

平成26年度

「お客様満足度調査（アンケート）」結果

**平成26年7月24日
株式会社 静岡中央銀行**

目 次

- 1. お客様満足度調査（お客様アンケート）方法 …… P 2
- 2. 調査結果（当行に対する満足度等） …… P 3
 - （1）総合的な満足度
 - （2）窓口行員に対する満足度
 - （3）当行との今後の取引（取引継続意図）
 - （4）事業所先のニーズ
 - （5）情報提供手段
- 3. お客様からのご意見・ご要望を反映した主な取組み …… P 9

1. お客様満足度調査（お客様アンケート）方法

◇ **調査期間** : 平成26年2月1日～平成26年3月20日

◇ **調査対象** : 平成24年12月1日～平成25年11月末の間に当行と新たにお取引を開始いただいたお客様

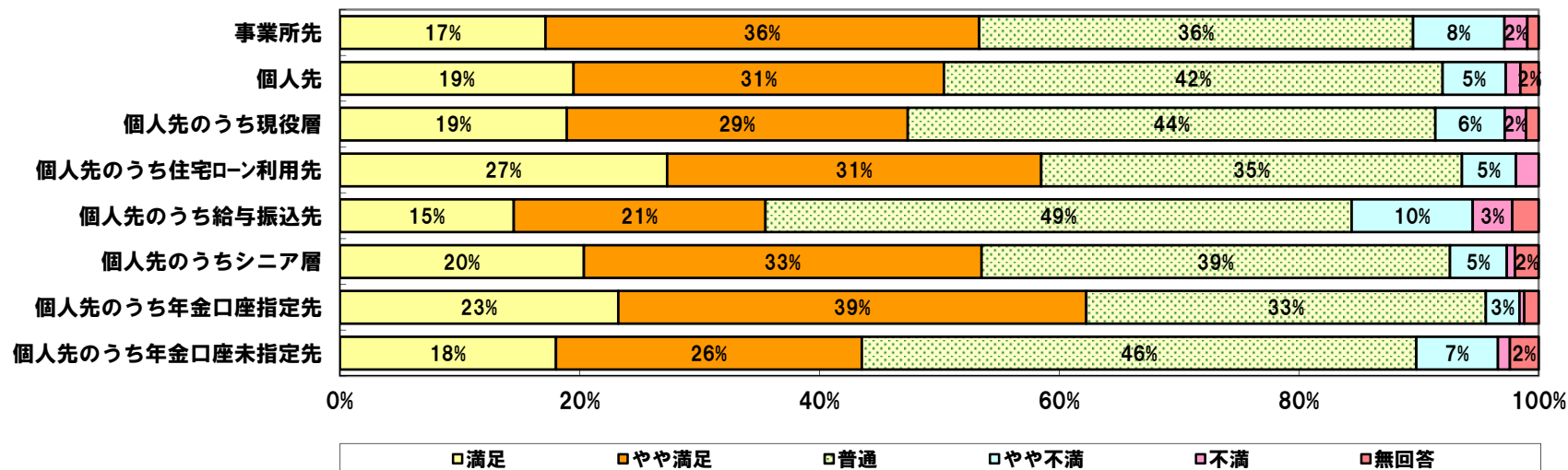
◇ **回答状況** :

アンケート依頼先	調査先数	回答先数	回答率
事業所先（取引先）	435	105	24.1%
個人先（取引先）	5,000	1,709	34.2%
合計	5,435	1,814	33.4%

※今回、お客様のニーズをより詳細に分析するため、個人のお客様につきましては、給与振込先や住宅ローン先を中心とした「現役層」と年金口座指定先や退職金定期利用先を中心とした「シニア層」に分けてアンケートを実施いたしました。

2. 調査結果(当行に対する満足度等)

(1) 総合的な満足度



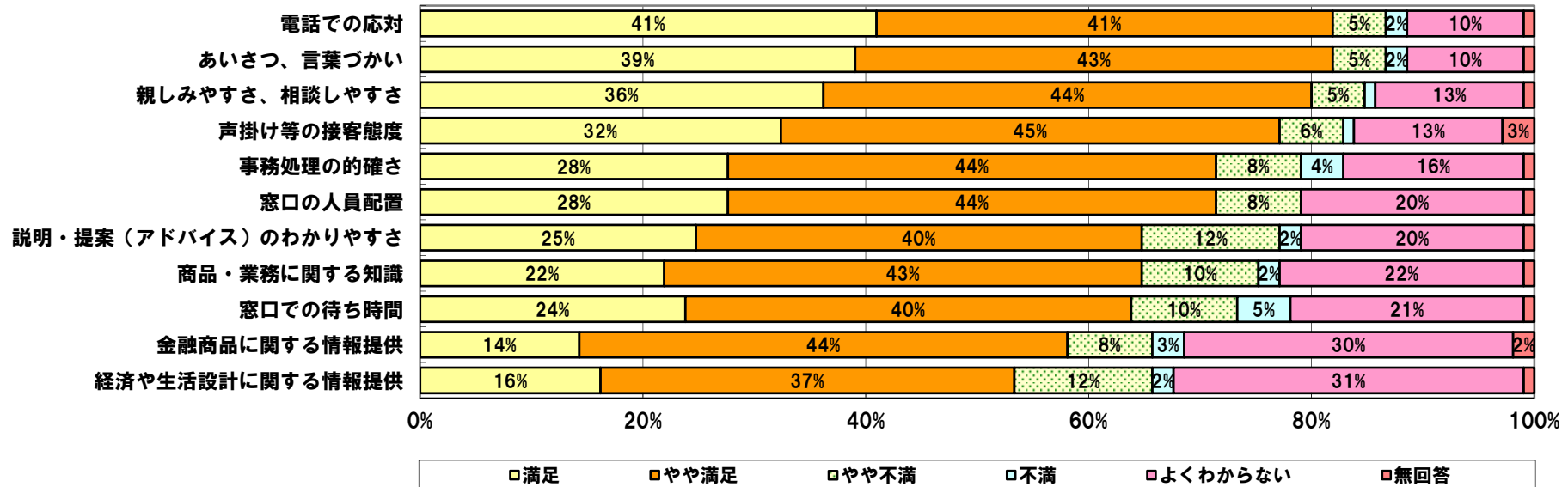
◇ 当行に対する総合的な満足度は、事業所先の53%、個人先の50%のお客様から、「満足」「やや満足」との評価をいただきました。

- ・満足度の高かったお客様・・・[住宅ローン利用先（58%）](#)、[年金口座指定先（62%）](#)
- ・満足度の低かったお客様・・・[給与振込先（36%）](#)、[年金口座未指定先（44%）](#)

⇒本結果を真摯に受け止め、お客様の満足度が向上するよう、「お客様中心主義」の姿勢で、ニーズに合った商品・サービスの提供、迅速な対応に努めてまいります。

(2) 窓口行員に対する満足度

◇ 事業所先 ◇

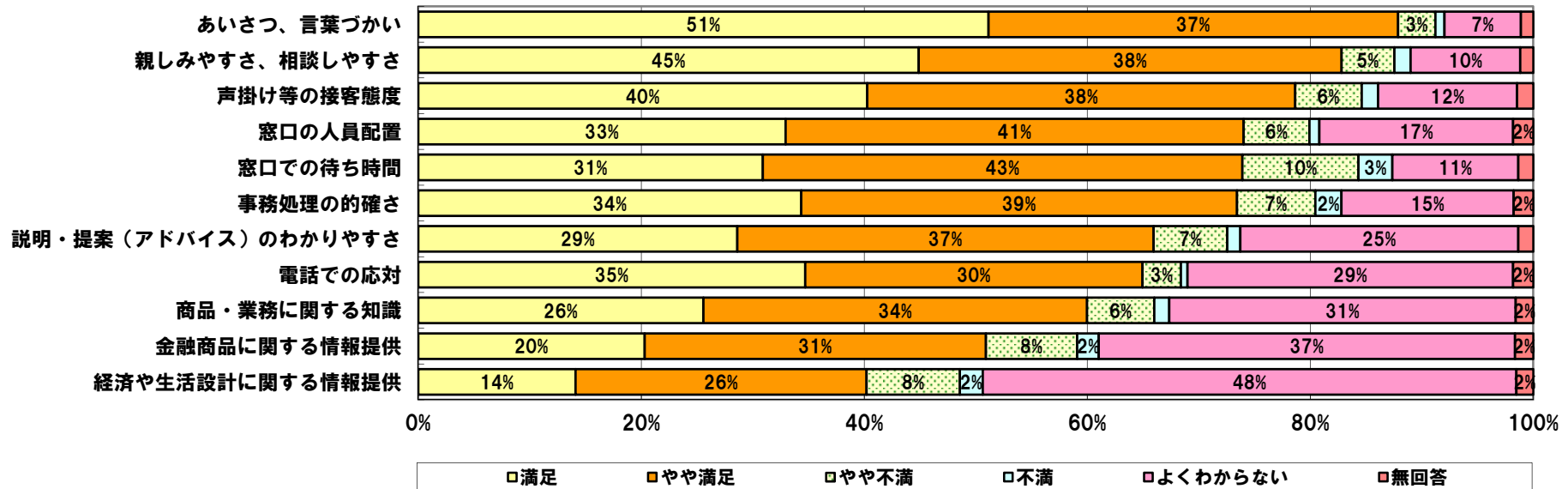


◇ 事業所先のお客様は、「電話対応」「あいさつ」等の基本的項目については、満足度（「満足」「やや満足」の比率）の高い評価をいただきましたが、「情報提供」や「知識」等の項目では、満足度が十分とは言えない結果となりました。

- ・満足度の高かった項目・・・電話での応対（82%）、あいさつ（82%）、親しみやすさ、相談しやすさ（80%）
- ・満足度の低かった項目・・・経済や生活設計に関する情報提供（53%）、金融商品に関する情報提供（58%）

⇒行員の知識向上等により、質の高いサービスの提供に努め、お客様に信頼されるベストパートナーを目指してまいります。

◇ 個人先 ◇

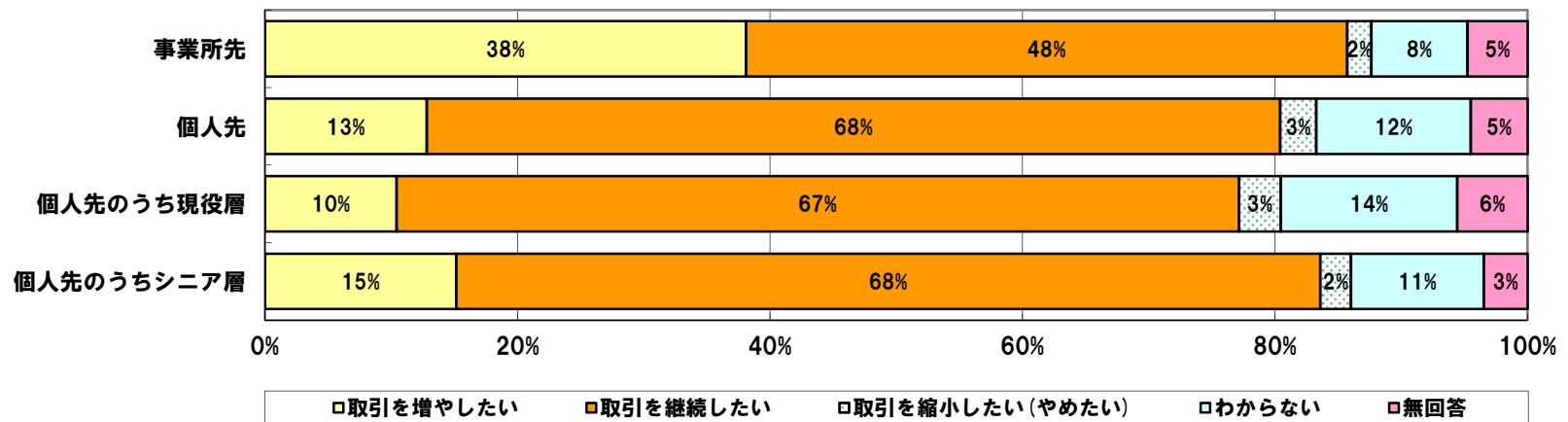


◇ 個人先のお客様においても、「あいさつ」等の基本的項目については、満足度（「満足」「やや満足」の比率）の高い評価をいただきましたが、「情報提供」や「知識」等の項目では、満足度が十分とは言えない結果となりました。

- ・ 満足度の高かった項目・・・あいさつ（88%）、親しみやすさ、相談しやすさ（83%）、声掛け等の接客態度（78%）、
- ・ 満足度の低かった項目・・・経済や生活設計に関する情報提供（40%）、金融商品に関する情報提供（51%）

⇒事業所先のお客様同様、行員のレベルアップを図り、お客様のニーズをトータルサポートできるよう努めてまいります。

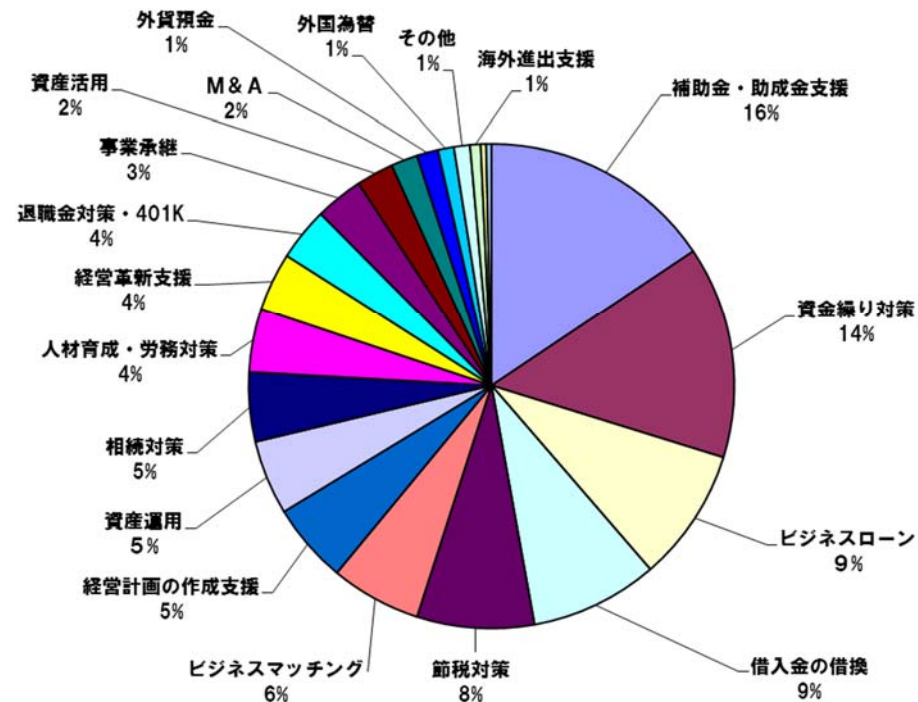
(3) 当行との今後の取引（取引継続意図）



◇ 当行との今後の取引（取引継続意図）は、事業所先の86%、個人先の81%のお客様から、「取引を増やしたい」「取引を継続したい」との評価をいただき、取引を縮小したい（やめたい）とのご回答は、2%～3%に止まりました。

⇒お客様が「取引を増やしたい」「知人・友人に当行との取引を奨めたい」と思えるよう、お客様のご期待にお応えし、信頼される銀行となるよう努めてまいります。

(4) 事業所先のニーズ

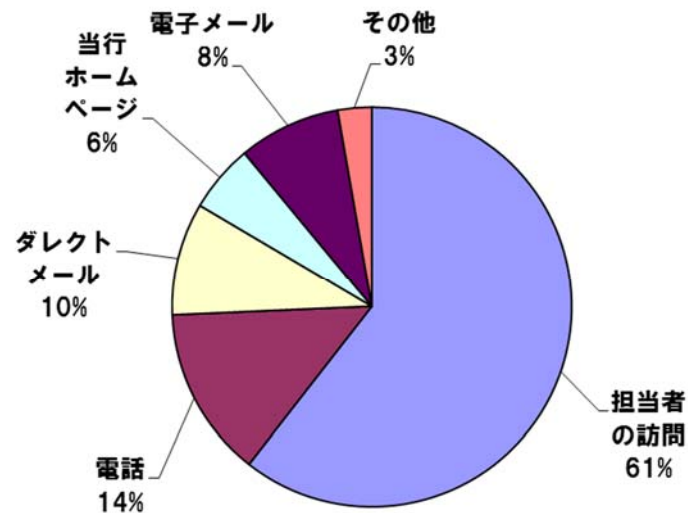


◇ 事業所先のお客様のニーズは、「補助金・助成金支援（16%）」が最も多く、この他「経営計画の作成支援（5%）」「経営革新支援（4%）」「資金繰り対策（14%）」「ビジネスマッチング（6%）」等、本業支援に関する要望が全体の半数近くを占める結果となりました。

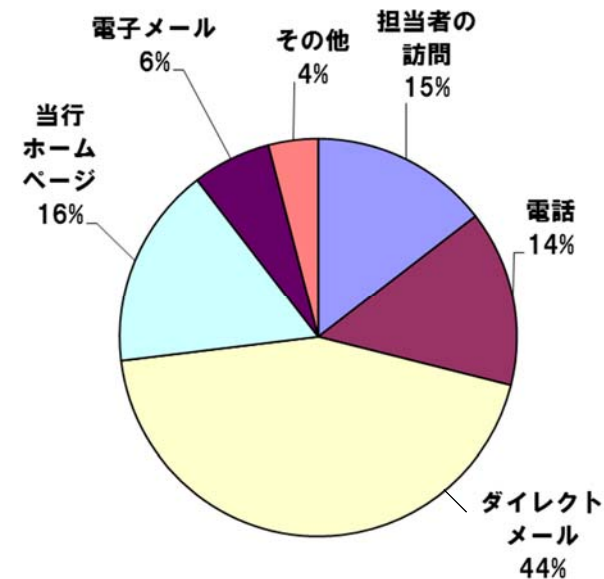
⇒今後も、お客様への本業支援はもちろんのこと、お客様の多種多様なニーズに対し、スピーディに対応し、地域金融機関としての役割を十分果たせるよう努めてまいります。

(5) 情報提供手段

◇ 事業所先 ◇



◇ 個人先 ◇



◇ 当行からの情報提供で最も適した手段は、事業所先のお客様については、「担当者の訪問（61%）」が最も多く、次いで「電話（14%）」「ダイレクトメール（10%）」という結果となりました。

◇ 個人先のお客様については、「ダイレクトメール（44%）」が最も多く、次いで「当行ホームページ（16%）」「担当者の訪問（15%）」という結果となりました。

⇒今後も、お客様一人ひとりのニーズにお応えできるよう、迅速かつ的確な情報提供に努めてまいります。

3. お客様からのご意見・ご要望を反映した主な取組み

項目	主な具体的内容
商品・サービス提供	<p>◇「<u>地域貢献定期預金</u>」の販売</p> <p>○地元商店街等との連携による「お買い物券付定期預金」を積極展開。 平成25年度は、10地区（静岡県内7地区、神奈川県内3地区）、15回実施。</p> <p>※累計（H19/12～H26/3）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施回数 : 53回（18地区・23店舗） ・お買い物券配布先数 : 延15,300名 ・お買い物券配布額 : 約83百万円 ・新規口座開設先数 : 延6,700名 ・預入金額 : 約401億円 <p>○浜松ブランド認定品「やら米か」をプレゼントする地産地消定期預金「やら米かプレゼント定期預金」を遠州エリア4ヵ店で発売（H23/10～毎年10月実施予定）。</p> <p>※累計（H23/10～H26/3）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施回数 : 3回 ・やら米か配布先数 : 延2,500名 ・やら米か配布量 : 約10,000kg（10トﾝ） ・新規口座開設先数 : 延700名 ・預入金額 : 約52億円 <p>◇ <u>教育資金支援サービス（「お孫さん支援サービス」）充実</u></p> <p>○サービス内容を改訂し、教育費は10万円超の振込可能、対象年齢20歳未満へ拡大。</p>

3. お客様からのご意見・ご要望を反映した主な取組み

項目	主な具体的内容
<p>イベント・セミナー</p>	<p>◇「<u>富士山フォトコンテスト</u>」の実施</p> <p>○“ふじのくに”静岡の魅力を県内外に紹介し、地域経済活性化に貢献するため、「富士山フォトコンテスト」開催（H23/5～毎年開催）、最優秀賞を当行カレンダーに採用し配布。 平成25年度は、富士山世界文化遺産を祝し、「世界文化遺産賞」を特設。</p> <p>◇「<u>しずちゅう旗 静岡学童軟式野球大会</u>」の開催</p> <p>○学童の心身の健全な育成支援として、「静岡学童野球連盟」および「静岡県少年野球振興会」と共催し、「しずちゅう旗 静岡県学童軟式野球大会」（H24/9～毎年開催、約290チーム参加）、同予選会を対象に「はつらっプレーフォトコンテスト」開催。</p> <p>◇「<u>医療セミナー</u>」の開催</p> <p>○「医療機関による介護事業運営」や「高齢者住宅運営ノウハウ」など、実例を交えた様々な情報提供を行うため、「医療機関向けセミナー」を展開。 H25年度は、4会場で開催、総勢162名が参加</p>
<p>店 舗</p>	<p>◇ <u>静岡支店「マークイズ静岡出張所（CSショップ3号店）」オープン</u></p> <p>○H25/4、平日時間外、土日も相談業務を実施するCSショップ（インストアブランチ）を、静岡県静岡市のショッピングモール「マークイズ静岡」内にオープン。</p>