

J.D. パワー報道用資料：

中国のクレジットカード利用者の満足度を左右するのは、新しいテクノロジーを活用するサービス — J.D. パワーの新調査で明らかに

中国のクレジットカード満足度調査、招商銀行（CMB）がトップ

※本報道資料は、日本時間 5 月 10 日午後 12 時 00 分に中国で発表された資料を翻訳したものです。
（日本発表：5 月 17 日 午後1時）

上海：2017 年 5 月 10 日 — J.D. パワーが本日発表した 2017 年中国クレジットカード顧客満足度調査SMによると、中国のクレジットカード利用者は、新たにカードを作る際の申請と利用開始に関連するサービスに最も満足している一方で、問題解決に関連するサービスと特典・優待プログラムに対する満足度が低いことがわかった。カード発行銀行とのやり取りでは、ソーシャルメディア（WeChat）の評価が最も高く、モバイルアプリとオンライン・バンキングが続いた。

当調査は、中国の消費者を対象に、クレジットカードの満足度に影響を及ぼす主な要因と、顧客ロイヤルティおよび推奨・再利用意向への影響を調べるもので、今回初めての実施となった。

J.D. パワー・チャイナのファイナンシャル・サービス担当ゼネラル・マネージャーであるウィンストン・シュエは、「顧客満足度は、ロイヤルティ、推奨・再利用意向、顧客維持、クレジットカード発行会社のビジネス・パフォーマンスと密接に関わっている。満足度の高いクレジットカード利用者はロイヤルティがより高い。クレジットカード発行銀行は顧客の声に耳を傾け、一貫したプロセスの中で利用者が質の高いサービスを体験できるよう努めていくことで、利用者の満足度を最大限に利益に結びつけることができる」と述べている。

クレジットカードの保有期間が 1 年を超える利用者は、保有期間が 1 年未満の利用者よりも満足度が低い（総合満足度の平均：783 対 820 ポイント ※1,000 ポイント満点）。満足度の差が顕著なのは特に、問題解決（710 対 794 ポイント）と特典・優待プログラム（726 対 789 ポイント）だった。顧客満足度に最も大きな影響を及ぼす顧客対応については、中国のクレジットカード利用者は、WeChat（831 ポイント）、モバイルアプリ（813 ポイント）、オンライン（813 ポイント）などの技術関連のサービスに対する評価が相対的に高く、担当者からの電話（805 ポイント）や電話の自動音声案内（778 ポイント）などの従来のチャネルに対しては低かった。

主な調査結果

- **顧客満足度とロイヤルティの高さの相関関係**：当調査で、中国の満足度の高い顧客はロイヤルティも高いことがわかった。満足度の高い顧客（平均 904 ポイント）の 3 分の 2 以上（68.7%）が、利用しているクレジットカードを「絶対に」変更しないと答えているが、満足度の低い顧客（平均 657 ポイント）では、この割合は 30.5%に低下する。
- **プラチナカード利用者の期待値の高さ**：プラチナなど上位グレードのカード保有者は、プラチナよりもグレードの低いカード保有者よりも総合的な満足度が高い（812 対 785 ポイント）。満足度において最も差があったのは「特典・優待」と「利用限度額と手数料」だった。ただし、利用している銀行の問題解決への取り組みについては、プラチナなど上位グレードのカード利用者の方がグレードの低いカード保有者よりも満足度が低かった（610 対 736 ポイント）。上位グレードのカードを保有している利用者は、サービスへの期待値が高かったことを示している。
- **民間銀行 vs 国有銀行**：中国国内の民間銀行に対する総合的な顧客満足度の方が、国有銀行に対する満足度よりも高かった（796 対 782 ポイント）。満足度の差が大きかったのは、特典・優待（765 対 720 ポイント）。

イント)、販売促進(784 対 770 ポイント)、請求と支払い(828 対 816 ポイント)の3ファクターだった。

2017 年中国クレジットカード顧客満足度調査は、9つのファクターにわたってクレジットカード発行会社に対する顧客満足度を調べている。これらのファクターは影響度の大きい順に「顧客対応」、「利用限度額と手数料」、「請求と支払い」、「特典・優待」、「販売促進」、「申込」、「利用開始」、「付加価値の高いサービス」、「問題解決」である。また、「顧客対応」ファクターはさらに「オンライン」、「モバイルアプリ」、「ソーシャルメディア」、「担当者からの電話」、「電話の自動音声案内」の5つのサブファクターから構成されている。当調査は、2016 年 11 月から 2017 年 1 月にかけて実施し、6,040 人のクレジットカード利用者から回答を得た。

*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。

<J.D. パワーについて>

J.D. パワー(本社: 米国カリフォルニア州コスタメサ)は、顧客満足に関するインサイト並びにパフォーマンス改善のためのソリューションを提供している国際的なマーケティング情報サービス企業である。毎年、世界中で数百万人にのぼる消費者やビジネス・ユーザーを対象に、品質や顧客満足に関する調査を実施している。北米、南米、ヨーロッパとアジアに計 17 の拠点を有する。アジア・パシフィックではシンガポール、北京、上海、バンコク、マレーシアに拠点をもち、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、シンガポール、台湾、タイ、ベトナムで調査を行っている。詳しく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: 東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町(〒105-0001)

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。