

利用者の満足度向上に向けた取組みの実態調査の概要について

(預貯金取扱金融機関)

平成 16 年 12 月に公表した金融改革プログラムにおいては、「利便性、価格優位性、多様性、国際性、信頼性に優れ、利用者が手軽に分かりやすく自分の望む金融商品・サービスを安心して受けられるような、利用者の満足度が高い金融システム」を構築することを目標に掲げている。その目標の実現には、金融機関が利用者の満足度を重視した経営の確立を図ることが重要であると考えている。

また、本年 3 月 29 日に公表した金融改革プログラム工程表においては、「利用者満足度をアンケート等により把握しこれを経営改善に結びつける方策について、業界団体等を交えた検討を開始（17 年 3 月）」することとしており、各金融機関が既の実施している利用者満足度向上に向けた取組みの実態把握を行うため、業界団体等に対し実態調査の要請を行い、その結果の報告を受けたところ。本実態調査の結果の概要は、以下のとおり。

I. 実態調査実施方法

預貯金取扱金融機関については、全国銀行協会、(社)全国地方銀行協会、(社)第二地方銀行協会、(社)全国信用金庫協会、(社)全国信用組合中央協会、(社)全国労働金庫協会及び農林中央金庫において、傘下金融機関を対象（農林中央金庫傘下については、主に信農連・信漁連を抽出）に実態調査を実施した。

具体的には、①利用者満足度を把握するためのアンケート調査実施の有無、②アンケート調査項目、③調査実施方法、④調査結果の活用方法、⑤調査結果の公表の有無（公表方法含む。）、⑥調査結果に基づく改善事項等の公表の有無（公表方法含む。）⑦アンケート調査を実施していない理由、⑧苦情・相談の収集・調査方法、⑨得られた苦情・相談の業務運営への反映方法について、アンケート形式（複数回答可）で調査を実施した。

II. 調査結果の概要（主要行：11 行、地域銀行：113 行、協同組織金融機関：564 機関について分析）

Q 1. 利用者の満足度を把握するためにアンケート調査を実施しているか

- (1) 主要行については、全ての金融機関において実施。
- (2) 地域銀行については、8 割弱の金融機関において実施。
- (3) 協同組織金融機関については、3 割弱の金融機関において実施。

Q 2. アンケート調査には、どのような項目を設けているか（複数回答可）

（以下は、アンケート調査を実施している業態ごと金融機関数に占める割合）

- (1) 窓口の挨拶、言葉遣いなどのマナーについて
主要行では全て、地域銀行では9割強、協同組織金融機関では7割強で実施。
- (2) 説明の分かりやすさ
主要行では8割強、地域銀行では7割強、協同組織金融機関では5割弱で実施。
- (3) 用件への手際のよい対応
主要行では7割強、地域銀行では8割強、協同組織金融機関では5割強で実施。
- (4) 店舗環境・設備
主要行では7割強、地域銀行では7割弱、協同組織金融機関では5割強で実施。
- (5) 待ち時間
主要行では8割強、地域銀行では8割強、協同組織金融機関では6割強で実施。
- (6) 各種情報の提供
主要行では9割強、地域銀行では4割強、協同組織金融機関では4割強で実施。
- (7) 商品の充実度
主要行では7割強、地域銀行では4割弱、協同組織金融機関では4割弱で実施。
- (8) 総合的に見た満足度
主要行では8割強、地域銀行では8割弱、協同組織金融機関では6割弱で実施。
- (9) 各種手数料について
主要行では3割弱、地域銀行では1割強、協同組織金融機関では1割弱で実施。
- (10) 苦情・相談対応について
主要行では3割弱、地域銀行では3割強、協同組織金融機関では4割弱で実施。
- (11) 地域貢献（地域銀行、信用金庫、信用組合のみが対象）
地域銀行では2割弱、信用金庫・信用組合では3割弱で実施。
- (12) その他
 - ① 主要行では、自由に意見を記入する欄を設ける等
 - ② 地域銀行では、「自行と取引を行っている理由」、「自行のイメージ」等
 - ③ 協同組織金融機関では、「ディスクロージャー」や「期待する取組、サービス」、「ATMの利便性」等の項目が比較的多い。

預貯金取扱金融機関全体として見ると、「窓口の挨拶、言葉遣いなどのマナー」、「待ち時間」、「総合的に見た満足度」の項目を実施している金融機関が多く、「各種手数料について」、「苦情・相談対応について」、「商品の充実度」の項目を実施している金融機関は少ない。

Q 3. アンケート調査方法はどのような方法で行っているか（複数回答あり）

（以下は、アンケート調査を実施している業態ごと金融機関数に占める割合）

- (1) 店頭（ATM含む）に調査用紙を備付
主要行では6割強、地域銀行では6割弱、協同組織金融機関では6割弱で実施。

- (2) ダイレクトメール
主要行では5割弱、地域銀行では3割弱、協同組織金融機関では1割強で実施。
- (3) ホームページ
主要行では1割弱、地域銀行、協同組織金融機関ではほとんどなし。
- (4) ファックス送付
主要行、地域銀行、協同組織金融機関ともほとんどなし。
- (5) その他

その他の方法として、地域銀行では、窓口待ち時間等を利用した店頭アンケート、渉外担当者による得意先訪問時において依頼する方法、外部調査会社による方法などがみられ、協同組織金融機関では、渉外担当者による得意先訪問時において依頼する方法や、ディスクロージャー誌や機関誌に折り込む方法などがみられる。

Q 4. アンケート調査結果を活用しているか

主要行では全て、地域銀行や協同組織金融機関でもほとんどの金融機関でアンケート調査結果を活用している。活用方法（複数回答あり）としては、以下のとおり。

（以下は、アンケート調査を実施している業態ごと金融機関数に占める割合）

- (1) 役員会等に報告・検討しているとした金融機関が、主要行では5割弱、地域銀行では1割強、協同組織金融機関では4割弱。
- (2) 専門部署において検討しているとした金融機関が、主要行では7割強、地域銀行では7割弱、協同組織金融機関では5割弱。
- (3) 業務所管部署や営業店ごとに検討する等その他としている金融機関が、主要行で5割弱、地域銀行では6割強、協同組織金融機関では3割。

金融機関は、アンケートの種類や項目によって活用部署（改善策の検討部署）を変えている。

Q 5. アンケート調査の結果を公表しているか

（以下は、アンケート調査を実施している業態ごと金融機関数に占める割合）

主要行では2割弱、地域銀行では1割弱、協同組織金融機関では2割強の金融機関でアンケート調査結果を公表している

しかしながら、ホームページ、ディスクロージャー誌、プレス発表にてアンケート調査結果を公表している金融機関は、ほとんどない。

その他の公表方法として、アンケート協力先に対し調査結果を還元する方法、店頭において調査結果を備え付ける方法や、協同組織金融機関では、総代会において調査結果を公表する方法等が挙げられている。

Q 6. アンケート調査の結果に基づいて改善した事項等について公表しているか

（以下は、アンケート調査を実施している業態ごと金融機関数に占める割合）

主要行では4割弱、地域銀行では1割弱、協同組織金融機関では1割の金融機関でアンケート調査結果に基づき改善した事項等について公表している。

しかしながら、ホームページ、ディスクロージャー誌、プレス発表にて改善した事項等を公表している金融機関は、ほとんどない。

その他の公表方法として、アンケート協力先に対し調査結果を還元する方法、店頭において調査結果を備え付ける方法が挙げられている。

Q7. アンケート調査を行っていない場合、その理由はなぜですか

- (1) その他の方法で把握できるとしている金融機関における利用者の満足度の把握方法としては、「お客様ご意見カード（お客様の声カード）」、「投書箱（ご意見箱）」の店頭設置、ホームページに意見受付コーナーの設置を行い把握しているとの回答が多くみられる。
- (2) 協同組織金融機関では、渉外活動や懇談会・親睦会・相談会を開催し利用者の満足度を把握する活動を行っているとしているとの回答も多くみられる。

（参考）外国銀行については、顧客が少数・限定的であること、個人顧客がおらず法人顧客とは定期的な会合をもっていること等の理由から、特段のアンケート調査は行っていないとしているところが多い（8割）。

Q8. 苦情・相談をどのような方法で収集・調査していますか（複数回答有り）

- (1) お客様センターで収集・調査している金融機関は、主要行では8割強、地域銀行では10割近く、協同組織金融機関では3割弱。
- (2) コールセンターで収集・調査している金融機関は、主要行では5割強、地域銀行では5割弱、協同組織金融機関では5%以下。
- (3) その他の方法で収集・調査している金融機関は、主要行では6割強、地域銀行では8割強、協同組織金融機関では8割弱。その他の方法としては、店頭に苦情受付箱等の設置、ホームページに苦情受付コーナーを設置、営業店等に苦情・相談窓口を設置等の回答が多くみられる。

Q9. 得られた苦情・相談をどのように業務運営に反映させていますか

- (1) 役員会等に報告・改善策等を検討しているとした金融機関が、主要行では7割強、地域銀行では4割弱、協同組織金融機関では5割弱。
- (2) 専門部署において検討しているとした金融機関が、主要行では7割強、地域銀行では8割強、協同組織金融機関では5割弱。
- (3) 営業店ごとに検討する等その他としている金融機関が、主要行で3割弱、地域銀行では7割弱、協同組織金融機関では3割強。

金融機関は、苦情等の種類や項目によって活用部署（改善策の検討部署）を変えている。

（以上）

	調査票項目	主要行	構成比	地域銀行	構成比	協同組織金融機関	構成比
Q1	アンケート調査実施の有無	11		113		564	
	はい	11	100.0%	88	77.9%	161	28.5%
	いいえ	-	-	25	22.1%	403	71.5%
Q2	アンケート実施項目(複数回答可)	11		88		161	
	(1) マナー(職員の態度)	11	100.0%	81	92.0%	120	74.5%
	(2) 説明の分かりやすさ	9	81.8%	62	70.5%	77	47.8%
	(3) 手際のよい対応	8	72.7%	72	81.8%	86	53.4%
	(4) 店舗環境・設備	8	72.7%	60	68.2%	84	52.2%
	(5) 待ち時間	9	81.8%	74	84.1%	97	60.2%
	(6) 各種情報の提供	10	90.9%	38	43.2%	69	42.9%
	(7) 商品の充実度	8	72.7%	32	36.4%	60	37.3%
	(8) 総合的に見た満足度	9	81.8%	67	76.1%	94	58.4%
	(9) 各種手数料	3	27.3%	9	10.2%	9	5.6%
	(10) 苦情・相談対応	3	27.3%	29	33.0%	62	38.5%
	(11) 地域貢献			13	14.8%		
	(12) その他	7	63.6%	43	48.9%	83	51.6%
Q3	アンケート調査手法(複数回答あり)	11		88		161	
	(1) 店頭	7	63.6%	52	59.1%	95	59.0%
	(2) ダイレクトメール	5	45.5%	23	26.1%	21	13.0%
	(3) ホームページ	1	9.1%	3	3.4%	5	3.1%
	(4) ファックス送信	-	-	-	-	1	0.6%
	(5) その他	5	45.5%	28	31.8%	74	46.0%
Q4	結果の活用方法	11		85		161	
	はい(複数回答あり)	11	100.0%	84	98.8%	152	94.4%
	(1) 役員会等に報告、検討	5	45.5%	12	14.1%	59	36.6%
	(2) 専門部署での検討	8	72.7%	59	69.4%	73	45.3%
	(3) その他	5	45.5%	50	58.8%	48	29.8%
いいえ	-	-	1	1.2%	9	5.6%	
Q5	結果の公表	11		85		161	
	はい(複数回答あり)	2	18.2%	4	4.7%	34	21.1%
	ホームページ	-	-	-	-	1	0.6%
	ディスクロ誌	1	9.1%	1	1.2%	2	1.2%
	プレス発表	1	9.1%	-	-	2	1.2%
	その他	1	9.1%	3	3.5%	29	18.0%
	いいえ	9	81.8%	81	95.3%	126	78.3%

	調査票項目	主要行	構成比	地域銀行	構成比	協同組織金融機関	構成比
Q6	改善事項等の公表	11		85		161	
	はい(複数回答あり)	4	36.4%	3	3.5%	16	9.9%
	ホームページ	-	-	2	2.4%	3	1.9%
	ディスクロ誌	-	-	-	-	3	1.9%
	プレス発表	-	-	-	-	-	-
	その他	3	27.3%	2	2.4%	10	6.2%
	いいえ	7	63.6%	82	96.5%	145	90.1%
Q7	アンケート調査を行っていない理由(複数回答あり)	-		25		403	
	他の方法で把握できるから	-	-	20	80.0%	174	43.2%
	その他	-	-	5	20.0%	232	57.6%
Q8	苦情・相談の収集・調査方法(複数回答あり)	11		113		564	
	(1)お客様センター	9	81.8%	111	98.2%	166	29.4%
	(2)コールセンター	6	54.5%	55	48.7%	24	4.3%
	(3)その他	7	63.6%	76	67.3%	441	78.2%
Q9	苦情・相談の業務運営への反映方法(複数回答あり)	11		113		564	
	(1)役員会等に報告、検討	8	72.7%	41	36.3%	273	48.4%
	(2)専門部署での検討	8	72.7%	91	80.5%	260	46.1%
	(3)その他	3	27.3%	65	57.5%	180	31.9%