

2021年6月18日  
J.D. パワー ジャパン

## J.D. パワー 2021 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>

～平均レベルの損害保険会社はデジタル・ユーザーエクスペリエンスの提供に行き詰まり～

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 25 日に、**J.D. Power 2021 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>（J.D. パワー 2021 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、損害保険会社の典型的な保全サービス<sup>\*1</sup>を利用している既存顧客と、見積もり依頼をした見込み客におけるデジタルチャネルでの消費者体験を聴取したもので、「保険サービス（Service）部門」、「保険契約（Shopping）部門」の2つのセグメントの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。

過去一年間で、過去最大数の損害保険会社の顧客がデジタルチャネルに移行したことで、優れたユーザーエクスペリエンスへの期待が高まり、多くの損害保険会社はその期待に応えることに苦慮している。本調査によると、損害保険業界全体でベストプラクティスを提供する能力レベルが向上しているにもかかわらず、損害保険会社のデジタルサービスに対する総合的な顧客満足度は、過去一年間で改善されなかった。

2021 年の調査の主なポイントは以下の通り：

### 損害保険会社が提供するデジタル・エクスペリエンスは、顧客の期待に追いつけていない

保険サービス部門の総合満足度は、前回調査（2020年6月発表）の 858 ポイントから 860 ポイント（1,000 ポイント満点）に向上した。一方、保険契約部門の総合満足度はコロナ禍で記録的な数の顧客がデジタルチャネルに移行した中で、前回調査の 800 ポイントから 788 ポイントに低下した。また、各部門共、部門平均での前回調査との差は小さいが、保険会社別に見ると前回調査との満足度には大きな変動が見られた。

### 基本的なデジタル対応能力だけでは、顧客満足度の改善につながらない

デジタル対応能力に関する満足度はほぼすべての損害保険会社で向上したが、多くの顧客が保険サービスや保険契約におけるいくつかの手続きについて依然として課題を指摘している。注目すべきは、手続きを完了するのが「非常に簡単」と答えた顧客では「やや簡単」と答えた顧客よりも総合満足度が約 100 ポイント以上上回っていることである。

### 複雑な手続きが顧客体験の向上に関わる新たな競争の場に

保険サービスや保険契約に関するすべての評価項目において、手続きが複雑になるにつれて顧客満足度のスコアが一貫して低下することがわかった。損害保険会社がデジタルチャネルで顧客満足度の向上に苦労しているのは、見積もり依頼、保険契約情報の調査、運転者や車両情報の追加、保険契約関連情報の閲覧といった手続きである。

## テクノロジーに精通したモバイルアプリユーザーが損害保険のデジタル・エクスペリエンスの未来を築く

モバイルアプリ利用者、及び自身を「テクノロジーに精通している」と回答した人に絞って見ると、すべてのファクターにおいて満足度が大幅に高かった。また過去1年間でモバイルアプリの利用率は26%増加した。

J.D. パワー 損害保険部門長トム・スーパーのコメント

「デジタル・エクスペリエンスに対する顧客の期待はますます高まっている。多くの損害保険会社が基礎的なデジタル化ができている一方で、成長と顧客エンゲージメント<sup>\*2</sup>の促進に向けて新しい方法でデジタルを活用できている損害保険会社はほとんどない。損害保険会社にとっての真の課題は、デジタルイノベーションの限界に挑戦することである。顧客が期待する変化のペースは加速しており、損害保険会社は単に顧客の手続きをデジタル化するという基本的なことを超えたデジタル化を進めなければならない。このような飛躍を遂げることができた企業は、他社との差別化を図ることができると考えられる。」

<sup>\*2</sup> 製品やサービスを提供する企業と顧客との間で築かれた信頼関係

本調査の共同実施者である Corporate Insight 社長、マイケル・エリソン氏のコメント

「“平均的”というレベルは顧客が自分たちの生活をデジタルインターフェイスにより管理し、顧客エンゲージメントに関する従来の概念を覆すという世界観に切り込むには十分ではない。ほとんどの損害保険会社は基本的な機能のみをオンラインまたはモバイルで実行できるようにしているが、革新的な企業が現時点で可能だとしている、デジタル化の飛躍的な改善や、デジタルを通じ高くパーソナライズされた総合的なエクスペリエンスの提供ができている損害保険会社はほとんどない。」

## 顧客満足度ランキング

### < 保険サービス (Service) 部門 >

第1位: GEICO (ガイコ) (879 ポイント)

第2位: Progressive (プログレッシブ) (868 ポイント)

第3位: Farmers (ファーマーズ・グループ)、The Hartford (ハートフォード) (同点、867 ポイント)

### < 保険契約 (Shopping) 部門 >

第1位: Mercury (マーキュリー保険) (821 ポイント)

第2位: Auto-Owners Insurance (オートオーナーズ) (816 ポイント)

第3位: State Farm (ステート・ファーム) (807 ポイント)

## 《 J.D. パワー 2021 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、損害保険会社に対して見積もりを依頼する見込み客と、従来の保険サービスを利用している既存顧客を対象に、デジタルチャネルでの消費者体験に関する満足度を聴取し明らかにする調査。

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。今年で10回目の実施となる。

■実施期間：2021年2月～3月 ■調査方法：インターネット調査  
■調査対象：米国の損害保険のデジタルチャネル利用者 ■調査回答者数：11,548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、「操作のしやすさ」、「ウェブサイト／モバイルアプリの見やすさ」、「重要情報の入手のしやすさ」、「サービスの範囲」、「情報の分かりやすさ」となっている。

※保険サービス部門、保険契約部門共通

\*本報道資料は、現地時間2021年5月25日に米国で発表されたリリースを翻訳したものです。

原文リリースはこちら

<https://www.jdpower.com/business/press-releases/2021-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. 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。50年以上にわたり、ビッグデータやAI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。

Corporate Insight 社について：

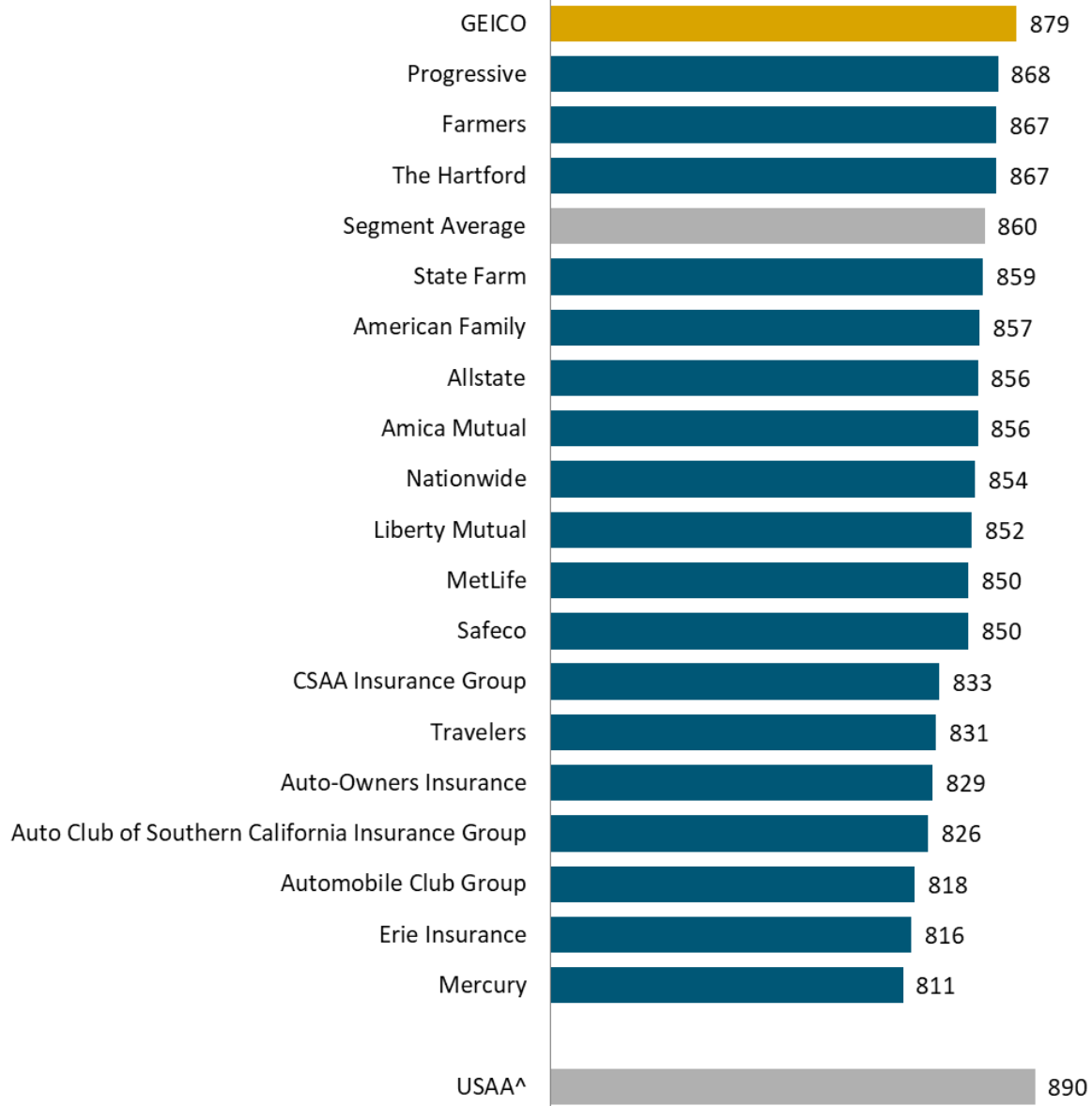
Corporate Insight 社は、25年以上にわたり米国の主要な金融サービスおよびヘルスケア機関に対する競合情報分析、ユーザーエクスペリエンス調査、およびコンサルティングサービスの業界リーダーとして認められています。業界最高レベルの研究プラットフォームと実際の顧客体験を分析するユニークなアプローチは、企業が市場での競争力を高めるのに役立ちます。詳細については [corporateinsight.com](http://corporateinsight.com) にアクセスしてください。

# J.D. Power 2021 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

## Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)

### Service



Note: In alphabetical order if there are tie scores.

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

Source: J.D. Power 2021 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

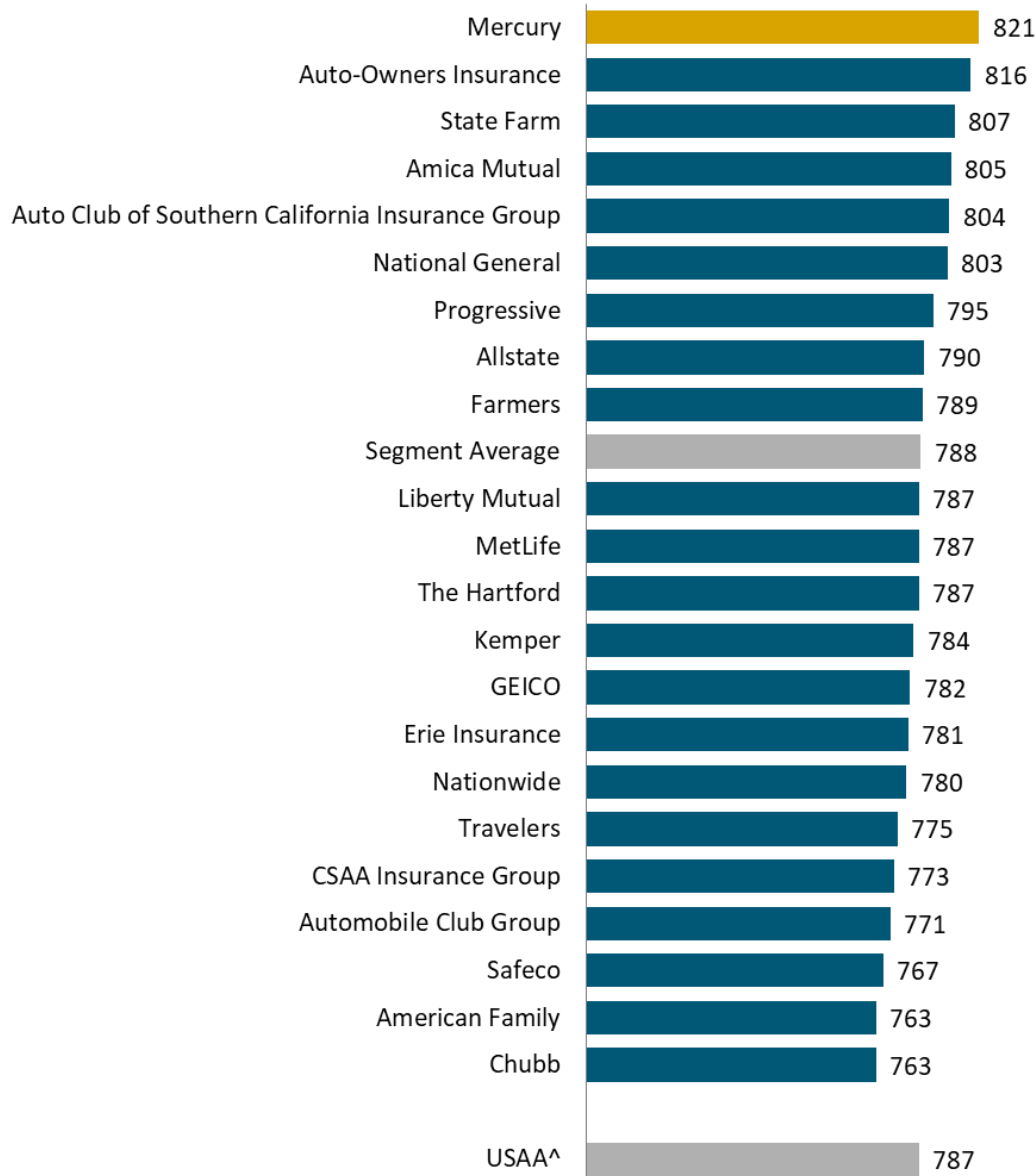
Charts and graphs extracted from this press release for use by the media must be accompanied by a statement identifying J.D. Power as the publisher and the study from which it originated as the source. Rankings are based on numerical scores, and not necessarily on statistical significance. No advertising 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 2021 U.S. Insurance Digital Experience Study<sup>SM</sup>

## Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)

### Shopping



Note: In alphabetical order if there are tie scores.

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

Source: J.D. Power 2021 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.