

平成 29 年 12 月 14 日

NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

三菱アセット・ブレインズ株式会社

NTT コム オンライン × 三菱アセット・ブレインズ

フィデューシャリー・デューティー実践状況の可視化

資産運用に特化した銀行 NPS®調査結果を発表

～NPS®上位行は「顧客本位の業務運営」にかかわる項目で高い評価を獲得～

顧客ロイヤルティを測る新指標 NPS®(Net Promoter Score)の普及を図る NTT コム・オンライン・マーケティング株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:塚本 良江、以下 NTT コム オンライン)と、金融機関の資産運用ビジネスの業務改革を支援する投信コンサルティング会社の三菱アセット・ブレインズ株式会社(東京都港区、取締役社長:本岡 真、以下、MAB)は、銀行 33 行を対象とした「資産運用に特化した銀行 NPS®調査」を実施しました。

調査の結果、金融庁が金融機関に対して求めている「顧客本位の業務運営(フィデューシャリー・デューティー)」(以下、FD)にかかわる項目で、NPS®上位行が高評価を獲得している結果となりました。特に、中核的なプリンシプルである「原則 2:顧客の最善の利益の追求」にかかわる評価が高いことが、高ロイヤルティの主要因であることが明らかになりました。加えて、新形態銀行では「顧客のニーズをとらえた商品開発力」、フルライン銀行では「資産運用の必要性についての説明のわかりやすさ」が NPS®を高める重要なポイントとなっていることがわかりました。

【調査結果ポイント】

1. NPS®上位行は「顧客本位の業務運営」にかかわる項目で高評価

調査対象とした銀行 33 行において「顧客本位の業務運営」にかかわる項目の満足度をみると、トップの評価は NPS®上位行が獲得した。FD にかかわる 11 項目中、新形態銀行のトップ行が、ニーズを捉えた商品開発力や合理的な手数料、期待通りの成果等の 5 項目で高評価を得る結果となった。

また、メガバンクおよび地方銀行の上位行が、説明のわかりやすさやニーズのヒアリング力、提案力など、主として応対面の 6 項目で高い評価を得ている。

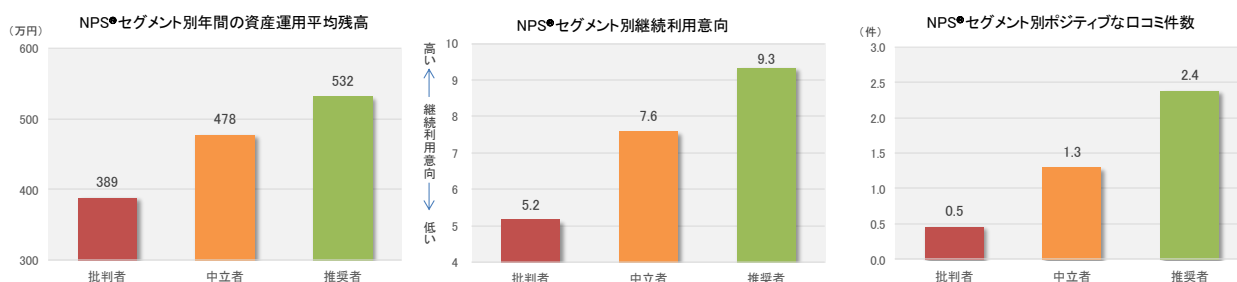
FD 原則	FD関連満足度項目	満足度 Topスコア	満足度平均 33行
2	資産運用に対する期待通りの成果	6.5	5.7
4	サービスに見合った合理的な手数料	7.3	6.0
	手数料やコストについての担当者の説明のわかりやすさ	6.3	5.7
5	商品やサービスについての担当者の説明のわかりやすさ	6.4	5.8
	資産運用の必要性についての担当者の説明のわかりやすさ	6.3	5.7
6	顧客のニーズをとらえた商品開発力	6.9	6.1
	商品・サービスのラインナップの豊富さ	7.0	6.1
	自身の状況やニーズに対する担当者のヒアリング力	6.5	5.7
	担当者からの自分に合った最適な商品・サービスの提案力	6.3	5.7
	アフターフォローの手厚さ	6.4	5.6
	自身の資産運用に役立つ情報提供	6.3	5.7

[図表 1] 「顧客本位の業務運営」にかかわる満足度

2. 推奨度が高いほど資産運用残高が多く、継続利用意向も高い

過去1年間の対象銀行での資産運用平均残高をみると、推奨度が高いほど平均残高が多い傾向がみられた。銀行業界全体のNPS®セグメント(推奨者・中立者・批判者)の分類でみると、「推奨者」は「批判者」の約1.4倍平均残高が多い結果となった。批判者を推奨者に移行しNPSを高めることで資産運用残高の増加を期待できることが伺える。

また、「今後も対象銀行を利用したいか?」を0~10の11段階でたずねたところ、推奨者では平均9.3ポイント、中立者では平均7.6ポイント、批判者では平均5.2ポイントと、推奨度が高いほど継続利用意向が高い結果となった。加えて、過去1年間にポジティブなクチコミをした件数をみると、批判者が平均0.5件に対し、推奨者は平均2.4件と4.8倍のクチコミ効果があり、推奨者のロイヤルティの高さがみられた。

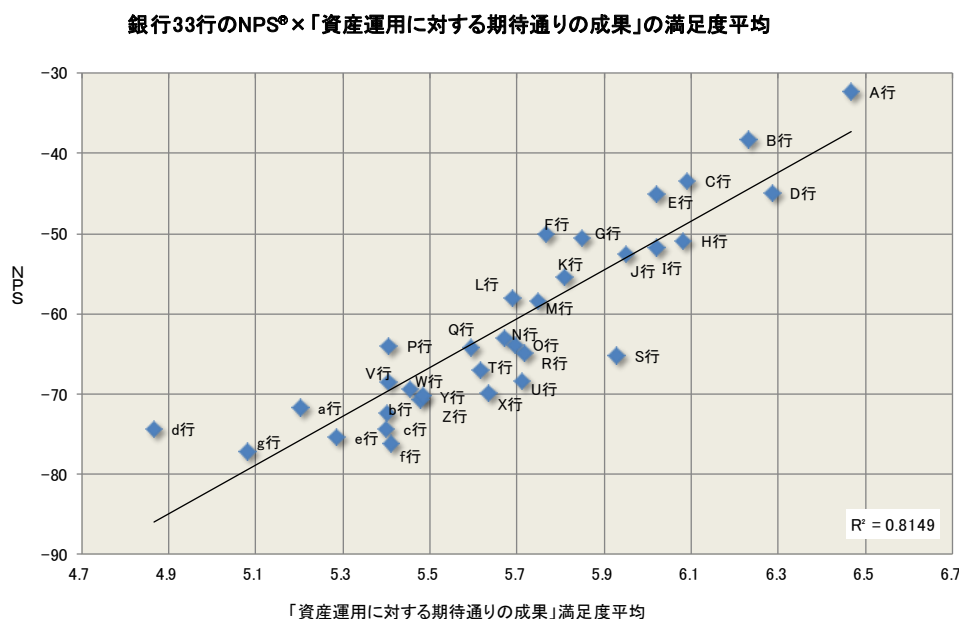


[図表 2] NPS®セグメント別年間資産運用平均残高・継続利用意向・ポジティブな口コミ件数

3. 「資産運用に対する期待通りの成果」の評価が高ロイヤルティの主要因

銀行業界全体のNPS®セグメントの3分類において、FDにかかわる各満足度項目が与える影響度を決定木分析※した結果、中核的なプリンシプルである「原則2:顧客の最善の利益の追求」にかかわる「資産運用に対する期待通りの成果」が、ロイヤルティを左右する主要因であることがわかった。本評価が6.5を上回った場合に推奨者が増え、6.5以下の評価で批判者が増える結果となった。

調査対象33行のNPS®と「資産運用に対する期待通りの成果」の満足度平均をプロットしたところ、NPS®が高い銀行ほど、「資産運用に対する期待通りの成果」への満足度が高いことがみてとれる。



[図表 3] 銀行33行のNPS® × 「資産運用に対する期待通りの成果」の満足度平均

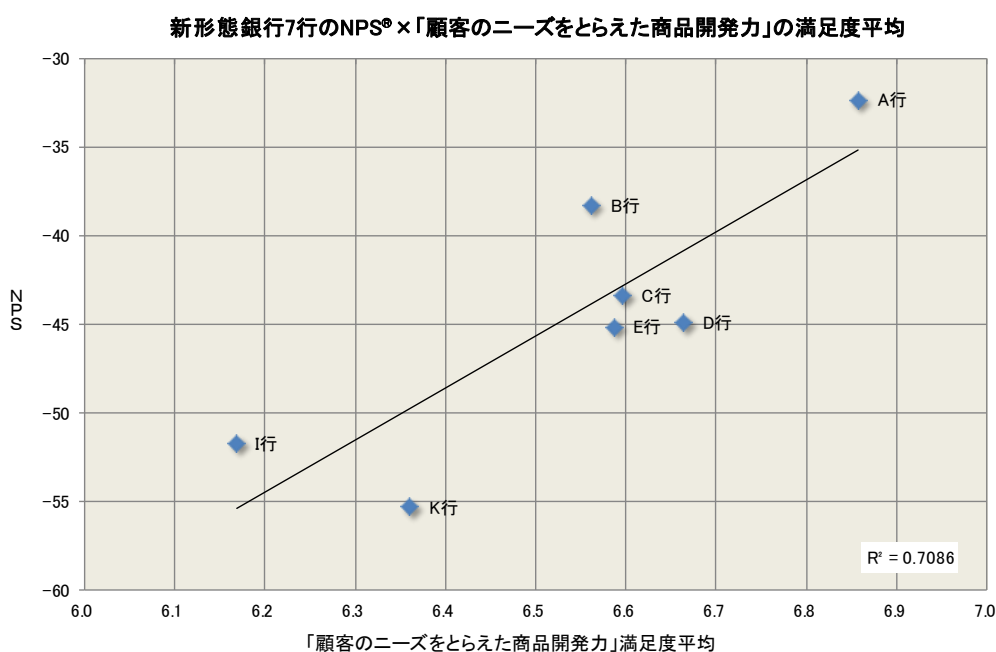
なお、新形態銀行に高いロイヤルティを示した回答の中には「預金金利の相対的な高さ」を推奨理由にあげる例が複数みられた。「貯蓄から資産形成へ」の流れや、顧客本位の業務運営の成果が十分に反映された結果とは必ずしもいえない点には注意が必要である。

※決定木分析とは、樹木状のモデルを使ってデータを分類し、その結果に影響を与えた要因を分析し、将来の予測を行う代表的なデータマイニング手法のひとつ。

4. 新形態銀行では「顧客のニーズをとらえた商品開発力」が鍵

新形態銀行でみると、ロイヤルティ主要因である「資産運用に対する期待通りの成果」に加えて、「顧客のニーズをとらえた商品開発力」がロイヤルティの高低を分ける鍵となっており、本評価が6.5を下回った場合に批判者が増え、9.5以上の高評価を得られると推奨者が増える結果となった。

新形態銀行7行のNPS®と「顧客のニーズをとらえた商品開発力」の満足度平均をプロットしたところ、NPS®が高い銀行ほど、「顧客のニーズをとらえた商品開発力」への満足度が高いことがみてとれる。

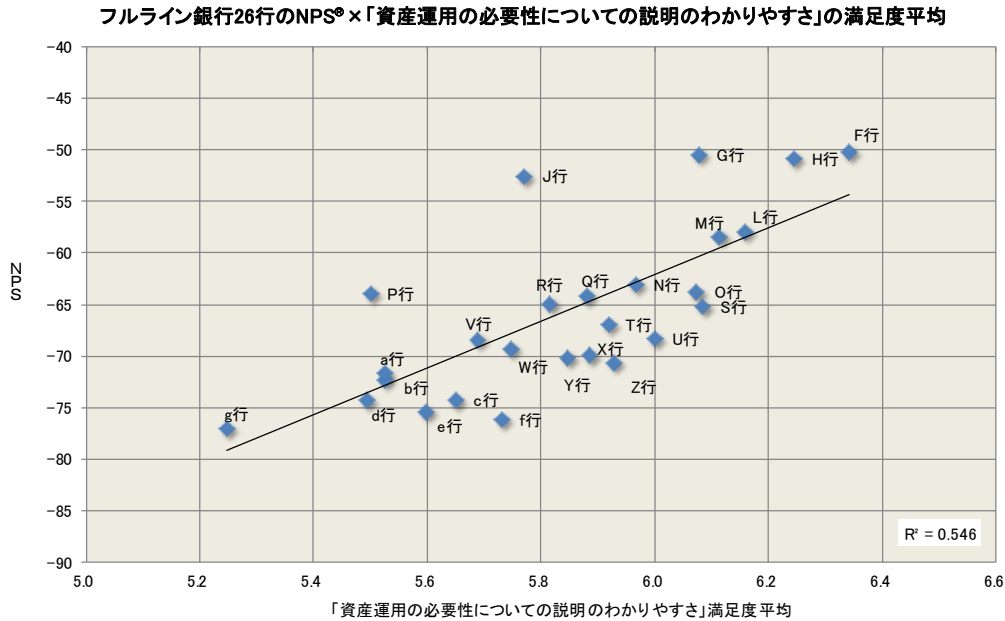


[図表 4] 新形態銀行7行のNPS® × 「顧客のニーズをとらえた商品開発力」の満足度平均

5. フルライン銀行で求められる「資産運用の必要性」についての明瞭な説明力

フルライン銀行では「資産運用の必要性についての説明のわかりやすさ」がNPS®を高める重要なポイントとなっており、本評価が6.5以上かつ「最適な商品・サービスの提案力」が9.5以上の場合に、推奨者の割合が増えている。フルライン銀行において、資産運用の必要性を明瞭に伝え、最適な提案を行うことが求められていると伺える。

フルライン銀行26行のNPS®と「資産運用の必要性についての説明のわかりやすさ」の満足度平均をプロットしたところ、NPS®が高い銀行ほど、「資産運用の必要性についての説明のわかりやすさ」への満足度が高い傾向がみられた。

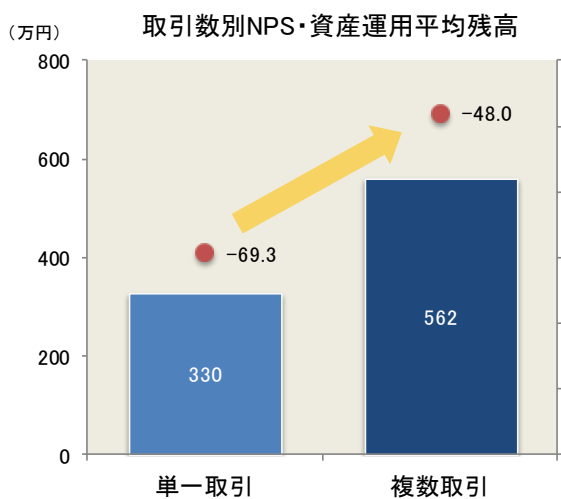


[図表 5]フルライン銀行 26 行の NPS®×「資産運用の必要性についての説明のわかりやすさ」の満足度平均

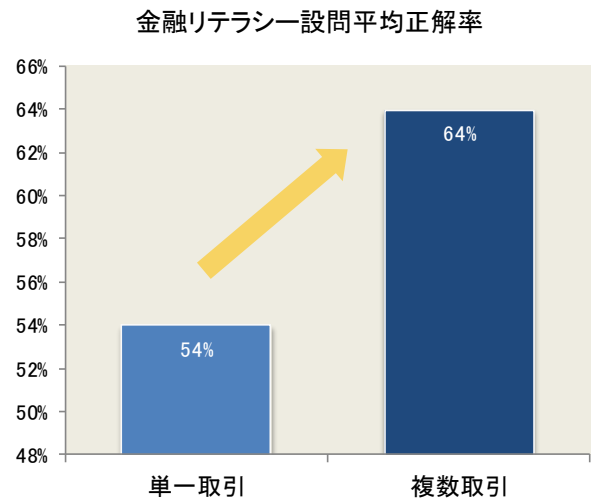
6. 複数取引の方が NPS®が高い傾向

貯蓄から資産運用へという流れにおいて、分散投資も重要な視点である中、商品やサービスの取引が単一よりも複数の方が、NPS®が 21.3 ポイント高く、資産運用平均残高も多い結果となった。

また、金融リテラシー設問への正解率をみると、単一取引者よりも複数取引者の方が 64%と高く、金融に関する知識や情報をより正しく理解できている傾向がみられた。以上から、資産運用の必要性や分散投資について、丁寧な説明を行い顧客の理解を高めていくことで、ロイヤルティ向上が期待できるといえる。



[図表 6] 取引数別 NPS®・資産運用残高



[図表 7]金融リテラシー設問平均正解率

■調査概要

調査対象銀行: 銀行 33 行

フルライン銀行			
みずほ銀行	三菱東京UFJ銀行	三井住友銀行	りそな銀行
三菱UFJ信託銀行	三井住友信託銀行	新生銀行	ゆうちょ銀行
北海道銀行	七十七銀行	常陽銀行	千葉銀行
横浜銀行	八十二銀行	北國銀行	静岡銀行
十六銀行	京都銀行	広島銀行	伊予銀行
福岡銀行	西日本シティ銀行	北洋銀行	東京スター銀行
関西アーバン銀行	みなと銀行		

※フルライン銀行: 預金、貸出、為替等をフルラインで行う銀行

新形態銀行			
ジャパンネット銀行	ソニー銀行	楽天銀行	住信SBIネット銀行
じぶん銀行	イオン銀行	オリックス銀行	

※調査対象とする銀行は、一定のサンプル数を確保できた銀行から選定

調査対象者: インタネットリサーチモニターの内、銀行で資産運用をしている人

※資産運用対象: 定期預金・外貨預金・株式・投資信託・債券・貯蓄型保険・個人型確定拠出年金(住宅ローンを除く)

調査方法: NTT コム リサーチによる非公開型インターネットアンケート

調査期間: 2017 年 10 月 20 日～10 月 25 日

有効回答者数: 8,692 件

回答者の属性:

【性別】男性: 56.0%、女性: 44.0%

【年代】20 代以下: 5.1%、30 代: 16.3%、40 代: 28.0%、50 代: 25.4%、60 代以上: 25.1%

■無料セミナー開催

NTT コムオンラインと MAB は、2018 年 1 月 25 日(木)に、FD×NPS セミナー『NPS で「顧客本位の業務運営」実践状況を可視化するには』を開催します。今回の調査結果をベースに FD の取り組み状況を可視化する指標として、NPS の有効性と活用方法についてご紹介します。

セミナーの詳細・お申込みについては、下記の Web サイトをご覧ください。

<https://www.nttcoms.com/service/nps/seminar/se20180125/>

■データ販売

今回の調査結果は、「資産運用に特化した銀行 NPS®調査レポート」として、詳細なデータを販売いたします。

データ購入の詳細については、下記の Web サイトをご覧ください。

https://www.nttcoms.com/service/nps/report/fd_inquiry/

<NPS®とは>

NPS®(Net Promoter Score®)とは、「友人や同僚に薦めたいか?」という質問への回答から算出される、顧客ロイヤルティを図る指標です。欧米では公開企業の3分の1がNPS®を使用しているといわれ、日本においてもNPS®を活用する企業が増えてきています。

<NPS®ソリューションについて>

NTTコム オンラインでは、NPS®を活用した顧客ロイヤルティ向上のためのトータルソリューション(NPS®ソリューション)を提供しています。

NPS®有資格者によるコンサルティングに加え、顧客の声をリアルタイムに可視化して改善アクションを導くクラウドサービス「NPX Pro」の提供や、業界内での自社のポジショニング把握に有効な「NPS®リサーチ」を取り揃えています。

NPS®ソリューションについてはこちらからご覧ください:

<http://www.nttcoms.com/service/NPS/>

<NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューションについて>

NTTコム オンラインは、顧客との新しい絆を創るソリューションパートナーとして、テクノロジーとデータ解析力を強みに企業と顧客の絆を創出し、顧客ロイヤルティマネジメントやオムニチャネル顧客接点・マーケティングオートメーションなどのマーケティング・ソリューションを提供しています。

名称: NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

所在地: 〒141-0032 東京都品川区大崎1丁目5番1号 大崎センタービル

代表者: 代表取締役社長 塚本 良江

URL : <http://www.nttcoms.com/>

<三菱アセット・ブレインズ株式会社について>

三菱アセット・ブレインズは、情報インフラを整備することで、投資信託市場の成長に貢献することを趣意として、1998年12月に設立されました。資産運用市場のプロとアマの情報格差の是正を目指して、中立公正な投信評価業務を核とした各種コンサルティングを展開しており、近年は、預かり資産営業支援システムやロボアドバイザーなど、投信販売会社のフィデューシャリー・デューティー実践の支援業務を拡充しています。

名称: 三菱アセット・ブレインズ株式会社

所在地: 〒107-0062 東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル西館8階

代表者: 取締役社長 本岡 真

URL : <http://www.mab.jp/>

金融商品取引業者 関東財務局長(金商)第1085号

加入協会名 一般社団法人 日本投資顧問業協会

※本文中に記載されているNet Promoter®, Net Promoter Score®, NPS®はサトメトリックス、ベイン・アンド・カンパニー、フレッドライクヘルドの登録商標です。また、本文中に記載されている会社名、製品名は、各社の登録商標または商標です。

《 補足 》

(*) 「NTTコム リサーチ(旧 goo リサーチ)」 <http://research.nttcoms.com/>

NTTコム オンラインが提供する高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービスです。

自社保有パネルとしては国内最大級のモニター基盤(2017年9月現在 217万会員)を保有するとともに、「モニターの品質」「調査票の品質」「アンケートシステムの品質」「回答結果の品質」の4つを柱とした「クオリティポリシー」に基づく徹底した品質確保を行い、信頼性の高い調査結果を提供するインターネットリサーチとして、多くの企業・団体に利用されています。

なお、2013年12月9日に、モニター基盤の拡大を機にサービス名称を「gooリサーチ」から「NTTコム リサーチ」と名称を変更し、サービスを提供しています。

【お問い合わせ先】

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

データ&アナリティクス部

TEL: 03-4330-8402

メールアドレス: nps-solution@nttcoms.com

三菱アセット・ブレインズ株式会社

マーケティングユニット

TEL: 03-6721-1027

メールアドレス: mab-marketing@mab.co.jp

本リリースに関する著作権、知的財産権等一切の権利は三菱アセット・ブレインズ株式会社(MAB)に帰属し、許可なく複製、引用することを禁じます。