

2024 年度 お客様満足度調査結果報告書

2025 年 2 月
マーシュブローカージャパン株式会社
代表取締役社長 村山知生

私どもマーシュブローカージャパン株式会社は、2024 年 11 月にお客様満足度調査を実施致しました。

本調査は、お客様本位の業務運営方針実践の一助とすることを目的として、2020 年より開始致しました。2024 年度の調査回答率は 64%と、多くのお客様にご協力いただきましたことに深く御礼申し上げます。

ここに簡単ながら調査結果の概要と総括を報告致します。

今回の調査結果を今後の企業活動に積極的に活かし、より一層お客様のご要望、ご期待にお応えできるよう取り組んでまいります。

<調査概要>

調査期間： 2024 年 11 月 5 日～2024 年 11 月 22 日
調査方法： メールにて案内、記載 URL にアクセスし回答頂く方式
調査依頼数： 42 社（オンライン 31 社、対面ヒアリング 11 社）
調査回答数： 27（オンライン 16 社、対面ヒアリング 11 社）
回答率： 64%

<総括>

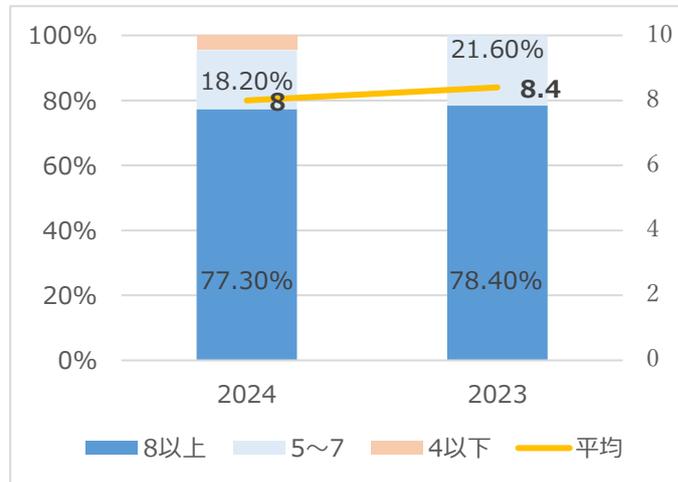
当社ではお客様の声に真摯に耳を傾け、企業活動に積極的に活かすことを目指しており、お客様満足度調査の結果はお客様本位の業務運営方針実践の成果の一つとして重要な指針としています。今回の調査結果は、全般的に良好な結果を頂きましたが、改善が必要な点も明らかになり、改めて多くの気づきの機会となりました。

特に、「総合満足度」や「専門知識レベル」に関する評価が前年度を下回ったことは、さらなる取り組みが求められる重要な指標です。また、少数ではありますが、お客様のご期待に十分に答えられていないご回答も頂いております点につきましては真摯に受け止め、1 年を振り返りながら反省点を洗い出し改善に取り組んで参ります。

今後は、ESG や DX などの課題克服にあたりリスクマネジメントの支援を通じてお客様の企業価値の向上に貢献していく所存です。また、調査結果を基に、デジタル技術の活用も推進しながらサービスの質やスピードを向上させ、お客様のニーズに応えるための変革を進めてまいります。

<調査結果>

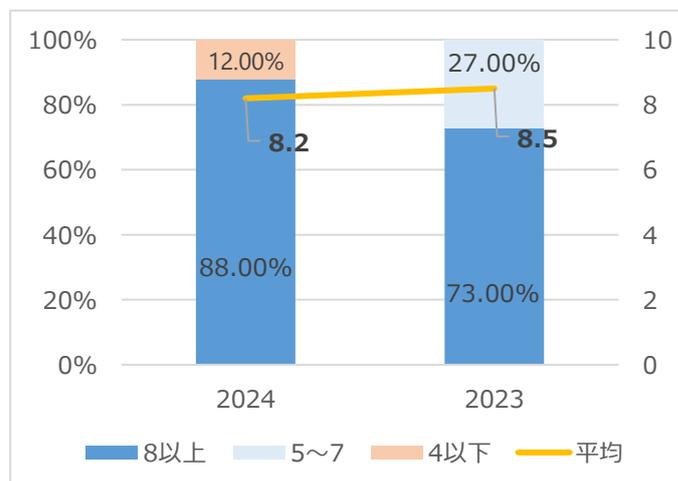
Q1 弊社全般について総合的な満足度を教えてください
(10段階：1. 非常に不満 ⇒ 10. 大変満足)



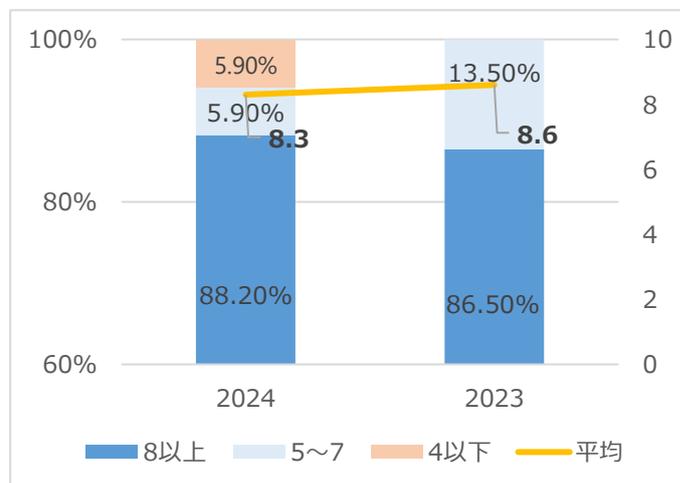
Q2 満足度を決定する上で最も重視する要因について教えてください

- 1位：最適な保険プログラムの提案（58.8%）
- 2位：マーケティング手法および保険会社に対する価格交渉力（35.2%）
- 3位：リスク関連および保険マーケットに関する情報・データ（ベンチマーク等）提供（6.0%）

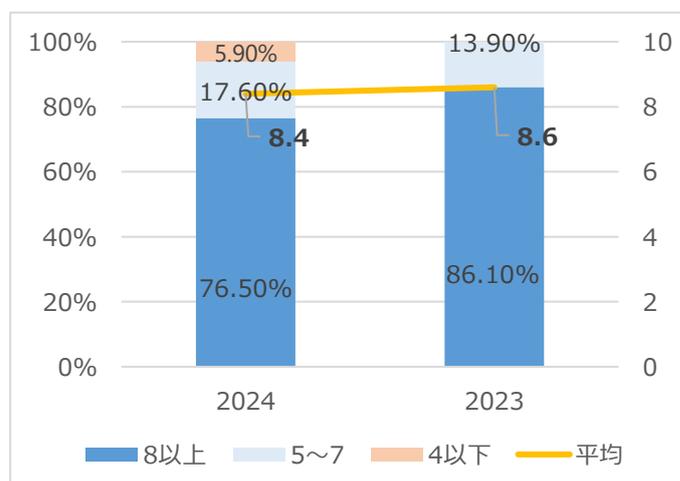
Q3 貴社の事業内容および業種に関する弊社担当者の理解度について評価して下さい
(10段階：1. 非常に不満 ⇒ 10. 大変満足)



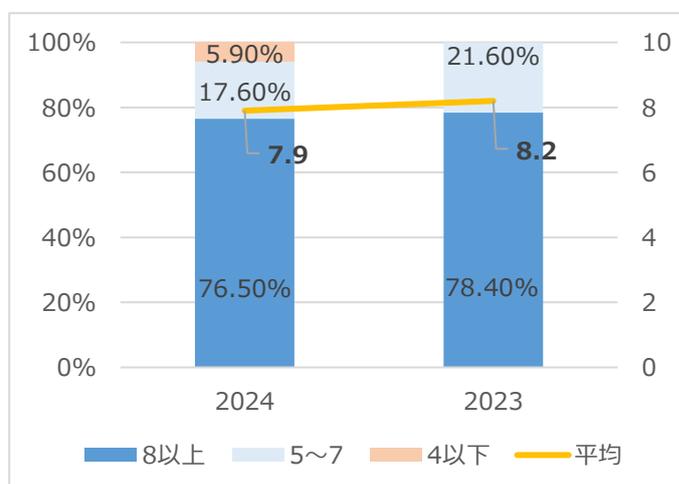
**Q4 弊社担当者のリスクマネジメントに関する専門知識レベルについて評価して下さい
(10段階：1. 非常に不満 ⇒ 10. 大変満足)**



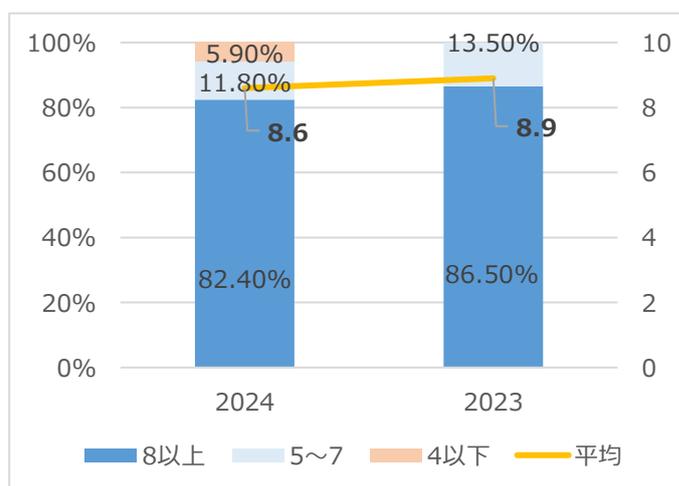
**Q5 弊社担当者は、貴社の問い合わせにタイムリーで的確な対応をしているか満足度を教えてください
(10段階：1. 非常に不満 ⇒ 10. 大変満足)**



Q6 弊社担当者が提供する資料や保険商品の説明の分かり易さについて評価して下さい
(10段階：1. 非常に分かりにくい ⇒ 10. 大変分かりやすい)

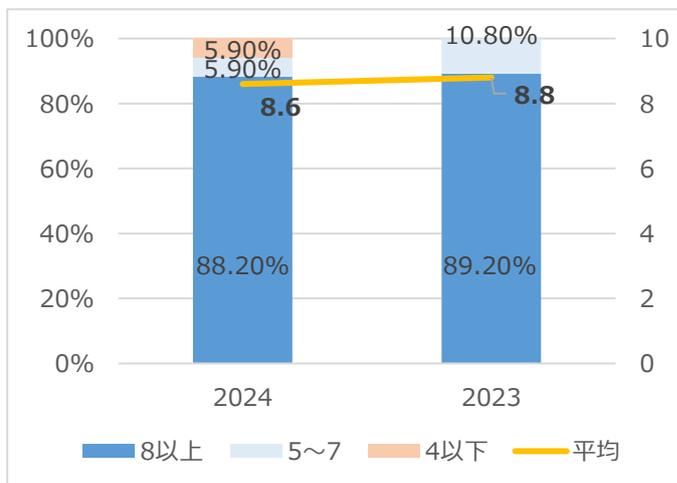


Q7 弊社担当者は、適切なタイミングで、更改契約の案内やキックオフミーティングの実施、また、その後の更改作業を実施しているかご評価下さい
(10段階：1. 全くしていない ⇒ 10. 大変よくしている)



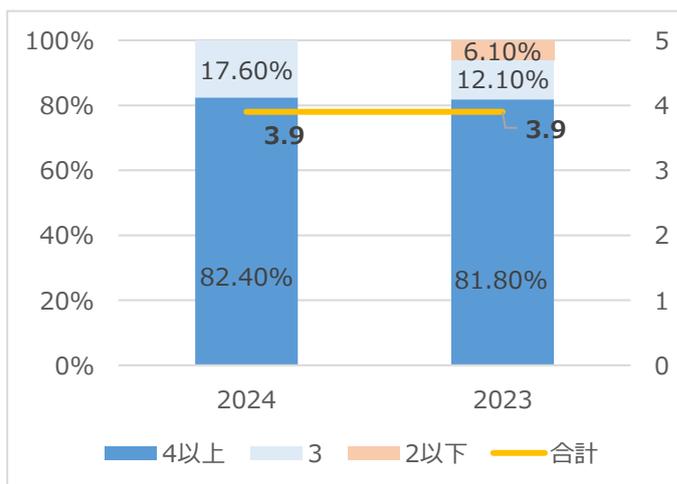
Q8 弊社担当者は、保険契約の手配にあたり貴社の意向の確認を行い、結果的にその意向は、手配された保険契約に反映されましたか？

(10段階：1. 全く反映していない⇒ 10. 大変良く反映されている)

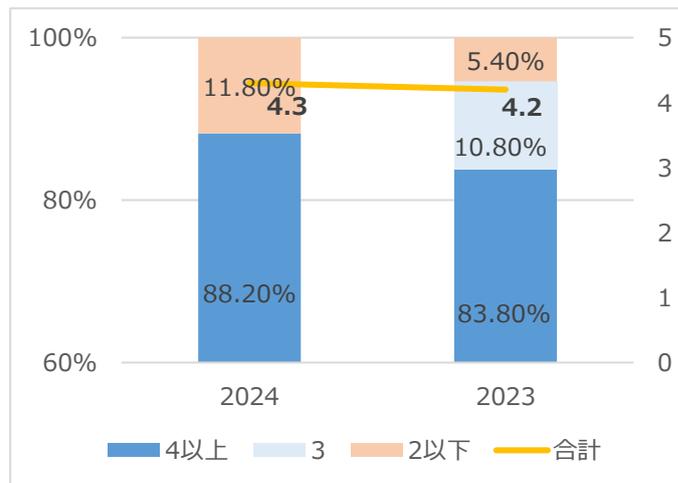


Q9 弊社担当者は、気候変動、ESG、等のトレンドを含め、リスク関連や保険マーケット等の情報をタイムリー発信し、貴社の取り組みについてコミュニケーションを取っていますか？

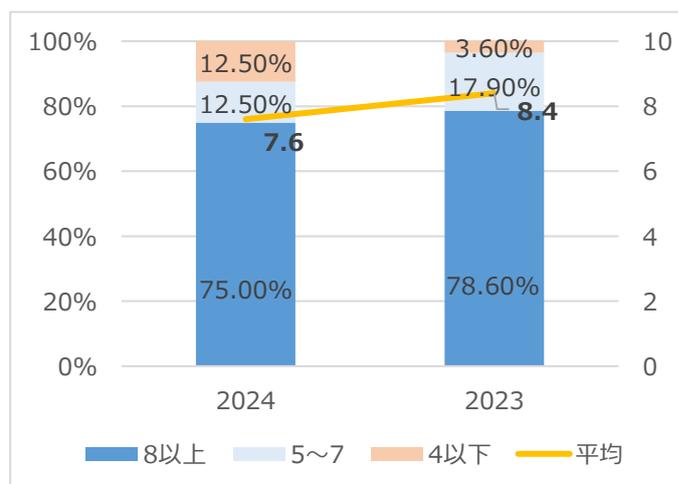
(5段階：1.全くとっていない/2.ほとんどない/3.やや取っている/4.よく取っている/5.非常によく取っている)



Q10 保険契約書類（請求書、申込書、保険証券等）に関して不備や遅れはありましたか？
 （5段階：1.不備や遅れが非常に多い/2.多い/3.やや多い/4.ほとんどない/5.全くない）

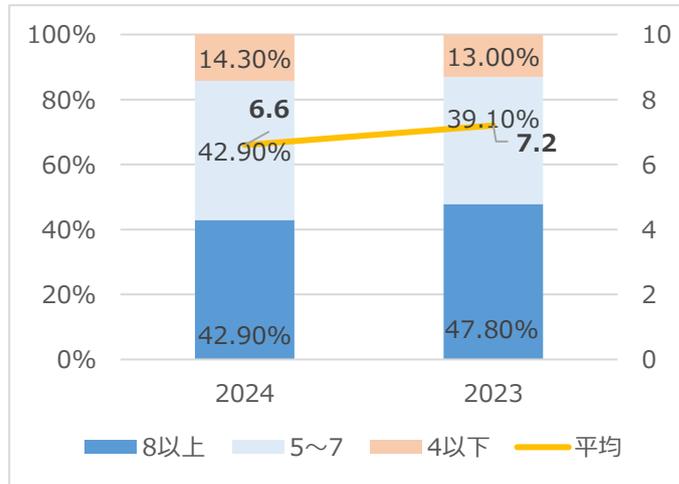


Q11 事故発生時の弊社のクレーム対応サービス、アドバイスについて評価して下さい
 （10段階：1.非常に不満 ⇒ 10.大変満足）



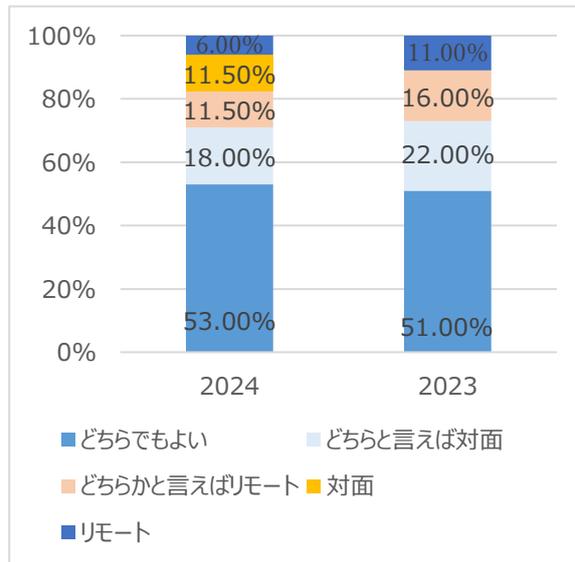
Q12 弊社海外オフィスによるサービスについて評価して下さい

(10段階：1. 非常に不満 ⇒ 10. 大変満足)

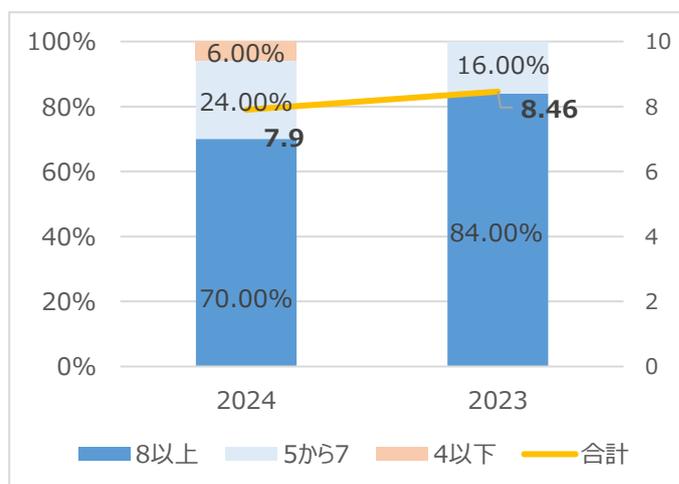


Q13 コロナにより職場環境も変化しましたが、業務に関連するお打合せは、対面とリモート（Zoom や Teams 等）のどちらを希望しますか（必須）※以下より選択して下さい

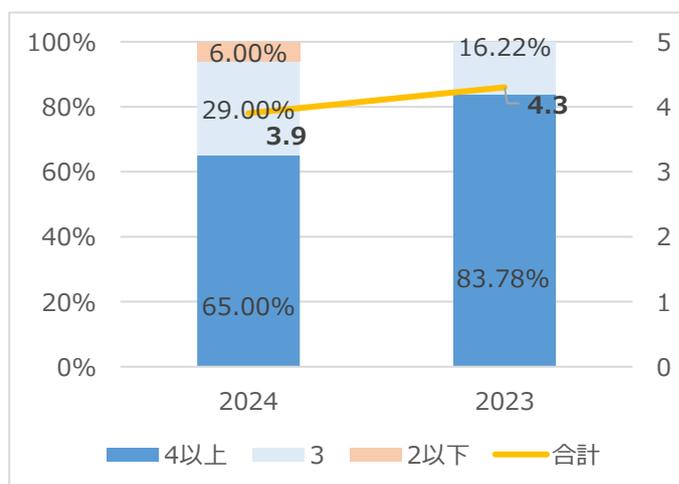
(1. リモートを希望/2. どちらかといえばリモートを希望/3. どちらでもよい/4. どちらかといえば対面を希望/5. 対面を希望/6. その他)



**Q14 リモート打ち合わせで弊社が使用するコミュニケーションツール（Zoom, Teams 等）や機器（PC や会議室モニターを通じた音声や映像など）について評価して下さい
（10段階：1. 非常に不満 ⇒ 10. 大変満足）**



**Q15 弊社を他社に紹介または推薦したいと思いませんか？
（5段階：1. 絶対したくない ⇒ 5. 絶対したい大変満足）**



Q16 弊社に期待するサービスについて教えてください（複数回答可）

- 1位： 同業他社等のベンチマーキング情報の提供（20.0%）
- 2位： リスク関連情報の発信（18.2%）
- 3位： 勉強会・セミナーの定期的な開催（16.4%）
- 4位： リスク分析およびリスクの定量評価(予想最大損害額の算出等)（14.5%）
- 5位： 保険以外のリスク転嫁手段(デリバティブ等)に関する情報提供（5.5%）

Q17 Q16で「保険の商品の紹介」を選択した方に伺います。ご希望の種目をご記入下さい

- 1位： PL/賠償責任保険**
- 2位： 業務過誤賠償保険(各種 E&O/Professional Indemnity)**
- 3位： 財物・利益保険（地震保険含む）**
- 4位： 建設工事向け各種保険**

<改善に向けて>

近年のマーケットのハード化（財物保険）に伴い、企業は保険料の増加や補償の削減に直面しており、ベンチマークデータを用いた自社の位置づけ確認や新たな保険種目への関心が高まっています。また、ロシア・ウクライナ紛争やイスラエル・ガザ侵攻等の地政学リスクの高まりや材料費の上昇や円安による物価高が直接的および間接的に企業のリスクマネジメントに大きな影響を及ぼしています。

保険マーケットはますます厳しさを増しており、保険会社の引受姿勢も一層慎重になっていると考えられます。リスクの実態や過去の損害状況に基づき、個別に条件を厳格化するものと緩和するものに二極化して引き受けを行う傾向が顕著に見られました。このような状況下では、通常よりも早期に更改作業を開始し、マーケット動向を注意深く把握し、お客様の正確なリスク情報をより多く収集した上でマーケティングを行い、保険会社や契約条件の選択肢を豊富に用意することが重要と考え、実行してまいります。

前回同様、今回の調査結果においても、お客様の満足度を決定する最も重要な要素は「最適な保険プログラムの提案力」であることが示されました。「最適な保険プログラムの提案」には、リスクマネジメントの総合力が求められますので、国内外において社内およびステークスホルダーとの連携をさらに強化し、総合力を発揮してまいります。

不確実性が急速に高まりつつある中、従来から提供するプロフェッショナルサービスの質およびスピードをデジタルテクノロジーも活用して向上させるとともに、お客様の声に耳を傾けることで当社サービスのメニューとその付加価値を見直し、環境の変化に応じたサービスメニューの充実や拡充をはかり、お客様の課題解決に貢献出来るよう必要な変革を積極的に進めてまいります。