

2022年12月15日
J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2022 年米国個人資産運用デジタル・エクスペリエンス顧客満足度調査SM

～個人資産運用モバイルアプリは若手投資家の獲得と引き留めに不可欠～

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 11 月 22 日に、**J.D. Power 2022 U.S. Wealth Management Digital Experience StudySM**（**J.D. パワー 2022 年米国個人資産運用デジタル・エクスペリエンス顧客満足度調査SM**）の結果を発表した。

本調査は、年に 1 回、自己決定型^{*1}とフルサービス型^{*2}の個人投資家を対象に、個人資産運用モバイルアプリとウェブサイトを含むデジタルチャネルに対する満足度を測定している。4 回目となる本年調査では、調査設計の変更が行われている。

^{*1} 専任のファイナンシャル・アドバイザーを持たない投資家向けの資産運用サービス。必要に応じてアドバイスを受けることが可能な「ハイブリッド型」とファイナンシャル・アドバイスを受けない「セルフサービス型」がある。

^{*2} 専任のファイナンシャル・アドバイザーやチームでの対応・アドバイスを受けることが可能な個人向け資産運用サービス。

個人投資家にとって、モバイルアプリやウェブサイトはますます、投資の見直しや取引、リサーチのために最初に参照するリソースとなりつつあり、資産運用における顧客体験全体における重要な要素としてデジタルに真っ向から焦点を当てることとなった。本年調査によると、この傾向は特に若い投資家において顕著で、証券会社の資産運用モバイルアプリを頻繁に利用するほど総合満足度が著しく高くなり、ブランド支持もより強くなっていることがわかった。

2022 年調査の主なポイントは以下の通り：

モバイルアプリの満足度がウェブサイトを大幅に上回る

米国の資産運用モバイルアプリの総合満足度は 731 ポイント（1,000 ポイント満点）で、資産運用ウェブサイトの 681 ポイントを +50 ポイント上回った。この差は、主に若い投資家の間でモバイルアプリがより強く好まれていることに起因する。

若い投資家にとって、デザイン性の高いモバイルアプリが重要

世代別に見ると、資産運用モバイルアプリに対する総合満足度は、Y 世代^{*3}間で最も高く、平均スコアは 760 ポイントとなり、次いで Z 世代の 720 ポイントとなった。X 世代、ブーマー世代、プレブーマー世代の顧客は証券会社のウェブサイトを利用する傾向が高く、資産運用モバイルアプリに対する満足度は低い。

^{*3} J.D. パワーでは、1946 年より前に生まれた人をプレブーマー世代、1946-1964 年に生まれた人をブーマー世代、1965-1976 年に生まれた人を X 世代、1977-1994 年に生まれた人を Y 世代、1995-2004 年に生まれた人を Z 世代と定義している。Y 世代の中で、特に 1982-1994 年に生まれた人をミレニアル世代と定義している。

優れたモバイルアプリはブランドロイヤルティを強化

総合満足度が高いモバイルアプリは、ブランド支持率も高く、NPS®（ネット・プロモーター・スコア®）*4は83ポイント（-100～+100ポイント）となった。これは、満足度の高いウェブサイト利用者の各ブランドに対するNPS®スコアが73ポイントとなったことと比較しても優位であると言える。

*4 ネット・プロモーター・スコア®及びNPS®は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

フルサービス型投資家にとってもデジタルチャネルは重要

一般的には資産運用モバイルアプリやウェブサイトは、主にセルフサービス型投資家向けに設計されている。しかしながら、この認識とは裏腹に、総合満足度は、証券会社が提供するデジタル・ツール（ファイナンシャル・アドバイザーとより効率的かつ便利につながるツールなど）を利用する傾向が高いフルサービス型投資家の間で高くなっている。

J.D. パワー ウェルス・インテリジェンス部門 シニアディレクター マイク・フォイのコメント

「若い投資家を惹きつけ、引き留めたい証券会社は、モバイルアプリの改善を続けることに注力する必要がある。モバイルアプリは実際に、現代の個人資産運用の顧客体験の中心になりつつあり、それはセルフサービス型投資家だけでなく、ファイナンシャル・アドバイザーからアドバイスを受ける投資家にも当てはまる。アプリユーザーは、より頻繁にそのブランドと関わるうえ、好ましい顧客体験をした場合には、そのブランドを推奨する可能性も非常に高くなる。」

J.D. パワー デジタル・ソリューションズ部門 シニアディレクター アミット・アガルワルのコメント

「デジタルは、個人資産運用の総合的な顧客体験の重要な要素となっている。最高のデジタル体験を提供している証券会社は、モバイルアプリやウェブサイトが顧客との関係の延長線上にあり、ファイナンシャル・アドバイザーとの関係改善、ブランドロイヤルティの向上、競合との差別化に活用できることを認識しはじめている。」

顧客満足度ランキング

第1位：J.P. Morgan Wealth Management（J.P. モルガン・ウェルス・マネジメント）（728ポイント）

第2位：Charles Schwab（チャールズ・シュワブ）（726ポイント）

第3位：Edward Jones（エドワード・ジョーンズ）（710ポイント）

《J.D. パワー 2022 年米国個人資産運用デジタル・エクスペリエンス顧客満足度調査SM概要》

年に1回、自己決定型とフルサービス型の個人投資家を対象に、個人資産運用モバイルアプリとウェブサイトを含むデジタルチャネルに対する満足度を聴取し明らかにする調査。今回で4回目の実施となる。前回調査までは調査名が“米国個人資産運用モバイルアプリ顧客満足度調査SM”であり、今回は調査設計の変更が行われた。

■実施期間：2022年6月～8月 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：自己決定型個人投資家とフルサービス型個人投資家

■調査回答者数：6,375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。総合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以下の通り。

【モバイルアプリ】：「情報・内容の分かりやすさ」（30%）、「読み込みの速さ」（24%）、「モバイルアプリの見やすさ」（23%）、「操作のしやすさ」（23%）、

【ウェブサイト】：「情報・内容の分かりやすさ」（29%）、「読み込みの速さ」（25%）、「ウェブサイトの見やすさ」（24%）、「操作のしやすさ」（21%）

*本報道資料は、現地時間2022年11月22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/2022-us-wealth-management-digital-experience-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：03-6809-2996 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：03-6809-2987 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

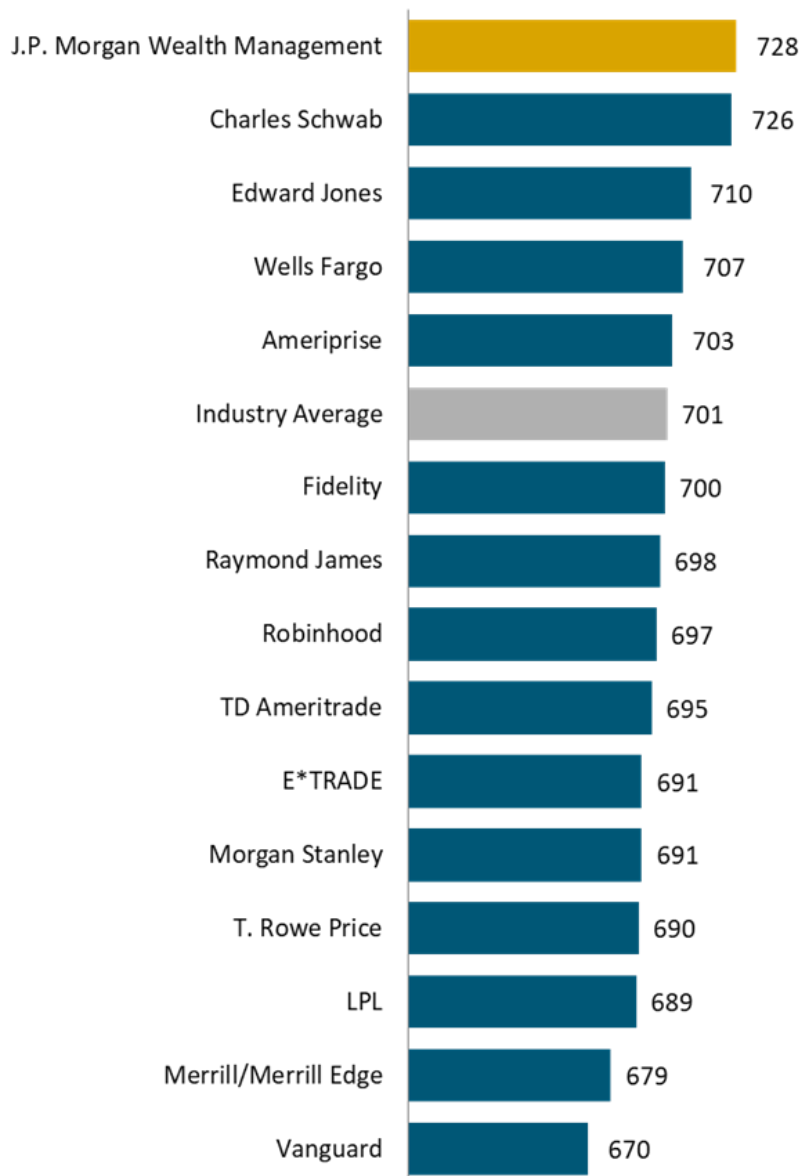
J.D. パワーについて：

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、世界を牽引する企業に、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提供するパイオニアです。

J.D. Power 2022 U.S. Wealth Management Digital Experience StudySM

Overall Customer Satisfaction Index Ranking

(Based on a 1,000-point scale)



Note: In order for a brand to be rank eligible, the brand must have 100 completes in each channel (i.e., web and app).
In alphabetical order if there are tie scores.

Source: J.D. Power 2022 U.S. Wealth Management Digital Experience 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.