

2020年11月19日  
J.D. パワー ジャパン

## J.D. パワー 2020年自動車保険契約者満足度調査<sup>SM</sup>

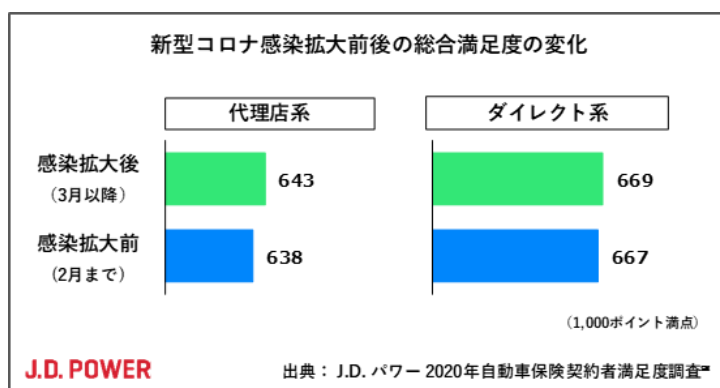
### ～コロナ禍で非接触にシフトする顧客ニーズへの対応が顧客満足度向上のポイント～

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 ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、**J.D. パワー 2020年自動車保険契約者満足度調査<sup>SM</sup>**の結果を発表した。

### 新型コロナウイルス感染拡大後も、代理店系・ダイレクト系ともに顧客満足度は前年レベルを維持

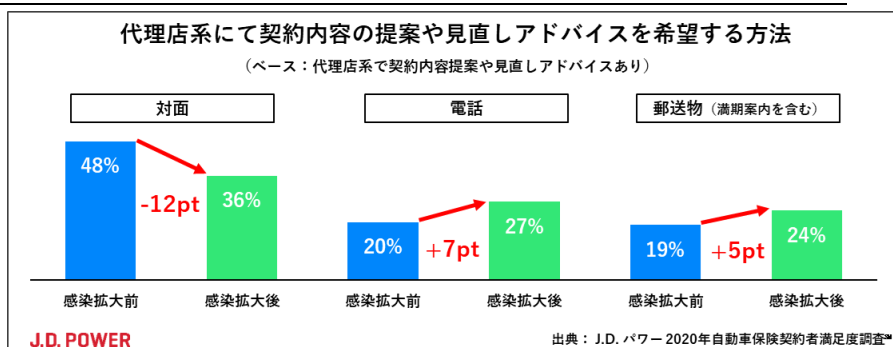
本年調査の総合満足度は、代理店系平均で前年比-2ポイントの635ポイント、ダイレクト系平均では前年比+1ポイントの666ポイント（共に1,000ポイント満点）となり、新型コロナウイルス感染拡大後も前年と同レベルであった。

自動車保険における新型コロナウイルス感染拡大の影響を見るため、保険開始日が新型コロナウイルス感染拡大前の2020年2月までのデータと、保険開始日が新型コロナウイルス感染拡大後の3月以降のデータに分けて顧客満足度を比較した（右図参照）。その結果、代理店系では、感染拡大前の638ポイントに対し、感染拡大後では+5ポイントの643ポイント、ダイレクト系では、感染拡大前の667ポイントに対し、感染拡大後では+2ポイントの669ポイントと、感染拡大前後で横ばいであった。コロナ禍での活動自粛により顧客対応に制約がある中においても、顧客満足度が維持向上できていることが確認できた。



### 新型コロナウイルス感染拡大後も、代理店系・ダイレクト系ともに顧客ニーズに沿った対応ができている模様

代理店系での契約内容提案や見直しに関するアドバイスを希望する方法（右図参照）について、感染拡大前後で比較すると、「対面」を希望する顧客は感染拡大前の48%に対して、感染拡大後は-12ポイントの36%、逆に「電話」や「郵送物」を希望する顧客は増えている。



また、実際に顧客が代理店や保険会社から契約内容の提案やアドバイスを受けた連絡方法についても、「対面」が減少し、「電話」「郵送物」が増えている。

代理店系での契約手続き時のツールの利用については、パンフレットの利用は感染拡大後-7ポイントの38%に減少していた。

補償内容についての理解状況については、9割以上が理解していると回答しており（「十分理解している」「ある程度は理解している」を合わせて93%）、感染拡大前後で変化は見られなかったが、補償内容や特約の提案の役立ち度については「役に立った」との回答が感染拡大前に比べ+6ポイントの25%とむしろ増えており、各社において非接触にシフトする顧客ニーズに合わせた提案が進んでいることがうかがわれる。

一方、ダイレクト系においては、「契約／更新の案内・手続き」「補償内容／契約内容の確認」「補償内容／プランの変更」「運転者／車の追加や変更」など、保険会社との接点があった内容について感染拡大前後での明瞭な差が見られない。

また、担当者／オペレーターにつながるまでの待ち時間においては、「待ち時間なし」が感染拡大後で少なくなっているものの、要件の解決については感染拡大前後ともに91%が「完全に解決した」と回答している。感染拡大を受けたコールセンター業務の縮小体制などの中でも顧客の問題意識に適切に対応できており、顧客満足の維持に寄与していることが推察される。

J.D. パワー グローバル・ビジネス・インテリジェンス部門 常務執行役員 梅澤希一のコメント

「感染拡大を受けたニューノーマルへの対応は、自動車保険の契約プロセスにも非接触化やネット対応の高度化を通じて喫緊の対応を迫ることとなっている。対面が重視されていた代理店系では、オンラインでの商品説明、車検証や口座書類提出の電子化、オンライン会議システムでの顧客対応など、業務プロセスの大幅な見直しを迫られている。またダイレクト系においても、顧客がニューノーマルでの他業種におけるDXの高度化を経験する中で、より高い期待値への対応が課題であると考えられる。こうした中、各社におけるオンライン対応の拡大は、足元における顧客満足度の向上だけでなく、業務効率化においても重要である。業務プロセスの構築を進めることが、中長期的に顧客満足度の更なる向上の観点から重要となってくるものと考えられる。」

### **J.D. パワー 2020 年自動車保険契約者満足度 No.1 を発表**

各部門の総合満足度ランキングは下記の通り。

#### **【代理店系保険会社部門】（対象 8 社）**

##### **第 1 位：楽天損保（664 ポイント）**

「契約内容／契約手続き」「価格」「保険証券」「顧客対応」の 4 ファクターで最高評価。

##### **第 2 位：AIG 損保（649 ポイント）**

「事故対応／保険金支払」ファクターで最高評価。

##### **第 3 位：共栄火災（643 ポイント）**

#### **【ダイレクト系保険会社部門】（対象 8 社）**

##### **第 1 位：ソニー損保（684 ポイント）**

「保険証券」「顧客対応」「事故対応／保険金支払」の 3 ファクターで最高評価。

##### **第 2 位：セゾン自動車火災（678 ポイント）**

「契約内容／契約手続き」ファクターで最高評価。

##### **第 3 位：チューリッヒ（666 ポイント）**

「価格」ファクターで最高評価。

## 《 J.D. パワー 2020 年自動車保険契約者満足度調査概要 》

年に一回、自動車保険（任意保険）の契約者を対象に実施し、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、新規申し込みを含む各種手続きや問合せ時の保険会社・代理店の対応実態や満足度を明らかにする調査。今回で9回目の実施となる。

- 実施期間：2020年8月上旬～8月中旬
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：自動車保険（任意保険）の契約者
- 調査回答者数：7,573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。顧客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、「契約内容／契約手続き」（32%）「価格」（18%）「顧客対応」（17%）「事故対応／保険金支払」（17%）「保険証券」（16%）となっている（カッコ内は影響度）。

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部門に分け、それぞれの顧客満足度を測定している。部門定義は以下のとおり。

<代理店系部門>：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

<ダイレクト系部門>：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. Power Japan

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：03-4570-8410 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 ファイナンス・インダストリー）

Tel：03-4570-8400 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

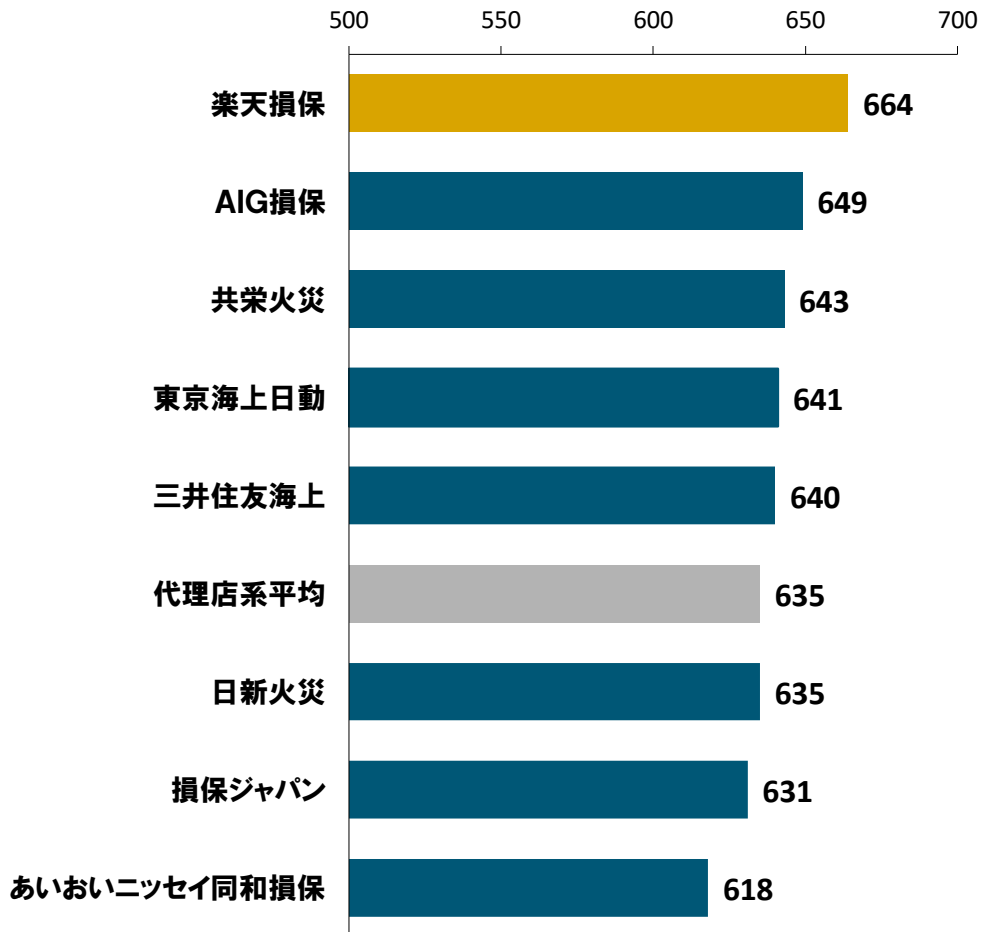
J.D. パワーについて：

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ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。企業の顧客満足度改善やパフォーマンス向上のソリューション提供のため、現在、北米、南米、アジアパシフィック、ヨーロッパでビジネスを展開しています。

# J.D. パワー 2020年自動車保険契約者満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度ランキング (1,000ポイント満点)

### 【代理店系保険会社】



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2020年自動車保険契約者満足度調査<sup>SM</sup>

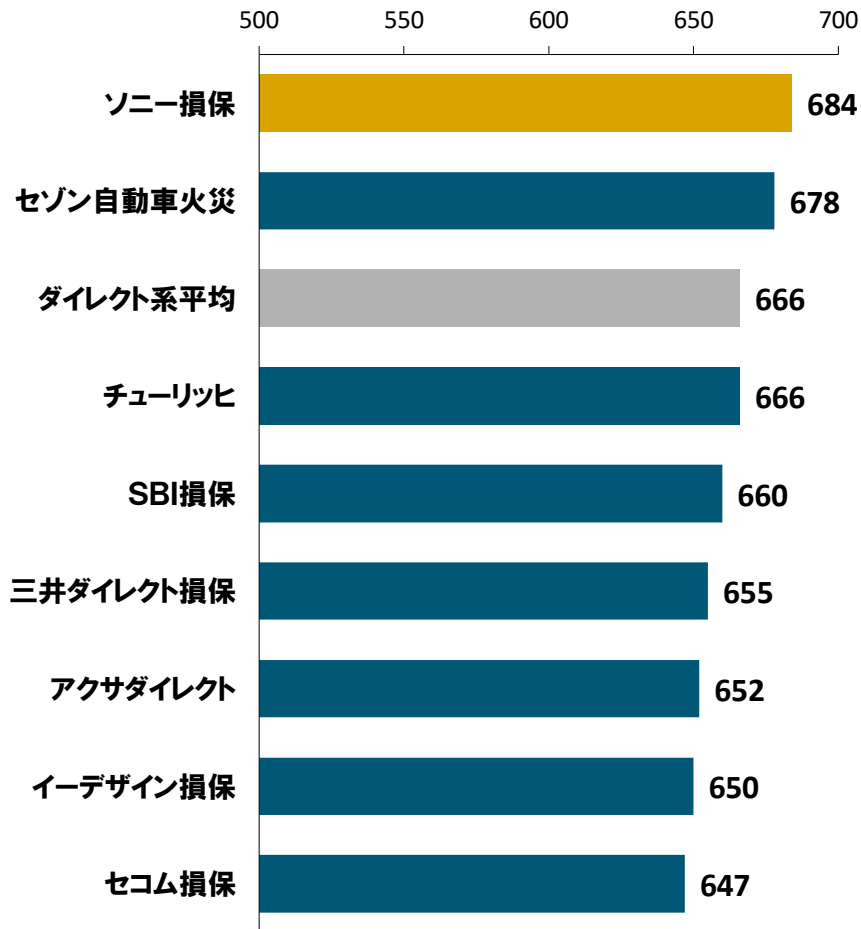
本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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、上記出典を明記してください。

# J.D. パワー 2020年自動車保険契約者満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度ランキング (1,000ポイント満点)

### 【ダイレクト系保険会社】



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2020年自動車保険契約者満足度調査<sup>SM</sup>

本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、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、上記出典を明記してください。