

お客様アンケート調査結果について

北日本銀行では、地域密着型金融推進計画に則り、お客様のニーズを踏まえたビジネスモデルの展開等、地域の利用者の満足度を重視した経営を確立するため、利用者満足度調査を実施しました。

調査の結果明らかになりました地域の皆様のニーズにつきましては、継続的に経営戦略に反映させることで、今後とも地域の皆様に選ばれる銀行となるべく努めて参る所存です。

1. 調査の方法

地域の皆様が持っている当行をはじめとする金融機関に対するニーズを、具体的に経営に反映させるため、今回の調査においては、リスク性商品についての説明をしっかりと知っているかどうかをポイントにアンケート調査を行った。

(1) 調査実施時期

平成 19 年 3 月

(2) 調査対象者

岩手県内、青森県内、秋田県内、宮城県内の 50 歳台(平均年齢 53.5 歳)男女 1,000 名を対象

(3) 調査方法

調査票を郵送し、返信用封筒により郵送で回収

(4) 回収率

回収数 411 名(回収率 41.1%)

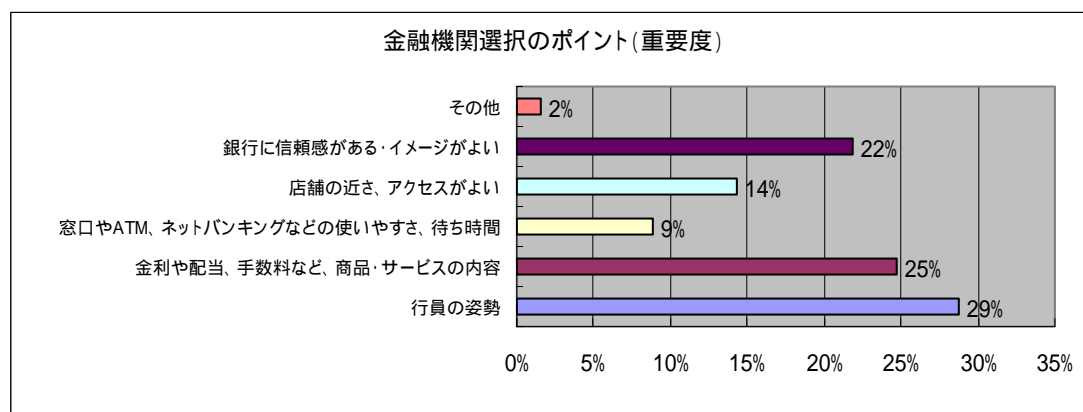
(5) 主な調査項目

金融機関選択のポイント
窓口対応
各種情報提供

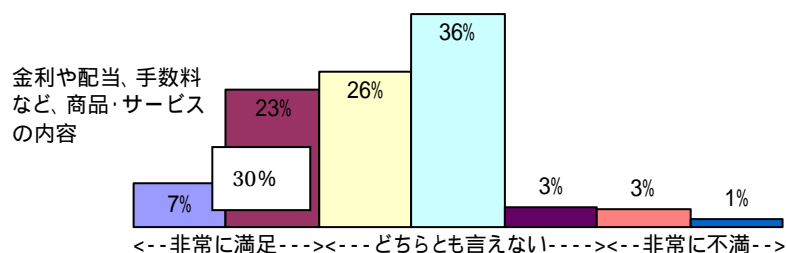
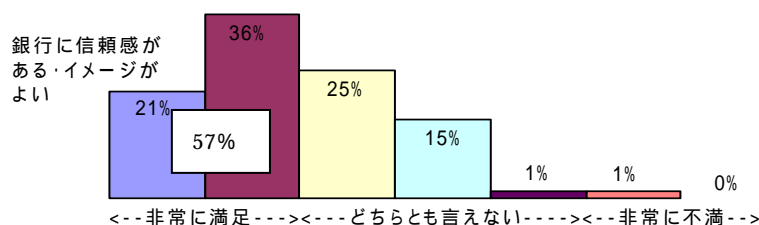
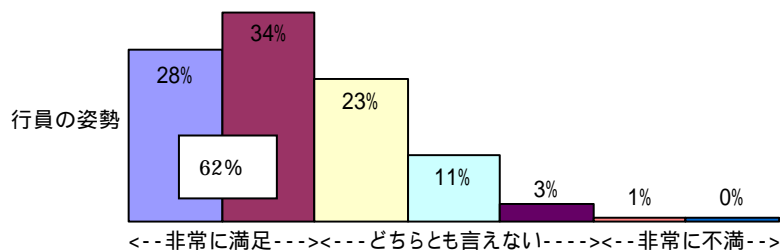
2. 調査結果の概要

(1) 金融機関選択のポイント

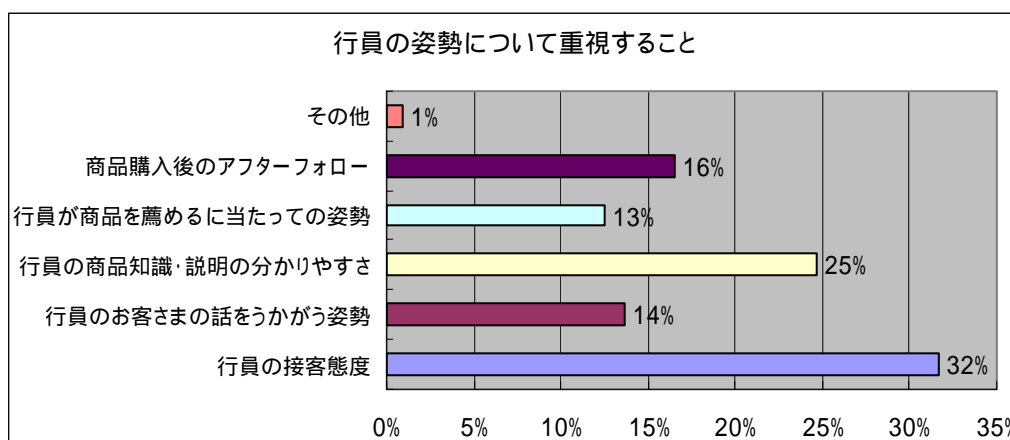
選択要素の内、重要度大とする項目は、第 1 位が「行員の姿勢」(29%)、第 2 位が「金利や配当、手数料など、商品・サービスの内容」(25%)となっており、次いで「銀行に信頼感がある・イメージがよい」(22%)「店舗の近さ、アクセスがよい」(14%)となっている。



また、それぞれの選択要素を7段階（非常に満足～非常に不満）で評価いただいた結果は、「非常に満足」の評価第1位が「行員の姿勢」(62%)、次いで「銀行に信頼感がある・イメージがよい」(57%)と高く、重要度大とする項目で第2位だった「金利や配当、手数料など、商品サービスの内容」の評価が30%と低く、金利や手数料面での失望感を示す結果となった。



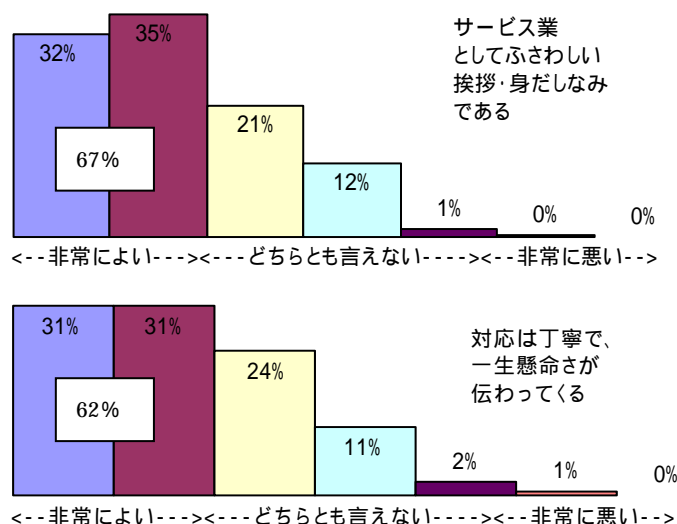
さらに、重要度大とする項目で第1位の「行員の姿勢」として重要視するものは、第1位に「行員の接客態度」(32%)、第2位が「行員の商品知識・説明の分かりやすさ」(25%)となっている。



金融機関選択に関しては、行員の接客態度や信頼感などイメージ的な要素が高く、行員のコンサルティング能力も重要なポイントとなっている。

(2) 窓口対応

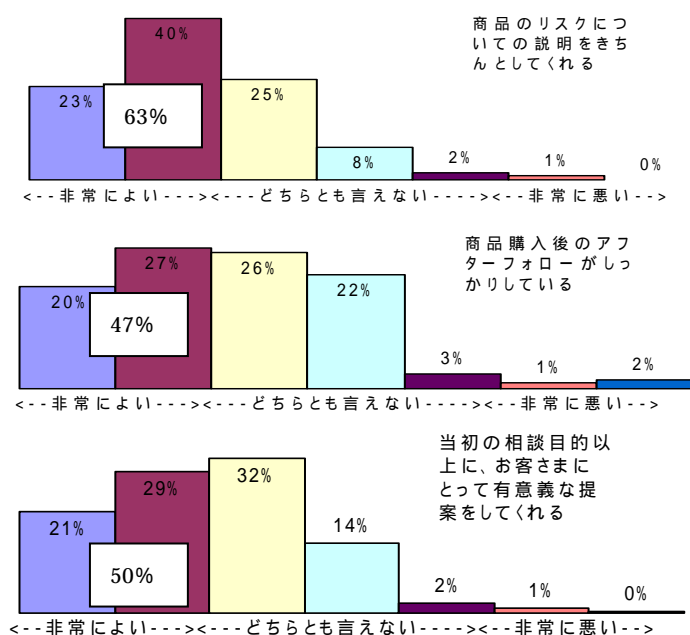
窓口全般の対応については、それぞれの選択要素を7段階（非常によい～非常に悪い）で評価いただいた結果、いずれの要素も「非常によい」の回答が多く、特に「サービス業としてふさわしい挨拶・身だしなみである」（67%）、「対応は丁寧で、一生懸命さが伝わってくる」（62%）の評価が良かった。



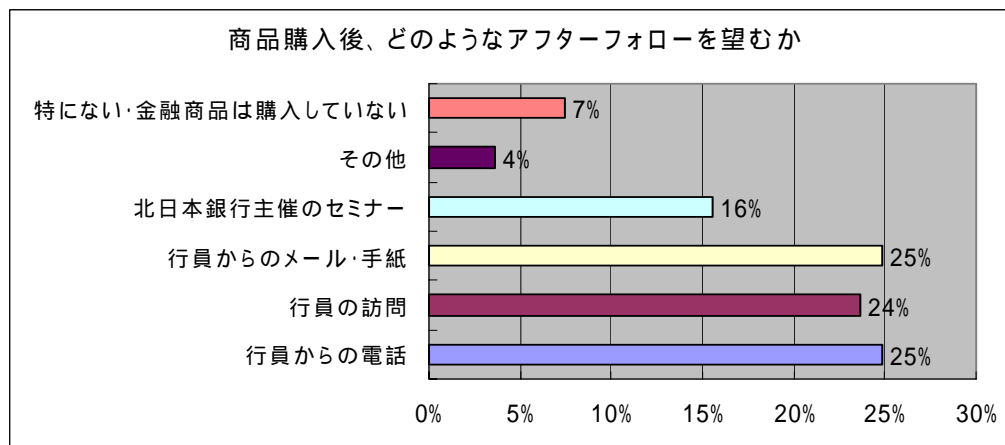
(3) 各種情報提供等

リスク性商品等の販売時に行員が適切な情報を提供しているか、それぞれの選択要素を7段階（非常によい～非常に悪い）で評価いただいた結果、「商品のリスクについての説明をきちんとしてくれる」については、63%の方が「非常によい」という回答であった。

一方、「商品購入後のアフターフォローがしっかりしている」（47%）、「当初の相談目的以上に、お客さまにとって有意義な提案をしてくれる」（50%）の評価は低く、商品販売後のフォローの大切さと顧客特性を理解した情報提供の必要性を再認識させられる結果となった。



また、お客さまが商品購入後、どのようなフォローを必要としているかについては、「行員からの電話」(25%)、「行員からのメール・手紙」(25%)、「行員の訪問」(24%)、「北日本銀行主催のセミナー」(16%)という結果となった。



3. 利用者の声を踏まえた取り組みについて

今回実施した調査結果を踏まえ、お客様の声が多方面の施策に具体的に活かされるよう分析・検討しているところであり、今後も積極的に取組んで参る所存です。

当行では、お客様アンケート調査を平成18年3月にも実施しており(利用者満足度調査)、その結果は平成20年3月期最終の中期経営計画に随時反映されております。

平成 18 年度中に利用者の声を踏まえて具体的に実施した項目

| | 実施項目 | 実施時期 |
|---------------------------------|--|-----------------------|
| 営業改善 | ・ マネーアドバイザー、アシスタントマネーアドバイザーの育成、 ・ 営業店コンサルティングブースの設置（18 年度中 23 店舗） | 18 年 4 月～ 19 年 3 月 |
| | ・ 営業店窓口における起立対応への取組み徹底 | 18 年 4 月～ |
| | ・ 資産運用サポート室の拡充 - お客様へのスムーズかつ法令を遵守したサービス提供の推進 - | 18 年 4 月 |
| | ・ 企業支援対象先選定基準の変更 - 企業支援チームを中心に営業店と一体となった支援体制の強化 - | 18 年 7 月 |
| 顧客保護 | ・ 「振り込め詐欺」被害防止対策の強化 - 利用者保護の観点からシステムチェック、防止事例の徹底 - | 18 年 4 月 18 年 10 月 |
| | ・ 内部統制システム構築の基本方針に基づくコンプライアンス・マニュアルの改正 - 業務の適正確保と行員コンプライアンス尊重意識の一層の醸成 - | 18 年 7 月 |
| | ・ 偽造・盗難キャッシュカード犯罪等での顧客対応の周知・再徹底 | 19 年 1 月 |
| 金融商品・サービス・業務提携 | ・ 中小企業基盤整備機構との中小企業支援等で業務提携 | 18 年 4 月 |
| | ・ 第 11 回、12 回ビジネス交流会開催（ビジネスマッチング） | 18 年 5 月、19 年 2 月 |
| | ・ 資産運用ゼミナール開催（18 年度 49 回、うち特別編 4 回） | 18 年 6 月 |
| | ・ 県民会館大ホールで「きたぎん落語名人会」開催（18 年度 2 回） | 18 年 6 月、12 月 |
| | ・ いわて産業振興センターとの提携（提携ローン取扱ほか） | 18 年 6 月 |
| | ・ 原油デリバティブ取引の媒介取扱開始 | 18 年 7 月 |
| | ・ ベンチャー支援の東北グロースファンドへの出資 | 18 年 8 月 |
| | ・ CRD のスコアリングモデルを利用したローン取扱開始 | 18 年 8 月 |
| | ・ ABL（動産担保融資）取扱（18 年度 5 件） | 18 年 9 月 |
| | ・ 国民生活金融公庫との新規開業支援等で業務提携 | 18 年 10 月 |
| | ・ セブン銀行との ATM 利用提携開始 | 18 年 11 月 |
| | ・ PFI 方式を活用したプロジェクトファイナンス取組み | 18 年 12 月 |
| | ・ ネットダイレクトの利用対象を法人、個人事業主へ拡大 | 18 年 12 月 |
| | ・ ATM の時間外手数料無料時間帯拡大 | 19 年 1 月 |
| ・ FOMA を活用したカードローン「ケータイクイカ」取扱開始 | 19 年 2 月 | |
| ・ 三井物産(株)との情報等の相互活用ほか業務提携 | 19 年 2 月 | |
| ・ 退職者向けスペシャル定期預金「ゴールド 2 プラス」発売 | 19 年 3 月 | |

以 上