

2021年4月13日
J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2021 年米国ネット銀行顧客満足度調査SM

～ネット銀行、コロナ禍で逆風に見舞われつつもリテールバンキングのデジタル化を牽引～

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 J.D. Power（本社：米国ミシガン州 トロイ）は、現地時間 4 月 1 日に、**J.D. Power 2021 U.S. Direct Banking Satisfaction StudySM（J.D. パワー 2021 年米国ネット銀行顧客満足度調査SM）**の結果を発表した。

新型コロナウイルスの感染拡大による消費者のデジタルチャネルへの移行は、ネット銀行に最高の環境を作り出すはずであった。しかしながら本年調査では、ネット銀行の業界全体における総合満足度は大幅に低下した。顧客満足度低下の主な要因は歴史的に低い金利と厳しい経済環境によるものである。しかし、いくつかのカギとなるパフォーマンス指標は、ネット銀行がリテールバンキング全体における DX（デジタル・トランスフォーメーション）の新基準を設定し続けていることを示している。

2021 年の調査の主なポイントは以下の通り：

コロナ禍でネット銀行の総合満足度は低下

ネット銀行の総合満足度は昨年より -12 ポイント低下の 852 ポイント（1,000 ポイント満点）であった。

特に、「1 年前よりも経済的に苦しくなった」と回答した顧客と「預金専用口座だけ持っている」と回答した顧客の間で、最も顕著に満足度の低下がみられた。この主な要因には、当座預金、普通預金、譲渡性預金、市場金利連動型普通預金における金利の競争力が挙げられる。

ウェブサイトとモバイル、利用者増加により弱点が表面化

「ウェブサイト」「モバイル」「チャット」「コールセンター」「自動音声応答」のうち、「ウェブサイト」と「モバイル」の利用率が大幅に増加しているが、満足度は低下している。

具体的に改善が求められるのは「情報の分かりやすさ」「情報の探しやすさ」「ユーザーインターフェイス」である。また「ウェブサイトが全ての疑問や質問に応えるための十分な情報を提供している」とする割合も低下した。

新型コロナウイルスの感染拡大は、従来のリテールバンクの顧客のデジタル利用を後押し

伝統的なリテールバンクの顧客のうち、支店を利用せずオンライン及びモバイルチャネルのみを利用する顧客の割合は、2018 年の 28%から 41%に増えた。*これは新型コロナウイルスの感染拡大がネット銀行の継続的な成長の環境を整えていることを示す。

*引用：J.D. Power 2021 U.S. Retail Banking Satisfaction StudySM（J.D. パワー 2021 年米国リテールバンキング顧客満足度調査SM）

コロナ禍を踏まえた対応の積極的な周知が顧客満足度をけん引

新型コロナウイルス感染拡大の期間中、手数料免除など、利用しているネット銀行によるサポートが万全だったと回答した顧客の総合満足度は 902 ポイントだった。サポートを受けられなかったと回答した顧客より 200 ポイント以上高い満足度となった。

J.D. パワー ウェルス・アンド・レンディング・インテリジェンス部門ディレクター、ジョン・キャベルのコメント
「ネット銀行の顧客満足度は過去数年間、一貫して向上しており、従来のリテールバンクに比べ大きく上回っていた。そのため、オンラインバンキングが特に注目されている今年、総合満足度が急激に低下したことは驚きに値するかもしれない。しかしながら、データを掘り下げて調べてみると、この前年比での低下の主な要因はマクロ経済的なものである。ネット銀行の中核的な機能、特にデジタルおよびモバイルチャネルの利用については、ダイレクトバンクは引き続き業界をリードしているものの、調査結果は改善の余地がある分野も浮き彫りにしている。」

顧客満足度ランキング

第1位：Charles Schwab Bank（チャールズ・シュワブ）（865ポイント）

チャールズ・シュワブが3年連続のNo.1

第2位：Discover Bank（ディスカバー・バンク）（862ポイント）

《J.D. パワー 2021 年米国ネット銀行顧客満足度調査SM 概要》

年に1回、米国のネット銀行に対する満足度を聴取し明らかにする調査。今年で5回目の実施となる。

■実施期間：2020年12月～2021年1月 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：ネット銀行の顧客 ■調査回答者数：3,212人

総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを設定し、各ファクターの詳細評価項目に関するユーザーの評価を基に、1,000ポイント満点で総合満足度スコアを算出。顧客満足度を構成するファクターは、総合満足度に対する影響度が大きい順に、「利用サービス」、「コミュニケーション」、「商品と手数料」、「口座開設手続」、「問題解決」の5ファクターとなっている。「利用サービス」を構成するサブファクターは、「ウェブサイト」、「モバイル」、「チャット」、「コールセンター」、「自動音声応答」の5ファクターとなっている。

*本報道資料は、現地時間2021年4月1日に米国で発表されたリリースを要約したものです。

原文リリースはこちら

<https://www.jdpower.com/business/press-releases/2021-us-direct-banking-satisfaction-study>

*J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. Power Japan

メディア関係者様お問い合わせ：北見（コーポレート コミュニケーション）

Tel：03-4570-8410 E-mail：release@jdpa.com

調査レポート購読等お問い合わせ：西川（GBI部門 ファイナンス・インダストリー）

Tel：03-4570-8400 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

J.D. パワーについて：

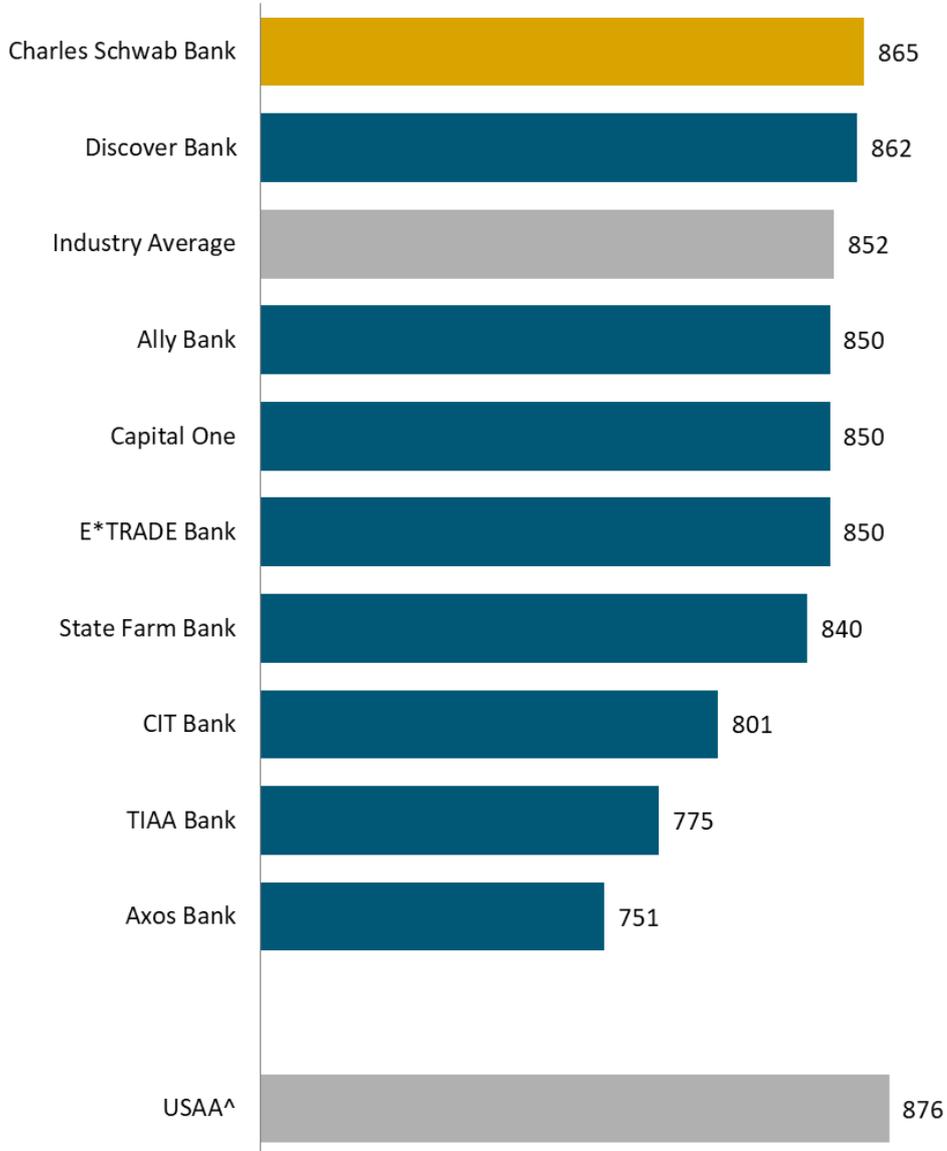
J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。50年以上にわたり、ビッグデータやAI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを、世界を牽引する企業に提供するパイオニアです。

J.D. Power 2021 U.S. Direct Banking Satisfaction StudySM

Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)

Checking Providers



Note: In alphabetical order if there are tie scores.

^Brand is not rank eligible because it does not meet study award criteria.

Source: J.D. Power 2021 U.S. Direct Banking Satisfaction StudySM

Charts and graphs extracted from this press release for use by the media must be accompanied by a statement identifying J.D. Power as the publisher and the study from which it originated as the source. Rankings are based on numerical scores, and not necessarily on statistical significance. No advertising or other promotional use can be made of the information in this release or J.D. Power survey results without the express prior written consent of J.D. Power.