

訂正版：2024年1月29日

2023年11月29日  
J.D. パワー ジャパン

## J.D. パワー 2023 年米国自動車保険事故対応満足度調査<sup>SM</sup>

～修理期間が過去2年間で倍増する中、保険会社は顧客の期待値コントロールに成功～

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 10 月 26 日に、**J.D. Power 2023 U.S. Auto Claims Satisfaction Study<sup>SM</sup>（J.D. パワー 2023 年米国自動車保険事故対応満足度調査<sup>SM</sup>）**の結果を発表した。

本調査は、年に1回、直近9ヵ月以内に自動車保険の請求手続きを完了した契約者を対象に、保険会社への保険金請求・保険金受取手続き等に対する満足度を測定したものである。

修理工場での自動車の長期滞留と長引く部品不足により、本年調査における平均修理期間は 23.1 日となった。2022 年より 6.2 日長くなり、2021 年と比べると 2 倍以上の長さである。しかし、この平均修理期間の長さによる顧客満足度への悪影響は見られず、意外なことに、自動車保険事故対応の総合満足度は改善した。これは保険会社が一丸となって慎重に顧客の期待値コントロールを行ったことによるものである。

2023 年調査の主なポイントは以下の通り：

### 事故対応における顧客体験のほとんどの側面で総合満足度が向上

本年の総合満足度は、前年比+5ポイント（1,000ポイント満点）上昇し、878ポイントとなった。ファクター別に見ると、全6ファクター中、「保険金支払」、「損害発生通知」、「顧客対応」、「損害査定プロセス」、「修理プロセス」の5ファクターで満足度が前年を上回った。「代車／レンタカーサービス」ファクターは前年比-2ポイントだった。

### 修理期間は過去最長

車両の修理にこれまで以上に時間がかかっているにもかかわらず、総合満足度は向上した。最初の損害発生通知（FNOL）から顧客に車両が返却されるまでの平均修理期間は 23.1 日で、2022 年から 6.2 日長くなっている。コロナパンデミック以前の平均修理期間は 12 日であった。

### 修理期間の長さは「代車／レンタカーサービス」の満足度に影響

「代車／レンタカーサービス」について、「レンタル期間が十分でない」もしくは「自己負担が発生した」と回答した顧客の割合が増えており、満足度に悪影響を及ぼしている。車の修理が必要な際、代車が必要な日数が 15 日以上だった場合、6 日以下の場合と比べて、「代車／レンタカーサービス」ファクターの満足度は 32 ポイント低下する。

## **請求プロセスを顧客の好みに合わせる事が重要**

デジタルチャネルでの顧客対応も満足度向上に寄与するが、これは主に、デジタルチャネルをより好む顧客の間で主に起こっていることである。対人でのやり取りを好むが、デジタルチャネルに誘導される顧客の満足度は低下する。顧客は、対人でのやり取りをますます求めるようになり、そのようなニーズに対応することで満足度が向上する。請求プロセスを顧客の好みに合わせる事が重要である。

## **デジタル FNOL の利用は増加する反面、課題は残る**

自動車保険金請求者の4分の1近く（24%）は、報告にデジタル FNOL を利用しており、うち13%は保険会社のモバイルアプリを、10%はウェブサイトを利用している。<sup>\*1</sup>

<sup>\*1</sup>数値について、小数点以下は省略しています。

## **J.D. パワー グローバル・インシュアランス・インテリジェンス部門ディレクター マーク・ギャレットのコメント**

「本年の調査結果はまさに、強力な顧客管理プロセスとデジタル・コミュニケーションの改善の証である。保険会社は、コストと保険料が上昇し、修理期間も過去最長となる中、自動車保険の請求手続きに対する満足度スコアを有意に向上させることに成功した。また、総合満足度を最も向上させた保険会社は、請求プロセスの初期段階から顧客の状況に配慮し、常に情報を提供するという2つの重要な点で成果を上げていることも注目に値する。顧客の状況に配慮することは、顧客との信頼関係を築く上で大きな意味を持つ。」

## **顧客満足度ランキング**

**第1位：Amica Mutual（アミカ）（909ポイント、2年連続の総合満足度第1位）**

第2位：Erie Insurance（エリー）（902ポイント）

第3位：NJM Insurance Co.（NJM）（900ポイント）

### **《J.D. パワー 2023 年米国自動車保険事故対応満足度調査<sup>SM</sup> 概要》**

年に1回、直近9ヵ月以内に自動車保険の請求手続きを完了した自動車保険契約者を対象に、契約先保険会社への保険金請求・保険金受取手続き等に対する満足度を聴取し明らかにする調査。今回で16回目<sup>\*2</sup>の実施となる。

<sup>\*2</sup>2008年から顧客満足度ランキングを公表。2007年にランキングのない調査を実施している。

■実施期間：2022年9月～2023年8月 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：調査回答前の9ヵ月間に保険金受取を行った自動車保険加入者。ただし、窓ガラス/フロントガラスのみの損傷や盗難に遭った場合のほか、ロードサービスのみを利用した場合は対象外。

■調査回答者数：9,659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。総合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、「保険金支払」（26%）、「損害発生通知」（24%）、「顧客対応」（23%）、「損害査定プロセス」（15%）、「修理プロセス」（8%）、「代車/レンタカーサービス」（5%）となっている（カッコ内は影響度）。

\*本報道資料は、現地時間 2023 年 10 月 26 日に米国で発表されたリリースを要約したものです。

原文リリースはこちら

<https://www.jdpower.com/business/press-releases/2023-us-auto-claims-satisfaction-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. パワー ジャパン

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：03-6809-2996 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 インシュアランス・インダストリー）

Tel：03-6809-2987 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

J.D. パワーについて：

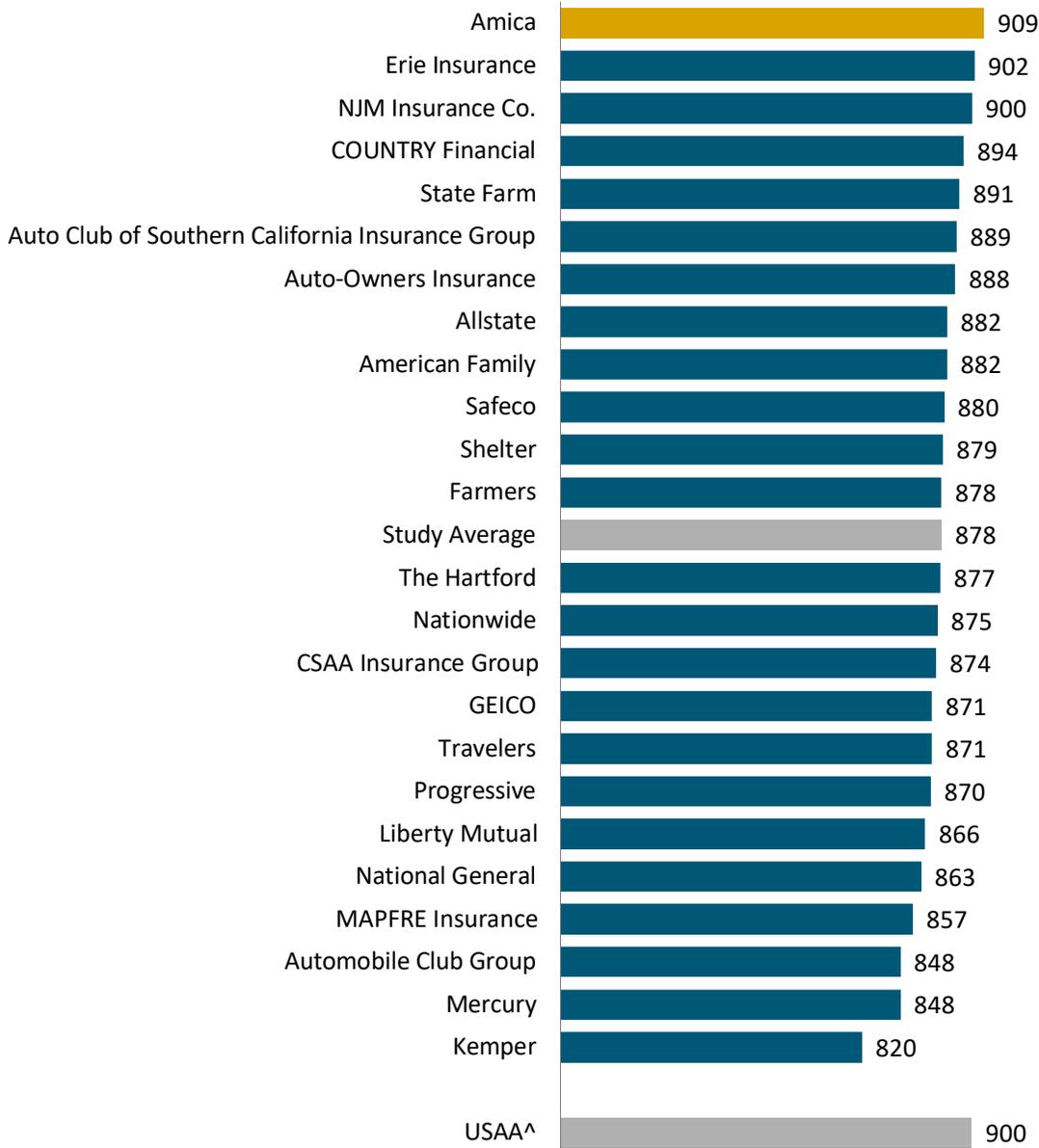
J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者インサイト、アドバイザリーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。50 年以上にわたり、ビッグデータや AI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。

J.D. パワーは、北米、ヨーロッパ、アジア太平洋にオフィスを構えています。事業内容の詳細については、<https://japan.jdpower.com/ja> をご覧ください。

# J.D. Power 2023 U.S. Auto Claims Satisfaction Study<sup>SM</sup>

## Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)



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 2023 U.S. Auto Claims Satisfaction 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.