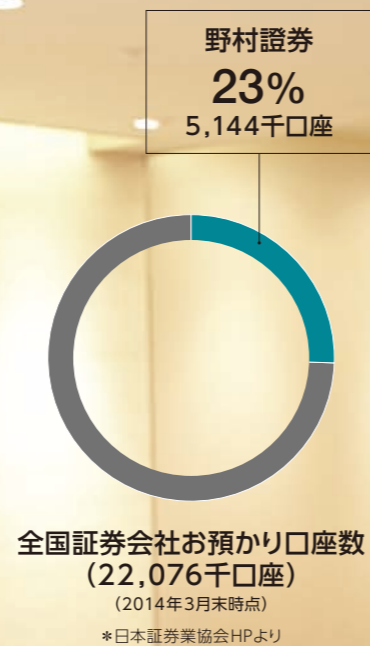


「営業部門は、コンサルティング営業の一層の強化、  
多様化かつ高度化するお客様のニーズに応える  
サービスと商品の拡充、社員のレベルアップなどに努めており、  
お客様にとって本当に信頼できるパートナーとなることを目指しています。」



営業部門CEO  
森田 敏夫



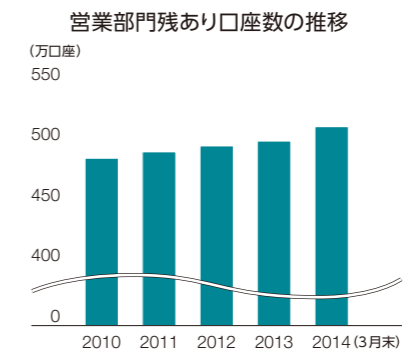
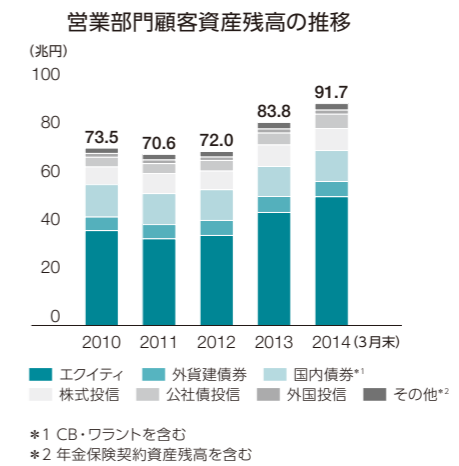
### 市場環境と2014年3月期の業績

2014年3月期は、日銀の大胆な金融緩和などを  
受け、円高の修正や企業業績の改善が進み、上期を  
中心にマーケットは活況を呈しました。下期におい  
ては、12月末に向けて、証券税制の軽減税率終了  
前の駆け込み需要や、株高・円安の進行などで取引  
が活発になる局面もありましたが、米国における量  
的緩和縮小の示唆や、地政学リスクの顕在化など  
で、投資家のリスク許容度が低下し、上期の活況時  
に比べると、取引量は減少しました。

このような環境下、2014年3月期の営業部門の  
収益は5,119億円、前期比29%の増収となりました。  
税引前当期純利益は1,920億円、セグメント情  
報を開示し始めた2002年3月期以降で、2006年  
3月期(1,972億円)に次ぐ2番目の高水準となって  
います。

お客様の価値観や関心事もますます多様化して  
います。金融資産についても、高齢化社会の進展や、  
税制の変更に対応しつつ、次世代へのスムーズな継  
承を前提とした運用が求められるようになりました。  
お客様の個別の家族構成やライフプランに見合っ

たきめ細かなコンサルティングの必要性がますます  
高まっています。野村証券では、このような多様な  
ニーズにお応えするためコンサルティング営業を徹



### すべてはお客様のために

#### FS課店頭対応コンテスト全国大会の実施

営業部門では、2014年1月～2月に「店頭対応コンテスト」を初めて開催  
しました。

店頭で接客業務を担っている全国のファイナンシャル・サービス(FS)課から  
代表125名が参加し、実際の来店を想定したロールプレイを行い、その接客  
技術を競いました。当社の役員も審査委員として参加する一方、社外の接客コ  
ンサルタント会社にも審査を依頼し、本当にお客様に喜んでいただける接客  
を追求しました。各支店では、半年前よりコンテストに向けた取り組みを開始  
し、「お客様にお伝えしなければならないことは何か」「お客様におうかがいす  
べきことは何か」の論議・検討を繰り返し、理想的な店頭接客を追求してこの  
場に臨みました。今後も「店頭対応コンテスト」を通じて、お客様の多様なニ  
ーズにスムーズに対応し、野村証券に相談してよかったと感じていただけるよ  
うな接客を目指します。





営業部門

底してきました。加えて2012年8月から、「お客様の信頼の獲得」と「ビジネスの拡大」の両立を掲げ、顧客資産残高と、投資信託の信託報酬などで構成されるストック収入の拡大を目指し、ビジネスモデルの変革に着手しています。

顧客基盤については、2014年3月末時点の残あり口座数が514万口座と、前期末比で約12万口座増加しました。通期の資産純増も8,700億円と拡大し、2014年3月末の顧客資産残高は、市場の追い風もあり、91.7兆円となりました。

また、2014年1月からNISAがスタートしましたが、2014年3月末時点の申込口座数は金融機関の中で最多となる129万口座です。日本株を中心に市場が好調であった当期でも、日本の個人金融資産のうち有価証券の占める比率は16%と、前期末の14%からの伸びは小幅にとどまっており、「貯蓄から投資へ」の流れを後押しするうえで、当社が果たすべき役割は大きいといえます。

顧客満足向上の取り組み

営業部門では、2011年3月期から、営業部門CEOをはじめ部門役員を委員とする「CS (Customer Satisfaction=お客様満足) 向上連絡会議」を月に1回開催しています。この会議では、お客様相談室、コールセンター、ホームページなどに寄せられた苦情・ご意見・ご要望をもとに、課題を検討し、商品・サービス・システムなどの改善に取り組んでいます。

こうした取り組みの一環として、昨年度は店頭レイアウトを改善し、159部店に自動体外式除細動器 (AED) を設置したほか、全国約8割の支店で「サー



京王新宿店総合店舗

ビス介助士」を常駐させています。今後もお客様や地域社会に貢献できるような施策や改善を本会議で検討、実施していきます。

お客様満足度調査の実施

お客様満足度を把握するために、2011年1月からカウンターにてファイナンシャル・サービス課員が接客したお客様を対象として、接客態度や商品説明のわかりやすさなどに関する「店頭サービスに関するアンケート」を定期的実施しています。当期は、2013年12月に来店されたお客様85,357人を対象に郵送によりアンケートを実施しました。(調査結果は58ページ参照)

2014年2月には、昨年に引き続き営業担当者別のお客様満足度調査を実施し、お客様から高い評価をいただいた資産運用コンサルタントを部門内で表彰し、野村証券のホームページで紹介しています。

お客様が選んだ野村の資産運用コンサルタント <http://www.nomura.co.jp/service/consulting/consultant/>

これらの2つの調査で集められたお客様の声を真摯に受けとめ、経営、本社、支店が課題の共有および改善策の検討を行い、より質の高いサービスの提供を目指します。

今後の取り組み

引き続き、「お客様の信頼の獲得」と「ビジネス拡大」の両立を目指し、コンサルティング営業を軸にした質の高いサービスを提供することで、お客様から信頼される良きパートナーとしてビジネスを進化させていきます。

資産運用サービスにおいては、お客様のリスク志向に合わせて投資信託、SMA (セパレートリー・マネージド・アカウント)、ファンドラップを活用した中長期分散投資に取り組むとともに、アセットアロケー

ションのグローバル化ニーズに合わせた商品を提供していきます。また、高リターンよりも低リスクを重視するお客様に対応するため、個人向け国債に代表される低リスク型商品や保険商品のラインナップを引き続き拡充していきます。

さらに、コンサルティングの質の向上を図るため、お客様の潜在ニーズを顕在化する「資産設計サービス」を通じて提案を行い、資産状況を把握する「保有資産レポート」を利用して定期的フォローを行っています。また、全営業担当者に配布しているタブレット端末によって、社内外どこにいても、お客様が必要とする情報をタイムリーにお届けできるようにしています。

こうした取り組みを進めるなかで、お客様の信頼の証である顧客資産残高とストック収入の拡大を図り、安定的な収益基盤を構築するとともに、本業を通じてお客様、地域経済、社会に貢献できるよう、役職員全員で努力していきます。



すべてはお客様のために

Morning Pitch (モーニングピッチ)

営業部門では、2013年から、若手起業家の育成、大手・中堅企業とベンチャー企業の提携促進を目的とした「Morning Pitch」を毎週1回朝7時から開催しています。「Morning Pitch」では、お招きしたベンチャー企業による事業内容のプレゼンテーションに対して、提携相手を探す企業の新規事業担当者などが毎回100名近く参加し、白熱した議論を展開しています。

こうした取り組みを通して、当社はベンチャー企業の成長支援だけでなく、新たなビジネスを模索する企業に対してアイデアを提供する「オープンイノベーション」の役割も担っています。「Morning Pitch」は、東京だけでなく名古屋でもスタートしています。今後もこうした試みを通じて、お客様に高付加価値のサービスを提供していきます。



NISAへの対応

2014年1月からスタートした投資優遇制度NISAは、これまで投資経験がないお客様や、資産運用から離れていたお客様を証券市場に呼び込み、証券投資の裾野を拡大するきっかけとなります。お客様のご要望に合わせて、株式、投資信託、そして定時定額購入を行う「ファンドるいとう」をご提案し、今後もNISAを通じた資産形成に貢献していきます。

野村のNISA <http://www.nomura.co.jp/nisa/>

NISA特集ページも併せてお読みください → p.12-13

高齢化社会に対応した商品・サービスの拡充

営業部門では、定期的に保険金をお受け取りいただく年金保険や、ご相続のお悩みに応える終身保険、比較的低リスクの投資信託など、高齢のお客様向けの商品ラインナップの強化に取り組んでいます。また、「ファンドラップセミナー」や「相続・贈与セミナー」などの個別のお客様との対話を主眼とした相談型セミナー、シニア層の関心の高い商品・サービスを提供している企業と連携してライフプランの具体化をお手伝いする「ハッピーライフ・セミナー」、簡易な手続きで振替ができる「贈与らくらくサービス」など、高齢化社会の多様なニーズに応えるサービスの充実を図り、さらなる信頼獲得に努めています。