

公表日 平成19年5月28日

「お客さまアンケート」等の結果報告について

佐賀銀行（頭取 松尾靖彦）は、平成18年12月に、5,000先のお客さまへ「お客さまアンケート」を実施し、1,640先のお客さまからご回答をいただきました。

今回、平成18年度中に実施した他の調査等と併せて、その集計結果と分析結果を報告いたします。

記

1. お客さまアンケート（平成18年12月に実施）

佐賀、長崎、福岡県内の個人・事業主・法人のお客さま5,000先にアンケートを発送し、その結果1,640先のお客さまからご回答をいただきました。

アンケートを実施するにあたっては、外部コンサルタントによる「お客さま座談会」（平成18年9月～10月）と「行員インタビュー」（平成18年9月）を実施し、お客さまと行員との意識のギャップを調査・分析いたしました。

（1）お客さまと行員との意識のギャップ箇所（「お客さま座談会」、「行員インタビュー」による）

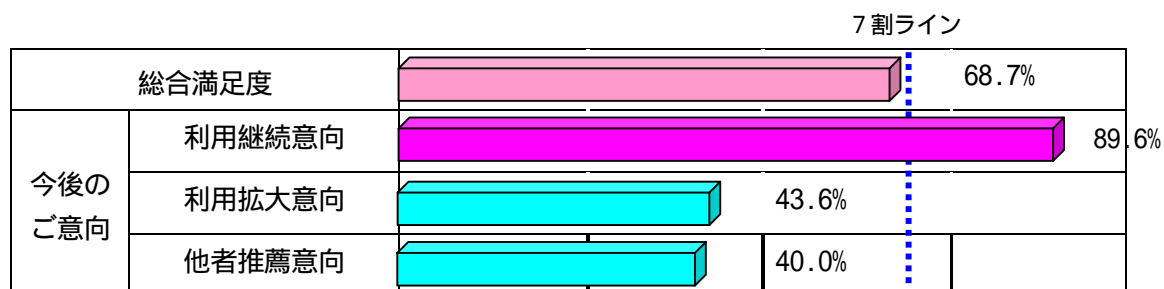
「お客さまのご要望」と、「当行行員が意識しているお客さまのご要望」に、下表のとおりギャップ（認識の違い）があることが分かりました。

	お客さまの主なご要望	当行行員が意識している お客さまのご要望	ギャップ箇所の分析
法人のお客さま	<ul style="list-style-type: none"> ・こまめなニーズの汲み上げ ・積極的な提案活動 ・融通の利く対応 ・借入金利の低減 ・困った時に頼める ・商品情報の案内 ・ビジネスマッチング ・丁寧な感じの良い対応 ・決裁スピードの向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元行事などへの参加 ・訪問頻度の向上 ・ビジネスマッチング ・丁寧な感じの良い対応 ・決裁スピードの向上 	お客さまが 積極的な経営支援 を望まれているのに対し、行員は お客さまとの対応の良さ・接触頻度の向上、地元行事への参加等 に対するお客さまのご要望が強いと考えている。
個人のお客さま	<ul style="list-style-type: none"> ・預金利息の増加・借入金利の低減 ・ATM 利用時間の拡大 ・商品情報の案内 ・インターネットバンキング、ホームページの利便性向上 ・窓口待ち時間の改善 ・丁寧な感じの良い対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元行事などへの参加 ・訪問頻度の向上 ・窓口待ち時間の改善 ・丁寧な感じの良い対応 	お客さまが 有利な取引条件や、利用のしやすさ、ニーズに合った商品情報の提供 を望まれているのに対し、行員は お客さまとの対応の良さ・接触頻度の向上 に対するお客さまのご要望が強いと考えている。

(2) 当行全体の評価とイメージ(心象)評価(アンケート調査による)

当行全体の評価

当行全体の評価として、現在のお客さまの「総合満足度」、およびお客さまの今後のご意向として「利用継続意向」、「利用拡大意向」、「他者推薦意向」を調査しました。



* 一般的に、満足度は70%以上が統計的に望ましいレベルとされています。

「総合満足度」は約7割と、ほぼお客さまにご満足いただけているものと認識できました。また、今後も継続して当行をご利用になるご意向が強いことを示す「利用継続意向」は約9割と高い評価をいただくことができました。

一方、当行とのお取引をお深めいただける「利用拡大意向」や、当行とのお取引を周りの方々にお薦めいただける「他者推薦意向」についてはともに4割程度にとどまっており、今後、原因をさらに見極めていきたいと考えます。

イメージ(心象)の評価

* 心象：お客さまが表面上は意識されていないが、実際は当行に対する今後の態度に影響を与えると想定されるものが心象(イメージ)要因です。

【イメージ(心象)についてのお客さまの評価度合】は別紙添付

当行のイメージ(心象)評価としては、「堅実さ」「親しみやすさ」などのポジティブなイメージについて、当行に寄せられる期待と評価が高くなっているといった結果をいただきました。

一方、「まじめくさった」「古臭い」などのネガティブなイメージが高いという結果もいただきましたが、これは各々「堅実さ」「伝統感」というポジティブなイメージの裏返しととれるもので、お客さまの目線で改めて見つめ直し、当行行員一人ひとりが自らの行動や取組姿勢を変えることで改善に結び付けてまいりたいと考えます。

2. その他に実施したお客さまご意向調査

平成18年6月に佐賀新聞、西日本新聞で「意見広告」を行い、当行の窓口・得意先係の行員やロビー案内係、警備員等の対応やこれまでの当行の施策に対しての、ご不満やお叱りあるいはお褒めの言葉など26通の「お客さまの声」をいただきました。

また平成17年度に引き続き、外部のモニターによる当行全店の第2回目の店頭評価を平成18年12月に行いました。店頭評価は、店舗内外の整頓、美化、窓口行員の対応や商品・サービス説明、提案力、待ち時間や全体印象、という観点から行い、モニターからは「入店時の挨拶やローカウンターを活用してお客さまのご相談をお受けする態勢は向上しつつある」が、一方で「繁忙時の応援体制が不足している店舗や美化の面でも不十分な店舗が散見された」との指摘や、服装の種類や着用の仕方、お客さまのご意向を伺うための言葉づかいなどについての要改善点等、全行員が再認識すべき点の指摘も受けました。

これらの調査結果は全営業店に配布し、改善取組みを実施するとともに、「店頭態勢の向上」については、現在、営業店の重要課題として位置付け、取組み状況を随時チェックしております。

なお「外部モニターによる店頭調査」は19年度以降も継続して実施する方針です。

【外部モニターによる店頭調査評点（満点100点）】

	平成17年度	平成18年度	改善度
全店平均点	61.6点	66.9点	+5.3点
向上店舗数	71ヶ店		
低下店舗数	7ヶ店		

3.まとめ

昨年度実施した「お客さまアンケート」等では、多数のご意見やお叱りの言葉をいただきました。

ご意見等をもとに、平成19年4月からスタートしている「第12次中期経営計画」の中に盛り込んでいる施策等もありますが、今後、その他のものについても、お客さまのご意見やご要望にお応えできるものから順次実施してまいります。

また、施策等の実施に加え、「気配り」をはじめとした当行にお寄せいただいているご期待にこれまで以上にお応えできるよう心がけ、お客さまとの心の触れ合いに努めてまいります。

お客さまからのご意見等を参考に、第12次中期経営計画の施策として盛り込んだ事項

(1) お客さまの暮らしへのサービス

お客さまの資産運用のお手伝い

- ・マネーアドバイザー制度の新設
- ・団塊世代・資産家・富裕層向け新商品の開発
- ・ローカウンター、相談ブース等を備えた新・店頭態勢の拡大
- ・ポイント制の導入

お客さまがご利用しやすい環境を目指して

- ・「お待たせしない店づくり」をコンセプトにした店頭づくりを拡充
(クイックコーナー、ロビー入金機、デイデポジット等設置店舗の拡大)
- ・コールセンターの新設
- ・自行ATMのご利用時間延長、ご利用時間統一

(2) お客さまの事業活動のサポート

お客さまの事業活動のお手伝い

- ・ビジネスマッチングの活動強化
 - ・各種セミナーや商談会等の実施
- 事業に必要な資金等のお手伝い
- ・営業店長の決裁権限の範囲拡大

(3) 人材の育成

人間性の向上

- ・当行にいただいている「泥くさいが誠実」という評価に磨きをかけます

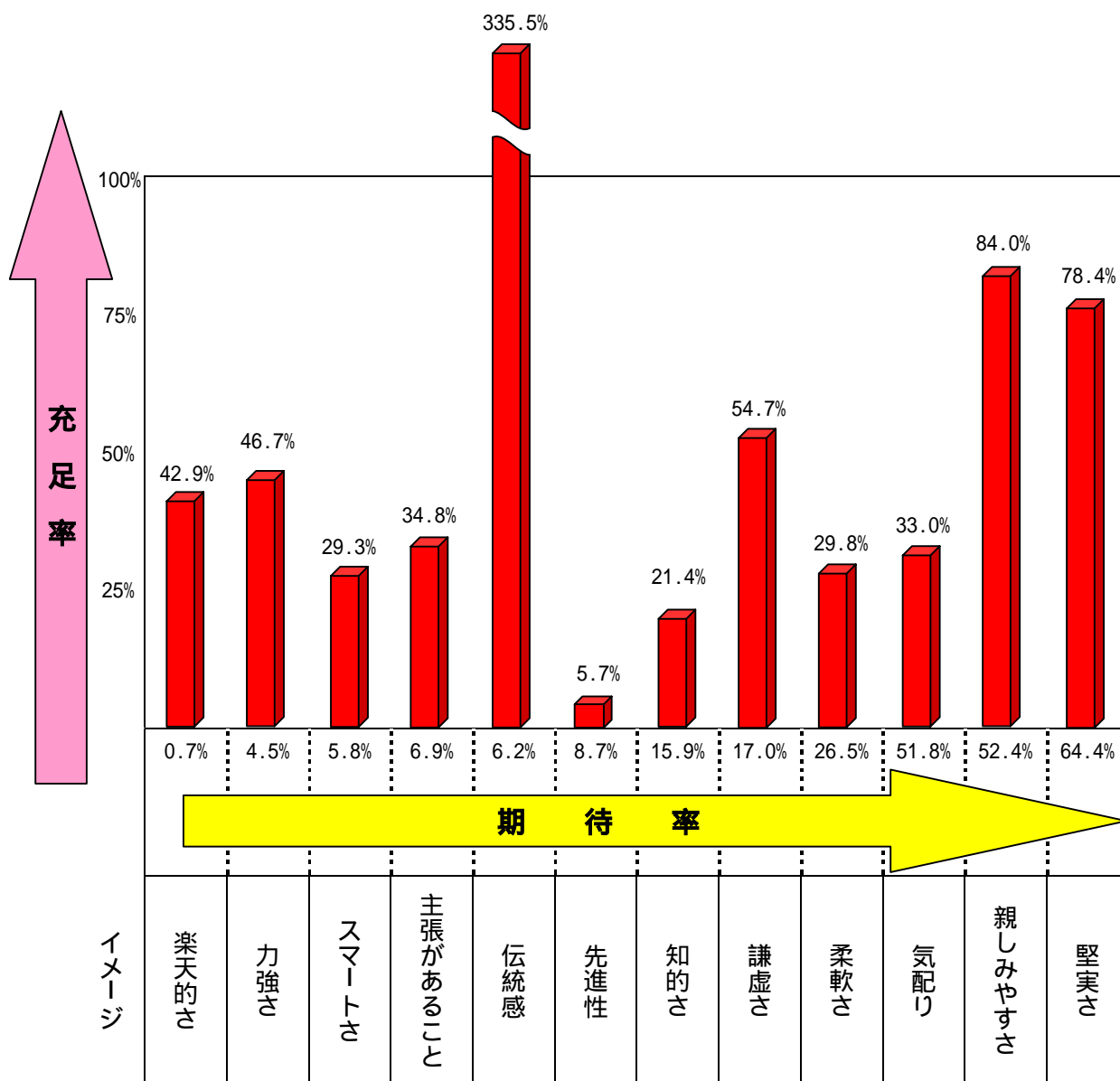
(4) お客さまとの心の触れ合い

「佐賀銀行・・・いい銀行だね」と思っただくために

- ・お客さまアンケートや店舗のモニタリング調査を通じ、お客さまのご意向の当行業務への反映

以上

【イメージ(心象)についてのお客さまの評価度合】



* 期待率とは、お客さまが当行に対して、「こうあって欲しい」と望まれる声の大きさ(量)を示したものです。

* 充足率とは、お客さまからお寄せいただいているご期待に対する実現度を示したものです。

$$\left(\begin{array}{|l} \text{お客さまが、実際に当行に対して抱いて} \\ \text{いただいているイメージの度合} \end{array} \right) \div \left(\begin{array}{|l} \text{お客さまが、当行に対してご期待} \\ \text{されているイメージの度合} \end{array} \right)$$