

銀行の認知と企業イメージに関する調査
報告書
《企業イメージシリーズ No.2》

2010年4月

RJC Research Inc.

銀行の認知と企業イメージに関する調査／調査結果のポイント

	メガバンク	ゆうちょ銀行	インターネット専業	流通系 (主としてセブン銀行)
強み	<ul style="list-style-type: none"> ○メインバンク率が高い ○信頼・有名イメージ強い ○利用商品数多い 	<ul style="list-style-type: none"> ○信頼イメージ最強 ○便利(多店舗・多ATM展開) ○利用商品数多い ○顧客満足度 高 	<ul style="list-style-type: none"> ○手数料・金利 ○便利(web・取引ツール) ○顧客満足度 高 	<ul style="list-style-type: none"> ○便利(多店舗・多ATM展開)
弱み	<ul style="list-style-type: none"> ×店舗数が少ない (三菱東京UFJ以外) △顧客満足度やや低い (三菱東京UFJ以外) 	<ul style="list-style-type: none"> ▲有名イメージやや弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ×信頼イメージ弱い ×有名イメージ弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ×信頼イメージ弱 ×利用商品少ない ×スリープ客が比較的多い ▲信頼・有名イメージやや弱い
新規口座獲得力 (新規利用意向)	<ul style="list-style-type: none"> ▲やや弱い (三菱東京UFJはやや良) 	<ul style="list-style-type: none"> ○強い 	<ul style="list-style-type: none"> △やや強い 	<ul style="list-style-type: none"> ▲やや弱い
	↓	↓	↓	↓
今後の課題 方向性	<p>メインバンク率の高さが最大の強みだが、利便性が課題。インターネット化も進んでいるが、専業ほどの利便性イメージがない。</p>	<p>利便性が高く、商品力もある。当面は、現状どおりの方向で問題なさそうだ。</p>	<p>利便性で高い評価を受けているが、金融機関として重要な「信頼」「有名」といったブランド力が弱い。</p>	<p>利便性からユーザー数を増やしているが、「商品力」と「信頼」「有名」といったブランド力が課題。</p>

調査概要

調査目的	銀行の企業イメージ、満足度などを探る
調査対象	全国の20代以上の男女
調査方法	WEB調査
有効回答数	1020サンプル
調査実施期間	2009年9月5日、6日
調査項目	1. 口座開設経験・認知状況
	2. 口座開設理由
	3. 企業イメージ
	4. 口座開設の際に重視するイメージ
	5. 利用状況
	6. 家庭全体での預け入れ総額
	7. 今後の利用意向
	8. 満足度
	9. 好意度
調査実施機関	(株)RJCリサーチ
実施・分析担当	自主調査チーム

回答者属性	男性20代	9.5 %	経営者・会社役員	2.6 %
	男性30代	9.9 %	会社員	31.4 %
	男性40代	10.7 %	公務員	4.5 %
	男性50代	10.7 %	自営業	9.5 %
	男性60代以上	9.8 %	パート・アルバイト	13.4 %
	女性20代	9.6 %	専業主婦	21.0 %
	女性30代	10.1 %	学生	3.9 %
	女性40代	9.9 %	無職	10.9 %
	女性50代	9.9 %	その他	2.7 %
	女性60代以上	9.9 %	北海道・東北	9.5 %
	未婚	29.7 %	東京	15.2 %
	既婚	64.6 %	関東（東京を除く）	27.1 %
	離別・死別	5.7 %	甲信越・北陸・東海	15.9 %
		近畿	17.9 %	
		中国・四国・九州・沖縄	14.4 %	
問6 預け入れ総額（平均）	全体（単位：万円）	796.9 万円	北海道・東北	467.1 万円
	男性	798.8 万円	東京	837.5 万円
	女性	794.6 万円	関東（東京を除く）	1008.3 万円
	20代	306.7 万円	甲信越・北陸・東海	881.7 万円
	30代	472.8 万円	近畿	755.8 万円
	40代	734.5 万円	中国・四国・九州・沖縄	529.2 万円
	50代	1142.0 万円	経営者・勤務者・自営業	813.4 万円
	60代以上	1186.7 万円	パート・アルバイト	469.2 万円
			専業主婦	967.5 万円
			学生・無職・その他	823.3 万円

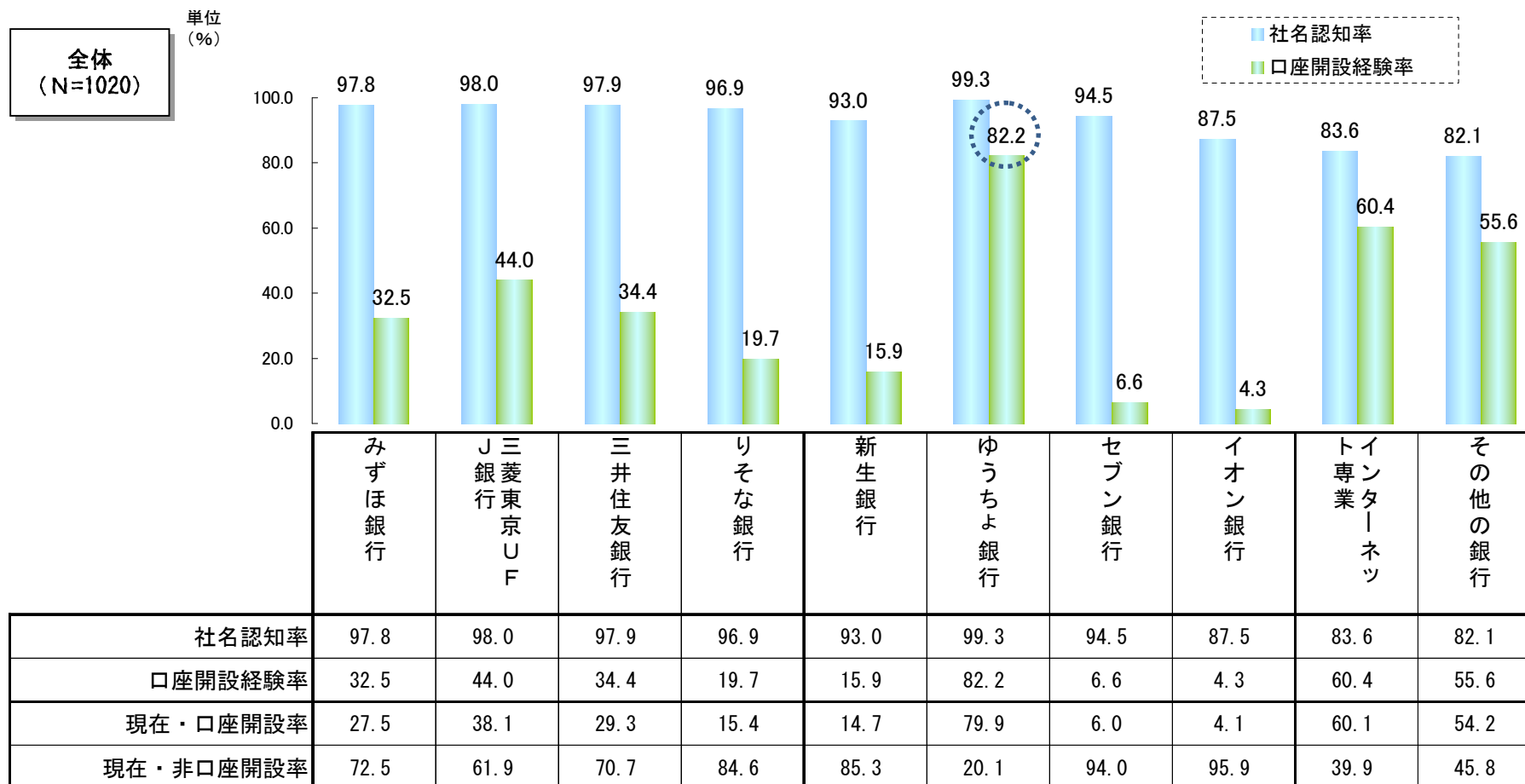
調查結果

1. 口座開設経験・認知状況

【Q1 あなたは、以下の銀行をどの程度ご存知ですか】 全員の結果

社名認知率は各社ともほぼ9割台。口座開設経験率は「ゆうちょ銀行」が82.2%と群を抜いている。

- 「インターネット専業」の口座開設経験率は各社合わせてだが60.4%と6割台に達している。
- メガバンクの口座開設経験率は「三菱東京UFJ銀行」が44.0%でトップ。以下「三井住友銀行」34.4%、「みずほ銀行」32.5%と続く。
- 流通系の「セブン銀行」「イオン銀行」の口座開設経験率は1ケタ台の%にとどまっている。



2. 口座開設理由

【Q2 あなたがその銀行で口座を開いた理由をお聞かせ下さい】 現在・口座開設者に限定した結果

“信頼”の「ゆうちょ銀行」、「手数料」の「新生銀行」と「インターネット専業」、「ATM」の「セブン銀行」

- 「ゆうちょ銀行」は、“信頼”のほかATMや店舗の“近さ”が大きな開設理由となっている。また、メガバンクの上位3行は“信頼”“有名”というブランド力のほか、“会社指定”という個人とは関係ない強みを持っている。
- それらのような伝統的金融機関に対し、「新生銀行」と「インターネット専業」は“手数料”、「セブン銀行」は“ATM”でユーザーの拡大に成功しつつあることがわかる。

現在・口座開設者	サンプル数	信頼できる企業だから	ATMが自宅や勤務先から近かったから	有名な企業だから	手数料が安いから	店舗や相談窓口が近かった	勤めている会社が指定	経営状態が安定しており安心	サービスツールに魅力があった	預け金利率が高い・借りに魅力があった	友人・知人・家族から勧められたから	提供している金融商品	雑誌やネットなどで勧められていたから	広告・宣伝活動に好感が持てたから	顧客を大事にする印象があったから	サポート体制に安心感が持てたから	窓口やオペレーターの対応が良かった	口座開設資料が丁寧で分かりやすかった	顧客への提案力が優れていた	その他
みずほ銀行	280	37.9	17.1	31.4	3.9	13.6	23.2	15.0	4.3	0.4	3.6	1.8	0.4	3.2	3.6	2.1	2.9	1.4	1.1	15.0
三菱東京UFJ銀行	389	32.9	22.1	28.3	5.4	16.7	23.4	16.7	3.1	1.3	5.1	1.3	1.0	2.8	1.5	1.0	0.8	0.3	0.8	10.0
三井住友銀行	299	33.8	18.4	25.1	4.3	19.1	23.4	13.4	3.0	1.7	3.7	2.3	0.7	2.0	2.3	1.7	1.0	0.3	1.7	12.0
りそな銀行	157	21.7	21.7	12.7	6.4	22.9	15.9	7.0	5.1	1.3	6.4	1.3	1.9	0.6	2.5	1.9	1.3	1.3	1.3	16.6
新生銀行	150	10.0	12.0	6.7	49.3	1.3	0.7	2.7	18.7	22.7	2.7	11.3	4.7	3.3	2.0	1.3	2.7	2.7	2.0	11.3
ゆうちょ銀行	815	40.0	28.2	18.9	12.9	23.7	4.8	16.9	2.7	2.8	6.0	1.8	2.1	1.5	1.5	1.6	1.2	0.6	0.6	12.3
セブン銀行	61	13.1	34.4	18.0	23.0	9.8	0.0	4.9	8.2	3.3	4.9	4.9	1.6	1.6	0.0	1.6	1.6	1.6	0.0	14.8
イオン銀行	42	9.5	11.9	4.8	19.0	9.5	7.1	2.4	4.8	16.7	4.8	7.1	7.1	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
インターネット専業	613	11.3	5.9	6.5	30.7	1.3	1.0	2.0	18.4	11.6	2.3	3.6	15.0	2.4	0.5	1.1	0.2	0.7	1.1	21.5
その他の銀行	553	23.5	28.4	10.3	5.4	28.2	17.5	7.8	2.7	2.7	4.7	2.7	1.8	1.6	2.5	1.6	2.2	0.7	0.7	15.9

40%以上 : 30%台 : 20%台 :

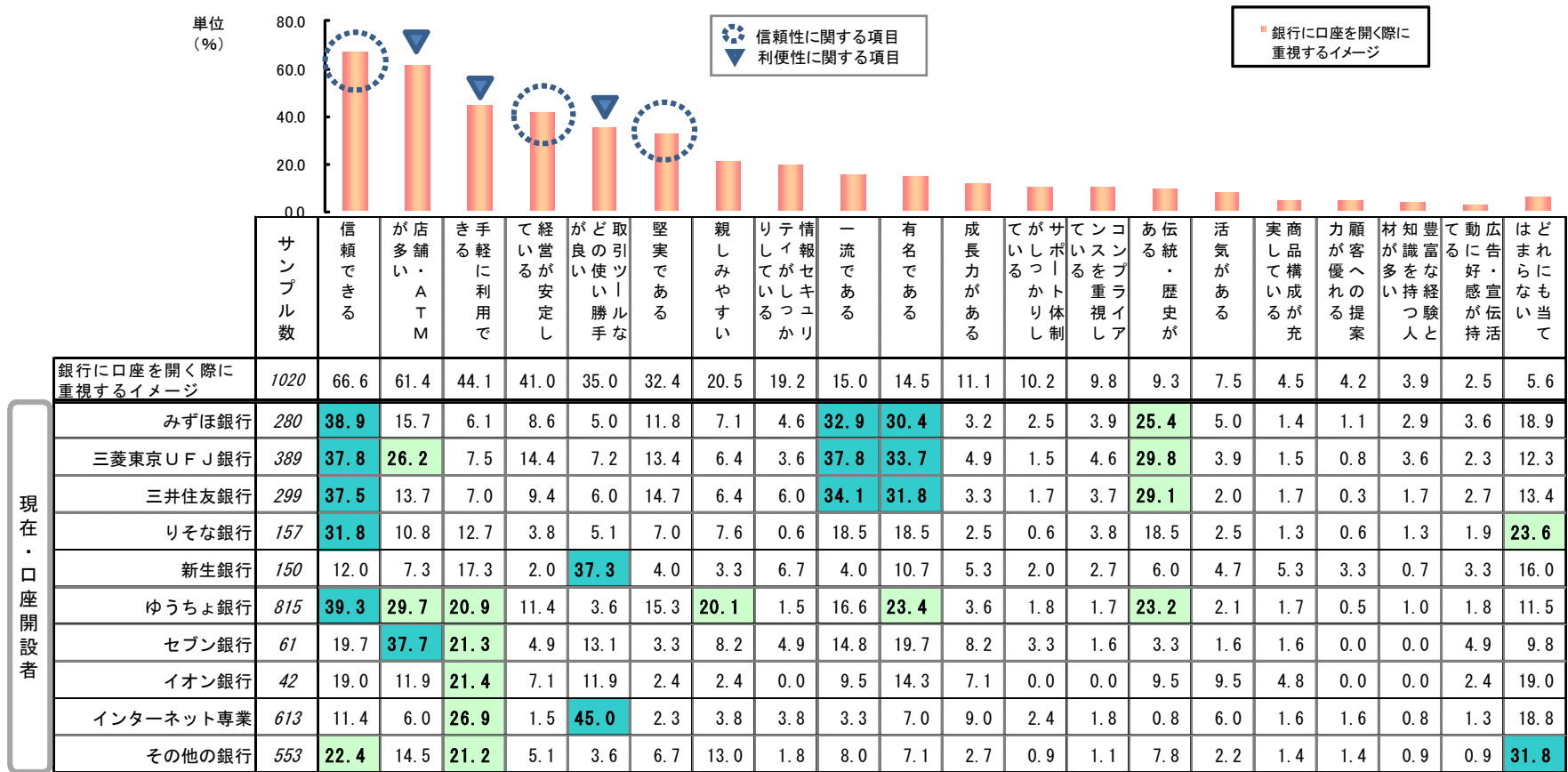
3. 口座開設に重視するイメージ

【Q3 あなたは下記の銀行に対してどのようなイメージをお持ちですか】 現在・口座開設者に限定した結果

【Q4 あなたが銀行に口座を開く際に重視する企業イメージをお知らせください】 全員の結果

「信頼できる」と「店舗・ATMが多い」が最重要ポイント

- 銀行口座開設の重要イメージとして「信頼性」と「利便性」に関する項目が上位に並んでいる。トップは「信頼できる」66.6%だが、「店舗・ATMが多い」という「利便性」イメージが61.4%でほぼ同列である。
- 「ゆうちょ銀行」は「信頼できる」「店舗・ATMが多い」のほか、重視度3位の「手軽に利用できる」などでも20%を超えている。口座開設に重要な「信頼性」と「利便性」を兼ね備えた金融機関であることがわかる。メガバンクは各行とも「信頼できる」は3割台であるが、「店舗・ATMが多い」で20%超は「三菱東京UFJ銀行」のみであり、やや「利便性」が弱いようだ。
- 「新生銀行」と「インターネット専業」は「取引ツールなどの使い勝手が良い」、セブン銀行は「店舗・ATMが多い」という点が評価されているが、最も重要な「信頼性」が伴っていないようだ。



※「重視するイメージ」の比率が高い項目順にソート

※30%以上： 20%台：

4. 利用状況

【Q5 あなたの銀行の利用状況をお知らせ下さい。】現在・口座開設者に限定した結果

メインバンク率トップの「三菱東京UFJ銀行」が利用率トップ

- 下表は、ユーザーがどれだけその銀行の各種商品を利用しているかを示したものである。各商品の利用率の合計で見ると、「三菱東京UFJ銀行」が190.0%でトップであった。「メインバンクとして利用」が21.3%と、「その他の銀行」を除き、唯一2割を超えていることが大きいと思われる。
- 「セブン銀行」や「イオン銀行」といった流通系は、利用率の合計が100%前後と低い。「この1年間は全く利用していない」が2割から3割台と他行より高いほか、「メインバンクとして利用」がこの2行は皆無であった。流通系銀行は、まだ信頼感イメージが弱いという結果や、次ページに示すように満足度も比較的低いという結果も出ていた。サービス面に物足りなさがあり、それが利用率に影響している可能性がある。

現在・口座開設者の 1年以内の利用	サンプル数	振込・送金	普通預金	定期預金	貯蓄預金	財形貯蓄	積立	個人年金保険	生命保険・終身保険など	遺言信託など相続関係	投資信託	外貨預金	個人向け利付国庫債	証券仲介サービス	ローンなど	住宅・自動車・教育ローン	カードローン	クレジットカード	事業主として利用	メインバンクとして利用	その他	この1年間は全く利用していない	利用率の合計 (%)
みずほ銀行	280	34.6	72.1	18.9	4.6	2.1	3.2	1.4	2.1	0.0	2.5	1.8	1.8	0.0	3.9	0.7	8.6	1.1	13.9	2.5	12.9	175.8	
三菱東京UFJ銀行	389	44.5	68.1	17.5	4.1	2.3	2.6	0.5	1.8	0.5	3.1	3.3	1.0	0.0	4.1	2.1	10.3	0.8	21.3	2.1	11.1	190.0	
三井住友銀行	299	39.8	67.6	16.7	1.3	3.3	2.3	0.3	2.7	0.0	2.0	1.7	0.3	0.3	3.3	3.0	12.0	0.7	16.1	2.7	13.0	176.1	
りそな銀行	157	33.1	65.0	16.6	4.5	1.9	0.6	0.6	3.2	0.0	3.8	0.6	0.6	0.6	4.5	3.2	7.0	0.0	17.2	4.5	17.2	167.5	
新生銀行	150	49.3	54.0	28.7	4.0	1.3	0.0	0.7	0.0	0.0	4.7	4.7	0.0	0.0	3.3	0.7	2.7	0.0	6.7	2.0	16.0	162.8	
ゆうちょ銀行	815	46.4	75.6	25.2	3.1	0.7	1.6	2.5	5.2	0.1	0.6	0.1	1.3	0.2	0.5	0.4	5.0	0.6	10.3	2.2	8.0	181.6	
セブン銀行	61	23.0	49.2	13.1	0.0	3.3	1.6	1.6	1.6	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	1.6	3.3	0.0	0.0	0.0	4.9	24.6	104.8	
イオン銀行	42	16.7	33.3	11.9	2.4	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	4.8	2.4	2.4	0.0	0.0	0.0	7.1	2.4	0.0	9.5	35.7	95.3	
インターネット専業	613	52.4	60.0	16.0	1.1	0.8	0.7	0.0	0.0	0.0	2.3	2.1	0.3	0.3	0.0	0.7	7.0	0.2	5.9	6.2	6.7	156.0	
その他の銀行	553	45.2	68.7	28.4	4.3	2.4	3.4	2.4	3.8	0.0	5.6	1.8	0.9	0.0	6.1	0.7	9.4	2.4	28.8	3.6	9.6	217.9	

注) 利用率の合計：「この1年間は全く利用していない」を除いたすべての項目の総和

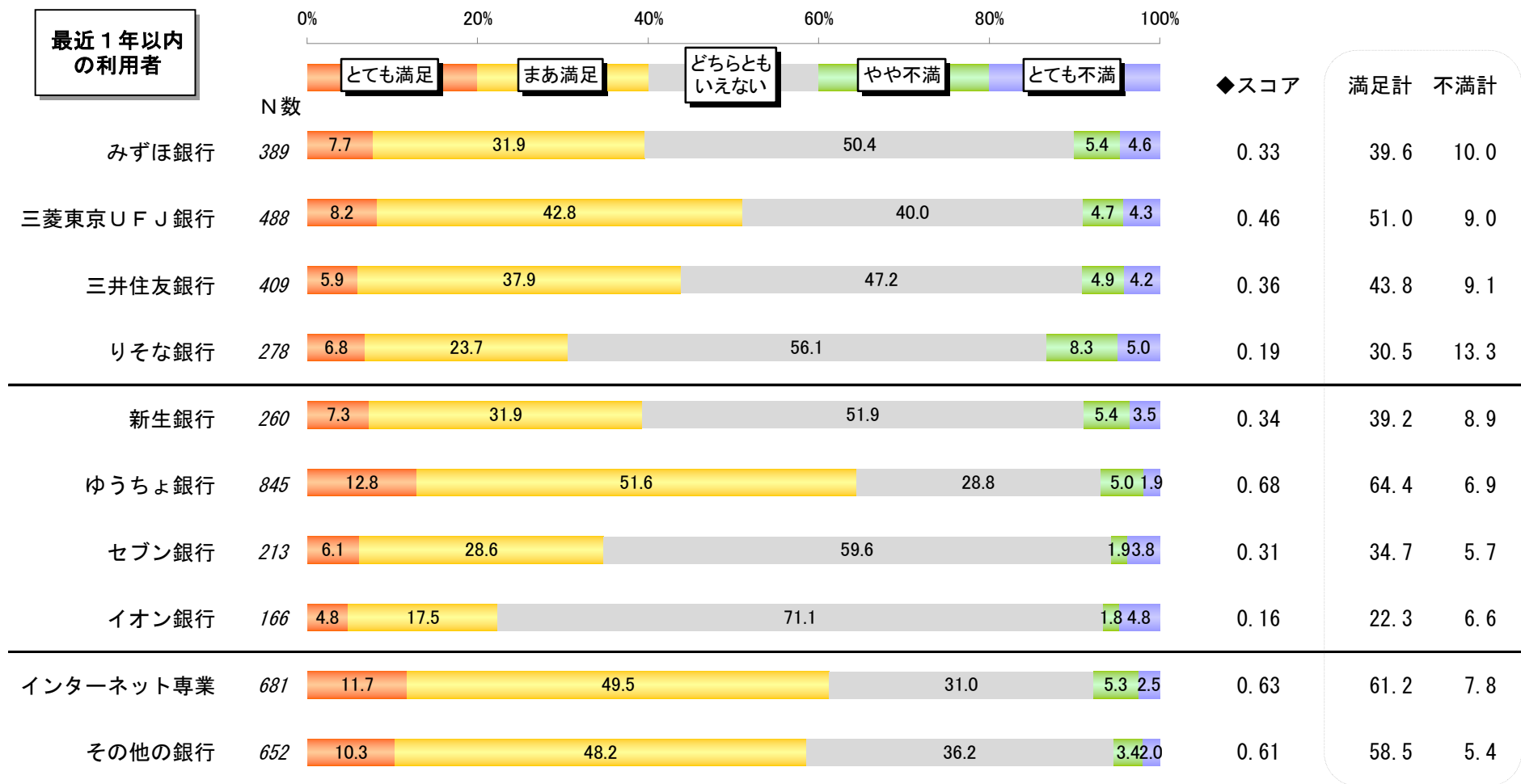
60%以上： 40%以上： 20%以上：

5. 満足度

【Q8 あなたはそれぞれの銀行にどの程度満足されていますか。1年以内にご利用になった経験がある銀行にご回答ください】 最近1年以内利用者の結果

満足者率ベスト3は、「ゆうちょ銀行」64.4%、「インターネット専業」61.2%、「三菱東京UFJ銀行」51.0%

- 上記の上位3行と「その他の銀行」以外は、満足者率(満足計)が、半数に達していない。
メガバンク4行の中では、「みずほ銀行」と「りそな銀行」は、満足計が3割台であるほか、不満計も1割以上である。



◆スコア算出方法：とても満足(+2) まあ満足(+1) どちらともいえない(0) やや不満(-1) とても不満(-2)

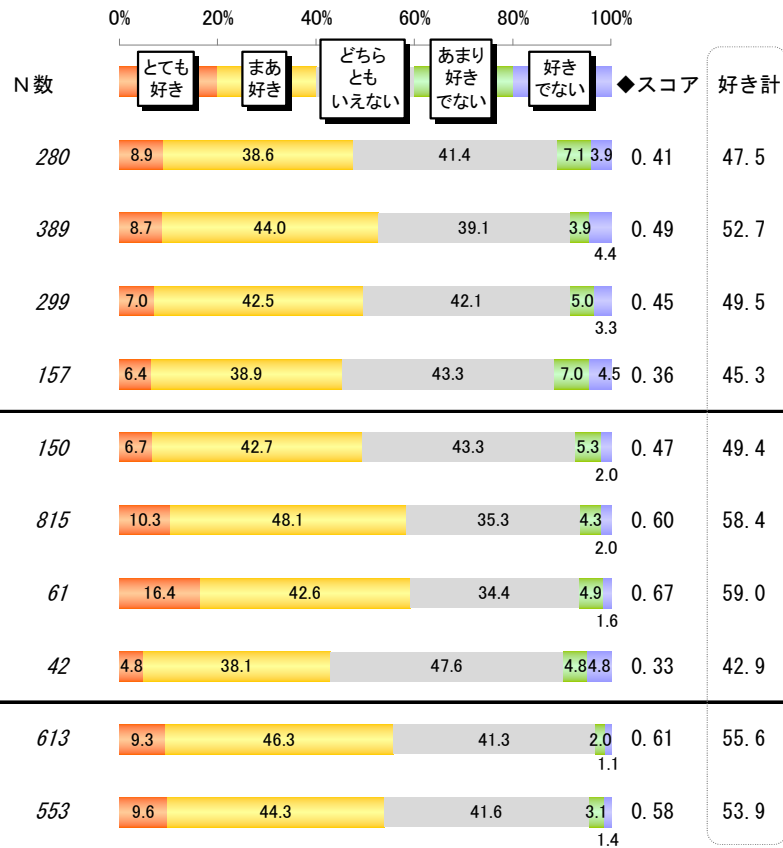
6. 好意度

【Q9 あなたのそれぞれの銀行に対する好意度をお知らせください。ご利用になっていない銀行にも、印象で結構ですのでご回答ください】 全員の結果

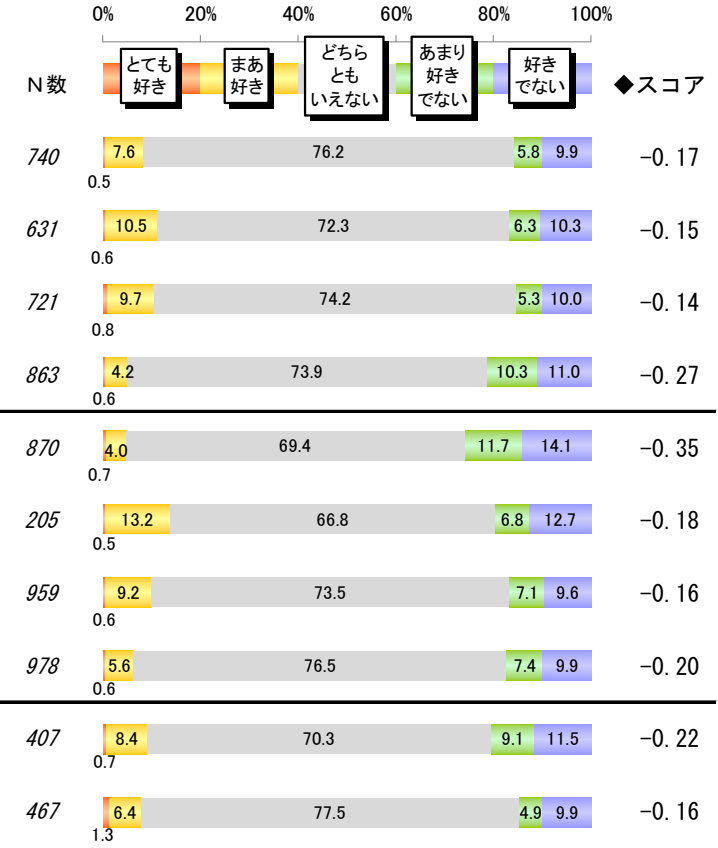
各行とも、現在・口座開設者の好意度は高いが、現在・非口座開設者からはそれほど好意を持たれていない。

- 各行とも口座開設者の4~6割くらいの人から好意を持たれている。しかし、非口座開設者で好意を持つ人は少なく、その大半は「どちらともいえない」という回答であった。

現在・口座開設者



現在・非口座開設者



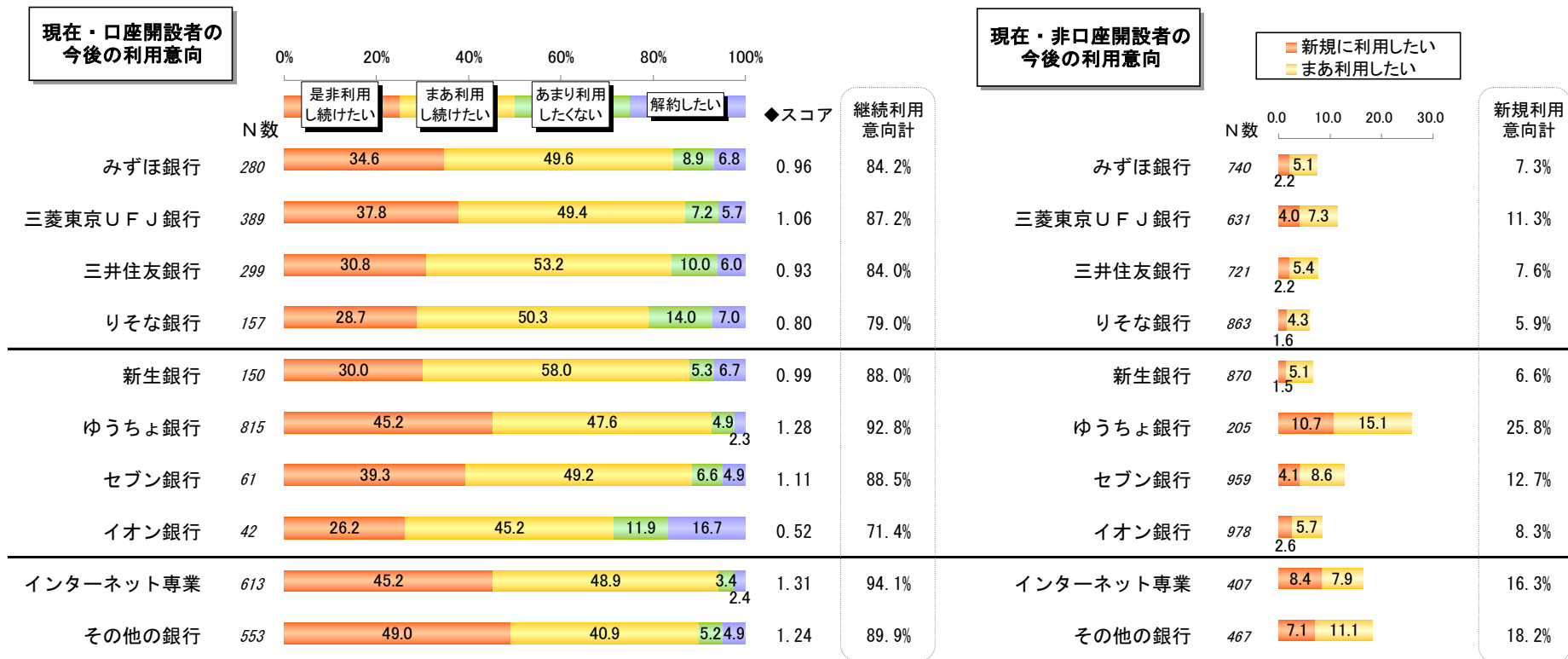
◆スコア算出方法：とても好き(+2) まあ好き(+1) どちらともいえない(0) あまり好きでない(-1) 好きでない(-2)

7. 今後の利用意向

【Q7 あなたの今後の利用意向をお聞かせ下さい】 全員の結果

新規利用意向ベスト3は、「ゆうちょ銀行」25.8%、「インターネット専業」16.3%、「セブン銀行」12.7%

- 口座開設者の多くは、その銀行を継続利用したいと考えている。但し、「りそな銀行」と「イオン銀行」は「あまり利用したくない」と「解約したい」の合計が2割を超え、比較的多い。
- 新規利用意向の強い「ゆうちょ銀行」「インターネット専業」「セブン銀行」は、多店舗・多ATM展開または地域を選ばないネット展開という強みを持っている。メガバンクの中でも比較的多店舗展開している「三菱東京UFJ銀行」が新規利用意向が比較的高い。



◆スコア算出方法：是非利用し続けたい・新規に利用したい(+2) まあ利用し続けたい・まあ利用したい(+1) あまり利用したくない(-1) 解約したい・全く利用したくない(-2)