

平成 26 年 10 月 30 日

「お客さま満足度アンケート」の実施結果について

島根銀行（取締役頭取 山根 良夫）では、お客様のニーズと時代の変化を捉え、常に魅力ある商品・サービスを提供するため、「お客さま満足度アンケート」を実施致しましたので、その結果概要を公表させていただきます。

このお客様からいただいたアンケート結果は、貴重なご意見として今後の事業運営に反映させていただきます。

記

【調査実施概要】

1. 調査実施日：平成26年7月14日（月）～7月31日（木）
 2. 主な対象者
 - (1) 当行インターネットバンキングご利用者の中から、情報提供に対する許諾を頂いている方
 - (2) しまぎんビジネスクラブ会員様でE-Mailアドレスのご登録があり、情報提供に対する許諾を頂いている方
 - (3) インクグロウ株式会社 モニター会員（島根県・鳥取県在住）で、情報提供に対する許諾を頂いている方
 3. 調査項目
 - (1) 当行に対する満足度
 - (2) 利用状況とニーズ

<詳細項目>

A T Mの利便性、資産運用、インターネットバンキング、企業経営支援など

 - (3) 社会的責任（C S R）・地域密着型金融の取組
 - (4) 業況判断（景況感）の動向
 4. 調査方法：Eメールによるインターネットアンケート調査
 5. 回収数：送付数 5,912件 回収数 717件
 6. 調査協力：インクグロウ株式会社
- ※結果内容については、別紙参照願います。

以 上

本件に関するお問い合わせ先
島根銀行 業務企画グループ
担当：金津 TEL (0852) 24-1240



島根銀行 「お客さま満足度アンケート調査」の結果概要 (平成26年7月 実施)

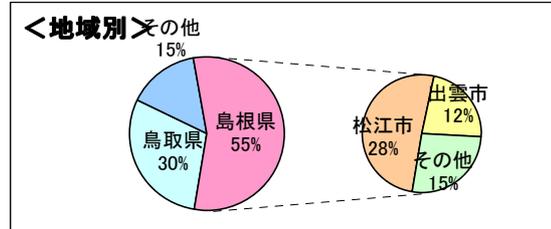
1. 調査概要

- (1) 調査実施日 平成26年7月14日～31日
 (2) 調査方法 インターネット調査
 (3) 調査対象 ①当行インターネットバンキングご利用者で、情報提供の許諾をいただいている方
 ②しまぎんビジネスクラブ会員様で、E-mailアドレスのご登録があり、情報提供の許諾をいただいている方
 ③インクグロウ株式会社 モニター会員(島根県・鳥取県在住の方)
 (4) 送付・回収数 送付数 5,912件 回収数 717件 回収率 12%
 (5) 調査協力 インクグロウ株式会社

2. 回答者属性

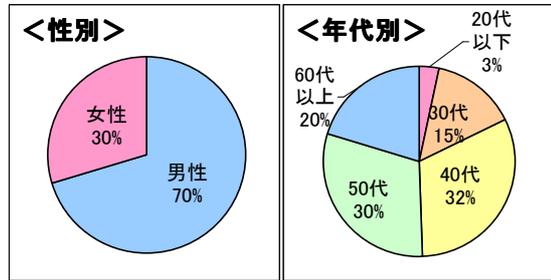
(1) 地域別

	回答数	割合
全体 (回答者数)	717	100%
島根県	396	55%
松江市	201	28%
出雲市	89	12%
その他	106	15%
鳥取県	213	30%
その他	108	15%



(2) 年代×性別

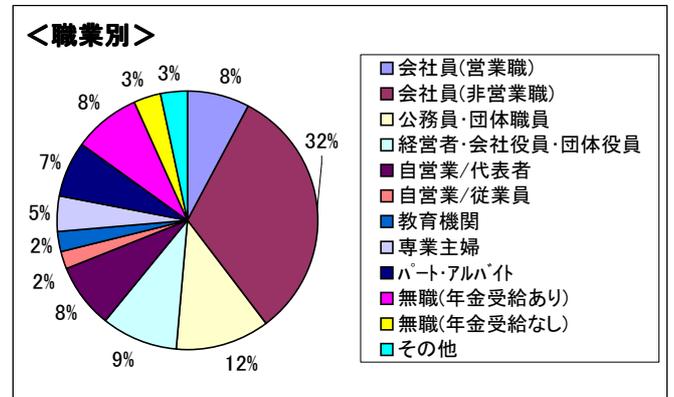
回答数	全体	男性	女性
全体 (回答者数)	717	503	214
20代以下	24	16	8
30代	104	67	37
40代	227	150	77
50代	217	157	60
60代以上	145	113	32



割合	全体	男性	女性
全体 (回答者数)	100%	70%	30%
20代以下	3%	2%	1%
30代	15%	9%	5%
40代	32%	21%	11%
50代	30%	22%	8%
60代以上	20%	16%	4%

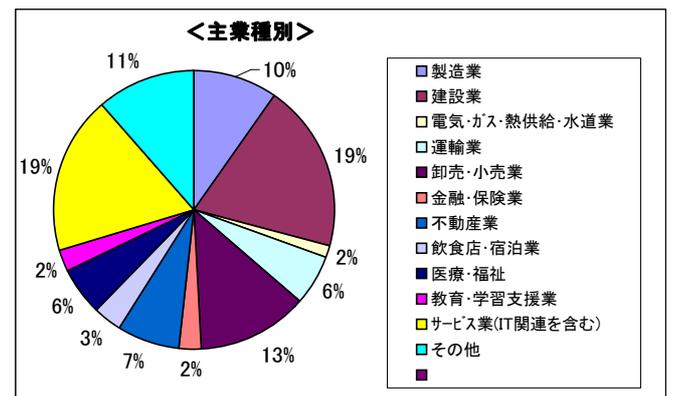
(3) 職業別

	回答数	割合
全体 (回答者数)	717	100%
会社員(営業職)	55	8%
会社員(非営業職)	230	32%
公務員・団体職員	84	12%
経営者・会社役員・団体役員	67	9%
自営業/代表者	58	8%
自営業/従業員	16	2%
教育機関	17	2%
専業主婦	33	5%
パート・アルバイト	50	7%
無職(年金受給あり)	60	8%
無職(年金受給なし)	24	3%
その他	23	3%



(4) 主業種別 (主に会社役員および自営業・代表者の方)

	回答数	割合
全体 (回答者数)	124	100%
製造業	12	10%
建設業	24	19%
電気・ガス・熱供給・水道業	2	2%
運輸業	7	6%
卸売・小売業	16	13%
金融・保険業	3	2%
不動産業	9	7%
飲食店・宿泊業	4	3%
医療・福祉	7	6%
教育・学習支援業	3	2%
サービス業(IT関連を含む)	23	19%
その他	14	11%



【平成26年度 お客さま満足度アンケート調査結果】

1 当行に対する満足度

※ 総合的な満足度を5段階評価で調査しています。

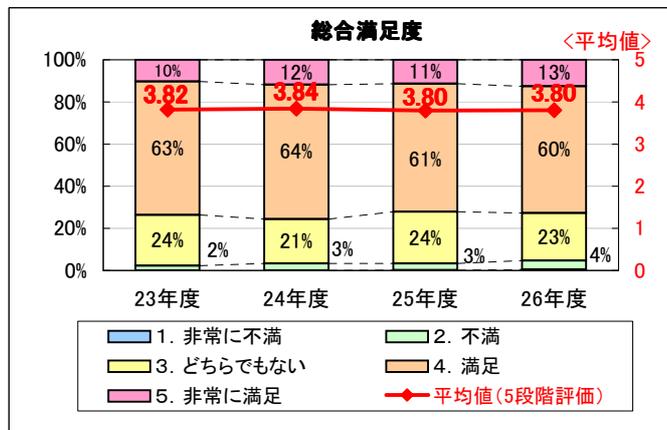
(1) 総合

① 全体

総合満足度の平均値(5段階評価)は3.80となり、前年度から横ばいとなりました。
23年度、24年度に比べれば満足度は低下しておりますが、依然として7割以上の方に「非常に満足、満足」との評価をいただいております。

	23年度	24年度	25年度	26年度
総合満足度 <平均値>	3.82	3.84	3.80	3.80
(前年度比)	(+0.10)	(+0.02)	(-0.04)	(+0.01)

割合	23年度	24年度	25年度	26年度
全体	100%	100%	100%	100%
5. 非常に満足	10%	12%	11%	13%
4. 満足	63%	64%	61%	60%
3. どちらでもない	24%	21%	24%	23%
2. 不満	2%	3%	3%	4%
1. 非常に不満	0%	0%	0%	0%
満足 (非常に満足 + 満足)	74%	76%	72%	73%
どちらでもない	24%	21%	24%	23%
不満 (非常に不満 + 不満)	2%	3%	3%	5%

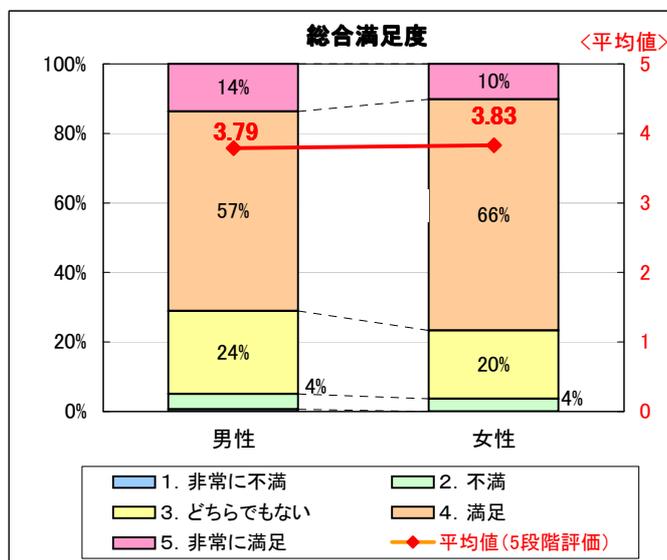


② 性別

	23年度	24年度	25年度	26年度
総合満足度 <平均値>	3.85	3.80	3.81	3.79
(前年度比)		(+0.02)	(-0.05)	(-0.02)

	男性	女性
総合満足度 <平均値>	3.75	3.80
(前年度比)	(+0.05)	(-0.03)

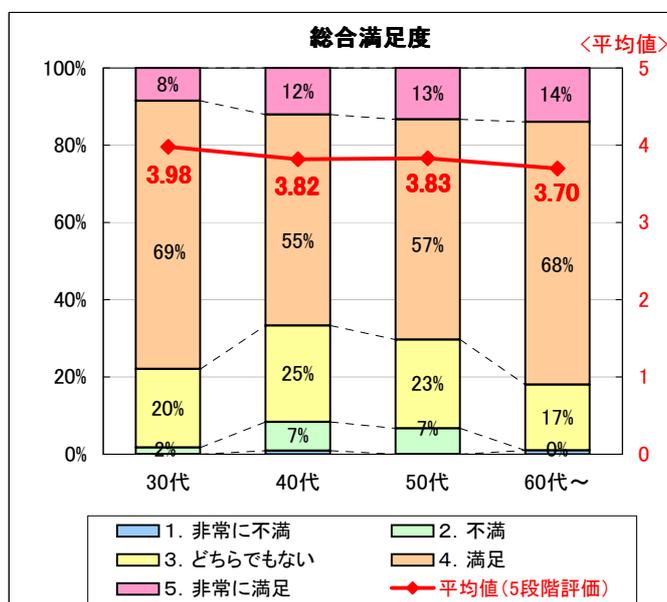
割合	男性	女性
全体	100%	100%
5. 非常に満足	14%	10%
4. 満足	57%	66%
3. どちらでもない	24%	20%
2. 不満	4%	4%
1. 非常に不満	1%	0%
満足 (非常に満足 + 満足)	71%	77%
どちらでもない	24%	20%
不満 (非常に不満 + 不満)	5%	4%



③ 年代別

	23年度	30代	40代	50代	60代~
総合満足度 <平均値>	3.85	3.85	3.72	3.81	3.70
(前年度比)		(+0.03)	(+0.11)	(+0.03)	(-0.14)

割合	30代	40代	50代	60代~
全体	100%	100%	100%	100%
5. 非常に満足	8%	12%	13%	14%
4. 満足	69%	55%	57%	68%
3. どちらでもない	20%	25%	23%	17%
2. 不満	2%	7%	7%	0%
1. 非常に不満	0%	1%	0%	1%
満足 (非常に満足 + 満足)	78%	67%	70%	82%
どちらでもない	20%	25%	23%	17%
不満 (非常に不満 + 不満)	2%	8%	7%	1%



【平成26年度 お客さま満足度アンケート調査結果】

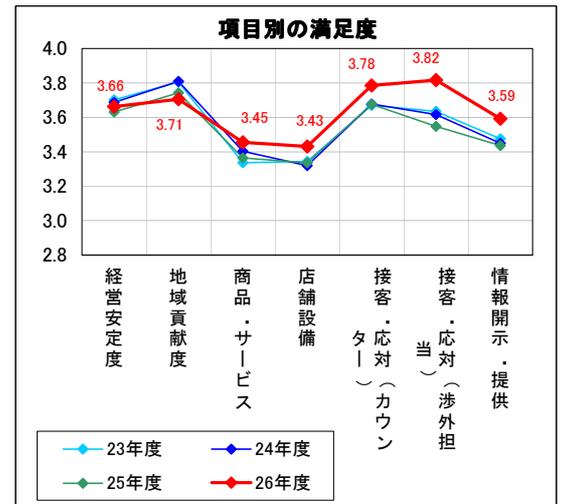
1 当行に対する満足度

(2) 項目別

① 全体

項目別の満足度について、前年度との比較では「地域貢献度」が低下となりましたが、残りの6項目については全て改善が図られました。特に昨年度低下幅が大きかった「接客・対応(渉外担当)」については、0.27ポイントのプラスと大きく改善しました。

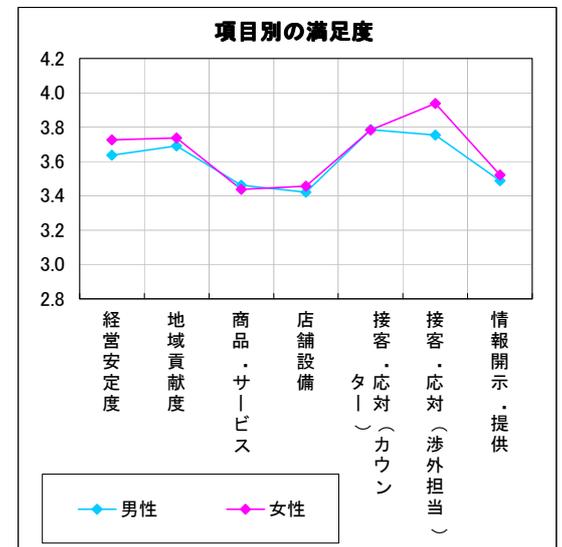
	満足度				(前年度比)		
	23年度	24年度	25年度	26年度	24年度	25年度	26年度
経営安定度	3.70	3.69	3.63	3.66	(-0.02)	(-0.05)	(+0.03)
地域貢献度	3.80	3.81	3.74	3.71	(+0.00)	(-0.07)	(-0.04)
商品・サービス	3.34	3.40	3.36	3.45	(+0.07)	(-0.04)	(+0.09)
店舗設備	3.34	3.32	3.34	3.43	(-0.02)	(+0.02)	(+0.09)
接客・対応(カウンター)	3.67	3.68	3.68	3.78	(+0.01)	(-0.00)	(+0.11)
接客・対応(渉外担当)	3.63	3.62	3.55	3.82	(-0.02)	(-0.07)	(+0.27)
情報開示・提供	3.48	3.45	3.44	3.59	(-0.03)	(-0.01)	(+0.16)



② 性別

項目別に見ると、概ね女性の満足度が高い結果となっています。特に「経営安定度」「接客・対応(渉外担当)」の項目について、男性よりも高い満足度が示されています。

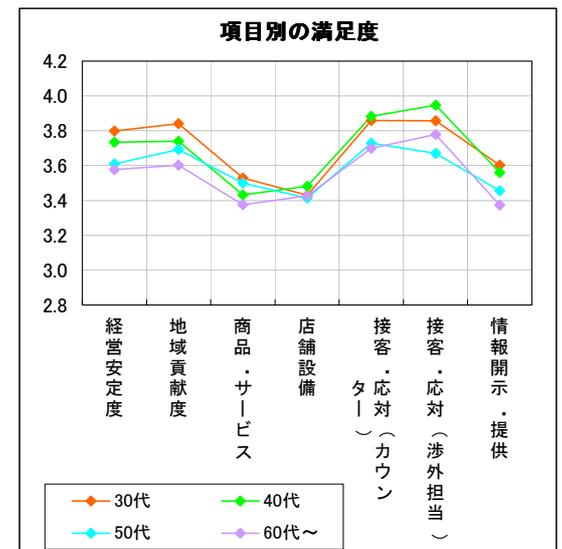
	男性	女性
経営安定度	3.64	3.73
地域貢献度	3.69	3.74
商品・サービス	3.46	3.44
店舗設備	3.42	3.46
接客・対応(カウンター)	3.79	3.78
接客・対応(渉外担当)	3.75	3.94
情報開示・提供	3.49	3.52



③ 年代別

例年の傾向と同様、30代、40代では相対的に高い評価となったのに対し、50代、60代ではやや厳しい評価となっております。年代を問わず「商品・サービス」「店舗設備」「情報開示・提供」といった項目に対しやや厳しい評価をいただいております。接客・対応に関しては相対的に高い評価をいただいているものの年代間の評価のバラツキが大きくなっております。

	30代	40代	50代	60代～
経営安定度	3.80	3.73	3.61	3.58
地域貢献度	3.84	3.74	3.69	3.60
商品・サービス	3.53	3.43	3.50	3.37
店舗設備	3.43	3.48	3.41	3.43
接客・対応(カウンター)	3.86	3.88	3.73	3.70
接客・対応(渉外担当)	3.86	3.95	3.67	3.78
情報開示・提供	3.60	3.56	3.46	3.37



【平成26年度 お客さま満足度アンケート調査結果】

1 当行に対する満足度

(3) 詳細項目別

前年度調査に引き続き、「接客・対応(カウンター)」の各詳細項目について高い評価を受けており、また上位10項目のそれぞれの項目について、直近4年間で最高の評価となっております。(一部新規の項目あり)

一方、「店舗設備」や「商品・サービス」に関する各詳細項目については、前年度調査に引き続き厳しい評価をいただいておりますが、コンビニATMとの提携や、クレジットカード一体型キャッシュカード(しまぎんピスカ)の時間外利用手数料の無料化などの取組みにより、ATMの設置台数、利用手数料については前年度から大きく改善しております。

① 満足度が高かった項目(上位10項目)

		満足度				(前年度比)		
		23年度	24年度	25年度	26年度	24年度	25年度	26年度
接客・対応(カウンター)	対応が親切丁寧である	3.94	3.96	3.95	4.01	(+0.02)	(-0.02)	(+0.07)
接客・対応(カウンター)	気持ちの良い挨拶が実践されている	3.93	3.91	3.96	3.97	(-0.02)	(+0.05)	(+0.01)
接客・対応(カウンター)	マナーや身だしなみがきちんとしている	-	-	-	3.96	-	-	-
接客・対応(渉外担当)	対応が親切丁寧である	3.81	3.84	3.66	3.95	(+0.03)	(-0.18)	(+0.29)
接客・対応(渉外担当)	気持ちの良い挨拶が実践されている	3.83	3.84	3.72	3.95	(+0.01)	(-0.12)	(+0.22)
接客・対応(渉外担当)	マナーや身だしなみがきちんとしている	-	-	-	3.94	-	-	-
接客・対応(カウンター)	対応が迅速である	3.80	3.84	3.86	3.87	(+0.04)	(+0.01)	(+0.01)
接客・対応(渉外担当)	対応が迅速である	3.69	3.72	3.62	3.87	(+0.02)	(-0.10)	(+0.25)
店舗設備	店舗の外観は整備・清掃が行き届いている	3.79	3.71	3.70	3.86	(-0.08)	(-0.00)	(+0.16)
接客・対応(カウンター)	電話対応は好感もてる対応である	3.72	3.76	3.70	3.83	(+0.04)	(-0.05)	(+0.13)

② 満足度が低かった項目(下位10項目)

		満足度				(前年度比)		
		23年度	24年度	25年度	26年度	24年度	25年度	26年度
店舗設備	ATMの利用時間	3.16	3.15	3.16	2.79	(-0.01)	(+0.01)	(-0.37)
店舗設備	ATMの設置台数	2.87	2.73	2.82	3.02	(-0.15)	(+0.09)	(+0.21)
店舗設備	ATMの利用手数料	3.10	3.16	3.10	3.31	(+0.06)	(-0.06)	(+0.22)
商品・サービス	利便性の高い商品・サービスが多い	3.31	3.36	3.33	3.33	(+0.05)	(-0.03)	(-0.00)
店舗設備	駐車場が利用しやすい	3.30	3.19	3.27	3.34	(-0.11)	(+0.08)	(+0.07)
情報開示・提供	ディスプレイが分かり易い内容である	3.36	3.34	3.32	3.42	(-0.03)	(-0.01)	(+0.10)
商品・サービス	自分のニーズに合致した商品・サービスが多い	3.40	3.44	3.39	3.48	(+0.04)	(-0.05)	(+0.09)
商品・サービス	ホームページが見やすく使いやすい	3.42	3.39	3.40	3.48	(-0.02)	(+0.01)	(+0.09)
商品・サービス	インターネット banking の使い勝手が良い	3.18	3.36	3.43	3.49	(+0.18)	(+0.07)	(+0.06)
商品・サービス	金利や手数料が有利である商品・サービスが多い	3.36	3.46	3.35	3.50	(+0.10)	(-0.11)	(+0.15)

2 利用状況とニーズ

(1) 当行のATMの利便性に関する認知度

前年度に取り組んだATM利便性向上への各種取組みについての認知度を調査いたしました。どの取組みも認知度は過半数を下回っている状況です。

	知っていた	知らなかった
島根銀行のキャッシュカードは、当行ATMのほか、ファミリーマート・ポプラ・セブンイレブン等のコンビニATM、ゆうちょ銀行、鳥取銀行、島根中央信金の提携ATMでも、平日は日中無料で入出金できることをご存知でしたか。	47%	53%
さらに、しまぎんビスカカードやしまぎんインターネット普通預金のキャッシュカードであれば、当行ATMのほか、上記のコンビニATMや提携ATMでも、平日・夜間・休日問わず、いつでも無料で入出金できることをご存知でしたか。	33%	67%
島根銀行は、これらのATMの設置場所をスマートフォンで簡単に検索できる便利なアプリ、しまぎんATMナビを無料提供していますが、ご存知でしたか。	11%	89%
島根銀行のキャッシュカードは、上記のコンビニATMやゆうちょ銀行ATMでは「平日23時、休日19時」まで利用できますが、ご存知でしたか？（一部のATMを除きます）	26%	74%

(2) 資産運用商品のご利用ニーズ等

資産運用に対する各種ニーズ等について調査いたしました。

資産運用に対する一定のニーズは認められるものの、銀行等で運用商品を購入したいというニーズは低い状況です。

現在、資産運用商品をご利用の方にうかがいます。資産運用商品を利用する目的は何ですか？（複数選択可）

自分たちの老後資金として備えるため	31%
余裕資金の効果的な運用のため	28%
万一の際に家族の生活を支えるため	15%
子供に財産を残したいため	5%
ライフステージに合わせた資金ニーズに備えるため	7%

今後、銀行や信用金庫で保険や投資信託を利用してみたいと思いますか？

ぜひ利用したい	4%
まあ利用したい	19%
どちらともいえない	38%
あまり利用したくない	20%
まったく利用したくない	20%

「どちらともいえない」「利用したくない」と答えた方の理由（複数選択可）

自分に合った商品がないため	26%
的確な提案をしてもらえないと思われるため	13%
専門的知識に乏しいと思われるため	32%
店頭に行く時間がないため	22%

一般的に、預金・資産運用商品（保険・投資信託など）を購入する金融機関を選択する際に【重視する項目】は何ですか？（複数選択可）

自分のニーズに合った商品があること	67%
取り扱っている商品の内容がわかりやすいこと	37%
担当者の説明がわかりやすいこと	30%
担当者が商品を紹介してくれること	10%
担当者に気軽に相談ができること	26%
資産の一元管理ができること	9%
よく利用している金融機関であること	23%
金融機関としての経営安定性・信頼性	35%

2 利用状況とニーズ

(3) インターネット定期預金、インターネット普通預金の利用者満足度

前年度に引き続き、インターネット専用の2商品についての満足度を調査いたしました。どちらの商品も、「非常に満足、満足」の割合が多くなっており、特にインターネット定期預金は、同割合が81%と高い評価をいただいております。インターネット普通預金は、「非常に満足、満足」と回答いただいた方が60%となっておりますが、昨年度調査よりもやや満足度が低下する結果となりました。

インターネット定期預金に対する満足度	25年度	26年度
非常に満足	23%	22%
満足	55%	59%
どちらでもない	16%	17%
不満	6%	2%
非常に不満	0%	1%

※インターネット定期預金については、今年度は特に金利面についての満足度を伺いました。

インターネット普通預金に対する満足度	25年度	26年度
非常に満足	12%	11%
満足	52%	49%
どちらでもない	36%	37%
不満	0%	3%
非常に不満	0%	1%

(4) インターネットバンキング、モバイルバンキングのご利用ニーズ等

インターネットバンキング等の利用に関するニーズを調査いたしました。商品やサービスでは定期預金の預入に次いで、ネット取引の決済や各種変更届といったニーズが高くなっており、また重視するポイントではセキュリティ面が圧倒的に高くなっており、

インターネットバンキングやモバイルバンキング(スマホ含む)でご利用にになりたい商品・サービスをお答えください。(複数選択可)

投資信託の購入	8%
国債の購入	7%
定期預金の預入	40%
インターネット通販などネット取引の決済	32%
ローンの申込	9%
各種変更届(住所等)	34%
キャンペーン等情報提供	24%
その他	5%

インターネットバンキングやモバイル(スマホ含む)バンキングを選ばれる上で、最も重視されるポイントをお答えください。

分かり易い(画面が簡単など)	25%
手続きが簡単(本人確認資料や申込書の郵送が不要など)	21%
早い(審査が早い、カード到着が早いなど)	4%
セキュリティ	46%
その他	4%

(5) 当行公式SNSの認知度

今年度新たに取り組んだ、公式SNSについての認知度を調査いたしましたが、まだまだ認知度は低い状況です。

	知っていた	知らなかった
島根銀行は、Facebook、Twitter、YouTubeなどのSNSで、当行マスコットキャラクター「シマニー」の着ぐるみが地域イベントに参加する様子や、松江出身の山根万理奈さんが歌う「しまぎんのうた」を収録したオリジナル動画などを情報発信していますが、ご存知ですか。	18%	82%

2 利用状況とニーズ

(6) 企業経営支援について

経営者、会社役員・団体役員、自営業/代表者の方を対象に、企業経営支援にかかる以下の5つの項目について、当行の評価をうかがいました。

前年度との比較では、5項目中3項目で「非常に評価できる」「評価できる」との回答が増加しておりますが、「融資のスタンス」を除く4項目では、「非常に評価できる」「評価できる」との回答が依然として30%～40%台にとどまっております。

	融資のスタンス	経営相談、 経営改善支援	ビジネス マッチング	総合的な提案力	情報提供
非常に評価できる	10%	6%	2%	2%	3%
評価できる	49%	42%	29%	35%	30%
どちらともいえない	36%	47%	60%	56%	57%
評価できない	3%	4%	8%	6%	8%
まったく評価できない	1%	1%	1%	1%	2%

参考：前年度調査(25年度)の結果

	融資のスタンス	経営相談、 経営改善支援	ビジネス マッチング	総合的な提案力	情報提供
非常に評価できる	11%	9%	3%	5%	6%
評価できる	44%	34%	23%	33%	32%
どちらともいえない	42%	54%	69%	57%	56%
評価できない	3%	3%	5%	5%	6%
まったく評価できない	0%	0%	0%	0%	0%

3 社会的責任(CSR)、地域密着型金融の取組

(1) 当行の社会的責任(CSR)への取り組みに対する評価

6項目中5項目について、「非常に評価できる」「評価できる」の合計が60%を超えており、当行の社会的責任(CSR)について、一定の評価をいただきました。

取り組み項目	非常に評価できる	評価できる	どちらとも いえない	評価 できない	全く評価 できない
① 「3大疾病保障付住宅ローン」の取り扱い、18歳未満のお子さまがいる方、環境配慮住宅を建てられる方への住宅ローン金利の優遇	12%	50%	36%	2%	0%
② 小学生児童を主要なメンバーとし創造的な活動を行う団体に助成する「しまぎんわんぱく応援団」	15%	51%	33%	2%	0%
③ 地域社会のスポーツ振興を支援するための各種スポーツ大会の開催や後援・協賛、ボランティア参加	13%	53%	31%	2%	0%
④ 社会福祉施設への慰問や公園・観光地の清掃活動など、地域ボランティア活動の実施	18%	53%	27%	2%	0%
⑤ 行内ネットワーク利用によるペーパーレス化などの省資源活動や、地域温暖化防止のための適正冷房など、省エネルギー活動	14%	50%	34%	2%	0%
⑥ 地元プロスポーツチーム(島根スサノオマジック)に対する支援、冠ゲームの開催	12%	44%	39%	3%	1%

(2) 当行の地域密着型金融の取り組みに対する評価

地域密着型金融の取組みについても、「非常に評価できる」「評価できる」の合計が60%超と、一定の評価をいただきました。

取り組み項目	非常に評価できる	評価できる	どちらとも いえない	評価 できない	全く評価 できない
① 「住宅金融学校」「経営アカデミー」「資産運用セミナー」「年金相談会」など各種セミナーの開催	8%	52%	38%	1%	0%
② 地域一体となった環境への取り組みを推進するためのISO14001(環境ISO)などの認証取得サポート	10%	50%	39%	1%	0%

4 業況判断(景況感)の動向

経営者、会社役員、団体役員、自営業者/代表者の方を対象に、ご自身の経営を取り巻く環境や景況感について、昨年からの比較調査等を実施しております。

(1) 景気判断(前年対比)

前年度調査時と景気判断は概ね変わらないことが示されています。

昨年の今頃に比べて、山陰地区の今の景気はどのように変わりましたか？	25年度	26年度
良くなった	2%	2%
やや良くなった	18%	21%
変わらない	70%	66%
やや悪くなった	7%	8%
悪くなった	3%	3%

(2) 景気判断(今後の見通し)

来年の見通しについては、「良くなる」「やや良くなる」との回答が低下しています。

来年の今頃は、山陰地区の景気はどのようになると思われるか？	25年度	26年度
良くなる	4%	3%
やや良くなる	33%	27%
変わらない	49%	52%
やや悪くなる	12%	13%
悪くなる	3%	5%

(3) 消費税増税(5%→8%)による経営への影響

※前年度は調査未実施

何らかの影響を感じているとの回答が61%となっております。

消費税増税(5%→8%)による経営への影響について、どのように感じられますか？	
大きく影響している	19%
多少の影響を感じている	42%
あまり影響を感じない	36%
全く影響はない	3%

5 調査結果を踏まえた改善策

今回の調査結果を踏まえた、主な取り組みは以下のとおりです。

改善項目	今後の改善策
<p>お客さまへの対応</p>	<p>●接遇・マナーの向上</p> <p>前回調査で満足度の低下が見られた、「親切・丁寧な対応」「気持ちの良い挨拶」といった接遇・マナーの基本動作については、研修等を通じて再徹底を図り、満足度の改善が図られましたが、更なるレベルアップを目指し、継続して全行で取り組んでまいります。</p> <p>●提案営業の充実</p> <p>お客さまへの対応に係る項目のうち、「ライフプランに合ったご提案」や「金融知識・商品知識」といった項目では、従来から満足度が相対的に低くなっており、まだまだ改善の余地があるものと認識しております。お客さま一人ひとりのライフプラン、ライフステージに合わせ、資産運用やローン商品を中心に、最適なお提案ができる態勢を構築してまいります。具体的には、階層別研修等を通じ行員のスキルアップを図っていくほか、商品ラインアップの充実や、各店舗における「資産運用セミナー」「年金相談会」の継続開催を通じて、あらゆるニーズにきめ細かく対応いたします。</p> <p>●企業経営支援の強化</p> <p>企業経営支援の取り組みについて、前年度から改善傾向にはあるものの、まだまだ十分な評価をいただいております。今後についても借入に関する相談はもちろん、経営改善やビジネスマッチング、その他経営に関する有益情報の提供等、幅広い支援に取り組んでまいります。また、後継者の育成を目的として平成18年度から毎年開催している「経営アカデミー」は、今年度も8月28日を第1回目として、計6回のカリキュラムで開催しております。</p>
<p>利便性向上への取り組み</p>	<p>●ATM</p> <p>ATMの利用手数料、設置台数の満足度については、コンビニATMとの提携や、クレジットカード一体型キャッシュカード”しまぎんピスカ”の時間外利用手数料無料化などの取り組みにより改善が図られていますが、こうした利便性向上への取り組みの認知度はまだまだ低位な状況にあります。今後は、スマホアプリやLine、Facebook等によるアピールも含め、この利便性をお客様に広く認知していただけるよう取り組んでまいります。また、更なる利便性向上に向け、引き続き積極的に取り組んでまいります。</p> <p>●インターネットバンキング</p> <p>普段お忙しく窓口へお越しいただけないお客さまにとって、インターネットバンキングの利用ニーズはますます高まる一方で、セキュリティ面での不安をお持ちの方も多いためと思われまます。お客さまのニーズを的確に施策へ反映させながら、便利にかつ安心してご利用いただけるよう取り組んでまいります。また、今回の調査で皆さまから寄せられた、インターネットバンキングのご利用にかかるご要望につきましても、改善に向けた対応を順次行ってまいります。</p>
<p>地域・社会貢献への取り組み</p>	<p>●地域・社会貢献活動への積極的取り組み</p> <p>今回の調査では、地域貢献度に関する満足度が前年度よりも低下する結果となりました。来年度に迫った創業100周年を機に、ますます地域の皆さまのお役に立てるよう、これまで以上に積極的な取り組みを行い、地域にとって欠かせない存在を目指します。従来から行っている児童活動支援や地域行事への参加、協賛などにも継続して取り組んでまいります。</p>