

2020年7月13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2020 生命保険部門 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2020」において生命保険部門の第1位に選出されましたのでお知らせします。

NPS®とは、「友人や同僚に薦めたいか？」などの質問の回答において、推奨者の割合から批判者の割合を引いて算出される顧客ロイヤルティを計測する指標です。

今回、調査・評価対象となった生命保険会社13社中、当社は「企業イメージ・ブランドイメージの良さ」「企業の寄り添う姿勢・お客さまの声を大事にする姿勢」「契約者ページの使いやすさ・分かりやすさ」の項目においてトップを獲得するなど、お客様から高い評価を得ることができました。

当社は、「お客様第一」を企業理念に掲げ、お客様のお役に立つ存在であり続けることを目指して、時代の変化を先取りした商品・サービスの提供に取り組んできました。引き続き、お客様の体験価値の向上に取り組むことによって、これまで以上にお客様にご満足いただけるようお客様本位の業務運営のさらなる推進に取り組んでまいります。



NTTコムオンラインNPS®ベンチマーク調査概要（2020生命保険部門）

「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 : 2020年5月8日～14日
- 有効回答者数 : 6,304名
- 回答者性別 : 男性 56.0%、女性 44.0%
- 回答者年代 : 20代以下 6.3%、30代 14.1%、40代 20.7%、50代 20.8%、60代以上 38.2%
- 調査結果URL : <https://www.nttcoms.com/service/nps/report/lifeinsurance/>

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