

2023年7月12日

顧客ロイヤルティを測る指標 NTTコム オンラインNPS®ベンチマーク調査2023 生命保険部門 請求体験調査において第1位を獲得

アフラック生命保険株式会社（代表取締役社長：古出 眞敏）は、今般、NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社（代表取締役社長：塚本 良江）が発表した「NTTコム オンラインNPS®ベンチマーク調査2023」の生命保険部門 請求体験調査において、第1位に選出されましたのでお知らせします。

NPS®とは「Net Promoter Score（ネットプロモータースコア）」の略で、「友人や同僚に薦めたいか？」という質問から算出される、顧客ロイヤルティを図る指標です。

生命保険部門 請求体験調査は、生命保険会社の体験の中でもロイヤルティへの影響が大きい、保険金・給付金の請求体験に焦点をあてて実施されました。業界全体に対して、Web サイトによる請求手続き体験への改善が期待されるなか、当社は「Web サイトでの手続きのしやすさ」がロイヤルティに影響を与え、お客様から高い評価を得ることができました。

当社は、多様化するニーズを踏まえ、お客様起点で商品・サービスを追求し、お客様と接する様々な場面において、感動的な体験を提供できるようお客様本位の業務運営を一段と推進してまいります。



NTT コム オンライン NPS®ベンチマーク調査概要（2023 生命保険部門 請求体験調査）

「NTTコム オンラインNPS®ベンチマーク調査」とは、企業の成長率や収益性との相関が高い、顧客ロイヤルティを測る指標である「NPS®（詳細は別紙参照）」を把握し、企業の改善活動を促進するために、NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社が2016年から実施しているNPS®ランキング調査です。各業界のNPS®トップ企業が、調査結果と共に公表されています。

- 調査方法 : NTTコム リサーチによる非公開型インターネットアンケート
- 調査期間 : 2023年5月12日～26日
- 有効回答者数 : 4,985名
- 回答者性別 : 男性 62.7%、女性 37.3%
- 回答者年代 : 20代以下 3.1%、30代 14.0%、40代 20.1%、50代 27.2%、60代以上 35.5%
- 調査結果URL : <https://www.nttcoms.com/news/2023061501/>

※Net Promoter®およびNPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズ（現 NICE Systems,Inc）の登録商標です。

別紙

NPS®（ネットプロモータースコア）について

NPS®とは「Net Promoter Score（ネットプロモータースコア）」の略で、顧客ロイヤルティを測る指標です。

今まで計測が難しかった「企業やブランドに対してどれくらいの愛着や信頼があるか」を数値化することで、企業の顧客との接点における顧客体験の評価・改善に生かされています。

さらに、NPS®は事業の成長率との高い相関があることから、欧米の公開企業では3分の1以上が活用しているとも言われており、日本でも顧客満足度に並ぶ新たな指標として注目を浴びています。



NPS®を測るには、「あなたはこの企業(製品/サービス/ブランド)を友人や同僚に薦める可能性は、どのくらいありますか?」という質問を行い、0～10の11段階で評価をしてもらいます。

NPS®アンケートではこの非常にシンプルな聞き方でスコアを把握します。

アンケートの回答に応じて、「推奨者」、「中立者」、「批判者」の3つのタイプに顧客を分類します。推奨者は、再購入比率が群を抜いて高く、紹介客の多くがこのタイプの顧客からの紹介です。逆に批判者は、否定的なクチコミにより、新規顧客の購入意欲に水を差し、従業員の意欲をそぐ存在とさえなりえます。

NPS®スコアの計算方法は非常にシンプルで、9～10点を付けた顧客を「推奨者」、7～8点を「中立者」、0～6点を「批判者」と分類し、回答者全体に占める推奨者の割合(%)から、批判者の割合(%)を引いて出てきた数値がNPSの値となります。



※NTTコム オンライン HP NPS®とは (<https://www.nttcoms.com/service/nps/summary/>) より引用