

報道用資料

2014年3月4日

増加する女性客の満足度は低い

2014年日本住宅ローン顧客満足度調査(契約編)

〈当資料の要約〉

- 住宅ローン新規借入れの16%が女性で、2006年頃から増加基調だが、借入先に対する満足度は低い
- 借換えの中心は男性40～50代だが、借換え先の選定は受動的
- 借入れ時の満足度はコミュニティバンクや新形態銀行が高い傾向

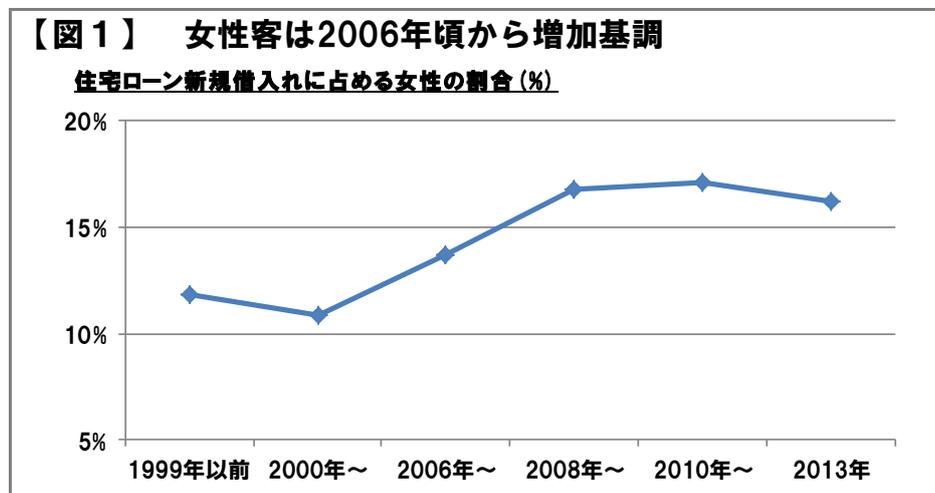
CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木郁、略称：J.D. パワー）は、2014年日本住宅ローン顧客満足度調査(契約編)の結果を発表した。調査初年度となる当調査は直近1年以内に住宅ローンの新規借入、借換えを行った人を対象に、金融機関での審査や契約時の経験に対する満足度を測定している。

◆増加する女性客の満足度は低い◆

直近1年の住宅ローン新規借入れに占める女性の割合は16%で、2006年頃から増加基調にある【図1】。特に、20～30代の独身女性が3000万円以下のマンションを購入し、超長期の固定金利を都市銀行から借り入れているケースが多い。しかし、女性の借入先に対する満足度は男性に比べ低く、特に、住宅ローンの契約手続きに関する評価が低い。その主な要因の一部として次の点が挙げられる。

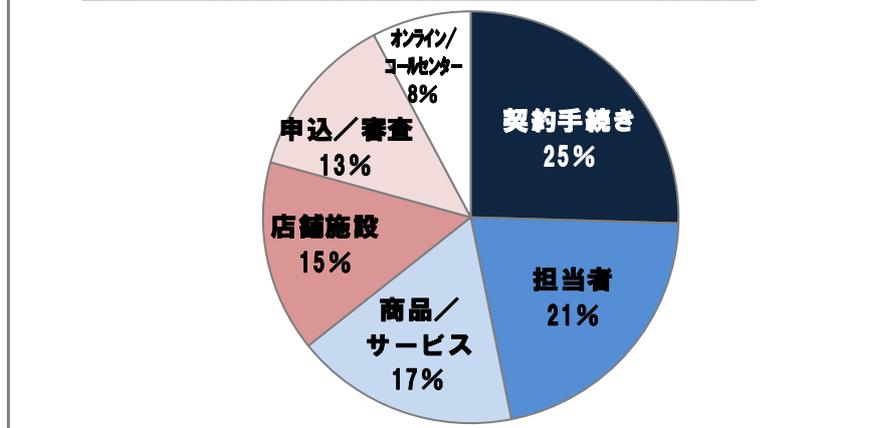
- ✓ 女性の住宅ローンに対する知識や考え方に合わせた商談時の説明が不十分
- ✓ 顧客の理解不足や、不動産会社・金融機関の説明不足による契約書類の再提出が多い
- ✓ 審査承認から契約までの日数が長い

女性は「今後、契約を継続したくない」「契約後に借換えを検討した」という回答が男性に比べ多く、現在の借入先に対する見方は厳しい。契約時の満足度を最も左右するのは「契約手続き」【図2】であることから、増加する女性客を確実に取り込み、長期的な契約を維持するためには、契約時の対応改善は必須だといえる。



【図2】「契約手続き」が満足度を最も左右する

住宅ローン契約時の満足度を構成するファクターと影響度



◆借換えは受動的◆

直近1年で住宅ローンを契約した人のうち、借換えをした人は35%を占めている。特に、ネット銀行を含む新形態銀行やコミュニティバンクが借換え客を多く獲得している傾向にある。借換え理由の1位は「金利の高さ」(7割)だが、借換え先の金融機関を知ったきっかけは「住宅ローン以外のサービスを利用していた」に加え、「営業担当の訪問」「折り込みチラシ/ダイレクトメール」といった金融機関からのアプローチが多く、新規に借り入れた人に比べて複数の金融機関から選定している割合も少ないことから、さほど能動的に借換え先の候補を調べ上げてはいない様子が伺える。

一方、借換え先の選定理由は「金利が安い」に加え、「各種手数料が安い」「担当者の対応がよい」「キャンペーン・優遇制度が充実している」「申込みや審査、契約手続きが簡単・早い」といった点も上位に挙がっており、借り入れ条件だけでは選定していない。借換えの76%は男性40~50代が占めているが、その獲得には、見込み客への積極的なアプローチによるきっかけづくりと、借換えに必要なお金と手間の負担軽減が必要である。

◆コミュニティバンクや新形態銀行の満足度が高い傾向◆

住宅ローン契約時の満足度を部門別にみると、特にコミュニティバンク(労働金庫、信用金庫、信用組合、JAバンク)や新形態銀行(ネット銀行やその他新形態の銀行)の満足度が高い傾向にある。【図3】

労働金庫は「各種手数料」、信用金庫・信用組合は「担当者」「契約後のフォロー・アドバイス」、JAバンクは「店舗施設」、新形態銀行は「金利」「各種手数料」「付帯サービス」への評価が特に高く、業態によっても強みが異なっている。

【図3】部門別の総合満足度スコア(1,000ポイント満点)



<調査概要>

当調査は、直近1年以内に住宅ローンの新規借入、借換えを行った人を対象に、金融機関での審査や契約時の経験に対する満足度を調べたもので、全国20歳以上の男女を対象にしている。初回となる本年調査は、2013年12月にインターネット調査を実施し、4,489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「契約手続き」が25%、「担当者」が21%、「商品／サービス」が17%、「店舗施設」が15%、「申込／審査」が13%、「オンライン・コールセンター」が8%となっている。

当調査では、サービス形態をもとに「対面銀行」「新形態銀行」「信託銀行」「コミュニティバンク」の4部門に分けて集計している。

- ・「対面銀行」― 対象：都市銀行、地方銀行
- ・「新形態銀行」― 対象：ネット専門銀行、その他銀行
- ・「信託銀行」― 対象：信託銀行
- ・「コミュニティバンク」― 対象：労働金庫、信用金庫、信用組合、JAバンク

<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調査。本年3月に報道発表。※当調査
- * 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月に報道発表予定。

* 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 虎ノ門 45MT ビル

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。