

# 消費者の銀行個人用ローンサービスに対する 品質評価と満足度

金 聖 淑\*  
李 正 恩\*\*  
(訳) 宣 憲 洋\*\*\*

## (要旨)

本研究の目的は、消費者の銀行個人用ローンサービスに対する品質評価と満足度の水準を調べ、これに影響を及ぼす関連要因を把握しようとするものである。資料確保のために、住宅担保貸出と信用貸出をすべてオフラインで利用している成人男女419人を対象に、2009年10月5日から10月9日まで約5日間オンライン調査機関を通してアンケート調査を実施し、SPSS V.17を利用して統計分析した。

研究結果は、第一に銀行個人用ローンサービスに対する品質評価は性別、年齢、居住地、月平均家計所得、住宅現在時価により統計的に有意な差異を示さなかった。反面、銀行個人用ローンサービス品質評価は、世帯主の職業、延滞経験、信用貸出特性(貸出金額、利子率、銀行、資金使途)によって有意な差異を表した。第二に、銀行個人用ローンサービスに対する満足度は、世帯主の職業、信用貸出利子率、信用貸出資金使途によって統計的に有意な差異があることが明らかになった。第三に、回帰分析の結果、銀行貸出サービス満足度に影響を及ぼす要因としては、世帯主の職業、信用貸出資金使途、個人用ローンサービス品質評価の細部項目があることが分った。銀行個人用ローンサービス品質領域で、成果部分(本源的欲求充足、予想外の特典、創造性)が、過程部分(信頼性)より消費者満足度に及ぼす影響力がより大きかった。

このような結果で見る時、銀行の個人用ローンサービス提供は人口学的特性に伴う差別がないものと解釈される。また、顧客満足において顧客の貸出資金使途が非常に重要な変数であることが現れたことで、顧客の貸出目的に基づき細分化された顧客の欲求を満たすことのできる多様なサービスの用意が提供される必要がある。そして、相対的に職業地位が低い貸出者も重

\* 啓明大学社会科学部消費者情報学科准教授

\*\* 啓明大学社会科学部消費者情報学科修士課程

\*\*\* 小樽商科大学非常勤講師

Key words : 銀行ローン・サービス, サービス品質評価, 消費者満足

要な貸出市場の重要な顧客集団であるから、銀行の立場で顧客を失わない対処方案が用意されなければならないであろう。本研究は、研究対象をオフラインで貸出サービスを利用した家計、そして主要5行に限定し、オンライン調査機関を通じてアンケート調査を実施した。したがって、調査対象者の質問作成の真実性問題、そして相対的低年齢層の高い参加などの限界がある。

## 1 問題提起

韓国の個人用ローンの急激な増加は、金融産業の変化の中でもっとも注目に値する現象である。1998年末普通銀行の総資産の中で、個人用ローン比重は11.2%に過ぎなかったが、2000年末は17.7%、2008年末は32.7%に増加した。特に去る2001年、初めて銀行総資産の中で個人用ローンの比重は24.0%と、企業個人用ローン比重(23.6%)よりさらに高まり始めた後、その格差は増加している(ヘラルド経済, 2009.11.15)。そして、個人用ローン金額は2000年末87兆ウォンから2009年9月末現在675.6兆ウォンに増加し、そのうち銀行の個人用ローン金額は2009年9月末現在で405兆に達する。また銀行の個人用ローンの中で、住宅担保個人用ローンは259.2兆ウォンで64%を占めている(韓国銀行, 2009.11.25)。

このように、個人用ローンの爆発的な増加により家計破綻に対する恐れがあるのと反対に、諸金融機関は個人用ローン増加にともなう相当な収益の増加という実績を得ている。これに伴い、各銀行をはじめとして、保険会社、相互貯蓄銀行、貸金業者なども競って個人用ローン実績に注力するなど、個人用ローンサービスは多様な金融行サービスでもっとも重要な分野として台頭した。過去、銀行など金融機関は個人用ローン競争で過度な金利競争に重きを置き、利用消費者をして混乱を発生させたり、顧客に高い手数料を賦課して、個人用ローンを受けるために長い間待たなければならないなど、顧客不満を引き起こした。反面、最近個人用ローン金融機関はこのような顧客不満を解消するために、個人用ローン金利以外にも多様なサービス競争を導入している。それにもかかわらず、いまだ個人用ローン利子の決定、高い手数料など個人用ローン費用の顧客への転嫁、個人用ローン手続きや個人用ローン約束履行、個人用ローン担当職員の態度、個人用ローンと共に、他の金融商品を抱き合わせて売るなどサービスにおいて顧客不満が発生している(韓国消費者院, ホームページ資料)。

一方、銀行サービスと関連する先行研究は、最近銀行と関連した先行研究では、銀行の顧客指向的な方法を通じ顧客にサービス、便宜性などの提供を通じて、顧客満足を与え、既存取引先との長期的な関係を結んでいくことが銀行の収益にも寄与し得るであろうと提案している(朴雄熙, 1997;ヨム・キュボク (Yeom Gyu Bok), 1999;イ・ヨング ((Lee Yong Gu), 2001; 朴成煥2005;クォン・ミンテク (Kwon Min Taek), 2008等)。このような先行研究の主要研究内容は、銀行サービス全般のサービス品質の要因を究明する内容や、銀行顧客満足度水準を把

握する内容であった。特に、銀行サービスの過程、結果、環境的側面でサービス品質要因を構成したり、銀行顧客満足指数を開発する作業は有用であると評価される。反面、銀行サービスで、より重要な比重を占める個人用ローンサービスに対するサービス品質と満足度を調べた研究はなかった。既存の研究は、個人用ローンサービスを銀行サービスの部分として扱っているために、研究結果で銀行の与信サービスと一緒に分析していて個人用ローンサービスだけを分離して調べるのが難しい。

ここに、本研究は個人用ローンサービスの品質評価と満足度を調べて、関連要因との関係性を検証して、究極的に個人用ローンサービスの満足度に影響を及ぼす要因を把握しようと思う。本研究が消費者満足度を重要視する理由は、既存の消費者満足理論で消費者が満足するほど、その企業の販売は増進されて、これは収益増加という結果として現れる得ることが実証されているためである。本研究は調査対象として韓国の主要銀行を選定したが、前記のごとく、銀行の個人用ローン比重が圧倒的に大きいためである。本研究の結果は、銀行の個人用ローンサービスの質向上のための案と、消費者満足度を増進させる案を提示することによって、銀行と消費者との関係を築きなおすのに寄与し得るものと信ずる。

## 2 理論的背景

### (1) 銀行サービスと個人用ローンサービスの現況

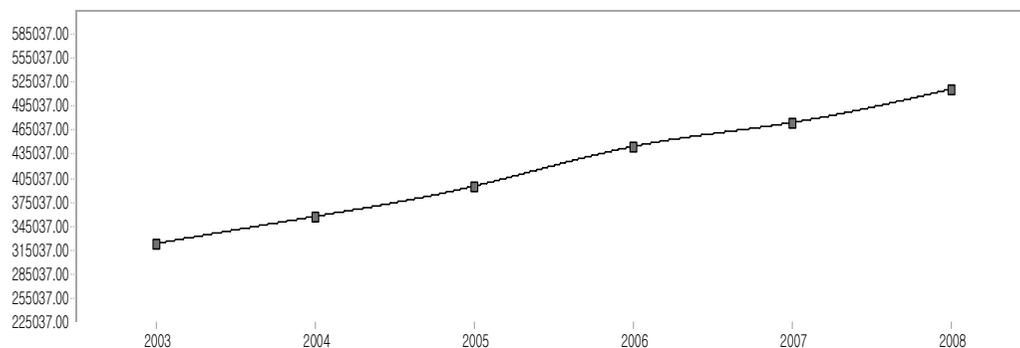
韓国の銀行は全19機関が2009年9月末現在運営中である。このうち全国的に営業をする都市銀行は、全7行で国民銀行、新韓銀行、ウリ銀行、ハナ銀行、韓国スタンダードチャータード第一銀行、韓国シティ銀行、韓国外換銀行がある。特定地域に限定して、営業中の地方銀行は全8行であり、その他特殊銀行として、農協をはじめとして4行がある。銀行は営業の特性が与信と受信を媒介することで、顧客から要求払預金および定期性預金を受入れ、これを財源として企業または一般人に長・短期ローンを提供して預・貸金利差で利潤を得る。この他にも、企業の設備資金供給のための長期金融業務、内外国為替業務、支払保証、有価証券の引受、売買および貸付、国庫代理業務等広範囲な業務を取扱っており、その他付帯サービスで手数料を得て営業活動を継続する継続企業であるといえる。

サービス市場の開放およびグローバル化、顧客欲求の多様性等により持続的競争優位維持が難しくなることによって、企業は競争深化および顧客の多様な欲求変化に対処するために、顧客の意識されたサービス品質評価、顧客満足、顧客価値およびブランド・ロイヤルティ向上に非常に努力している。特に、顧客接点中心の銀行サービス特性上営業力強化のためには最上の顧客サービス品質評価、顧客価値、顧客満足およびブランド・ロイヤルティ構築は大変重

要になった。しかし、このような部分は費用増加を招くこともあり得るので、銀行は費用節減のために窓口でなされていた入/出金、送金業務および公課金収納業務をCD(現金自動引出機)、ATM(現金自動入/出金機)等を利用して、次第に機械化している。

一方、個人用ローンと関連する概念で、消費者信用、家計信用がある。「消費者信用」は金融機関や販売業者が消費者に消費支出に必要な資金を直接個人ローンしたり、販売代金の償還延期などを通じて信用を供与することで、広義の消費者ローン負債に該当する。消費者信用は、直接金銭が提供される消費者金融(consumer finance)と、商品またはサービスの形態で信用が供与される販売信用(merchandise credit)に区分する。家計信用は、「消費者信用」の中で不法金融(高利貸、質屋、頼母子講など)による消費者金融部分を差引いた制度金融圏の個人用ローンと販売信用(クレジットカードおよび割賦販売)の計と定義される。

預金取扱機関の個人用ローン(年度別)



		2003	2004	2005	2006	2007	2008
小計	小計	322,013.0	355,540.0	393,239.5	443,348.2	474,097.5	515,963.2
預金銀行	小計	253,756.9	276,326.6	305,513.9	346,222.3	363,680.9	388,573.2
	住宅ローン	-	-	208,422.0	240,951.4	245,763.5	254,735.7
	(住宅担保貸出)	152,532.0	169,235.9	190,236.7	217,116.3	221,640.0	239,688.3
相互貯蓄銀行	小計	7,967.00	8,869.30	8,315.70	7,653.7	6,765.80	6,906.00
信用協同機構	小計	58,929.40	69,102.90	77,837.30	87,450.5	101,353.6	117,959.2
その他	小計	1,359.70	1,241.30	1,572.60	2,021.6	2,297.10	2,524.90
非銀行預金取扱機関	小計	68,256.10	79,213.50	87,725.60	97,125.8	110,416.6	127,390.0
	住宅ローン	-	-	-	-	47,050.00	56,422.70
	(住宅担保貸出)	-	-	-	-	46,629.60	55,995.8

図表 1. 韓国の個人用ローン残高の推移(2003~2009)(出所:統計庁)

## (2) 個人ローンサービスに対する品質評価と満足度関連先行研究

Rust and Oliver (1994) は、サービス品質が「サービス商品 (service product)」, 「サービス伝達 (service delivery)」, 「サービス環境 (service environment)」という三次元で構成されていると見た。サービス商品は結果品質に関連して、サービス伝達は過程品質に関連すると見ており、サービス環境はサービス伝達の背景だと見ることができるとした。消費者は製品購買前に製品成果に対して期待をするようになり、製品を購入し使用した後で実際の成果を認識するようになるので、期待と実際成果間の差異が満足を決定すると見る見解が多い (Oliver, 1980; Tse & Wilton, 1988)。Engel & Blackwell (1982) も、顧客満足は選択された代案がその代案に対する購買前信念と一致するという評価であるといい、上の見解に符合している。反面Swan & Oliver (1989) は、消費者が自身の取引相手との交換関係を分析して、自身が相手に比べて、公正な待遇を受けていると思えば製品に対して満足し、そうでない場合満足しないという公正性理論を提起した。Westbrook and Reilly (1983) は、購買した特定製品や消費者、小売商、あるいは、ショッピングや購買行動のような行動と関連またはこれらによって引き起こされる経験に対する感情的反応と見た。

顧客満足を銀行サービスに適用した研究を調べると、Laroshe, Rosenblatt, and Manning (1986) は銀行の顧客満足要因としてサービス速度、便利さ、職員サービス、親密さを考慮しており、Leblanc and Nguyen (1988) は会社、銀行内部組織、物理的サービス、職員サービス、顧客との相互作用を主要因とした。Athanassopoulos (2000) は会社、革新性、物理的/職員のサービス、価格、便利性を主要因と見た。

国内研究として李チャンノ (Lee Jangro)・金チャンス (Kim Changsu) (1993) は銀行サービスに対する顧客の「期待」では積極的業務遂行、待ち時間、行員に権限付与が、「認識」では待ち時間、業務処理能力、サービス利用時点に対する情報提供など全て人的要素が物的要素より重要度で相対的に高く現れた。朴雄熙 (1997) は、サービス品質決定変数中職員の礼儀正しさ、多店舗網、職員の信頼性などが顧客満足度に有意的な影響をおよぼすことを発見した。一方ヨム・キュボク (Yeom Gyu Bok) (1999) は、銀行顧客満足度実証分析を通じ、顧客が銀行を選び取引を維持するにあたって重要だと思っている要素は接客態度、営業店の位置、個人ローンの容易さ、待ち時間、安定性などの順で現れることを明らかにした。そして、李ジウン (Lee Ji Eun)・朴グァンテ (Park Gwang Tae) (2002) は、オンラインのサービス品質では類型性と反応性で、オフラインの場合には類型性、共感性、反応性で顧客満足に有意な影響を与えることを示した。朴成煥 (2005) は、銀行を利用する顧客を取引状況 (預金、個人ローン) 別に分けた後状況により顧客が感じるサービス品質を測定した結果個人ローンより預金でサービス品質が高く現れたし、個人ローンでは反応性、共感性、危険状況対処能力が重要と現

れた。

李ヨング ((Lee Yong Gu) (2001) は、銀行顧客を対象に銀行が提供する各種サービスに対する満足水準を調べた結果を利用して、銀行顧客満足指数 (CSI) を産出しようと AMOS モデル分析を利用して、銀行サービスを接客態度、業務処理能力、サービス環境、自動化機器の4つの次元別に区分して、満足度を導出したところ、次元別満足度水準は業務処理能力がもっとも高く、自動化機器がもっとも低かった。

申英蘭 (2003) は、銀行サービスの顧客満足決定変数として確信性、信頼性、物理的環境、共感性に区分した。権ミンテク (Kwon Min Taek) (2008) は、銀行サービスのサービス品質と満足度を測定するための変数として、過程品質 (迅速性、信頼性、親切性)、結果品質 (好感性、価値性)、サービス環境品質 (快適性、便利性、審美性) を置き、認識された価値、顧客満足、顧客信頼、ロイヤルティを含めた。また、サービス品質 (過程、結果、サービス環境) の各次元を認識された価値、顧客満足、顧客信頼、ロイヤルティとの関係を検証した結果サービス品質のすべての次元が認識された価値、顧客満足、顧客信頼に肯定的な影響を及ぼした。

### 3 研究方法

#### (1) 研究モデルと研究問題設定

##### 1) 研究問題の設定

先行研究を考察した結果、個人用ローンサービスに対する満足度とサービス品質評価に対する研究は具体的に進められておらず、まだ銀行サービス品質増進を通じた顧客確保のために銀行サービスの品質内容を模索する広範囲な研究主題に留まっている。例えば、銀行サービスの価格 (利率)、顧客との関係、取引手続、物理的環境、不満処理能力の中で、どの要因が顧客満足や顧客ロイヤルティを増進させられるかを模索している。だが、銀行サービスすなわち具体的に貸出サービスの発展のためには、より多様な影響要因の考慮が必要であろうと思われる。すなわち、いろいろな人口学的要因、性別や年齢、居住地、職業などによって、銀行の個人用ローンサービスに差異があり得る。また顧客の財務的要因、すなわち家計所得水準や財産を表す住宅価格、また信用程度を表す延滞経験、そして取引する貸出特性 (利率、融資金額、資金用途、融資銀行) 等によって、銀行の個人用ローンサービスに差異が現れ得る。ここに本研究は先行研究が充分ではないが、銀行の個人用ローンサービスに対する品質評価と満足度に影響を及ぼす要因として、顧客の個人的特性や貸出特性の諸要因を採択した。

本研究では、消費者の銀行個人用ローンサービスに対する品質評価および満足度を調べるために、既存研究を参照して、次のような研究問題を設定した。

研究問題1. 消費者の銀行個人用ローンサービスに対する品質評価と満足度はどの程度なのか?

研究問題2. 消費者の銀行個人用ローンサービスに対する品質評価と満足度は人口学的特性、財務特性、個人用ローン特性によって差異があるのか?

研究問題3. 消費者の銀行個人用ローンサービス満足度に影響を及ぼす要因は何か?

## (2) 変数の操作的定義および測定

### 1) 変数の操作的定義および測定

銀行個人用ローンサービスの品質評価と満足度は、既存の研究を基盤に操作的定義を下すことができる。銀行個人用ローンサービスの品質評価とは、顧客がサービスの過程と成果で得た経験に対する客観的な評価と定義づけし得る。銀行個人用ローンサービスの満足度とは、個人用ローンサービスを利用した顧客が経験した個人用ローンサービスに対する感情的印象で満足度の程度と定義づけし得る。

サービスに対するサービス品質評価およびサービス満足度指標としてよく活用されているKS-SQI（公共機関で産業資源部傘下韓国標準協会（KSA）が主管施行しているサービス品質評価指数（Korea Standard Service Quality Index）を活用して、個人用ローンサービスに対する品質評価と満足度を測定した。KS-SQI以外にも既にある顧客満足評価モデルである顧客満足度（NCSI）、顧客満足指数（KCSI）があるがサービス産業だけを対象にするKS-SQIが本研究に一層適していると判断して、採択することになった。KS-SQI指数は、各測定項目に対して満足度と重要性を各々9点尺度で測定する。KS-SQIの一般的構成項目は、サービス満足度以外にサービス品質評価の細部項目で本源的サービス、予想外付加サービス、信頼性、親切さ、積極支援性、接近容易性、物理的環境で構成される。本研究では、韓国標準協会のサービス品質評価指数（KS-SQI）を根幹にして、顧客満足度（NCSI）、韓国顧客満足指数（KCSI）の項目を参考にして、個人用ローンサービス品質評価と個人用ローンサービス満足度を再構成した。

まず、個人用ローンサービス品質評価は「成果」領域での個人用ローンサービス品質評価（以下貸出成果品質評価）と「過程」領域での個人用ローンサービス品質評価（以下貸出過程品質評価）の二次元に分けた。貸出成果品質評価は貸出銀行の貸出結果に対する評価として下位構成項目で「本源的欲求充足」、「予想外特典」、「約束履行」、「創意性」が含まれる。また、貸出過程品質評価は貸出銀行と顧客との関係に対する品質として、下位項目は「顧客応対」、「信頼性」、「接近性」、「物理的環境」の4種の下位構成項目で構成される。また、各下位項目は二つの質問で測定したがすべての測定は項目の重要性（9点尺度）と評価（9点尺度）を各々測定して掛け合わせて点数化した。各尺度の点数が高いほど、高い評価を受けたことを意味する。

個人用ローンサービス満足度は、顧客が貸出サービスに対し総合的に感じる感情と定義される。この測定は前掲先行研究を参考にして、4質問項目で構成した。すなわち、「個人用ローンサービスを利用することにした決定に満足」、「個人用ローンサービスは期待したものより良かった」、「個人用ローンサービスを選択したことは賢明だったと思う」、「個人用ローンサービスを選択したことは良い経験」に対し重要性（9点尺度）と満足程度（9点尺度）を測定して、最終的にこれを掛け合わせて点数化した。尺度の点数が高いほど、満足度が高いことを意味する

本研究では、独立変数は人口学的変数の4質問項目、財務特性変数4質問項目、そして貸出特性変数8質問項目で構成される。人口学的特性変数は性別、年齢、居住地、職業類型を質問した。また、独立変数として財務特性変数は月平均家計所得、住宅現在時価、延滞経験を質問した。そして、個人用ローン特性変数としては住宅担保貸出と信用貸出から各々取引銀行、貸出金額、利率を質問し、その他信用貸出資金使途、貸出機関選択基準を含めた。測定変数の設問項目間信頼度を評価するために、信頼度係数（クロンバックの $\alpha$ 信頼度係数）を分析した結果、貸出成果品質評価と貸出過程品質評価は各々 .937, .958で非常に高い内的一貫性を表した。個人用ローンサービス満足の信頼度係数は.926で内的一貫性が非常に高く現れた

### （3）調査の設計

#### 1）調査対象と調査方法

本研究は、世帯の構成員の中で銀行の住宅担保個人用ローンと信用個人用ローンを現在利用していて住宅を所有している世帯を対象にした。調査当時各種個人用ローンをオフライン個人用ローンサービス利用を前提とした。調査はインターネット調査機関「アイクリック」を通じて、全国にいる成人男女419人を対象に、2009年10月5日から10月9日まで約5日間アンケート調査が実施された。回答者には、世帯全体の個人用ローンサービス経験に対する質問をした。

#### 2）分析方法

本研究では、収集された資料を通し、研究の目的を達成するために次のような分析方法を使用した。設問資料の分析と研究問題に対する検証のためにSPSS V.17.0を利用して、統計分析をした。独立変数にともなう個人用ローンサービスの品質評価と満足度の差異を検証するために、二つの集団間平均検証（t-test）と一元分散分析（One-Way ANOVA）を実施した。また、個人用ローンサービス満足度に対し影響を及ぼす要因を分析するために、相関関係（correlation）および多重回帰分析（multiple-regression）を実施した。

## 4 研究結果

### (1) 基礎資料分析

本研究の調査対象者の人口学的特性、財務特性、そして貸出特性の一般的傾向は、〈表1〉の通りである。調査対象者は、男(58.7%)、ソウル居住(40.6%)、事務職(38.9%)、30台(31.3%)、月平均家計所得が200~400万ウォン未満(39.6%)、住宅現在時価が2億未満(53.5%)、延滞経験のない集団(69.5%)の特徴を持つ。貸出銀行は住宅担保の場合は国民銀行(29.1%)、信用貸出の場合新韓銀行(21.5%)を多く利用し、利率は各々5~6%、6~7%が多数で信用貸出利率が少し高かった。融資金額は、各々5千万ウォン未満(51.3%)、1~3千万ウォン未満(39.4%)が多数であり、貸出銀行を選択する基準で利率(68.7%)を選択した場合が多かった。

個人用ローンサービス品質評価と個人用ローンサービス満足度に対する平均値を比較して見た結果、貸出成果品質評価は31.32で貸出過程品質評価34.48より低く、各構成要因でも「予想外特典」と「創意性」の部分で点数が26.98と28.07ともっとも低かった。そして、貸出過程品質評価の構成要因である「顧客応対」と「物理的環境」部分の点数が33.39と35.11で高かった。一方、個人用ローンサービス満足度は平均32.72で中間値に満たない点数で、個人用ローンサービスに対する消費者の全般的な満足度は中間以下と表れた。

### (2) 独立変数による個人用ローンサービス品質評価と個人用ローンサービス満足度差異

#### 1) 独立変数による個人用ローンサービス品質評価の差異

個人用ローンサービス品質評価が人口学的特性と財務特性の集団による差異があるのか分析した結果、性別、年齢、居住地、月平均家計所得、住宅現在市価により、個人用ローンサービス品質評価全体と成果品質評価、過程品質評価の水準は統計的に有意な差異が表れなかった。反面、世帯主職業、延滞経験により、個人用ローンサービス品質評価は統計的に有意な差異を示した。不安定な職業類型や延滞など、信用評価で不利な場合個人用ローンサービス品質を低く評価する傾向を示した。これは世帯主職業や延滞経験は全て貸出者の信用評価と直接的に関連する要因であるために、貸出審査および相談過程、そして貸出成果で信用評価が低い集団には貸出サービスが多少落ちるものと解釈される。

貸出特性の中で信用貸出銀行、信用貸出金額、信用貸出利率、信用貸出資金用途は個人用ローンサービス品質評価で一貫しないが部分的に有意な影響を及ぼすものと表れた。反面、住宅

&lt;表1&gt;調査対象者の一般的傾向 (N=419)

変数	区分	頻度	%	変数	区分	頻度	%	
性別	男	246	58.7	職業	専門/管理職	114	27.2	
	女	173	41.3		生産/技術職	40	9.5	
居住地	ソウル	170	40.6		自営業	64	15.3	
	首都圏	136	32.5		事務職	163	38.9	
	地方	113	27.0		販売/サービス業	25	6.0	
年齢	20代	131	31.3		専業主婦/その他	13	3.1	
	30代	179	42.7		延滞経験	有り	128	30.5
	40代	77	18.4			無し	291	69.5
	50代以上	32	7.6					
月平均世帯所得	200万ウォン未満	66	15.8		住宅現在時価	2億未満	224	53.5
	200-400万ウォン未満	166	39.6	2-3億未満		87	20.8	
	400-600万ウォン未満	115	27.4	3-4億未満		47	11.2	
	600-800万ウォン未満	49	11.7	4-5億未満		26	6.2	
	800万ウォン以上	23	5.5	5億以上		35	8.4	
住宅担保貸出銀行	国民銀行	122	29.1	信用貸出銀行	国民銀行	80	19.1	
	新韓銀行	82	19.6		新韓銀行	90	21.5	
	ウリ銀行	77	18.4		ウリ銀行	78	18.6	
	ハナ銀行	58	13.8		ハナ銀行	90	21.5	
	農協中央会	80	19.1		農協中央会	81	19.3	
住宅担保貸出利率	3-4%	92	22.0	信用貸出利率	4-5%	79	18.7	
	5%	131	31.2		6-7%	127	30.4	
	6-7%	129	30.8		8%	72	17.2	
	8%以上	67	15.0		9%以上	141	32.7	
住宅担保貸出金額	5千万ウォン未満	215	51.3	信用貸出金額	1千万ウォン未満	158	37.7	
	5千万ウォン-1億未満	136	32.5		1-3千万ウォン未満	165	39.4	
	1億-2億未満	59	14.1		3-5千万ウォン未満	65	15.5	
	2億-3億未満	7	1.7		5千万ウォン-1億未満	24	5.7	
	3億以上	2	0.5		1億以上	7	1.7	
貸出銀行選択基準	利率	288	68.7	信用貸出使途	事業/投資資金	81	19.3	
	貸出の迅速性	39	9.3		家計生活資金	124	29.6	
	親切度	8	1.9		負債償還	34	8.1	
	貸出期間	15	3.6		住宅購入資金	128	30.5	
	貸出可能金額	49	11.7		私教育費資金	25	6.0	
	取引銀行条件	20	4.8		その他	27	6.4	
	合計	409	100.0		合計	409	100.0	

<表 2> 個人用ローンサービス品質評価および満足度の一般的傾向

変数 (平均)		平均 (9~81点)	標準偏差	
個人用ローンサービス品質評価 (33.73)	貸出成果品質評価 (31.33)	本源的欲求充足	33.67	15.49
		予想外特典	27.65	14.15
		約束履行	35.13	15.61
	貸出課程品質評価 (35.33)	創意性	28.88	13.63
		顧客応対	34.44	15.86
		信頼性	33.81	15.08
		接近性	35.54	15.67
	物理的環境	37.75	16.75	
個人用ローンサービス満足度		33.77		

<表 3> 人口学的特性および財務特性による貸出サービス品質評価 (成果, 過程, 全体) の差異

	変数	区分	貸出成果品質評価		貸出課程品質評価		個人ローンサービス品質評価 (全体)	
			平均	T/F	平均	T/F	平均	T/F
人口学的特性	性別	男 (246)	32.00	1.276	35.70	.622	34.22	.901
		女 (173)	30.36		34.80		33.02	
	年齢	20代 (131)	35.58	1.02	36.74	.99	36.02	1.03
		30代 (179)	33.58		34.42		32.79	
		40代以上 (109)	34.62		35/12		33.73	
	居住地	ソウル (170)	30.91	.25	35.13	.09	33.41	.08
		首都圏 (136)	31.21		35.78		33.94	
		地方 (113)	32.05		35.11		33.96	
	世帯主職業	専門管理職/事務職 (280)	32.17	-2.14*	35.79	-1.21	34.29	-1.58
自営業/生産管理職		29.31	34.03		32.14			
販売サービス職 (129)								
財務特性	月平均家計所得	400万ウォン未満	30.33	1.49	34.31	1.30	32.72	1.48
		400~600万ウォン未満	32.60		36.79		35.11	
		600万ウォン以上	32.51		35.26		34.75	
	住宅現在時価	2億未満 (213)	31.85	.57	35.76	1.07	34.18	.87
		2億~3億未満 (166)	31.02		35.54		33.78	
		3億~5億以上 (40)	29.58		32.16		31.13	
	延滞経験	有り (128)	28.38	-3.06**	34.01	-1.21	31.81	-1.93
		無し (291)	32.61		35.91		34.57	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

担保貸出銀行, 住宅担保貸出金額, 住宅担保貸出利率, 貸出銀行選択基準は, 個人用ローンサービス品質評価に有意な影響を及ぼさなかった。このような事実は銀行が貸出サービスにおいて住宅担保貸出では比較的均一的なサービスを提供する反面, 信用貸出ではより差別的なサー

ビスを提供するものと解釈される。

信用貸出銀行では新韓銀行が貸出過程品質だけでもっとも高く評価され、貸出成果品質評価では銀行間差異がなかった。信用貸出金額が3千万ウォン以上の集団は、そうでない集団より貸出成果品質でだけ高く評価していた。また、信用貸出利率が低い集団（7%以下）、信用貸出資金使途が主に家計生活および塾等私教育費である集団がそうでない集団に比べて、貸出成果、貸出過程全ての面で品質評価が高かった。

## 2) 独立変数にともなう貸出サービス満足度の差異

個人用ローンサービス満足度は、性別、年齢、居住地などの人口学的特性や月平均家計所得、住宅現在時価、延滞経験のような財務特性により統計的に有意な差異を示さなかった。すなわち、韓国主要銀行の個人用ローンサービスが顧客の特性により差別的に提供されていないものと解釈される。前記個人用ローンサービス品質評価では、世帯主職業や延滞経験のような信用評価要因と関連する顧客の特性は、有意な影響を及ぼすことが明らかになったのとは異なる結果である。これは顧客の満足度概念自体が「期待したことに対する満たされ具合」を意味するために、顧客は銀行が提供するサービスの品質に対する客観的評価とともに期待水準を考慮して、満足度を決定するためであろうと考えられる。

このような結果は、人口統計的特性変数（性別、年齢、職業、学歴、所属グループ）に対する銀行顧客満足度を調べた申英蘭（2003）の研究結果とは、差異がある。申英蘭の研究が2003年度に実施された実証研究から2009年度に実施した本研究とは多少時間経過があり、申英蘭の研究は銀行の受信、与信を含んだ全般的なサービスを扱ったのに対し、本研究は個人用ローンサービスだけを扱っているために研究結果の差異が生じたものと判断される。

反面、信用貸出利率と信用貸出資金使途に伴う貸出サービス満足度は、統計的に有意な差異があることが明らかになった。信用貸出利率が相対的に低い集団がそうでない集団に比べて、個人用ローンサービス満足度が高かった。本研究の調査回答者が個人用ローン銀行の選択基準として利率をもっとも重要視する性向（68.7%）を持っており、また利率は貸出成果を決定するもっとも重要な内容であるために、このような結果は予測可能なものであるといえる。信用貸出資金使途を家計生活資金や塾など私教育費資金のように消費支出に当てようとする集団は、住宅購入、投資、事業資金などのように財産管理に当てようとする集団より、個人用ローンサービス満足度が高かった。調査回答者は、生活に緊急な資金使途のための貸出サービスがより満足だと感じるものと考えられる。

<表 4> 貸出特性に伴う個人用ローンサービス品質評価（成果，過程，全体）の差異

	変数	区分	貸出成果品質評価		貸出課程品質評価		個人ローンサービス品質評価（全体）	
			平均	T/F	平均	T/F	平均	T/F
貸出特性	信用貸出銀行	国民銀行（80）	30.31	2.42*	35.06	2.88*	33.25	2.88*
		新韓銀行（90）	34.92		39.39		37.55	
		ウリ銀行（78）	30.08		35.69		33.45	
		ハナ銀行（90）	29.49		32.52		31.31	
		農協中央会（81）	31.52		33.99		32.94	
	信用貸出金額	1千万ウォン未満（158）	33.19	3.19*	34.39	2.03	33.64	2.53
		1千～3千万ウォン未満（168）	31.70		34.71		32.81	
		3千万ウォン～1億以上（96）	37.15		37.91		36.42	
	信用貸出利率	4～7%（206）	33.25	-2.97**	37.16	-2.54**	35.61	-2.82**
		8～12%（213）	29.45		33.58		31.93	
	信用貸出資金使途	家計生活/塾等私教育費（149）	33.39	-2.40*	37.81	-2.57**	36.07	-2.59**
		財産管理（270）	30.17		33.98		32.45	
	住宅担保貸出銀行	国民銀行（122）	29.81	1.16	34.53	.50	32.70	.69
		新韓銀行（82）	33.30		37.24		35.60	
		ウリ銀行（77）	30.11		34.57		32.79	
		ハナ銀行（58）	31.90		35.22		33.89	
		農協中央会（80）	32.32		35.42		34.18	
	住宅担保貸出金額	5千万ウォン未満（215）	31.03	.10	34.98	.23	33.41	.16
		5千万ウォン-1億未満（136）	31.61		36.01		34.25	
		1億-3億未満（68）	31.63		35.04		33.68	
住宅担保貸出利率	3～5%（223）	32.28	1.61	36.24	-1.38	34.67	-1.53	
	6～10%（196）	30.21		34.30		32.66		
貸出銀行選択基準	利率（288）	31.15	.36	35.54	-.43	33.79	-.14	
	迅速性/親切さ等（131）	31.68		34.86		33.59		

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

### （3）消費者の銀行個人用ローンサービス満足度に影響を及ぼす要因

#### 1）回帰モデルの設定と検証

消費者の銀行個人用ローンサービス満足度に影響を及ぼす要因を調べるなかで，特に貸出サービス品質評価と貸出サービス満足度の関連性を分析するために，3種類の回帰モデルを設定した。回帰モデル1は前記平均差異検定結果人口学的特性と財務特性，貸出特性で有意な差異

<表5> 独立変数にともなう個人用ローンサービス満足度差異

変数		区分	満足度		変数	区分	満足度	
			平均	T/F			平均	T/F
人口学的特性	性別	男	33.62	-.24	信用貸出銀行	国民銀行	31.90	1.63
		女	33.98			新韓銀行	36.53	
	年齢	20代	34.80	.47		ウリ銀行	32.91	
		30代	33.24			ハナ銀行	32.03	
		40代以上	33.31			農協中央会	35.19	
	居住地	ソウル	32.89	.50	信用貸出金額	1千万ウォン未満	32.74	1.73
		首都圏	31.21			1千～3千万ウォン未満	33.28	
		地方	34.03			3千万ウォン以上	36.20	
	世帯主職業	専門管理職/事務職	34.85	-2.25*	信用貸出利率	4～7%	35.39	2.23*
		自営業/生産技術職 販売サービス業	31.49			8～12%	32.15	
財務特性	月平均家計所得	400万ウォン未満	32.77	1.16	信用貸出資金使途	家計生活/私教育費	37.20	3.48***
		400～600万ウォン未満	34.88			財産管理	31.84	
		600万ウォン以上	35.17		住宅担保貸出銀行	国民銀行	31.60	1.06
	住宅現在時価	2億未満	34.49	新韓銀行		34.56		
		2億～3億未満	33.47	ウリ銀行		33.72		
		3億～5億以上	30.91	ハナ銀行		34.42		
	延滞経験	有り	31.94	.02	農協中央会	35.72	1.47	
無し		34.54	住宅担保貸出利率		3～5%	34.75		
貸出特性	住宅担保貸出金額	5千万ウォン未満	33.27	.23	銀行選択基準	利率	33.76	.03
		5千万-1億未満	34.15			迅速性/親切度等	33.71	
		1億-3億未満	34.42					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

を示した独立変数, すなわち世帯主職業, 信用貸出資金使途, 利率を含めた。回帰分析の仮定を充足させるため, 質的変数の世帯主職業と信用貸出資金使途を仮変数(ダミー変数)に転換した後, 独立変数として多重回帰分析に含めた。この時世帯主職業の基準変数は, 専門管理職にして信用貸出資金使途の基準変数は家計生活資金使途にした。これに伴い, 世帯主職業関連仮変数は, 2(事務職, 自営業外その他), 信用貸出資金使途関連仮変数は4(負債償還資金, 塾など私教育費資金, 住宅購入資金, 事業/投資資金)が生成された。利率は, 信用貸出利率と住宅担保貸出利率を合わせた後平均値を求めて, 独立変数値に含めた。

回帰モデル2は, 貸出成果品質評価と貸出過程品質評価が貸出サービス満足度に及ぼす相対的影響力を把握するためのものである。このために回帰モデル2の独立変数は, 回帰モデル1の独立変数と貸出成果品質評価と貸出過程品質評価を含めた。三番目の回帰モデル3は貸出サ

<表 6> 銀行個人用ローンサービス満足度に対する回帰分析

		回帰モデル1		回帰モデル2		回帰モデル3	
		B	ベータ	B	ベータ	B	ベータ
常数		42.965		2.072		1.089	
世帯主 職業	事務職	-3.069	-.050	-2.973	-.048*	-3.132	-.051*
	自営業/生産管理職/販売サービス業	3.558	.117*	.277	.009	.454	.015
信用貸 出資金 使途	負債償還使途	-4.471	-.082	-1.623	-.030	-1.238	-.023
	住宅購入資金使途	-5.595	-.173**	-1.470	-.045	-1.015	-.031
	塾等私教育費使途	-5.314	-.083	-.703	-.011	-.660	-.010
	事業/投資資金使途	-7.107	-.188***	-1.827	-.048	-1.069	-.028
貸出利率		-1.006	-.115*	.090	.010	.264	.030
貸出成果品質評価				.730	.644***		
本源的欲求満足						.590	.611***
予想外恩恵				-	-	.134	.127***
約束履行				-	-	.032	.034
創意性				-	-	-.103	-.094*
貸出過程品質評価				.262	.253***		
顧客応接				-	-	.052	.056
信頼性				-	-	.174	.175***
接近性				-	-	.023	.024
物理的環境				-	-	.035	.039
F		4.224***		157.587***		131.912***	
修正済R2		.051		.772		.825	
Durbin-Watson		2.073		2.016		1.965	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

ービス品質評価の細部項目が貸出サービス満足度に各々いかなる影響を及ぼすかを調べるためのものである。したがって、回帰モデル3の独立変数で回帰モデル1の独立変数と個人用ローンサービス品質評価の8種類の構成要因すなわち、本源的欲求充足、予想外特典、約束履行、創意性、顧客応対、信頼性、接近性、物理的環境を採択した。

ところで、回帰分析前に相関関係分析結果個人用ローンサービス品質評価の8種の細部項目間の相関関係が非常に高く、回帰モデルの多重共線性問題が生じる可能性があるため、各回帰モデルの多重共線性仮定の検証を実施した。その結果、回帰モデル1に含まれた独立変数のVIF値が1.03~1.29で10以下で現れ、状態指数は10.72と30以下で現れ、多重共線性は問題がなかった。そして、残差検証であるDurbin-Watson比が2.073で2に近いもので出て、回帰分析の仮定に反しないものと表れた。

回帰モデル2の多重共線性検証をした結果独立変数のVIF値が1.05~3.59で、10以下で出て、状態指数は14.976で30以下であり、すべての変数の分散比率が7以下で多重共線性は問題が

ないものと出た。そして、残差検証であるDurbin-Watson比が2.016で2に近いことが明らかになり、回帰分析の仮定に反しないことが明らかになった。そして、回帰モデル3の多重共線性検証をした結果、独立変数のVIF値が1.06～6.40で10以下と出て、状態指数は24.19で30以下でありすべての変数の分散比率が7以下で多重共線性は問題がないことが明らかになった。そして、残差検証であるDurbin-Watson比が1.965で2に近いことが明らかになり、回帰分析の仮定に反しないことが明らかになった。

## 2) 分析結果

回帰モデル1の回帰分析結果、回帰モデル1は有意水準0.1%未満で統計的に有意なものとして表れ、これら独立変数が銀行個人用ローンサービス満足度を説明する程度は0.1%と出た。銀行個人用ローンサービス満足度に有意に影響を及ぼす変数は世帯主職業（自営業など）と信用貸出資金使途（住宅購入資金使途、事業/投資資金使途）、そして貸出利率と出た。世帯主職業が自営業などである場合に、専門管理職に比べて満足度が高かった。また、住宅購入資金使途で信用貸出を受ける集団と事業および投資資金使途で信用貸出を受ける集団が、家計生活資金使途で信用貸出を受ける集団に比べて、満足度が低かった。そして、貸出利率が増加するほど銀行個人用ローンサービス満足度が増加した。

回帰モデル2の回帰分析結果、回帰モデル2は有意水準0.1%未満で統計的に有意なものとして表れ、これら独立変数が銀行個人用ローンサービス満足度を説明する程度は77.2%と出た。銀行個人用ローンサービス満足度に有意に影響を及ぼす変数は世帯主職業（事務職）と貸出成果品質評価と貸出過程品質評価と出たが、これらの相対的影響力を比較してみると、貸出成果品質評価が貸出過程品質評価より高かった（<表6>参照）。すなわち、銀行個人用ローンサービス満足度は貸出成果により、決定的に左右されると解釈できる。

回帰モデル3の回帰分析結果、回帰モデル3は有意水準0.1%未満で統計的に有意なことが明らかになったし、これら独立変数が銀行個人用ローンサービス満足度を説明する程度は82.5%と出た。銀行個人用ローンサービス満足度に有意に影響を及ぼす変数は世帯主職業（事務職）、本源的欲求充足、予想外特典、創意性、信頼性と現れた。これら有意に現れた影響要因の相対的影響力を比較してみると、本源的欲求充足、信頼性、予想外特典、創意性、世帯主職業（事務職）の順であった。すなわち、銀行貸出サービスに対する顧客満足度増進のためには物理的環境（施設等）や接近性の改善よりは顧客に対する特典を高めて顧客との信頼を積むことがもっとも決定的であることを改めて確認することができた。貸出成果品質評価の細部項目と貸出過程品質評価の細部項目を回帰モデルに含めた後、信用貸出資金使途関連変数の影響力がなくなって、世帯主職業（事務職）が有意な影響を及ぼすものと現れた。これは、貸出成果品質の細部項目が欲求充足や恩恵成就など資金使途と関連した内容を含んでいるために、資金使途の効果を相殺したものと解釈される。

## 5 結 論

本研究は、消費者の銀行個人用ローンサービスに対する品質評価と満足度を調べ、消費者の人口学的特性、財務特性、貸出特性により貸出サービス品質評価と貸出サービス満足度にいかなる差異を示すか、また銀行個人用ローンサービス満足度に影響を及ぼす要因を把握しようとした。このためにオンライン調査機関を通し、住宅担保貸出と信用貸出を全て利用してみた経験がある住宅所有世帯を対象にアンケート調査を実施し、統計分析した。

研究結果は次の通りである。第一に、銀行個人用ローンサービスに対する品質評価は性別、年齢、居住地、月平均家計所得、住宅現在市価によって統計的に有意な差異を示さなかった。反面、銀行個人用ローンサービス品質評価は世帯主職業、延滞経験、信用貸出特性(融資金額、利率、銀行、資金使途)により有意な差を示した。第二に、銀行個人用ローンサービスに対する満足度は世帯主の職業、信用貸出利率、信用貸出資金使途により統計的に有意な差異があるものと表れた。第三に、回帰分析の結果、銀行貸出サービス満足度に影響を及ぼす要因では世帯主職業、貸出成果品質評価の細部項目(本源的欲求充足、予想外特典、創意性)と貸出過程品質評価の細部項目(信頼性)と表れた。個人用ローンサービス品質領域で成果部分が過程部分より消費者満足度に及ぼす影響力が相対的に、より大きかった。

本研究の調査結果を通し、銀行個人用ローンサービスの満足度増進のための方案を提示して見ることができる。第一に、貸出銀行のサービス提供は人口学的特性に伴う差別がないものと解釈され、現行の貸出サービス慣行が望ましいものであると思われる。世帯主職業が自営業や生産・販売・サービス業で多少満足度が低いものと出たがこれは職業類型が信用評価に関連した変数であるためのものと判断される。ただし、これらが相対的に不安定な職業類型であっても、重要な顧客層であるから銀行の立場から顧客を失わないためには、不安定な職業群にある顧客に対する対処方案が必要である。たとえば、彼らのための別途の信用評価方法を考案したり、彼ら自らが自身の信用をよく管理して増進させられるように担当者の指導と相談サービスがなされなければならないものと判断する。

第二に、信用貸出資金使途により貸出サービス満足度で差異があることから見る時、貸出目的に基づいた細分化された顧客の欲求を充足できる細分化された多様なサービスの用意が提供されていなければならない。特に、貸出成果が貸出顧客満足度に決定的な影響を及ぼすことから見る時、顧客の貸出目的は貸出管理における重要な情報になるであろう。例えば、資金使途に区分なしにあらかじめ決められたサービスを全て適用するのではなく、資金使途にともなう利率、付加サービスなどの特典を分けて、別に適用することによって、もう少し多様なサービスが提供され得るだろうと思われる。

第三に、銀行の信頼性は貸出成果品質を統制した後にも顧客満足度に影響力が高い変数として表れたが、銀行が貸出審査や貸出実行などで信頼を積み上げて行く努力が、顧客満足度を増進させるもっとも重要な方法であることを再確認できた。銀行貸出担当者の信頼を高める態度、そして信頼すべき貸出審査手続きなどがその例になり得る。

第四に、貸出サービス品質評価で低く評価された「予想外の特典」項目は回帰分析の結果、貸出サービス満足度では相対的に高い影響力を表した。たとえ消費者自身が願うサービスも重要で、仮に要求しはしなかったとしても消費者の考えを先に読んで、提供し得る独創的なサービスに対する方案が改善されるとしたら、顧客の満足度はさらに向上するであろう。したがって、やはり消費者に既に形成されたまったく同じ貸出サービスではなく、消費者の欲求と好みの変化の流れに合わせたサービス制度方案が用意されなければならないものと見られる。

学問的な側面で、銀行貸出サービス分野の研究が不十分で、個人用ローンなど信用問題が世界的に一層重要になっているために、これに対する品質評価と満足度研究は研究の価値があると考えられる。実践的な側面から見る時、韓国は個人用ローン拡大問題が引き続き社会的関心になっており、また銀行など金融機関の収益構造上貸出サービス実績の成否が金融機関生存のカギになっている状況である。ここに本研究が提示した貸出サービスのサービス改善案の提案が、銀行をはじめとする金融機関の顧客満足経営のための努力に寄与し得ることを期待する。

本研究は、個人用ローンサービスのうち住宅担保貸出と信用貸出サービスに対する品質評価および満足度に限定された調査結果であり、次のような限界点がある。まず、先行研究の不足により精巧な尺度を使用できなかった点がある。既存の先行研究では、銀行のサービス中特定サービスではない銀行サービスの全般的な貸出サービス満足度に関する研究で個人用ローンサービスに対するサービスの尺度準備が必要だと思う。次に、オンラインを通じ、調査をしたために調査対象母集団に限界がある。調査対象が住宅を所有する世帯であったにもかかわらず、オンラインを主に利用する20、30台の応答が多かったし、オンラインを簡単に利用できない50台以上の応答率が低くて、年齢台別に多様な応答が得られなかった。今後これと関連する調査では、調査対象の選定により精巧な注意が必要である。

---

#### 参考文献

- クォンミンテク (Kwon Min Taek) (2008), 「銀行サービス品質が顧客満足とサービスロイヤルティに及ぼす影響」, 『韓国サービス経営学会誌』。
- キムギョンヒ (Kim Gyeong Hee)・ホンスンボク (Hong Sun Bok) (2005), 「消費者の銀行サービス利用形態に関する研究」, 『人的資源管理研究』, 韓国人の資源管理学会, 12 (1)。
- キムジンホア (Kim Jin Hwa)・ユハンジュ (Yu Han Ju)・ソングァンソク (Song Gwang Seok) (2009), 『DEAを利用したサービス効率性測定に関する研究－国内5都市銀行のサービス品質指数を中心に－』, 韓国品質

経営学会。

- パクチョンヒ (Park Jeong Hee) (2007), 『預金金利競争と銀行の与信資産の健全性』, 韓国金融学会
- 朴成煥 (2005), 『預金状況と貸出状況ともなうサービス品質と顧客成果の差異に関する研究』, ソウル産業大学産業大学院修士学位論文。
- 朴雄熙 (1997), 『銀行のサービス品質と顧客満足および購買意図の関連性』, 修士学位論文, 全南大学校大学院。
- 申英蘭 (2003), 『銀行サービスの顧客満足と顧客ロイヤルティの決定要因に関する実証研究』, 韓国海洋大学大学院修士学位論文。
- イヨング (Lee Yong Gu) (2001), 『AMOSを利用した銀行顧客満足指数測定』, 韓国品質経営学会。
- イユジェ (Lee Yoo Jae) (2000), 「顧客満足研究に関する総合的考察」, 『消費者学研究』, 11 (2)。
- イチャンノ (Kee Changro)・キムチャンス (Kim Chang Soo) (1993), 「銀行サービス品質の評価および測定に関する実証分析－銀行サービス品質決定要因に関する分析を中心に－」, 韓国マーケティング学会, 8(2)。
- イジウン (Lee Ji Wun)・パクグァンテ (Park Gwang Tae) (2002), 『インターネット証券サービス品質と顧客満足に関する研究』, 韓国経営科学会。
- チョ・チョロ (Cho Cheor Ho) (2009), 『インターネットバンキング ウェブサイト サービス品質が顧客満足、関係品質およびリユース意図に及ぼす影響』, 韓国サービス経営学会。
- チョソンベ (Cho Son Bae)・キム・グァンヨン (Kim Gwang Yong) (2008), 「KS-SQI, NCSI, KCSIの比較研究」, 『ホテル経営学研究』, 17 (3)。
- 韓国銀行 (2009), 『2009年7月中預金取扱機関個人ローン動向』, 経済統計局金融統計チーム。
- Athanassopoulos, A. D. (2000), "Consumer Satisfaction Cues to support market segmentation and explain switching behavior," *Journal of Business Research*, 47, 191-207
- Engel, J.F.and Blackwell, R.D. (1982). *Consumer Behavior (4th ed.)*, New York:Dryden Press.
- Laroshe, M.J.Rosenblatt and T.Manning (1986), "Services used and Factors Considered Important in Selecting a Bank:An Investigation caross diverse Demographic Segments," *International Journal of bank Marketing*, Vol. 4
- LeBlanc, G.and N.Nguyen(1988), "Customers' Perception of Service Quality in Financial Institutions," *International Journal of bank Marketing*, Vol. 4, 35-55.
- Oliver, Richard L. (1997). *Satisfaction:A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York:Irwin/McGraw-Hill.
- Oliver Richard.L. (1980). A Cognitive Model of the antecedents and Consequences of Satisfaction Decision. *Journal of Marketing Research*, November.
- Rust, Roland T.and Richard L.Oliver (1994). Service Quality:Insight and Managerial Implications from the Frontier.In *Service Quality:New Directions in Theory and Practice*, Roland T.Rust and Richard L.Oliver (Eds.), Thousand Oaks, CA:sage Publications moments of Customer-Perceived Service Quality:A Confirmatory Factor Analysis Approach, *The Journal of Services Marketing*.
- Tse, D.K.and P.C.Wilton (1988). Model of Consumer Satisfaction Formation: A Extension, *Journal of Marketing Research*, Vol. 25.
- Westbrook Robert A, and Michael D.Reilly (1983). Value-Percept Disparity:An Alternative to the Disconfirmation of Expectation Theory of Satisfaction, *Advances in Consumer Research*, Vol. 10, pp. 109-115.

(2010年1月14日受理)

## Consumers' Service Quality Evaluations and Satisfaction of Household Bank Loans

Sungsook KIM\* and Jung-Eun LEE\*\*

### (Abstract)

The purposes of this study are to examine if there is a difference in the service quality evaluations and satisfaction of the loan service depending on consumers' demographic, financial and lending characteristics and to find the factors affecting satisfaction of the loan service. Based on a premise that they made loans off-line and were home-owned households using mortgage loan and credit loan services at the moment provided by banks, a five-day online survey from October 5 to 9, 2009 was conducted on 419 male and female adults that were.

The study results are summarized as follows:

Firstly, the study found that there was a significant difference in service quality evaluation of loan services depending on householder's occupation, credit loan rates and amount, kinds of banks for credit loan, purpose of credit loan.

Also, the study found that there was a significant difference in the satisfaction of the loan service according to householder's occupation, credit loan rates, purpose of credit loans. Secondly, what were statistically significant factors affecting satisfaction of the loan service were householder's occupation and detailed items of loan service evaluations like fulfilling needs, unexpected benefits and trust on bank.

---

\* Assistant Professor, Department of Consumer Information Science, Keimyung University

\*\* Graduate Student, Department of Consumer Information Science, Keimyung University