
『顧客満足度（C S）向上に向けた取組み状況に関する調査』
（平成 19 年度）の集計結果について

日証協・平 2 0 . 1 0 . 3

本協会では、平成 19 年 4 月に「今後の金融・資本市場のあり方を考える懇談会」において取りまとめられた「国民の豊かな生活の実現に向けた金融・資本市場改革 ―中間報告―」において、顧客の投資目的、投資資金等のニーズに対応した金融商品の提供、金融商品の仕組み・リスクの十分な説明、相談体制の整備など、顧客本位のサービスが徹底した経営の確立に向けた取組みの必要性について提言がなされ、その取組みの一環として、証券会社の顧客満足度調査を実施し、その結果を会員証券会社にフィードバックすることとされている。

そこで、会員における利用者の声を把握する取組みの実情を検証するため、『顧客満足度（C S）向上に向けた取組み状況に関する調査』（平成 19 年度）を実施し、今般、別添のとおり、会員からの調査回答の集計結果を取りまとめた。

『顧客満足度（CS）向上に向けた取組み状況に関する調査』（平成 19 年度）結果概要

平成 20 年 10 月

日本証券業協会

○調査目的

「今後の金融・資本市場のあり方を考える懇談会」で取り纏められた「国民の豊かな生活の実現に向けた金融・資本市場改革 ―中間報告―」において、証券会社等における顧客本位のサービスが徹底した経営の確立に向けた取組みが求められている。その取組みを支援するため、今般、『顧客満足度（CS）向上に向けた取組み状況に関する調査』を実施し、証券会社等にフィードバックすることとした。

○調査対象：会員 306 社（平成 20 年 5 月 21 日現在）

※新規加入（平成 20 年 4 月 1 日以降）、会員権の消滅等の会員証券会社等（14 社）については、調査対象から除外している。

○調査期間：平成 20 年 5 月 21 日～平成 20 年 6 月 16 日

【結 果 概 要】

1. 利用者の声を把握する取組みの実施について

（1）利用者（顧客）の声を把握する取組みの実施状況

利用者の声を把握する取組みを実施している会員は、191 社となっており、半数以上の会員が当該取組みを実施している。このうち、43 社が取組み内容を外部公表している。（4 ページ参照）

（2）利用者の声を把握する取組みの外部公表（複数回答）

利用者の声を把握する取組み内容を外部公表している会員 43 社の公表方法を見ると、「ホームページ」で公表している会員が 36 社と多く、次いで、「顧客への直接説明」（8 社）となっている。それ以外は、「営業報告書・ディスクロージャー誌等」（4 社）、「会社情報誌等」（2 社）により、利用者の声を把握し公表している。（5 ページ参照）

（3）声を把握する対象となる利用者

利用者の声を把握する取組みを実施している会員 191 社のうち、利用者を限定せずに把握している会員が 77 社、個人顧客を対象とした会員が 74 社、法人・機関投資家を対象とした会員が 37 社となっている。（6 ページ参照）

(4) 利用者の声を把握する取組みの実施方法（アンケート調査）

i. アンケート調査の実施について

利用者の声を把握する取組みを実施している会員 191 社のうち、アンケート調査を実施した会員は 101 社となっている。対象別に見ると、「個人顧客を対象」とした会員が 44 社、「特に限定しない」と回答した会員が 43 社となっている。（7 ページ参照）

ii. アンケート調査の実施方法について（複数回答）

利用者の声を把握する取組みとして、アンケート調査を実施した会員 101 社についての実施方法を見ると、「郵便形式（アンケート票単独）」による会員が 44 社と最も多く、「セミナー開催時」（36 社）が続いている。それ以外は、「報告書等の書類送付時にアンケート票を同封」（17 社）、「営業担当者の顧客訪問時」（13 社）、「店頭での聞き取り調査」（11 社）、「メールによる実施」（10 社）、「コールセンター等から電話による実施」（6 社）、「ホームページによる実施」（6 社）等により実施されている。（8 ページ参照）

iii. アンケート調査の具体的な内容について（複数回答）

アンケート調査を実施した会員 101 社の調査内容を見ると、「各種情報の提供」を調査している会員は 66 社と多く、次いで、「取扱商品の充実度等」（65 社）、「提供するサービスの充実度・利便性・機能性等」（63 社）、「営業員の接客態度・マナー等」（58 社）、「総合的な顧客満足度」（57 社）、「営業員の顧客への勧誘態度・商品説明」（52 社）の順となっている。それ以外では、「セミナーの内容等」（42 社）、「苦情・相談対応」（39 社）、「取引理由」（38 社）、「会社のイメージ」（36 社）、「店頭の窓口担当者の接客態度・マナー等」（35 社）、「店舗環境・設備」（31 社）、「各種手数料」（28 社）、「コールセンター等電話受付時の対応等」（14 社）となっている。（9 ページ参照）

iv. アンケート調査の外部委託状況について

アンケート調査を実施した会員 101 社のうち調査の実施、集計作業（結果公表を含む）を外部機関に委託している会員は 19 社であった。その内訳は、「調査・集計の両方を委託している」会員は 9 社、「調査のみを委託している」会員は 5 社、「集計のみを委託している」会員は 5 社であった。（11 ページ参照）

(5) 利用者の声を把握する取組みの実施方法（アンケート調査以外）（複数回答）

利用者の声を把握する取組みを実施している会員 191 社のうち、アンケート調査以外の方法を用いている会員の実施方法として、「営業員等の日常・定期的な接触によるもの」が 146 社となっている。この他、「店頭の窓口担当者による接触」（60 社）、「顧客からの E メールによる方法」（59 社）、「コールセンター等電話による受付」（55 社）、「ホームページ設置の意見募集欄等」（35 社）、「お客様相談室等による情報集計」（30 社）、「C S 委員会」等によるミーティングの実施等」（8 社）、「店頭設置の意見箱等による方法」（6 社）によって利用者の声を把握している。（12 ページ参照）

２．利用者の声を踏まえた経営改善について

（１）利用者の声を踏まえた経営改善の実施状況

利用者の声を踏まえ、経営改善を実施し外部公表している会員は 49 社、外部公表はしていないが、経営改善を実施している会員が 176 社となっている。経営改善に取り組んでいる会員は、225 社で全体の約 74%となっている。（14 ページ参照）

（２）経営改善の外部公表（複数回答）

利用者の声を踏まえ、経営改善を実施し外部公表している会員 49 社の公表方法を見ると、「ホームページ」が 43 社、「顧客への説明」が 18 社となっている。その他、「営業報告書・ディスクロージャー誌等」（5 社）、「会社情報誌等」（1 社）により利用者の声を公表している。（15 ページ参照）

（３）利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目（複数回答）

経営改善を行った会員 225 社が行った具体的な改善内容は、「営業員等のスキル向上」と回答した会員が 128 社と多く、次いで、「情報提供」（124 社）、「商品の品揃え等」（123 社）の順となっている。上記の各項目については、半数以上の会員が経営改善策として実施している。その他、「業務改善」（108 社）、「提供サービスの充実」（89 社）、「店舗の拡充・整備」（71 社）、「ホームページ機能の充実」（71 社）、「苦情対策」（70 社）、「手数料の見直し」（54 社）、「相談体制の充実」（41 社）、「情報セキュリティ・個人情報保護」（32 社）を経営改善事項として掲げている。（16 ページ参照）

以 上

『顧客満足度（C S）向上に向けた取組み状況に関する調査』
（平成 19 年度）

平成 20 年 10 月
日本証券業協会

目 次

I . 調査概要	2
II . 証券会社の顧客満足度（C S）向上に対する取組み等状況（平成 19 年度）	
1 . 利用者の声を把握する取組みの実施について	
(1) 利用者の声を把握する取組みの実施状況	4
(2) 利用者の声を把握する取組みの外部公表	5
(3) 利用者の声を把握する取組みの対象者	6
(4) 利用者の声を把握するためのアンケート	
i . 調査の有無	7
ii . 調査の方法	8
iii . 調査の具体的内容	9
iv . 調査の外部委託範囲	1 1
(5) アンケート以外での利用者の声の把握方法	1 2
2 . 利用者の声を踏まえた経営改善について	
(1) 改善の実施状況	1 4
(2) 改善結果の外部公表	1 5
(3) 改善した具体的事項	1 6

I . 調 査 概 要

(1) 調査目的

本協会では、平成 19 年 4 月に「今後の金融・資本市場のあり方を考える懇談会」において取りまとめられた「国民の豊かな生活の実現に向けた金融・資本市場改革 ―中間報告―」において、顧客の投資目的、投資資金等のニーズに対応した金融商品の提供、金融商品の仕組み・リスクの十分な説明、相談体制の整備など、利用者の声を把握する取組みの実情を検証するため、会員における顧客満足度調査の実施を通じ、顧客本位のサービスが徹底した経営の確立に向けた取組みの状況を把握することとした。

(2) 調査対象

会員 306 社（平成 20 年 5 月 21 日現在）

※新規加入（平成 20 年 4 月 1 日以降）、会員権の消滅等の会員証券会社等（14 社）については、調査対象から除外している。

(3) 調査内容

別紙「顧客満足度（C S）向上に向けた取組み状況に関する調査」参照

(4) 調査期間

平成 20 年 5 月 21 日～平成 20 年 6 月 16 日

Ⅱ．証券会社の顧客満足度（C S）向上に対する取組み等状況（平成 19 年度）

1. 利用者の声を把握する取組みの実施について

(1) 利用者（顧客）の声を把握する取組みの実施状況 (回答は全会員が対象)

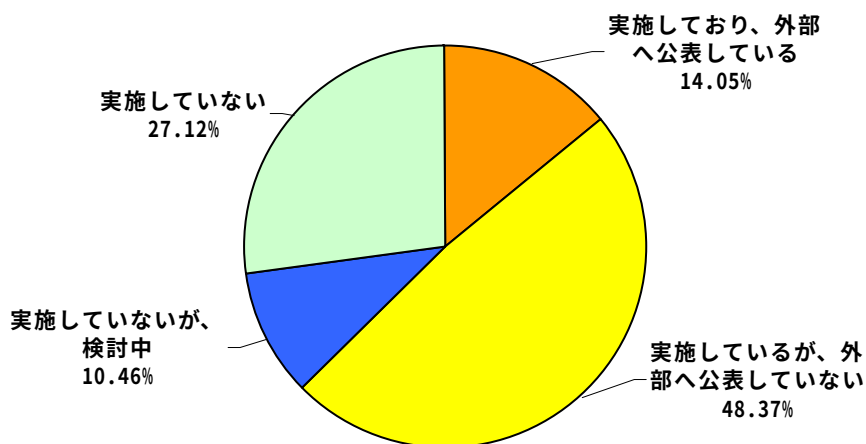
利用者の声を把握する取組みを実施している会員は、191 社と全会員の約 62%となっており、半数以上の会員が当該取組みを実施している。このうち、43 社が取組み内容を外部公表し、利用者の声の把握に積極的な取組み姿勢を示している。

また、現在取組みを実施していない会員 115 社のうち、「検討中」の会員が 32 社ある。
(表 1・図 1 参照)

〔表 1 利用者（顧客）の声を把握する取組みの実施状況〕

利用者の声を把握する取組みの実施状況	会員数（社）	比 率
利用者の声を把握する取組みを実施している	191	62.42%
外部へ公表している	43	14.05%
外部へ公表していない	148	48.37%
利用者の声を把握する取組みを実施していない	115	37.58%
検討中である	32	10.46%
実施していない	83	27.12%
対象会員数	306	100%

図 1 利用者（顧客）の声を把握する取組みの実施状況



（２）利用者の声を把握する取組みの外部公表

（利用者の声を把握する取組みを外部へ公表している会員のみ対象）

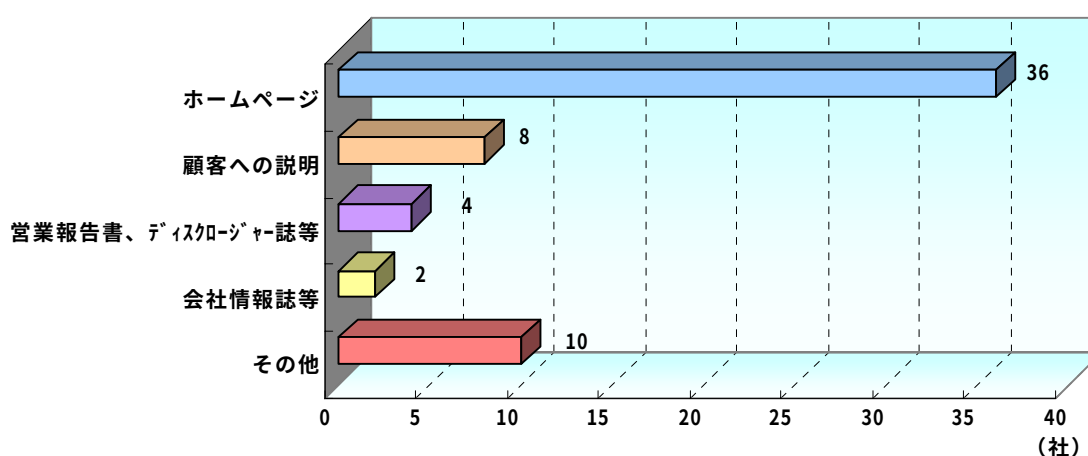
利用者の声を把握する取組み内容を外部公表している会員 43 社の公表方法を見ると、「ホームページ」で公表している会員が 36 社と多く、次いで、「顧客への直接説明」（8 社）となっている。それ以外は、「営業報告書・ディスクロージャー誌等」（4 社）、「会社情報誌等」（2 社）により、利用者の声を把握し公表している。

その他（10 社）の回答内容は、「店頭掲示」、「株主や顧客を対象とした経営報告会で公表」、「利用者向け定期配信メール」等であった。（表 2・図 2 参照）

〔表 2 利用者の声を把握する取組みの外部公表（複数回答）〕

利用者の声を把握する取組みの外部公表方法	会員数（社）	比 率
ホームページ	36	83.72%
顧客への説明	8	18.60%
営業報告書、ディスクロージャー誌等	4	9.30%
会社情報誌等	2	4.65%
その他	10	23.26%
利用者の声を把握する取組みを外部へ公表している会員	43	

図 2 利用者の声を把握する取組みの外部公表（複数回答）



（３）声を把握する対象となる利用者

（利用者の声を把握する取組みを実施している会員のみ対象）

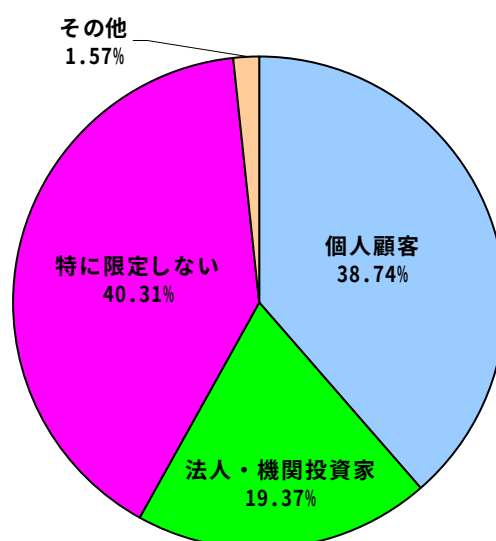
利用者の声を把握する取組みを実施している会員 191 社のうち、利用者を限定せずに把握している会員が 77 社、個人顧客を対象とした会員が 74 社、法人・機関投資家を対象とした会員が 37 社となっている。

その他（３社）の回答内容は、「取扱っている投資信託の販売会社及び投信委託会社」、「証券仲介業委託先の系列銀行の証券仲介業の顧客」であった。（表３・図３参照）

〔表３ 声を把握する対象となる利用者〕

声を把握する対象となる利用者	会員数（社）	比 率
個人顧客を対象	74	38.74%
法人・機関投資家を対象	37	19.37%
特に限定しない （個人顧客、法人・機関投資家両方を対象とする場合も含む）	77	40.31%
その他	3	1.57%
利用者の声を把握する取組みを実施している会員	191	100%

図３ 声を把握する対象となる利用者



(4) 利用者の声を把握する取組みの実施方法（アンケート調査）
 (利用者の声を把握する取組みを実施している会員のみ対象)

i. アンケート調査の実施について

利用者の声を把握する取組みを実施している会員 191 社のうち、アンケート調査を実施した会員は 101 社となっている。対象別に見ると、「個人顧客を対象」とした会員が 44 社、「特に限定しない」と回答した会員が 43 社となっているが、アンケート調査を見る限り、特に個人顧客等の声を幅広く把握していることが窺える。（表 4・図 4－1・図 4－2 参照）

〔表 4 アンケート調査の実施について〕

	個人		法人		特に限定しない		その他		合計	
	会員数 (社)	比率	会員数 (社)	比率	会員数 (社)	比率	会員数 (社)	比率	会員数 (社)	比率
実施した	44	59%	13	35%	43	56%	1	33%	101	53%
実施していない	30	41%	24	65%	34	44%	2	67%	90	47%
合計	74	100%	37	100%	77	100%	3	100%	191	100%

図 4－1 アンケート調査の実施について

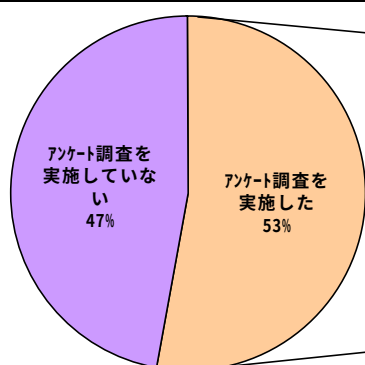
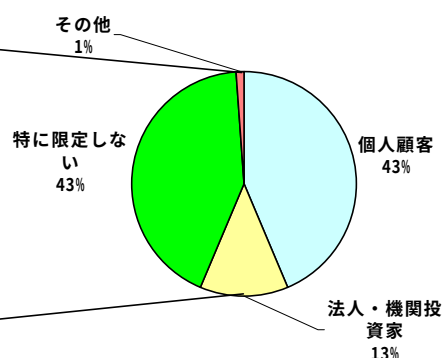


図 4－2 アンケート調査を実施した対象



ii. アンケート調査の実施方法について

利用者の声を把握する取組みとして、アンケート調査を実施した会員 101 社についての実施方法を見ると、「郵便形式（アンケート票単独）」による会員が 44 社と最も多く、「セミナー開催時」（36 社）が続いている。それ以外は、「報告書等の書類送付時にアンケート票を同封」（17 社）、「営業担当者の顧客訪問時」（13 社）、「店頭での聞き取り調査」（11 社）、「メールによる実施」（10 社）、「コールセンター等から電話による実施」（6 社）、「ホームページによる実施」（6 社）等により実施されている。

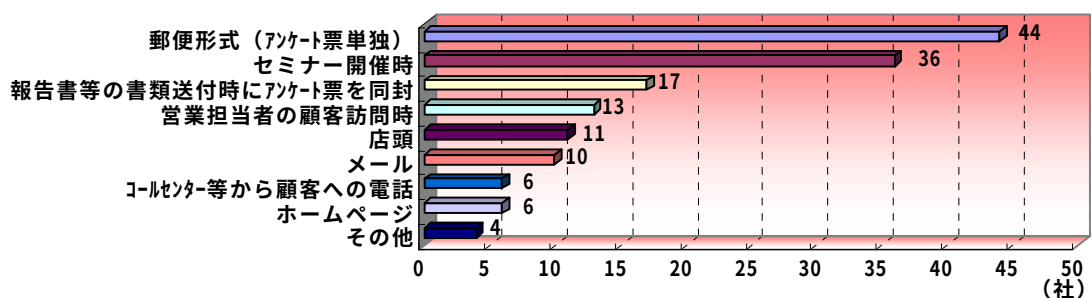
その他（4 社）の主な回答は、「株主や顧客を対象とした経営報告会等」であった。

（表 5・図 5 参照）

〔表 5 アンケート調査の実施方法（複数回答）〕

アンケート調査の実施方法	会員数（社）	比 率
郵便形式（アンケート票単独）	44	43.56%
セミナー開催時	36	35.64%
報告書等の書類送付時にアンケート票を同封	17	16.83%
営業担当者の顧客訪問時	13	12.87%
店頭	11	10.89%
メール	10	9.90%
コールセンター等から顧客への電話	6	5.94%
ホームページ	6	5.94%
その他	4	3.96%
アンケート調査を実施した会員	101	

図 5 アンケート調査の実施方法（複数回答）



iii. アンケート調査の具体的な内容について

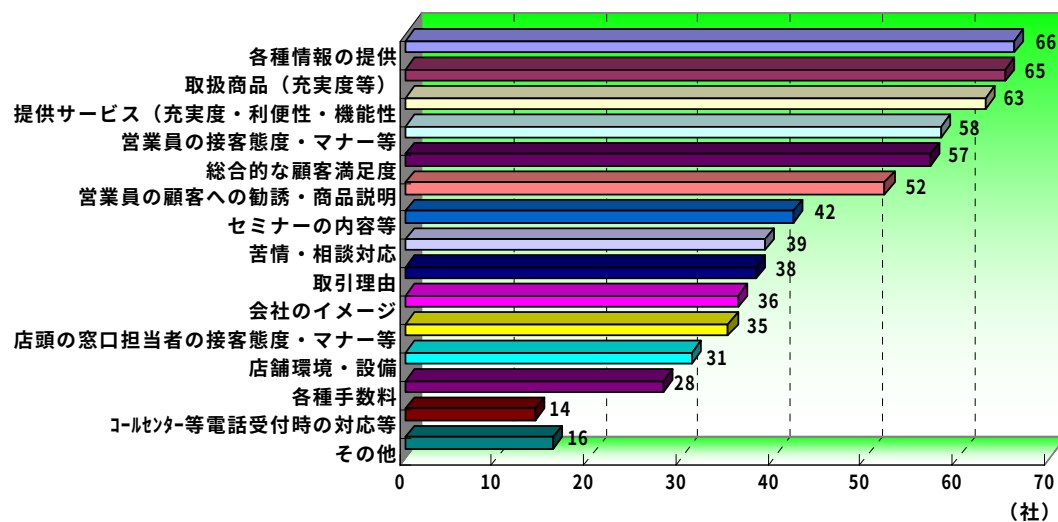
アンケート調査を実施した会員 101 社の調査内容を見ると、「各種情報の提供」を調査している会員は 66 社と多く、次いで、「取扱商品の充実度等」(65 社)、「提供するサービスの充実度・利便性・機能性等」(63 社)、「営業員の接客態度・マナー等」(58 社)、「総合的な顧客満足度」(57 社)、「営業員の顧客への勧誘態度・商品説明」(52 社)の順となっている。それ以外では、「セミナーの内容等」(42 社)、「苦情・相談対応」(39 社)、「取引理由」(38 社)、「会社のイメージ」(36 社)、「店頭の窓口担当者の接客態度・マナー等」(35 社)、「店舗環境・設備」(31 社)、「各種手数料」(28 社)、「コールセンター等電話受付時の対応等」(14 社)となっており、様々な方法により、利用者の満足度を充足するための取組みを実施している。

その他(16 社)の主な回答は、「意見・要望」、「個人情報の取り扱い」、「経営情報の開示について」、「送付書類」、「他社との取引状況」、「口座・サービスの利用頻度」、「レバレッジについて」、「株券電子化対応について」、「インターネット信用取引ニーズについて」、「投資経験、今後希望する投資対象」等であった。(表 6・図 6 参照)

(表 6 アンケート調査の具体的な内容(複数回答))

アンケート調査の具体的な内容	会員数(社)	比 率
各種情報の提供	66	65.35%
取扱商品(充実度等)	65	64.36%
提供サービス(充実度・利便性・機能性等)	63	62.38%
営業員の接客態度・マナー等	58	57.43%
総合的な顧客満足度	57	56.44%
営業員の顧客への勧誘・商品説明	52	51.49%
セミナーの内容等	42	41.58%
苦情・相談対応	39	38.61%
取引理由	38	37.62%
会社のイメージ	36	35.64%
店頭の窓口担当者の接客態度・マナー等	35	34.65%
店舗環境・設備	31	30.69%
各種手数料	28	27.72%
コールセンター等電話受付時の対応等	14	13.86%
その他	16	15.84%
アンケート調査を実施した会員	101	

図6 アンケート調査の具体的な内容（複数回答）



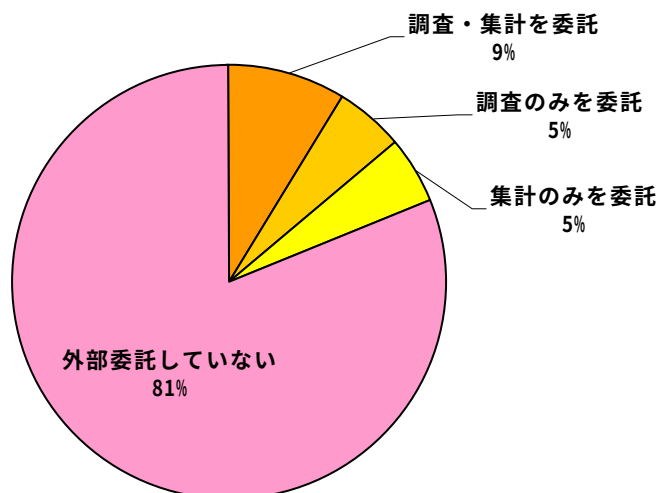
iv. アンケート調査の外部委託状況について

アンケート調査を実施した会員 101 社のうち調査の実施、集計作業（結果公表を含む）を外部機関に委託している会員は 19 社であった。その内訳は、「調査・集計の両方を委託している」会員は 9 社、「調査のみを委託している」会員は 5 社、「集計のみを委託している」会員は 5 社であった。（表 7・図 7 参照）

〔表 7 アンケート調査の外部委託状況〕

アンケート調査の外部委託について	会員数（社）	比 率
調査・集計（含む結果公表）を外部委託している	19	19%
調査・集計（含む結果公表）	9	9%
調査のみ	5	5%
集計（含む結果公表）のみ	5	5%
外部委託していない	82	81%
アンケート調査を実施した会員	101	100%

図 7 アンケート調査の外部委託について



(5) 利用者の声を把握する取組みの実施方法（アンケート調査以外）
 （利用者の声を把握する取組みを実施している会員のみ対象）

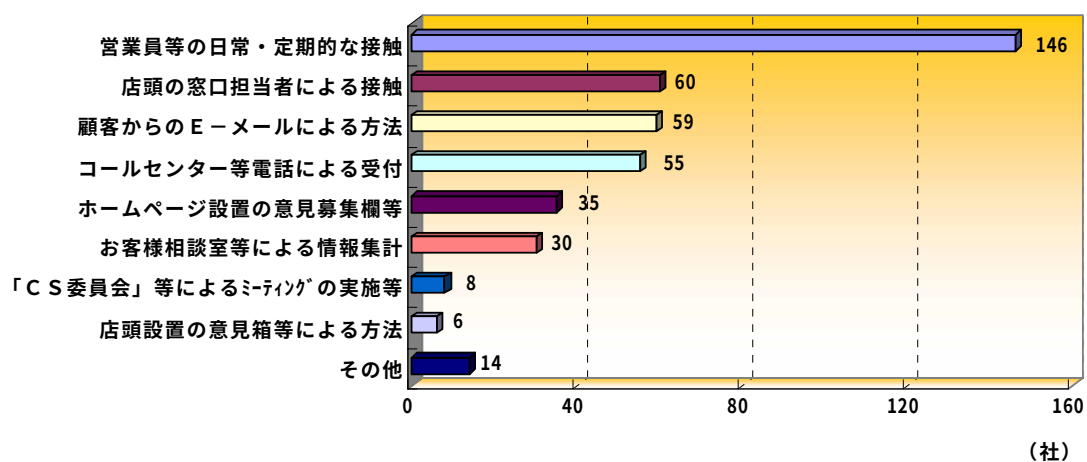
利用者の声を把握する取組みを実施している会員 191 社のうち、アンケート調査以外の方法を用いている会員の実施方法として、「営業員等の日常・定期的な接触によるもの」が 146 社となっている。この他、「店頭の窓口担当者による接触」（60 社）、「顧客からの E メールによる方法」（59 社）、「コールセンター等電話による受付」（55 社）、「ホームページ設置の意見募集欄等」（35 社）、「お客様相談室等による情報集計」（30 社）、「「C S 委員会」等によるミーティングの実施等」（8 社）、「店頭設置の意見箱等による方法」（6 社）によって利用者の声を把握している。

その他（14 社）の主な回答は、「苦情等相談窓口」、「広報誌のアンケート」、「セミナーやイベントでの顧客への接触」、「『取引残高報告書』に関する連絡票」、「利用者とのミーティング」等であった。（表 8・図 8 参照）

〔表 8 利用者の声を把握する取組みの実施方法（アンケート調査以外）（複数回答）〕

利用者の声の把握方法（アンケート調査以外）	会員数（社）	比 率
営業員等の日常・定期的な接触	146	76.44%
店頭の窓口担当者による接触	60	31.41%
顧客からの E メールによる方法	59	30.89%
コールセンター等電話による受付	55	28.80%
ホームページ設置の意見募集欄等	35	18.32%
お客様相談室等による情報集計	30	15.71%
「C S 委員会」等によるミーティングの実施等	8	4.19%
店頭設置の意見箱等による方法	6	3.14%
その他	14	7.33%
利用者の声を把握する取組みを実施している会員	191	

図8 利用者の声を把握する取組みの実施方法（アンケート調査以外）



２．利用者の声を踏まえた経営改善について

（１）利用者の声を踏まえた経営改善の実施状況

（回答は全会員が対象）

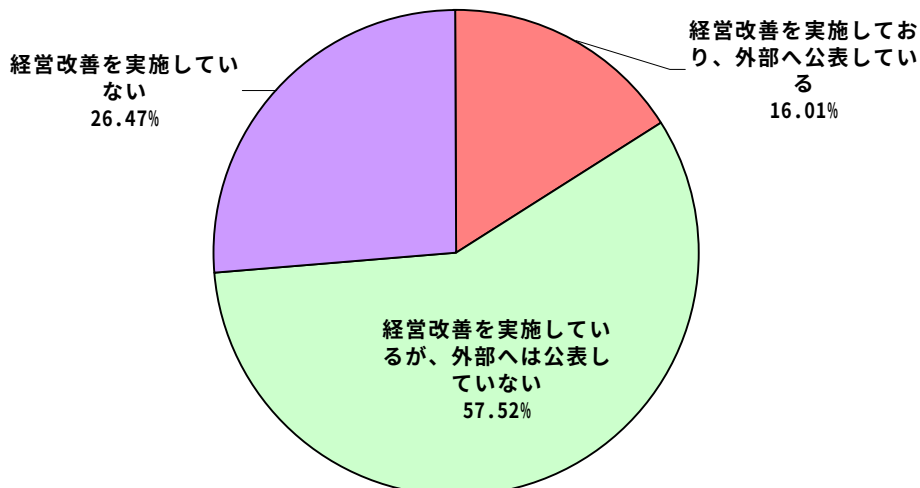
利用者の声を踏まえ、経営改善を実施し外部公表している会員は 49 社、外部公表はしていないが、経営改善を実施している会員が 176 社となっている。経営改善に取り組んでいる会員は、225 社で全体の約 74%となっており、経営改善に対して積極的に取り組む姿勢が示されている。

（表 9・図 9 参照）

〔表 9 利用者の声を踏まえた経営改善の実施状況〕

経営改善の実施について	会員数（社）	比 率
経営改善を実施しており、外部へ公表している	49	16.01%
経営改善を実施しているが、外部へは公表していない	176	57.52%
経営改善を実施していない	81	26.47%
対象会員数	306	100%

図 9 利用者の声を踏まえた経営改善の実施状況



（２）経営改善の外部公表

（利用者の声を踏まえた経営改善を実施し、外部へ公表している会員のみ対象）

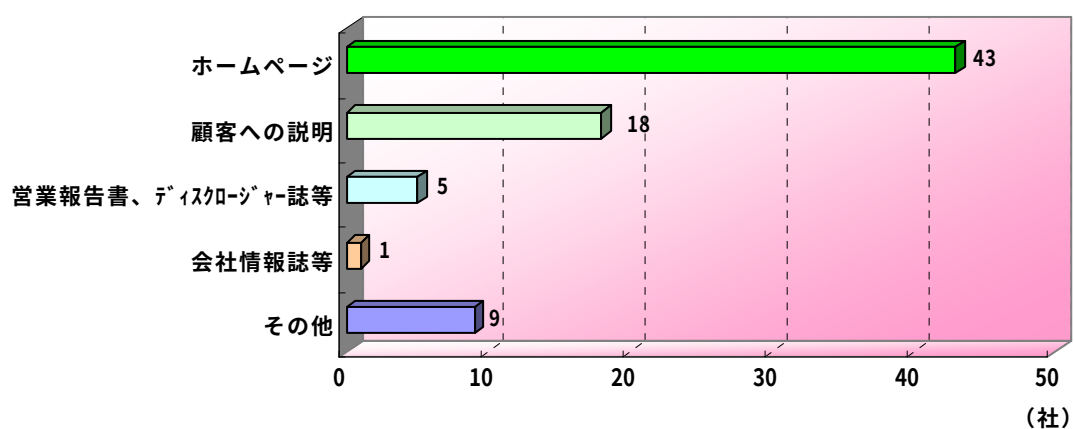
利用者の声を踏まえ、経営改善を実施し外部公表している会員 49 社の公表方法を見ると、「ホームページ」が 43 社、「顧客への説明」が 18 社となっている。その他、「営業報告書・ディスクロージャー誌等」（５社）、「会社情報誌等」（１社）により利用者の声を公表している。

その他（９社）の主な回答は、「店頭掲示」、「株主や顧客を対象とした経営報告会で公表」、「利用者向け定期配信メール」等であった。（表 10・図 10 参照）

〔表 10 経営改善の外部公表（複数回答）〕

経営改善の実施結果の外部公表	会員数（社）	比 率
ホームページ	43	87.76%
顧客への説明	18	36.73%
営業報告書、ディスクロージャー誌等	5	10.20%
会社情報誌等	1	2.04%
その他	9	18.37%
経営改善を実施し、外部へ公表している会員	49	

図10 利用者の声を踏まえた経営改善の実施状況（複数回答）



**(3) 利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目
(経営改善を実施している会員のみ対象)**

経営改善を行った会員 225 社が実施した具体的な改善内容は、「営業員等のスキル向上」と回答した会員が 128 社と多く、次いで、「情報提供」(124 社)、「商品の品揃え等」(123 社)の順となっている。上記の各項目については、半数以上の会員が経営改善策として実施している。その他、「業務改善」(108 社)、「提供サービスの充実」(89 社)、「店舗の拡充・整備」(71 社)、「ホームページ機能の充実」(71 社)、「苦情対策」(70 社)、「手数料の見直し」(54 社)、「相談体制の充実」(41 社)、「情報セキュリティ・個人情報保護」(32 社)を経営改善事項として掲げている。

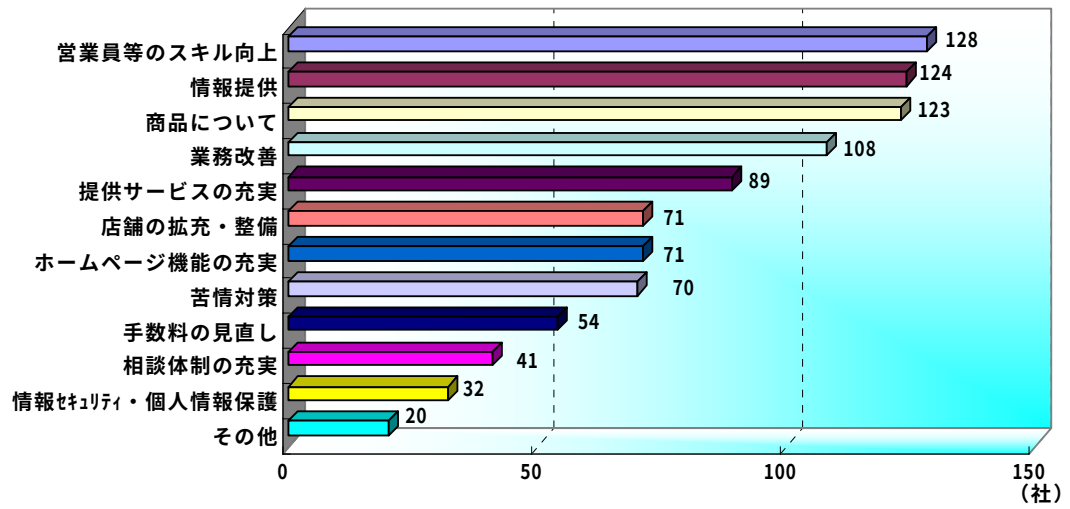
その他(21 社)の主な回答は、「セミナーの充実」、「店舗内の禁煙化」等であった。

(表 11・図 11 参照)

[表 11 利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目 (複数回答)]

経営改善の内容	会員数(社)	比 率
営業員等のスキル向上	128	56.89%
情報提供	124	55.11%
商品について	123	54.67%
業務改善	108	48.00%
提供サービスの充実	89	39.56%
店舗の拡充・整備	71	31.56%
ホームページ機能の充実	71	31.56%
苦情対策	70	31.11%
手数料の見直し	54	24.00%
相談体制の充実	41	14.22%
情報セキュリティ・個人情報保護	32	14.22%
その他	20	8.89%
経営改善を実施している会員	225	

図11 利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目（複数回答）



以 上