

PRESS RELEASE

報道関係各位

2025年11月20日
株式会社メンバーズ

「地銀61行 DX推進状況レポート2025【第5回】」を発表
6割超でAI検索対応が進む。一方、Webアクセシビリティでは
7割超で弱視・ロービジョンユーザー向けの課題があり改善が求められる結果に
～Webサイト体験と顧客接点のデジタル化を14項目で評価。
地銀の総合ランキングを発表～

DX現場支援で顧客と共に社会変革をリードする株式会社メンバーズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：高野 明彦、東証プライム：2130、以下「メンバーズ」）は、全国の地方銀行61行を対象に「Webサイト体験」と「顧客接点のデジタル化」の推進状況を評価した「地銀61行 DX推進状況レポート2025」を発表します。

2021年から開始し5回目となる今回の調査では、商品の検索性、オンライン相談やアプリ内のATM機能の有無など従来の項目に加え、近年の社会変化や技術動向を踏まえ、地方銀行にとってユーザーの使いやすさ向上と地域との連携深化に重要と思われる新たな調査項目を追加しています。具体的には、活用が加速する「AI」や、誰もが平等に情報へアクセスできる環境整備が求められる中、2024年の法施行により企業の対応が義務化された「Webアクセシビリティ」について調査しています（※1）。さらに、地域へ向けた情報発信により地域の企業や住民との関係構築につなげる「オウンドメディア活用」などについても新たに調査しました。

※「地銀61行 DX推進状況レポート」詳細はこちら

URL：<https://www.members.co.jp/download/162-dx-report>



サマリー

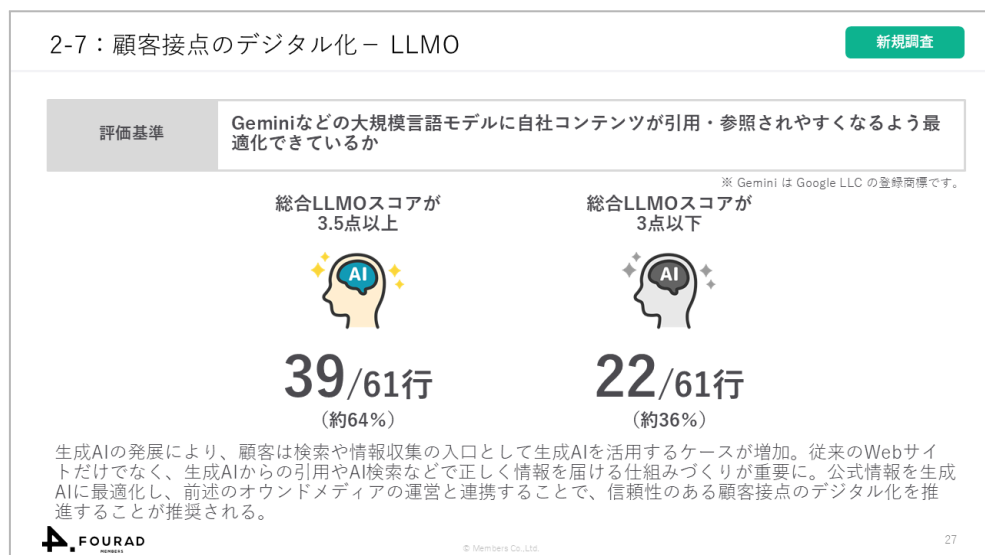
- 大規模言語モデル（LLM）が回答を生成する際に自社のコンテンツを引用・参照されやすくなるLLMOにおいて、約64%の銀行が、総合LLMOスコア3.5点以上を取得。AIによる引用・参照がされやすい状態になっている（※2）

- 弱視・ロービジョンユーザーに対する問題が10個以上の銀行は全体の約72%。音声ユーザビリティに関する全項目で90点以上の評価となった銀行は0行。Webアクセシビリティ対応への改善余地は大きい（※3）
- 約64%の銀行で、チャットボットでの問い合わせが可能な結果に。24時間365日問い合わせ対応が可能となり、店舗負担やコールセンターの負担軽減を図っていることがうかがえる
- 約30%の銀行がオウンドメディアを運営。金融知識に役立つ情報や地方ならではの情報を発信し、見込み顧客との関係構築に繋げている
- アプリから振込および残高照会が可能な銀行は、前回調査より8行増加し約85%。オンラインで来店予約および相談が可能な銀行は、前回調査より9ポイント増加し全体の約49%に。機能充実に努める銀行が増えている

結果詳細

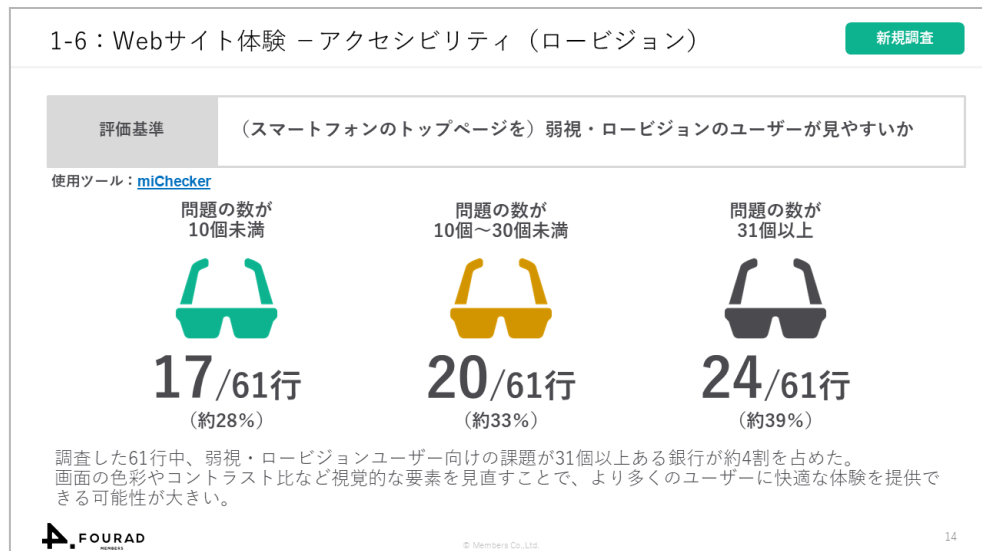
Geminiなどの大規模言語モデルに自社コンテンツが引用・参照されやすくなるよう最適化できているか（※4）

- 総合LLMOスコアが3.5点以上 39/61行（約64%）
- 総合LLMOスコアで、AIによる引用・参照の可能性が高まる状態を示す3.5点以上の銀行が約64%となった。多くの銀行で最適化を図り、正しく情報を届ける仕組みを作っていることが伺える



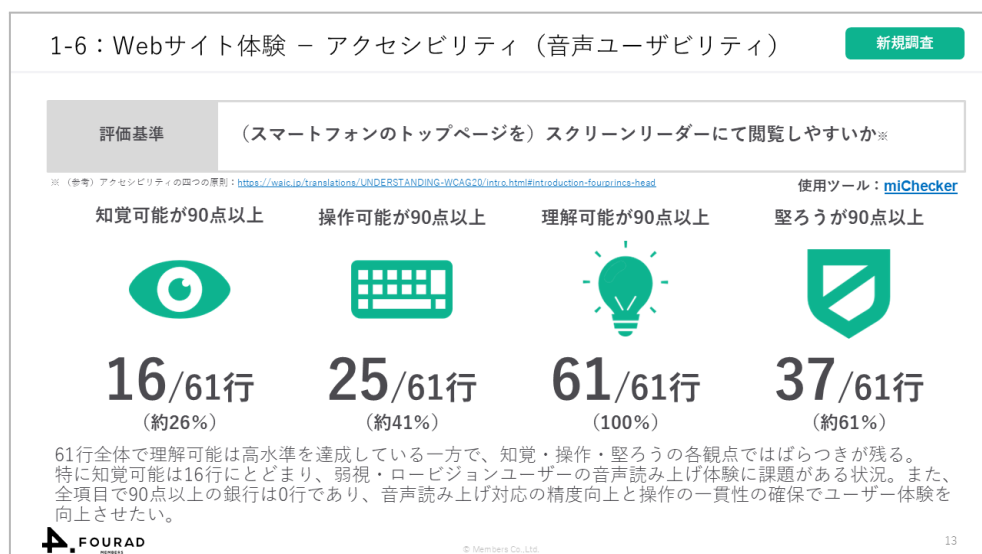
（スマートフォンのトップページを）弱視・ロービジョンのユーザーが見やすいか

- 問題の数が10個未満 17/61行（約28%）
- 弱視・ロービジョンユーザー向けの色彩やコントラスト比の見直しなどの問題が10個以上ある銀行が約72%。問題が31個以上ある銀行は約39%。Webアクセシビリティの観点で視覚的な要素の見直しが求められる



（スマートフォンのトップページを）スクリーンリーダーにて閲覧しやすいか

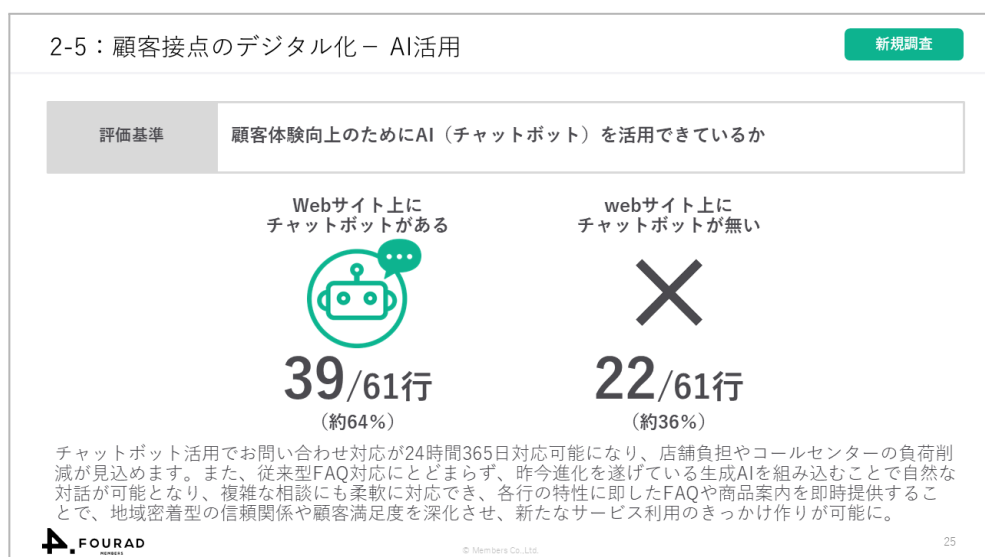
- 知覚可能が90点以上 16/61行（約26%）
- 操作可能が90点以上 25/61行（約41%）
- 理解可能が90点以上 61/61行（100%）
- 堅ろうが90点以上 37/61行（約61%）
- 画面を見ることが難しいユーザーに対しては、音声読み上げソフトへの対応やマウスを使用しない設計などが求められる。61行全体で「理解可能」は高水準を達成している一方で、「知覚・操作・堅ろう」の観点ではばらつきが残る。特に弱視ユーザーの音声読み上げ体験を向上させる「知覚可能」は16行にとどまり、課題がある状況。また、全項目で90点以上の銀行は0行であった（※5）



顧客体験向上のためにAI（チャットボット）を活用できているか

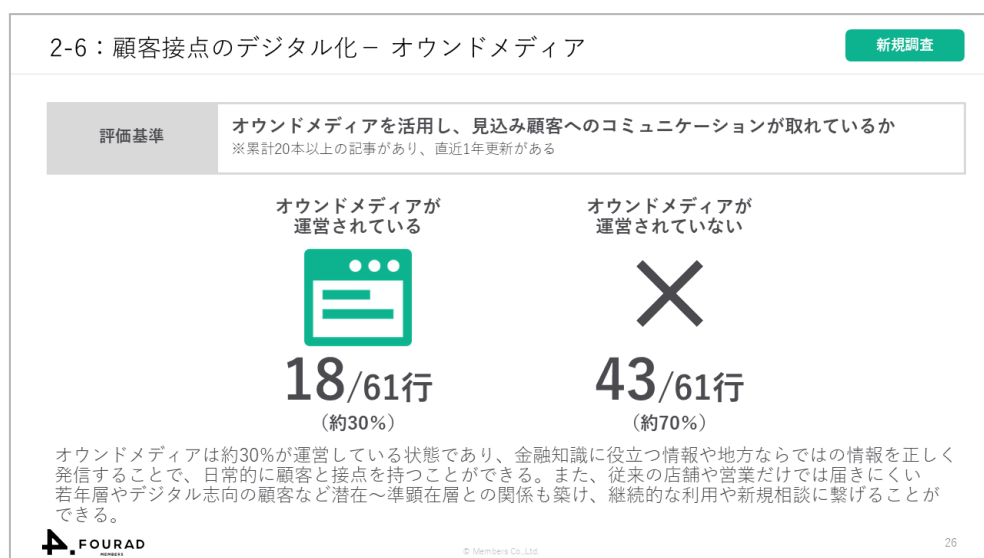
- Webサイト上にチャットボットがある 39/61行（約64%）
- チャットボット活用で、24時間365日問い合わせ対応が可能となり、店舗負担やコールセンターの負荷軽減を図っていることがうかがえる

- 今後は、進化を続ける生成AIを組み込むことで、自然な対話や柔軟対応が可能となり、顧客満足度の深化や新たなサービス利用のきっかけづくりなどが期待できる



オウンドメディアを活用し、見込み顧客へのコミュニケーションが取れているか

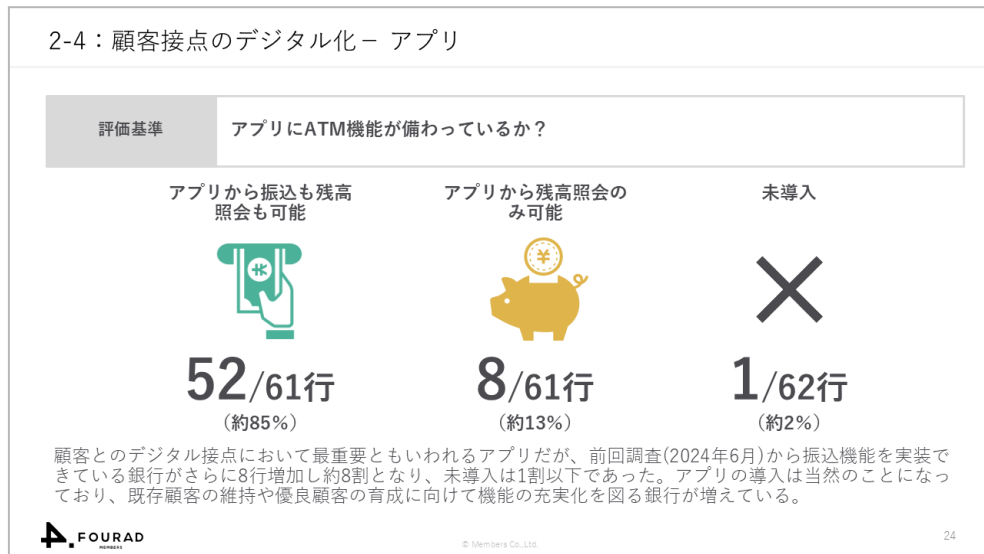
- オウンドメディアが運営されている 18/61行（約30%）
- 約30%の銀行がオウンドメディアを運営し、累計20本以上の記事を公開している。金融知識に役立つ情報や地方ならではの情報を発信しており、従来の店舗や営業だけでは届きにくい若年層やデジタル志向の顧客など潜在層との関係構築につなげている



アプリにATM機能が備わっているか？

- アプリから振込も残高照会も可能 52/61行（約85%）
- アプリ上で振込および残高照会が可能な銀行は前回調査から8行増加し、未導入の銀行は1行であった。既存顧客の維持や優良顧客の育成に向けてアプリ機能の充実を図る銀行が増えている

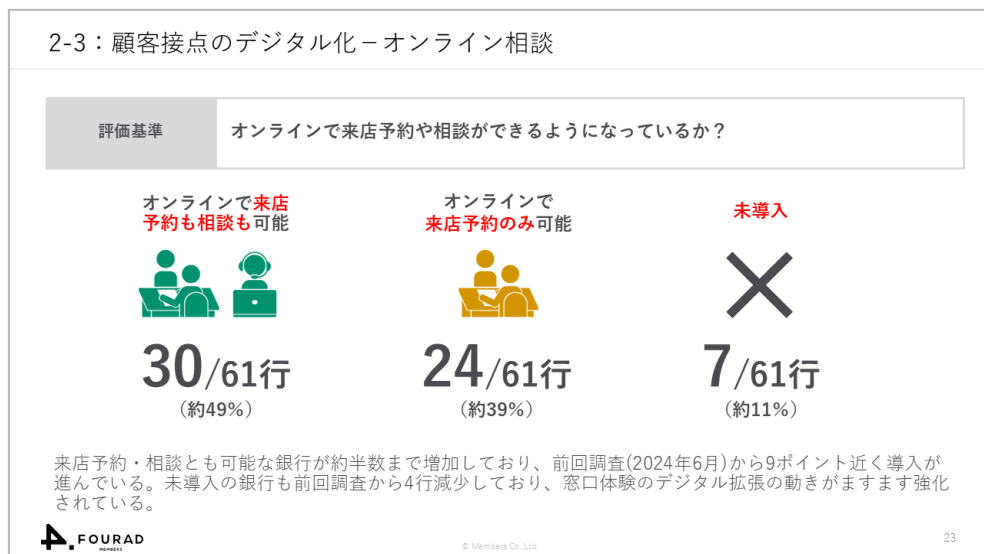
2-4：顧客接点のデジタル化－アプリ



オンラインで来店予約や相談ができるようになっているか？

- オンラインで来店予約も相談も可能 30/61行 (約49%)
- 前回調査から来店予約・相談とも可能な銀行は9ポイント増加し、全体の約49%となった。未導入の銀行も前回調査から4行減少し、窓口体験のデジタル拡張の動きがますます強化されている

2-3：顧客接点のデジタル化－オンライン相談



総合ランキング

「Webサイト体験」と「顧客接点のデジタル化」の計14項目を集計しています。

調査結果の総括（銀行別総合ランキング）

銀行名（前年順位）	Webサイト体験	顧客接点のデジタル化	総合
千葉銀行（34）	9.0	7.2	16.2
群馬銀行（10）	6.8	9.0	15.8
北國銀行（1）	7.0	8.7	15.7
武蔵野銀行（16）	9.0	6.7	15.7
足利銀行（19）	7.5	7.7	15.2
福井銀行（21）	7.5	7.7	15.2
広島銀行（2）	8.0	7.2	15.2
千葉興業銀行（3）	8.0	6.9	14.9
伊予銀行（8）	7.0	7.7	14.7
第四北越銀行（12）	7.8	6.9	14.7
八十二銀行（17）	7.8	6.9	14.7
常陽銀行（33）	6.8	7.7	14.5
西日本シティ銀行（23）	8.0	6.4	14.4

調査の背景

政府が「地域金融力強化プラン」の策定を推し進めるなど、地域経済の活性化へ向け、地方銀行をはじめとする地域金融機関の強化や役割が重視されています。また、金融業界ではデジタルシフトが加速しており、地域経済を支える地方銀行のデジタルトランスフォーメーション（DX）は、顧客との関係性を再定義し、持続的な成長を遂げるための重要な経営課題でとなっています。DX推進は、地域全体の活性化に直結し、そこに住まう人々の生活や地域企業の成長を左右する極めて社会的意義の大きな取り組みです。

いかにして優れた顧客体験を提供し、地域社会の持続的な発展に貢献していくのか。本調査では、全国の地方銀行61行を対象に、「Webサイト体験」と「顧客接点のデジタル化」の2つの側面からDXの進捗を評価しました。時代変革もあり、前年から調査項目をアップデートしています。

メンバーズでは、VISION2030（2030年の目指す姿）として「日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする」ことを掲げ、取引先企業とともに人口減少による地方衰退などの問題をビジネスで解決することを目指しています。本調査が、地方銀行の戦略立案のみならず、より豊かな地域社会を築くための一助となれば幸いです。

調査レポート構成

- Introduction
- 調査概要
- 基本調査結果
 - 01：Webサイト体験
 - 使いやすさ（PC）、使いやすさ（スマートフォン）、商品の検索性、ページスピード、アクセシビリティ（音声ユーザビリティ）、アクセシビリティ（ロービジョン）、レスポンスWebデザイン
 - まとめ
 - 銀行別総合ランキング

- 02：顧客接点のデジタル化
 - SEO、シミュレーション、オンライン相談、アプリ、AI活用、オウンドメディア、LLMO
 - まとめ
 - 銀行別総合ランキング
- 03：総合的なまとめ
 - Webサイト体験
 - 顧客接点のデジタル化
 - 銀行別総合ランキング

問い合わせ先

- 株式会社メンバーズ フォードカンパニー
 - URL： https://marke.members.co.jp/contact_4ad.html
 - ※本調査は、メンバーズの企業のデジタル広告内製化支援を展開する専門組織フォードカンパニー（<https://4ad.members.co.jp/>）が実施しました

調査概要

- 調査期間：2025年8月1日（金）～8月31日（日）
- 調査対象：
 - 地方銀行（61行）
 - 北海道銀行、青森みちのく銀行、岩手銀行、東北銀行、七十七銀行、秋田銀行、北都銀行、荘内銀行、山形銀行、東邦銀行、常陽銀行、筑波銀行、足利銀行、群馬銀行、武蔵野銀行、千葉銀行、千葉興業銀行、きらぼし銀行、横浜銀行、第四北越銀行、山梨中央銀行、八十二銀行、北陸銀行、富山銀行、北國銀行、福井銀行、大垣共立銀行、十六銀行、静岡銀行、スルガ銀行、清水銀行、百五銀行、三十三銀行、滋賀銀行、京都銀行、関西みらい銀行、池田泉州銀行、南都銀行、紀陽銀行、但馬銀行、鳥取銀行、山陰合同銀行、中国銀行、広島銀行、山口銀行、阿波銀行、百十四銀行、伊予銀行、四国銀行、福岡銀行、筑邦銀行、西日本シティ銀行、北九州銀行、佐賀銀行、十八親和銀行、肥後銀行、大分銀行、宮崎銀行、鹿児島銀行、琉球銀行、沖縄銀行
 - メガバンク（3行）比較のためメガバンク3行も調査
 - 三菱UFJ銀行、みずほ銀行、三井住友銀行
- 調査・分析：株式会社メンバーズ フォードカンパニー
- レポート： <https://www.members.co.jp/download/162-dx-report>

※1：「AI」活用状況として、Webサイト上のチャットボットの導入有無およびLLMOへの対応状況を新たに評価。また「Webアクセシビリティ」の観点として、2024年4月の改正障害者差別解消法の施行に伴い、銀行を含む民間団体にアクセシビリティ対応が義務化されたことから、音声ユーザビリティとロービジョンを評価項目に追加。

※2：大規模言語モデル最適化（LLMO：Large Language Model Optimization）は、Geminiなどの大規模言語モデルに対し、自社のコンテンツが効果的に解釈・評価・参照され、回答生成に活用される可能性を高めるアプローチのこと。総合LLMOスコアは、ツールを用いて技術構造やコンテンツ品質などから総合的に算出。

※3：弱視とは、眼鏡などをかけても視力が十分に上がらない状態を指す。ロービジョンとは、視力や視野の障害により矯正しても見えにくさが残り、視野が狭い、明るい場所や暗い場所で見えにくいなど、日常生活に不便を感じる状態を指す。音声ユーザビリティとは、音声読み上げソフトなどを使用する際の使いやすさや効率性を評価する指標。

※4：GeminiはGoogle LLCの登録商標です。

※5：「知覚可能・操作可能・理解可能・堅ろう」は、Webアクセシビリティの国際的なガイドラインであるWCAG 2.0で定められた4つの原則。

・知覚可能：情報およびUIが、利用者の感覚（視覚、聴覚など）で認識できる方法で提示されていること。

- ・操作可能：UIおよびナビゲーションが、利用者によって操作可能であること。
 - ・理解可能：情報およびUIの操作が、利用者にとって理解しやすいこと。
 - ・堅ろう：コンテンツが支援技術を含む様々なユーザエージェントで確実に解釈でき、十分に堅ろうであること。
- なお、本調査におけるWebアクセシビリティの評価には、総務省が提供する「みんなのアクセシビリティ評価ツール：miChecker Ver.3.1」（https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/b_free/michecker.html）を使用。

メンバーズについて

メンバーズは、デジタル人材の伴走による企業へのDX現場支援事業を展開しています。AI、サービスデザイン・UX、プロジェクトマネジメント、プロダクト・システム開発、データ活用、マーケティング、SaaS活用、脱炭素DXといった事業領域において、高い専門スキルを持つデジタル人材が、取引先企業のチームの一員として、上位戦略を理解し実行工程に落としながら、内製型のDX推進を伴走支援することが特徴です。デジタル人材は、「あたかも社員」としてバリューを発揮し、取引先企業の組織の一員として成果向上を実現させます。

また、メンバーズではグループミッション「“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る」とVISION2030（2030年の目指す姿）「日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする」を掲げ、CSV（Creating Shared Value、共通価値創造）経営を実践しています。取引先企業へのCSV経営推進支援や、メンバーズ自身の率先したさまざまな取り組みを通じて、企業活動による社会課題の解決を目指しています。1995年設立。2025年6月に設立30周年。東証プライム上場。

- 社名：株式会社メンバーズ
- 所在地：東京都中央区晴海1丁目8番10号 晴海アイランドトリトンスクエアオフィスタワーX 37階（受付35階）
- 代表者：代表取締役社長 高野 明彦
- 資本金：1,059百万円（2025年9月末時点）
- Webサイト：<https://www.members.co.jp/>
- SNS
 - Facebook：<https://www.facebook.com/Memberscorp>
 - X（旧Twitter）：https://x.com/Members_corp
 - LinkedIn：<https://www.linkedin.com/company/members-co--ltd/>

本リリースに関するお問い合わせ
株式会社メンバーズ 広報担当：竹原、鈴木
mail：press@members.co.jp