

# 2019年度 「お客様アンケート」結果

2019年7月24日  
株式会社 静岡中央銀行

## 目 次

1. お客様アンケート（お客様満足度調査）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【個人先】
  - （3）窓口行員に対する満足度【事業所先】
  - （4）当行との今後の取引（取引継続意図）
3. お客様からのご意見・ご要望を反映した主な取組み …… P 7

◇ **調査期間** : 2019年2月15日～3月15日

◇ **調査対象** : 2017年12月から2018年11月の間に当行と新たにお取引を開始いただいた個人のお客様（以下「個人先」）及び法人のお客様（以下「事業所先」）

※事業所先には、法人の既存のお客様のうち、一定の基準で抽出したお客様も含んでおります。

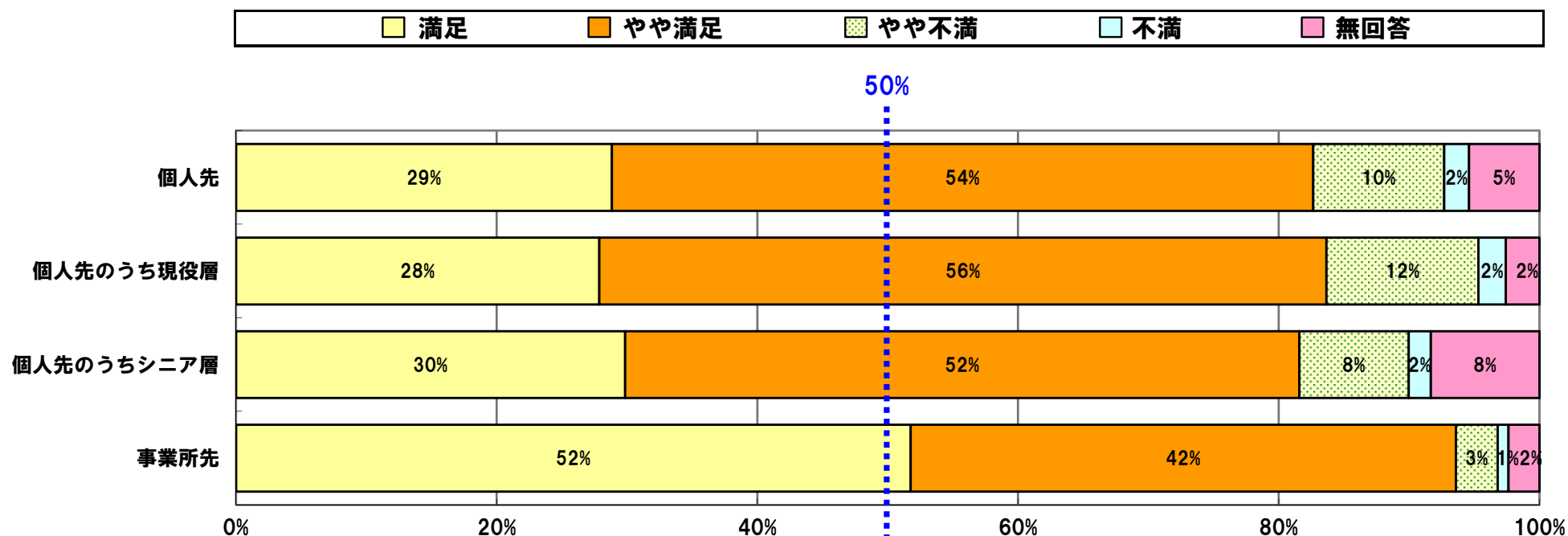
◇ **回答状況** :

アンケート依頼先	調査先数	回答先数	回答率
個人先	9,770	3,353	34.3%
事業所先	1,906	968	50.8%
合計	11,676	4,321	37.0%

※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

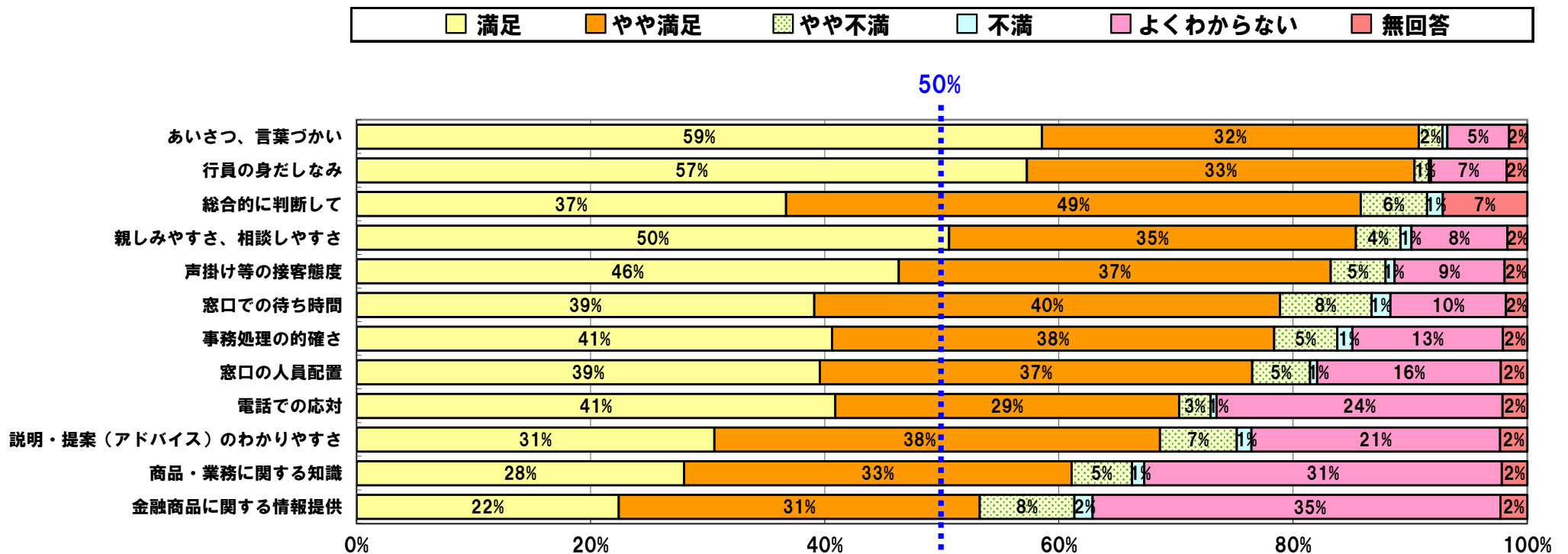


◇ 当行に対する総合的な満足度は、個人先の83%（内訳：現役層84%、シニア層82%）、事業所先の94%のお客様から、「満足」又は「やや満足」との評価をいただきました。

※個人先 …「満足」との評価29%（前回調査比+2%）、「やや満足」との評価54%（前回調査比△3%）  
事業所先…「満足」との評価52%（前回調査比+8%）、「やや満足」との評価42%（前回調査比△4%）

⇒お客様の満足度が更に向上するよう、細部に亘るマーケティングを実践し、基本方針の柱である「お客様中心主義」を進化させ、お客様の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【個人先】



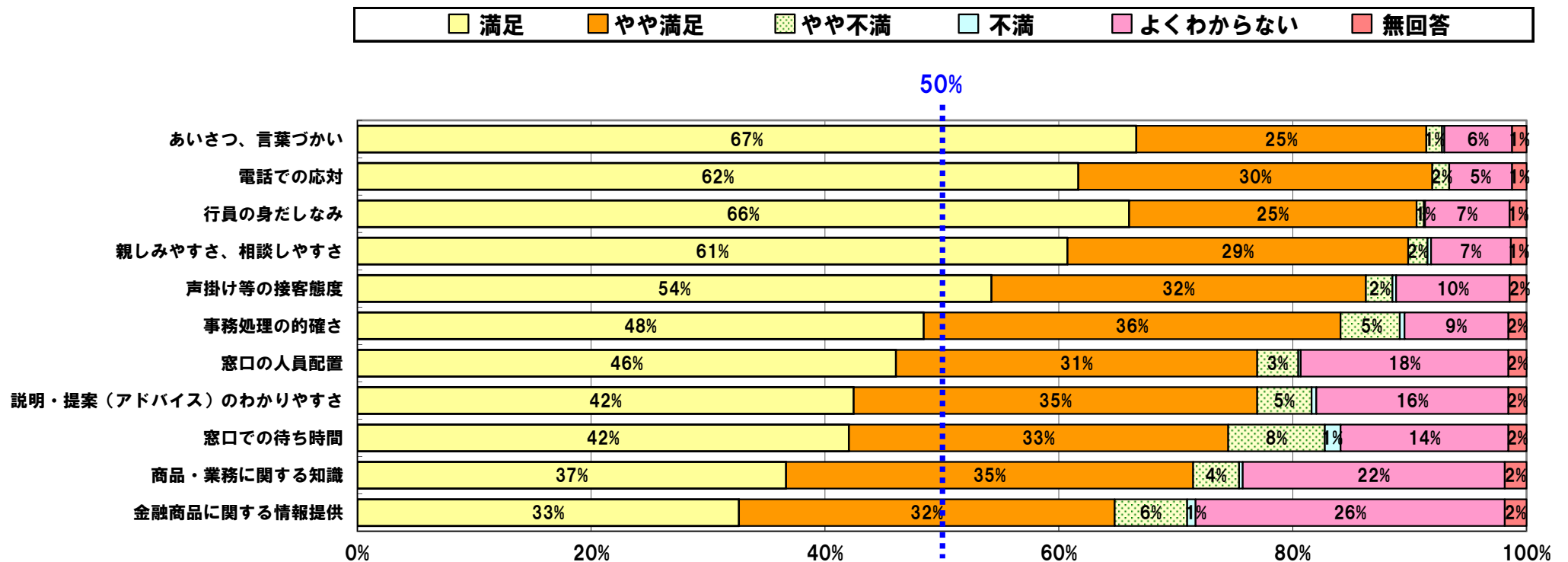
◇ 個人先のお客様において、「あいさつ」等の基本的項目については、満足度（「満足」「やや満足」の比率）の高い評価をいただきましたが、「情報提供」等の項目において、満足度が十分とは言えない結果となりました。

※満足度の高かった項目・・・あいさつ、言葉づかい（91%）、行員の身だしなみ（90%）

満足度の低かった項目・・・金融商品に関する情報提供（53%）、商品・業務に関する知識（61%）

⇒行員の知識向上等により、お客様目線に立った質の高い金融サービス・各種情報提供等に努め、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。

### (3) 窓口行員に対する満足度【事業所先】



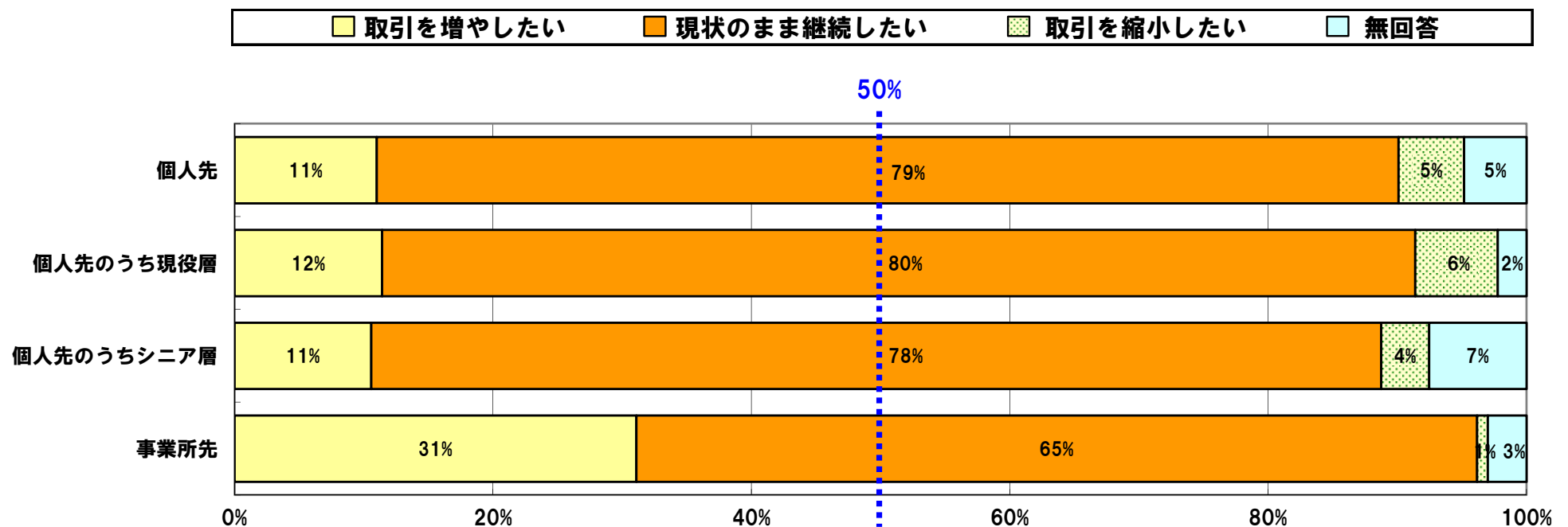
◇ 事業所先のお客様においても、「あいさつ」等の基本的項目については、満足度（「満足」「やや満足」の比率）の高い評価をいただきましたが、「情報提供」等の項目において、満足度がやや十分とは言えない結果となりました。

※満足度の高かった項目・・・あいさつ、言葉づかい、電話での対応（各92%）、行員の身だしなみ（91%）  
 満足度の低かった項目・・・金融商品に関する情報提供（65%）

⇒個人先のお客様同様、行員の知識向上等レベルアップを図るとともに、お客様のニーズを的確に掴み、お客様が求めている情報提供等、各種サポートに努めてまいります。



#### (4) 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）については、**個人先の90%（内訳：現役層92%、シニア層89%）**のお客様から、**事業所先の96%**のお客様から、「**取引を増やしたい**」又は「**現状のまま継続したい**」との評価をいただき、「**取引を縮小したい**」との評価は、個人先5%（内訳：現役層6%、シニア層4%）、事業所先1%に止まりました。

※個人先 … 「取引を増やしたい」との評価11%（前回調査比+1%）

事業所先… 「取引を増やしたい」との評価31%（前回調査比+5%）

⇒**お客様が当行との「取引を増やしたい」「取引を永く続けたい」と思っただけ**るよう、**今後もお客様との接点を深め、お客様のご期待にお応えし、ベストパートナーとして信頼される銀行を目指してまいります。**

### 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	主な取組み(抜粋)
商品・サービス提供	<p>◇ <u>「地域貢献定期預金」の販売 (2007年12月～)</u></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 (2007年12月～)。  <b>2018年度は、11地区 (静岡県内8地区、神奈川県内8地区)、16回実施。</b></p> <p>※累計 (2007年12月～2019年3月)            ・実施回数：140回 (21地区・26店舗)            ・お買い物券配布先数：延33,016名 ・お買い物券配布額：約1億67百万円            ・新規口座開設先数：延13,551名 ・預入金額：約940億円</p> <p>○2018年12月より、地産地消による地域貢献の一環として、浜松産特別栽培米「やら米か」を預入額に応じてプレゼントする「地産地消定期預金」を、遠州エリア各店舗で販売。</p> <p>※累計 (2011年10月～2019年3月)            ・実施回数：8回 ・新規口座開設先数：延1,566名 ・預入金額：約128億円</p>
	<p>◇ <u>「しずちゅう後見支援預金」販売開始 (2018年3月～)</u></p> <p>○後見制度を利用する後見人が、家庭裁判所の「指示書」に基づき、被後見人の預金を管理する商品で、社会問題となっている後見人等による不正な預金引出しを防止し、被後見人の財産を安全・適切に保護・管理するための商品。</p> <p>※<b>銀行では当行が初、且つ、一つの金融機関が複数の県にわたって取扱う初のケース</b></p>
	<p>◇ <u>「しずちゅうビジネスローン」販売開始 (2018年10月～)</u></p> <p>○事業性与信取引1年超 (業歴2年以上) の取引先を対象に、担保・保証に依存しない事業性小口ローンの販売を開始。</p>



項目	主な取組み(抜粋)
イベント・セミナー	<p>◇ <u>「お客様セミナー（相続セミナー、投資環境セミナー等）」開催（2008年3月～）</u></p> <p>○地域ニーズの高い「相続」「事業承継」「投資環境」等をテーマに「お客様セミナー」開催。2016年1月～ニーズある「エンディングノート」をテーマに追加。</p>
	<p>◇ <u>「富士山フォトコンテスト」開催（2011年5月～毎年開催）</u></p> <p>○“ふじのくに”静岡の魅力を県内外に紹介し、地域経済活性化を目的として、「富士山フォトコンテスト」開催。最優秀賞を当行カレンダーに採用し配布。</p>
	<p>◇ <u>「しずちゅう旗 静岡県学童軟式野球大会」開催（2012年9月～毎年開催）</u></p> <p>○学童の心身の健全な育成支援のため、「しずちゅう旗静岡県学童軟式野球大会」（静岡県野球連名）及び「静岡県少年野球振興会」主催、約280チームが参加）に特別協賛。同予選会を対象に「はつらつプレーフォトコンテスト」も開催。</p>
	<p>◇ <u>「ティーボール野球神奈川大会」開催（2016年8月～毎年開催）</u></p> <p>○スポーツを通じた学童支援を目的として、「ティーボール野球神奈川大会」（神奈川県ナショナルティーボール連盟）及び「神奈川県野球協議会」主催、約100チームが参加）に特別協賛。</p>
	<p>◇ <u>「しずちゅうビジネスクラブセミナー」開催</u></p> <p>○2018年11月～12月、ビジネスクラブセミナーを3会場（掛川市、横浜市、沼津市）で開催。日本電鍍工業株式会社 代表取締役“伊藤麻美氏”を講師にお招きし、『乗り越えられない壁はない～「跡取り娘」が経営再建するまでの壮絶な軌跡～』と題し、様々な体験談を交え講演、延387名が参加。</p>

項目	主な取組み(抜粋)
店舗関連	<p>◇「<u>綾瀬支店</u>」リニューアルオープン（2018年7月）</p> <p>○お客様が気軽に立ち寄れ、安心してご利用いただける快適な店舗となるよう、計画的な店舗リニューアルを実施。2018年度は「綾瀬支店」をリニューアル。</p>

## 【最後に】

- ◇ 当行では、お客様の安定的な資産形成の重要性の高まり等を踏まえ、特に金融商品販売におけるお客様本位の取組みを更に充実させるため、  
**2017年6月に「お客様本位の業務運営に関する取組方針」を制定**いたしました。
- ⇒ **本方針のもと、当行全職員がお客様本位の姿勢を共有し、お客様の最善の利益の追求に向けて、お客様本位の良質なサービスの提供に努めるとともに、今後も「お客様アンケート」等を通じて、お客様のご意見や要望等を各種施策に反映させ、お客様の満足度及び利便性向上に取り組んでまいります。**