

報道用資料

2015年3月12日

保険加入時の高齢者への対応は改善の余地あり

2015年生命保険契約満足度調査(募集編・保全編)

〈当資料の要約〉

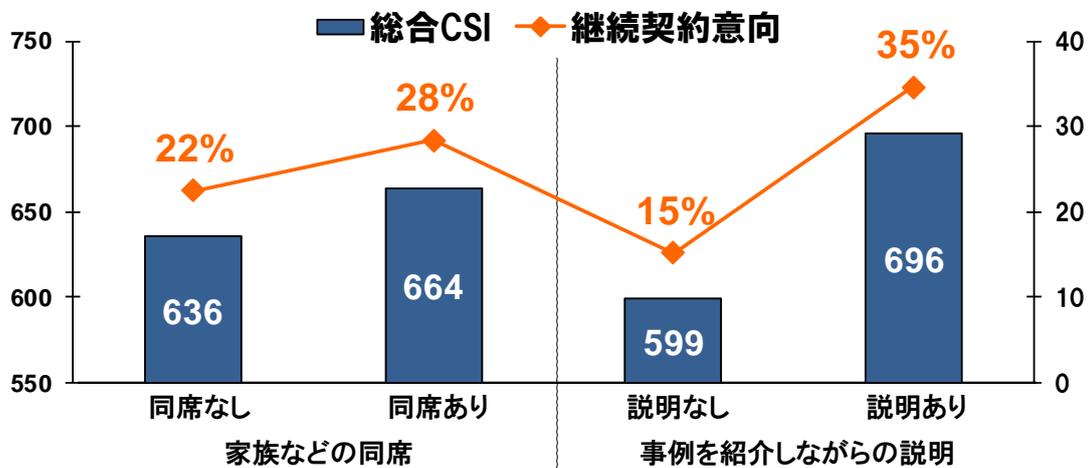
- (募集編) 65歳以上高齢者の満足度は業界平均同等水準に留まる。高齢者は家族などが同席した場合に満足度は高まる
- (保全編) 保全期には請求に関することについて顧客の理解を促すことで顧客ロイヤルティ向上に寄与する
- 募集時の満足度は、ライフネット生命とソニー生命が同率で顧客満足度第1位

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年生命保険契約満足度調査(募集編・保全編)の結果を発表した。

◆(募集編)募集時の家族などの同席は満足度向上に寄与◆

日本の総人口に占める65歳以上の高齢者人口は今後も加速して増加すると予測されているが、昨年、生命保険協会は「高齢者向けの生命保険サービスに関するガイドライン」を策定し、「生命保険加入時」、「契約継続時」、「手続発生時・手続時」のそれぞれの際に、高齢者向けの適切でわかりやすい対応していくための考え方や留意点を整理している。当調査結果において契約者の年代別に分析したところ、65歳以上の契約者の満足度は634ポイントと、業界平均の630ポイントと同等の結果であり改善の余地があることが明らかとなった。

《65歳以上契約者への対応と満足度(1,000点満点)》 家族などの同席、担当者の対応の良さが満足度を押し上げる



まず、65歳以上の契約者の生命保険を選定する要因は他の年代と異なる傾向にある。最も多く挙がる順に「自分にあった保険商品や保険プランだった(35%)」「担当者に勧められた(31%)」「担当者の対応が良かった(27%)」「保険内容がわかりやすかった(25%)」「加入・契約の手続きが手軽だった(18%)」であるが、これら要因は他の年代に比べて2～8ポイント多く挙がる。高齢者ほど担当者(募集人)の対応や保険内容のわかりやすさ、手続きの容易さが重視されていることがわかる。

業界が取り組む高齢者向け対応のいくつかのうち、保険加入の際に家族などの同席を促す施策があるが、同席があった場合はなかった場合よりも満足度は28ポイント高まることが明らかとなった。これは他の年代での同席有無の満足度の差以上に大きいことから、高齢者にとって同席を促す施策は満足度上、効果があると言えよう。さらに、募集人が「事例を紹介しながら具体的に説明した」場合の満足度は696ポイントとあっというまに高まっており、それに伴って契約保険の継続契約の意向「非常に契約したい」の割合は35%に拡大することも明らかとなった。

しかしながら、65歳以上の契約者のうち“同席があった”と回答した割合は56%であり、同席が6割を超える40歳代、50歳代よりも少ない現状である。保険加入時に家族などの同席を促すこと、そして募集人が顧客や同席の相手に親身に対応することは、高齢者の募集時の満足度、ひいてはロイヤルティを高めるために引き続き実践されるべきポイントであると言えよう。

◆(保全編)請求に関することへの理解の促進が顧客ロイヤルティ醸成の鍵◆

生命保険加入後2年以上経過した既契約者に対し、保険契約の内容についての理解度を聴取したところ、理解度合いによって保全期の満足度やロイヤルティが大きく異なることが明らかとなった。「よく理解している」場合と「全く理解していない」場合とで満足度が100ポイント以上大きく異なるものに「保障内容・範囲」「請求可能な条件」「請求先の連絡先」「保険金・給付金の請求手続き」が挙げられる。具体的には、「請求可能な条件」について「よく理解している」と回答する顧客の満足度は642ポイントと高く、継続契約の意向「非常に契約したい」という割合は36%にも達し「全く理解していない」場合の倍以上に顧客ロイヤルティが醸成されている。

一方、満足度やロイヤルティに大きなインパクトを与えるこれらについての理解が充分に進んでいる現状とはいえ、他の項目に比べて理解度は低いこともわかった。例えば、「請求可能な条件」についての理解度は15%に過ぎない。加入以降の契約期間中に、契約内容について顧客の理解を促すための取り組みはより一層必要であると言えよう。

◆募集時では、ライフネット生命とソニー生命が顧客満足度第1位◆

募集編における顧客満足度ランキングでは、対象となった24社中、ライフネット生命とソニー生命が673ポイントの同率で総合満足度第1位となった。ライフネット生命は「商品提供」「支払保険料」「手続・書類」の3ファクターでトップ評価を得た。ソニー生命は4つのファクターすべてで業界平均を大きく上回る高い評価を得た。

2015年生命保険契約満足度調査(募集編)は、直近1年以内に生命保険を新規契約・更新手続き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や各種活動実態を調べたものである。2014年12月にインターネット調査を実施し、12,198人から回答を得た。

保険契約の総合満足度を構成しているファクターは、総合満足度に対する影響度の大きい順に「顧客対応」(35%)、「手続・書類」(28%)、「支払保険料」(20%)、「商品提供」(18%)と続く(カッコ内は影響度)。生命保険会社に対する総合満足度スコアは各ファクターにおける詳細項目に対するユーザーの評価を基に1,000点満点で算出している。

2015年生命保険契約満足度調査(保全編)は、生命保険加入後2年以上経過し、更新手続き・請求を直近1年以内に行っていない顧客を対象に、加入保険に対する契約後における保険会社・代理店の対応実態や満足度を調べたものである。2014年12月にインターネット調査を実施し、8,518人から回答を得た。保全編については顧客満足度ランキングの発表はしていない。

尚、両調査では、本年調査より生命保険商品の主契約のタイプによる部門区分は採用していない。

J.D. パワー アジア パシフィックでは、生命保険に関する下記調査を本年3月に発表する予定である。
＜2015年生命保険金請求対応満足度調査＞ 3月19日リリース予定
生命保険金・給付金の申請手続きを行った顧客の請求時の顧客満足度を測定

*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： 〒105-0001 東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町

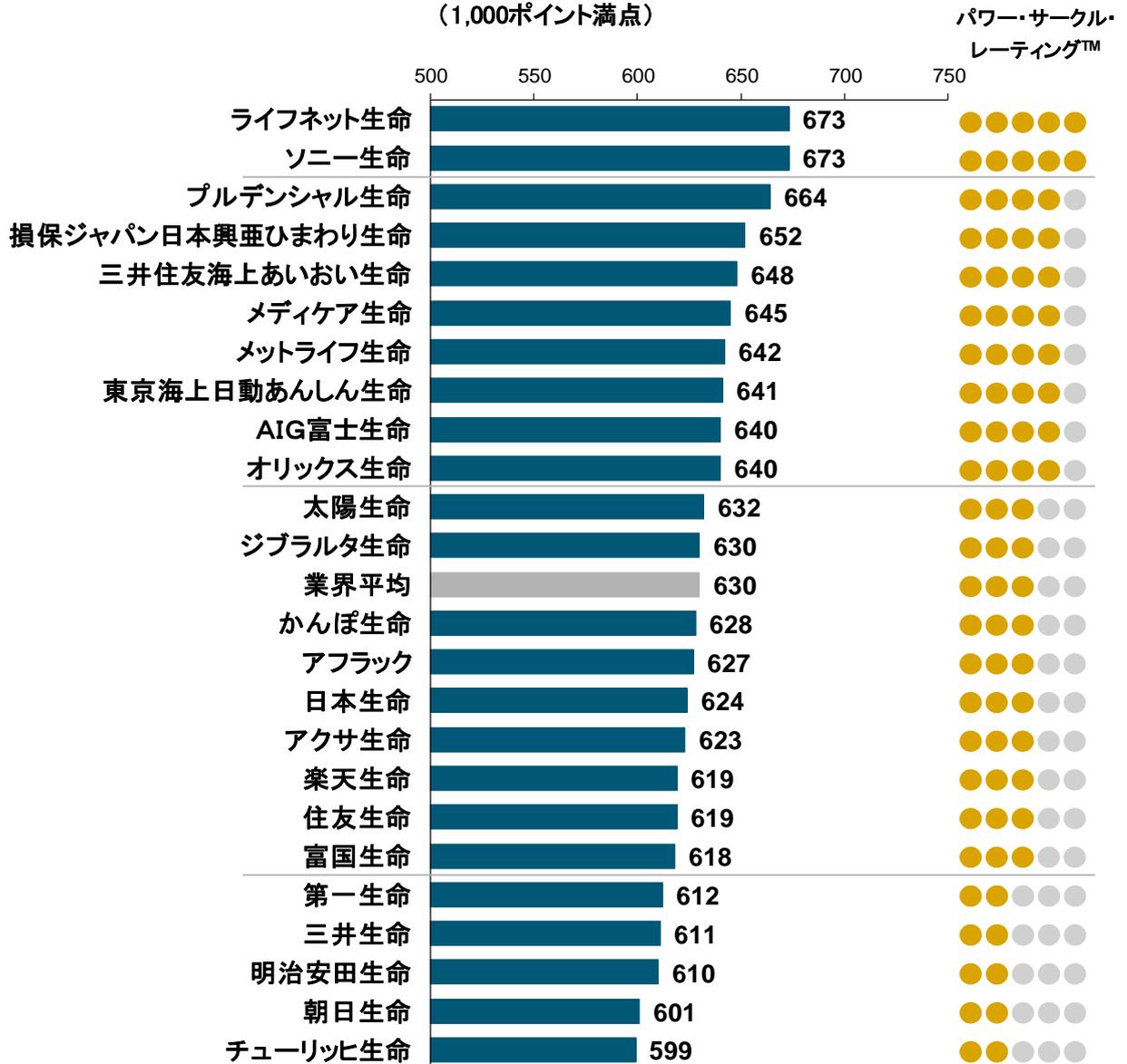
電 話： 03-4550-8060 F A X： 03-4550-8152 e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

＜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年生命保険契約満足度調査(募集編)SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) ING生命、アクサダイレクト生命、カーディフ生命、クレディ・アグリコル生命、ネオファースト生命(調査実施時点 損保ジャパンDIY生命)、第一フロンティア生命、大同生命、T&Dフィナンシャル生命、フコクしんらい生命、PGF生命、マスマチュアル生命、マニユライフ生命、三井住友海上プライマリー生命、みどり生命は少数サンプル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年生命保険契約満足度調査(募集編)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年生命保険契約満足度調査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。