

2021年3月11日
J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2021 年生命保険契約満足度調査SM

～コロナ収束後もオンライン型面談は来店型面談を超える規模のスタイルに～

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 2021 年生命保険契約満足度調査SM**の結果を発表した。

契約チャネルの違いにより対面型とダイレクト型で満足度構造を解析

生命保険顧客満足度調査では 2011 年より毎年顧客満足度構造を解析・確認し、総合満足度を算出している。2021 年の調査では生命保険の契約チャネルによる顧客接点の分析をより明確にすることを目的とし、対面型チャネル部門^{*1}とダイレクト型チャネル部門^{*2}にセグメントを分けることで構造解析し顧客満足度を算出した。その結果、対面型チャネルにおいて最も影響度が高いファクターは「顧客対応」（33%）、一方ダイレクト型チャネルにおいて最も高いファクターは、「手続・書類」（30%）であることがわかった。なお、「支払保険料」については対面型で 21%、ダイレクト型で 23%と乖離は限定的なものとなっていることもわかった。

^{*1} 保険会社・代理店の担当者などと対面の上、相談をしながら申し込みをする生命保険(対面には、オンライン会議システム・ビデオ通話などを含む)

^{*2} 保険会社・代理店の担当者などと対面はせずに、ご自身でインターネットや郵送で申し込みをする生命保険

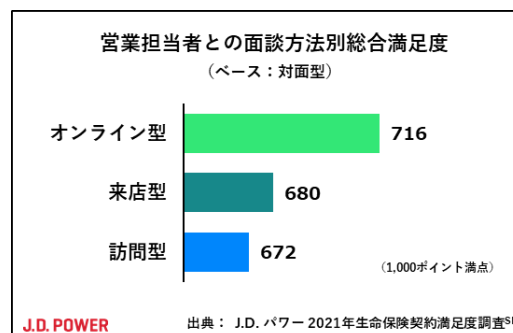
新型コロナウイルスは生命保険の重要性を再認識するきっかけに

新型コロナウイルスの感染拡大と顧客の生命保険に対する考え方についても聴取した。その結果、「生命保険がさらに大事なものと思うようになった」との回答^{*3}が全体の約 7 割となった。特に、新型コロナウイルスの重症化リスクが比較的少ないとされる 20 代の若年層で、より高い傾向が確認された。生命保険会社においては、新型コロナウイルスに関連する保険商品や保険金支払いについて、若年層を含む幅広い年齢層に積極的に情報提供し顧客ニーズに応えることで、顧客満足度を高めていくことが出来ると考えられる。

^{*3} “そう思う”、“まあそう思う”の合計

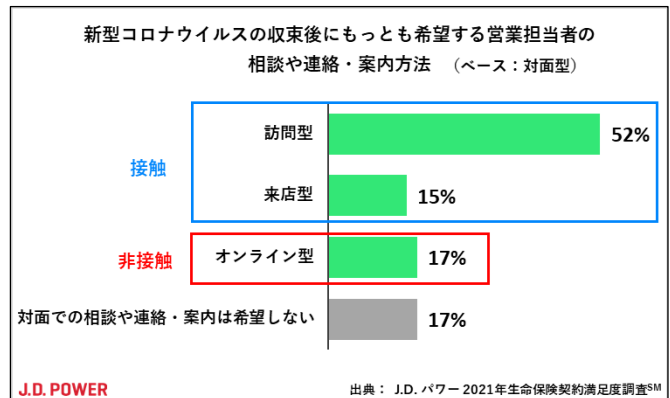
オンライン型面談の実施率はまだ低い、顧客満足度は高い

新型コロナウイルス感染拡大を機に、生命保険各社がオンライン面談を取り入れ始めている。対面型チャネルの契約者において、営業担当者との面談方法（複数ある場合、もっとも利用した面談方法）は、「訪問型（自宅や職場など都合のよい場所に来てもらって面談した）」が 71%と最も多く、次いで「来店型（保険会社や保険代理店の店舗に出向いて面談した）」が 21%となり、「オンライン型（オンライン会議システム・ビデオ通話などを利用して面談した）」を主な面談方法とした契約者は 2%にとどまった。一方、オンライン型面談の総合満足度は非常に高く、「訪問型」「来店型」を大きく上回っている。



コロナ収束後、オンライン型面談を希望する顧客は来店型を上回る

新型コロナウイルス収束後、営業担当者との面談方法として、対面型の契約者が最も希望する方法は、「訪問型（自宅や職場など都合のよい場所に来てもらう）」が52%と最も多い。次いで「オンライン型（オンライン会議システム・ビデオ通話などを利用して）」が17%であり、「来店型（保険会社や保険代理店の店舗に向いて）」の15%を上回った。新型コロナ収束後にオンライン型面談を希望する顧客が来店型を上回る規模で存在することがわかった。生命保険会社は新型コロナウイルス収束後も顧客の面談方法ニーズを確認した上で面談を行っていくことが重要である。



信頼度指数（トラストインデックス）とブランドイメージを測定

本調査では、企業の信頼度やブランドイメージについても聴取している。企業の信頼度において、「顧客の期待に応えるサービスを提供している」「誰に対しても分け隔てすることなく公平に対応している」「顧客の利益を第一に考えている」という3項目が信頼度指数（トラストインデックス）に対して大きく影響していることがわかった。各社が顧客本位の業務運営に取り組む中、顧客満足度の向上を図る上で、そうした取り組みを企業の信頼度やブランドイメージの向上にも結び付けようとする視点が重要である。

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

「新型コロナウイルス感染拡大後、初の実施となった今回の調査では、新型コロナウイルス感染収束後の生命保険営業がどのようなものとなるかを考える上で示唆に富む内容となっている。新型コロナウイルス感染拡大を受けて各社が取り入れてきたオンライン型については、対面型に比べてコミュニケーションによる信頼構築が難しいとの指摘も聞かれるものの、利便性の高さなどから顧客満足度が非常に高いことが確認できた。

また、新型コロナウイルス感染収束後の未来の生命保険営業チャネルを占う意味では、オンライン型が来店型を上回るチャネルに成長する可能性が確認できたことは非常に興味深いポイントである。

生命保険各社は緊急避難的にビデオ会議によるオンライン併用のシステム導入など従来の対面営業の見直しを進めてきたが、今後は中長期的戦略の観点から営業チャネルのベスト・ミックスの本格的な再構築を迫られていると言える。

また、オンライン型の利用者は従来のビジネスモデルでは取りこぼしていた若年層が多いことを踏まえると、オンライン型の強化は中長期的な収益基盤の懸念となっていた若年層の保険離れ防止の観点からも重要な戦略であると言える。」

J.D. パワー 2021 年生命保険契約満足度 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。

【対面型チャネル部門】（対象 20 社）

第 1 位：ソニー生命（719 ポイント）

「支払保険料」「手続・書類」の 2 ファクターで最高評価。

第 2 位：プルデンシャル生命（717 ポイント）

「商品提供」ファクターで最高評価。

第 3 位：ネオファースト生命（706 ポイント）

「顧客対応」ファクターで最高評価。

【ダイレクト型チャンネル部門】（対象6社）

第1位：ライフネット生命（703ポイント）

「顧客対応」「商品提供」「支払保険料」「手続・書類」の全ファクターで最高評価。

第2位：オリックス生命（656ポイント）

第3位：メットライフ生命（648ポイント）

《J.D. パワー 2021 年生命保険契約満足度調査SM 概要》

年に1回、直近1年以内に生命保険を新規購入・更新手続を行った顧客を対象に、契約プロセスにおける保険会社に対する満足度を聴取し明らかにする調査。今年で11回目の実施となる。

今年より商品の主な販売方法をもとに「対面型保険会社」と「ダイレクト型保険会社」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。

【対面型チャンネル部門】：保険会社・代理店の担当者などと対面の上、相談をしながら申し込みをする生命保険(対面には、オンライン会議システム・ビデオ通話などを含む)

【ダイレクト型チャンネル部門】：保険会社・代理店の担当者などと対面はせずに、ご自身でインターネットや郵送で申し込みをする生命保険

■実施期間：2020年11月中旬～12月上旬 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：直近1年以内に生命保険を新規購入・更新手続を行った人

■調査回答者数：6,285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以下の通り（カッコ内は影響度）。

対面型チャンネル部門：

「顧客対応」（33%）「手続・書類」（26%）「支払保険料」（21%）「商品提供」（20%）

ダイレクト型チャンネル部門：

「手続・書類」（30%）「顧客対応」（24%）「商品提供」（24%）「支払保険料」（23%）

*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

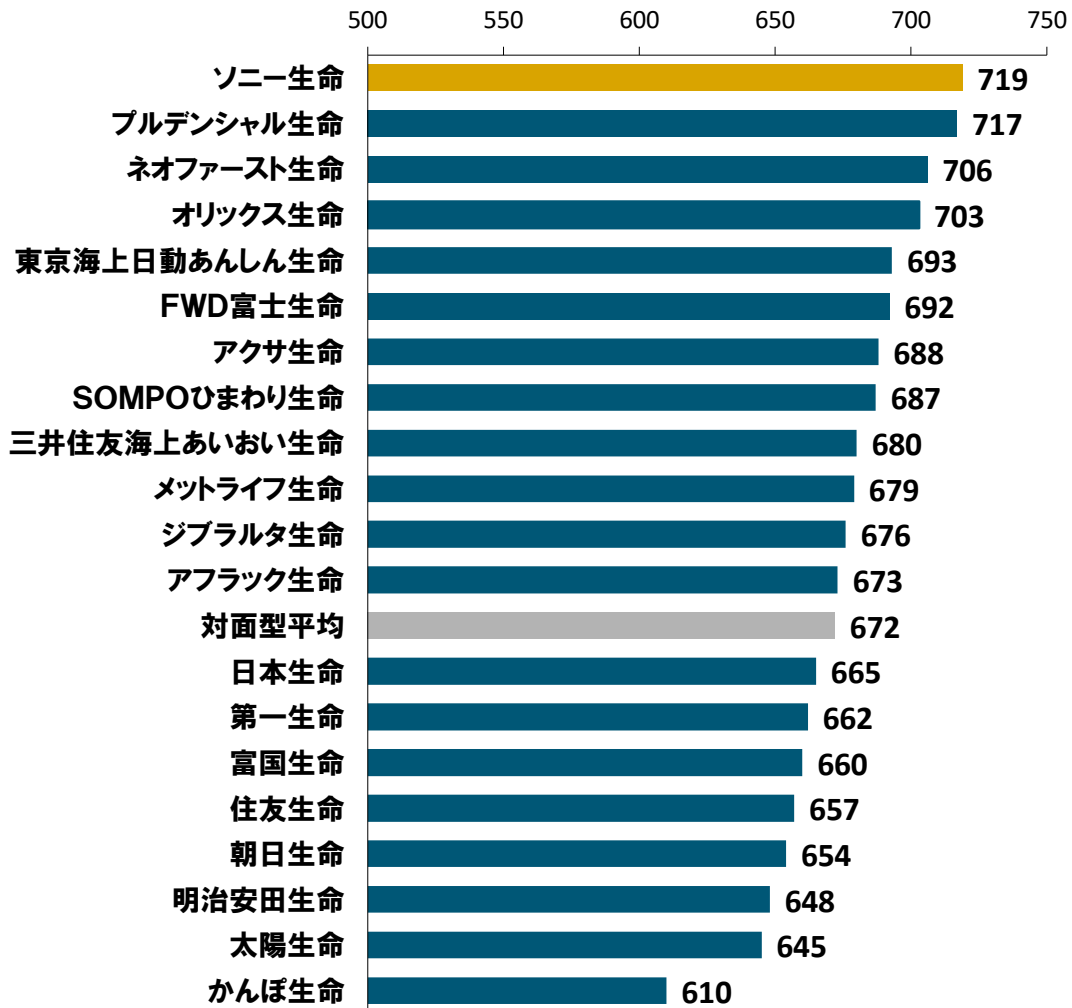
J.D. パワーについて：

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、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、世界を牽引する企業に提供するパイオニアです。

J.D. パワー 2021年生命保険契約満足度調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)

【対面型チャネル】



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。

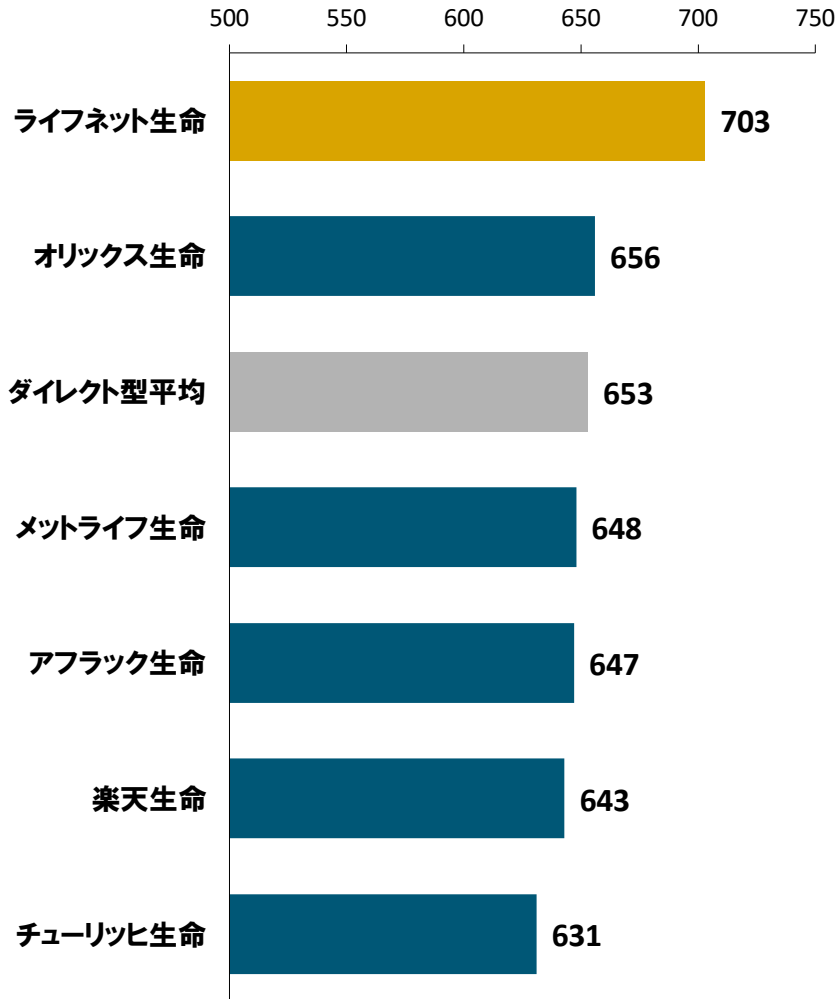
出典: J.D. パワー 2021年生命保険契約満足度調査SM

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 2021年生命保険契約満足度調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)

【ダイレクト型チャンネル】



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 2021年生命保険契約満足度調査SM

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。