

## 令和3年度 仙台市市民活動サポートセンター 窓口サービスアンケート集計結果

仙台市市民活動サポートセンター 指定管理者

NPO 法人せんだい・みやぎ NPO センター

### 概要

実施期間：2022年3月1日（火）～3月15日（火）

対象：来館者、貸室・ブース・ロッカー・レターケース利用団体

方法：貸室・ブース・ロッカー・レターケース利用団体に回答用のWEBフォームをメール送信（メールアドレスのない団体のみ回答用紙及びWEB回答用のQRコード郵送）、館内で回答用紙の配布及びWEB回答用のQRコード掲示

回収数：94（※受付締め切り後に提出された2件を含む）

### 総括

昨年度までは実施期間を1ヶ月以上設けていたが、後半はほとんど回答がない状況であったことから、今年度は実施期間を約2週間とした。結果として回答数は昨年度（期間：1月18日～2月28日）114件、今年度94件。実施期間を短縮しても回答数に大きな変化はなかった。今後は実施期間を2週間以上～1ヶ月以内で設定していくこととしたい。

昨年と同様にWEB回答を併用し、答えやすい方を利用者自身で選んで回答してもらった。実際の回答方法はWEBが48件、紙が46件で、昨年度に続きほぼ半々であった。

今年度は、サポートセンターからのダイレクトメール可としている団体には、郵送ではなくメールでの案内に変更した。アンケート開始後約3日間はほぼWEB回答となっており、メールを送った団体からの回答と推測される。4日目以降はWEB回答が減り、紙での回答が主となった。昨年度のアンケートから、館内で回答する場合や手元に紙の回答用紙がある場合は紙のほうが手軽であることが分かっており、時間の経過とともに郵送で受け取った団体や来館した団体の回答へと移行した様子が見て取れた。

### 窓口サービスについて

窓口サービスで受ける印象を9項目に分け、それぞれについて、満足・まあまあ満足・やや不満・不満の4段階で当てはまるものを回答してもらった。9項目は、下記の通り。

- ① 職員のあいさつ・声かけ
- ② 職員の言葉づかい
- ③ 説明のわかりやすさ（声の大きさ含む）・丁寧さ
- ④ 職員の身だしなみ
- ⑤ 手続きにかかった時間（スピード）
- ⑥ 案内表示（見つけやすさ・大きさ）
- ⑦ 書類の書きやすさ（字の大きさ、わかりやすさ）
- ⑧ 窓口のきれいさ（整理整頓、清潔さ）
- ⑨ プライバシーへの配慮

すべての項目において「満足・まあまあ満足」の合計が最低でも90%程度あり、おおむね満足いただけているようである。

その中で気になるのは、「満足」が51%にとどまった「①職員のあいさつ・声かけ」「⑤手続きにかかった時間（スピード）」「⑦書類の書きやすさ（字の大きさ、分かりやすさ）」である。

特に「⑤手続きにかかった時間(スピード)」は「やや不満・不満」の合計が11%と、9項目中一番高い。2022年3月下旬には受付システム改修を行い、書類の見直しなども進めているが、引き続き、手続きの工数や作業スピードなど、業務内容を検証し改善を図りたい。また、「やや不満・不満」の合計が9%だった「⑥案内表示(見つけやすさ、大きさ)」は、昨年度よりも「満足」の割合が増えたが、まだ改善の余地があると思われる。

「やや不満・不満」の合計が0%で、「満足」も60%近くある「④職員の身だしなみ」「⑧窓口のきれいさ(整理整頓、清潔さ)」は、これを維持するようにしたい。その他、「やや不満・不満」の合計が5%以下なのは「②職員の言葉づかい」「③説明のわかりやすさ・丁寧さ」「⑨プライバシーへの配慮」。これらは「満足」も55%を超えていることから、満足度の高い項目であったといえる。多様な市民が利用する公共施設として、プライバシーへの配慮や障がい等への合理的配慮に力をいれてきた点が反映されたものとする。今後もスタッフ内で研鑽を積み、安心して利用してもらえるようにしたい。

#### WEB媒体を活用した情報発信について

WEBによる情報発信が当たり前となってきた時代背景とCOVID-19の影響で来館を控える利用者がいることをふまえ、サポートセンターではWEBを活用した情報発信に力を入れて来た。コロナ禍以降はYouTubeアカウントを取得し動画コンテンツも発信している。

そこで、今年度は利用者にサポートセンターからのWEBを活用した情報発信がどれだけ認知されているのかを把握するため、質問項目を設定した。また、質問項目を設定することで、周知の一助とする狙いもあった。

選択項目は以下の通り(複数回答可)。

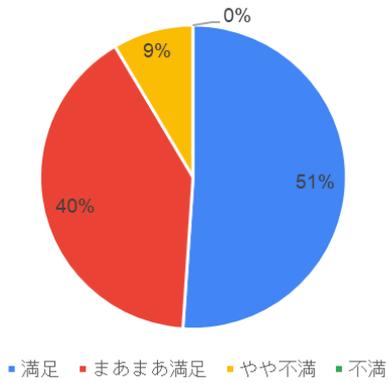
- ① 見ていない(インターネットをあまり利用しない)
- ② サポセンホームページ
- ③ ブログ「サポセンブログ@仙台」
- ④ Twitter「@SCSC4CA」
- ⑤ YouTube「サポセンちゃんねる」

「見ていない」か「ホームページ」がほとんどで、それ以外のコンテンツを見ているのは少数であった。定期的に貸室を利用している(来館している)利用者は、WEBを見なくても掲示物やスタッフとの会話等でサポセンからの情報を受け取ることができるため、特に関心がないのかもしれない。

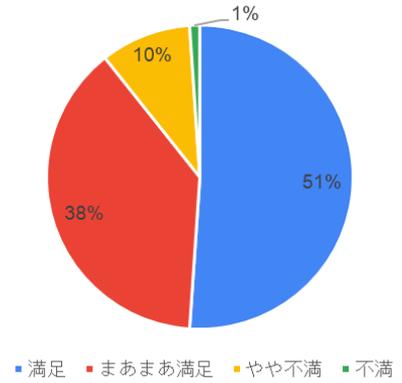
ホームページはやはり「WEBの玄関口」であり、休館日やCOVID-19による開館時間短縮やサービス休止などの情報を確認したい場合に手取り早いアクセス先であるため、よく見られていると考えられる。ホームページ以外のコンテンツも見る人は、複数のコンテンツを見ていると回答する傾向があり、普段からSNSを活用している人、WEBによる情報収集に熱心な人と言えそうである。

ページビュー数から考えると、ホームページよりもブログのほうがよく見られていることから、ブログ読者はサポセンの施設ユーザーではない層が大多数であると推測でき、TwitterやYouTubeも同様と考えられる。サポセンとしては、施設ユーザーに限らず市民活動や協働によるまちづくりに興味関心のある人に向けて、また興味関心を持つ人を増やすために発信しているので、施設ユーザーの閲覧数にはこだわらないが、施設ユーザー向けにもう少しPRしても良いかもしれない。今回のアンケートをWEBコンテンツ閲覧者層の参考とし、今後の発信内容に生かしていきたい。

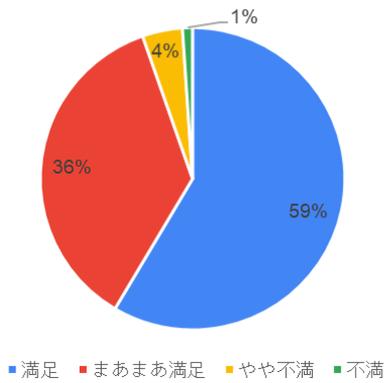
①職員のあいさつ・声かけ



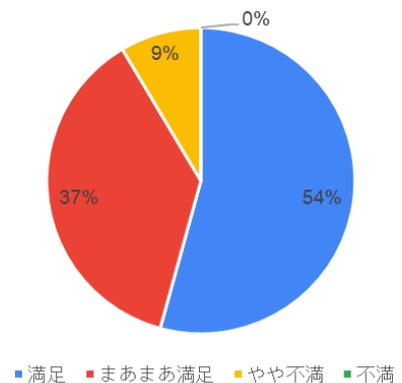
⑤手続きにかかった時間



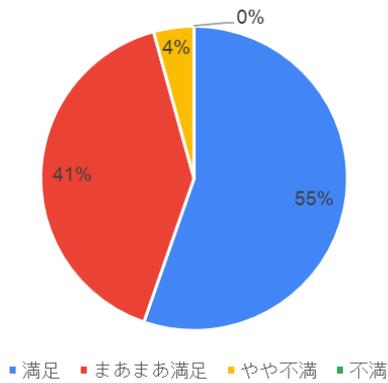
②職員の言葉づかい



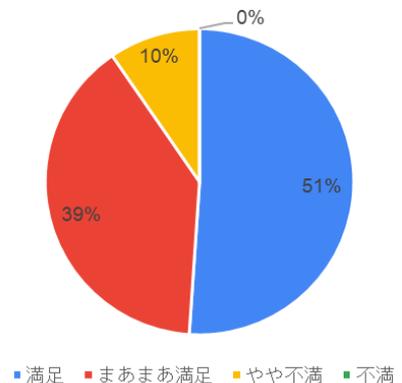
⑥案内表示



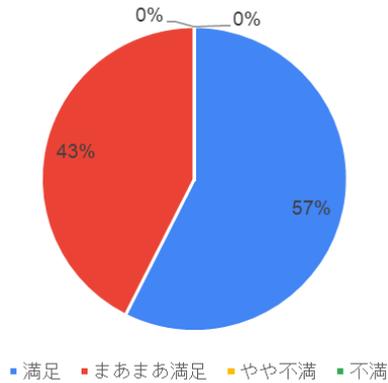
③説明のわかりやすさ・丁寧さ



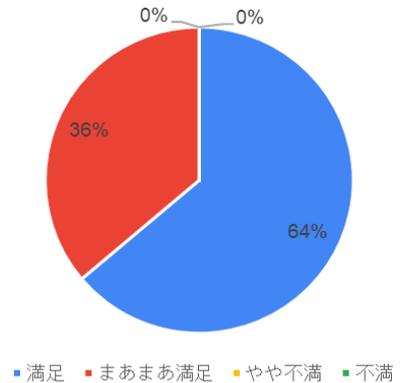
⑦書類の書きやすさ



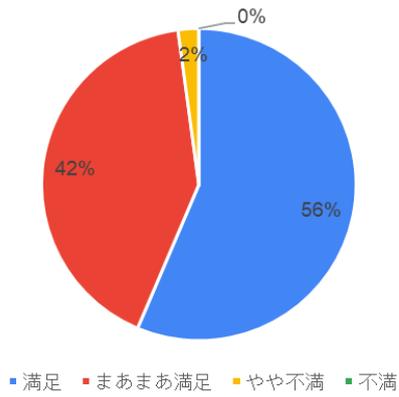
④職員の身だしなみ



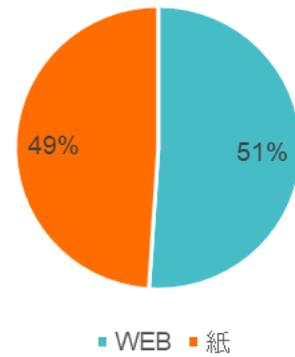
⑧窓口のきれいさ



⑨ プライバシーへの配慮



回答方法



サポセンのWEB媒体でよく見ているもの

