

「利用者満足度向上に向けた懇談会」概要（ポイント）

	預貯金取扱金融機関	保険会社	証券会社等	貸金業者
利用者満足度向上に向けた取り組みについての基本的考え方	<p>○利用者に対する情報提供の充実により利用者と金融機関との間の情報格差を埋める観点からは、少なくとも、何らかの形で、組織的に利用者からの意見・苦情等を把握し、これを利用者へ情報提供する仕組みを構築することが必要。</p> <p>○金融機関が利用者の声を十分に聞き、経営改善に反映することについて、金融機関の自主的な取り組みを尊重すべき。</p> <p>○今回の調査は、単なる苦情調査と異なり、顧客満足度の向上、金融サービスの質の改善につながる必要があることが必要であり、このことが金融改革プログラムの趣旨にも合致する。</p> <p>○金融機関は、利用者からの意見等を調査した結果を経営改善に結びつけるような組織を構築することが重要ではないか。</p>	<p>【利用者の声の調査】</p> <p>○各保険会社において自主的に、何らかのかたちで組織的に利用者からの声を把握する仕組みを構築することが必要。</p> <p>○将来の保障のために加入する時点から、本当の保険の必要性が生じる保険金支払の時点まで、時間差がある保険商品の特性に鑑み、加入の際の満足度だけでなく、保険金支払の際の満足度を把握することが必要。</p> <p>○利用者の声の調査、共有、改善・向上への取り組みという一連のプロセスにおいて、会社外部から利用者が参画しチェックすることが必要。</p> <p>【苦情・相談への対応】</p> <p>○組織的に苦情・相談を把握・管理する仕組みを構築し、苦情・相談にどのように対応しているかをプロセス管理し、経営陣が適切に関与することが必要。</p> <p>○苦情・相談への対応が適切になされているか、会社外部から利用者が参画し、チェック・検証を行う仕組みを構築することが必要。</p>	<p>○現状、利用者が求める「安心・安全」のための情報が十分に提供されていないことから、組織的に利用者からの意見・苦情等を把握する仕組みを構築することが必要。</p> <p>○証券業界等では、利用者満足度向上に向けた取り組みを行うことにより、貯蓄から投資への流れを促進するという意味があるのではないかと。</p> <p>○金融庁が、利用者ニーズ把握の取り組みを要請するのであれば、そのニーズ把握は金融機関のマーケティングや収益向上のためでなく、あくまで利用者のために行われるべきとの意見があった。他方、利用者のためのニーズ把握も究極的には収益向上につながるものではないかと意見があった。</p>	<p>○貸金業者・業界団体が利用者の声を十分に聞き、それを踏まえ各貸金業者が自主的に経営改善を行うことが、業界全体のイメージ、満足度の向上につながるのではないかと。</p> <p>○利用者満足度アンケートの実施に当たっては、実際のところいろいろ制約はあると思うが、アンケート実施を契機に、業者と利用者との間の対話が始まるということが重要である。現時点では、できることから始めるということではないかと。</p>
利用者満足度調査等のあり方	<p>○調査方法については、基本的に金融機関の自主的な判断に任せることが適当。</p> <p>○本件調査は1回限りではなく、顧客の満足度が向上しているかどうか継続的に金融機関が調査することで効果が得られるのではないかと。</p> <p>○苦情・相談についての満足度を調査することは非常に有効。</p>	<p>【利用者の声の調査】</p> <p>○アンケート調査の他、契約内容の定期的なお知らせ、コールセンターから利用者への連絡、ダイレクトチャネルにおける利用者からの返信等の機会を活用することも考えられる。</p> <p>【苦情・相談への対応】</p> <p>○いわゆる製販分離が進展する中で、販売代理店・募集人に持ち込まれた苦情・相談についても保険会社がしっかりと把握し、情報を共有する仕組みを整備する必要がある。</p>	<p>○対象（「利用者」）は基本的に個人投資家であるが、機関投資家についても対象とすべきではないか。また、個人投資家と機関投資家の調査結果は、分けて示す必要があるのではないかと。</p> <p>○対象には、「これからの利用者」「かつての利用者（過去に投資経験のある者）」を含めるべきではないかと。</p> <p>○金融機関によって、規模、顧客層等様々であり、画一的な調査方法を求めるべきではない。</p>	<p>○アンケートの調査方法については、より客観的な回答を得るためには、第三者に委託して行う必要があるのではないかと。</p> <p>○貸金業の現在の利用者に加え、過去に利用したことがある者など、幅広く利用者の声を調査する必要があるのではないかと。</p> <p>○貸金業における各業態（消費者金融、事業者金融等）の特性に合わせたアンケート調査等を行うこととする必要がある。</p>
調査結果を踏まえた改善結果の公表等	<p>○利用者の声の調査結果を踏まえて、経営改善につながったもの等については、各金融機関から可能な限り公表することが重要。</p> <p>○公表方法も自主的な判断に任せることが適当であるが、いかに改善されたかの結果報告、顧客の満足度、顧客の評価は加えてほしい。</p> <p>○各金融機関において、調査結果を活用する仕組みづくりについて検討していく必要がある。</p>	<p>【利用者の声の調査】</p> <p>○利用者の声の調査結果を踏まえて、商品・サービスの改善・向上にどのようにつながっているか等について、各金融機関から公表することが重要。</p> <p>○改善例としては、帳票の改訂、資料の充実、手続きの見直し、運営の改善、商品・サービスの見直し等が考えられる。（苦情・相談共通）</p> <p>【苦情・相談への対応】</p> <p>○トラブルになっている典型的な事例について、きちんと公表して示すことにより、消費者に対する注意喚起、意識の高まりを促すことになると考えられる。</p> <p>○約款を明瞭かつ平易で、利用者がより容易に理解できるものとするため、苦情・相談を活用すべき。</p>	<p>○金融機関と利用者間に大きな認識ギャップがあることから、これを改善するため、消費者のニーズ調査結果や金融機関の業務改善結果等について各金融機関から公表することが重要。</p>	<p>○利用者満足度の向上という観点のみでなく、業界全体のイメージ向上という観点からも、アンケート調査等の結果、及び業務改善結果を公表することが重要。</p>

（注）保険会社は、第1回「利用者の声の調査」、第2回「苦情・相談への対応」とテーマを分け、懇談会を開催した。

「利用者満足度向上に向けた懇談会」概要（ポイント）

	預貯金取扱金融機関	保険会社	証券会社等	貸金業者
利用者満足度調査における調査項目	<p>※調査項目の例としては、以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○窓口の対応 ○渉外員の対応 ○店舗内外の環境 ○ATM ○各種情報提供 ○商品・サービス ○苦情・相談への対応 ○融資 ○地域貢献 <p><その他の調査項目に関する意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ○調査項目については、自主的な判断に任せることが適当。 ○最低限把握すべき利用者ニーズについて、ある程度共通の調査項目を設けることが必要。 ○個々の金融機関が工夫をしながら、調査項目を決め、公表の方法及びその活用も含めて、それぞれの特色を出すとともに、競争につながることをとってほしい。 ○目の前にある満足だけでなく、将来のビジョンについても吸い上げられるようなアンケート項目、将来のサービスに対する項目があってもよいのではないか。 	<p>※調査項目の例としては、以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○窓口の対応 <ul style="list-style-type: none"> ・言葉遣い、事務の正確さ、待ち時間 等 ○募集人・代理店の対応 <ul style="list-style-type: none"> ・訪問頻度・状況、加入後対応 等 ○各種情報提供 <ul style="list-style-type: none"> ・保険商品の品揃え・内容、約款・広告・商品内容等の説明のわかりやすさ、ニーズに応じた提案能力 等 ○苦情・相談への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・お客さま相談室・コールセンター等での対応状況、アフターフォローの状況 等 ○保険内容 <ul style="list-style-type: none"> ・加入動機、選択理由、保険料について 等 ○保険金支払 <ul style="list-style-type: none"> ・事故発生時の対応（主に損保）、保険金支払の迅速さ、加入動機と実際の保険金支払の対比 等 <p><その他の調査項目に関する意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ○基本的には各金融機関の自主的な判断であるが、ある程度共通の項目を設けることが望ましい。 ○生保と損保における商品性の相違、また、個人向けか法人向けか利用者の属性の相違により、項目が異なってくることは考えられる。 	<p>※調査項目の例としては、以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○勧誘 <ul style="list-style-type: none"> ・利用者の投資経験、投資目的、資力等を把握し、利用者の意向と実情に適合した投資勧誘が行われているか ・顧客カードの存在及びその記載内容を知っているか、更新手続きを行ったことがあるか 等 ○商品・サービスに係る説明 <ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスの特性（リスク・リターン、コスト等）、取引ルールなどの重要な事項について十分な説明が尽くされているか ・担当者（コールセンターを含む）の説明、説明資料（広告、HP等）が理解しやすいものとなっているか 等 ○店舗内外の環境 <ul style="list-style-type: none"> ・店舗の立地やその他インフラ（ATM等）の整備状況 等 ○各種情報提供（投資関連） <ul style="list-style-type: none"> ・情報の内容や提供の方法、取引後の報告・アドバイスは充実しているか 等 ○商品・サービスのラインナップ ○苦情・相談への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・受付方法、処理期間、窓口担当者の対応が適切であるか 等 ○自社に関する情報の開示 <ul style="list-style-type: none"> ・自社の業務及び財産の状況を始めとして自社（必要に応じグループ会社を含む）に関する情報が十分に開示されているか 等 ○手数料 <ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービス等に見合う適切な手数料が設定されているか 等 <p><その他の調査項目に関する意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ○各金融機関の自主的な判断に基づき、画一的な項目とならないように留意すべき。 ○利用者ニーズを把握する際には、「投資者保護」が重要なファクターと考えられる。 ○証券取引の特性を踏まえて、取引の入口から出口まで一貫して利用者に満足なサービスを提供できているか調査する必要。 	<p>※利用経験のある者に対する調査項目の例としては、以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○広告・勧誘 <ul style="list-style-type: none"> ・広告の内容は誤解を招かないものか ・勧誘行為は過度ではなかったか ・（消費者金融のみ） テレビCMの内容、放送量等は適切か 等 ○契約 <ul style="list-style-type: none"> ・従業員の言葉遣い等対応は適切か ・貸付契約の説明は行われたか、理解しやすいものであったか ・返済額、金利、返済期間等についての説明は十分なものであったか ・契約書などの書類は理解しやすいものであったか ・契約に際し個人情報保護の対応は適切なものであったか ・（消費者金融のみ）自動契約機に係る上記5項目と同様の項目 ・（事業者金融のみ）保証や担保等貸付に係る重要事項についての説明は行われたか ・（事業者金融のみ）保証契約書等の書類は理解しやすいものであったか 等 ○契約後の顧客サービス（情報提供等） <ul style="list-style-type: none"> ・契約内容見直しに関する情報、顧客の利便性向上に資する情報等の提供は適切であったか ・過度な追加融資の勧誘はなかったか 等 ○商品性 <ul style="list-style-type: none"> ・金利 ・借入・返済に当たったの利便性 等 ○苦情・相談への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・苦情や返済の相談についての受付態勢は十分か、また適切に処理されたか ・従業員の言葉遣い等対応は適切か 等 ○回収・督促 <ul style="list-style-type: none"> ・貸金業規制法の取立行為規制違反に該当すると思われるようなことはなかったか ・個人情報保護の対応は適切であったか ・従業員の言葉遣いは適切であったか 等 ○その他全体的な満足度等 <p>※利用経験のない者に対する調査項目の例としては、以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者金融・事業者金融を利用しない理由 ○広告・勧誘についての意見 等 <p>（注1）（消費者金融のみ）（事業者金融のみ）との記載のない項目は、両者共通の項目。 （注2）実施主体の自主的な判断により、必要に応じ、上記項目以外を追加、また上記項目の一部を削除することが考えられる。</p>

「利用者満足度向上に向けた懇談会」メンバー

① 預貯金取扱金融機関

第1回 6月2日 第2回 6月20日 第3回 6月27日

【有識者】

多胡 秀人 アビーム・コンサルティング(株)顧問
野村 修也 中央大学法科大学院教授
淵田 康之 (株)野村資本市場研究所執行役
村本 孜 成城大学経済学部教授

【利用者】

井上 裕之 東京商工会議所副会頭(愛知産業㈱社長)
原 早苗 埼玉大学経済学部非常勤講師
日和佐信子 雪印乳業(株)社外取締役

【業界団体】

岩本 秀治 全国銀行協会 業務部長
林 典宏 (社)全国地方銀行協会(㈱池田銀行東京事務所長兼協会担当部長)
千葉 真司 (社)第二地方銀行協会 企画部長
碓 洋次郎 (社)全国信用金庫協会 企画部長
田中 秀夫 (社)全国信用組合中央協会 業務部長
幸 彰 (社)全国労働金庫協会 総合企画部担当部長
京谷 尚樹 農林中央金庫 JA事業商品部長

② 保険会社

第1回 6月13日 第2回 6月27日 第3回 7月6日

【有識者】

島野 康 国民生活センター相談調査部長
堀田 一吉 慶応大学商学部教授
水口 啓子 日本格付研究所チーフアナリスト

【利用者】

高橋 伸子 生活経済ジャーナリスト
原 早苗 埼玉大学経済学部非常勤講師
樋山 昌子 東京都消費生活総合センター相談員
唯根 妙子 (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会理事・消費者相談室長

【業界団体】

山本 正 明治安田生命保険(相)お客さまサービス部審議役
鈴木 高志 三井住友海上火災保険(株)経営企画部経営企画グループ課長

③ 証券会社等

第1回 5月26日 第2回 7月19日

【有識者】

天野 俊彦 (社)日本証券アナリスト協会常務理事
大崎 貞和 (株)野村資本市場研究所研究主幹
水上 慎士 早稲田大学ファイナンス研究センター教授

【利用者】

関根 啓子 東京都消費者月間実行委員会事務局長
高橋 伸子 生活経済ジャーナリスト
玉本 雅子 (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会副会長

【業界団体】

伊地知日出海 日本証券業協会コンプライアンス本部長
立石 邦雄 (社)日本証券投資顧問業協会事務局長

④ 貸金業者

第1回 6月1日 第2回 6月30日

【有識者】

上柳 敏郎 弁護士
上羅 豪 神戸大学大学院経営学研究科助教授
坂野 友昭 早稲田大学商学大学院教授

【利用者】

玉本 雅子 (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会副会長
橋本 一美 全国中小企業団体中央会企画部長
山岸 親雄 (財)日本クレジットカウンセリング協会専務理事

【業界団体】

小倉 利夫 (社)全国貸金業協会連合会会長
小杉 俊二 日本消費者金融協会副会長
土屋 明道 日本事業者金融協会会長