

報道用資料

2014年7月1日

## タブレット端末の利用が広がる資産運用

### 2014年日本投資サービス顧客満足度調査

#### ＜当資料の要約＞

- NISAによる投資家層拡大の効果はまだ少なく、既存投資家でもNISAの口座開設は48%にとどまる
- 資産運用の商談やネット取引でタブレット端末の利用が広がる
- 部門別の総合満足度ランキングは、野村證券、SBI証券、三井住友銀行、住信SBIネット銀行が3年連続1位。東京スター銀行が2年連続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、2014年日本投資サービス顧客満足度調査の結果を発表した。

#### ◆個人投資家のNISA認知率は93%となるも、口座開設は48%にとどまる◆

当調査に回答した日本全国の個人投資家のうち、直近1年以内に運用を開始した人は6%で、昨年との調査結果とほぼ同水準であり、本年開始のNISA（少額投資非課税制度）による新規投資家層の拡大は、まだ大きな効果が表れていない状況といえる。

一方、当調査を実施した本年5月時点で、既存投資家のNISA認知率は93%と、昨年の63%から大幅に増え、大半の投資家にはNISAが知れ渡った。しかし、実際にNISA口座を開設した人は48%にとどまっている【図1】。年代別では60代以上の開設率は60%と高いが、40代以下では40%未満と低く、特に会社員や公務員で、投資リスクを避ける傾向の強い、比較的慎重な投資家層で開設率が低くなっている。口座を開設していない投資家のNISAに対する意見をみると、「手続きが面倒、時間がかかる」「NISAのサービス内容やメリットだけでなく、“デメリット”や“リスク”がわからない」という指摘が多い。また、口座を開設した人でも「年間限度額や適用商品が少ない」「非課税期間が短い」「金融機関をすぐ変更できない」といった運用のしづらさを指摘する人が目立つ。

各証券会社や銀行別にみると、開設率は3～7割と差が大きく、獲得状況に違いが表れているが、利用する証券会社や銀行への満足度が高いと開設率も高い傾向にある。NISAによって貯蓄から投資への流れを促進するには、「投資家がより利用しやすい制度改善」「明確なリスク説明」による不満、不安の解消に加え、「各金融機関のサービス水準の底上げ」もカギを握っている。

#### 【図1】NISAの認知は広まるも、口座開設は半数未満

2013年5月			2014年5月	
NISAを知っている	63%	→	NISAを知っている	93%
口座を開設したい	50%	→	口座を開設した	48%

出所：J.D. パワー 日本投資サービス顧客満足度調査

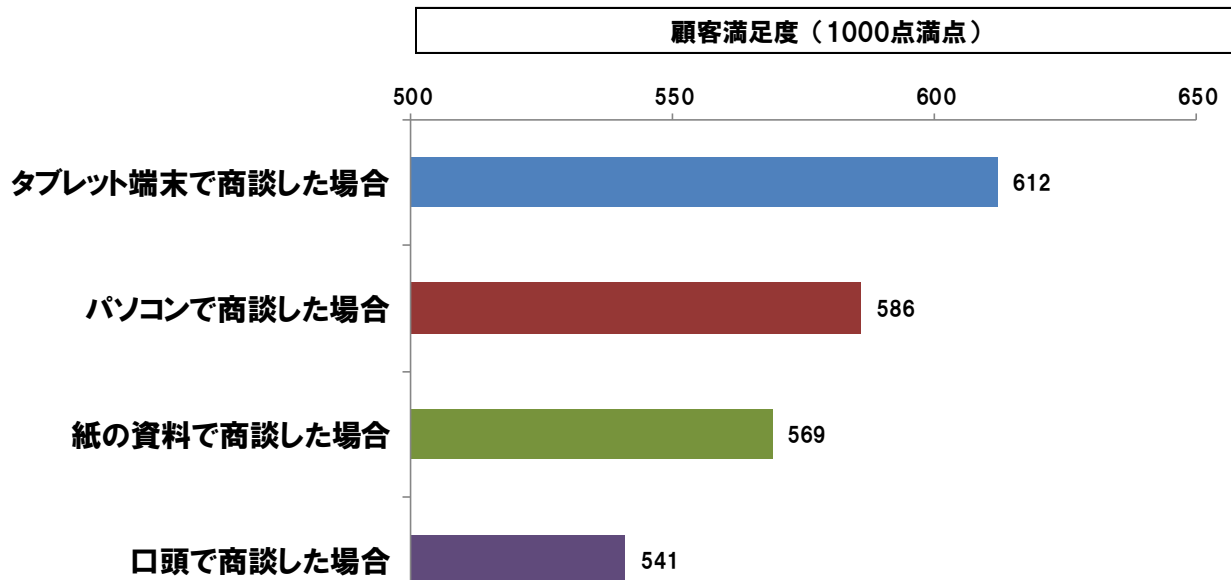
## ◆資産運用の商談やネット取引でタブレット端末の利用が広がる◆

資産運用の商談では、営業員がパンフレットなど紙の資料を使って説明している割合が48%と最も多いが、その割合はやや減少傾向にあり、この1年ではタブレット端末を商談で利用する割合が増えており、業界全体では5%、一部の証券会社や銀行では10%を超えた。

タブレット端末を用いた商談では、顧客と「投資環境・市況の確認」や「資産運用に関する質問・相談」をしている割合が紙資料での商談に比べて多く、顧客の満足度も高い傾向にあることから【図2】、一方的な商品説明に終始せず、顧客の意向や最新の市況に合わせ、その場で柔軟に説明や回答をしやすいことが、納得感の強い商談に繋がっているといえる。

一方、個人投資家自身が資産運用でタブレット端末を使うケースも増えている。運用先の金融機関のウェブサービスをタブレット端末から利用している人は13%で、特に50代以下の男性で高収入の会社員が、市況確認や投資商品の情報収集・売買をするために利用するケースが多い。顧客との接点が多様化する中、各金融機関のタブレット端末に対する取り組みの違いも、個人投資家の評価を分ける要素になりつつある。

【図2】タブレット端末を用いた商談は、顧客満足度が高い



## ◆野村証券、SBI証券、三井住友銀行、住信 SBI ネット銀行が3年連続、東京スター銀行が2年連続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5社) 【図3】

野村証券が3年連続で1位となった。同社は「担当者」(営業員)の評価が特に高い。2位の大和証券は「オンライン」、3位のSMBC日興証券は「コールセンター」の評価が高い。

### ネット証券部門 (対象6社) 【図4】

SBI証券が3年連続で1位となった。同社は「口座情報」「コールセンター」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」の評価が高く、3位のGMOクリック証券は「手数料・金利」でトップ評価を得ている。

### **全国系銀行 部門（対象 5 行）【図 5】**

三井住友銀行が 3 年連続で 1 位となった。同行は「商品・サービス」「口座情報」「オンライン」でトップ評価を得ている。2 位のみずほ銀行は「担当者」、3 位のりそな銀行は「店舗施設」でトップ評価を得ている。

### **新形態銀行 部門（対象 8 行）【図 6】**

住信 SBI ネット銀行が 3 年連続で 1 位となった。同行は「手数料・金利」の評価が傑出して高い。2 位のソニー銀行は「オンライン」「口座情報」、昨年から順位を 1 つ上げた 3 位の新生銀行は「コールセンター」の評価が高い。

### **地方系銀行 部門（対象 30 行）【図 7】**

東京スター銀行が 2 年連続で 1 位となった。同行は「商品・サービス」でトップ評価を得ている。2 位のスルガ銀行は「口座情報」「手数料」、3 位の青森銀行は「担当者」「オンライン」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・FX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。3 回目となる本年調査は、2014 年 5 月にインターネット調査にて実施し、18,448 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%、「手数料・金利」が 20%、「顧客対応（担当者・オンライン・コールセンター）」が 21%、「店舗施設」が 4%、「問題解決」が 2%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、信託銀行について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。
- \* 日本住宅ローン顧客満足度調査（契約編）：2014 年より開始。直近 1 年以内に住宅ローンの新規借入、借換えを行った人が対象の満足度調査。本年 3 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い合わせ先>

(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

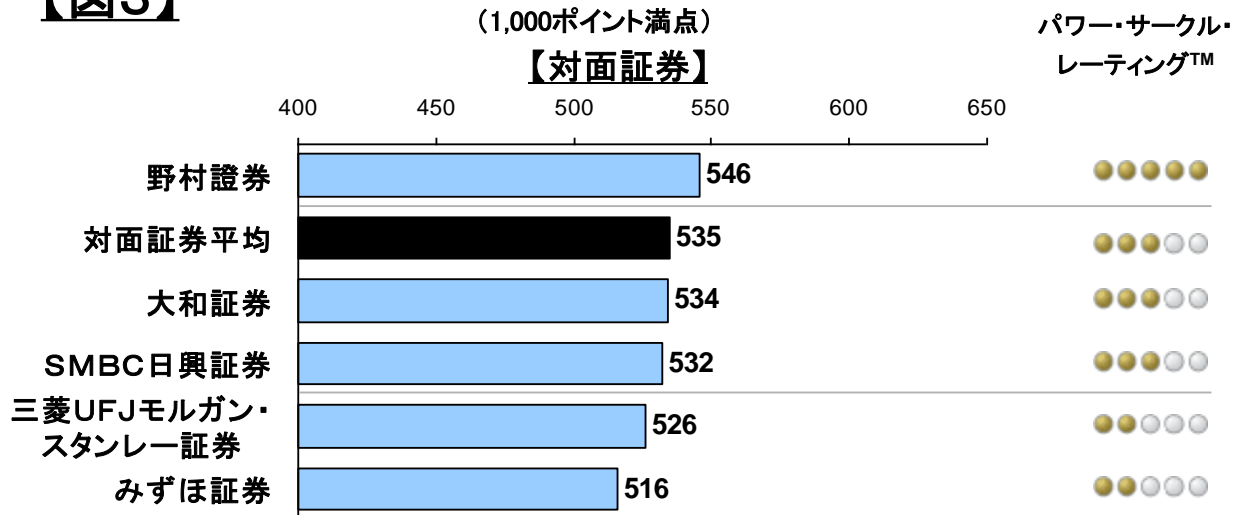
#### <ご注意>

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 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

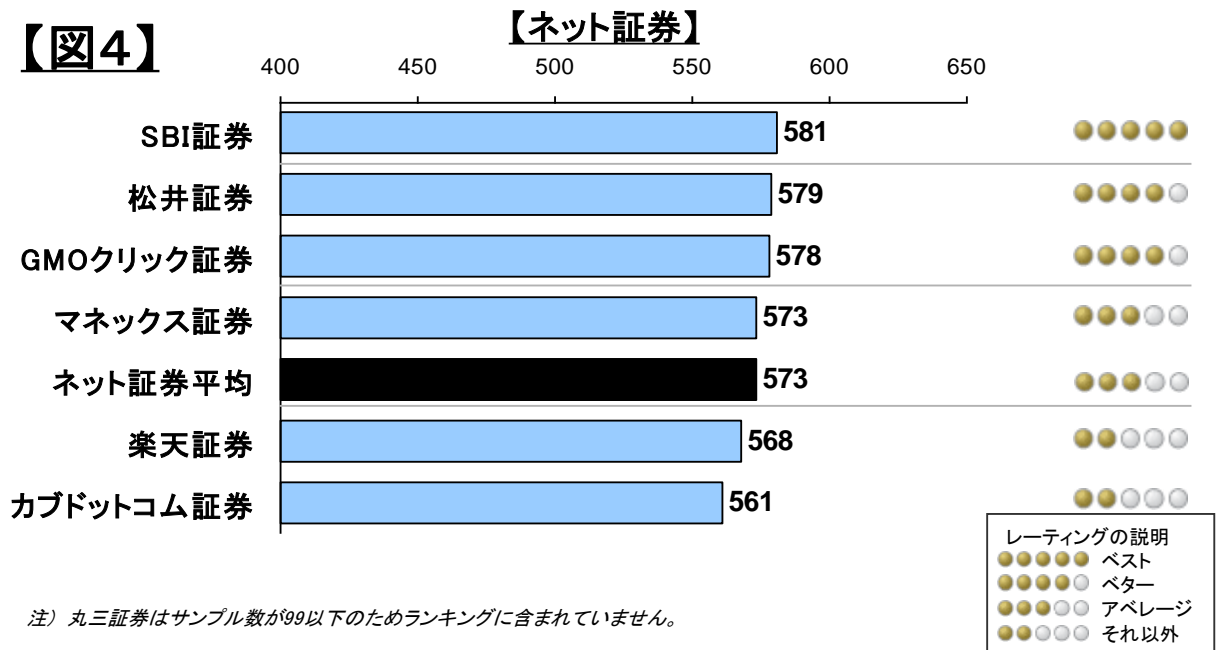
## 総合満足度ランキング

【図3】



注) いちよし証券、岩井コスモ証券、岡三証券、SMBCフレンド証券、東海東京証券はサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。

【図4】



注) 丸三証券はサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>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/ratings/> へ。

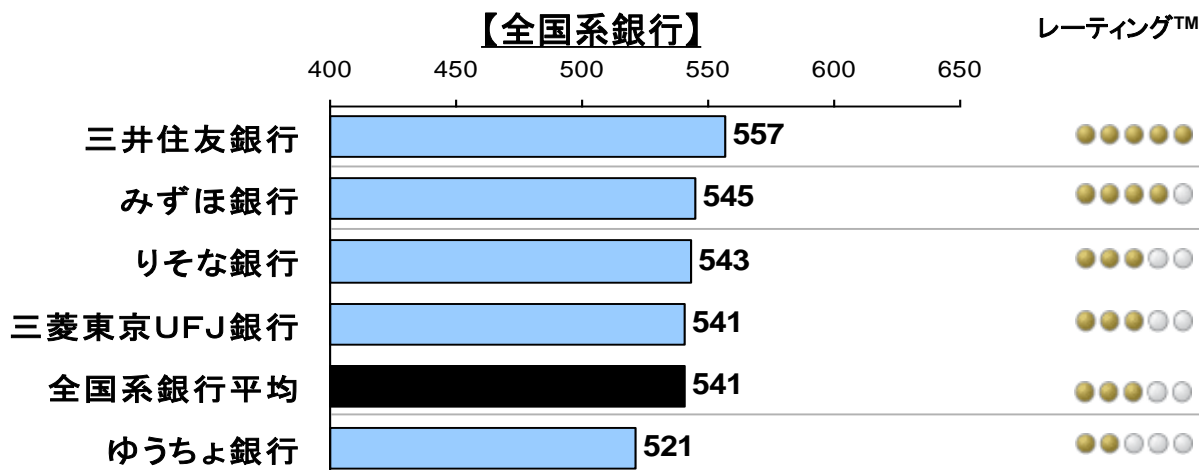
# J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度ランキング

【図5】

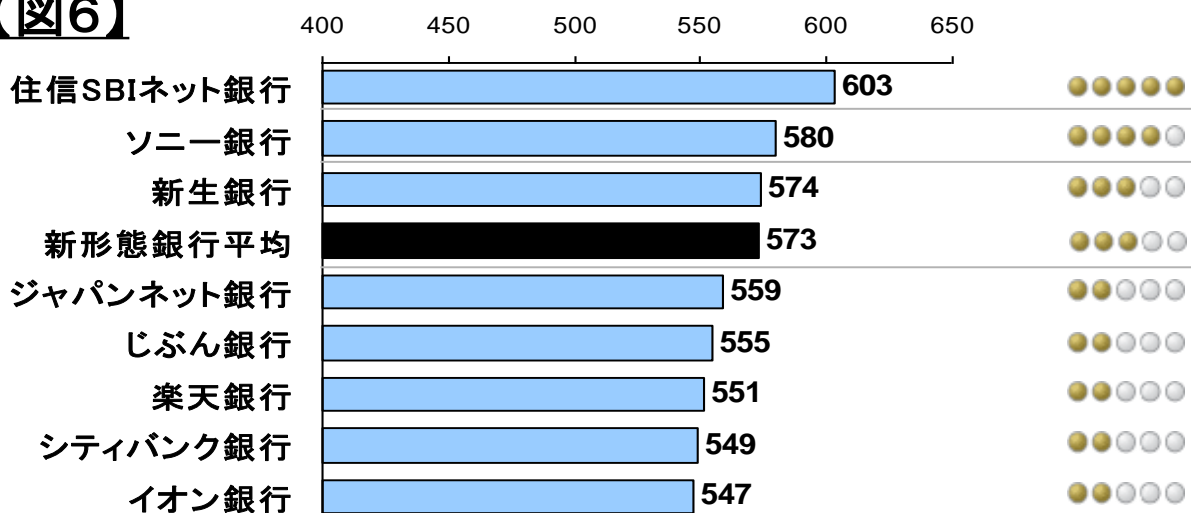
(1,000ポイント満点)

パワー・サークル・  
レーティング<sup>TM</sup>



【図6】

## 【新形態銀行】



レーティングの説明  
 ●●●●● ベスト  
 ●●●●○ ベター  
 ●●●○● アベレージ  
 ●●○●○ それ以外

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>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://japanjdpower.com/ratings/> へ。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

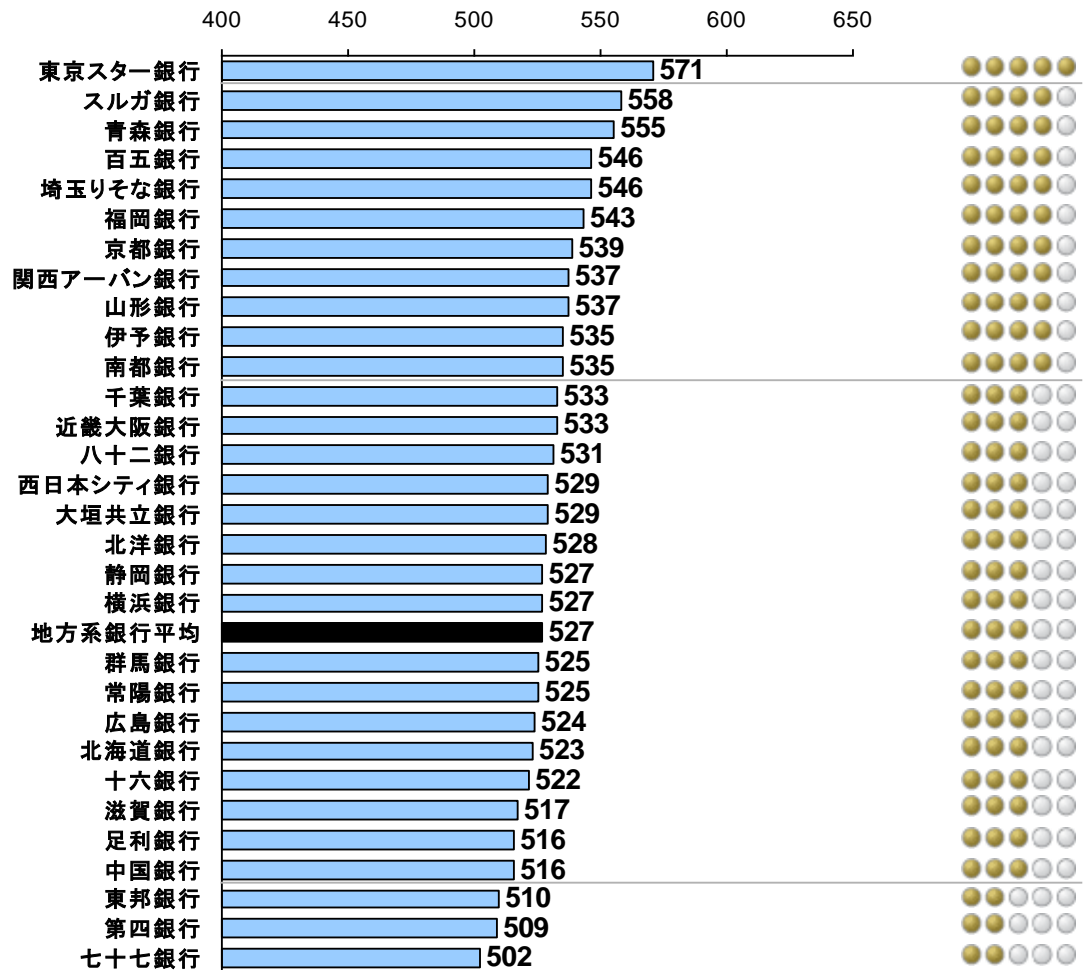
## 総合満足度ランキング

(1,000ポイント満点)

【図7】

【地方系銀行】

パワー・サークル・  
レーティング<sup>TM</sup>



注) 秋田銀行、肥後銀行、北陸銀行、池田泉州銀行、鹿児島銀行、みなと銀行、山陰合同銀行、山口銀行、親和銀行はサンプル数が99以下のためランキングに含まれていません。

レーティングの説明  
 ●●●●● ベスト  
 ●●●●○ ベター  
 ●●●○● アベレージ  
 ●●○○○ それ以外

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2014年日本投資サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>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://japanjdpower.com/ratings/> へ。