

2012年度顧客満足度調査 報告書

■ 調査概要と注意事項	
調査概要 P.05
回答者属性 P.06
本報告書における注意事項 P.07
■ 金融機関について	
金融機関に対して重視する点 P.08
金融機関から提供してもらいたい情報 P.09
■ 中央労働金庫について	
「中央労働金庫」に対するイメージ P.11
他金融機関と比べ「中央労働金庫」の優位点 P.12
他金融機関と比べ「中央労働金庫」の劣位点 P.13
利用している「中央労働金庫」の金融サービス・商品 P.14
認知している「中央労働金庫」のサービス P.15
■ 中央労働金庫の満足度について	
満足度の概況(全体) P.17
満足度の概況(年代別) P.18
満足度の概況(満足層／非満足層) P.19
継続利用意向 P.20
今後利用してみたい「中央労働金庫」の金融サービス・商品 P.21
まとめ P.22



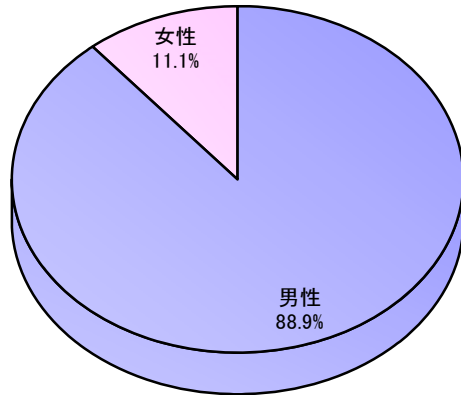
調査概要と注意事項

- ◆ 調査タイトル: 顧客満足度調査
- ◆ 調査目的: 金庫の商品、サービスが顧客にどのように評価されているのか、他金融機関と比較した場合、どのように評価されているのかを明らかにし、顧客を困り込むために今後、有効と考えられる施策の方向性を探ることを目的とする。
- ◆ 調査方法: メール配信によるインターネットアンケート調査
(金庫のメルマガ会員に協力依頼とアンケートURLをメールし回答してもらう)
- ◆ 調査対象者: 金庫のメルマガ会員
- ◆ 配信数: 97, 587件
- ◆ 回収数: 2, 651件
- ◆ 調査期間: 2013年2月12日(火)～2013年3月4日(月)

回答者属性

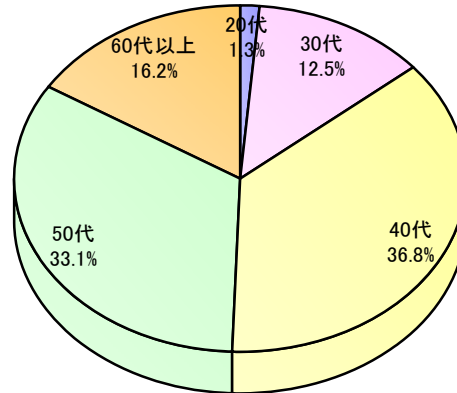
性別

n=2595



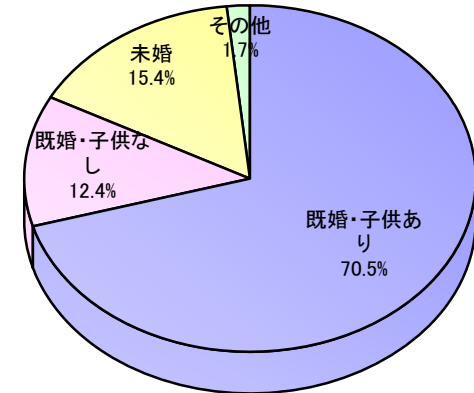
年代

n=2611

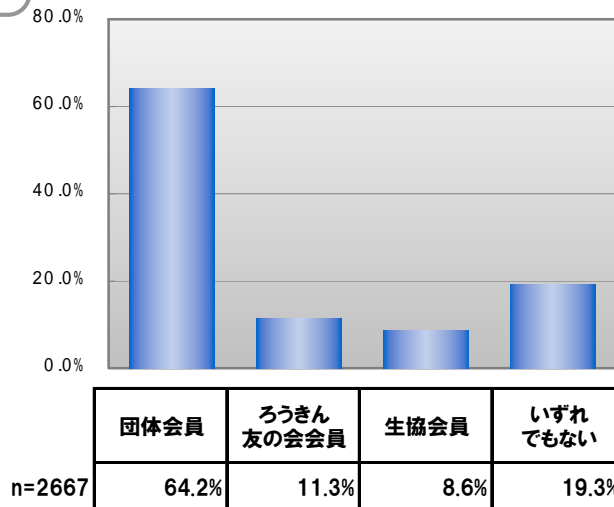


家族構成

n=2596

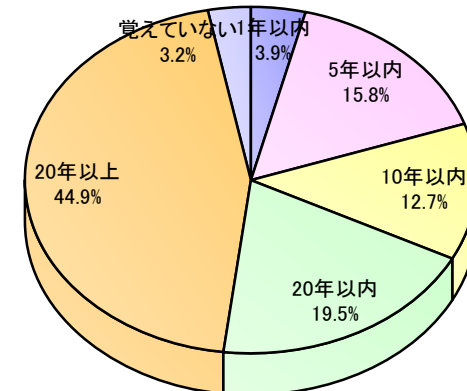




会員／非会員



口座開設年数

n=2622



- 数表における色の表記
 -  「全体」数値に対して+10%以上の開きがある場合(平均値の場合、+0.1)
 -  「全体」数値に対して-10%以上の開きがある場合(平均値の場合、-0.1)
- 平均値の計算方法:
Q8-Q12の満足度における平均値は、選択肢を以下のように数値化して算出した。
「満足」=+4、「やや満足」=+3、「やや不満」=+2、「不満」=+1
- 「年代」軸について
今回の調査では「10代以下」と回答した方がいないため、省略した。
- 「組織」軸について
「会員」:「団体会員」「ろうきん友の会会員」「生協会員」のいずれかを回答している方。
「会員以外」:「団体会員」「ろうきん友の会会員」「生協会員」のいずれでもない方。
- 「満足度」軸について
「満足」:Q13_総合満足度で「満足」「やや満足」と回答している方。
「非満足」:Q13_総合満足度で「やや不満」「不満」と回答している方。
- 集計方法について
全ての質問で不明を除いて集計。



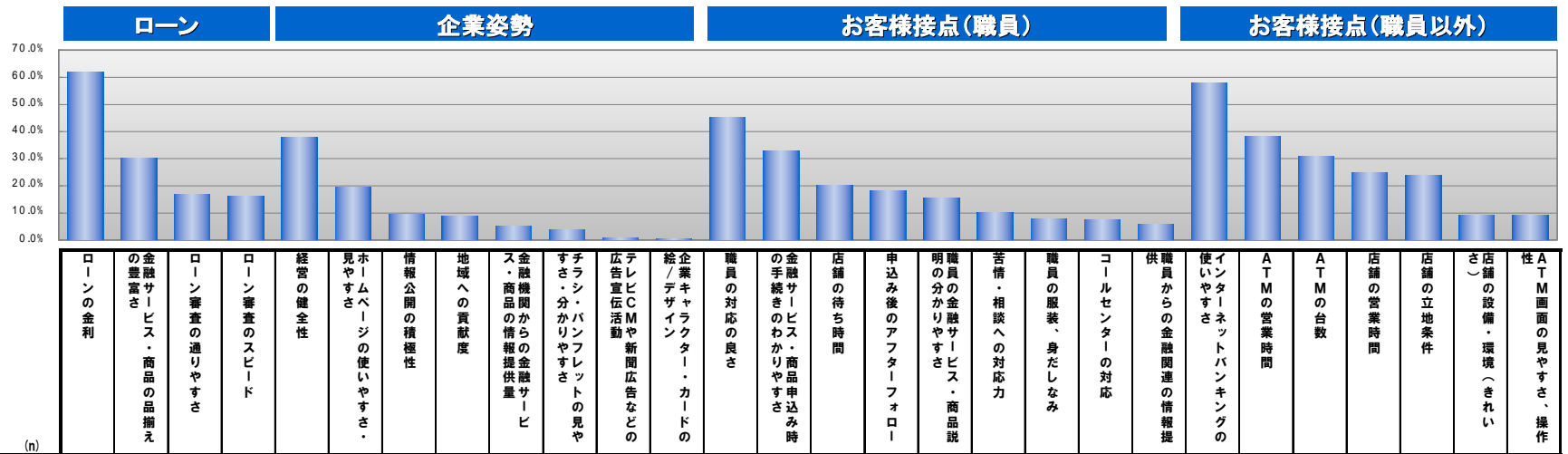
金融機関について

金融機関に対して重視する点

- 金融機関に対し求める点・重視点は、「ローンの金利」、「インターネットバンキングの使いやすさ」、「職員対応の良さ」の順。
- 属性別で見ると、女性は男性より、「申し込み後のアフターフォロー」を重視する人が多い。
- 年代別で見ると、「店舗の営業時間」は20代~30代の方が重視している。

Q7.あなたが、金融機関に対して求める点、重視する点をお答え下さい。(いくつでも)

MA



(n)		ローンの金利	金融サービス・商品の品揃え	ローン審査の通りやすさ	ローン審査のスピード	経営の健全性	ホームページの使いやすさ・見やすさ	情報公開の積極性	地域への貢献度	金融機関からの金融サービス・商品の情報提供量	チラシ・パンフレットの見やすさ・分かりやすさ	テレビCMや新聞広告などの広告宣伝活動	総/デザイン	企業キャラクター・カードの良さ	職員の対応の良さ	金融サービス・商品申し込み時の手続きのわかりやすさ	店舗の待ち時間	申し込み後のアフターフォロー	明の分かりやすさ	職員の金融サービス・商品説明	苦情・相談への対応力	職員の服装、身だしなみ	コールセンターの対応	供職員からの金融関連の情報提供	インターネットバンキングの使いやすさ	ATMの営業時間	ATMの台数	店舗の営業時間	店舗の立地条件	店舗の設備・環境(きれいさ)	ATM画面の見やすさ、操作性
全体	(2628)	61.8%	30.0%	16.7%	16.2%	37.8%	19.7%	9.4%	9.0%	5.1%	4.0%	0.8%	0.7%	45.3%	33.0%	20.3%	18.1%	15.5%	10.2%	7.8%	7.7%	5.9%	57.8%	38.0%	31.0%	24.9%	23.9%	9.4%	9.1%		
性別	男性	(2290)	62.7%	29.9%	17.2%	17.0%	38.2%	18.9%	9.4%	8.7%	4.7%	3.4%	0.8%	0.6%	44.8%	32.4%	20.2%	16.9%	14.8%	9.6%	7.5%	5.6%	58.1%	38.0%	31.0%	24.9%	23.4%	8.8%	8.9%		
	女性	(285)	56.4%	32.4%	11.8%	10.1%	35.9%	26.1%	9.8%	9.4%	8.0%	8.4%	0.7%	1.0%	49.5%	39.4%	21.3%	28.9%	20.2%	16.7%	9.4%	12.5%	9.1%	56.8%	39.7%	32.4%	25.8%	27.9%	13.9%	11.5%	
年代	20代	(34)	55.9%	32.4%	14.7%	8.8%	35.3%	14.7%	8.8%	11.8%	0.0%	8.8%	0.0%	5.9%	47.1%	32.4%	23.5%	17.6%	14.7%	5.9%	11.8%	8.8%	14.7%	38.2%	44.1%	26.5%	35.3%	32.4%	11.8%	14.7%	
	30代	(326)	71.6%	33.3%	12.2%	14.7%	30.3%	20.8%	7.3%	7.3%	5.2%	6.4%	0.6%	0.6%	51.7%	33.6%	17.4%	22.9%	14.4%	11.6%	8.6%	12.5%	4.9%	58.4%	47.7%	37.0%	31.2%	26.3%	12.2%	12.5%	
	40代	(955)	72.9%	30.1%	19.9%	18.7%	37.4%	18.8%	6.2%	7.1%	4.4%	3.5%	0.2%	1.1%	43.8%	34.4%	19.4%	20.4%	15.8%	10.0%	7.6%	7.8%	6.0%	55.7%	39.4%	32.8%	23.4%	21.2%	8.2%	7.5%	
	50代	(859)	62.9%	29.5%	19.0%	19.0%	37.7%	17.2%	10.1%	9.5%	4.3%	3.2%	0.9%	0.3%	42.5%	34.6%	18.7%	17.3%	14.9%	9.9%	6.6%	5.7%	5.0%	57.3%	37.0%	28.6%	24.5%	22.3%	8.3%	8.4%	
	60代以上	(417)	27.6%	29.5%	7.8%	6.6%	46.0%	27.6%	17.2%	13.4%	8.7%	4.5%	2.1%	0.2%	49.8%	26.4%	27.6%	11.8%	16.7%	10.8%	10.8%	7.3%	7.5%	66.7%	29.5%	27.4%	24.5%	30.9%	12.7%	11.6%	
組織	会員	(2072)	66.7%	30.7%	18.0%	18.2%	38.1%	19.3%	9.2%	8.8%	5.5%	4.2%	0.8%	0.8%	47.4%	34.0%	20.6%	19.5%	16.3%	10.5%	8.2%	7.8%	6.3%	56.9%	39.0%	32.3%	24.7%	23.6%	9.6%	8.8%	
	非会員	(489)	42.0%	27.2%	11.8%	9.1%	38.1%	22.1%	10.1%	9.9%	3.7%	3.2%	0.8%	0.6%	38.1%	29.0%	19.1%	12.6%	12.6%	9.9%	6.7%	7.7%	4.3%	63.5%	34.5%	26.0%	25.6%	25.2%	9.1%	10.5%	
満足度	満足層	(2219)	63.0%	30.8%	16.2%	16.1%	39.3%	20.5%	9.4%	9.6%	5.0%	4.3%	0.9%	0.8%	46.5%	34.0%	20.8%	18.0%	15.9%	9.6%	7.8%	7.1%	6.0%	58.1%	38.1%	30.4%	24.4%	23.1%	9.4%	9.1%	
	非満足	(378)	56.4%	24.7%	20.5%	17.1%	30.1%	16.4%	10.4%	6.0%	5.5%	2.6%	0.0%	0.5%	40.0%	27.3%	18.7%	19.5%	13.0%	15.1%	8.3%	11.4%	5.5%	57.4%	39.7%	35.8%	28.6%	29.1%	10.1%	9.6%	

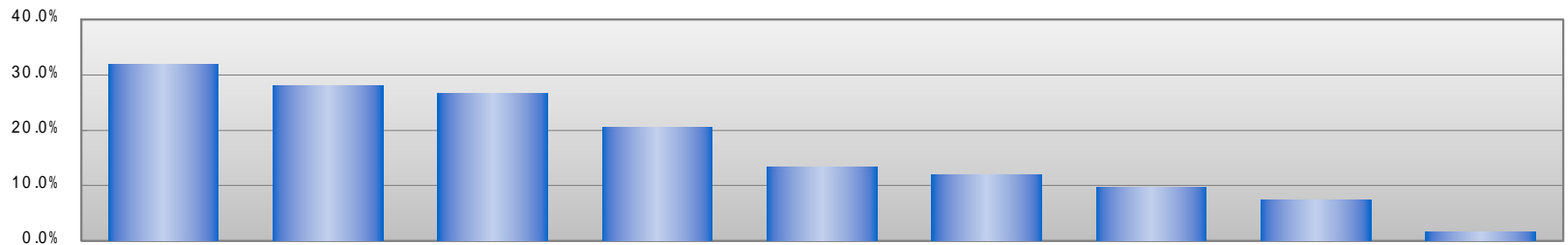
※サービス・商品種類ごとに「全体」の降順でソートした。

金融機関から提供してもらいたい情報

- 金融機関から提供して欲しい金融サービス・商品として最も高かったのは、「金利情報」、「個人のライフプランに沿った提案」、「他行との比較情報をもとにした提案」の順だった。
- 20代では「金利情報」が最も高く、年代が上がるにつれ低い。一方「メールマガジンなどの定期的な情報配信」については年代が上がる程高い。

Q8.あなたが、金融機関から提供してもらいたい金融サービス・商品などの提案や情報案内をお答え下さい。(いくつでも)

MA



		(n)	金利情報	個人のライフプランに沿った提案	他行との比較情報をもとにした提案	金融サービス・商品についての詳細な説明	一般的な金融商品についての情報	メールマガジンなどの定期的な情報配信	最新の金融マーケット情報	セミナーや相談会の開催	その他
全体		(1911)	31.9%	28.0%	26.7%	20.4%	13.4%	11.9%	9.7%	7.5%	1.6%
性別	男性	(1657)	31.3%	27.8%	26.3%	20.3%	13.2%	12.3%	9.9%	7.5%	1.4%
	女性	(214)	36.2%	30.7%	29.3%	22.6%	15.7%	9.8%	8.7%	7.7%	2.8%
年代	20代	(25)	47.1%	20.6%	29.4%	29.4%	14.7%	5.9%	8.8%	8.8%	2.9%
	30代	(248)	41.6%	33.0%	26.3%	22.6%	15.6%	7.6%	9.5%	9.8%	1.8%
	40代	(691)	33.4%	29.9%	27.5%	21.0%	12.1%	10.4%	8.5%	5.7%	1.6%
	50代	(635)	29.6%	28.8%	28.2%	19.2%	14.1%	11.7%	9.4%	7.7%	1.5%
	60代以上	(286)	25.2%	20.3%	21.9%	20.3%	13.9%	20.5%	13.7%	9.4%	1.7%
組織	会員	(1542)	32.7%	30.5%	28.2%	21.6%	13.5%	12.1%	9.7%	8.0%	1.5%
	非会員	(329)	29.4%	18.9%	20.3%	16.4%	14.4%	12.0%	10.1%	5.5%	2.0%
満足度	満足層	(1633)	31.5%	29.2%	26.5%	20.4%	13.9%	12.6%	9.8%	7.6%	1.3%
	非満足	(259)	34.8%	21.3%	28.3%	21.3%	11.9%	9.1%	9.4%	6.8%	3.4%

※「全体」の降順でソートした。



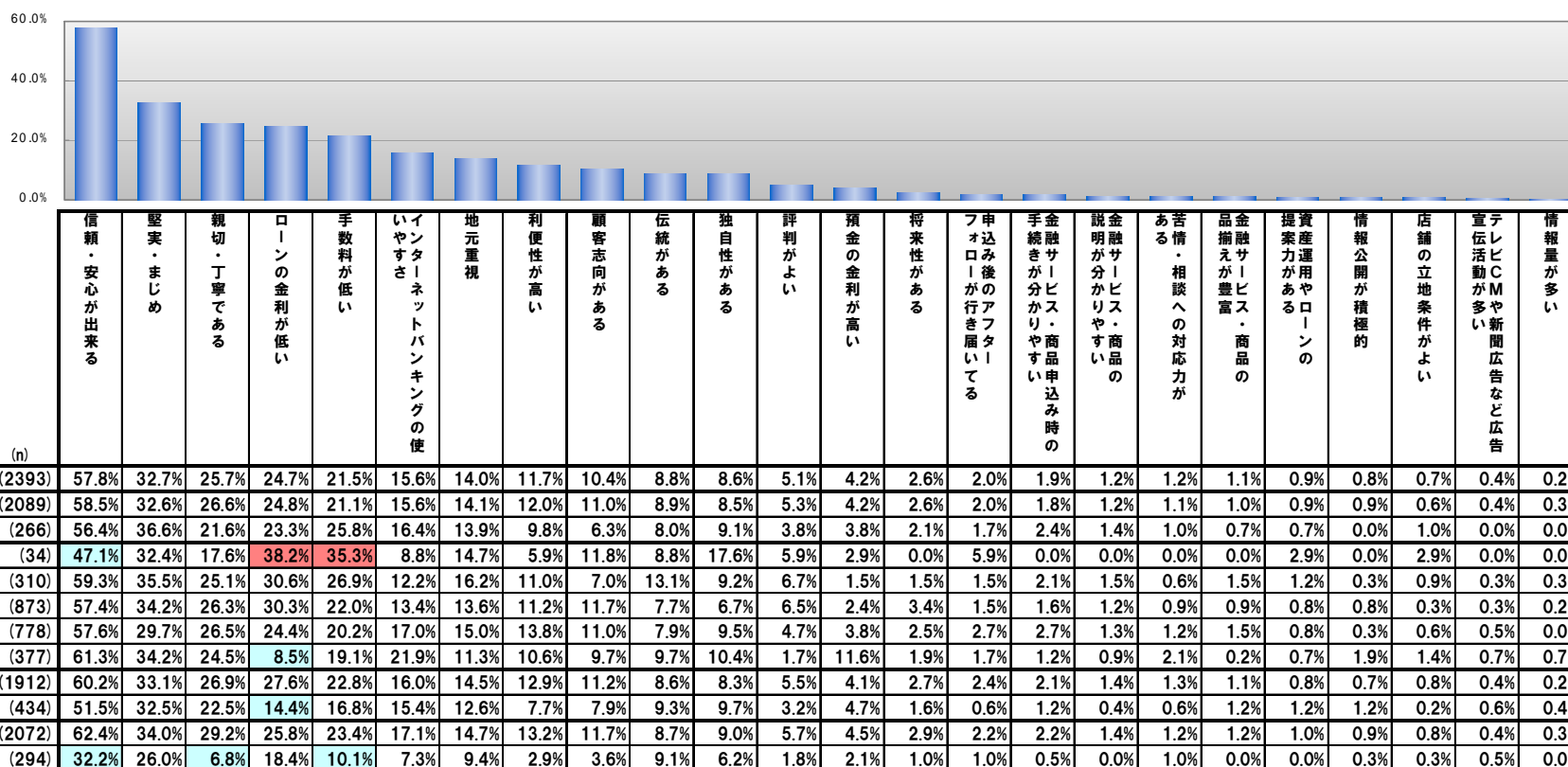
中央労働金庫について

「中央労働金庫」に対するイメージ

- 中央労働金庫のイメージとして高いのは、「信頼・安心ができる」、「堅実・まじめ」、「親切・丁寧である」、「ローンの金利が低い」の順。
- 20代では、「ローンの金利が低い」、「手数料が低い」というコスト面のイメージが上位に上がっているが年代が上になるにつれイメージに結びついていない。
- 非満足層では、「信頼・安心ができる」、「親切丁寧である」、「手数料が低い」が他と比べて低い。

Q27.当金庫(中央ろうきん)について、あなたのイメージとして当てはまるものをお答え下さい。(いくつでも)※イメージが無い場合は無回答でもかまいません。

MA



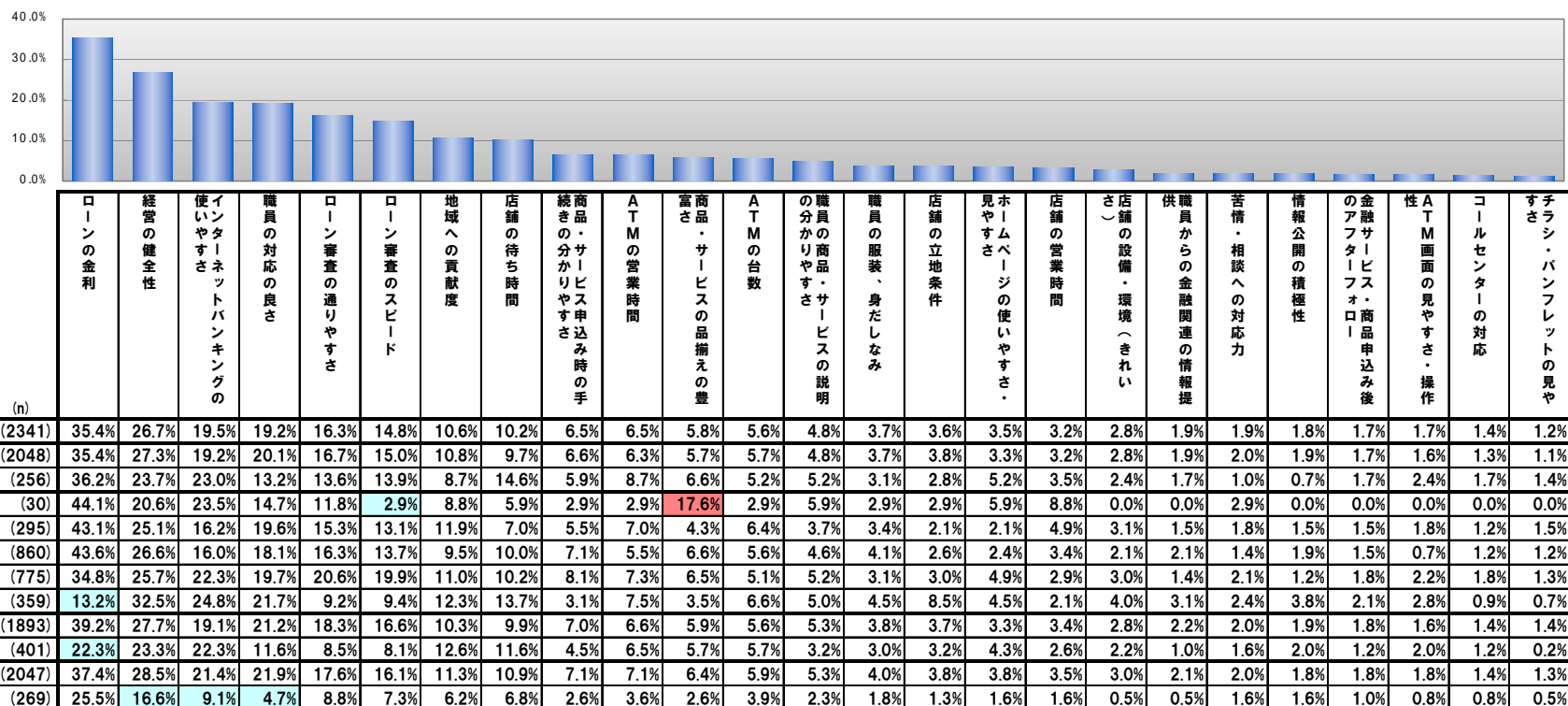
※「全体」の降順でソートした。

他の金融機関と比べ「中央労働金庫」の優位点

- 中央労働金庫の優位点として上がったのは、「ローンの金利」、「経営の健全性」、「インターネットバンキングの使いやすさ」の順だった。
- 満足度別で見ると、非満足層の「経営の健全性」、「インターネットバンキングの使いやすさ」、「職員対応の良さ」が特に低い。

Q25.他金融機関と比較し、当金庫が優れていると思う点があれば、それぞれ教えて下さい。(いくつでも)

MA



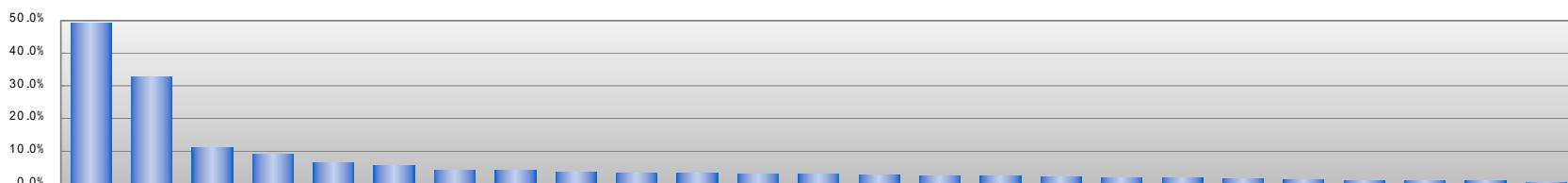
※「全体」の降順でソートした。

他の金融機関と比べ「中央労働金庫」の劣位点

- 中央労働金庫の劣位点として挙げたのは、「店舗の立地条件」が約5割、「ATMの台数」が約3割。
- 満足度別でみると、非満足層で「インターネットバンキングの使いやすさ」を挙げる割合が満足層の約3倍にのぼる。

Q26.他金融機関と比較し、当金庫が劣っていると思う点があれば、それぞれ教えて下さい。(いくつでも)

MA



(n)		店舗の立地条件	ATMの台数	ATMの営業時間	インターネットバンキングの使いやすさ	商品・サービスの品揃えの豊かさ	店舗の営業時間	職員の対応の良さ	ローンの金利	ローンの審査のスピード	ローンの審査の通りやすさ	ホームページの使いやすさ・見やすさ	店舗の設備・環境(きれいさ)	職員からの金融関連の情報提供	商品・サービス申込み時の手続きの分かりやすさ	店舗の待ち時間	職員の商品・サービスの説明の分かりやすさ	金融サービス・商品申込み後のアフターフォロー	地域への貢献度	情報公開の積極性	性ATM画面の見やすさ・操作性	苦情・相談への対応力	職員の服装、身だしなみ	チラシ・パンフレットの見やすさ	コールセンターの対応	経営の健全性
全体	(2212)	49.1%	32.7%	11.1%	8.9%	6.5%	5.5%	4.1%	4.1%	3.5%	3.3%	3.3%	3.1%	3.0%	2.7%	2.4%	2.4%	2.1%	1.8%	1.8%	1.5%	1.4%	1.1%	1.1%	0.9%	0.5%
性別	男性 (1936)	48.6%	32.7%	11.7%	8.8%	6.6%	5.7%	3.9%	4.2%	3.7%	3.5%	3.2%	3.2%	2.9%	2.7%	2.4%	2.3%	2.1%	1.9%	1.9%	1.6%	1.3%	1.1%	1.0%	1.0%	0.6%
	女性 (239)	55.4%	34.1%	8.0%	9.8%	4.5%	4.2%	5.9%	3.8%	2.1%	1.7%	4.2%	2.4%	3.8%	2.8%	2.8%	3.5%	2.4%	1.7%	1.4%	1.0%	2.1%	1.4%	2.1%	0.7%	0.3%
年代	20代 (31)	47.1%	44.1%	14.7%	11.8%	14.7%	8.8%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	5.9%	5.9%	2.9%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%
	30代 (278)	48.0%	32.4%	16.5%	13.5%	8.9%	7.3%	6.4%	6.7%	4.9%	3.4%	5.2%	2.4%	2.8%	6.4%	1.5%	3.1%	2.1%	2.1%	2.4%	3.1%	1.5%	1.8%	1.8%	1.5%	0.3%
	40代 (831)	51.0%	35.4%	12.6%	9.2%	5.9%	5.2%	4.6%	5.0%	4.3%	4.1%	3.9%	3.2%	2.3%	2.4%	2.7%	2.4%	2.2%	1.6%	2.5%	1.5%	1.5%	0.7%	1.2%	0.6%	0.5%
	50代 (715)	49.6%	31.3%	10.3%	8.0%	5.8%	6.2%	3.2%	2.8%	3.5%	3.4%	2.1%	2.8%	2.9%	1.8%	1.8%	2.0%	2.2%	2.0%	0.9%	1.6%	0.8%	1.4%	0.7%	0.7%	0.6%
	60代以上 (337)	46.5%	30.2%	5.9%	7.3%	6.8%	3.3%	3.3%	2.6%	1.7%	1.9%	3.5%	4.2%	5.2%	1.9%	3.3%	3.1%	2.1%	2.4%	1.7%	0.7%	2.6%	0.9%	1.4%	1.7%	0.7%
組織	会員 (1767)	50.1%	33.9%	11.5%	9.0%	5.7%	5.8%	4.4%	4.5%	3.8%	3.6%	3.3%	3.3%	3.1%	2.5%	2.7%	2.5%	2.3%	2.0%	1.8%	1.6%	1.4%	1.4%	1.0%	0.9%	0.5%
	非会員 (399)	47.3%	28.4%	10.1%	9.5%	9.7%	3.9%	2.8%	2.6%	2.2%	2.2%	3.7%	2.6%	3.0%	3.4%	1.4%	2.0%	1.4%	1.4%	2.0%	1.0%	1.2%	0.0%	1.8%	0.8%	0.6%
満足度	満足層 (1838)	48.8%	32.1%	9.8%	7.2%	5.7%	4.5%	2.4%	3.5%	2.7%	2.2%	2.7%	2.8%	2.4%	1.9%	2.0%	1.9%	1.7%	1.5%	1.5%	1.3%	0.7%	0.9%	1.2%	0.5%	0.5%
	非満足 (350)	53.2%	38.7%	19.2%	20.0%	10.4%	11.2%	13.5%	7.3%	8.3%	9.9%	6.5%	4.7%	5.7%	6.8%	4.9%	5.5%	4.7%	3.6%	3.6%	2.9%	5.7%	2.3%	1.0%	3.4%	0.8%

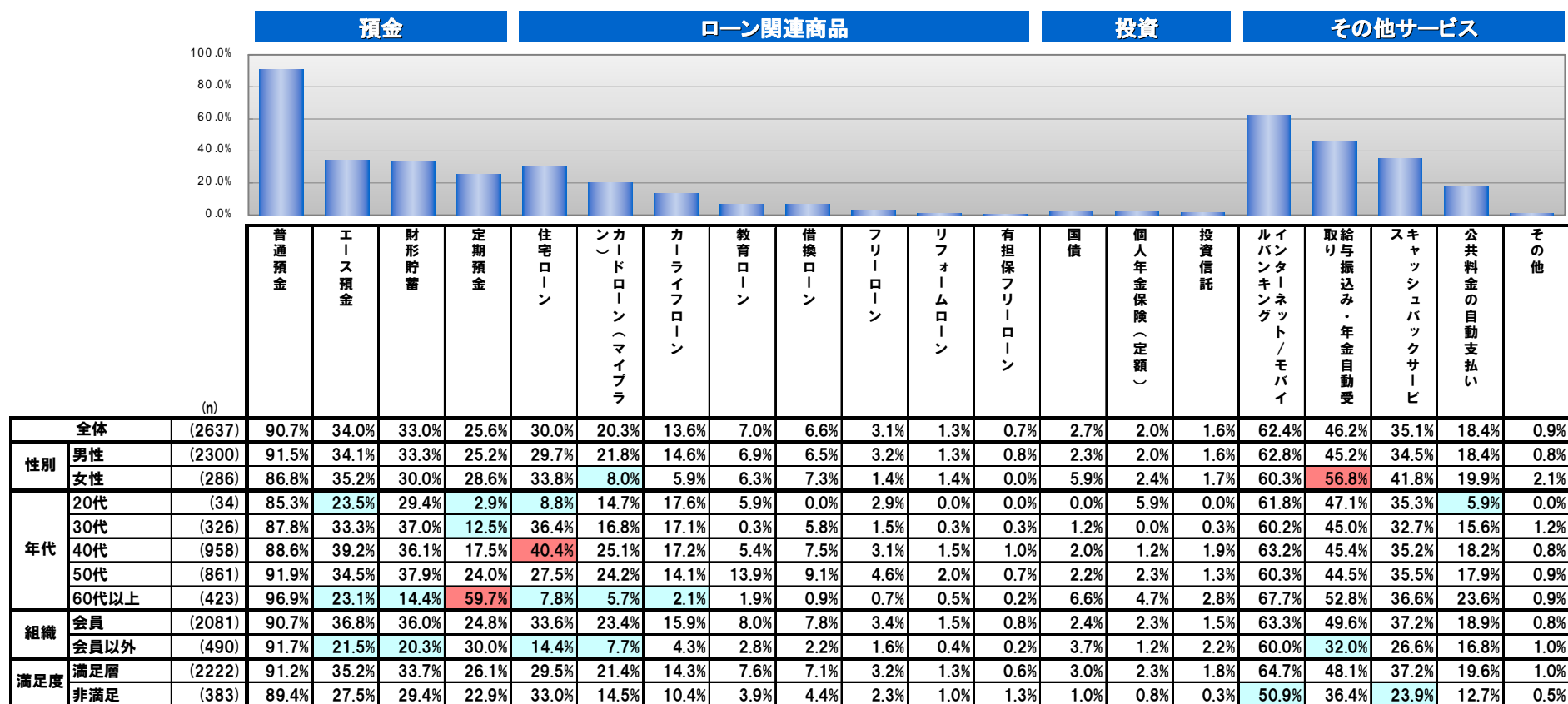
※「全体」の降順でソートした。

利用している「中央労働金庫」の金融サービス・商品

- 中央労働金庫で現在利用している金融サービス・商品として最も多いのは、「普通預金」、「インターネット／モバイル banking」、「給与振込み・年金自動受取り」の順。
- 上位4位までは、年代で10ポイント以上差があったものはないので、比較的年代を問わず利用されている。
- 定期預金は年代があがるにつれ利用率が高まる。

Q3.当金庫で現在ご利用になっている金融サービス・商品について、現在ご利用になっているものをお答え下さい。(いくつでも)

MA



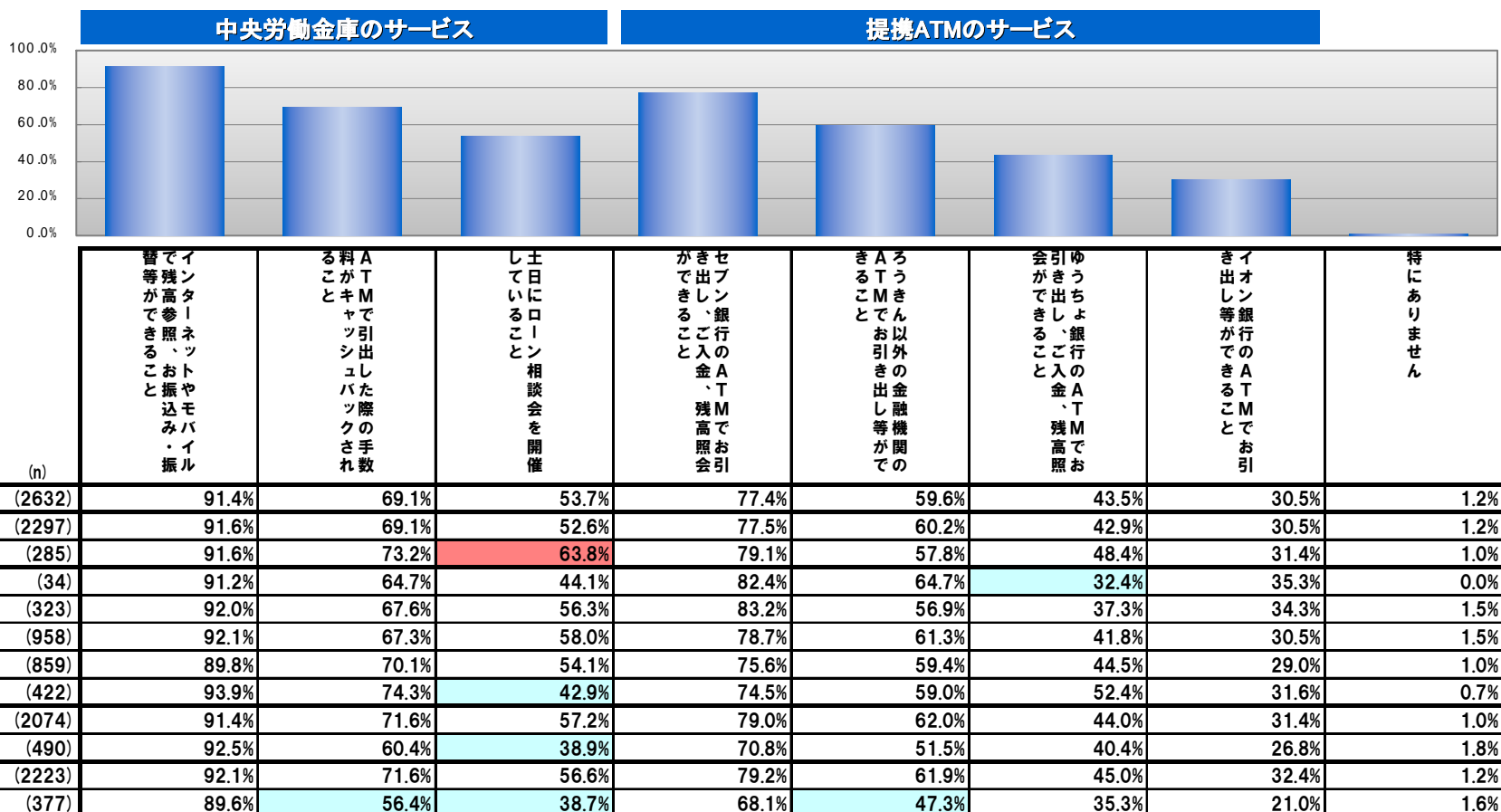
※サービス・商品種類ごとに「全体」の降順でソートした。

認知している「中央労働金庫」のサービス

- 中央労働金庫でご存知のサービスについては「インターネットやモバイルで残高参照・お振込み・振替等ができること」、「セブン銀行のATMでお引き出し、ご入金・残高照会ができること」の順。
- 非満足層では、「ATMで引出した際の手数料がキャッシュバックされること」、「土日にローン相談会を開催していること」、「ろうきん以外の金融機関のATMでお引き出し等ができること」の認知率が低い。

Q4.以下の当金庫のサービスについて、あなたをご存知のものを教えて下さい。(いくつでも)

MA



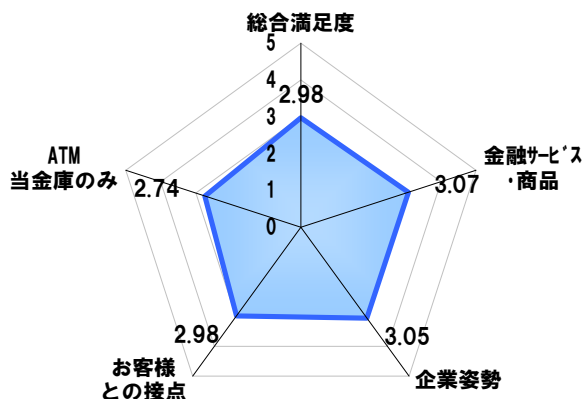
※サービスごとに「全体」の降順でソートした。



中央労働金庫の満足度について

満足度の概況(全体)

- 中央労働金庫の満足度の概況を以下に整理した。
- 全体の総合満足度は平均スコアで2.98と、「やや満足」を少し下回る。
- 平均値で満足度の高い項目としては、「金融サービス・商品の品揃えの豊富さ」、「店舗職員の対応の良さ」、「店舗の設備・環境(きれいさ)」、「店舗職員の服装、身だしなみ」、「経営の健全性」。
- 満足度の低い項目としては、「ATMの台数」、「店舗の立地条件」、「企業キャラクター・カードの絵/デザイン」、「テレビCMや新聞広告などの広告宣伝活動」、「申込み後のアフターフォロー」が挙がる。
- 待遇対応や品揃え、経営の健全性に強みがあり、宣伝や店舗・ATMの利便性に課題がある結果となった。



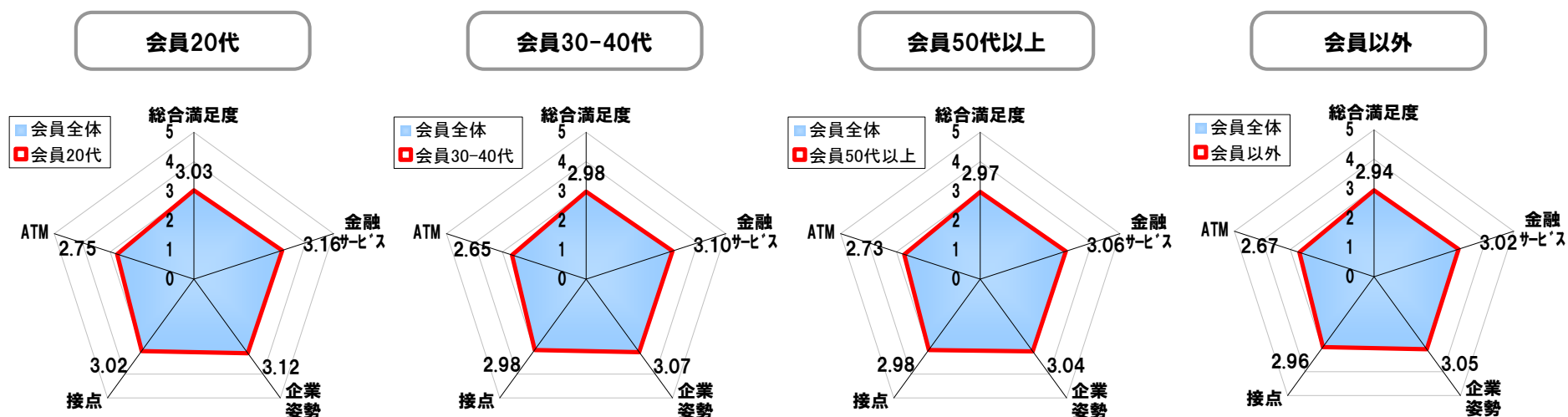
全体		
Top2	Bottom2	平均値

総合満足度	74.7%	2.2%	3.41
金融サービス・商品	37.1%	53.7%	2.29
企業姿勢	52.6%	34.7%	2.84
お客様との接点	55.1%	14.9%	2.92
ATM(当金庫のみ)	72.5%	8.2%	3.18

		Top 2	満足 (+4)	やや満足 (+3)	やや不満 (+2)	不満 (+1)	Bottom 2	わからない (+0)	平均値	
金融サービス・商品	「金融サービス・商品」への満足度	-	61.1%	20.8%	40.3%	9.5%	3.0%	12.5%	26.4%	3.07
	金融サービス・商品の品揃えの豊富さ	(2632)	72.5%	23.7%	48.8%	7.0%	1.3%	8.2%	19.3%	3.18
	金融サービス・商品申込み時の手続きの分かりやすさ	(2622)	67.3%	19.7%	47.6%	11.1%	2.5%	13.6%	19.1%	3.04
	ローン金利	(2618)	58.8%	20.9%	38.0%	13.4%	4.5%	17.8%	23.3%	2.98
	ローン審査のスピード	(2612)	52.9%	18.7%	34.2%	9.3%	3.0%	12.3%	34.8%	3.05
	ローン審査の通りやすさ	(2582)	53.8%	20.9%	32.9%	6.8%	3.9%	10.7%	35.5%	3.10
企業姿勢	「企業姿勢」への満足度	-	56.2%	18.3%	37.9%	9.6%	2.5%	12.1%	31.7%	3.05
	経営の健全性	(2626)	74.7%	34.1%	40.6%	1.8%	0.4%	2.2%	23.1%	3.41
	情報公開の積極性	(2619)	60.6%	19.5%	41.1%	7.0%	1.6%	8.7%	30.7%	3.13
	地域への貢献度	(2600)	56.5%	18.5%	38.0%	7.0%	2.0%	9.1%	34.4%	3.12
	テレビCMや新聞広告などの広告宣伝活動	(2607)	42.0%	9.2%	32.7%	16.1%	3.6%	19.6%	38.4%	2.77
	企業キャラクター・カードの絵/デザイン	(2599)	47.2%	9.8%	37.3%	16.4%	4.8%	21.1%	31.7%	2.76
	「お客様との接点」への満足度	-	56.2%	18.9%	37.3%	12.3%	4.2%	16.5%	27.3%	2.98
お客様との接点	店舗職員の対応の良さ	(2637)	76.0%	35.5%	40.5%	7.4%	2.8%	10.2%	13.9%	3.26
	店舗職員の服装、身だしなみ	(2631)	79.1%	36.8%	42.3%	3.1%	0.6%	3.7%	17.2%	3.39
	店舗の設備・環境(きれいさ)	(2619)	76.3%	32.1%	44.1%	5.9%	0.8%	6.7%	17.1%	3.30
	店舗の待ち時間	(2623)	66.1%	25.0%	41.0%	11.2%	2.2%	13.4%	20.5%	3.12
	店舗の営業時間	(2627)	57.4%	17.9%	39.5%	19.5%	5.9%	25.4%	17.2%	2.84
	店舗の立地条件	(2622)	40.8%	12.5%	28.2%	31.1%	17.4%	48.5%	10.7%	2.40
	職員の金融サービス・商品説明の分かりやすさ	(2618)	58.2%	18.4%	39.8%	11.0%	2.1%	13.1%	28.7%	3.05
	職員からの金融関連の情報提供	(2620)	46.3%	12.8%	33.5%	12.3%	4.0%	16.2%	37.5%	2.88
	申込み後のアフターフォロー	(2599)	46.9%	13.4%	33.6%	14.5%	5.4%	19.9%	33.2%	2.82
	インターネットバンクの使いやすさ	(2629)	67.6%	23.1%	44.5%	17.8%	7.6%	25.4%	7.0%	2.90
	ホームページの使いやすさ・見やすさ	(2628)	67.4%	16.6%	50.8%	17.6%	4.9%	22.6%	10.1%	2.88
	コールセンターの対応	(2612)	32.0%	9.4%	22.5%	4.3%	1.5%	5.8%	62.3%	3.06
	金融サービス・商品の情報提供量	(2607)	42.1%	8.7%	33.3%	11.5%	2.7%	14.2%	43.8%	2.86
	苦情・相談への対応力	(2604)	31.4%	9.3%	22.2%	5.1%	2.8%	8.0%	60.6%	2.96
チラシ・パンフレットの見やすさ・分かりやすさ	(2593)	55.1%	11.0%	44.1%	12.8%	2.2%	14.9%	30.0%	2.92	
ATM	「ATM(当金庫のATMのみ)」への満足度	-	54.7%	17.5%	37.3%	21.3%	12.1%	33.4%	11.9%	2.74
	ATMの台数	(2622)	37.1%	12.2%	24.9%	31.2%	22.6%	53.7%	9.2%	2.29
	ATM画面の見やすさ、操作性	(2617)	74.6%	23.9%	50.7%	8.8%	2.8%	11.7%	13.8%	3.12
	ATMの営業時間	(2593)	52.6%	16.3%	36.3%	23.8%	10.9%	34.7%	12.7%	2.84
総合満足度	総合満足度	(2615)	85.3%	26.6%	58.7%	11.8%	2.9%	14.7%	-	2.98

満足度の概況(年代別)

- 各セグメントを下記のように整理した。
- 総合満足度で見ると、会員20代が3.03、会員30-40代は2.98と高い。(会員20代はn=30未満のため参考値)
- 年代別で見ると、会員20代は他の属性と比較して全ての項目でポイントが上回っている。
- 会員30-40代は、「金融サービス・商品」に値する満足度が高い。
- 会員と会員以外で比較すると、項目別満足度は、金融サービス・商品以外は0.2ポイント程度しか差は見られなかった。

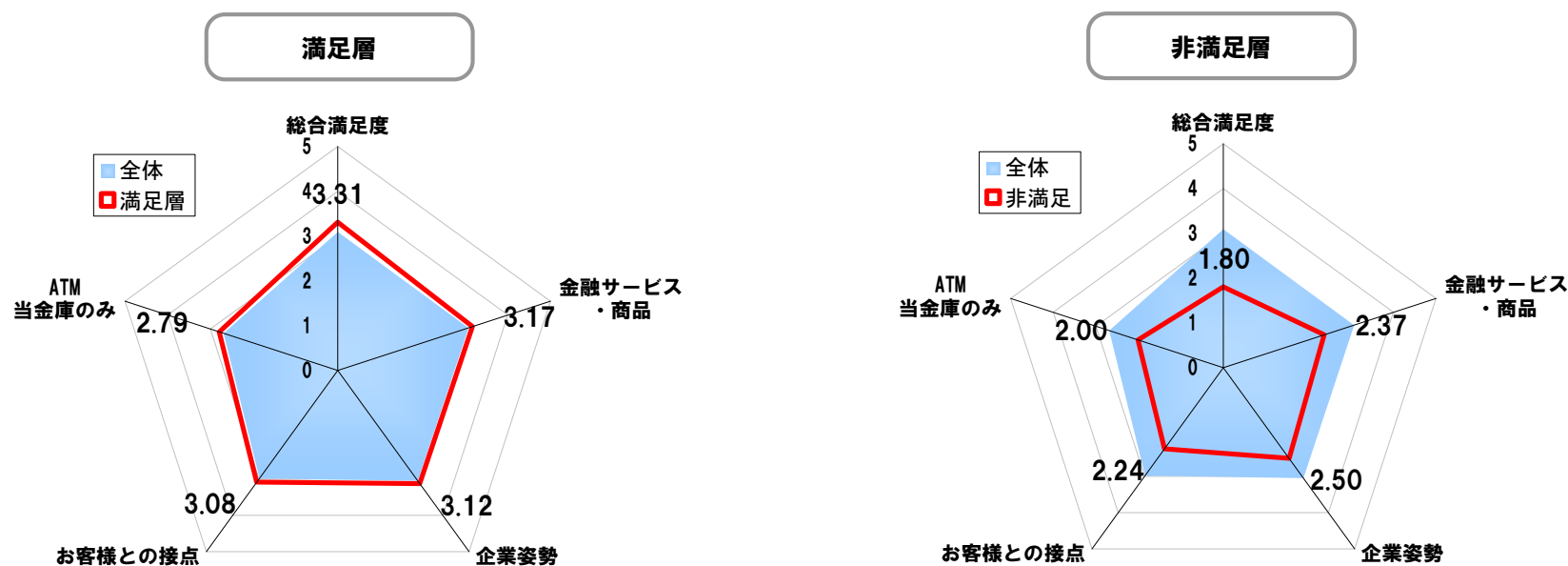


会員20代 (n=25)	会員30-40代 (n=1059)	会員50代以上 (n=959)	会員全体 (n=2043)	非会員 (n=484)
平均値	平均値	平均値	平均値	平均値

総合満足度	3.03	2.98	2.97	2.97	2.94
金融サービス・商品	3.16	3.10	3.06	3.07	3.02
企業姿勢	3.12	3.07	3.04	3.05	3.05
お客様との接点	3.02	2.98	2.98	2.98	2.96
ATM(当金庫のみ)	2.75	2.65	2.73	2.68	2.67

満足度の概況(満足層／非満足層)

- 満足層と非満足層による中央労働金庫の概況を以下に整理した。
- 満足層は全ての項目において、全体より上回っており、項目別満足度の平均値で見ると、「金融サービス・商品」の満足度が高い。
- 非満足層は全ての項目で全体を下回り、項目別満足度見ると、「ATM(当金庫のみ)」が特に満足度が低い。



全体	満足層	非満足層	満足層と非満足層 差
平均値	平均値	平均値	

総合満足度	3.09	3.31	1.80	1.51
金融サービス・商品	3.07	3.17	2.37	0.80
企業姿勢	3.05	3.12	2.50	0.62
お客様との接点	2.97	3.08	2.24	0.84
ATM(当金庫のみ)	2.68	2.79	2.00	0.79

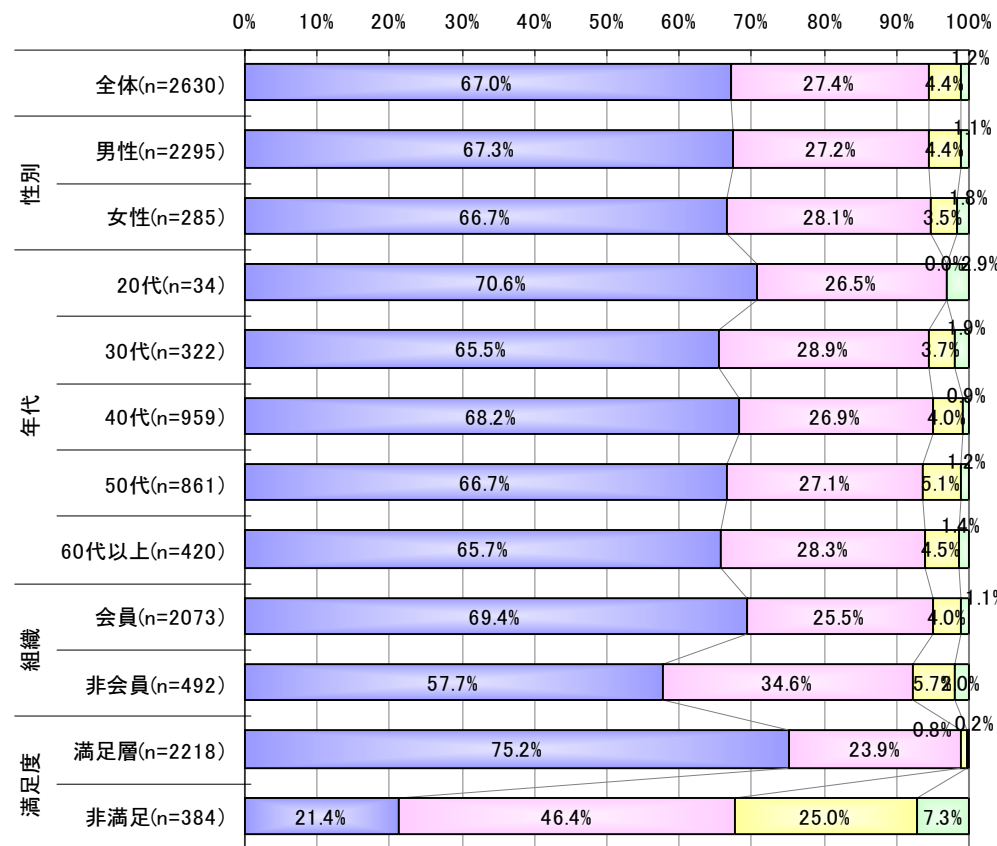
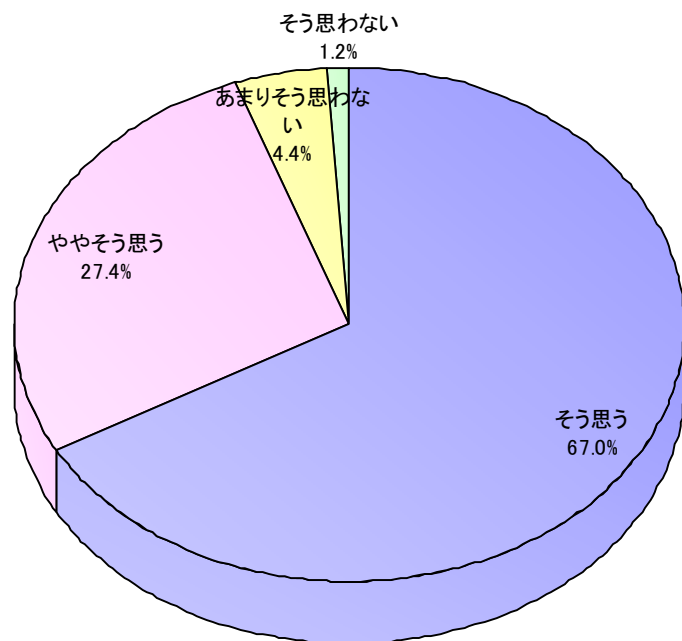
継続利用意向

- 引続き中央労働金庫を利用したいかについて、「そう思う」が67.0%、「ややそう思う」は27.4%だった。一方、「あまりそう思わない」、「そう思わない」を合わせた意向なしも5.6%だった。
- 特に非満足層は、意向なしが32.3%と約1/3にのぼった。

Q15_1.当金庫の今後の利用について、それぞれ当てはまるものをお知らせ下さい。(それぞれ1つずつ)
 <引き続き、当金庫を利用していきたい>

SA

n=2630



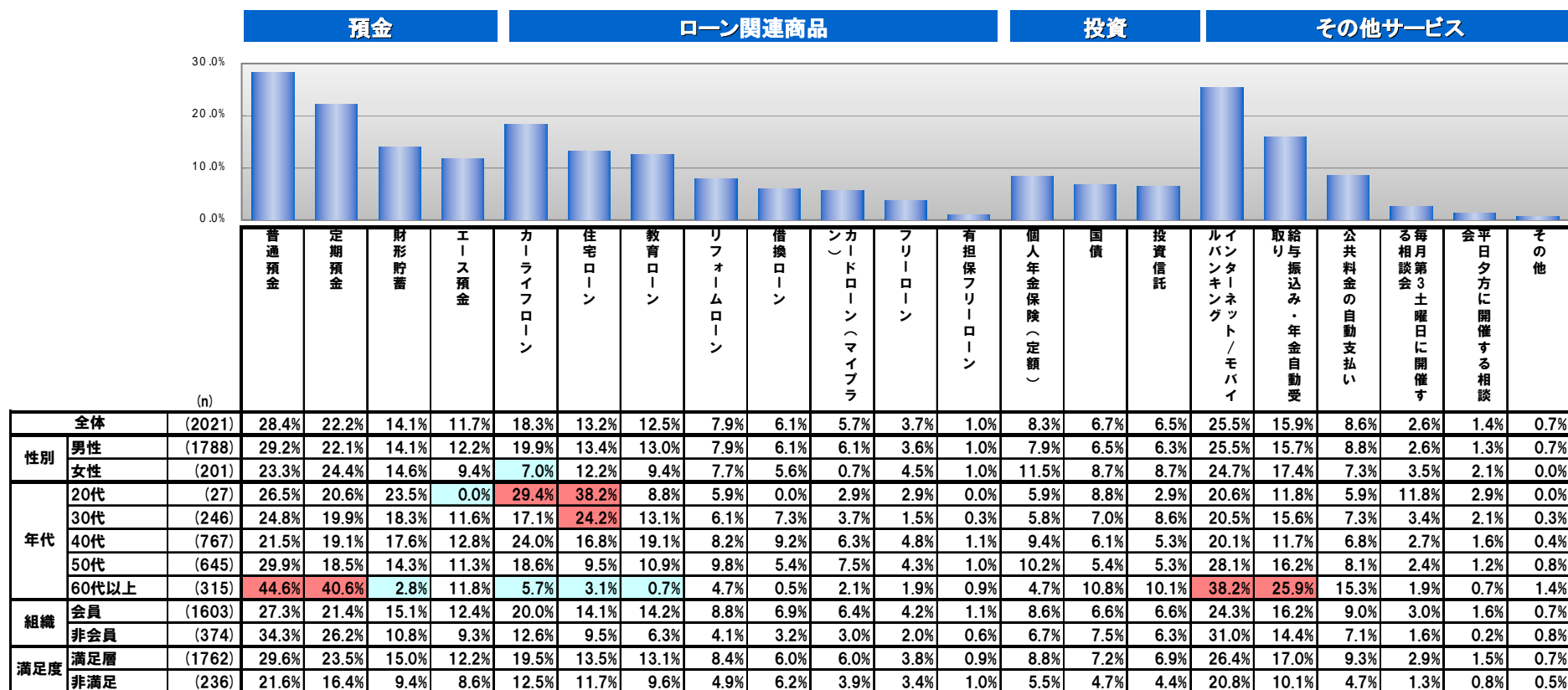
□ そう思う □ ややそう思う □ あまりそう思わない □ そう思わない

今後利用してみたい「中央労働金庫」の金融サービス・商品

- 中央労働金庫で今後利用してみたい金融サービス・商品として高い順に、「普通預金」、「インターネット／モバイルバンキング」、「定期預金」の順。
- 年代別で見ると、「カーライフローン」と「住宅ローン」は年代が下がるほど利用意向が高い。一方、「インターネット／モバイルバンキング」は中高年齢層の方が利用意向が高い。

Q17. 今後、当金庫で利用してみたいと思う金融サービス・商品をお答え下さい。(いくつでも)

MA



※サービス・商品種類の「全体」の降順でソートした。

全体結果

- ◆ 全体の総合満足度: **2.98**
- ◆ 総合満足度に影響の強い要因は「店舗職員の対応の良さ」、「ホームページの使いやすさ・見やすさ」、「金融サービス・商品申込み時の手続きの分かりやすさ」、「店舗職員の服装、身だしなみ」が挙げられる。
- ◆ 満足度の高い項目としては、「経営の健全性」、「店舗職員の服装、身だしなみ」、「店舗の設備・環境(きれいさ)」、「店舗職員の対応の良さ」、「金融サービス・商品の品揃えの豊富さ」。
- ◆ 満足度の低い項目としては、「ATMの台数」、「店舗の立地条件」、「ATMの営業時間」、「企業キャラクター・カードの絵/デザイン」、「テレビCMや新聞広告などの広告宣伝活動」が挙がる。
- ◆ 影響の強い要因と満足度から、**強み項目は「職員との接点」と「商品・サービス」**。弱み項目は「店舗・ATMの立地や店舗の営業時間」。

満足層と非満足層の結果

- ◆ 総合満足度: 満足層は3.31、非満足層は1.80とその差は、1.51ポイント。
- ◆ 満足層と非満足層で「お客様との接点」において、**平均値の差が特に大きく満足度を分けるポイント**になっている。

全体結果

- ◆ セグメント別の満足度: **会員20代が3.03、会員30-40代は2.98と高い**。(会員20代はn=30未満のため参考値)
一方最も低いのは、**会員以外の2.94**である。
- ◆ セグメント別の特徴:
年代別で見ると、20代、30代は、店舗の営業時間を重視しており、また中央労働金庫に対して、ローンが低金利という点や、手数料が低いというコスト面を他の年代より評価している。インターネットのアンケートではあるが60代は中央労働金庫の優位点として、インターネットバンキングの使いやすさを挙げる方が他の年代と比較して多い。
- ◆ 会員と会員以外で比較すると、項目別満足度は、金融サービス・商品以外は0.2ポイント程度しか差は見られなかったが、ローンの金利に対する評価は低い。