

1. 調査の方法

- ① 調査対象 当組合をご利用いただいている個人のお客さま
合計 5,777 先
- ② 調査期間 令和2年11月～12月
- ③ 調査の方法 郵送調査
- ④ 回収方法 無記名、返信用封筒による郵送
- ⑤ 調査目的 お客様のニーズや当組合に対する評価を継続的に定期観測し、その結果を踏まえ地域の利用者の満足度・利便性向上に向けた態勢、並びに業務の改善を図る
- ⑥ 調査項目

大信を選んだ理由	
店舗	店内美化 店内の整理整頓 店内の雰囲気
窓口の対応	職員の態度や言葉遣い 商品内容のご説明 ご用件・ご要望への対応 事務処理のスピード・正確さ
渉外の対応	訪問時の態度や言葉遣い お客様とのお約束の励行 ご用件・ご要望への対応 各種情報の提供 転勤時等の引継ぎ
商品・その他	預金商品の品揃え ご興味のある金融商品 融資商品の品揃え ご興味のある融資商品 各種手数料の金額 講演会・旅行・観劇会の催物企画
広報活動	ホームページについて
大信のイメージ	お客様を大切にする姿勢 地域金融機関としての地域密着の姿勢 ご融資に関する積極的姿勢 アドバイスや相談機能の充実
友人などへの大信の紹介意向	
大信への満足度	大信への満足度 不満足の原因 その他自由回答

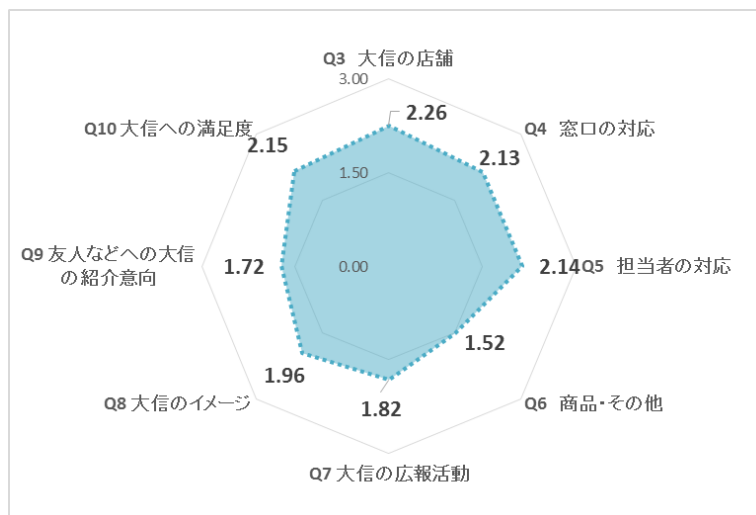
2. 回収結果

- ① 回収数 1,462 先
- ② 回収率 25.31% (1,462/5,777)

3. 大信に対するお客様満足度

大信に対するお客様の満足度について、具体的な項目についての設問で最も高かったのは「大信の店舗」の2.26で、次に「担当者の対応」の2.14であった。「大信の店舗」は3項目全てで2.10を超え、お客様の満足度が高かった。「担当者の対応」は5項目のうち、「各種情報の提供」「転勤時等の引き継ぎ」の2項目が他の項目と比較して満足度が低かった。

最も満足度が低かったのは「商品・その他」の1.52で、とりわけ「融資商品の品揃え」「講演会・旅行・懇親会等の催物企画」の2項目で1.50を下回った。



Q3 大信の店舗		ウエイト	平均
(1)店内美化		2.29	2.23
(2)店内の整理整頓		2.26	中央値
(3)店内の雰囲気		2.15	2.26
			標準偏差
			0.06

Q6 商品・その他		ウエイト	平均
(1)預金商品の品揃え		1.81	1.53
(3)融資商品の品揃え		1.27	中央値
(5)各種手数料の金額		1.66	1.52
(6)講演会・旅行・観劇会等の催物企画		1.38	標準偏差
			0.22

Q4 窓口の対応		ウエイト	平均
(1)職員の言葉遣いや態度		2.42	2.18
(2)商品内容のご説明		2.04	中央値
(3)ご用件・ご要望への対応		2.19	2.13
(4)事務処理・スピード・正確さ		2.08	標準偏差
			0.15

Q7 大信の広報活動	ウエイト
HPのみやすさ	1.82

Q5 担当者の対応		ウエイト	平均
(1)訪問時の態度や言葉遣い		2.35	2.09
(2)お客様とお約束の励行		2.18	中央値
(3)ご用件・ご要望への対応		2.14	2.14
(4)各種情報の提供		1.91	標準偏差
(5)転勤時等の引き継ぎ		1.87	0.18

Q8 大信のイメージ		ウエイト	平均
(1)お客様を大切にす姿勢		2.26	1.93
(2)地域金融機関として地域密着の姿勢		2.19	中央値
(3)ご融資に関する積極的姿勢		1.53	1.96
(4)アドバイスや相談機能の充実		1.74	標準偏差
			0.30

Q9 友人などへの大信の紹介意向	ウエイト
大信を紹介したい	1.72

Q10 大信への満足度	ウエイト
総合的な満足度	2.15

【ウエイトの算出方法】

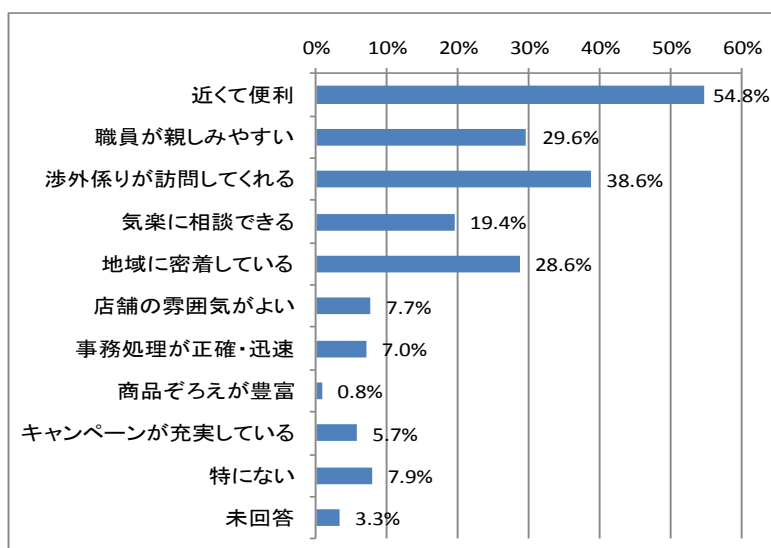
各設問の「良い」「どちらかというが良い」「どちらかというが悪い」の構成比率に、「良い＝3点」「どちらかというが良い＝2点」「どちらかというが悪い＝1点」を乗じて算出した。構成比率は「未回答」を除いた「有効回答」を使用した。またチャート図に使用したウエイトは中央値を採用した。

4. 大信を取引金融機関として選んだ理由について

大信を取引金融機関として選んだ理由を尋ねたところ、「近くて便利」が54.8%（801件）が最高で、次に「渉外係りが訪問してくれる」が38.6%（565件）の順であった。

結果	件数	構成比率
① 近くて便利	801	54.8%
② 職員が親しみやすい	433	29.6%
③ 渉外係りが訪問してくれる	565	38.6%
④ 気楽に相談できる	284	19.4%
⑤ 地域に密着している	418	28.6%
⑥ 店舗の雰囲気がよい	112	7.7%
⑦ 事務処理が正確・迅速	103	7.0%
⑧ 商品ぞろえが豊富	12	0.8%
⑨ キャンペーンが充実している	84	5.7%
⑩ 特にない	115	7.9%
未回答	48	3.3%
合計	1,462	-

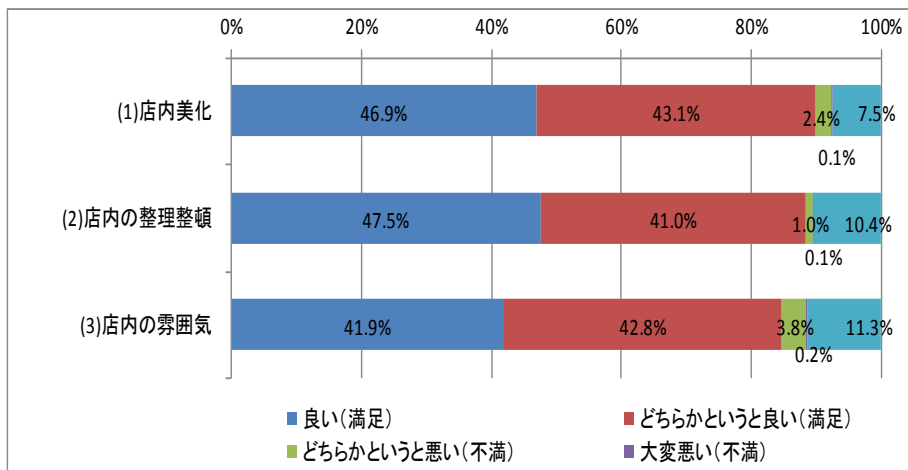
複数回答の構成比率は回答数合計に占める割合であるため、構成比率の合計は100%にならない。



5. 大信の店舗について

大信の店舗について尋ねたところ、「良い（満足）」は、「店内の整理整頓」の47.5%（695件）が最高で、次に「店内美化」の46.9%（686件）の順であった。全項目において「良い（満足）」「どちらかというが良い（満足）」の合計が8割以上を占めている。

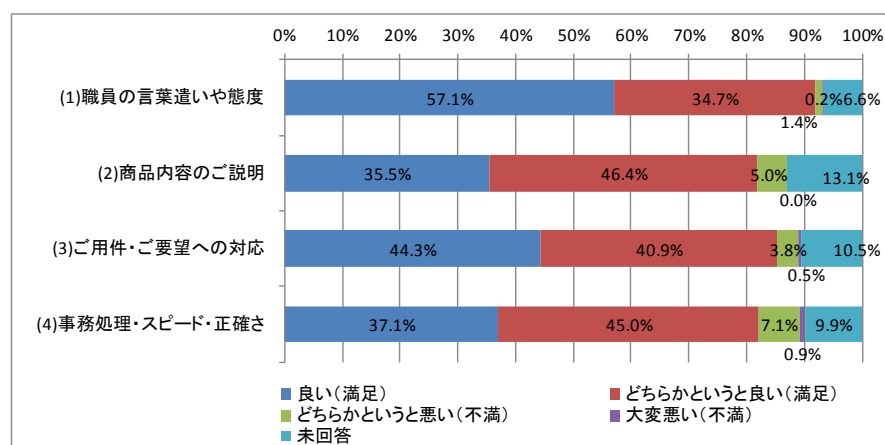
	合計	良い(満足)		どちらかという 良い(満足)		どちらかという 悪い(不満)		大変悪い(不満)		未回答	
(1)店内美化	1,462	686	46.9%	630	43.1%	35	2.4%	2	0.1%	109	7.5%
(2)店内の整理整頓	1,462	695	47.5%	599	41.0%	15	1.0%	1	0.1%	152	10.4%
(3)店内の雰囲気	1,462	613	41.9%	626	42.8%	55	3.8%	3	0.2%	165	11.3%



6. 大信の窓口対応について

大信の窓口の対応について尋ねたところ、「良い(満足)」は、「職員の言葉遣いや態度」の57.1%(835件)が最高で、次に「ご用件・ご要望への対応」の44.3%(648件)の順であった。その一方で、「商品内容のご説明」「事務処理・スピード・正確さ」では「良い(満足)」がいずれも35%前後にとどまり、お客様の満足度が低いことが伺える。また前回調査と比較すると、全項目において「良い(満足)」の回答率が減少している。

	合計	良い(満足)		どちらかという 良い(満足)		どちらかという 悪い(不満)		大変悪い(不満)		未回答	
(1)職員の言葉遣いや態度	1,462	835	57.1%	507	34.7%	20	1.4%	3	0.2%	97	6.6%
(2)商品内容のご説明	1,462	519	35.5%	679	46.4%	73	5.0%	0	0.0%	191	13.1%
(3)ご用件・ご要望への対応	1,462	648	44.3%	598	40.9%	56	3.8%	7	0.5%	153	10.5%
(4)事務処理・スピード・正確さ	1,462	542	37.1%	658	45.0%	104	7.1%	13	0.9%	145	9.9%



良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)職員の言葉遣いや態度	65.2%	-8.1%
(2)商品内容のご説明	45.0%	-9.5%
(3)ご用件・ご要望への対応	58.2%	-13.9%
(4)事務処理・スピード・正確さ	45.4%	-8.3%

どちらかという良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)職員の言葉遣いや態度	28.2%	6.5%
(2)商品内容のご説明	41.7%	4.7%
(3)ご用件・ご要望への対応	32.8%	8.1%
(4)事務処理・スピード・正確さ	41.4%	3.6%

どちらかという悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)職員の言葉遣いや態度	1.4%	0.0%
(2)商品内容のご説明	3.2%	1.8%
(3)ご用件・ご要望への対応	2.9%	1.0%
(4)事務処理・スピード・正確さ	6.0%	1.1%

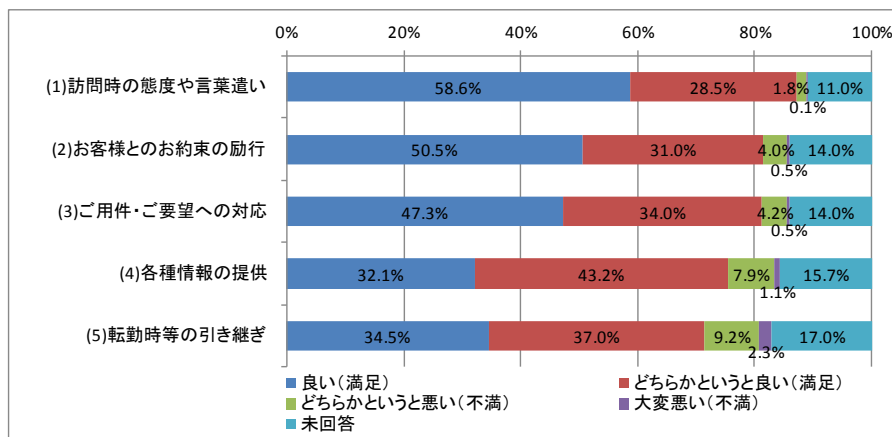
大変悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)職員の言葉遣いや態度	0.2%	0.0%
(2)商品内容のご説明	0.2%	-0.2%
(3)ご用件・ご要望への対応	0.4%	0.0%
(4)事務処理・スピード・正確さ	0.7%	0.2%

7. 大信のお伺いする担当者の対応について

大信の（営業）担当者の対応について尋ねたところ、「良い（満足）」は、「訪問時の態度や言葉遣い」の58.6%（857件）が最高で、次に「お客様とのお約束の励行」の50.5%（739件）の順であった。その一方で、「良い（満足）」が低かったのは、「各種情報の提供」の32.1%（470件）、次に「転勤時等の引き継ぎ」の34.5%（504件）であった。

	合計	良い(満足)		どちらかというと良い(満足)		どちらかというと悪い(不満)		大変悪い(不満)		未回答	
(1)訪問時の態度や言葉遣い	1,462	857	58.6%	416	28.5%	26	1.8%	2	0.1%	161	11.0%
(2)お客様とのお約束の励行	1,462	739	50.5%	453	31.0%	58	4.0%	7	0.5%	205	14.0%
(3)ご用件・ご要望への対応	1,462	691	47.3%	497	34.0%	62	4.2%	8	0.5%	204	14.0%
(4)各種情報の提供	1,462	470	32.1%	632	43.2%	115	7.9%	16	1.1%	229	15.7%
(5)転勤時等の引き継ぎ	1,462	504	34.5%	541	37.0%	134	9.2%	34	2.3%	249	17.0%



良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)訪問時の態度や言葉遣い	61.3%	-2.7%
(2)お客様とのお約束の励行	53.4%	-2.9%
(3)ご用件・ご要望への対応	48.8%	-1.5%
(4)各種情報の提供	37.3%	-5.1%
(5)転勤時等の引き継ぎ	39.4%	-4.9%

どちらかというと良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)訪問時の態度や言葉遣い	25.2%	3.3%
(2)お客様とのお約束の励行	28.3%	2.7%
(3)ご用件・ご要望への対応	32.8%	1.2%
(4)各種情報の提供	39.8%	3.4%
(5)転勤時等の引き継ぎ	35.8%	1.2%

どちらかというと悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)訪問時の態度や言葉遣い	2.0%	-0.2%
(2)お客様とのお約束の励行	4.5%	-0.5%
(3)ご用件・ご要望への対応	4.0%	0.3%
(4)各種情報の提供	7.5%	0.4%
(5)転勤時等の引き継ぎ	9.0%	0.2%

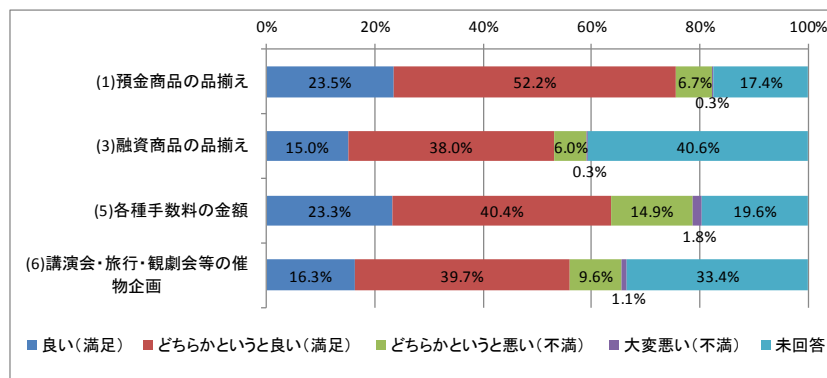
大変悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)訪問時の態度や言葉遣い	0.5%	-0.4%
(2)お客様とのお約束の励行	1.1%	-0.6%
(3)ご用件・ご要望への対応	1.3%	-0.8%
(4)各種情報の提供	1.2%	-0.1%
(5)転勤時等の引き継ぎ	1.4%	0.9%

8. 大信の商品・その他について

大信の商品・その他について尋ねたところ、「良い(満足)」は、「預金商品の品揃え」の23.5%(343件)が最高で、次に「各種手数料の金額」の23.3%(341件)の順であった。その一方で、「良い(満足)」が低かったのは、「融資商品の品揃え」の15.0%(220件)、「講演会・旅行・観劇会等の催物企画」の16.3%(238件)の順であった。

	合計	良い(満足)		どちらかという 良い(満足)		どちらかという 悪い(不満)		大変悪い(不満)		未回答	
		件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率
(1)預金商品の品揃え	1,462	343	23.5%	763	52.2%	98	6.7%	4	0.3%	254	17.4%
(3)融資商品の品揃え	1,462	220	15.0%	556	38.0%	88	6.0%	4	0.3%	594	40.6%
(5)各種手数料の金額	1,462	341	23.3%	590	40.4%	218	14.9%	26	1.8%	287	19.6%
(6)講演会・旅行・観劇会等の催物企画	1,462	238	16.3%	580	39.7%	140	9.6%	16	1.1%	488	33.4%



良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)預金商品の品揃え	28.3%	-4.8%
(3)融資商品の品揃え	16.5%	-1.5%
(5)各種手数料の金額	17.0%	6.3%
(6)講演会・旅行・観劇会等の催物企画	17.7%	-1.4%

どちらかという良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)預金商品の品揃え	47.1%	5.1%
(3)融資商品の品揃え	38.7%	-0.7%
(5)各種手数料の金額	35.4%	4.9%
(6)講演会・旅行・観劇会等の催物企画	40.9%	-1.3%

どちらかという悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)預金商品の品揃え	7.1%	-0.4%
(3)融資商品の品揃え	5.4%	0.6%
(5)各種手数料の金額	13.7%	1.2%
(6)講演会・旅行・観劇会等の催物企画	8.6%	1.0%

大変悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)預金商品の品揃え	0.3%	0.0%
(3)融資商品の品揃え	0.4%	-0.2%
(5)各種手数料の金額	2.1%	-0.3%
(6)講演会・旅行・観劇会等の催物企画	1.1%	0.0%

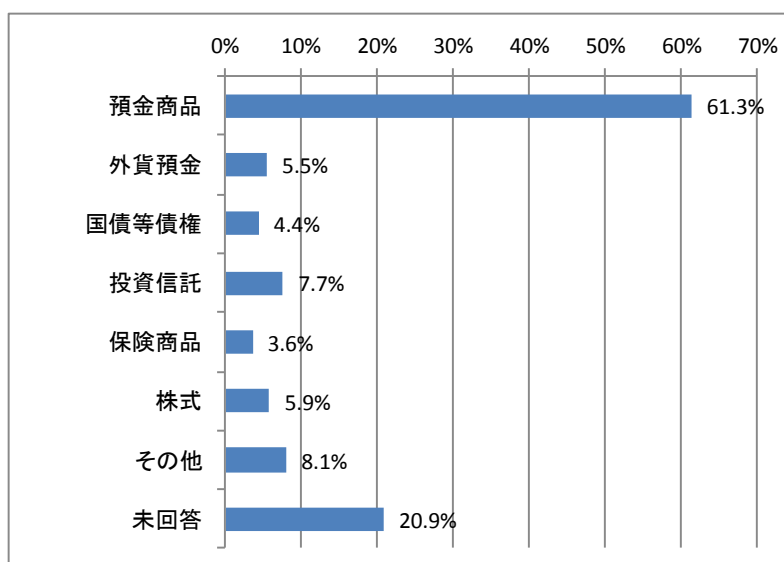
(1)興味のある金融商品

興味のある金融商品を尋ねたところ、「預金商品」が61.3%（896件）と圧倒的に高く、次に「投資信託」が7.7%（112件）の順であった。前回調査と比較すると「外貨預金」「投資信託」「株式」の割合が減少し、「預金商品」「国債等債券」の割合が増加しており、最も増加したのは「預金商品」であった（前回調査比：4.4%増）。

結果	件数	構成比率
① 預金商品	896	61.3%
② 外貨預金	81	5.5%
③ 国債等債券	65	4.4%
④ 投資信託	112	7.7%
⑤ 保険商品	53	3.6%
⑥ 株式	86	5.9%
⑦ その他	118	8.1%
未回答	305	20.9%
合計	1,462	-

前回比率(%)	比較(%)
56.9%	4.4%
6.2%	-0.7%
4.0%	0.4%
9.0%	-1.3%
3.6%	0.0%
6.8%	-0.9%

複数回答の構成比率は回答数合計に占める割合であるため、構成比率の合計は100%にならない。

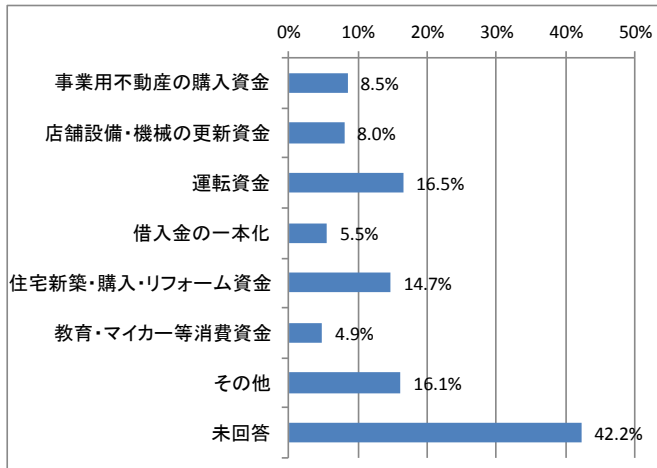


(2) 興味のある融資商品

興味のある融資商品を尋ねたところ、「運転資金」が16.5%（241件）が最高で、次に「住宅新築・購入・リフォーム資金」が14.7%（215件）の順であった。前回調査と比較すると減少したのは、「住宅新築・購入・リフォーム資金」（前回調査比：3.1%減）、「教育・マイカー等消費資金」（同：0.2%減）で、「事業用不動産の購入資金」「店舗設備・機械の更新資金」「運転資金」「借入金の本化」の割合が増加しており、最も増加したのは、「運転資金」であった（同：3.1%増）。

結果	件数	構成比率	前回比率(%)	比較(%)
① 事業用不動産の購入資金	124	8.5%	6.6%	1.9%
② 店舗設備・機械の更新資金	117	8.0%	5.2%	2.8%
③ 運転資金	241	16.5%	13.4%	3.1%
④ 借入金の本化	81	5.5%	3.0%	2.5%
⑤ 住宅新築・購入・リフォーム資金	215	14.7%	17.8%	-3.1%
⑥ 教育・マイカー等消費資金	71	4.9%	5.1%	-0.2%
⑦ その他	236	16.1%	13.9%	2.2%
未回答	617	42.2%		
合計	1,462	-		

複数回答の構成比率は回答数合計に占める割合であるため、構成比率の合計は100%にならない。



9. 大信の広報活動について

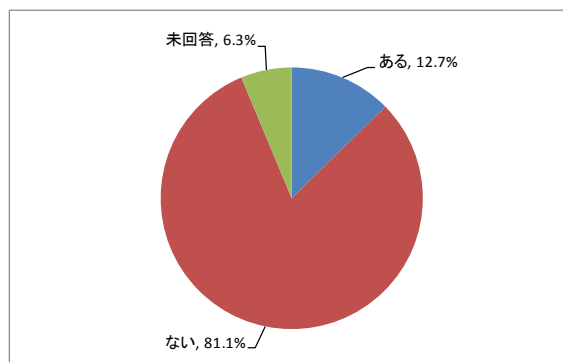
大信の広報活動のうち、ホームページについて尋ねたところ、「（見たことが）ない」が大半を占めた（81.1%）。

ホームページの何を見たかについて尋ねたところ、「店舗・ATMのご案内」が68.6%（127件）が最高で、次に「手数料一覧」が36.2%（67件）の順であった。

ホームページの何を見たかについて尋ねたところ、「どちらかというわかりやすい」（43.8%）が最も多く、「わかりやすい」（27.0%）と合算すると、見たことのある大半の方がホームページは「わかりやすい」と評価している。

(1) ホームページを見たことがあるか

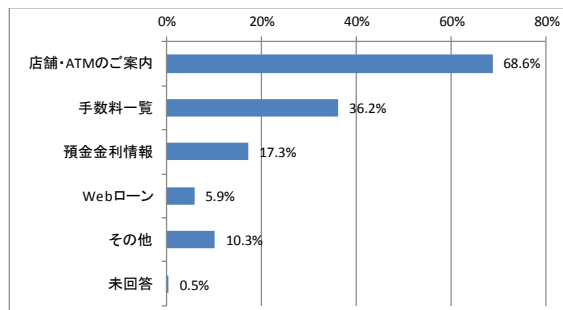
結果	件数	構成比率
① ある	185	12.7%
② ない	1,185	81.1%
未回答	92	6.3%
合計	1,462	100.0%



(1-②) ホームページの何を見たか

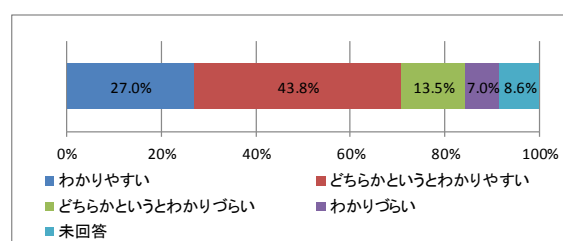
結果	件数	構成比率
① 店舗・ATMのご案内	127	68.6%
② 手数料一覧	67	36.2%
③ 預金金利情報	32	17.3%
④ Webローン	11	5.9%
⑤ その他	19	10.3%
未回答	1	0.5%
合計	185	-

複数回答の構成比率は回答数合計に占める割合であるため、構成比率の合計は100%にならない。



(1-③) ホームページのわかりやすさ

結果	件数	構成比率
① わかりやすい	50	27.0%
② どちらかというわかりやすい	81	43.8%
③ どちらかというわかりづらい	25	13.5%
④ わかりづらい	13	7.0%
未回答	16	8.6%
合計	185	100.0%

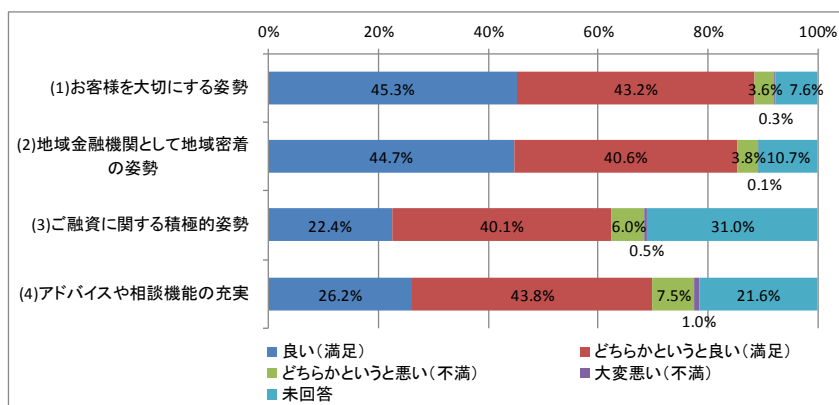


10. 大信のイメージについて

大信のイメージについて尋ねたところ、「良い（満足）」は、「お客様を大切にする姿勢」の45.3%（662件）が最高で、次に「地域金融機関として地域密着の姿勢」の44.7%（654件）の順であった。前回調査と比較すると、すべての項目で「良い（満足）」の割合が減少した。

前回調査より「良い（満足）」の割合は全項目で減少しているが、前回よりも「どちらかというとも良い（満足）」と回答した割合が増加し、「どちらかというとも悪い（不満）」「大変悪い（不満）」の割合が若干減少している。大信のイメージが大きく低下したとは言いがたく、今後の推移を見ていく必要がある。

	合計	良い(満足)	どちらかというとも良い(満足)	どちらかというとも悪い(不満)	大変悪い(不満)	未回答
(1)お客様を大切にする姿勢	1,462	662 45.3%	632 43.2%	52 3.6%	5 0.3%	111 7.6%
(2)地域金融機関として地域密着の姿勢	1,462	654 44.7%	594 40.6%	56 3.8%	1 0.1%	157 10.7%
(3)ご融資に関する積極的姿勢	1,462	328 22.4%	586 40.1%	87 6.0%	8 0.5%	453 31.0%
(4)アドバイスや相談機能の充実	1,462	383 26.2%	640 43.8%	109 7.5%	14 1.0%	316 21.6%



良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)お客様を大切にする姿勢	53.0%	-7.7%
(2)地域金融機関として地域密着の姿勢	51.1%	-6.4%
(3)ご融資に関する積極的姿勢	24.5%	-2.1%
(4)アドバイスや相談機能の充実	28.0%	-1.8%

どちらかというとも良い(満足)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)お客様を大切にする姿勢	36.8%	6.4%
(2)地域金融機関として地域密着の姿勢	35.5%	5.1%
(3)ご融資に関する積極的姿勢	36.4%	3.7%
(4)アドバイスや相談機能の充実	39.1%	4.7%

どちらかというとも悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)お客様を大切にする姿勢	4.1%	-0.5%
(2)地域金融機関として地域密着の姿勢	4.6%	-0.8%
(3)ご融資に関する積極的姿勢	5.8%	0.2%
(4)アドバイスや相談機能の充実	7.5%	0.0%

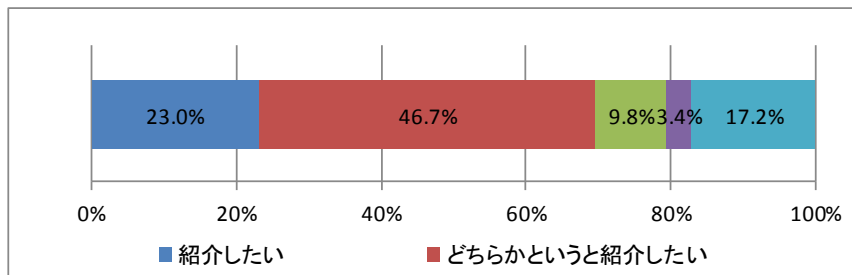
大変悪い(不満)の比較

	前回比率(%)	比較(%)
(1)お客様を大切にする姿勢	1.0%	-0.7%
(2)地域金融機関として地域密着の姿勢	0.5%	-0.4%
(3)ご融資に関する積極的姿勢	0.4%	0.1%
(4)アドバイスや相談機能の充実	1.1%	-0.1%

11. 友人などへの大信の推奨度

友人などへの大信の推奨度を尋ねたところ、「どちらかというで紹介したい」の46.7% (683件)が最高で、次に「紹介したい」が23.0% (336件)の順であった。

結果	件数	構成比率
① 紹介したい	336	23.0%
② どちらかというで紹介したい	683	46.7%
③ どちらかというで紹介したくない	143	9.8%
④ 紹介したくない	49	3.4%
未回答	251	17.2%
合計	1,462	100.0%



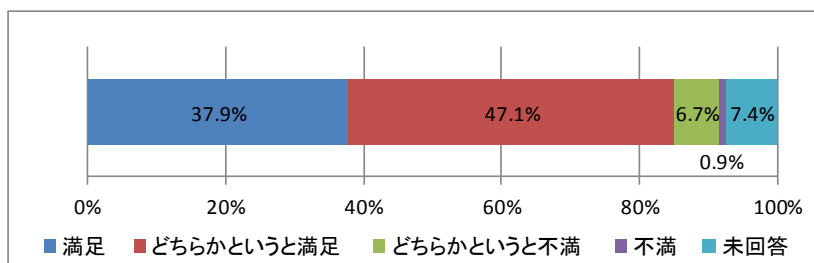
12. 大信への満足度について

大信への総合的な満足度について尋ねたところ、「どちらかという満足」の47.1%（689件）が最高で、次に「満足」の37.9%（554件）の順であった。

「どちらかという不満」「不満」の回答理由としては、「アフターフォローが十分でない」が31.5%（35件）が最高で、「魅力的なキャンペーンがない」25.2%（28件）の順であった。

(1) 総合的な満足度

結果	件数	構成比率
① 満足	554	37.9%
② どちらかという満足	689	47.1%
③ どちらかという不満	98	6.7%
④ 不満	13	0.9%
未回答	108	7.4%
合計	1,462	100.0%



(1-②) 不満の場合／回答の理由

結果	件数	構成比率
① 職員の人柄や接客態度が悪い	14	12.6%
② 気軽に相談しづらい	25	22.5%
③ 事務処理に時間がかかる・正確でない	21	18.9%
④ 勧誘がしつこい	6	5.4%
⑤ アフターフォローが十分でない	35	31.5%
⑥ 魅力的なキャンペーンがない	28	25.2%
⑦ 店舗のアクセスが悪い	18	16.2%
⑧ その他	11	9.9%
未回答	22	19.8%
合計	111	-

複数回答の構成比率は回答数合計に占める割合であるため、構成比率の合計は100%にならない。

