

利用者の満足度(CS)向上に向けた
各金融機関の取組みについて(平成18年度)

平成19年11月14日

金 融 庁

1. これまでの経緯

(1) 金融改革プログラム

平成16年12月24日公表の「金融改革プログラム」においては、利用者の満足度の高い活力ある金融システムを創造するため、利用者が理解し納得して取引ができる枠組みを整備するための施策の1つとして、「利用者の満足度を重視した金融機関経営の確立」を掲げている。

(2) 「利用者満足度向上に向けた懇談会」開催

当該施策の実施にあたり、金融機関が広く利用者の声を把握する取組みの一助とする観点から、平成17年5月～7月にかけて、有識者・利用者・業界団体から参加を得て、業態毎（預貯金取扱金融機関、保険会社、証券会社等、貸金業者）に、各2～3回の「利用者満足度向上に向けた懇談会」を開催した。

懇談会では、各業態の特性も踏まえ様々な意見が寄せられたが、以下の基本的考え方が、ほぼ共通に示された。

- 各金融機関が、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である
- 各利用者の声を十分に把握し、経営改善に反映する仕組みについては、各金融機関の自主性を尊重すべきである
- 利用者に対する情報提供を充実させるという観点から、こうした取組みは、各金融機関が積極的に公表すべきである

(3) 利用者満足度向上に向けた取組みの金融機関への要請

平成17年8月10日に、利用者満足度アンケート等の各金融機関の選択する手法により把握した利用者の意見・苦情等を踏まえて平成17年度に経営改善を実施するように努め、当該実施項目等について平成18年6月末日までに公表するよう要請を行った。その報告内容については、金融庁にて取りまとめ、平成18年10月26日に公表した。

金融改革プログラム「工程表」に基づき、平成18年8月11日に、再度上記の取組みを実施するよう努め、19年6月29日までに公表するよう、要請を行った。

その結果、預貯金取扱金融機関617社、保険会社80社、証券会社及び投資顧問業者（以下「証券会社等」という。）490社、貸金業者21社の合計1,208社から報告があったところ。（注1）

以下、当該報告内容についてとりまとめ、公表するものである。

（注1）平成19年9月30日の金融商品取引法施行以降、「証券会社」及び「投資顧問業者」は、「金融商品取引業者」となっている。

2-1. 利用者の声を把握する取組み、利用者の声を踏まえた経営改善の取組みの実施率・公表率

各金融機関の利用者満足度向上に向けた取組みについて、当庁への報告書の提出状況を見ると、概ね各業態（注2）とも高い提出率となっている。また、報告書の提出のあった金融機関数は平成17年度から139社増加し、1,208社となっている。

【（資料1）業態別報告書提出状況】

利用者の声を把握する取組み（アンケート、苦情相談の集計等）をみると、当庁へ報告書を提出した金融機関のうち、82.3%の金融機関が当該取組みを実施している。（注3）また、取組みを実施した金融機関のうち、アンケート結果等を公表した金融機関は60.7%であった。これを、平成17年度と比較すると、取組みの実施率は前年の87.1%から4.8%ポイント低下したものの、公表率は前年の52.3%から8.4%ポイント上昇している。

【（資料2）利用者の声を把握する取組み（アンケート、苦情相談の集計等）の実施率と公表率】

利用者の声を踏まえた経営改善の取組みをみると、当庁へ報告書を提出した金融機関のうち、71.9%の金融機関が取組みを実施している。また、取組みを実施した金融機関のうち、実施した取組み内容を公表した金融機関は73.0%であった。これを、平成17年度と比較すると、取組みの実施率は前年の64.6%から7.3%ポイント上昇し、公表率は前年の70.8%から2.2%ポイント上昇している。

【（資料3）利用者の声を踏まえた経営改善の取組みの実施率と公表率】

このように、各金融機関の「利用者の声を把握する取組み」及び「利用者の声を踏まえた経営改善の取組み」にかかる実施状況と公表状況を見ると、平成17年度と比べ、取組みを実施していない金融機関からの報告書提出数が増加したため、利用者の声を把握する取組みの実施率が低下したものの、それ以外の実施率・公表率は上昇しており、金融機関がそれぞれの利用者の満足度の向上に向けた取組みを推進している状況となっている。

今後も各金融機関が、より積極的に利用者の満足度向上のための取組みを実施し、公表していくことが期待される。

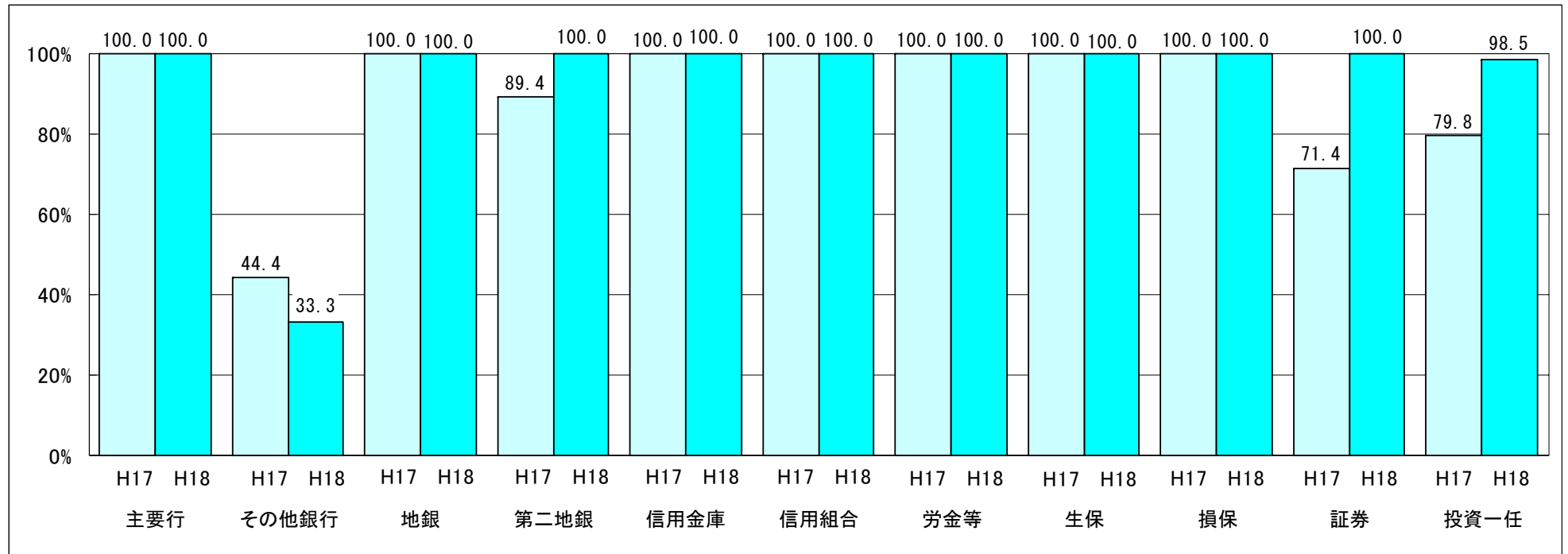
（注2）ここでは、預貯金取扱金融機関、保険、証券等の各業態をいう。

（注3）その他銀行等、他の業態と比較して、資料2の利用者の声を把握する取組みの実施率等が低い業態の事業者からは、以下のような未実施の理由が寄せられている。

- ・「M&Aのアドバイザー業務のみを行っているため、顧客が事業法人に限定されており、また、顧客と十分なコミュニケーションを図ったうえで業務を行うことにより、不特定多数の顧客ニーズを把握する必要がない。」
- ・「顧客が機関投資家に限られており、顧客主導の取引であるため、顧客ニーズを把握する必要がない。」

(資料1) 業態別報告書提出状況

	主要行	その他銀行	地銀	第二地銀	信用金庫	信用組合	労金等	生保	損保	証券	投資顧問		貸金業
												うち一任	
対象先:A	9	90	64	45	287	168	14	38	42	307	258	136	*
回答先:B	9	30	64	45	287	168	14	38	42	307	183	134	21
回答率=B/A	100.0%	33.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	70.9%	98.5%	-

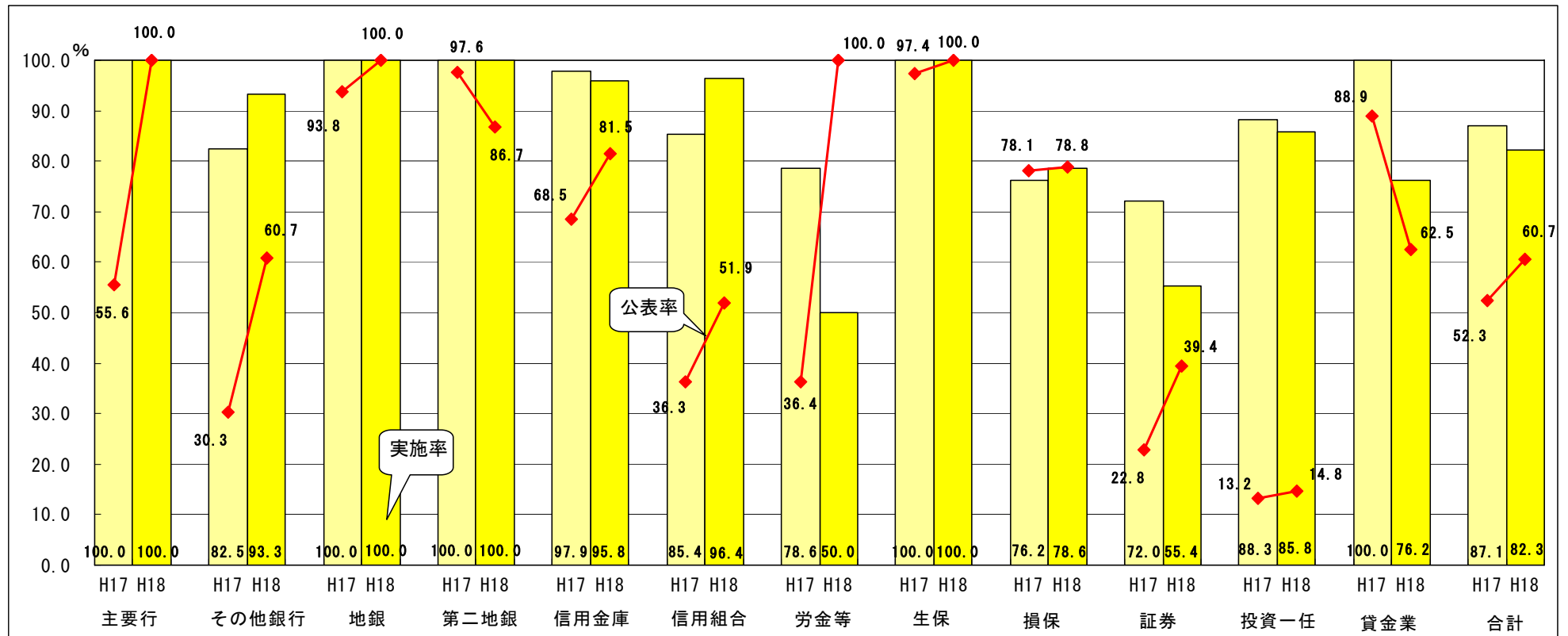


- 注1 主要行・・・(みずほ、三菱東京UFJ、三井住友、りそな、みずほコーポレート、三菱UFJ信託、みずほ信託、中央三井信託、住友信託の計9行)
 注2 地銀・・・(地方銀行協会加盟64行)
 第二地銀・・・(第二地方銀行協会加盟45行)
 注3 その他銀行・・・(主要行、地銀・第二地銀以外の国内銀行、信託銀行及び国内に支店を設けている外国銀行)
 注4 労金等・・・(全国13の労働金庫と農林中金)
 注5 貸金業・・・(大手消費者金融会社、クレジットカード会社等21社)

(資料2) 利用者の声を把握する取組み

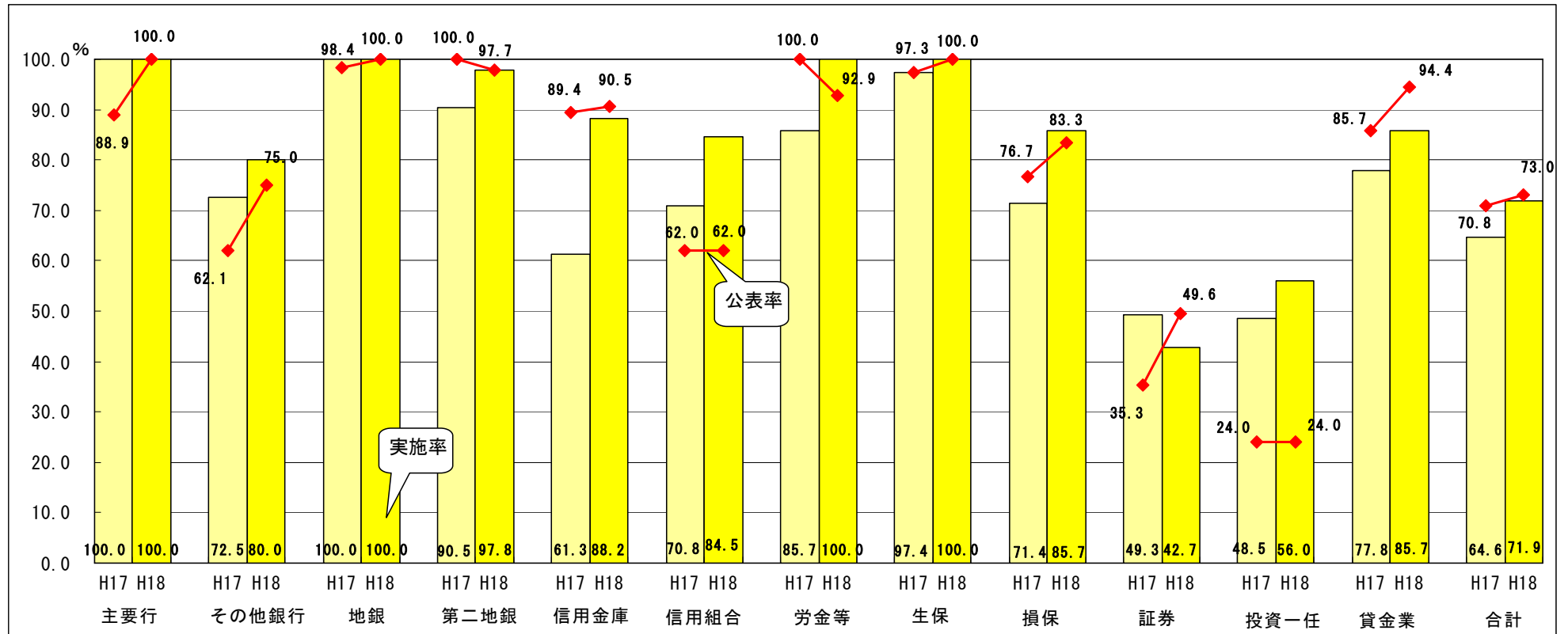
(アンケート、苦情相談の集計等) の実施率と公表率

	主要行	その他銀行	地銀	第二地銀	信用金庫	信用組合	労金等	生保	損保	証券	投資顧問		貸金業	合計
											うち一任			
回答先 : B	9	30	64	45	287	168	14	38	42	307	183	134	21	1,208
実施先 : C	9	28	64	45	275	162	7	38	33	170	147	115	16	994
公表先 : D	9	17	64	39	224	84	7	38	26	67	18	17	10	603
実施率 : C/B	100.0%	93.3%	100.0%	100.0%	95.8%	96.4%	50.0%	100.0%	78.6%	55.4%	80.3%	85.8%	76.2%	82.3%
公表率 : D/C	100.0%	60.7%	100.0%	86.7%	81.5%	51.9%	100.0%	100.0%	78.8%	39.4%	12.2%	14.8%	62.5%	60.7%



(資料3) 利用者の声を踏まえた経営改善の 取組みの実施率と公表率

	主要行	その他銀行	地銀	第二地銀	信用金庫	信用組合	労金等	生保	損保	証券	投資顧問		貸金業	合計
											うち一任			
回答先：B	9	30	64	45	287	168	14	38	42	307	183	134	21	1,208
実施先：C	9	24	64	44	253	142	14	38	36	131	96	75	18	869
公表先：D	9	18	64	43	229	88	13	38	30	65	20	18	17	634
実施率：C/B	100.0%	80.0%	100.0%	97.8%	88.2%	84.5%	100.0%	100.0%	85.7%	42.7%	52.5%	56.0%	85.7%	71.9%
公表率：D/C	100.0%	75.0%	100.0%	97.7%	90.5%	62.0%	92.9%	100.0%	83.3%	49.6%	20.8%	24.0%	94.4%	73.0%



2-2. 利用者の声を把握する手法

利用者の声を把握する手法をみると、（注4）

- ① 金融機関が能動的に利用者の声を把握する手法
 - ・ 郵送形式のアンケート調査：292件
 - ・ 営業担当者による調査票持参：277件
- ② 利用者との接点等を活用し利用者の声を把握する手法
 - ・ 窓口担当者による調査票調査等：210件
 - ・ 電話受付（コールセンター）：105件
 - ・ ホームページアンケート・電子メール：98件
 - ・ お客様ポスの店頭設置：76件
 - ・ セミナー開催時調査：41件
- ③ 内部担当者による集計
 - ・ 苦情相談等内部情報の集計：122件
- ④ その他
 - ・ 外部調査会社委託：22件

利用者の声を把握する手法としては、平成17年度同様に①のアンケート等によるものや②の電話やインターネットによる受付が多くみられたほか、平成18年度は「お客様ポスの店頭設置」といった取組みも多くみられた。③の内部担当者による集計に関しては平成17年度と同じく「苦情相談等内部情報の集計」が多くみられた。また、平成18年度は④の外部調査会社委託による取組みをした金融機関も一部みられた。

【（資料4）利用者の声を把握する手法】

（注4）利用者の声を把握する手法が報告書から判明しているものを集計。複数回答あり。

利用者の声を把握し、活用している特徴ある取組み

- ・ 顧客の要望等を本部に集約する仕組み（顧客ハガキの収集、社内イントラネットを活用した苦情報告システム等）の整備
- ・ 苦情の原因分析や再発防止策の検討・フォロー等を通して苦情の縮減を図るため、「苦情に関する関係部協議会」及び「CS協議会」を定例開催
- ・ 「苦情事例集」を作成し、問題点を全店が共有するとともに、再発防止につなげることを目的とした「事例研修」を実施
- ・ 「お客様アンケート」の実施と、外部コンサルタントによる顧客及び職員に対する意識調査の実施を同時に行い、調査結果を併せて集計・分析
- ・ 「お客様の声」データベースにより改善を行った事案の一部を「サービス改善レポート」とし、会員誌やホームページで公表

(資料4) 利用者の声を把握する手法

	合計	主要行	その他銀行	地銀	第二地銀	信用金庫	信用組合	労金等	生保	損保	証券	投資顧問	貸金業	
												うち一任		
①金融機関が能動的に利用者の声を把握する手法														
郵送形式のアンケート調査	292	5	12	37	30	73	32	1	36	23	31	10	8	2
営業担当者による調査票持参	277		1	9	17	115	28	5		1	6	95	94	
電話聴取	1		1											
②利用者との接点等を活用し利用者の声を把握する手法														
窓口担当者による調査票調査等	210	2	4	21	15	103	47	6	1	1	5			5
電話受け付け（コールセンター）	105	4	4	14	12	11	2		22	7	10	13	12	6
ホームページアンケート・電子メール	98	2	6	15	2	14	2		9	9	17	19	14	3
店頭設置によるお客様ポスト	76	6		23	6	36	5							
セミナー開催時調査	41			1	1	6	2		3	1	11	16	14	
総代座談会開催時等の調査	12					7	4		1					
モニター制度	1				1									
運用説明会	2											2	2	
日常・定期的な接触	11											11	4	
③内部担当者による集計														
苦情相談等内部情報の集計	122	2	2	12	23	28	2		20	13	15			5
CSミーティング	1				1									
④その他														
外部調査会社委託	22	2	1	12		1	1		1			3	3	1
外部コンサルタント	8											8	6	
その他	146		8	19		42	11	1	17	3	17	24	16	4

※複数回答あり

3. 利用者の声を踏まえた経営改善の具体的取組み内容

(1) 預貯金取扱金融機関

<全体>

平成17年度同様に、ATM・ネットバンキング等のセキュリティ対策、店舗のバリアフリー化等の店舗設備改善、インターネット取引の内容充実等についての取組みが多くみられた。また、土日等に開催する投資や住宅ローンの相談会の開催、高齢化・年金制度の変更に伴う、新しい融資関連商品や預金・投資関連商品の取扱いなども多くみられた。

[多くみられた取組み]

○ATM、インターネット取引等のセキュリティ向上

- ・生体認証機能付ICキャッシュカードの導入
- ・ネットバンキングにおけるスパイウェア対策、フィッシング対策

○店舗関連の改善

- ・バリアフリー化、駐車場の整備、店舗内の改装
- ・AED（自動体外式除細動器）の設置

○新しい商品・サービスの開発

- ・三大疾病付保障特約を付加した住宅ローンの取扱い
- ・少子化対策に伴う融資商品の取扱い（金利優遇制度）
- ・高齢者・団塊世代・退職者向けの各種商品の取扱い
- ・ネットバンキングのサービス機能の追加

○その他

- ・公的資格取得者の養成（ファイナンシャルプランナー・中小企業診断士等）
- ・CS向上のための取組みを実施（各種研修会の実施等）
- ・待ち時間の改善
- ・相談窓口・各種セミナーの土日開催

<業態別>

① 主要行・その他銀行（外国銀行、ネット系銀行等）

主要行・その他銀行においては、平成17年度と同様に「ATM運用体制の見直し」や「セキュリティ対策の強化」についての取組みが多くみられた。また、「投資や住宅ローン等の相談窓口の充実」や「行員の接客研修」といった取組みも多くみられた。

特徴のある取組みとしては、以下の通り。

- ・ ATMに類推されやすい暗証番号に対するアラーム機能や数字キーの配列を変更できる機能を追加
- ・ キャッシュカードの利用状況をEメールで通知するサービスを導入
- ・ ネットバンキングにおいてソフトウェアキーボードやワンタイムパスワード、フィッシング詐欺対策などを導入
- ・ 資産運用個別相談会・資産運用セミナー・相続遺言セミナーの開催
- ・ 窓口、ATMの「予想待ち時間」「待ち人数」をホームページ及び携帯サイト上で照会開始
- ・ AED（自動体外式除細動機）を本支店に設置

② 地域銀行（地銀・第二地銀）

地域銀行においては、平成17年度と同様に、「ATM運用体制の見直し」や「セキュリティ対策の強化」についての取組みが多くみられた。また、「ネットバンキングの機能強化」や「投資や住宅ローン等の相談窓口の充実」のほか、商品・サービスの開発について、「新しい融資関連商品の発売」「高齢者向け商品の取扱いやサービスの実施」に関しても多くみられた。

特徴のある取組みとしては、以下の通り。

- ・ フィッシング詐欺、スパイウェアの侵入を警告メッセージ等で通知するセキュリティ対策ソフトを無償で提供
- ・ 顔写真入りの名刺の導入
- ・ 退職者専用金利優遇サービスの取扱開始
- ・ 環境に配慮した資金需要に対して金利優遇となる貸出商品の取扱い
- ・ インターネット回線を通じて直接本部の専門スタッフと相談できる「双方向相談端末機」設置
- ・ 混雑が予想される日のカレンダーを掲示

③ 信金、信組、労金等

信金、信組、労金等においては平成17年度同様「店舗設備の改善」や「ATM運用体制の見直し」が多くみられ、また、「職員の知識やマナー向上の為の研修・資格取得」や「融資関連商品の見直しと開発」の取組みも多くみられた。

特徴ある取組みとしては、以下の通り。

- ・ 公認会計士による経営相談の実施
- ・ 介助資格取得研修を実施し、サービス介助士を配置
- ・ 取引によりポイントが異なる「ポイントカード」の導入
- ・ 店舗サービス向上のための、覆面調査の実施
- ・ ホームページより仮審査ができるシステムの導入
- ・ 子育てに伴う生活支援のための育児支援ローンの取扱を開始
- ・ 若手経営者を育成する経営セミナー等を実施

(2) 保険会社

① 生命保険会社

平成17年度同様に、「契約内容の説明の強化」や「保険金・給付金の支払に関する顧客対応」に対する取組みが多くみられた。また、「顧客相談窓口の整備」や「顧客の要望を広く把握」する取組みや「新しい保険商品の開発」などが多くみられた。

[多くみられた取組み]

○ 契約時の説明態勢の強化

- ・ 「しおり・約款」の内容拡充・レイアウト変更
- ・ 「保険金・給付金支払い」に関するパンフレット・資料の作成
- ・ 「保険証券」の配達方法の変更、記載内容の拡充

○ 相談体制の改善

- ・ コールセンターでの照会・保全手続きを強化
- ・ コールセンターに、給付金等の支払いに関する専任担当者を配置

○ 新しい商品・サービスの開発

- ・ 先進医療・介護・年金に関する新商品の発売
- ・ インターネットでの、各種手続きの改善

特徴のある取組みとしては、以下の通り。

- ・ 「ご請求漏れ」を防ぐ定期案内の開始
- ・ 顧客の申出から24時間以内に連絡する運動を開始
- ・ インターネットを介した双方向テレビ電話により、医師の診査を受けることができる「NET診査システム」のサービス開始
- ・ 全国の支社あて電話をコールセンターに集約化し、迅速な対応を可能にするための最新システムの導入
- ・ 社外弁護士が相談に応じる「不服申立制度」を設置
- ・ 「診断書記入要領」(医師用)を作成
- ・ 支払事由に該当しない場合の「診断書取得費用」の一律負担

② 損害保険会社

平成17年度同様「情報提供の改善」、「契約内容の説明強化」及び「契約後の顧客対応（特に事故発生時の初期対応に配慮した取組み）」が多く見られた。また、「顧客相談窓口の整備」や「顧客の要望を広く把握」する取組みも多くみられた。

[多くみられた取組み]

- 相談体制の改善
 - ・ 「苦情対策マニュアル」の作成
 - ・ お客様相談窓口の設置
 - ・ 利用者の声の開示
- 契約時の説明態勢の強化
 - ・ 契約書、パンフレットの内容拡充・レイアウトの見直し
- 新しい商品・サービスの開発
 - ・ 既存商品に付加サービスを追加
 - ・ 自動車修理工場との提携
- その他
 - ・ 顧客の声を把握し、取りまとめた結果を公表
 - ・ アンケート調査対象者の拡大
 - ・ ホームページのリニューアルと内容の拡充

特徴ある取組みとしては、以下の通り。

- ・ 24時間体制で営業時間と同等のサービスを提供できる体制を強化
- ・ 「1時間以内初期対応状況お知らせコール」の実施
- ・ ノンスモーカー割引の新設
- ・ 「映像による火災保険商品説明ツール」の開発
- ・ 訪日外国人の受け入れ機関向け保険を発売
- ・ Web割引の導入(キャッシュレス自動車保険契約の証券発行不要で保険料割引)
- ・ 修理工場からの損害情報確認システムの導入

(3) 証券会社等

① 証券会社

平成17年度同様、セミナーや勉強会等を多く開催し情報提供の充実を強化するとともに、平成18年度については、2009年の株券電子化に向けた顧客対応や目論見書等の電子交付サービスなど、インターネット関連の取組みが多くみられた。

また、社員の知識やマナー向上の為の研修実施等の取組みも多くみられた。

[多くみられた取組み]

- 情報内容の充実・強化
 - ・ 情報誌、ホームページ、セミナーの情報提供の見直し
- 提供しているサービス内容の改善・強化
 - ・ 携帯電話サービスの拡充
 - ・ インターネット・モバイル関連サービスの見直し強化
- 人的スキル向上
 - ・ 各種社内研修による社員のスキル向上対策
- 業務の改善
 - ・ 新システムの導入、開発
 - ・ 取引報告書の改善
 - ・ サポートセンターの新設

特徴ある取組みとしては、以下の通り。

- ・ 株券ゆうパック入庫の開始
- ・ 個人情報保護に関する「プライバシーマーク」の取得や、情報セキュリティ管理体制に関する認証取得
- ・ 資産ポートフォリオ分析ツールの導入
- ・ 夜間及び休日の店頭投資相談会の実施
- ・ ラップ口座の取扱いを開始
- ・ インターネットライブセミナーを開始
- ・ 逆指値注文のサービスを開始

② 投資顧問業者

平成 17 年度同様、資産運用に伴うタイムリーな情報収集のニーズに対する情報提供と助言、ニーズにあった商品提供等の改善・取組みが多くみられた。また、為替取引に関するサービスや特定口座サービス等の取組みもみられた。

[多くみられた取組み]

○ 情報内容の充実・強化

- ・ 顧客ニーズにあわせた商品開発・提供
- ・ セミナーの開催（WEBサイトでのセミナー含む）
- ・ ホームページの見直し強化

○ 業務の改善

- ・ 情報提供体制の改善（専門用語等の補足説明等）
- ・ 運用状況のタイムリーな報告の実施
- ・ 運用の多様化と分散化の実施

○ その他

- ・ 相場変動時等の運用停止サービス導入

特徴ある取組みとしては、以下の通り。

- ・ 電話、電子メールでの問合せに対し、原則として当日に回答
- ・ エコノミストによる分析情報の提供
- ・ 契約者向け情報誌に顧客の質問を Q&A 方式で掲載
- ・ ウィークリーレポートの翌日配達確認システムの構築
- ・ 投資一任業務に係る内部統制の整備・運用状況に関する監査を導入

(4) 貸金業者

消費者金融大手7社は、17年度に引き続き、多重債務問題への自主的な取組みとして、健全な家計管理の支援、安全な利用のための情報発信等を実施している。

また、昨年来、大手の消費者金融業者、クレジットカード会社などは、改正貸金業法の施行よりも前倒しで利息制限法以下への金利の引下げや低金利商品の発売を実施している。

[多くみられた取組み]

○ 商品・金利関連

- ・ 利息制限法以下への金利の引下げ

○ サービス関連

- ・ ポイントサービスの充実

特徴ある取組みとしては、以下の通り。

- ・ 収納サービス「Pay-easy(ペイジー)」を利用したインターネット返済サービスの導入
- ・ 「ポイントプログラム」の商品にチャリティーを追加
- ・ カードギャラリーの開設(クレジットカード発展の歴史、最新のカード決済テクノロジーを紹介)
- ・ Eメールでの延滞状況案内サービスの開始