

平成27年10月

「平成26年度お客様満足度調査」結果の概要について

大田原信用金庫

当金庫は、お客様へのより良いサービスの実現を目指して、平成17年度よりお客様満足度調査を継続実施しております。平成26年度も過去の調査と同じく、平成26年11月に、関東信用金庫協会の合同調査への参加により、個人のお客様を対象としたアンケート調査の調査結果を取りまとめましたので、主な項目についてお知らせいたします。

ご協力をいただきましたお客様には、貴重なご意見やご要望を賜りまして、有難うございました。心より感謝申し上げます。調査結果を真摯に受止めるとともに、今後もお客様満足度の向上に取り組んでまいります。

調査の概要

1. 実施内容

(1) 調査目的

個人のお客様が当金庫の営業姿勢や営業施策・対応などについて、評価している点や重視している点を把握し、当金庫が取り組むべき課題を明確化することを目的といたしました。また、過年度調査との比較により、回答に係る傾向や特徴を把握し、お客様へのより良いサービスの実現を目指して実施したものです。

(2) 主催 関東信用金庫協会

(3) 調査期間 平成26年11月14日(火)～平成26年11月21日(金)

(4) 調査対象 当金庫取引先 個人のお客様 300先

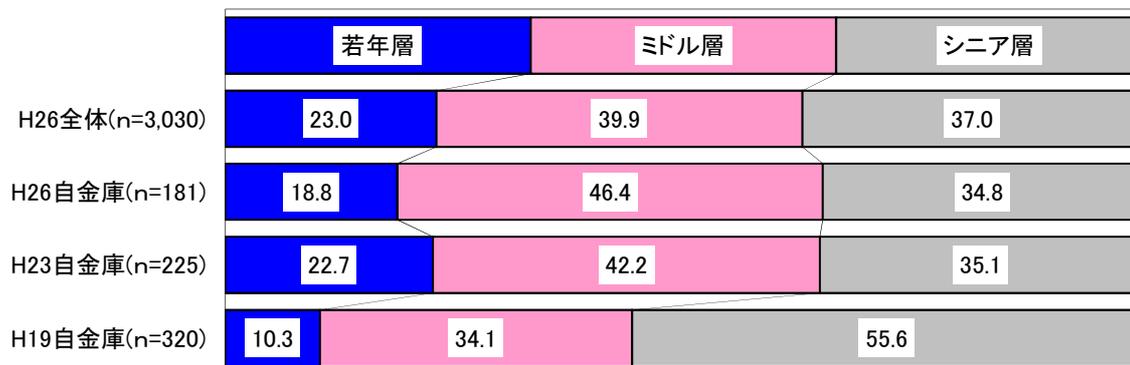
(5) 調査方法 アンケート用紙は当金庫職員がお届けし、ご協力をお願いいたしました。記入後の調査票は、関東信用金庫協会への郵送により回収いたしました。

(6) 調査項目 ①信用金庫の姿勢 ②信用金庫の活動全般 ③信用金庫の取引機能 ④お客様のご計画 ⑤総合的な満足度 ⑥お客様ご自身についての、6つの大項目といたしました。

(6) 回収率 回収数 183通 (回収率 61.0%)

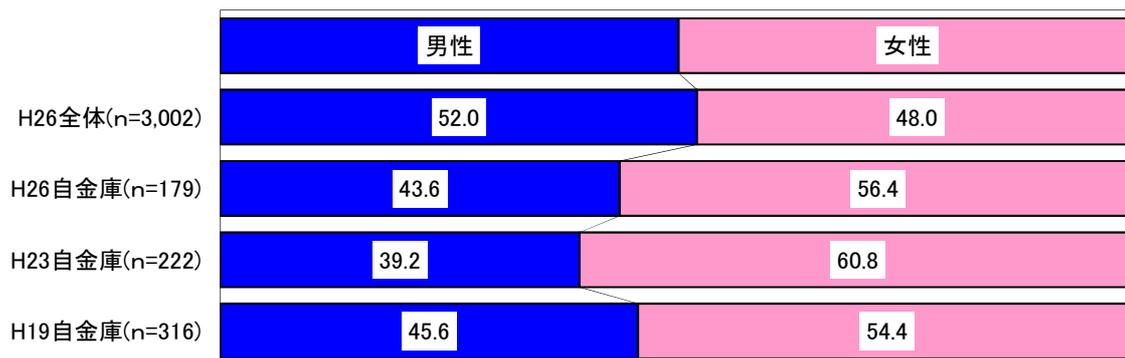
2. お客様ご自身について

①年齢層（3区分）

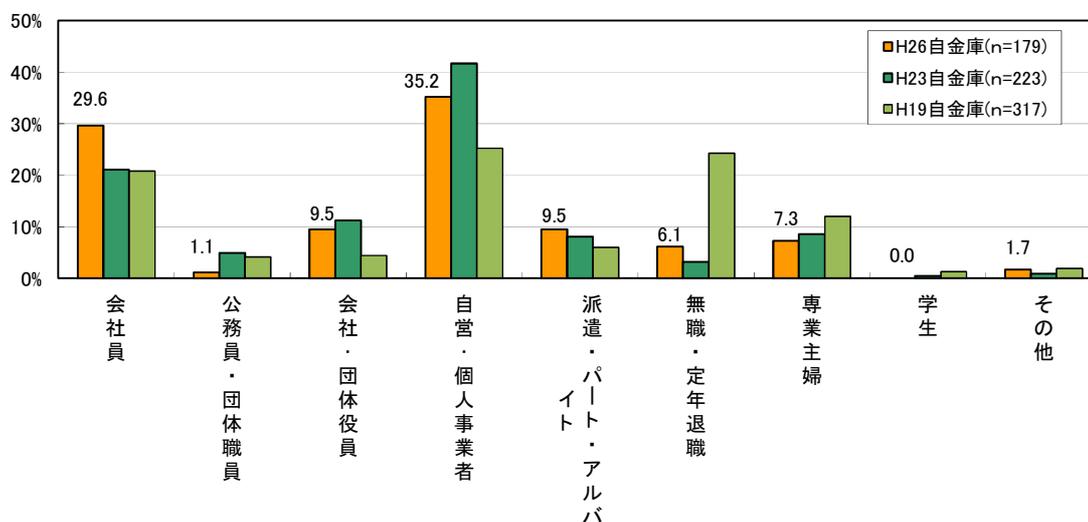


3層区分の定義：
 ・若年層：～39歳
 ・ミドル層：40～59歳
 ・シニア層：60歳～

②性別

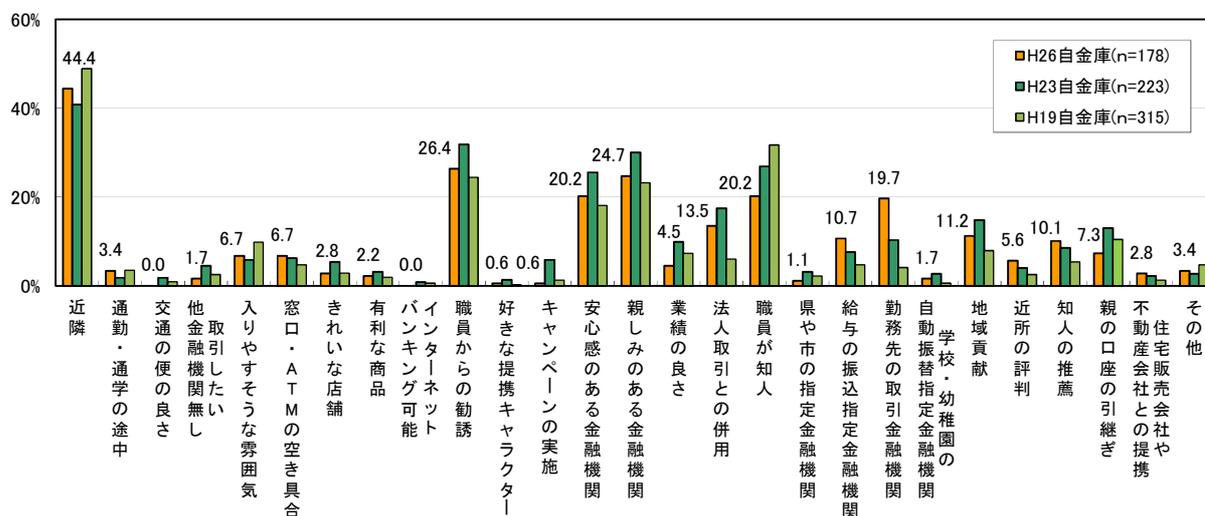


③職業



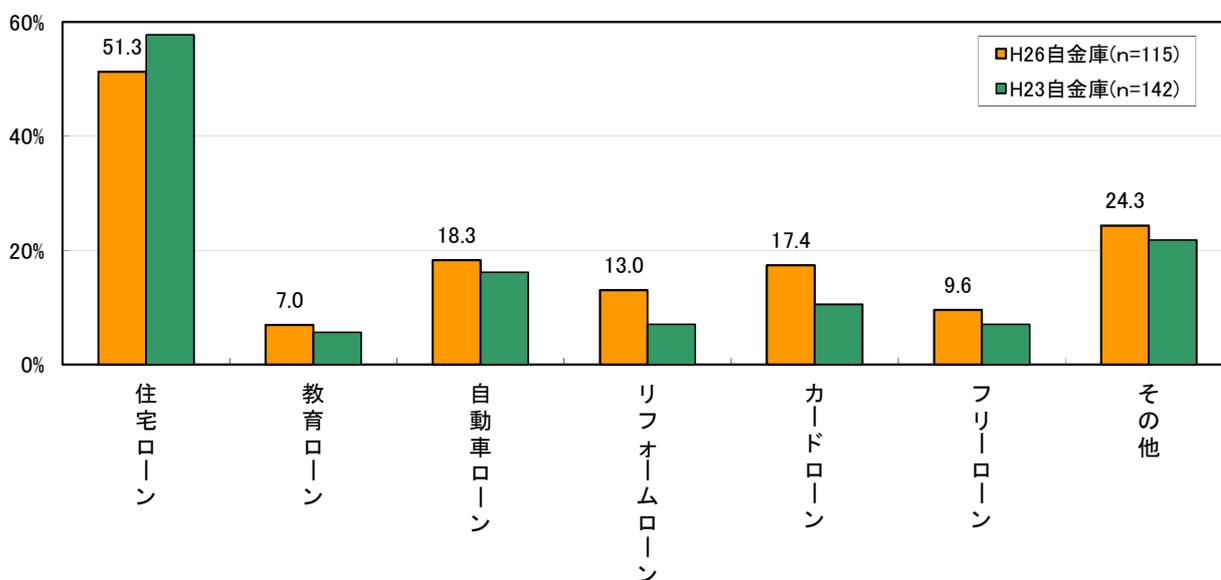
④取引のきっかけ

☞当金庫に対する回答として、44.4%が「近隣」を挙げています。「職員からの勧誘」26.4%、「親しみのある金融機関」24.7%、「安心感のある金融機関」20.2%、「職員が知人」20.2%と、職員との関係やイメージの良さが続いています。



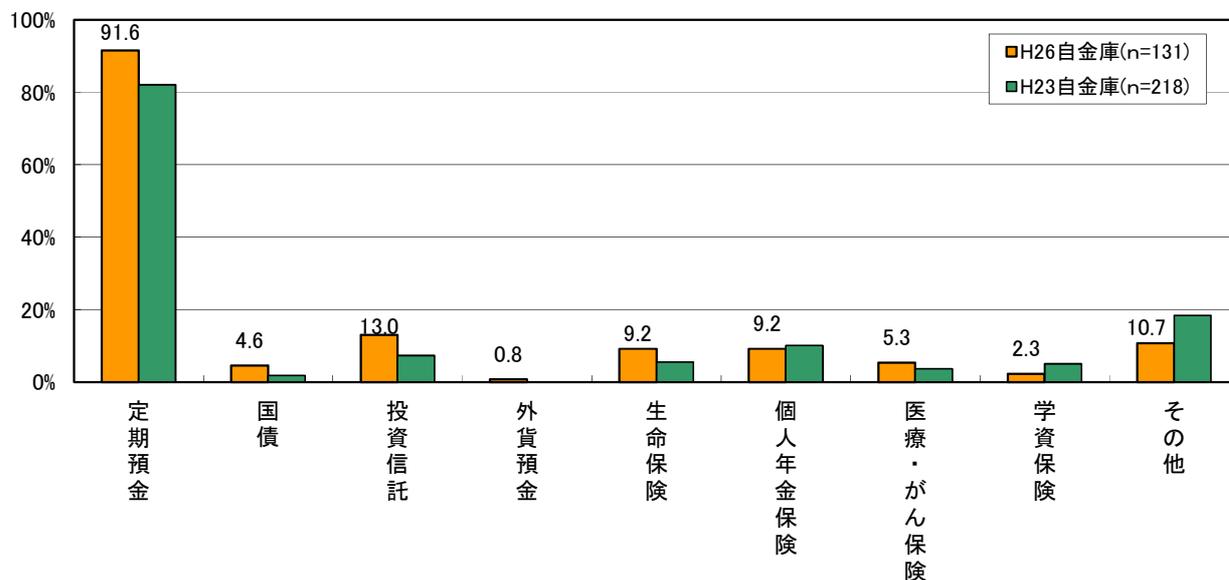
⑤当金庫とのお取引内容(ローン商品)

注：平成19年度計数はありません



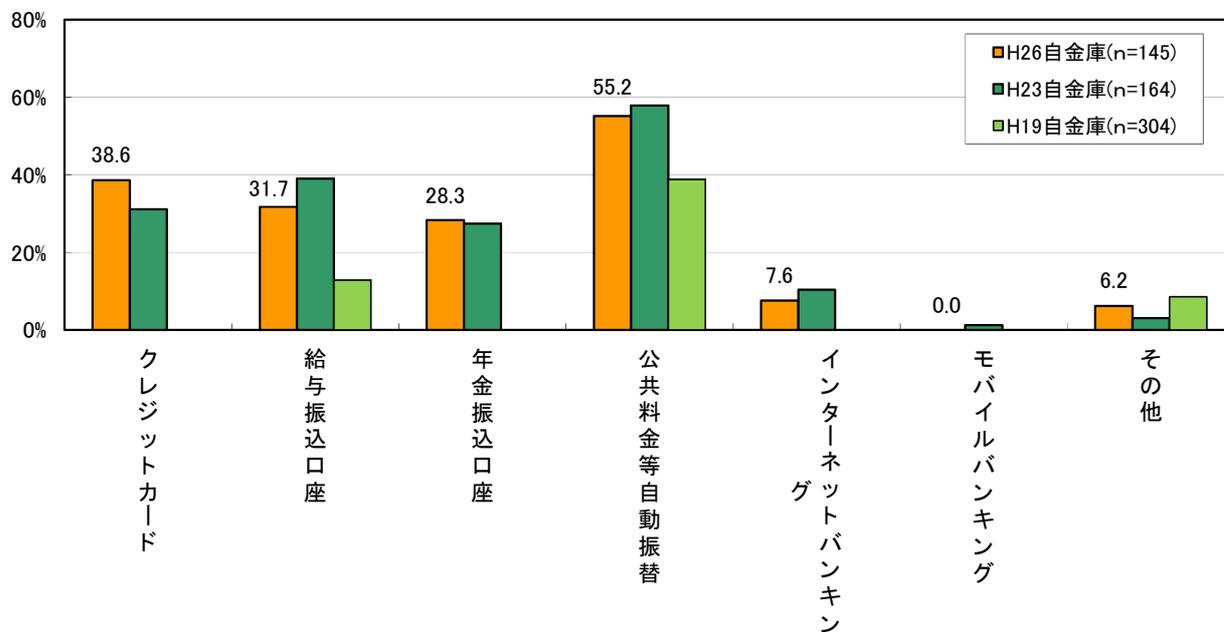
⑥ 当金庫とのお取引内容(預金・資産運用商品)

注：平成19年度計数はありません



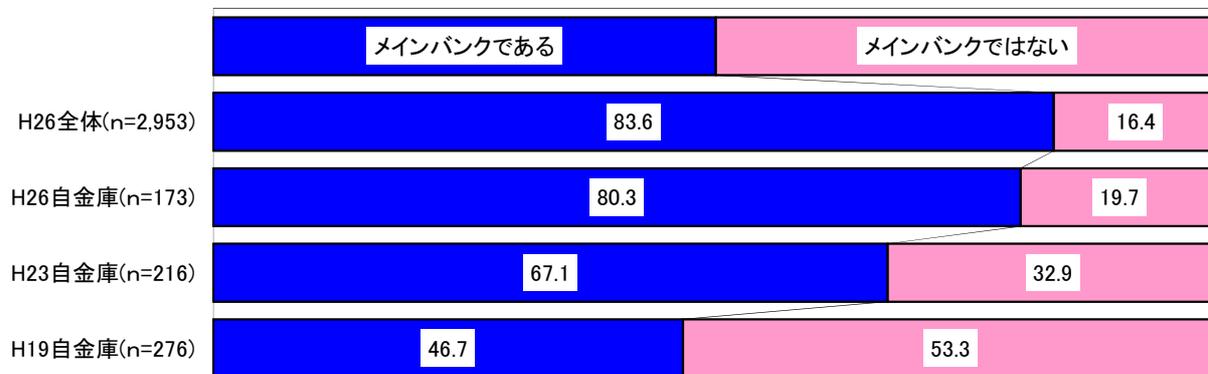
⑦ 当金庫とのお取引内容(決済サービス)

注：平成19年度計数一部はありません



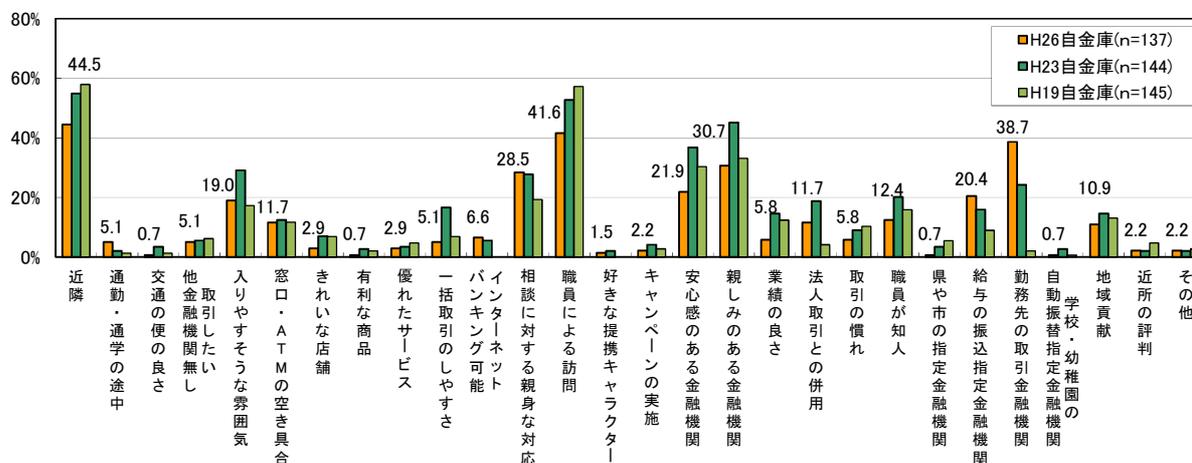
⑧当金庫の位置づけ

☞平成23年度調査と比べると「メインバンクである」との回答が高くなっていますが、今回の調査では自営・個人事業者の割合が高くなっていることも要因の一つと考えられます。



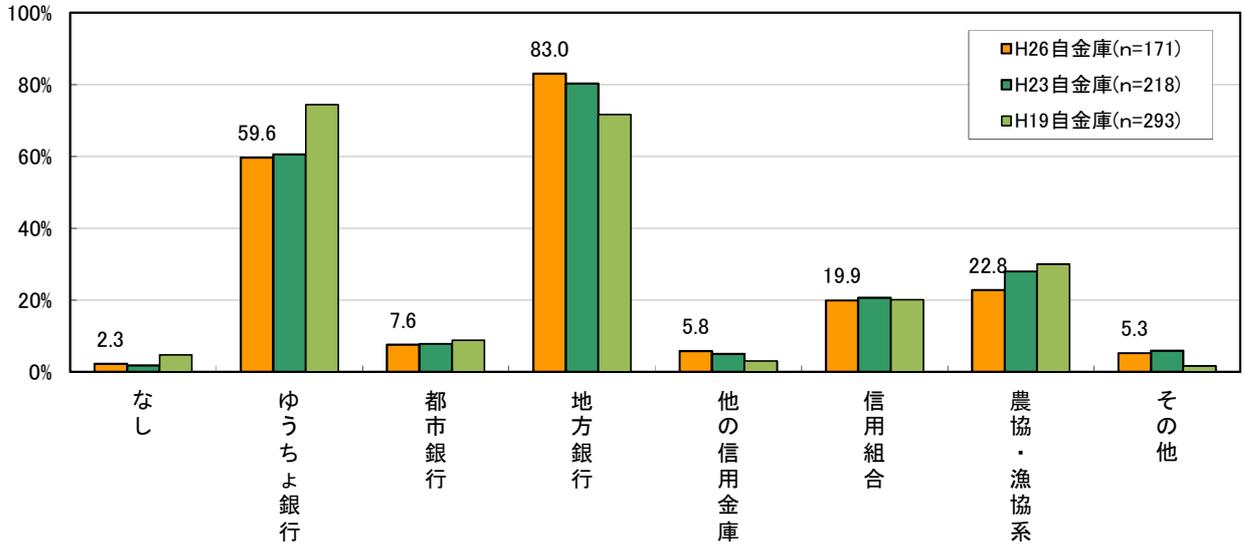
⑨当金庫をメインバンクとして利用されている理由

☞今回の回答では、44.5%が「近隣」を挙げています。「職員による訪問」41.6%、「勤務先の取引金融機関」38.7%、「親しみのある金融機関」30.7%と続いています。



⑩他に利用されている金融機関

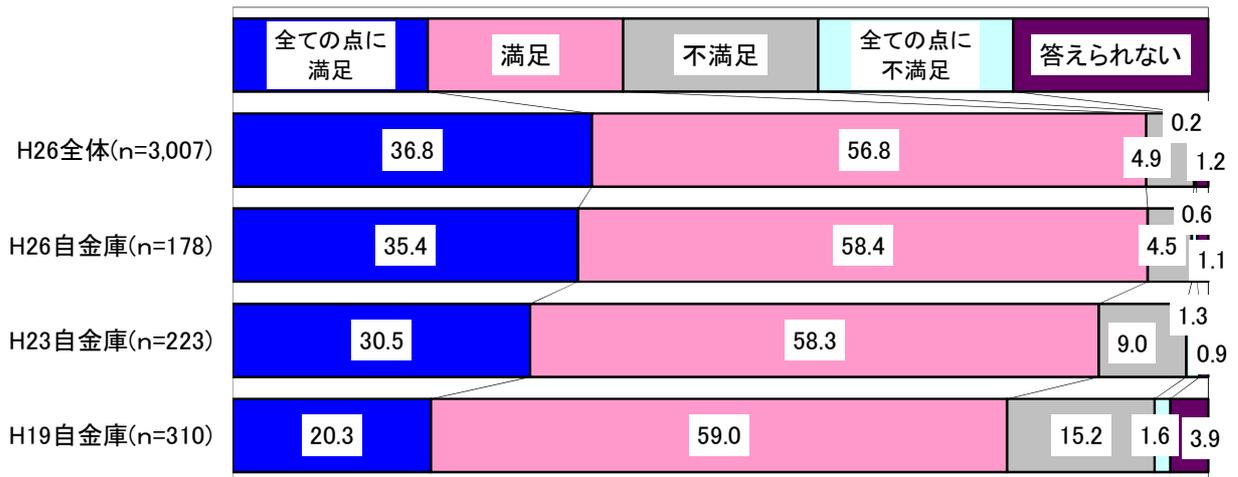
☞ 今回の回答では、農協・漁業系の利用が減少し、地方銀行の利用が増加しています。



3. 総合的な満足度について

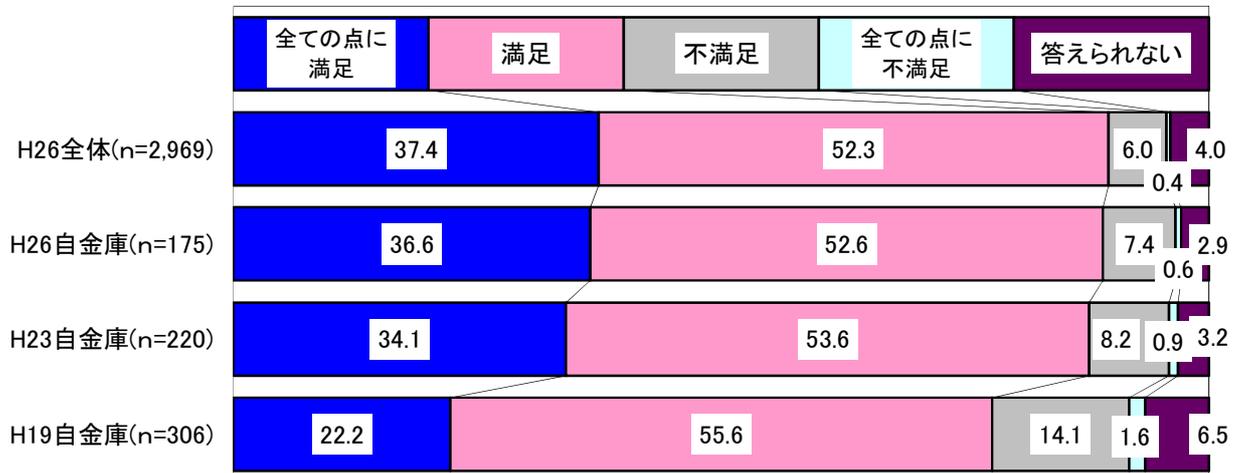
①『当金庫の総合満足度』

☞ 当金庫の評価として、「全ての点に満足」「満足」を合計すると 93.8% となり、平成 23 年度調査の 88.8% と比較すると、5.0% 高く評価されています。



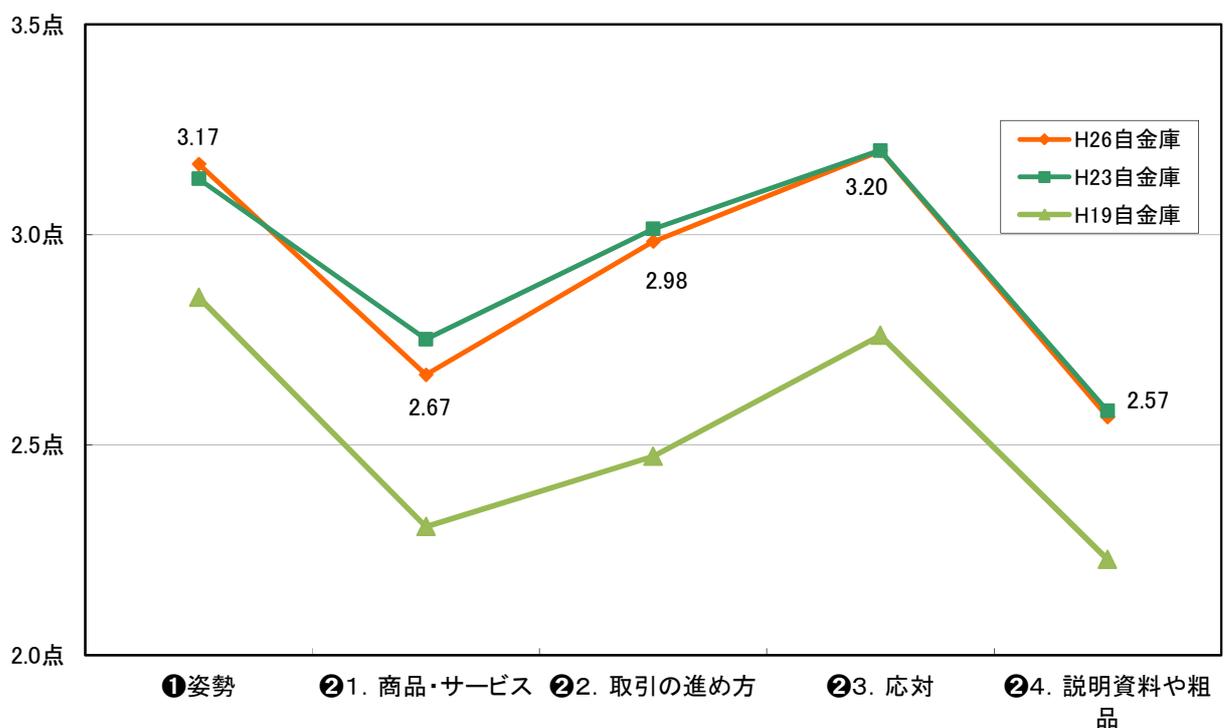
②他に利用されている金融機関との比較による『当金庫の総合満足度』

☞当金庫の評価として、「全ての点に満足」「満足」を合計すると 89.2% となり、平成 23 年度調査 87.7%と比較すると、1.5%高く評価されています。



③各評価項目における『当金庫の総合満足度』比較

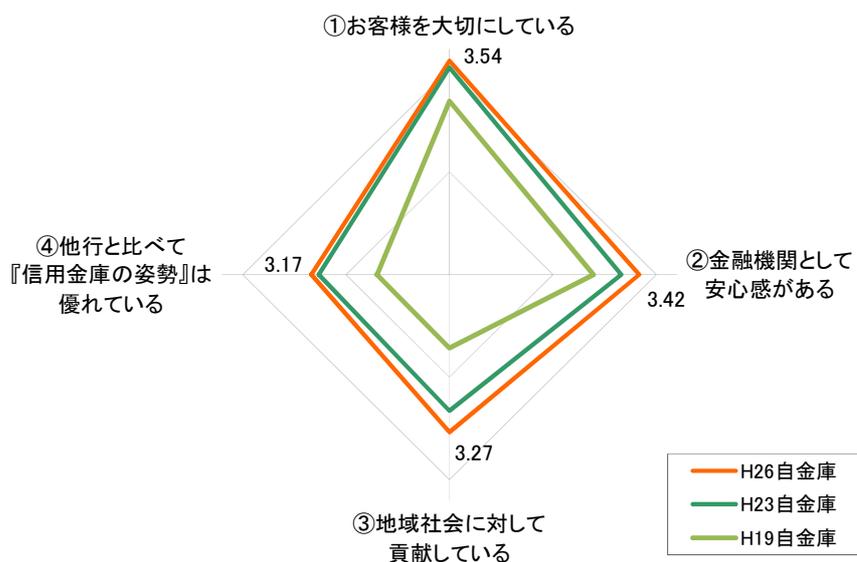
☞平成 23 年度調査と比較すると「姿勢」の満足度は高まりましたが、「商品・サービス」や「取引の進め方」、「応対」や「説明資料や粗品」に対する満足度は改善が必要になっています。



4. 当金庫の姿勢について

①当金庫の姿勢

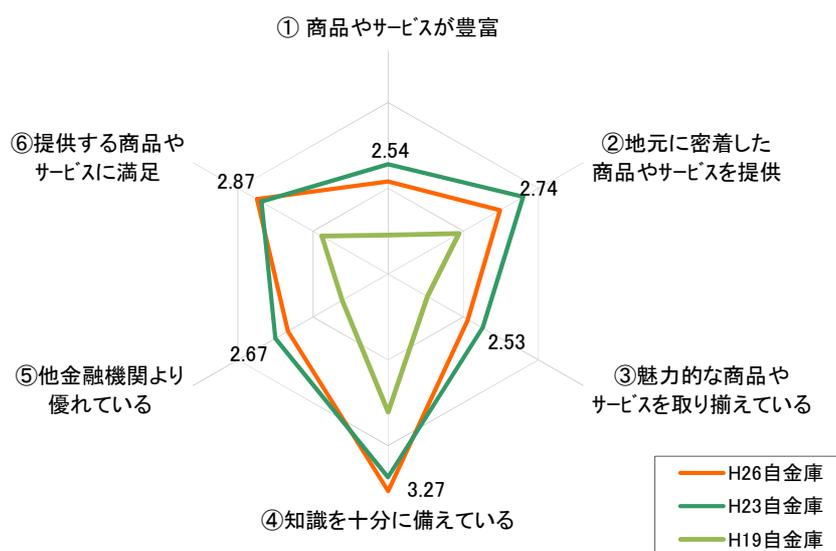
☞ 「お客様を大切にしている」や「金融機関として安心感がある」に対する評価が高く、「他行と比べて『信用金庫の姿勢』は優れている」や「地域社会に貢献している」が、改善が必要な項目となっています。



5. 当金庫の活動全般について

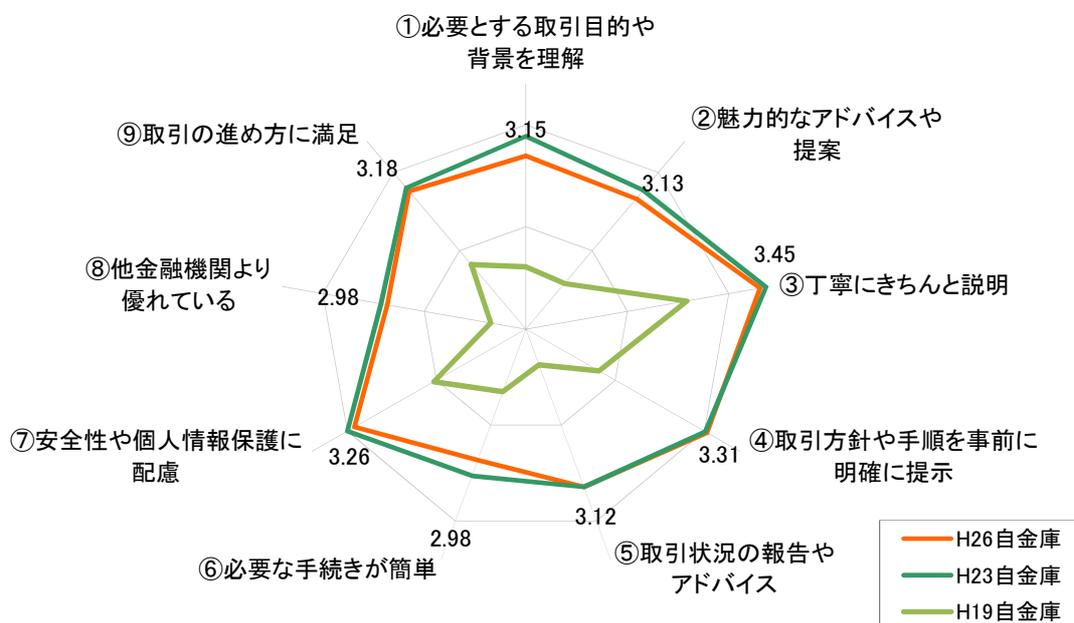
①当金庫が提供する商品やサービス

☞ 平成 23 年度調査と比較すると「知識を十分に備えている」「提供する商品やサービスに満足」の満足度は高まりましたが、その他の項目については、改善が必要な項目となっています。



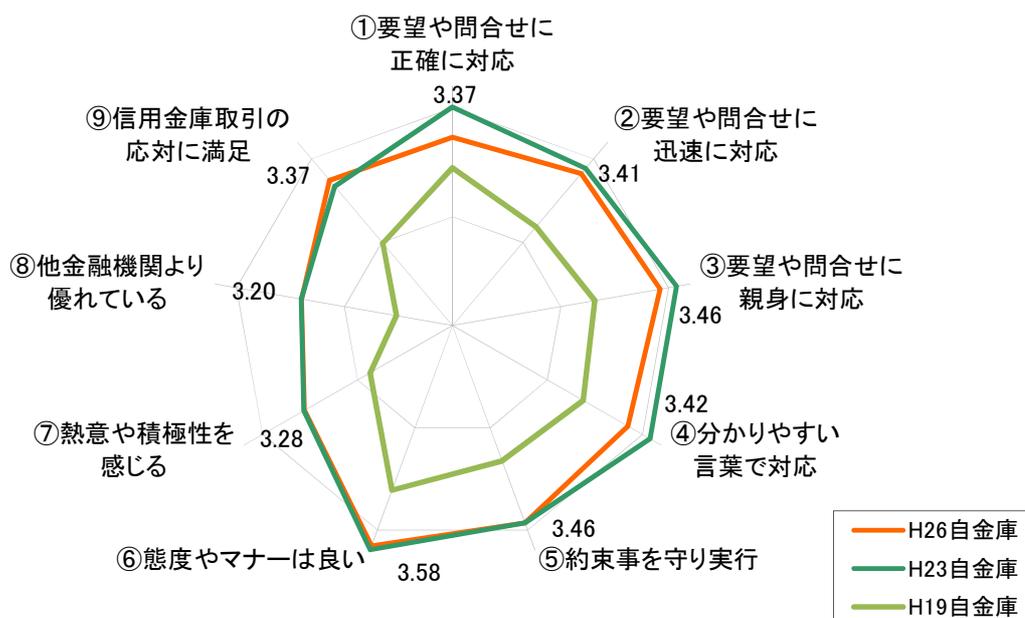
②当金庫の取引の進め方

☞平成23年度調査と比較すると「取引方針や手順を事前に明確に指示」以外で評価は若干低下しました。



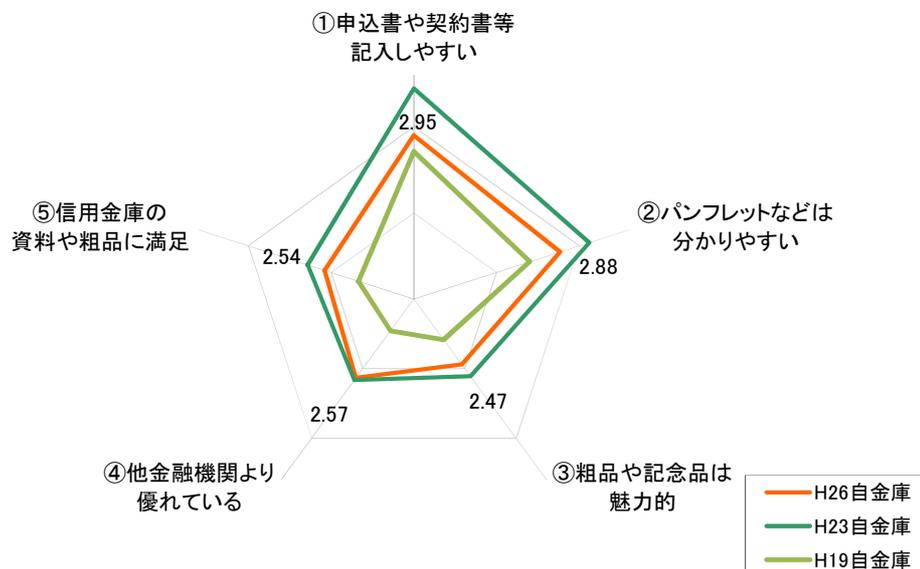
③当金庫の対応

☞平成23年度調査と比較すると「信用金庫取引の応対に満足」以外の項目で評価が低下しました。特に「要望や問合せに正確に対応」や「分かりやすい言葉で対応」については、改善が必要な項目となっています。



④当金庫の説明資料や粗品など

☞平成23年度調査と比較すると、全ての項目で満足度が低下しました。全体的に工夫や改善が必要な項目になっています。



6. 信用金庫の取引機能について

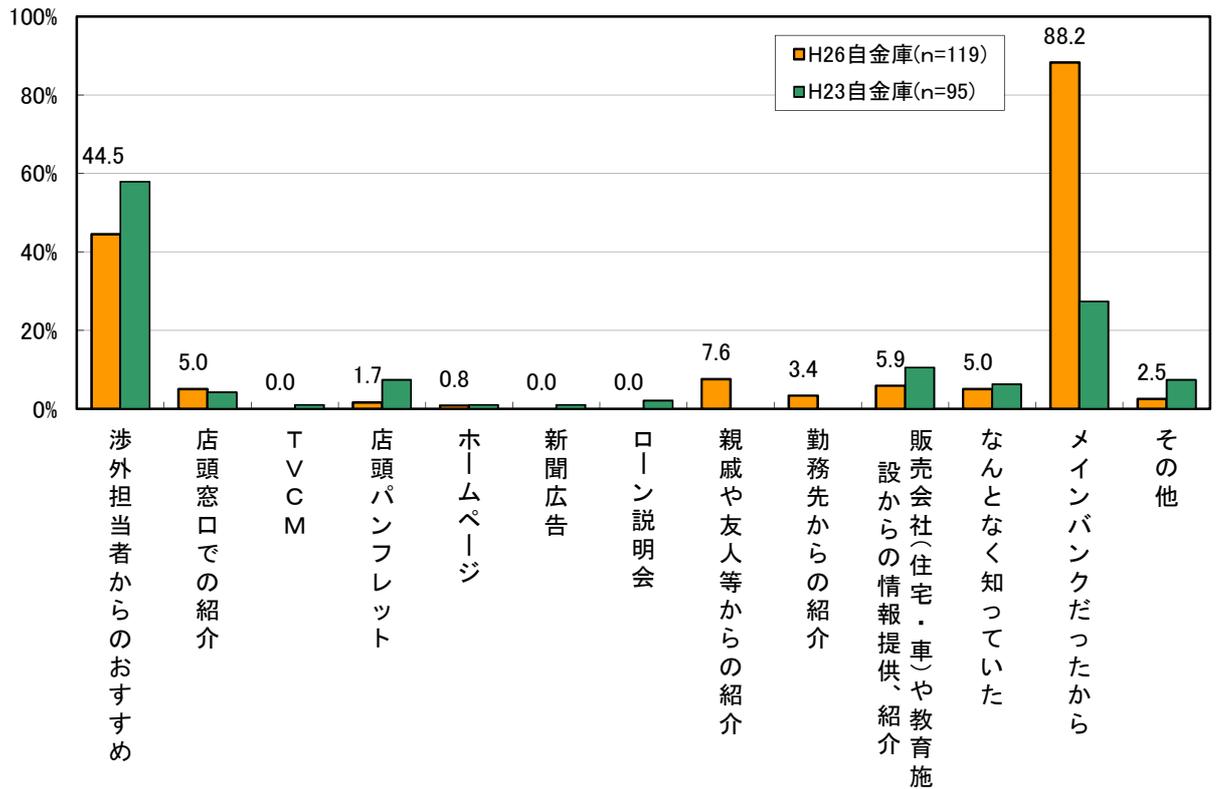
①ローンの利用

☞調査を依頼した多くのお客様にローンを利用いただいておりますが、利用経路は「メインバンクだったから」と「渉外担当者からのおすすめ」が多くなっています。

【利用割合】

	利用している	以前利用していたが 現在は利用していない	利用したことがない
H26全体(n=3,062)	62.3	8.6	29.1
H26自金庫(n=183)	62.8	5.5	31.7

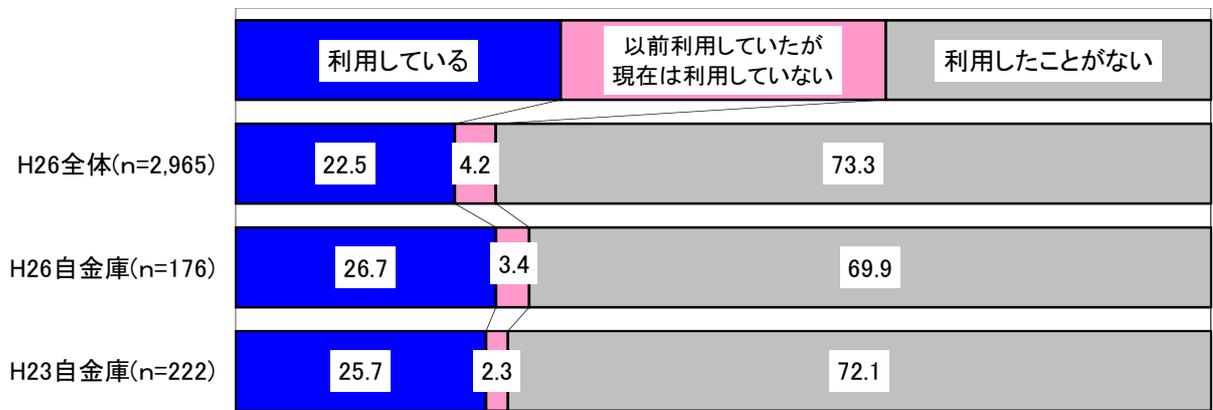
【利用経路】



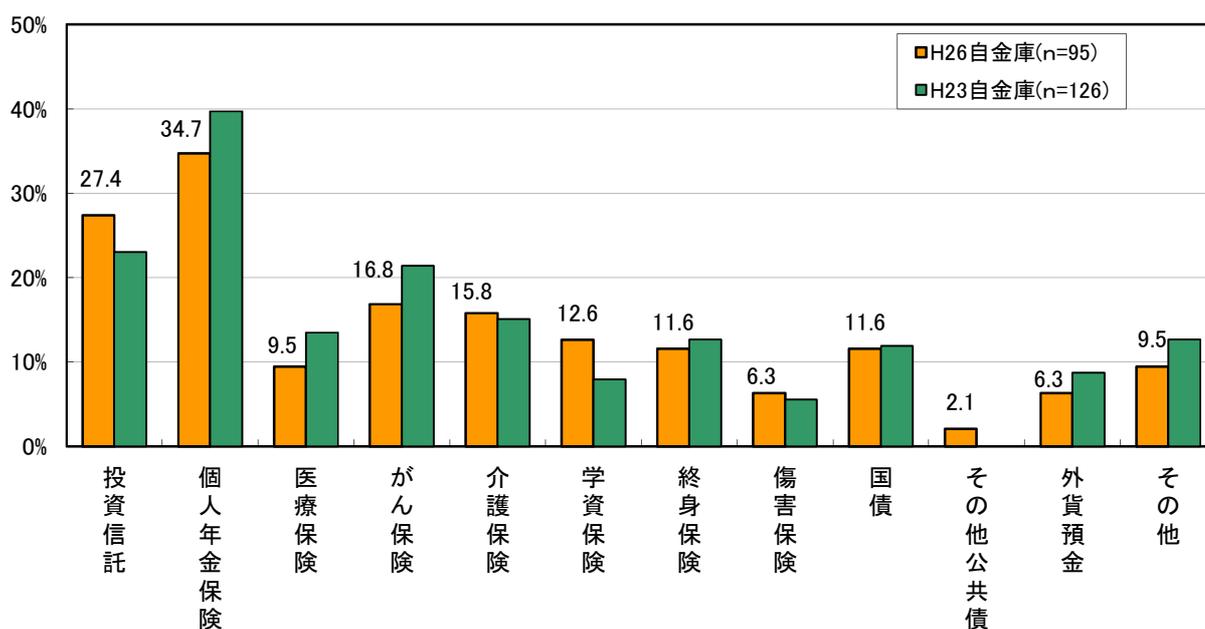
②資産運用商品の利用

☞ 調査を依頼した多くのお客様に資産運用商品を利用いただいておりますが、今後、利用したい資産運用商品は「個人年金保険」が一番多く、「投資信託」「がん保険」「介護保険」の順で続いています。

【利用割合】



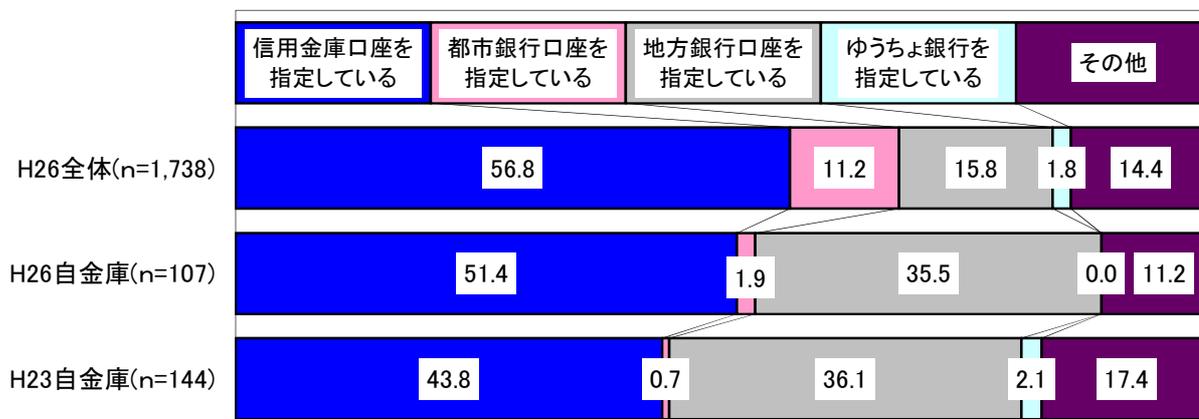
【今後、利用したい資産運用商品】



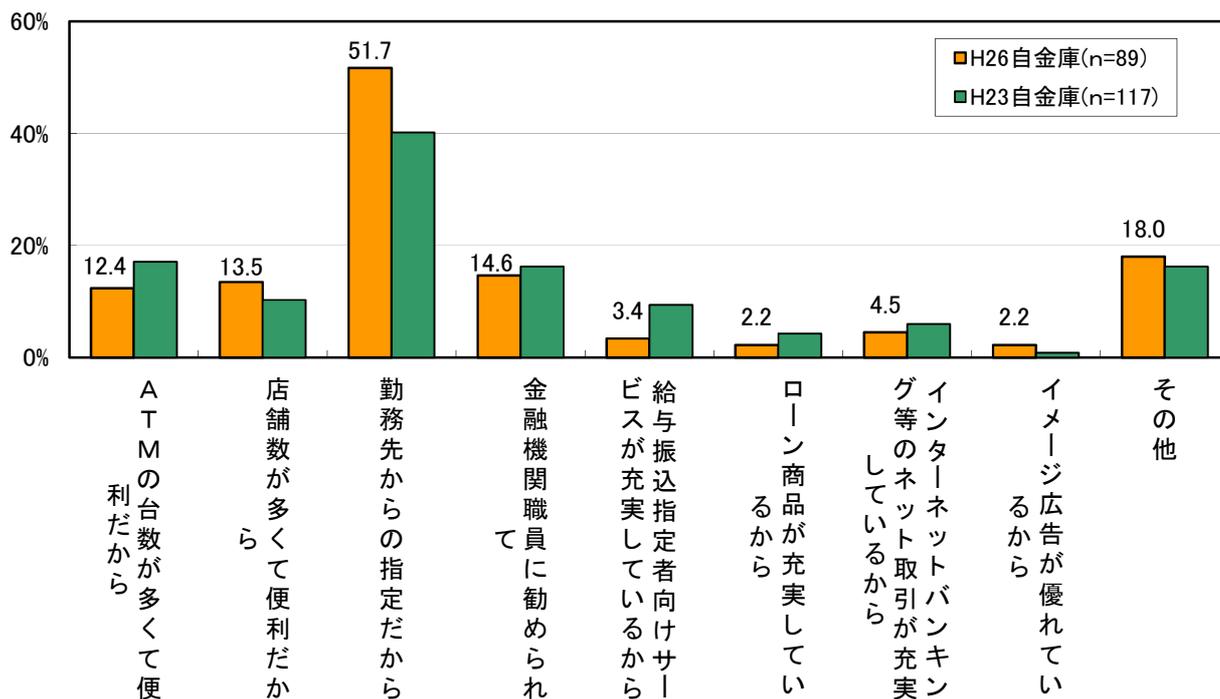
③ 給与振込の利用

☞ 調査を依頼したお客様の 5 割強の方に給与振込を利用いただいておりますが、調査対象の 13 の信用金庫全体と比較すると利用割合は低いものとなっています。当金庫を選択していただいた理由は「勤務先の指定だから」が一番多く、「その他」「金融機関職員に勧められて」「ATMの台数が多くて便利だから」が続いています。

【利用割合】



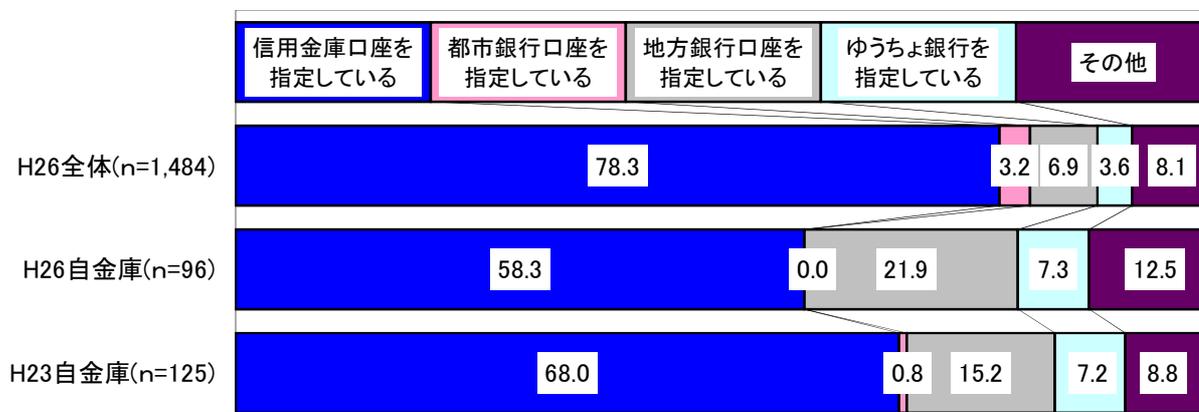
【選択理由】



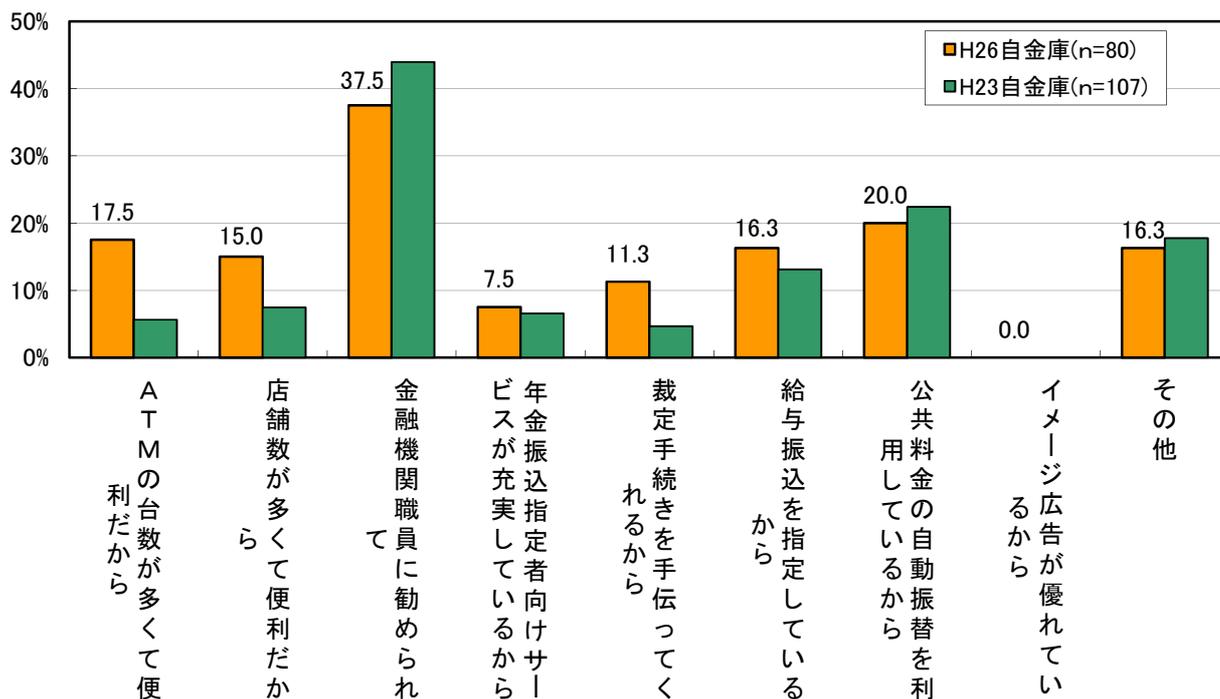
④ 年金振込サービスの利用

☞ 調査を依頼したお客様の6割弱の方に年金振込を利用いただいておりますが、調査対象の13の信用金庫全体と比較すると、利用割合は低いものとなっています。当金庫を選択していただいた理由は、「金融機関職員に勧められて」が一番多く、「公共料金の自動振替を利用しているから」「ATMの台数が多くて便利だから」が続いています。

【利用割合】



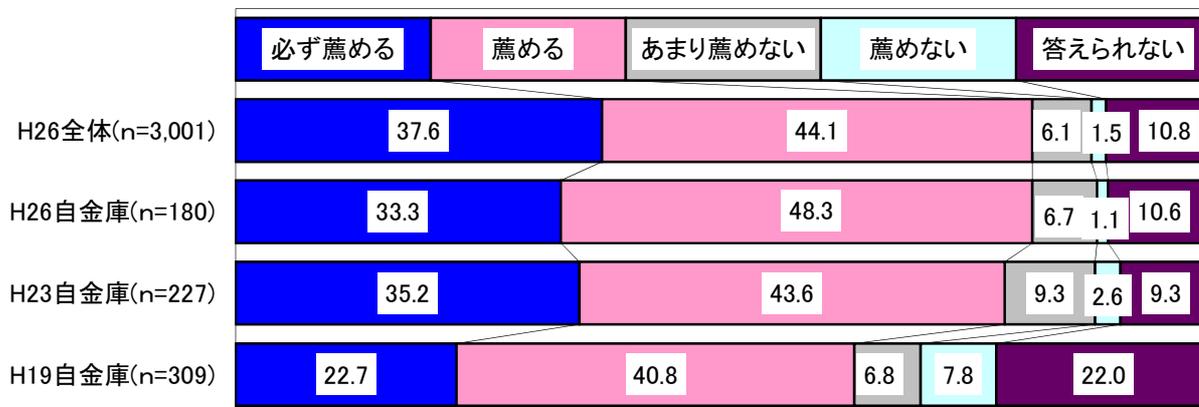
【選択理由】



7. 今後の計画について

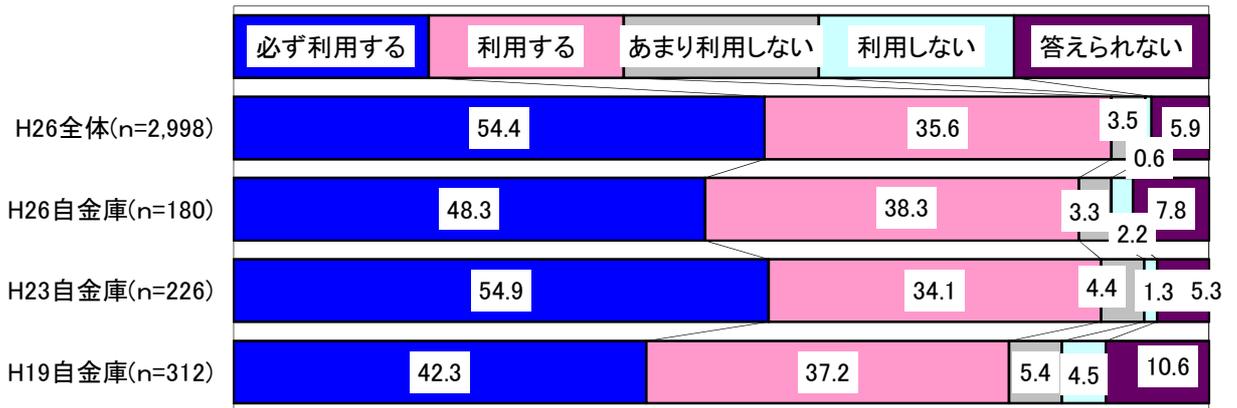
①取引の推薦

☞「お知り合いから金融機関を紹介してほしいと求められた場合、お取引のある信用金庫を紹介されますか。」とお伺いいたしました。「必ず薦める」「薦める」の合計が81.7%と、平成23年調査と比較すると、推薦いただけるとの回答が増加しています。調査対象の13の信用金庫全体と比較すると、同程度の割合となっています。



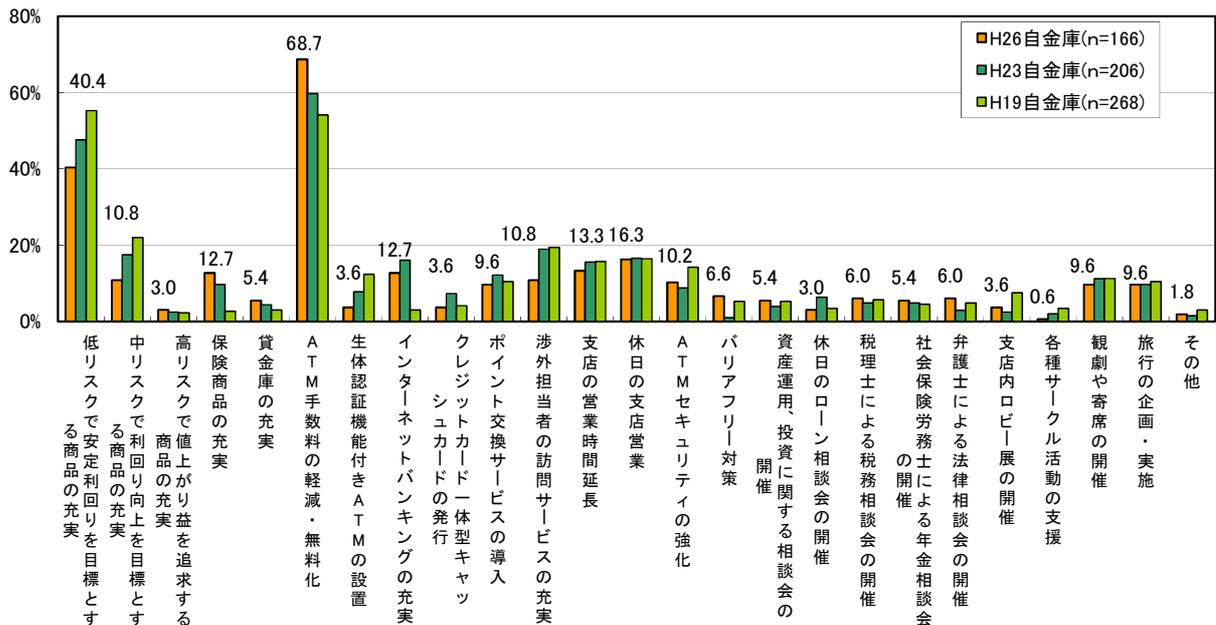
②金融取引拡大の際、取引信用金庫の継続利用

☞「現在利用されている金融取引を拡大する場合、お取引のある信用金庫を継続利用されますか。」とお伺いいたしました。「必ず利用する」と「利用する」を合計すると86.6%と高い回答率をいただいておりますが、平成23年調査との比較では、継続利用いただけるとの回答が低下しています。調査対象の13の信用金庫全体と比較しても割合が低く、改善が必要な項目となっております。



③今後、提供・充実してもらいたい商品やサービス

☞「ATM手数料の軽減・無料化」に対するご要望が一番強く、「低リスクで安定利回りを目標とする商品の充実」が次いでいます。



8. 調査結果について

- (1) 平成 19 年度と平成 23 年度に、概ね同様のアンケート調査を実施しております。前回調査時のお客様のご意見やご要望を踏まえ、全役職員が一丸となって満足度の向上に取り組んできた結果、前回調査と比較し、今回は満足度が高まったという回答をいただくことができました。しかしながら、調査対象者は調査ごとに異なっていることから、今回の調査結果は、あくまでも一つの傾向を示したものであると受け止めています。
- (2) 当金庫を「メインバンク」として利用しているとの回答が増加しています。その理由は、「親しみやすさ」や「安心感」といったイメージ的なものや、「職員による訪問」や「親切な対応」といった、職員の親身な対応によるものとなっています。今後も財務の健全性の強化と信頼される職員の育成に努めてまいります。
- (3) 調査結果では、「お客様を大切にしている」や「金融機関として安心感がある」といった項目について評価が高い一方で、魅力的な商品やサービスなどについては満足度が低く、改善が必要な項目となっています。お客様の利便性向上とともに幅広いニーズにお応えできる商品やサービスの提供に、今後も継続して取り組んでまいります。
- (4) 他のお客様への当金庫取引の推薦項目は、前回調査と比較して改善しておりますが、金融取引拡大時の継続利用項目は低下傾向を示しており、今後お客様の販路拡大等による業容拡大時に安心して取引できるよう改善してまいります。

当金庫では、皆様に一層親しまれ信頼される信用金庫になるためには、お客様満足度調査で寄せられた貴重なご意見やご要望に速やかにお応えすることが、大切であると考えております。これまでも、過去の調査結果を踏まえ、お客さまの目線に立った魅力ある商品の提供や、サービスの質の向上に取り組んでまいりました。また、より良い金融サービスを提供するため、人材の育成強化を目指してまいりました。

今回の調査では平成 19 年度調査、平成 23 年度調査との比較分析を行いましたが、全体として満足度向上への取組を評価いただいていると受止めています。しかし同時に、改善に取り組まなければならない課題も示されています。お客様満足度の向上に向けて、平成 26 年度調査結果も、引続き経営方針や諸施策の中に活かしていく方針です。

これからもお気づきの点がございましたら、店頭備え付けの「ご意見箱」や相談窓口、ホームページの「ご相談・ご要望受付窓口」、あるいは役職員に対し、遠慮なくご意見ご要望をお寄せ下さいますようお願い申し上げます。

以 上