

## アンケートの概要について

### 1 目的

主に融資についての利用動向、営業担当の活動状況等についてアンケートを行い、今後のPR活動やお客様サービスの向上に役立てるため

### 2 実施時期及び実施方法

平成22年3月19日 郵送にて実施

### 3 回答期限

平成22年3月31日

### 4 送付者数

300人

### 5 回答数及び回答率

169人 56.3%

### 6 回答者の属性

年代別及び性別

年代	合計
20代	33
30代	42
40代	49
50代	31
60代	13
無回答	1
合計	169

## Ⅱ アンケート結果の概要について

### 1. 融資商品の認知内容

- 融資商品に対するサービスの認知度については、「金利が他行と比べて低めで利用できる」が回答者の6割を占めた。これに対し、「保証料等が不要」は4割強、「窓口の時間延長」は3割、「営業担当が職場にお伺いしている」は2割であり、特に「ホームページで職場の訪問予約が24時間受付できる」は、殆どの方がご存知ないといった結果となった。今後は、これらのサービス内容のPRについて工夫する必要がある。
- 融資商品について「全く知らない」と回答された方が2割、そのうちの約6割は20代～30代の方であり、これらの年代の方は「当組合の融資は利用していない」と答えている。こうした方に対し、当組合の融資商品について興味・関心を持っていただけるようなPRを展開することも必要である。

### 2. 営業担当の活動状況

- 営業担当が行うPR活動の中で、有効な方法は何かについては、「昼休みのチラシ配布」が最も多く4割であり、次いで「ダイレクトメール及び電話での勧誘」と回答された方が2割であった。しかし、電話での勧誘については、「できれば、控えて欲しい」との意見があった。
- 営業担当の接客態度・商品説明等については、9割強は良い印象との回答であり、「親切・丁寧に対応された」と多くの方から良い評価をいただいている。しかし、ごく一部ではあるが、「笑顔で対応してほしい」、「分かりやすく教えてほしい」などといった意見もあった。
- 職場訪問時における融資相談の改善点についてお聞きしたところ、「住宅ローン等について専門的かつ判りやすい相談」が5割強で最も多かった。次いで「ホームページ上で事前の審査ができる体制の整備を」が4割であり、業務の専門性と審査の迅速化等に対する要望が多いことが伺えた。

### 3. 電話対応について

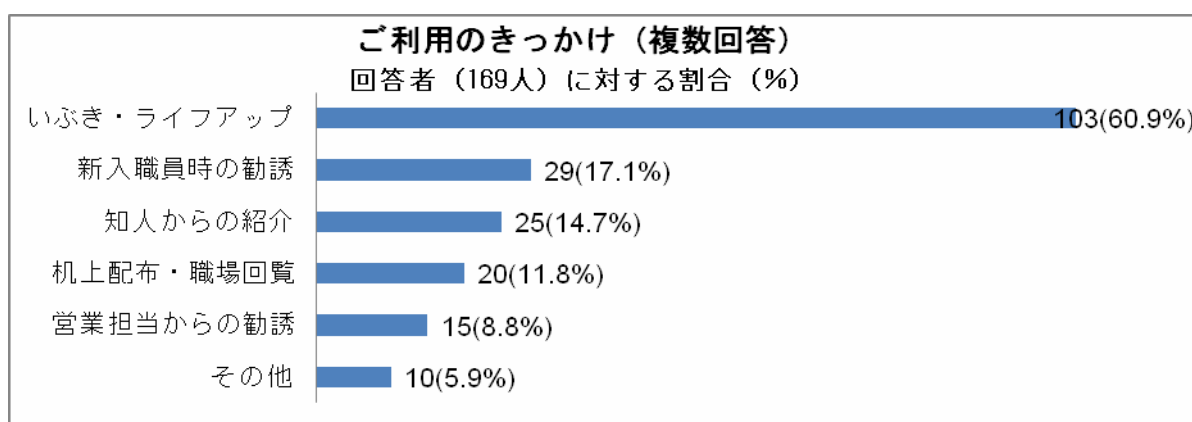
- 電話対応については、電話を掛けたことがある方が全体の7割であった。掛けた方に電話対応をお聞きしたところ、「非常に良い」「良い」と答えた方が99%とほぼ全ての方から良い評価をいただいた。しかし、ごく一部の方から「事務的で誠意を感じられない」といった意見があった。

### Ⅲ アンケートの集計結果

#### 1 当組合を利用するきっかけ

「当組合を利用するきっかけ」を複数回答でお答えいただいたところ、「いぶき・ライフアップ」を見てと回答された方が103人と最も多く、全体の6割を占めた。「いぶき」及び「ライフアップ」は、当組合の最大の広告媒体であり、引き続きPR媒体として活用する。

次いで、「新入職員時の勧誘が」29人(17.1%)、「知人からの紹介」25人(14.7%)、「机上配布」20人(11.8%)、「営業担当からの勧誘」15人(8.8%)であった。

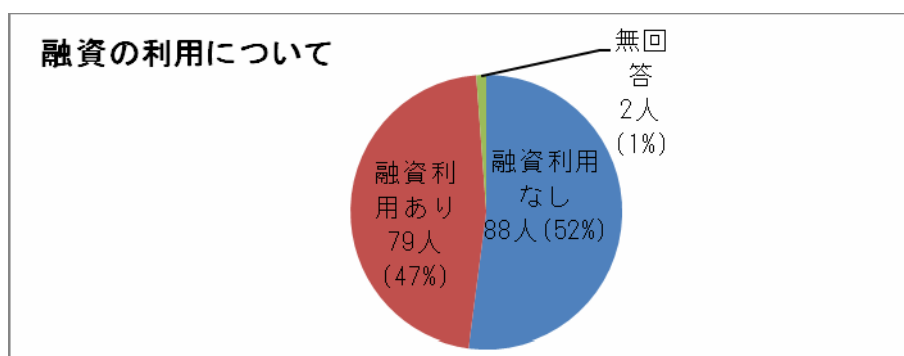


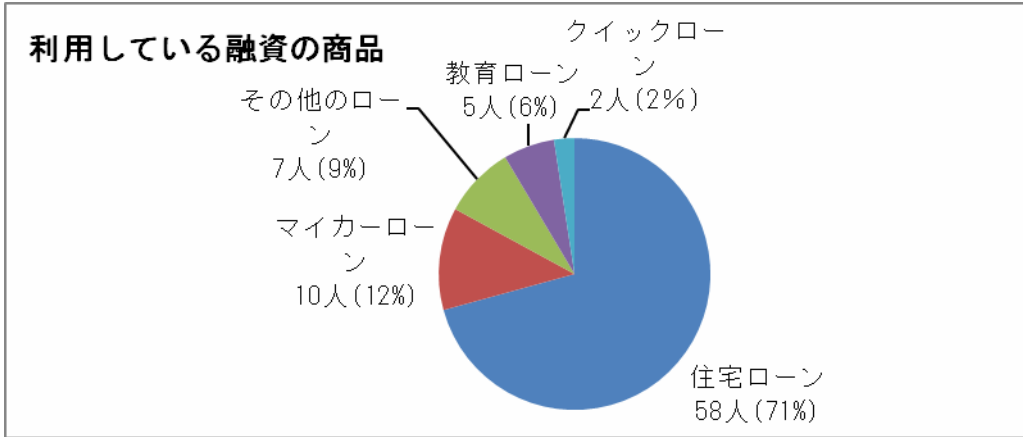
#### 2 当組合の融資商品について

##### （1）融資商品の利用状況

「当組合の融資商品の利用あり」と回答された方は79人（47%）であり、「融資の利用なし」と回答された方は88人（52%）であった。

「融資利用あり」と回答された79人の方を対象に利用されているローンの商品をお伺いしたところ、「住宅ローン」の利用が7割を占めた。



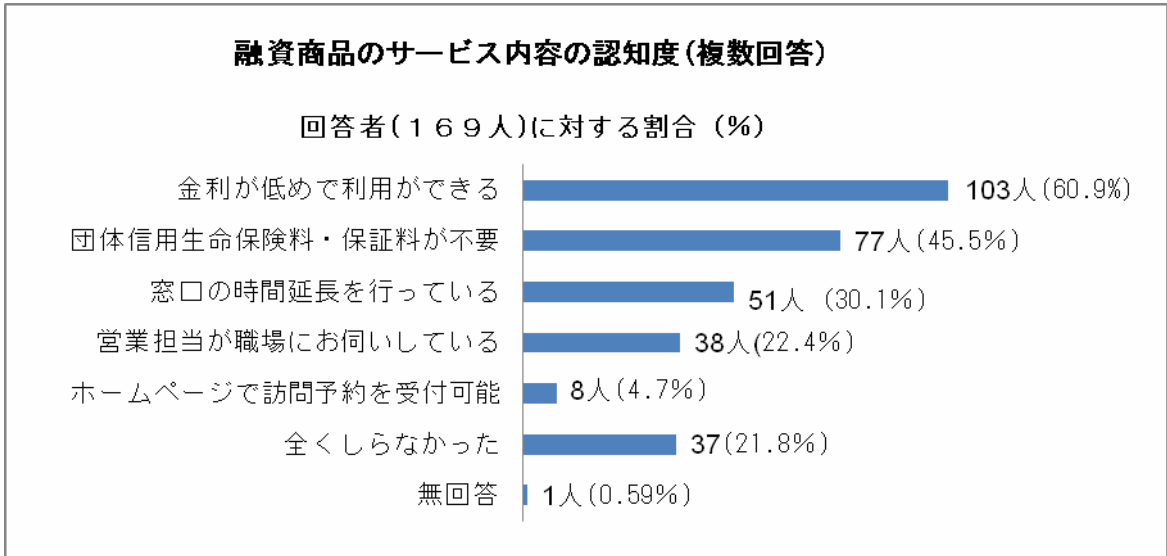


**(2) 融資商品・サービスの認知度**

当組合の融資商品に関してご存知なことについてお尋ねしたところ、「他行と比べて金利が低め」が最も多く 103 人(60.9%)、次いで、「保証料等が不要」が 77 人(45.5%)、であった。

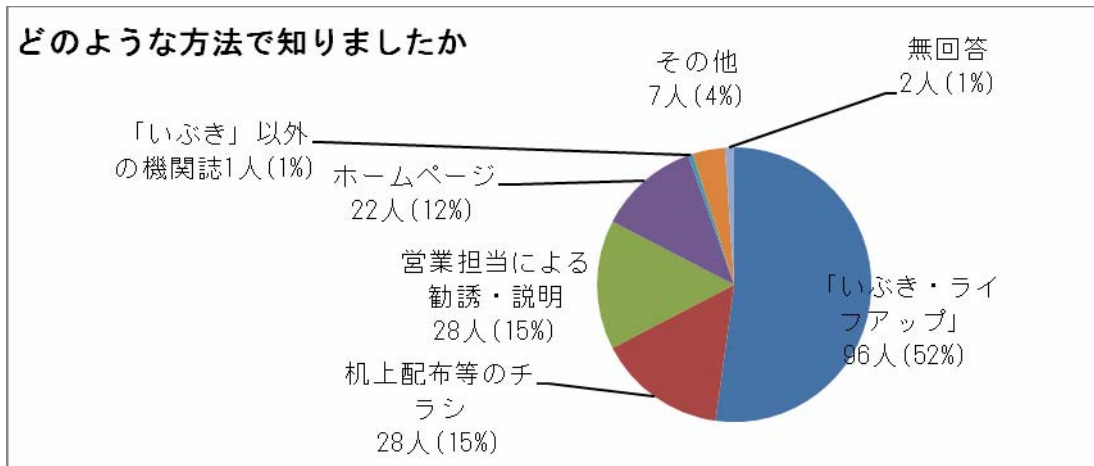
一方で、「窓口の時間延長」51 人(30.1%)、「営業担当が職場にお伺している」38 人(22.4%)、「ホームページで訪問予約を 24 時間受付できる」8 人(4.7%)と、いずれも 3 割から 1 割以下となり、この項目に関しては、広報の工夫やさらなる PR が必要という結果であった。

また、融資商品のサービス内容を「全く知らなかった」と回答された方が 37 人であった。37 人中 21 人が 20 代・30 代であり、全ての方が「当組合の融資の利用はない」と回答されている。これらのことから、日頃から当組合の融資商品に興味・関心を持ってもらえるような工夫を凝らした広報活動を行うことにより、幅広い層の方にも利用していただけるよう努める必要がある。



### (3) 融資商品の周知媒体

融資商品をどのような方法で知ったのか、お尋ねしたところ、「いぶき・ライフアップ」96人(52%)が最も多く、「営業担当による勧誘・説明」、「机上配布・職場回覧等のチラシ」がそれぞれ28人(15%)、次いで「ホームページ」22人(12%)であった。

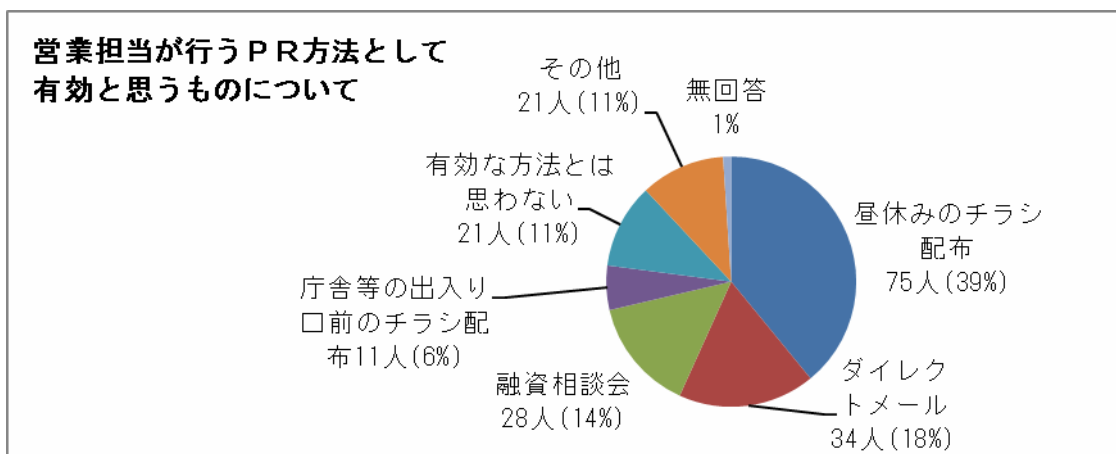


### 3 営業担当の活動について

#### (1) 営業担当が行うPR活動

営業担当が行うPR活動の中で有効と思われる方法についてお尋ねしたところ、「昼休みに行うチラシ配布」が75人で回答数の39%、次いで「ダイレクトメール(以下DM)・電話」34人(18%)、「勤務終了後に実施する融資相談会」28人(14%)、「庁舎前等で行う出勤時のチラシ配布」11人(6%)であった。

「DM・電話」を回答された方の一部の方からは、「電話での勧誘は避けてほしい」とのご要望があった。また、「その他」と回答された方のうち5人の方は、「職場でのチラシの回覧」を挙げられた。



## (2) 営業担当の接客態度等

営業担当から商品説明を受けたことがあると回答いただいた65人(38%)の方に、商品説明や接客態度等について自由回答でお答えいただいた。その大部分の約9割の方は良い印象のご意見であったが、改善を行うべきとのご意見が5件あった。

### 良い印象のご意見(52件)の例

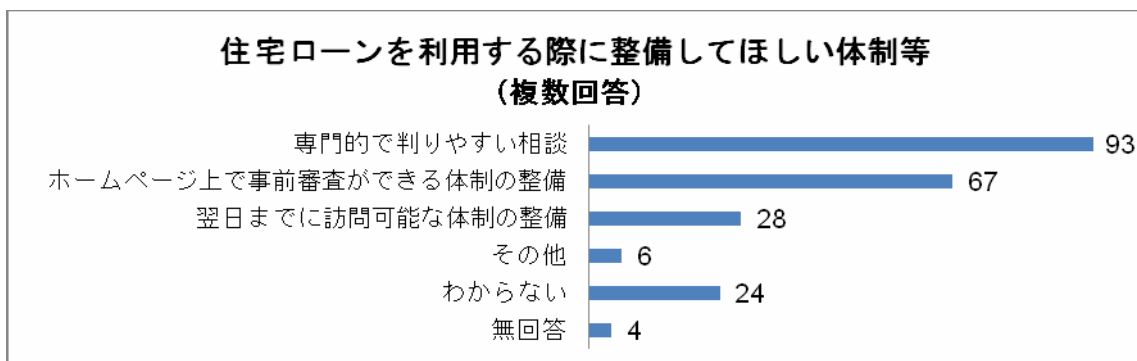
時間をかけて親切丁寧に対応してくれた
信頼してローンの取組みをすることができた
判りやすく、きちんと説明してくれた
ローン残高や利率、借換えのメリットの有無などこちらのことを第一に考えたアドバイスをしてくれた
こちらの状況を良く理解して、無理強いすることがない
親しみやすく、好感がもてた

### 改善すべき内容のご意見 (5件)

初めての借換えなので、もう少し判りやすく教えてほしい
もう少し大きな声で説明してほしい
もう少し笑顔があると親しみやすい
段取りが良くなかった
突っ込んだ質問をした際に、求める答えがもらえなかった

## (3) 職場訪問による融資相談の改善点

営業担当が職場にお伺いして融資の相談や審査書類の受付をしているが、その際の改善点等についてお尋ねしたところ、「住宅ローンなどについて専門的かつ判りやすい相談を」と回答された方が93人、次いで、「ホームページ上で事前審査ができる体制の整備を」67人、「翌日までに職場訪問の可能な体制の整備を」28人であった。より利用しやすいサービスを確立できるよう、努める必要がある。



#### 4 電話対応について

当組合へ電話を掛けたことのある方は117人であり、全体の69%であった。「電話を掛けたことがない」と回答された方は49人(28%)、無回答3人(2%)であった。

電話を掛けたことがある、117人の方に電話対応についてお尋ねしたところ、99%の方が「非常に良い」「良い」と回答された。一方で1名(1%)の方が「悪い」とご回答になり、理由は、「事務的で誠実さ・誠意を感じられない」であった。

大多数から良い評価をいただいたのは、平成20年度より、電話対応などを改善するための「声掛け運動」を推進した成果が表れたものと思われる。

