

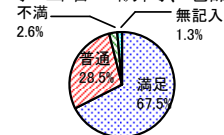
# 顧客満足度アンケート集計結果

平成21年5月

平素より、木村証券をご愛顧いただき、誠に有難うございます。  
2007年より実施させて頂いております「顧客満足度アンケート」を今年も去る3月13日～3月27日の間で、お客様の声は無作為抽出の形で500人の方にお願ひし、うち151名(回答率30.2%)の方にお答え頂きました。  
ご協力賜りましたお客様には心から厚く御礼申し上げます。

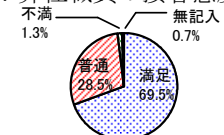
なお、調査結果につきましては、当社ホームページに掲載すると同時に、一部を下表にとりまとめ報告させて頂きます。  
今後も当該アンケートを継続させて頂き、お客様の声を経営に反映したく存じます。  
変わらぬ御愛顧御支援をお願い申し上げます。

## 1. 担当者の訪問、電話等お客様との接触度合いに満足して頂いておりますか。



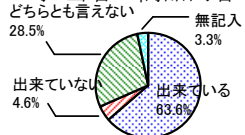
「満足」とお答え頂いた方が2007年 49.7%、2008年 58.0%、2009年 67.5%と改善してきております。これは、営業員の行動日誌を電子化し、お客様との接触到れのないよう指導するとともに、若手営業員への担当換えを実施してきた結果かと思っています。ただ、これに満足することなく、今後も一人でも多くのお客様にご満足いただけるよう一段の努力をしております。

## 2. 弊社職員の接客態度はいかがですか。



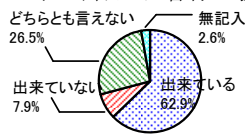
「満足」とお答え頂いた方が2007年 55.6%、2008年 60.5%、2009年 69.5%と改善してきておりますが、まだ満足出来る点とは言えません。従来より実施しております新入社員研修時の接客マナー研修の内容の充実に加え、普段の現場における気配りが出来るよう指導してまいります。

## 3. 担当者の商品内容(リスク、リターンを含め)の説明は出来ていますか。



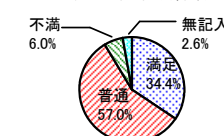
商品内容の説明は、全てのお客様に「出来ている」と意思表示して頂く必要があります。当社は投資信託、仕組債の販売に際し事前に販売会社から講師を招へいし勉強会を行い営業員の認識を高めるべく教育をしております。しかし、「出来ていない」とお答え頂いた方が2007年 9.8%、2008年 4.5%、2009年 4.6%と依然5%弱の方にご理解頂けていない結果を真摯に受け止め、役員会、部店長会議、代理者会議等でこの結果を示し更なる徹底を図ってまいります。

## 4. 担当者はおお客様の投資経験、目的、意向に沿った勧誘が出来ていますか。



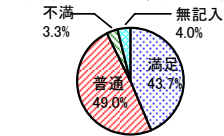
「出来ていない」とお答え頂いた方が2007年 7.8%、2008年 5.7%、2009年 7.9%おられました。お客様の投資経験、投資目的、意向など「適合性の原則」は取引の基本と考えており、今後もお客様一人おひとりに適合した取引が徹底出来るようルールの強化を図ってまいります。

## 5. 担当者の投資情報の内容や提供の方法、アドバイスに満足して頂いておりますか。



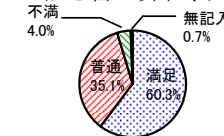
「顔の見える証券会社・・・木村証券」を標榜している会社としては、お客様への情報提供、アドバイスが対面営業、証券会社としての責務と考えております。しかし、「不満」を訴えられた方が6.0%おられ、頂戴したご意見の中でも最も多いご要望が投資情報の提供でありました。当社は子会社にキムラ経済研究所を持っているほかドイツ証券、パークレイズ・キャピタル証券をはじめ多くの機関から情報を得て発信しておりますが、今後もお客様にご満足いただけるよう一層の努力をしております。

## 6. 店舗の立地、店舗環境について満足して頂いておりますか。



昨年までに本社をはじめ東海地区の全支店リニューアル工事が完了し、「満足」とお答え頂いた方も2007年 36.6%、2008年 31.8%、2009年 43.7%と増加したことは喜ばしく思っております。しかし、お客様からあらためて頂戴したご意見の中には駐車場が狭いとか、もう少し身近な所への店舗があった方がよい等の理由から「不満」を訴えられた方が3.3%おられますので今後もお客様のお声をお聴きしながら改善に努めていきたいと思っております。

## 7. 上記を含め弊社、担当者について総合的に見た満足度はいかがでしょうか。



「満足」とお答え頂いた方が2007年 48.3%、2008年 54.1%、2009年 60.3%と改善してきておりますが、まだ及第点と言う状態ではありません。木村社長の造語で、会社経営の理念でもあります「敬天感謝」に習い、全てのお客様に感謝を込めて業務運営することを心掛けてまいります。

## 「ご意見」欄から

何らかの記述をいただいたお客は51名様でした。その4割の方は総じて担当者に対しての好意的なご意見を頂きましたが、反面、情報・提案・投資勧誘に対して、お客様のそれぞれのニーズに合った対応が不十分とのご意見も散見されました。中には、社員の勉強不足とのご指摘もありました。

## 総論

当アンケート調査は無作為抽出の形でお客様のご協力を得て、今後の経営に反映することを目的に実施させて頂いております。

アンケート項目としては、商人としての当然の項目に加え、リスク商品を扱う業種かつ「貯蓄から投資へ」の経済社会の流れを捉え、お客様のご負担をも考え最小限のものとして頂きました。

結果として、リスク商品の説明が前回調査(出来ていない 4.5%)から改善(今回調査同 4.6%)されておらず、また、経営としてお客様のそれぞれのニーズに合った勧誘(適合性の原則)に対しても、「経験、目的、意向に沿った勧誘」に不満を持っておられるお客様が前回(前回 5.7% 今回 7.9%)を上回りました。

さらに、情報の提供、アドバイスについても、ご不満のお客様は前回の4.5%から今回は6.0%と増加いたしました。米国発の世界的金融恐慌、経済・市況の凋落でお客様の資産の目減りがあったことが反映した面は否めないとは思いますが、こうした時期こそ、より一層お客様にご満足いただける商品説明、勧誘姿勢、アドバイスが必至であります。

その意味では、今回の調査結果は、経営として深く反省されるもので、それだけに大きな意義があったものと理解し、早速具体的な対策を練り、さらなる徹底を図ってまいります。