

金融機関 御中

地域密着型金融機能強化のための

利用者満足度調査のご提案

(共 034)

この調査の目的

金融自由化の進展に伴い、金融機関を選別する顧客の目は一層厳しさを増してきている中で、地域密着型金融機関として顧客の信頼を得て、顧客から選ばれる金融機関となり、経営基盤を強化するためには顧客視点に基づいた諸施策の実施が必要です。

この調査は、顧客層別に自機関に対する満足度を明らかにすることにより、

1. 利用者保護の更なる充実策
2. 金融商品・サービスの改善策

立案のための資料とすることを目的として行います。

調査の概要

1. 調査の枠組み（分析仮説）

金融機関・サービスの評価次元を以下のように設定します。

1. 商品・サービス・機能
2. 従業員やチャネルとの関係性
3. 金融機関としてのイメージ

それぞれの次元について、次頁のような項目で顧客の評価を測定します。

2. 調査の対象とサンプル数

自機関の顧客をその取引容と顧客属性により以下のように分類し、各支店ごとに無作為抽出します。

	個人顧客	事業者
ヘビーユーザー	60×支店数	30×支店数
ミドルユーザー	60×支店数	30×支店数
ライトユーザー	60×支店数	30×支店数

* ユーザー区分は取引残高を基本に分類します。

* サンプル数は回収率を50%と仮定して設定しています。

3. 調査の方法

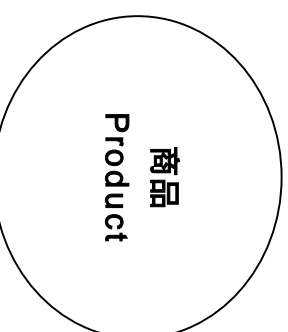
担当者が調査対象顧客を訪問し、調査目的・内容を説明の上、調査票と回収用封筒を手渡し、記入を依頼します。調査票は回収用封筒に封入されたものを各担当者が後日（約1週間後くらいに）回収します。

回収用封筒は支店では開封せず、本部に回収します。

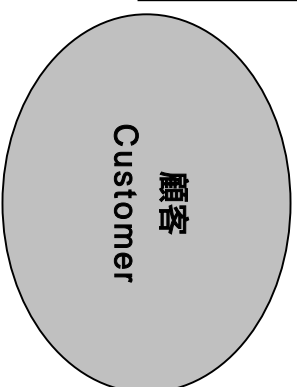
金融サービス評価の3次元

<商品・サービス・機能>

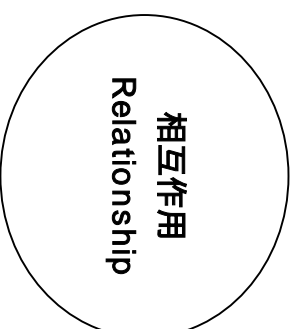
- ・ 金利や手数料は他の金融機関に比べてどうか？
- ・ 申し込み手続きは簡単か？ 必要書類は多くないか？
- ・ 商品やサービスの仕組みはわかりやすいか？
- ・ 取引の多い顧客へは優遇してくれるか？
- ・ たくさんの品揃えのなかから自分にあったものを選ぶことができるか？



- ・ 対応の印象は明るくて感じがよいか？
- ・ 相談に親身に乗ってくれるか？
- ・ 自分のことをよく理解して的確なアドバイスをしてくれるか？
- ・ フライバシーには配慮してくれるか？
- ・ 商品内容説明はわかりやすいか？



- ・ 地域に貢献しているか？
- ・ 親しみやすいか？
- ・ 先進的か？（IT などへの取り組みは？）
- ・ （経営が）健全で、安定しているか？
- ・ 店舗やATMの配置は適切か？
- ・ 店内レイアウトや雰囲気はよいか？



<従業員やチャネルとの関係性>

<金融機関としてのイメージ>

「カスタマーセントリックの銀行経営」 戸田圭子 / 栗田康弘著 (社) 金融財政事情研究会刊を参考に作成

調査項目

1.商品・サービス機能について

- 1) 金利や手数料は他の金融機関に比べてどうか？
- 2) 申し込み手続きは簡単か？ 必要書類は多くないか？
- 3) 商品やサービスの仕組みはわかりやすいか？
- 4) 取引の多い顧客へは優遇してくれるか？
- 5) たくさんの品揃えのなかから自分にあったものを選ぶことができるか？
- 6) 今後充実してほしい商品やサービスは？
- 7) 現在利用している金融商品やサービス

2.従業員やチャネルとの関係性

- 1) 対応の印象は明るくて感じがよいか？
- 2) 職員の身だしなみは？
- 3) 相談に親身に乗ってくれるか？
- 4) 自分のことをよく理解して的確なアドバイスをしてくれるか？
- 5) プライバシーには配慮してくれるか？
- 6) 商品内容説明はわかりやすいか
- 7) 渉外係りや窓口係りの商品知識は十分か？
- 8) 依頼したことは迅速処理してくれるか？
- 9) 処理の内容は正確で適切か？
- 10) 約束事は守っているか？
- 11) 苦情にたいする処理は適切か？
- 12) 渉外係りや窓口係りの名前を知っているか？

3.金融機関としてのイメージ

- 1) 地域に貢献しているか？
- 2) 親しみやすいか？
- 3) 先進的か？(IT などへの取り組みは?)
- 4) (経営が)健全で、安定しているか？
- 5) 店舗や ATM の配置は適切か？
- 6) 店内レイアウトや雰囲気はよいか？
- 7) 通帳のデザインは？
- 8) 駐車場は便利か？
- 9) 入り口は入りやすいか？
- 10) 支店の外観は？
- 11) 窓口の待ち時間は？

4. 自機関に対する認知・理解度

- 1) 店舗の所在地を知っているか?
- 2) 商品名を知っているか?
- 3) ディスクロ誌を見たこと（読んだこと）はあるか?

5. 金融機関の利用状況

- 1) 店舗への来店頻度
- 2) ATM 利用状況
- 3) 店舗への訪問目的
- 4) インターネット取引状況
- 5) 得意先係り訪問頻度
- 6) 役席者訪問頻度
- 7) 来訪時の商談内容
- 8) 現在取引している金融機関と取引内容

6. 顧客属性（貴金庫資料より収集）

- 1) 取引状況
 - i) 顧客ランク
 - ii) 取引内容
- 2) 支店から見た親密度（各支店で記入）
- 3) 接触頻度（渉外係り、役席者の訪問頻度を各支店で記入）
- 4) 年齢・性別
- 5) 取引年月

調査スケジュール（モデル）

下表は余裕を持たせたスケジュールですが、最短で10週程度の納品も可能です。

項目	主な内容	1週	2週	3週	4週	5週	6週	7週	8週	9週	10週	11週	12週	13週
調査企画・設計	調査対象検討	↔												
	ユーザー区分基準設定	↔												
	調査項目うち合わせ 調査表作成	↔	↔											
サンプル抽出	サンプル抽出		↔											
	サンプルチェック			↔										
支店属性記入	調査目的・内容の説明		↔											
	親密度				↔	↔								
	接触頻度				↔	↔								
実査	調査票配布 記入				↔	↔								
	調査票回収					↔								
	調査票チェック						↔							
データ集計	データ入力							↔						
	集計									↔				
報告書作成												↔		
報告会													↔	

調査費用例

1) 調査企画・設計費	350,000円
2) データ入力・集計費	250,000円(10支店分まで) 15,000円(超過1支店ごとに)
3) 分析・報告書作成費	400,000円

- * 上記費用に消費税は含んでおりません。
- * 調査票の印刷費は含んでいません。(貴方にて印刷の場合は不要)
- * 報告書は3部作成の上、報告会までに納品いたします。さらに部数追加をされる場合は、製本・コピー料金などを別途実費請求させていただきます。
- * 調査を進めていく上で担当者が現地などに出向く必要がある場合の交通費・宿泊費などは、別途実費請求させていただきます。

Memo :

お問い合わせは

(株)日本マネジメント協会 企画部
〒550-0003 大阪市西区京町堀 1-9-10
TEL06-6444-4881 FAX06-6444-1307
URL:<http://www.jmi-web.co.jp>
E-mail: info@jmi-web.co.jp