

報道用資料

2015年7月1日

マルチチャネル化が進む資産運用

2015年日本投資サービス顧客満足度調査

〈当資料の要約〉

- 専任の営業担当者がいると答えた個人投資家は50%で、近年上昇傾向
- マルチチャネルで金融機関を利用する個人投資家が増加
- 部門別の総合満足度ランキングは、野村證券、SBI証券、住信SBIネット銀行が4年連続1位。りそな銀行、スルガ銀行が初の1位。

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木郁、略称：J.D. パワー）は、2015年日本投資サービス顧客満足度調査の結果を発表した。

◆専任の営業担当者がいると答えた個人投資家は50%で、近年上昇傾向◆

営業員がいる証券会社や銀行で資産運用をしている個人投資家のうち、その金融機関に専任の営業担当者がいると答えた人は50%で、近年上昇傾向にある【図1】。特に銀行利用客でその割合が上昇しており、顧客満足度も上昇している。背景には、各社が資産運用ビジネスで営業担当者を軸にしたお客様へのアプローチを強化し、満足度向上と収益拡大に注力していることが影響していると考えられる。例えば、担当者が顧客を訪問する機会が増えており、商品の売買や資産運用の相談を中心に顧客との接点が増えている（過去1年間に担当者の訪問があった割合 2012年：40% → 2015年：46%）。また、一部の金融機関で、担当者がタブレット端末を活用し、商談の中身をタイムリーかつスピーディーなものに変化させつつあることも好影響を与えている。

【図1】営業担当者がいる個人投資家が増えている

	2012年	2015年
全体	40%	→ 50%
対面証券	42%	→ 50%
全国系銀行	29%	→ 42%
地方系銀行	37%	→ 50%
信託銀行	51%	→ 63%

出所：J.D. パワー 日本投資サービス顧客満足度調査SM

一方、投資商品の購入を担当者と相談しながら決めている個人投資家の満足度は高い傾向にあるが、その割合は36%にとどまっている。また、担当者に投資の考え方やリスク許容度を“よく理解してもらっている”と感じている個人投資家は3割にも満たない。投資は自己責任と割り切り、自身で判断する投資家もいるが、ネット証券やネット銀行ではなく、あえて対面の金融機関を利用するには有益なアドバイスを求めるからである。今後は担当者が“いる”だけでなく、真のアドバイザーとして“相談できる”、“任せたい”と思われる信頼関係をどこまで築けるかがポイントになるであろう。

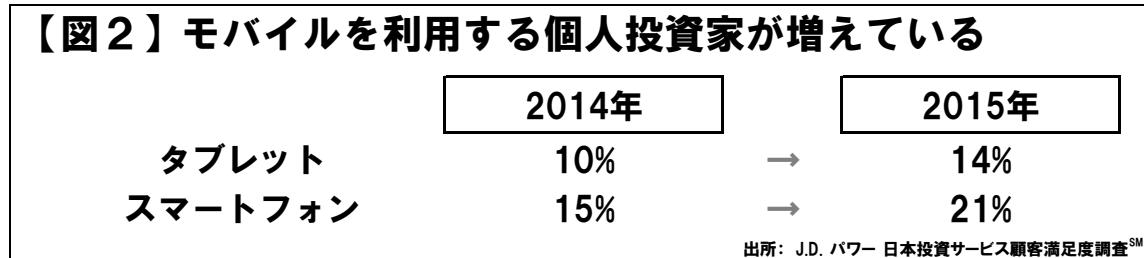
ちなみに、特定の証券会社に属さない独立系アドバイザー（IFA）は、日本でも少しずつ増えているが、個人投資家における認知度は34%で、まだその存在自体が十分知られていない。IFAの普及も、投資家がアドバイザーに任せせる投資風土づくりに影響を与えると思われる。

◆マルチチャネルで金融機関を利用する個人投資家が増加◆

個人投資家が資産運用で利用している金融機関のウェブサービスを、スマホやタブレット等のモバイル経由で利用するケースは着実に増えている【図2】。特に50代以下やネット証券の利用客で増えており、タブレットは自宅、スマホは外出先で市況確認や情報収集、売買のために利用されている。

モバイルはパソコンに比べて、電源起動の待ち時間が少ない、ログインが簡単、メニューが簡単など、気軽に利用できる点を中心に評価されているが、利用者の9割以上はパソコンを「併用」しており、モバイルは場面に応じて使いやすいサブ端末としての利用が多い。

【図2】モバイルを利用する個人投資家が増えている



一方、個人投資家が金融機関の店舗を利用する割合はほぼ横ばいで、営業担当者がいる割合は上昇していることからも、対面／非対面を問わず、個人投資家は自身にとって必要なタイミングで、便利なチャネルを使い分け始めているといえる。当社が米国で実施している調査でも同様の状況が進行しており、日本でも今後はネットと対面のサービスの垣根が更に低くなっていくことが予想される。従って、各金融機関が個人投資家を囲い込むためには、マルチチャネル・マルチデバイスでの更なる利便性向上が必須の要件になっていくであろう。

◆野村證券、SBI 証券、住信 SBI ネット銀行が4年連続、りそな銀行、スルガ銀行が初の1位◆

＜部門別の総合満足度ランキング概況＞

対面証券 部門（対象 10 社）【図3】

野村證券が4年連続で1位となった。同社は「商品・サービス」と「担当者」の評価が特に高い。2位のSMBC日興証券は「口座情報」や「手数料・金利」の評価が高い。

ネット証券 部門（対象 5 社）【図4】

SBI 証券が4年連続で1位となった。同社は「商品・サービス」「口座情報」でトップ評価を得ている。2位の松井証券は「手数料・金利」「オンライン」の評価が高い。

全国系銀行 部門（対象 5 行）【図5】

りそな銀行が初の1位となった。同行は「手数料・金利」「店舗施設」などでトップ評価を得ている。2位の三井住友銀行は「コールセンター」、3位の三菱東京UFJ銀行は「オンライン」でトップ評価を得ている。

新形態銀行 部門（対象 7 行）【図6】

住信 SBI ネット銀行が4年連続で1位となった。同行は「手数料・金利」の評価が突出して高い。2位のソニー銀行は「口座情報」「コールセンター」でトップ評価を得ている。

地方系銀行 部門（対象 34 行）【図7】

スルガ銀行が初の1位となった。同行は「手数料・金利」の評価が突出して高い。2位の東邦銀行は「担当者」「店舗施設」、3位の南都銀行は「商品・サービス」でトップ評価を得ている。

＜調査概要＞

当調査は、民間の銀行、証券会社で、投資信託・株式・外貨預金・F Xなどで資産運用を行っている個人投資家を対象に、直近1年間のサービス利用経験に対する満足度を調べたもので、全国の18歳以上の男女を対象にしている。4回目となる本年調査は、2015年5月にインターネット調査にて実施し、18,115人から回答を得た。

満足度の測定にあたっては、6つのファクター（要素）を設定し、各ファクターの総合満足度に対する影響度をもとに総合満足度スコアを算出した（1,000 ポイント満点）。各ファクターの影響度は高い順に「商品・サービス」が32%、「口座情報」が22%、「顧客対応（担当者・オンライン・コールセンター）」が22%、「手数料・金利」が19%、「店舗施設」が4%、「問題解決」が1%となっている。

当調査では、サービス形態をもとに「対面証券」「ネット証券」「全国系銀行」「地方系銀行」「新形態銀行」の5部門に分けて集計した。なお、信託銀行も参考データとして聴取している。

＜金融業界関連の当社発表調査＞

- * 日本住宅ローン顧客満足度調査：2014年より開始。住宅ローンを契約して1年以上経過した人が対象の満足度調査。本年2月に報道発表。
- * 日本投資サービス顧客満足度調査：2012年より開始。銀行、証券会社の個人投資家が対象の満足度調査。本年は7月に報道発表。※当調査

* J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

＜株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて＞

当社は米国 J.D. パワーの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として1990年に設立された。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベルなど様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.com> まで。

＜当調査に関するお問合わせ先＞

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック コーポレート コミュニケーション
住 所： 〒105-0001 東京都港区虎ノ門5-1-5 メトロシティ神谷町
電 話： 03-4550-8060 F A X： 03-4550-8152 e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

＜ご注意＞

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

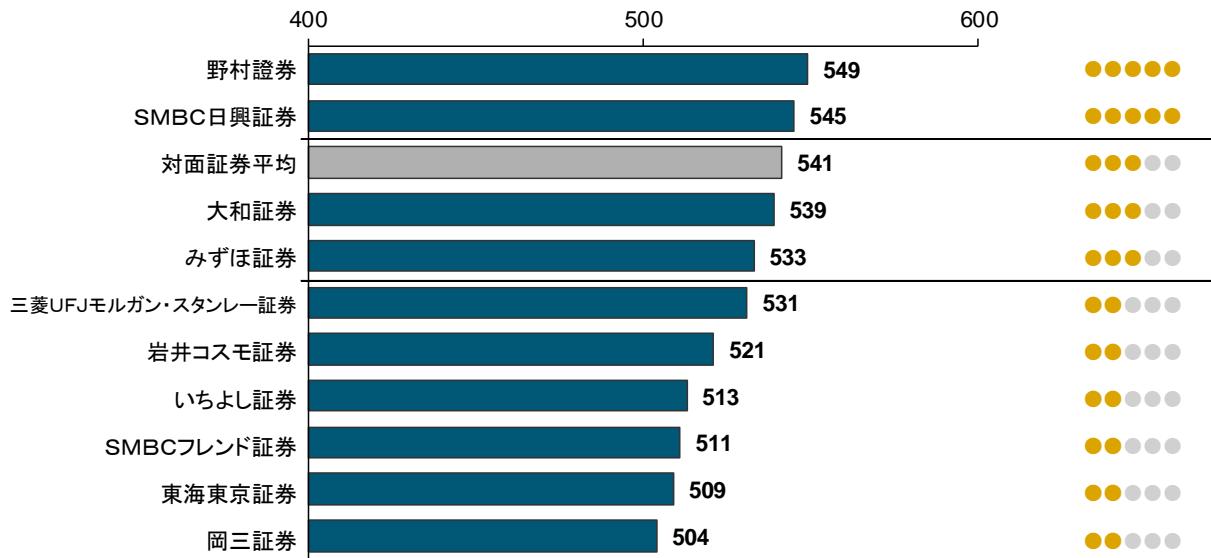
J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM

【図3】

顧客満足度ランキング

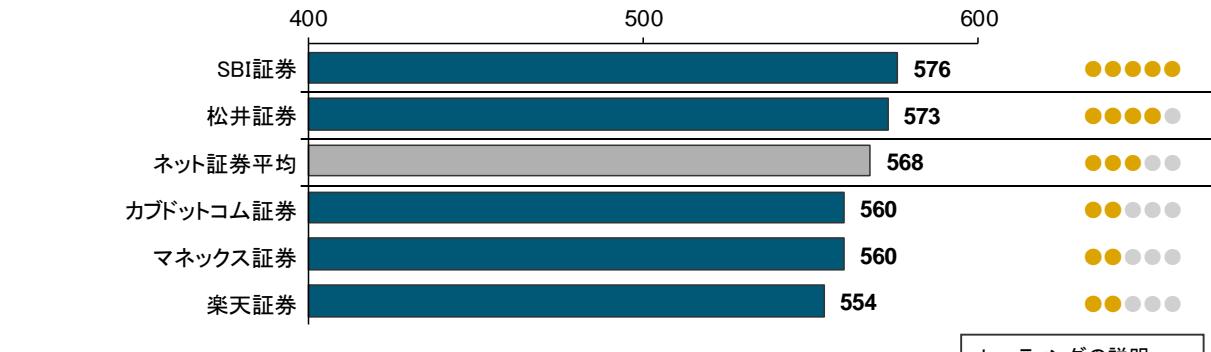
(1,000ポイント満点)

【対面証券】



【図4】

【ネット証券】



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM



本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくは<http://japan.jdpower.com/ja/ratings-awards-ja>へ。

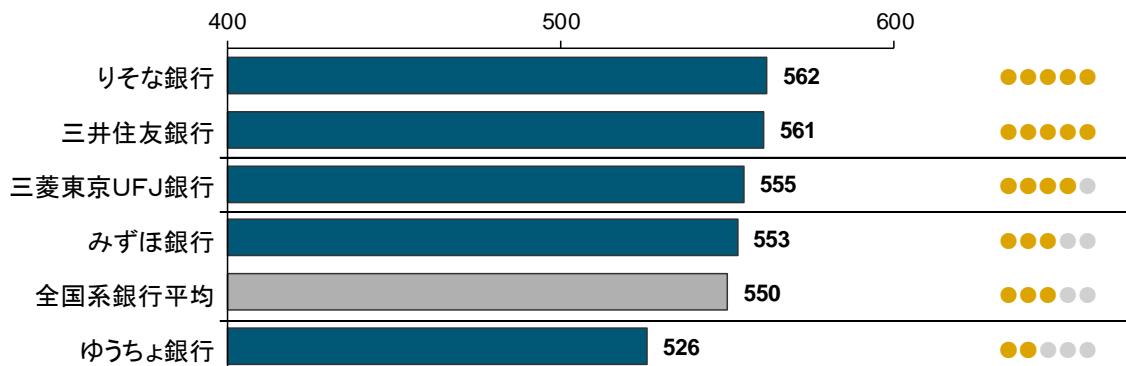
J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM

【図5】

顧客満足度ランキング

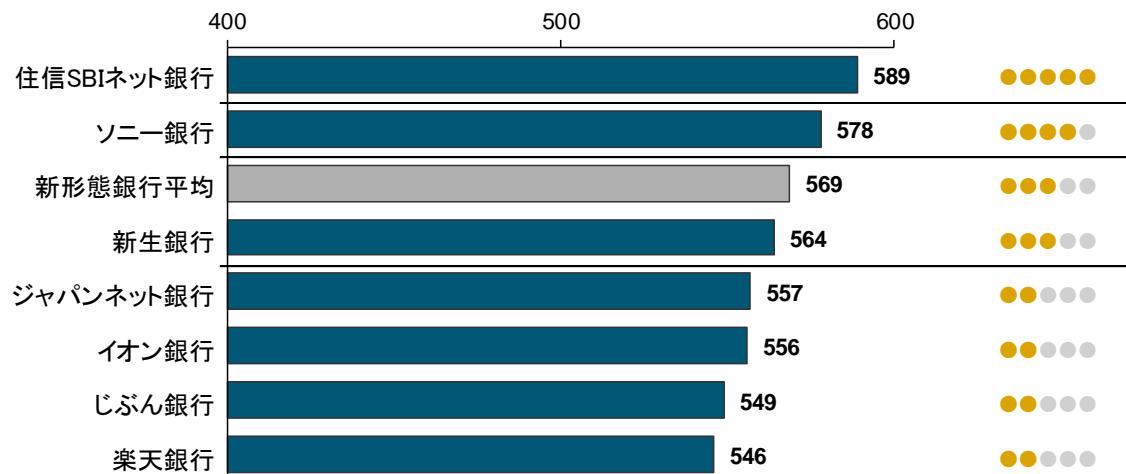
(1,000ポイント満点)

【全国系銀行】

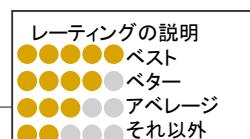


【図6】

【新形態銀行】



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM



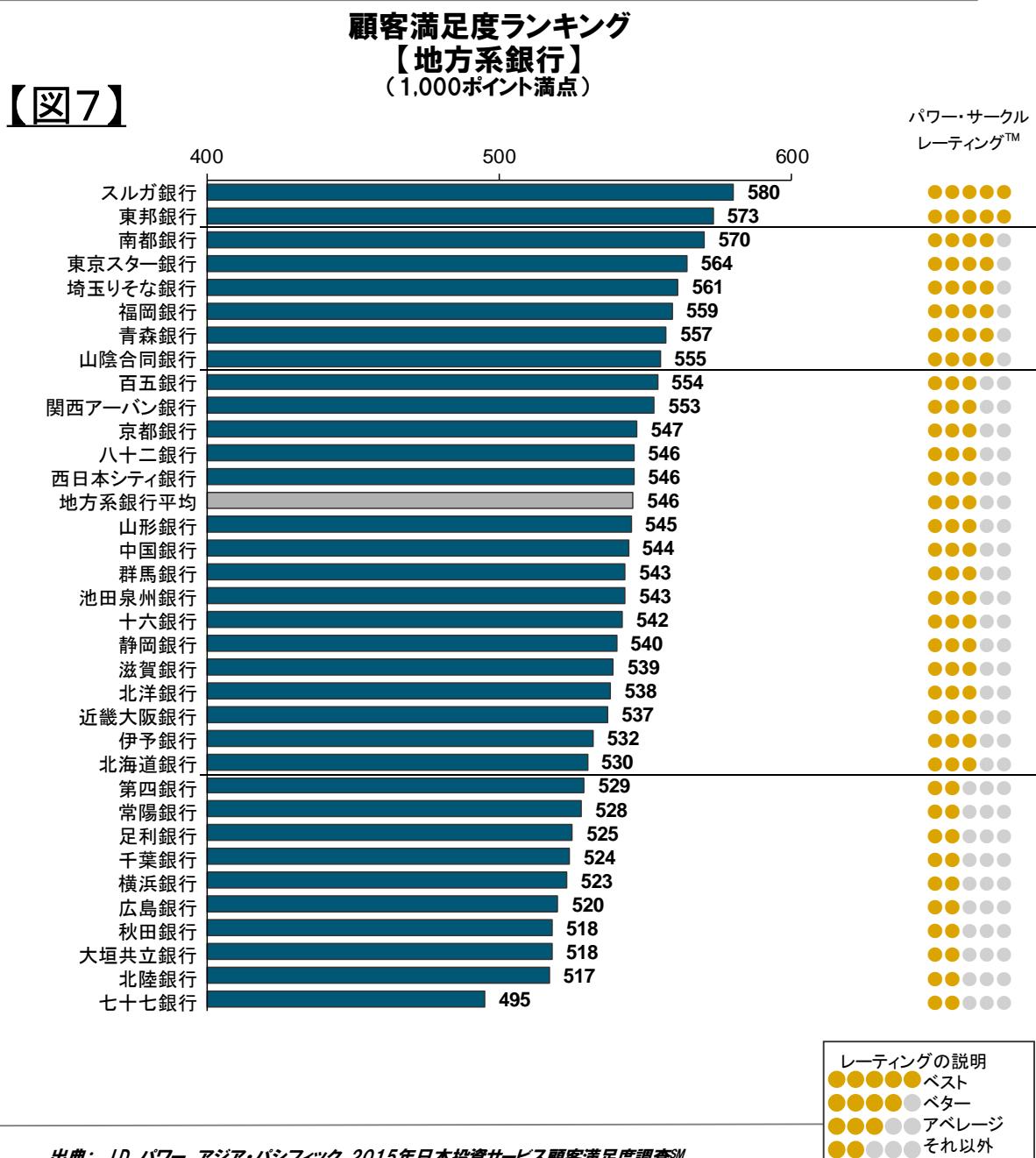
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくは<http://japan.jdpower.com/ja/ratings-awards-ja>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM



本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本投資サービス顧客満足度調査SM) を明記して下さい。
パワー・サークル・レーティング™はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。
詳しくは<http://japan.jdpower.com/ja/ratings-awards-ja>へ。