメントにおいて最も高い結果であった。第2位はSBI損保で、「価格」の評価がトップとなった。第3位はイーデザイン損保で3つ全てのファクターでセグメント平均以上の評価を得た。

◆契約者満足度も、昨年に引き続き代理店系はAIU、ダイレクト系はセゾン自動車火災が第1位◆

<セグメント別の総合満足度ランキング概況>

代理店系保険会社 セグメント

AIUが3年連続で、総合満足度第1位となった。同社は5つの全てのファクターにおいて代理店系保険会社セグメント内でトップ評価を得ている。AIUは特に「価格」「顧客対応」「事故対応／保険金支払」の評価が高く他社を大きく上回った。第2位は三井住友海上で、「契約内容／契約手続き」「価格」「顧客対応」「事故対応／保険金支払」においてセグメント平均以上の評価であった。第3位は富士火災で、「価格」「保険証券」「顧客対応」「事故対応／保険金支払」でセグメント平均以上の評価であった。

ダイレクト系保険会社 セグメント

セゾン自動車火災が3年連続で、満足度第1位となった。同社は「契約内容／契約手続き」でダイレクト系保険会社セグメントにおいてトップ評価となった。2位はソニー損保で、「顧客対応」「事故対応／保険金支払」においてトップ評価であった。3位のSBI損保は「価格」の評価がトップとなった。

<調査概要>

2015年日本自動車保険新規加入満足度調査

当調査は自動車保険（任意保険）の契約者を対象に2015年5月にインターネット調査を実施し、新規に自動車保険を契約した者（他の保険会社から切り替えて加入した契約者を含む）8,265人から回答を得た。

満足度の測定にあたっては、「契約内容／契約手続き」「価格」「契約チャンネル」の3つのファクター（要素）

を設定し、各ファクターの総合満足度に対する影響度をもとに、総合満足度スコアを算出した（1,000 ポイント満点）。

2015年日本自動車保険契約者満足度調査

当調査は自動車保険（任意保険）の契約者を対象に2015年5月にインターネット調査を実施し、8,870人からの回答を得た。

満足度の測定にあたっては、「契約内容／契約手続き」「価格」「保険証券」「顧客対応」「事故対応／保険金支払」の5つファクター（要素）を設定し、各ファクターの総合満足度に対する影響度をもとに、総合満足度スコアを算出した（1,000 ポイント満点）。

なお、両調査では、商品の主な販売方法をもとに「代理店系保険会社」と「ダイレクト系保険会社」の2つのセグメントに分け、それぞれにおける顧客満足度を測定している。それぞれのセグメントの定義は以下のとおり。

*代理店系 ：専門代理店や車の販売店などの保険代理店をベースに事業を展開する保険会社

*ダイレクト系 ：代理店を介さずに、主にインターネットや電話などで契約者と直接契約する保険会社

*J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワーの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として1990年に設立された。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベルなど様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.com> まで。

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート コミュニケーション

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町（〒105-0001）

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

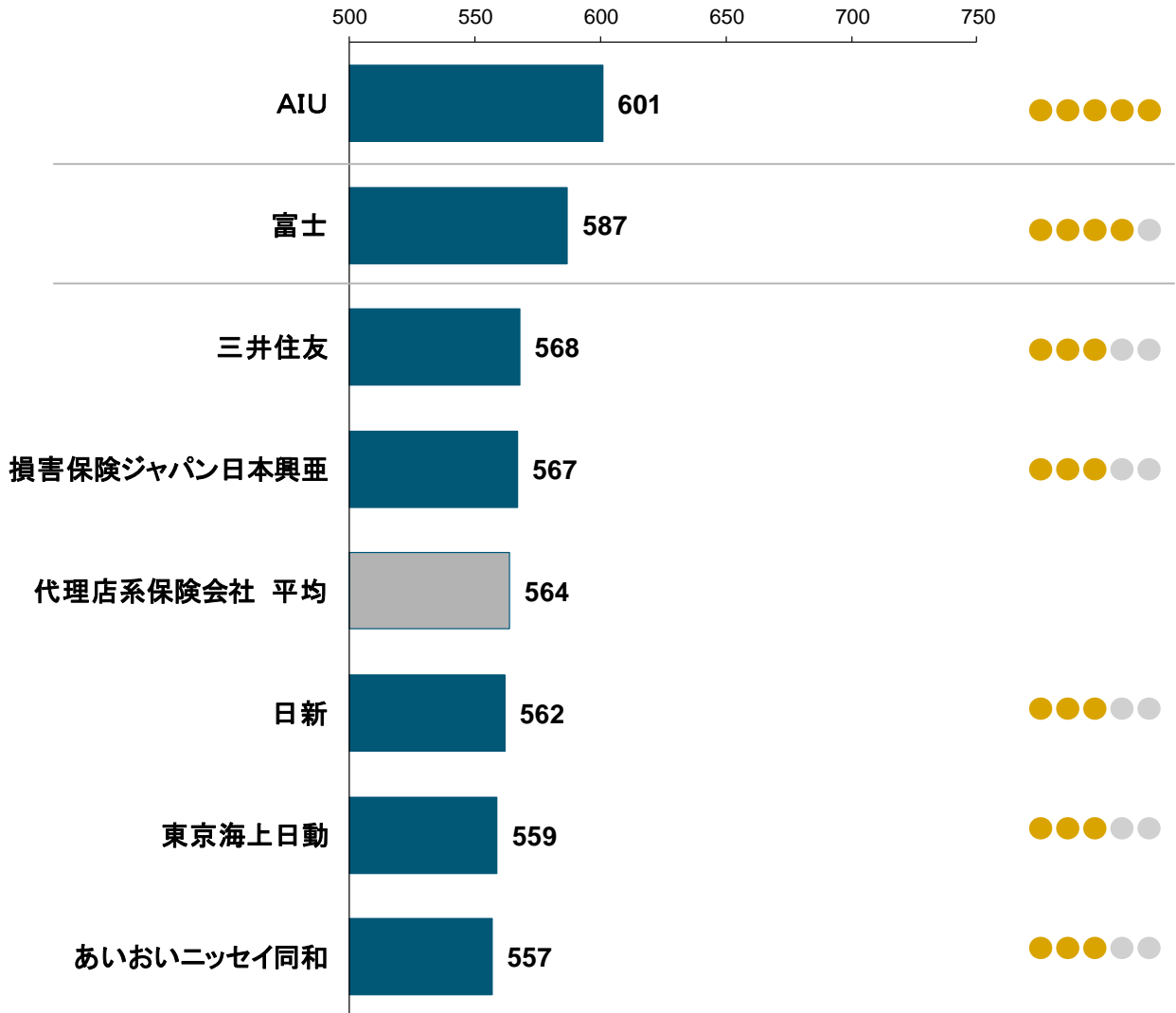
J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険新規加入満足度調査SM

顧客満足度ランキング

(1,000ポイント満点)

【代理店系保険会社】

パワー・サークル・
レーティングTM



注) 朝日火災、エース損保、共栄火災、セコム損保はサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。

レーティングの説明

- ベスト
- ベター
- アベレージ
- それ以外

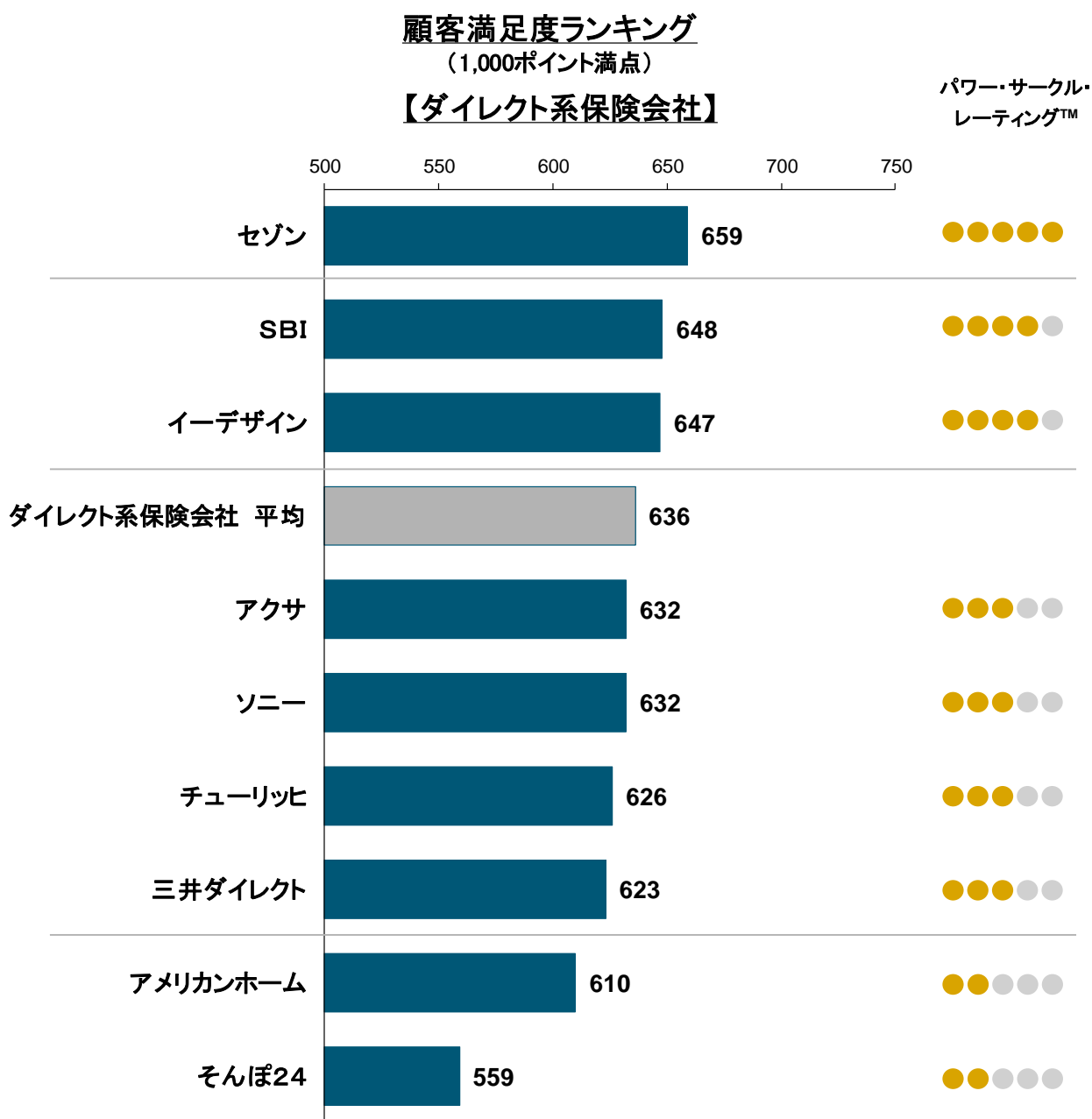
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険新規加入満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険新規加入満足度調査SM) を明記してください。

パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは www.jdpower.com/jp へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険新規加入満足度調査SM



注) ゼネラルはサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険新規加入満足度調査SM

レーティングの説明

- ★★★★★ ベスト
- ★★★★☆ ベター
- ★★★★☆ アベレージ
- ★★★☆☆ それ以外

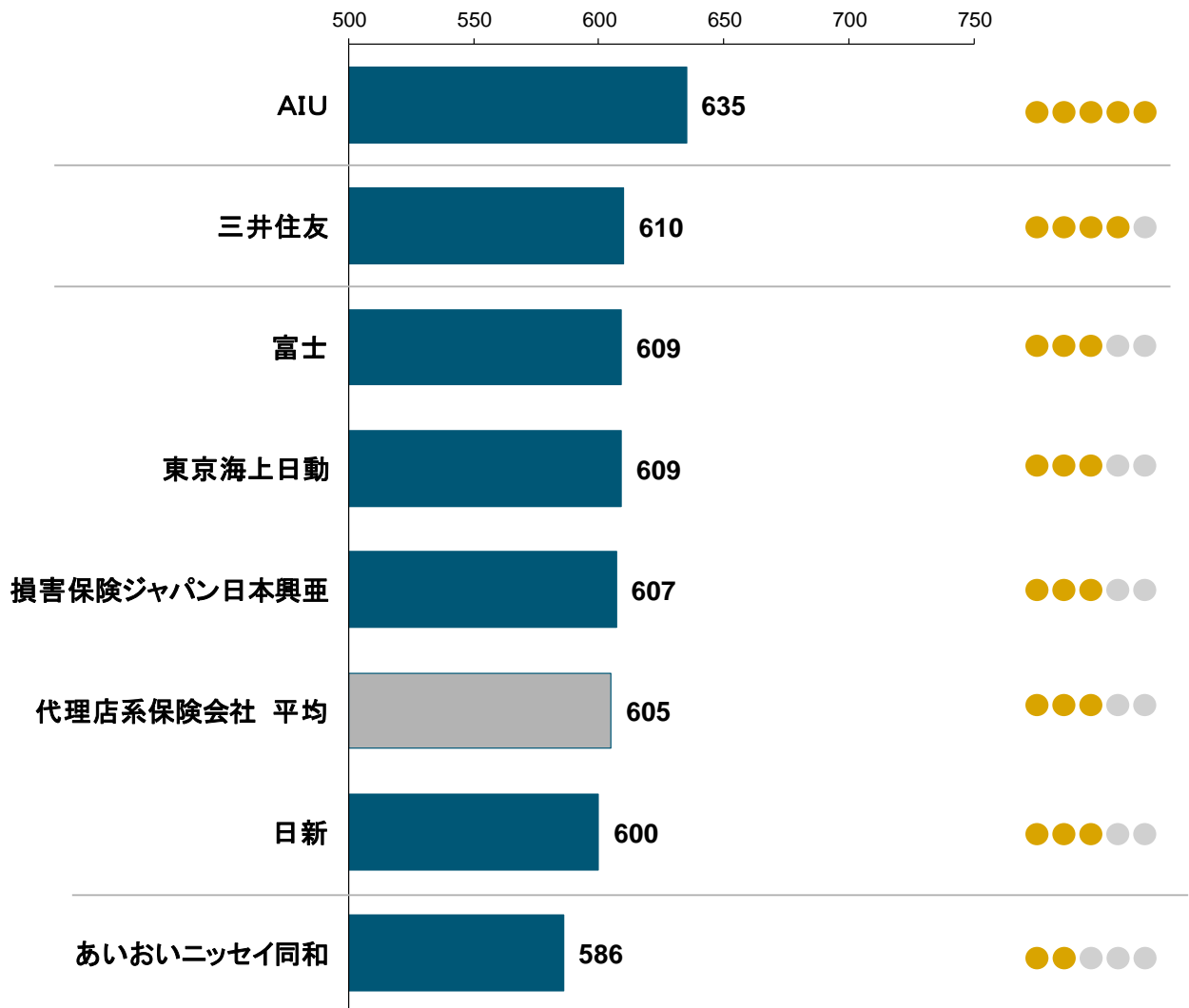
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険新規加入満足度調査SM) を明記してください。
パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは www.jdpower.com/jp へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険契約者満足度調査 SM

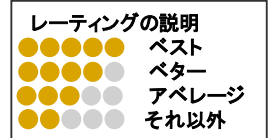
顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)

【代理店系保険会社】

パワー・サークル・
レーティング™



注) 朝日火災、エース損保、共栄火災、セコム損保はサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。



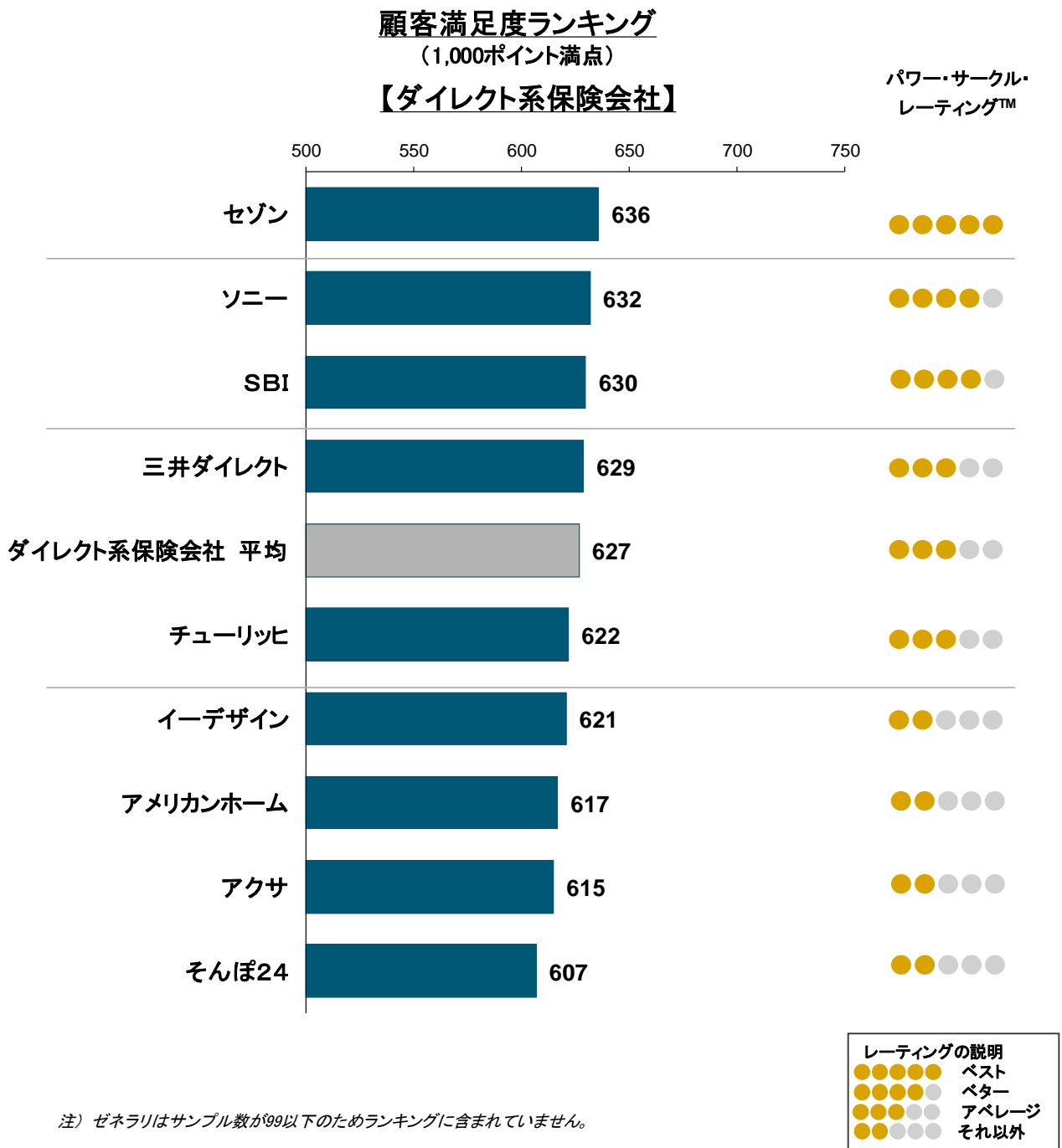
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険契約者満足度調査 SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険契約者満足度調査 SM)を明記してください。

パワー・サークル・レーティング™はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは www.jdpower.com/jp へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険契約者満足度調査SM



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険契約者満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。
 報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車保険契約者満足度調査SM)を明記してください。
 パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは www.jdpower.com/jpへ。