

Press Release

報道用資料

2010年8月10日

代理店系保険会社で「自動車保険商品」に対する満足度が向上

2010年日本自動車保険顧客満足度調査

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：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2010年日本自動車保険顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、自動車保険（任意保険）の契約時の経験や商品・サービス内容に対する顧客満足度を調べるものである。7回目の実施となる今年は、自動車保険（任意保険）の契約者を対象に2010年5月にインターネット調査を実施し、14,909人から回答を得た。

顧客満足度の測定にあたっては、保険商品や付帯サービスの品質を示す「商品・サービス」をはじめ、「価格」「情報提供」「契約手続」「契約チャネル^注」の計5つのファクター（要素）を設定し評価を得た。顧客満足度スコアは、各ファクターに関する複数の詳細項目への顧客の評価を基に算出されている。（1,000ポイント満点）

注：契約手続を行った保険代理店（専門代理店や車の販売店など）またはインターネットや電話による対応などの品質を示す。

なお、当調査では、商品の主な販売方法をもとに「代理店系保険会社」（以下、代理店系）と「ダイレクト系保険会社」（以下、ダイレクト系）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、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

◆代理店系では AIU、ダイレクト系ではソニー損保が2年連続で第1位の満足度◆

代理店系保険会社のセグメントでは、AIU が総合満足度ランキングで第1位となった。総合満足度スコアは627ポイントで、「価格」を除く4つのファクターでトップ評価を得た。AIU は昨年と同調査においても第1位にランクされ、今年は昨年に比べて総合満足度スコアを14ポイント伸ばした。第2位はニッセイ同和損保（604ポイント）、第3位は日新火災（602ポイント）となり、両社ともに「契約チャネル」で高い満足度スコアを得た。

ダイレクト系保険会社のセグメントでは、昨年に引き続きソニー損保が総合満足度ランキング第1位となった。総合満足度スコアは632ポイントで、「価格」を除く4つのファクターでトップの評価を得た。第2位はチューリッヒ（626ポイント）で、「商品・サービス」ではソニー損保と並ぶ高い満足度スコアを得た。第3位は三井ダイレクト（620ポイント）で、「価格」ではトップ評価を得ている。

◆対面で、パンフレットを使った説明が、保険商品への満足度向上に寄与◆

今回の調査では、代理店系保険会社の「商品・サービス」に対する満足度スコアが大きく向上し（昨年比で10ポイント向上）、特に“保険プランのわかりやすさ”や“補償範囲の妥当さ”への評価向上が顕著にみられた。また、代理店系の顧客においては「次回の更新時にも同じ保険会社で契約する」と高い継続意向を示す回答割合

が昨年よりも増加しており、保険商品をはじめとする各要素への満足度の向上が顧客のロイヤルティにつながってきていることが伺える。

今回の調査対象者のうち、代理店などを通して“対面”で契約手続きを行った顧客は、保険商品に対する満足度が高い。ただし“対面”で手続きを行った場合でも、パンフレットなどを使った説明がないと満足度が極端に低くなる傾向がみられた。今回の調査では、“対面”での手続き時に「パンフレットなどを使った説明があった」とした割合が昨年よりも増加しており、「パンフレットなどの表記のわかりにくさ」を不満経験として挙げる割合は減少している。パンフレットなどを使いながら顧客に直接説明を提供することは、保険商品に対する顧客の理解を促し、満足度の向上につながる有効な手段であるといえる。

一方、ダイレクト系保険会社においてはいずれのファクターの満足度水準にも変化がなく、顧客の契約継続意向はやや低下した。ダイレクト系の顧客においては、昨年に比べて“保険料の安さ”を理由に保険会社を選んだ割合がますます増加している。また、「契約の詳細や補償内容を理解している」と回答した割合は減少しており、保険商品の内容よりも保険料の安さに惹かれて加入する顧客が増加傾向にあると考えられる。ただし保険料の安さで保険会社を選んだ顧客は、契約継続意向が低いことが明らかとなっている。そういった顧客は、「価格」に対するロイヤルティが強く、更新のたびに安い保険料の会社に切替える可能性が高いと考えられる。ダイレクト系の顧客のロイヤルティを高め、同じ保険会社にて契約を継続してもらうためには、価格以外の要素に対しても顧客に魅力を感じてもらわなければならないといえる。

新保険法の施行などを背景に、各保険会社では自動車保険の商品改定や説明ツールの内容の見直しなど様々な取り組みを行っている。顧客と接する機会が多い代理店系保険会社は、対面でのパンフレットの使用などにより、保険会社の取り組みをわかりやすく伝えることで、顧客満足度を引き上げることができると考えられる。一方で、顧客と直接接する機会が少ないダイレクト系保険会社においては、保険料の価格競争に留まることなく、いかに保険商品の内容やサービスの特徴をうまく伝え、顧客のロイヤルティを高めることができるかが今後の重要な課題となるであろう。

* 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。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズ（NYSE: MHP）は、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、J.D. パワー・アンド・アソシエイツなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界40カ国に280カ所以上の拠点を有し、2009年の売上高は59.5億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.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
クライアント・サービス グループ

住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

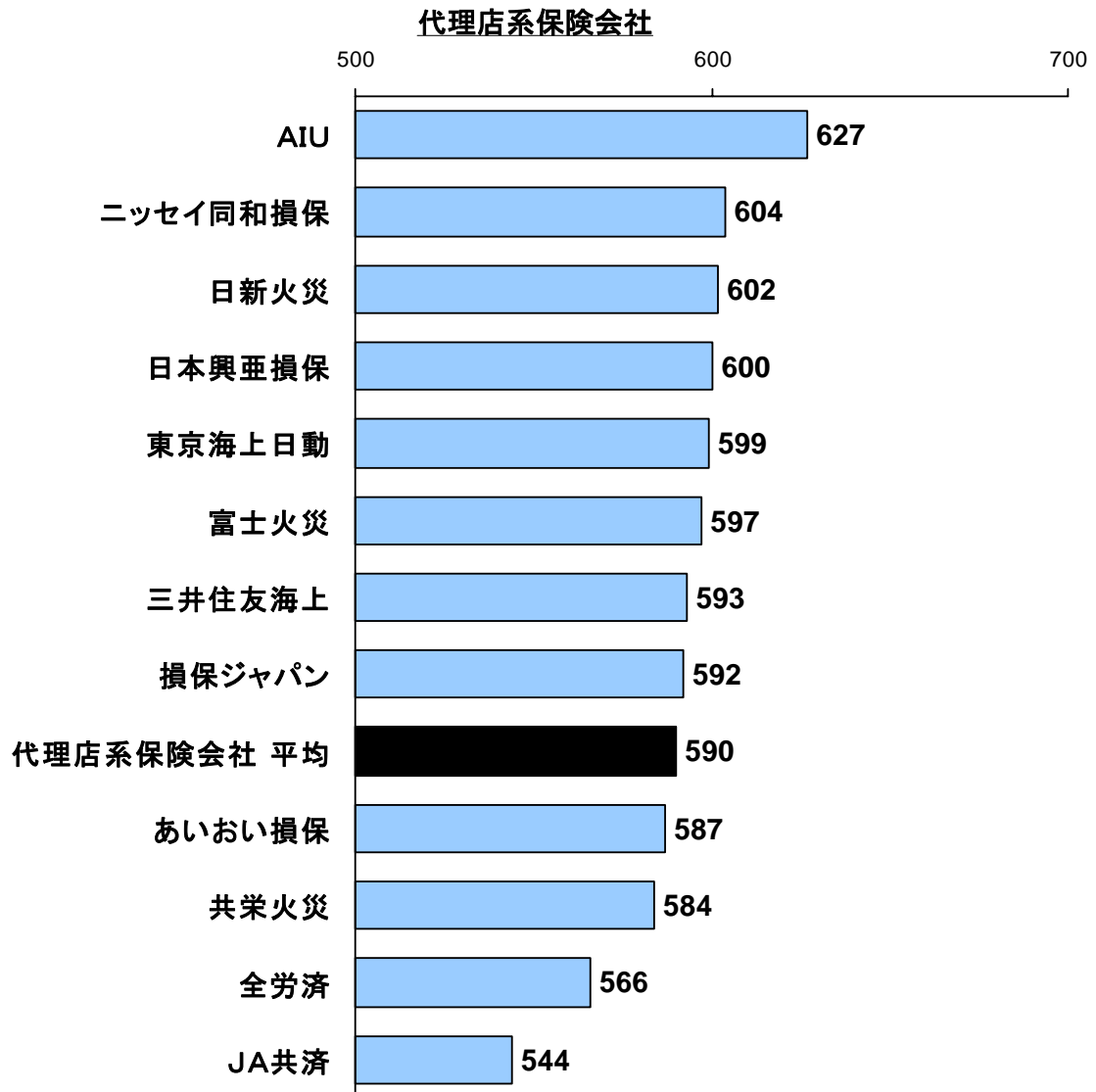
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM

自動車保険顧客満足度ランキング (契約時の経験や商品・サービス内容に対する満足度) (1,000ポイント満点)



注) 朝日火災、エース損保、スミセイ損保、セコム損保、セゾン自動車火災はサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。

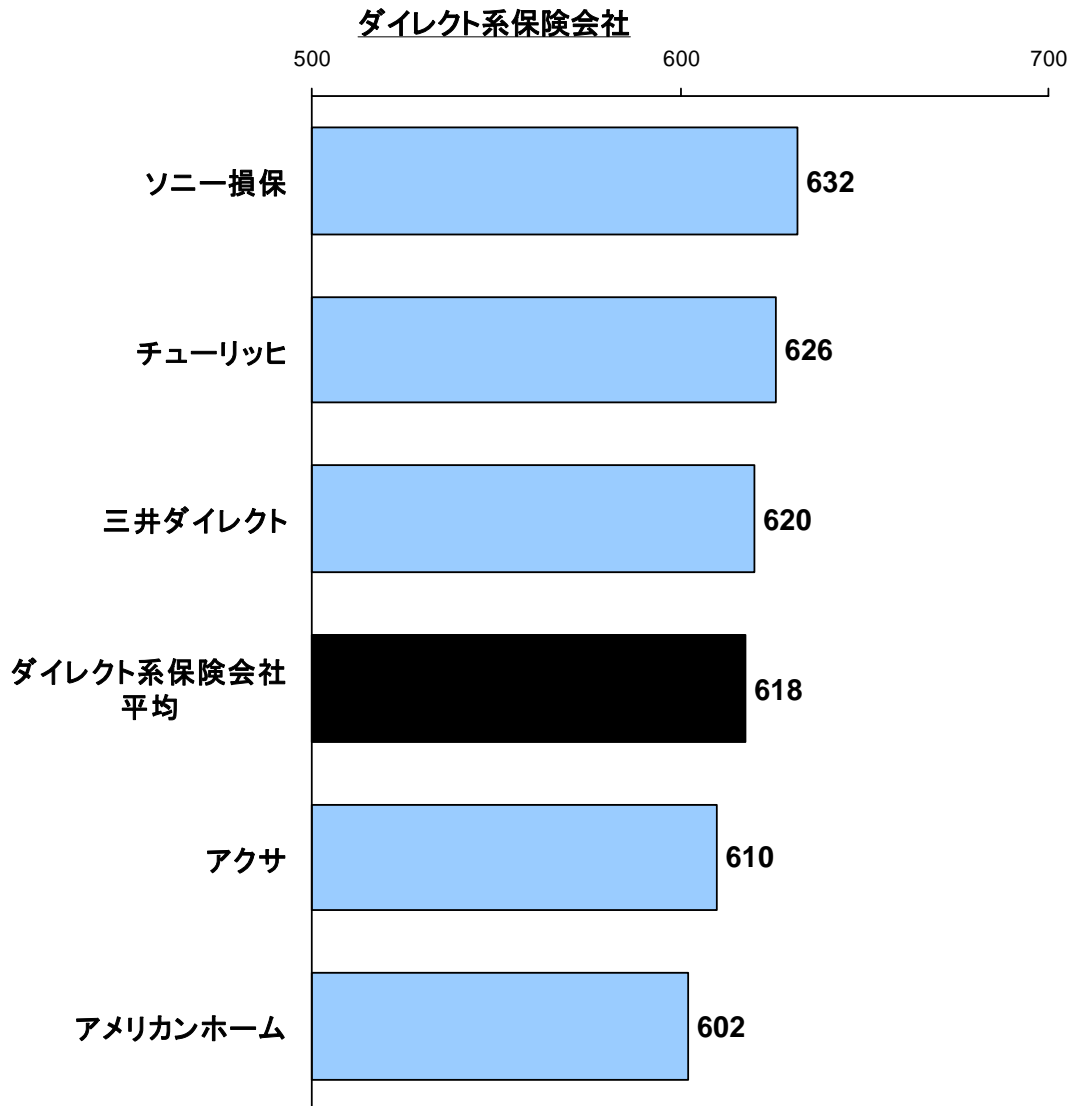
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM

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 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM

自動車保険顧客満足度ランキング (契約時の経験や商品・サービス内容に対する満足度) (1,000ポイント満点)



注) イーデザイン損保、SBI損保、ゼネラル、そんぽ24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 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM

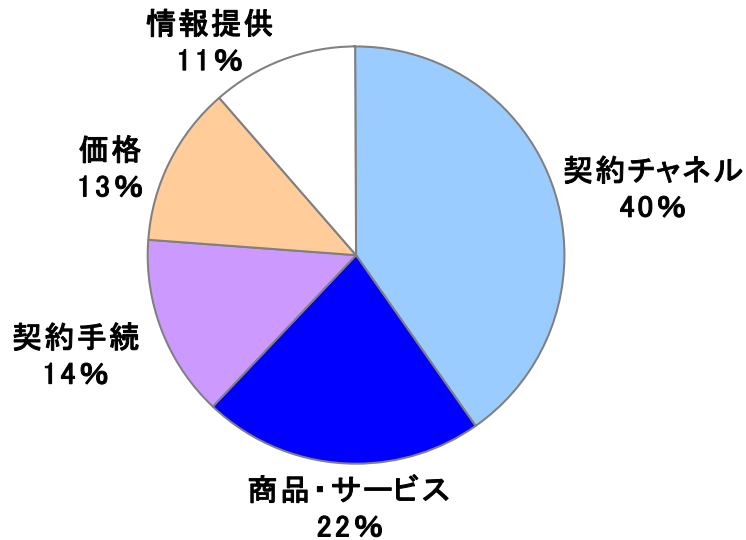
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM)を明記してください。

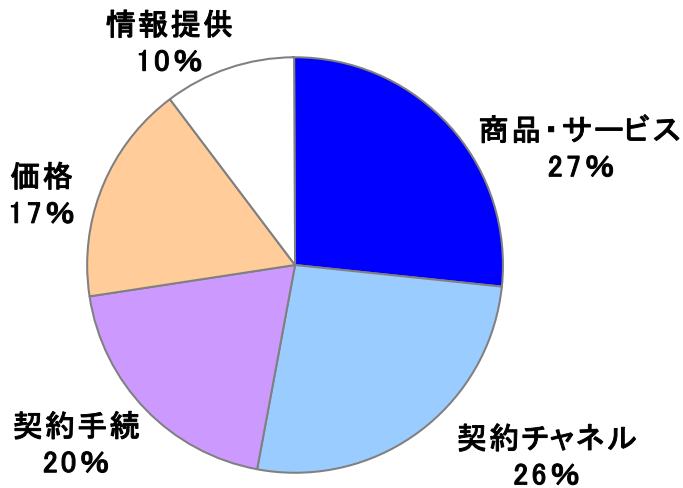
J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター

代理店系保険会社



ダイレクト系保険会社



注) 各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本自動車保険顧客満足度調査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 2010年日本自動車保険顧客満足度調査SM)を明記してください。