

『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20年度における各会員の取組み状況の調査）結果概要

平成21年12月
日本証券業協会

○調査目的

本協会では、本年6月に「金融・資本市場に関する政策懇談会」が取りまとめた「『金融・資本市場に関する政策懇談会』報告書～活力ある市民投資家社会の形成に向けて～」において、「顧客本位のサービスを徹底し、利用者の声を真摯に受け止め、利用者の声を踏まえた経営改善を実施することで、市場仲介者として国民からより信頼されるよう一層の取組みを行う」旨、提言がなされたことなどを受けて、昨年に引き続き、「顧客満足度（CS）向上に向けた取組み状況に関する調査」を実施することとした。

○調査対象

会員 304社

○調査対象期間

平成20年度（平成20年4月1日～平成21年3月31日）における各会員の取組み状況の調査

【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、195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ものの、前回調査との比較において、全体としてのその取組み状況はほぼ同様の結果となっている。このうち、51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51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40社と最も多く、次いで、「顧客への説明」（18社）となっている。それ以外は、「事業報告書・ディスクロージャー誌等」（9社）、「会社情報誌等」（5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195社のうち、利用者の対象を限定せずに把握している会員が86社、個人顧客を対象とした会員が65社、法人・機関投資家を対象とした会員が40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（アンケート調査によるもの）

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 195 社のうち、アンケート調査を実施した会員は 87 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 38 社、「特に限定しない」と回答した会員が 37 社、「法人・機関投資家を対象」とした会員が 10 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 87 社についての実施方法を見ると、「セミナー開催時」による会員が 43 社と最も多く、「郵便形式（アンケート票単独）」（30 社）が続いている。それ以外は、「Eメールによる実施」（15 社）、「ホームページによる実施」（14 社）、「報告書等の書類送付時にアンケート票を同封」（11 社）、「営業担当者の顧客訪問時」（10 社）、「店頭での実施」（6 社）、「コールセンター等から顧客への電話による実施」（3 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 87 社の調査内容を見ると、「取扱商品の充実度等について」調査をしている会員が 55 社と最も多く、次いで、「提供するサービスの充実度・利便性・機能性等について」（54 社）、「各種情報の提供について」並びに「セミナーの内容等について」（48 社）、「総合的な顧客満足度」（46 社）の順となっている。上記の各項目については、半数以上の会員が調査を実施しており、それ以外では、「営業員の顧客への勧誘・商品説明」並びに「営業員の接客態度・マナー等」（40 社）、「取引理由」（34 社）、「苦情・相談対応について」並びに「店頭の窓口担当者の接客態度・マナー等」（21 社）、「各種手数料について」並びに「会社のイメージ」（17 社）、「店舗環境・設備について」（16 社）、「コールセンター等電話受付時の対応等について」（12 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 87 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 16 社であった。その内訳は、「調査・集計（含む結果公表）の両方を委託している」会員が 8 社、「調査のみを委託している」会員が 6 社、「集計のみ（含む結果公表）を委託している」会員が 2 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によるもの）（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 195 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 155 社と最も多く、この他、「店頭の窓口担当者による接触」（77 社）、「顧客からの Eメールによる方法」（73 社）、「支店長会議、『CS委員会』等の社内ミーティングの実施等」（64 社）、「コールセンター等電話による受付」（61 社）、「お客様相談室等による情報集計」（45 社）、「店頭設置の意見箱等による方法」（7 社）によって利用者の声を把握している。（12 ページ参照）

(6) 前回調査（平成 19 年度における各会員の取組み状況）以降の取組み状況

i. 前回調査以降の取組み状況

利用者の声を把握する取組みを実施している会員 195 社のうち、前回調査（平成 19 年度の状況、平成 20 年 5 月実施）以降、利用者の声を把握する取組みを開始した会員は、12 社、取組みを強化した会員は、86 社となっている。（14 ページ参照）

ii. 前回調査以降、強化した取組みの内容（複数回答）

前回調査以降、利用者の声を把握する取組みを強化した会員 86 社のうち、強化した取組みの内容を見てみると、「利用者の声を把握する取組みの機会を増やした」会員が 60 社と最も多く、次いで、「利用者の声を把握する取組みの方法を拡充した」（39 社）、「声を把握する利用者の範囲を拡充した」（13 社）、「利用者の声を把握する取組みを外部へ公表した」（7 社）となっている。（15 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

利用者の声を把握する取組みを実施している会員 195 社のうち、経営改善を実施し、かつ、外部公表している会員は 46 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 140 社となっている。利用者の声を踏まえ、経営改善に取り組んでいる会員は、186 社で全体の 95%超となっている。

また、経営改善を実施しなかった主な理由（9 社）は、「経営改善にいたる声が寄せられなかった」、「経営の見直しを行っており、体制整備の準備段階であるため」、「経営改善の実施に向けて検討中であるため」等であった。（16 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 46 社の公表方法を見ると、「ホームページ」が 35 社と最も多く、次いで、「顧客への説明」が 18 社となっている。その他、「事業報告書・ディスクロージャー誌等」（6 社）、「会社情報誌等」（3 社）により利用者の声を公表している。（17 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 186 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 111 社と最も多く、次いで、「業務改善」（102 社）、「情報提供」（101 社）、「商品について」（97 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、「苦情対策」（76 社）、「ホームページ機能の充実」（71 社）、「店舗の拡充・整備」（49 社）、「提供サービスの充実」（46 社）、「相談体制の充実」（34 社）、「手数料の見直し」（33 社）、「情報セキュリティ・個人情報保護」（20 社）を経営改善事項として掲げている。（18 ページ参照）

以 上