

「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）

平成 21 年 12 月
日本証券業協会

目 次

I . 調査概要	2
II . 会員の顧客満足度（CS）向上に対する取組み等状況 （平成 20 年度における各会員の取組み状況）	
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	4
（2）利用者の声を把握する取組みの外部公表	5
（3）声を把握する対象となる利用者	6
（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	7
ii . アンケート調査の実施方法について	8
iii . アンケート調査の具体的な内容について	9
iv . アンケート調査の外部委託状況について	1 1
（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）	1 2
（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	1 4
ii . 前回調査以降、強化した取組みの内容	1 5
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	1 6
（2）経営改善の外部公表	1 7
（3）利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目	1 8

I . 調 査 概 要

(1) 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。

(2) 調査対象

会員 304 社

(3) 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

(4) 調査内容

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
- (2) 利用者の声を把握する取組みの外部公表
- (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（アンケート調査によるもの）
- (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）
- (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

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
- (2) 経営改善の外部公表
- (3) 利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目

**Ⅱ．会員の顧客満足度（ＣＳ）向上に対する取組み等状況
（平成 20 年度における各会員の取組み状況）**

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、195 社と全会員の約 64%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、利用者の声の把握に積極的な取組み姿勢を示している。

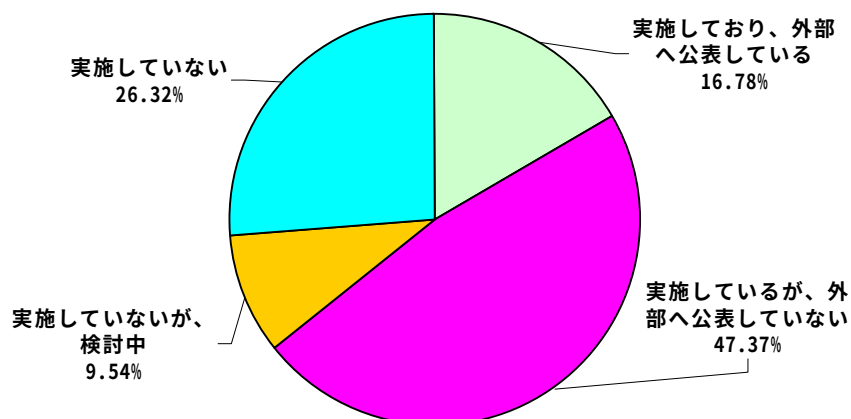
また、現在取組みを実施していない会員 109 社のうち、「検討中」の会員は 29 社であった。
(表 1・図 1 参照)

〔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を実施状況	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	195	64.14%
外部へ公表している	51	16.78%
外部へ公表していない	144	47.37%
利用者の声を把握する取組みを実施していない	109	35.86%
実施していないが、検討中である	29	9.54%
実施していない	80	26.32%
対象会員数	304	100.00%

(注) 比率については、小数点第 2 位未満を四捨五入している。

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（複数回答）

（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 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。

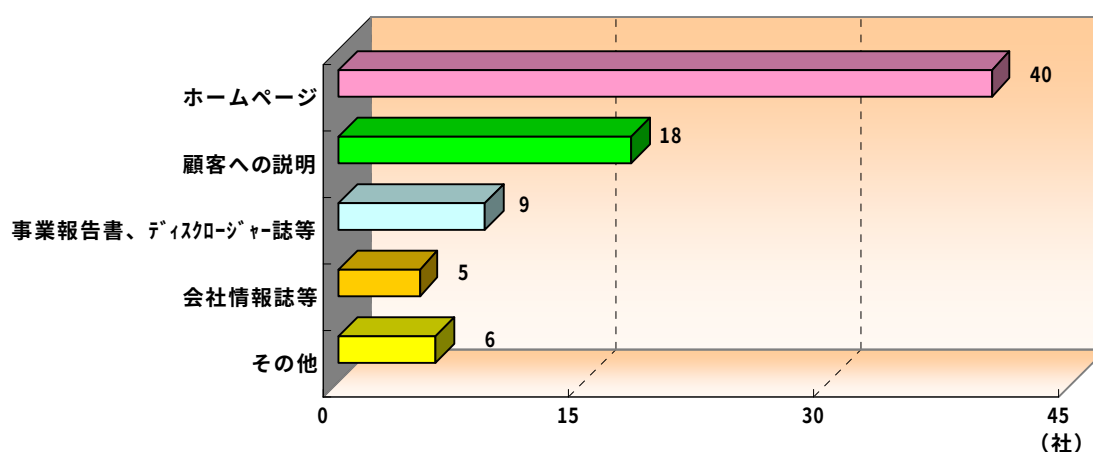
その他（6 社）の主な回答内容は、「店頭掲示」、「顧客向け資料」、「四半期に 1 回の I R イベント」、「利用者向け定期配信メール」等であった。（表 2・図 2 参照）

〔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	40	78.43%
顧客への説明	18	35.29%
事業報告書、ディスクロージャー誌等	9	17.65%
会社情報誌等	5	9.80%
その他	6	11.76%
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	51	

（注）比率は、対象回答会員数（51 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

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 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。

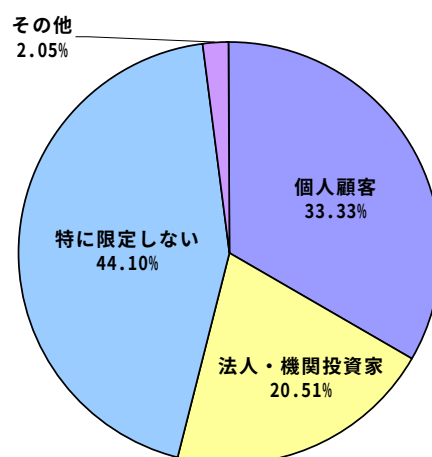
その他（４社）の主な回答内容は、「第一種金融商品取引業者」、「顧客である金融機関の販売員」等であった。（表３・図３参照）

〔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	65	33.33%
法人・機関投資家を対象	40	20.51%
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）	86	44.10%
その他	4	2.05%
利用者の声を把握する取組みを実施している会員	195	100.00%

（注）比率については、小数点第２位未満を四捨五入している。

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（アンケート調査によるもの）
 （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 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。（表 4-1・表 4-2・図 4-1・図 4-2 参照）

〔表 4-1 アンケート調査の実施について〕

	個 人		法人・機関投資家		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	38	58.46%	10	25.00%	37	43.02%	2	50.00%	87	44.62%
実施していない	27	41.54%	30	75.00%	49	56.98%	2	50.00%	108	55.38%
合計	65	100.00%	40	100.00%	86	100.00%	4	100.00%	195	100.00%

〔表 4-2 アンケート調査を実施した対象〕

アンケート調査を実施した対象	会員数（社）	比 率
個人顧客	38	43.68%
法人・機関投資家	10	11.49%
特に限定しない	37	42.53%
その他	2	2.30%
合 計	87	100.00%

図 4-1 アンケート調査の実施について

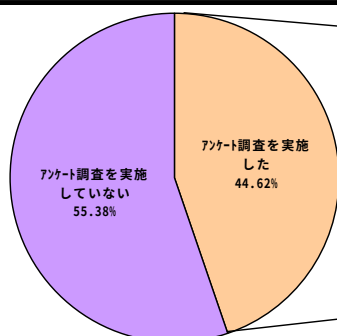
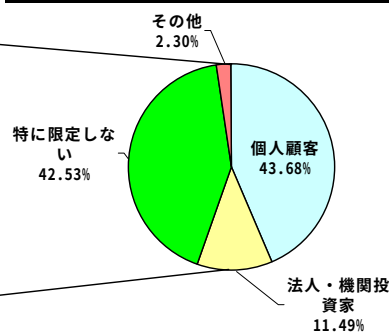


図 4-2 アンケート調査を実施した対象



ii. アンケート調査の実施方法について（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。

その他（5 社）の主な回答内容は、「外部リサーチ機関による調査」等であった。

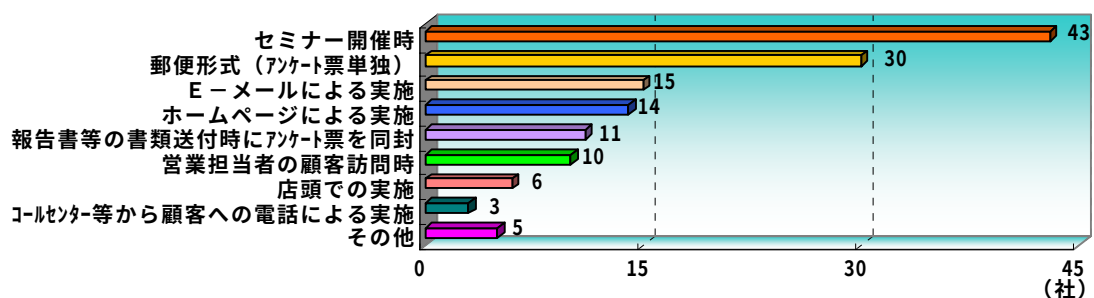
（表 5・図 5 参照）

〔表 5 アンケート調査の実施方法（複数回答）〕

アンケート調査実施方法	会員数（社）	比 率
セミナー開催時	43	49.43%
郵便形式（アンケート票単独）	30	34.48%
Eメールによる実施	15	17.24%
ホームページによる実施	14	16.09%
報告書等の書類送付時にアンケート票を同封	11	12.64%
営業担当者の顧客訪問時	10	11.49%
店頭での実施	6	6.90%
コールセンター等から顧客への電話による実施	3	3.45%
その他	5	5.75%
アンケート調査を実施した会員	87	

（注）比率は、対象回答会員数（87 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

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（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）となっており、様々な方法によって利用者の満足度を充足するための取り組みを実施している。

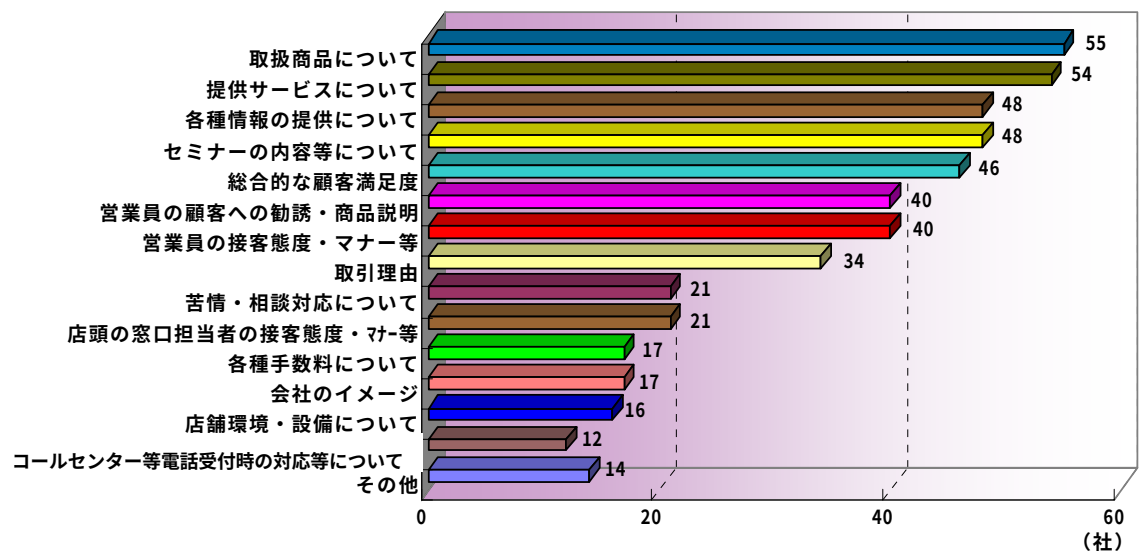
その他（14 社）の主な回答内容は、「取引で重視している項目」、「個人情報の取り扱い」、「経営情報の開示について」、「自社以外に取引のある証券会社数」、「顧客の意見、要望」、「投資情報やトレーディングツールについて」、「株券の出庫理由」、「資産運用意向」、「ホームページについて」、「お客様相談室について」、「投資経験」、「今後の投資対象」、「投資勧誘の可否」、「電子取引の新しい機能の要望」、「自社の口座・サービスの利用頻度」等であった。（表 6・図 6 参照）

〔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
取扱商品について（充実度等）	55	63.22%
提供サービスについて（充実度・利便性・機能性等）	54	62.07%
各種情報の提供について	48	55.17%
セミナーの内容等について	48	55.17%
総合的な顧客満足度	46	52.87%
営業員の顧客への勧誘・商品説明	40	45.98%
営業員の接客態度・マナー等	40	45.98%
取引理由	34	39.08%
苦情・相談対応について	21	24.14%
店頭の窓口担当者の接客態度・マナー等	21	24.14%
各種手数料について	17	19.54%
会社のイメージ	17	19.54%
店舗環境・設備について	16	18.39%
コールセンター等電話受付時の対応等について	12	13.79%
その他	14	16.09%
アンケート調査を実施した会員	87	

（注）比率は、対象回答会員数（87 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

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

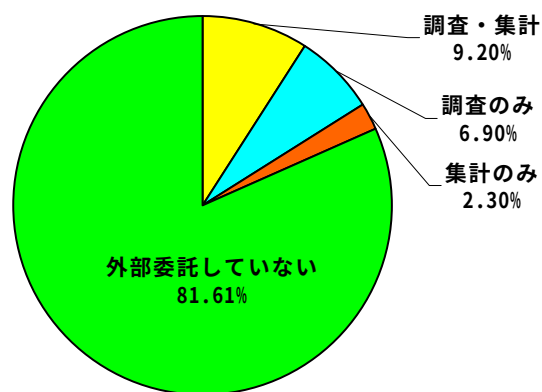
アンケート調査を実施した会員 87 社のうち、調査の実施、集計作業（結果公表を含む）を外部機関に委託している会員は 16 社であった。その内訳は、「調査・集計（含む結果公表）の両方を委託している」会員が 8 社、「調査のみを委託している」会員が 6 社、「集計のみ（含む結果公表）を委託している」会員が 2 社であった。（表 7・図 7 参照）

〔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	16	18.39%
調査・集計（含む結果公表）	8	9.20%
調査のみ	6	6.90%
集計（含む結果公表）のみ	2	2.30%
外部委託していない	71	81.61%
アンケート調査を実施した会員	87	100.00%

（注）比率については、小数点第 2 位未満を四捨五入している。

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 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」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。

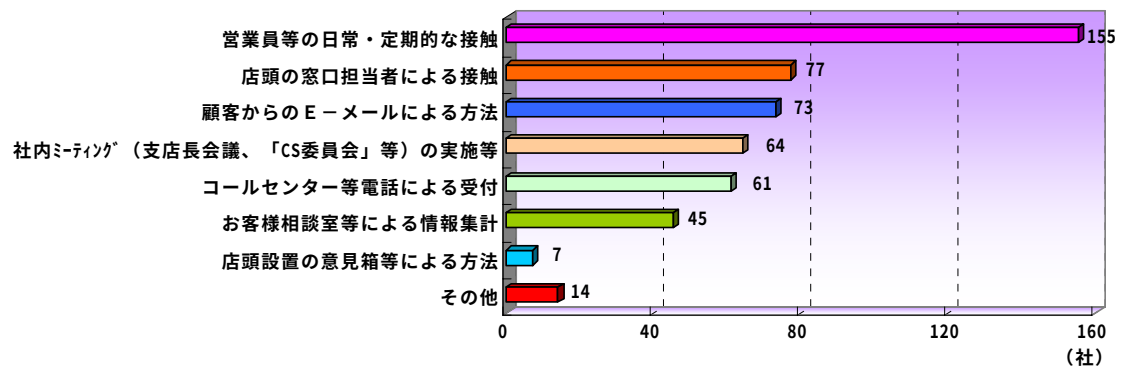
その他（14 社）の主な回答内容は、「取引残高報告書に『連絡票』を同封」、「利用者とのミーティング」、「セミナーやイベントでの顧客への接触」、「役員、支店長による顧客面談」等であった。（表 8・図 8 参照）

〔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によるもの）（複数回答）〕

利用者の声の把握方法（アンケート調査以外によるもの）	会員数（社）	比 率
営業員等の日常・定期的な接触	155	79.49%
店頭の窓口担当者による接触	77	39.49%
顧客からのＥメールによる方法 （ホームページ等で意見募集用アドレスを案内）	73	37.44%
社内ミーティング（支店長会議、「ＣＳ委員会」等）の実施等	64	32.82%
コールセンター等電話による受付	61	31.28%
お客様相談室等による情報集計	45	23.08%
店頭設置の意見箱等による方法	7	3.59%
その他	14	7.18%
利用者の声を把握する取組みを実施している会員	195	

（注）比率は、対象回答会員数（195 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

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によるもの）
（複数回答）



(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
（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. 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 年度における各会員の取組み状況、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。

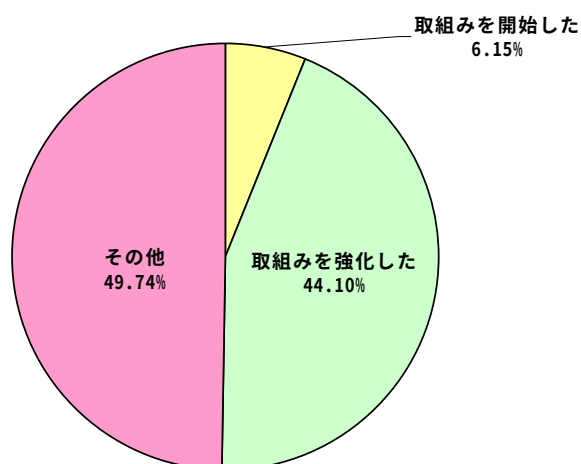
その他（97 社）の主な回答内容は、「平成 19 年度以前から同様の取組みを行っている」であった。（表 9・図 9 参照）

〔表 9 前回調査以降の取組み状況〕

前回調査以降の取組み状況	会員数（社）	比 率
前回調査以降、取組みを開始した	12	6.15%
前回調査以降、取組みを強化した	86	44.10%
その他	97	49.74%
利用者の声を把握する取組みを実施している会員	195	100.00%

（注）比率については、小数点第 2 位未満を四捨五入している。

図 9 前回調査以降の取組み状況



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。

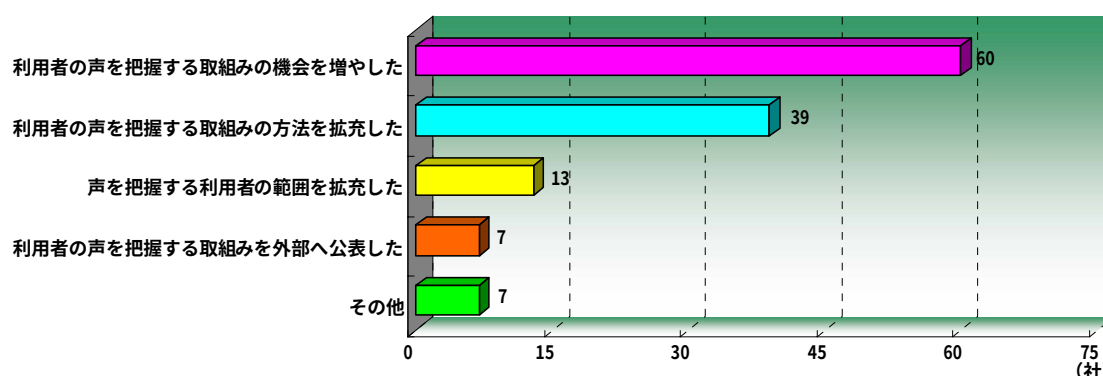
その他（7 社）の主な回答内容は、「利用者の声の一元的・効率的管理による改善対応等の実効性の向上」、「苦情対応マネジメントシステムの国際規格『ISO10002:2004』への自己適合宣言の実施」、「アンケート項目の改善」、「お客様相談室新設」、「セミナー回数を増やした」等となっている。（表 10・図 10 参照）

〔表 10 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、強化した取組みの内容	会員数（社）	比 率
利用者の声を把握する取組みの機会を増やした	60	69.77%
利用者の声を把握する取組みの方法を拡充した	39	45.35%
声を把握する利用者の範囲を拡充した	13	15.12%
利用者の声を把握する取組みを外部へ公表した	7	8.14%
その他	7	8.14%
前回調査以降、取組みを強化した会員	86	

（注）比率は、対象回答会員数（86 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

図10 前回調査以降、強化した取組みの内容（複数回答）



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)

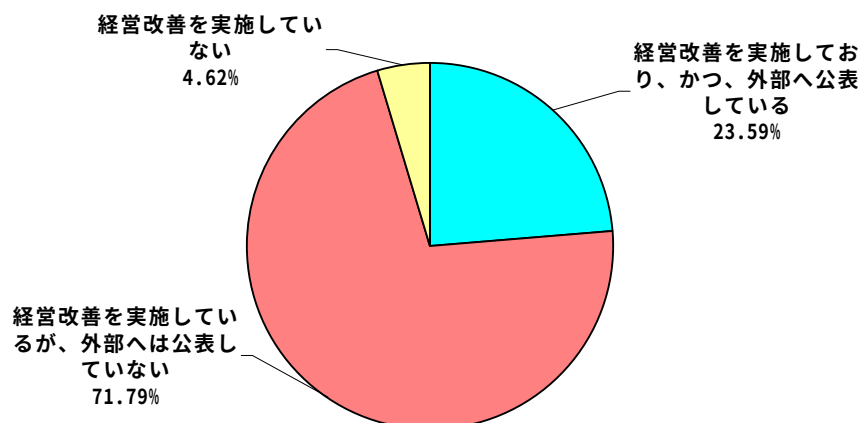
利用者の声を把握する取組みを実施している会員 195 社のうち、経営改善を実施し、かつ、外部公表している会員は 46 社、外部公表はしていないが、経営改善を実施している会員が 140 社となっている。利用者の声を踏まえ、経営改善に取り組んでいる会員は、186 社で全体の 95%超となっており、利用者の声を把握する取組みを実施している会員の殆どが経営改善に対して積極的に取り組んでいることが把握できる。

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。（表 11・図 11 参照）

〔表 11 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、かつ、外部へ公表している	46	23.59%
経営改善を実施しているが、外部へは公表していない	140	71.79%
経営改善を実施していない	9	4.62%
利用者の声を把握する取組みを実施している会員	195	100.00%

図11 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（複数回答）

（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 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）により経営改善に関する公表を行っている。

その他（7 社）の主な回答内容は、「店頭掲示」、「利用者向け定期配信メール」等であった。

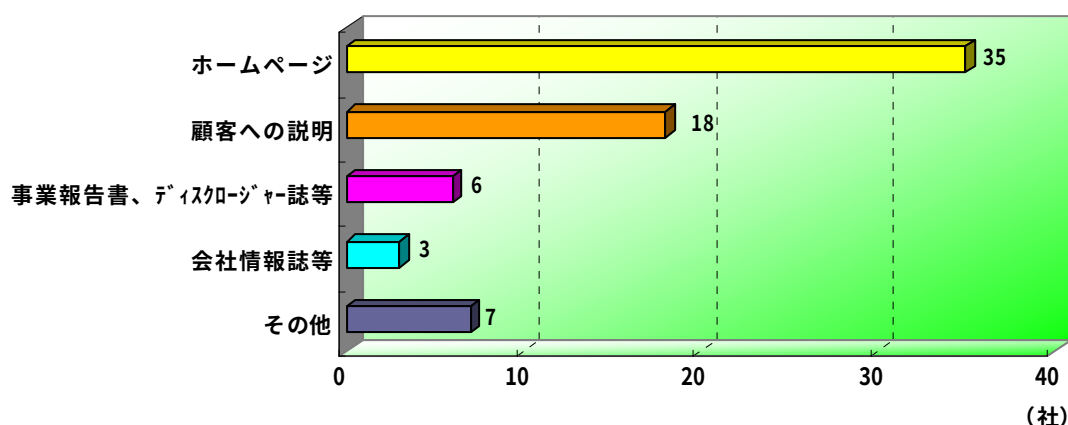
（表 12・図 12 参照）

〔表 12 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	35	76.09%
顧客への説明	18	39.13%
事業報告書、ディスクロージャー誌等	6	13.04%
会社情報誌等	3	6.52%
その他	7	15.22%
経営改善を実施し、外部へ公表している会員	46	

（注） 比率は、対象回答会員数（46 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

図12 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（複数回答）
（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 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。

その他（11 社）の主な回答内容は、「部店でのセミナー開催回数を増やした」、「名証 I R エキスポへの出展」、「経営陣へのフィードバック」、「苦情対応マネジメントシステムの国際規格『ISO10002:2004』への自己適合宣言の実施」、「営業責任者を増員した」等であった。

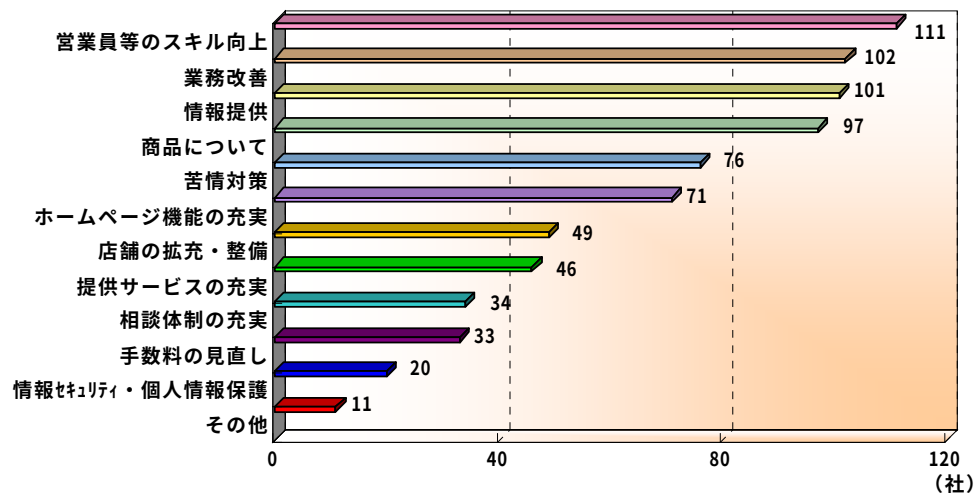
（表 13・図 13 参照）

〔表 13 利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目（複数回答）〕

利用者の声を踏まえて経営改善を行った項目	会員数（社）	比 率
営業員等のスキル向上（マナー研修等の実施、資格の奨励、接客マニュアルの作成等）	111	59.68%
業務改善 （各種取引届出書の改訂・改善、各種説明書類の改訂、事務引継、事務フローの改善等）	102	54.84%
情報提供（セミナー等の拡充、情報資料の拡充、教育機関への情報提供等）	101	54.30%
商品について（取扱商品の拡充等）	97	52.15%
苦情対策（コンプライアンス委員会等による情報報告等）	76	40.86%
ホームページ機能の充実（インターネット取引の拡充、提供情報の充実、システム増強等）	71	38.17%
店舗の拡充・整備（新店舗の設置・移転・改装・改修等）	49	26.34%
提供サービスの充実（株券電子化対応サービス、入金サービス、電子交付サービス等）	46	24.73%
相談体制の充実（コールセンターの充実、お客様相談室の充実、フリーダイヤル設置等）	34	18.28%
手数料の見直し（手数料の改定、口座管理料の無料化等）	33	17.74%
情報セキュリティ・個人情報保護（各種認証の取得等）	20	10.75%
その他	11	5.91%
経営改善を実施している会員	186	

（注） 比率は、対象回答会員数（186 社）を母数とする割合なので、100%を超える。

図13 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

平成 20 年度 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 21 年 8 月
日本証券業協会
会 員 業 務 部

《記載上の注意事項》

- ・ 本調査は、平成 20 年度中の各社の取組み状況に関してお尋ねいたします。
- ・ 会員情報については、忘れずに御記入ください。
- ・ 問 2、3、4-2、4-3、5、6、7、9、10 において「その他」を回答した場合は、回答票の記入欄に具体的内容を御記入ください。
- ・ 本調査は、取組みの有無にかかわらず、御回答いただくことになっております。回答票の御提出は、協会WANフォーマット集に掲載の『平成 20 年度 顧客満足度（C S）向上に向けた取組み状況に関する調査・回答票』（Excel形式）に御入力の上、協会WAN双方向機能を利用して御提出ください。（回答票のダウンロード及び提出するためのIDが不明な場合は、御社のサイト管理者の方に御確認ください。）

平成 20 年度中の顧客満足度向上に向けた取組みについて、以下の設問に御回答ください。

1. 利用者の声を把握する取組みの実施について

【全会員にお伺いいたします。】

問 1. 利用者の声を把握する取組みを実施されていますか。

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. 実施しており、かつ外部へ公表している | ⇒ 問 2 へお進みください。 |
| 2. 実施しているが、外部へは公表していない | ⇒ 問 3 へお進みください。 |
| 3. 実施していないが、検討中である | } ⇒ 以下の設問の回答は不要です。 |
| 4. 実施していない | |

【「問 1」で「1」を回答された会員のみお答えください。】

問 2. 利用者の声を把握する取組みをどのような方法で外部へ公表されていますか。
(複数回答可)

1. ホームページ
2. 事業報告書、ディスクロージャー誌等
3. 会社情報誌等
4. 顧客への説明
5. その他 ()

【「問1」で「1」及び「2」を回答された会員のみお答えください。】

問3．声を把握する対象となる利用者はどちらになりますか。

1. 個人顧客を対象
2. 法人・機関投資家を対象
3. 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）
4. その他（ ）

【「問1」で「1」及び「2」を回答された会員のみお答えください。】

問4－1．利用者の声を把握する方法として、アンケート調査を実施されていますか。

1. アンケート調査を実施した ⇒ 問4－2へお進みください。
2. アンケート調査を実施していない ⇒ 問5へお進みください。

【「問4－1」で「1」を回答された会員のみお答えください。】

問4－2．アンケート調査はどのような方法で実施されていますか。（複数回答可）

1. 郵便形式（アンケート票単独）
2. 報告書等の書類送付時にアンケート票を同封
3. 営業担当者の顧客訪問時
4. コールセンター等から顧客への電話による実施
5. 店頭での実施
6. セミナー開催時
7. ホームページによる実施
8. Eメールによる実施
9. その他（ ）

【「問4－1」で「1」を回答された会員のみお答えください。】

問4－3．アンケート調査の具体的な内容は何ですか。（複数回答可）

1. 取引理由
2. 営業員の顧客への勧誘・商品説明
3. 営業員の接客態度・マナー等
4. 店舗環境・設備について
5. 店頭の窓口担当者の接客態度・マナー等
6. コールセンター等電話受付時の対応等について
7. 取扱商品について（充実度等）
8. 各種情報の提供について
9. 各種手数料について
10. 提供サービスについて（充実度・利便性・機能性等）
11. 会社のイメージ

- 1 2. セミナーの内容等について
- 1 3. 苦情・相談対応について
- 1 4. 総合的な顧客満足度
- 1 5. その他（ ）

【「問4-1」で「1」を回答された会員のみお答えください。】

問4-4. アンケート調査の実施を外部へ委託されていますか。

1. 外部委託している ⇒ 問4-5へお進みください。
2. 外部委託していない ⇒ 問4-5の回答は不要です。

【「問4-4」で「1」と回答された会員のみお答えください。】

問4-5. アンケート調査のどの範囲まで外部へ委託されていますか。

1. 調査のみ
2. 集計（含む結果公表）のみ
3. 調査・集計（含む結果公表）

【「問1」で「1」及び「2」を回答された会員のみお答えください。】

問5. その他、利用者の声をどのような方法で把握されていますか。（複数回答可）

1. コールセンター等電話による受付
2. 顧客からのEメールによる方法（ホームページ等で意見募集用アドレスを案内）
3. 店頭設置の意見箱等による方法
4. 営業員等の日常・定期的な接触
5. 店頭の窓口担当者による接触
6. お客様相談室等による情報集計
7. 社内ミーティング（支店長会議、「CS委員会」等）の実施等
8. その他（ ）

【「問1」で「1」及び「2」を回答された会員のみお答えください。】

問6. 平成19年度における本件調査以降、利用者の声を把握する取組みを開始した、もしくは強化されましたか。

1. 平成19年度における調査以降、取組みを開始した ⇒ 問8へお進みください。
2. 平成19年度における調査以降、取組みを強化した ⇒ 問7へお進みください。
3. その他（ ） ⇒ 問8へお進みください。

【「問6」で「2」を回答された会員のみお答えください。】

**問7. 平成19年度における本件調査以降、どのような取組みを強化されましたか。
(複数回答可)**

1. 利用者の声を把握する取組みの機会を増やした
2. 利用者の声を把握する取組みの方法を拡充した
3. 声を把握する利用者の範囲を拡充した
4. 利用者の声を把握する取組みを外部へ公表した
5. その他（ ）

2. 利用者の声を踏まえた経営改善について

【「問1」で「1」及び「2」を回答された会員のみお答えください。】

問8. 利用者の声を踏まえて、経営改善を実施されていますか。

1. 利用者の声を踏まえて、経営改善を実施しており、かつ、外部へ公表している
⇒ 問9へお進みください。
2. 利用者の声を踏まえて、経営改善を実施しているが、外部へは公表していない
⇒ 問10へお進みください。
3. 経営改善を実施していない ⇒ 問9・10の回答は不要です。

【「問8」で「1」を回答された会員のみお答えください。】

問9. 経営改善の実施結果をどのような方法で外部へ公表されていますか。(複数回答可)

1. ホームページ
2. 事業報告書、ディスクロージャー誌等
3. 会社情報誌等
4. 顧客への説明
5. その他（ ）

【「問8」で「1」及び「2」を回答された会員のみお答えください。】

問10. どのような経営改善を実施されていますか。(複数回答可)

1. 店舗の拡充・整備（新店舗の設置・移転・改装・改修等）
2. 営業員等のスキル向上（マナー研修等の実施、資格の奨励、接客マニュアルの作成等）
3. 業務改善
（各種取引届出書の改訂・改善、各種説明書類の改訂、事務引継、事務フローの改善等）
4. 相談体制の充実（コールセンターの充実、お客様相談室の充実、フリーダイヤル設置等）
5. 苦情対策（コンプライアンス委員会等による情報報告等）
6. 商品について（取扱商品の拡充等）

7. ホームページ機能の充実

(インターネット取引の拡充、提供情報の充実、システム増強等)

8. 提供サービスの充実(株券電子化対応サービス、入金サービス、電子交付サービス等)

9. 手数料の見直し(手数料の改定、口座管理料の無料化等)

10. 情報セキュリティ・個人情報保護(各種認証の取得等)

11. 情報提供(セミナー等の拡充、情報資料の拡充、教育機関への情報提供等)

12. その他()

以 上

☆ ご協力ありがとうございました ☆