

市民の方の幸せの ヒントを探そう

プロジェクト報告書

目次

プロジェクトの目的・実施状況.....	2
プロジェクトの目的.....	2
プロジェクトの実施状況.....	2
文献調査と統計分析	3
行政サービスと幸せの構造	3
市民満足度調査アンケート	3
市民満足度調査の統計分析①	5
市民満足度調査の統計分析②	7
サービスエンカウンターに満足しない人たち	8
ヒアリングとグループインタビュー.....	11
市職員ヒアリング	11
グループインタビューとは.....	11
今回のグループインタビュー概要	13
定性調査結果分析法.....	14
分析結果.....	14
提案と課題.....	16
イベント告知メール配信.....	16
割引情報のフリーペーパー・Facebook 配信	17
手続情報の関連部署配信.....	17
Twitter を活用した不満収集	18
今後の展望・課題	18

プロジェクト担当教員 松井啓伸

プロジェクト参加学生

学籍番号	
21111010	21111027
21111013	21111028
21111014	21111033
21111023	21111044
21111025	21111052
21111026	

1 プロジェクトの目的・実施状況

1-1 プロジェクトの目的

本プロジェクト「市民の方の幸せのヒントを探そう！」は太田市の提供する行政サービスを通じて、市民の方に幸せになってもらうために、どんな市民の方が何に満足し、何に不満を抱えているかを分析し、今まで以上に幸せになってもらうために必要な行政施策のヒントを発見することが目的である。

プロジェクトのテーマを選定するに当たり、松井ゼミは、公務員コースの学生を集めたゼミであり、将来の就職先や業務を考慮した場合、行政職をはじめとする公務員志望の学生が多い。就職した後は、行政職員として活かせる様々な知識と経験を得ることができ、地域の方に貢献できるプロジェクトを実施したいと考え、担当教員と相談し決定した。

1-2 プロジェクトの実施状況（行動記録）

プロジェクトは太田市の市民満足度調査を自分たちで回答し、すでに公表されていた太田市の分析結果を理解する文献調査からスタートした。8月に太田市役所から平成24年度の市民満足度調査のデータを借用し、統計分析を行った。9月～10月には、分析に基づき生じた疑問について、市役所の担当者の方に施策の現状などをヒアリングした。三松祭では、これまでの調査・分析に関して中間発表を実施。10月～11月、定性調査（グループインタビュー）実施に向けての準備として、インタビューフローの策定など調査設計及び調査対象者の選定・リクルート。12月15日、本学にてグループインタビューを実施。12月～1月、KJ法により定性調査結果分析し、その後のブレイン・ストーミングで施策案を策定。1月23日、プロジェクト報告会にて結果報告及び施策立案、今後の課題を報告した。

図1 プロジェクトの行動記録一覧

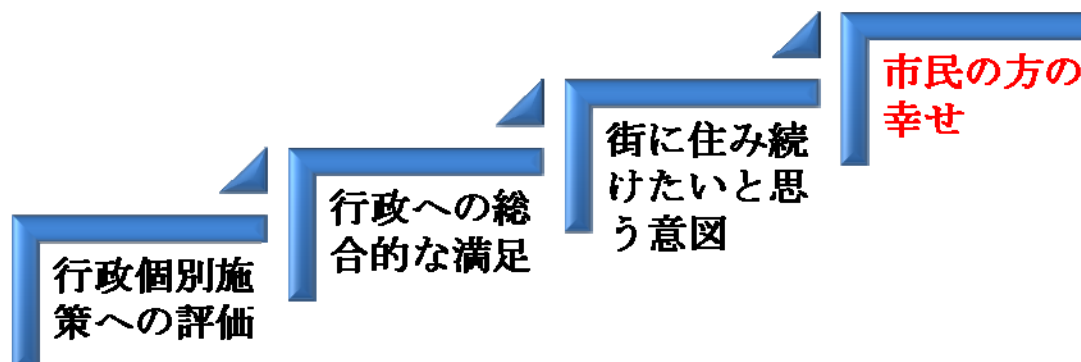
既存調査	・ 太田市民満足度調査（H24 年）等の文献調査&統計分析
市職員ヒアリング	・ 施策・市民の現状について、市役所の担当者の方にヒアリング（3 部署、計 6 名の方にヒアリング）
定性調査準備	・ 調査設計（インタビューフローの策定） ・ 調査対象者の選定・リクルート
市民インタビュー実施	・ グループインタビュー実施
定性調査結果分析	・ 定性調査結果を分析（KJ 法等） ・ 分析結果を基にしたブレイン・ストーミング

2 文献調査と統計分析

2-1 行政サービスと市民の方の幸せの構造

先行研究によれば、「教育」、「インフラ」、「福祉」、「医療」などといった行政の個別施策が品質が改善することで、特に期待以上に品質評価されると、行政への総合的な満足につながり、この街に住み続けたいと思う気持ち（ロイヤルティ）や良い口コミにつながる事が知られている。それが最終的に市民の方の幸せにつながると考えられる。

図 2



2-2 市民満足度調査アンケート

プロジェクト当初、私たちも太田市の平成 24 年度市民満足度調査の調査票を使ってアンケートに回答してみた。

図3 太田市の市民満足度調査のアンケートの見本

問5 環境衛生の確保について伺います。

重要度		満足度	
非常に重要	6	非常に満足	6
重要	5	満足	5
やや重要	4	やや満足	4
あまり重要でない	3	やや不満	3
重要でない	2	不満	2
全く重要でない	1	非常に不満	1

例えば イ.ごみの分別・リサイクルの啓発
 ロ.ごみ処理施設の安定稼働
 ハ.清掃施設の広域化 などを、

※満足度で「不満」「非常に不満」と回答された方に、その理由を具体的にお聞かせします。

□イについて 1. 分別が分かりにくい 2. 分別数が多い 3. PR不足 4. その他 ()

□ロについて 1. 処理できる廃棄物の種類が少ない 2. 施設の老朽化が不安 3. PR不足 4. その他 ()

□ハについて 1. メリットが分からない 2. PR不足 3. 必要ない 4. その他 ()

問6 環境にやさしいまちづくりについて伺います。

重要度		満足度	
非常に重要	6	非常に満足	6
重要	5	満足	5
やや重要	4	やや満足	4
あまり重要でない	3	やや不満	3
重要でない	2	不満	2
全く重要でない	1	非常に不満	1

例えば イ.ポイ捨て防止の活動・重点地区の指定
 ロ.省エネルギー機器設置費補助
 ハ.おたメガスローラー事業 などを、

※満足度で「不満」「非常に不満」と回答された方に、その理由を具体的にお聞かせします。

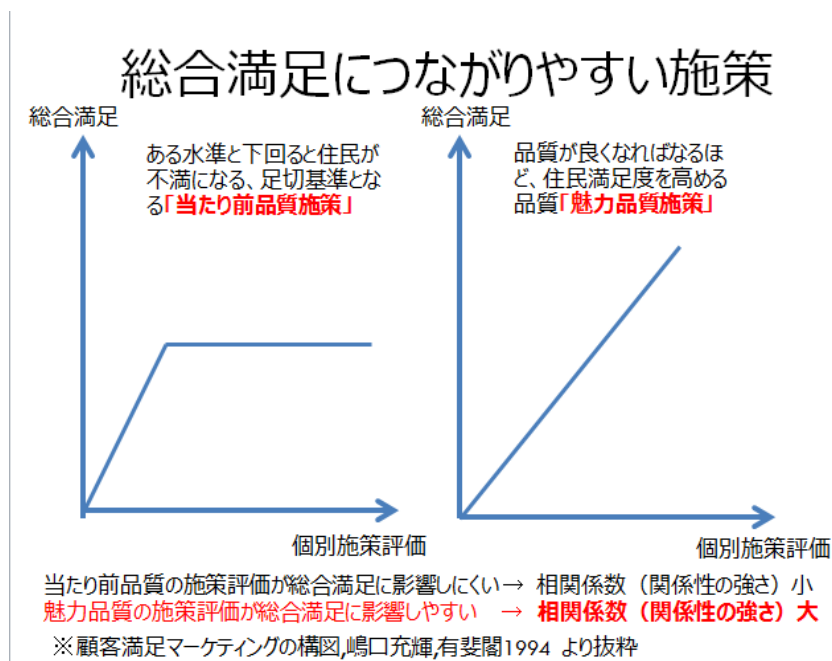
□イについて 1. 効果が期待できない 2. 形骸化している 3. PR不足 4. その他 ()

□ロについて 1. 予算が少ない 2. PR不足 3. 必要ない 4. その他 ()

□ハについて 1. 積極的に取り組むべき 2. PR不足 3. 必要ない 4. その他 ()

アンケートでは、各施策に対する満足度と重要度を答えるようになっている。回答時に私たちが直感的に感じたことは、①環境衛生など専門的な言葉が多く、そもそも何を回答すればよいかわからない、②アンケートに答える際、「重要度」を回答するとき、どの施策を見ても重要なものばかりで、どれが重要でどれが重要でないかを数値化・優劣をつけられない、③「重要」だとアンケートで回答した施策と、行政総合満足度につながる施策は、必ずしも一致しないのではないかと、という3点である。③については、例えば、消防・防犯などは重要な施策だが、守られることは「当たり前」と考える市民の方が多いとすれば、守られること自体が直接、総合満足度につながるわけではないかもしれないからである。サービスマーケティングの先行研究でも、ある水準から総合満足度が一定になり、それ以上満足度が上がらず、総合満足度の水準を下回ると市民の方の不満につながってしまう「当たりまえ品質施策」と施策の品質が良くなればなるほど市民の方がそれに満足し、総合満足度につながっていく「魅力品質施策」は異なることが分かっていた。

図 4 総合満足度につながりやすい施策



そこで、どんな行政の個別施策が行政への総合満足につながりやすい施策とは何かを調べてみることにした。

2-3 市民満足度調査の統計分析①

「平成 24 年度太田市市民満足度調査」の調査結果、市役所がすでに分析していた「アンケートで回答した施策別評価・重要度」を表すグラフである。横軸に施策ごとの評価（満足度）、縦軸に施策ごとの重要度を表している。図 5 において左上の領域の施策は、重要度が高いにもかかわらず、満足度が低く、改善の余地が残されている施策といえる。「防災・防犯体制の強化」、「下水道等の整備」「介護（予防）サービスの充実」などの施策が優先度の高い施策と考えられる。

た議会づくり」、「証明・届出事務のサービス向上」、といった職員の方が直接市民と接する場面（サービスエンカウンター）や財政の効率化といった施策の品質改善が、行政総合満足度につながりやすいという結果を得た。「都市計画とまちの景観」、「生涯学習とスポーツの振興」、「児童生徒の育成」など、住環境や教育に関連する分野でも相関係数の高くなっている。

したがって、重要度の高い施策と総合満足につながりやすい施策は異なるものであり、本プロジェクトでは、行政に総合的に満足してもらうために、サービスエンカウンターに関する個別施策を改善するに着目していくことにした。

2-4 市民満足度調査の統計分析②

次に特に「どんな人たちが」「意見や相談を受ける仕組み」、「行政情報の提供」といったサービスエンカウンターに満足していないかを調べた。担当教員の力を借りて、市民の方をいくつかのグループに分割して特に、サービスエンカウンターに不満をもつ人たちがどんな人たちかを統計学的に整理した。個別施策への評価の仕方が似ている人たちがグループを作るという作業を行って結果、6つのグループが現れた。

図 7 満足の仕方ーグループ A

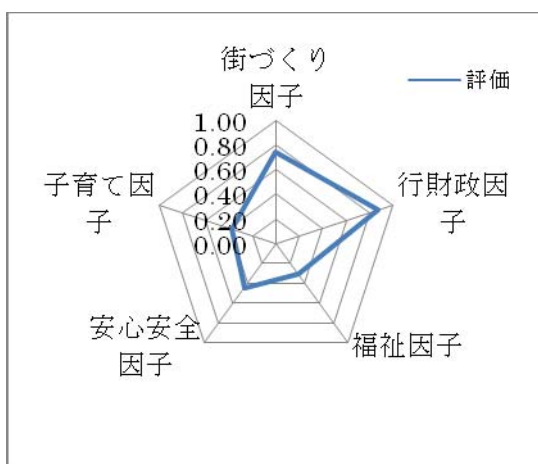
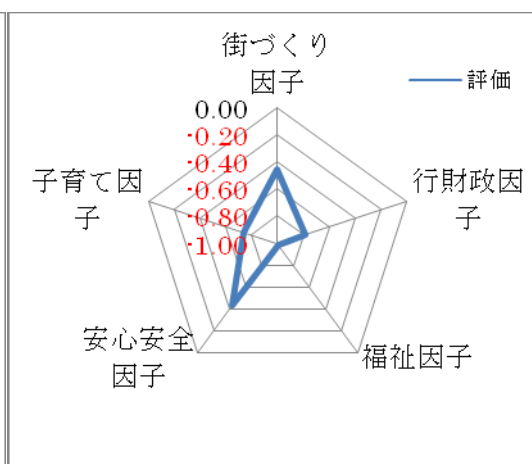


図 8 満足の仕方ーグループ B



あるグループは、図 7 のように、「街づくり」や「行財政（ここに「意見や相談を受ける仕組み」、「行政情報の提供」が含まれる）」を高く評価し、満足している共通した特徴がある。別のグループは、図 8 のように、特に福祉を低く評価し、満足していない特徴がある。このように個別施策への評価の違いからグループをまとめた。

次に重要度（各施策への期待の大きさ）を確認した。グループ A（図 9）は街づくり、行財政を重視しており、グループ B（図 10）は福祉を重視していた。

図9 グループA—評価と重要施策

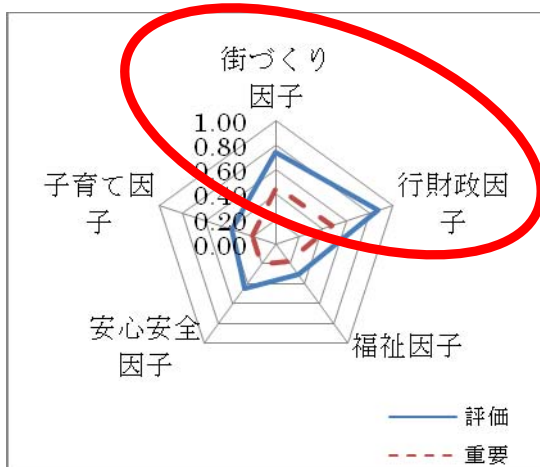
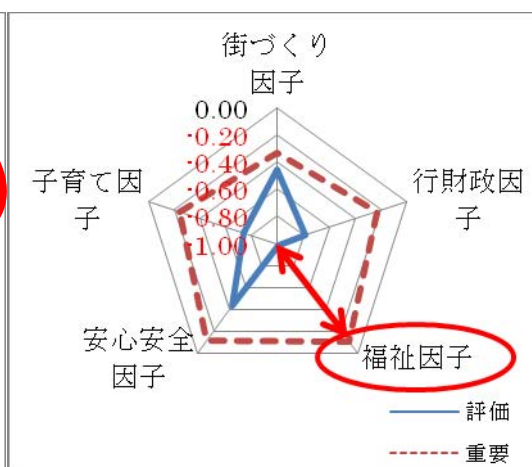


図10 グループB—評価と重要施策



また、グループAの総合満足度は4.72、グループBの総合満足度は3.32であった。

本論からは離れるが、分かったこととしては、グループA(図9)のように、重視している施策項目に高い評価を与える、つまりニーズに合った行政サービスが提供されていると総合的な満足度が高くなり、グループB(図10)のように、重視している施策項目に十分な評価ができない、つまりニーズに合っていない行政サービスを提供すると総合的な満足度が低くなることが分かった。

6つのグループに、属性や満足の仕方などを考慮して、グループAを「太田大好きグループ」、グループBを「退職直前福祉不満グループ」と名付けた。他のグループも同様のプロセスを経て、図11のように名前を付けた。

図11 6つのグループ

グループ名	太田市が大好きな人グループ	安心安全・福祉高評価グループ	働き盛り子育て重視グループ	安心安全ギャップグループ	街づくり不満グループ	退職直前福祉不満グループ
総合満足度	4.72	4.21	4.03	3.93	3.87	3.32
グループの大きさ	19.0%	25.3%	12.9%	16.5%	14.2%	12.1%

2-5 サービスエンカウンターに満足していない人たち

サービスエンカウンターに満足していないグループは特に働き盛り子育て重視グループであることが分かった。図12のように、行財政を重視しているが、行財政への評価が低い、つまり期待しているより、品質が低く、不満を持っていることがわかる。

図 12 働き盛り子育て重視グループ—満足の仕事と重要施策

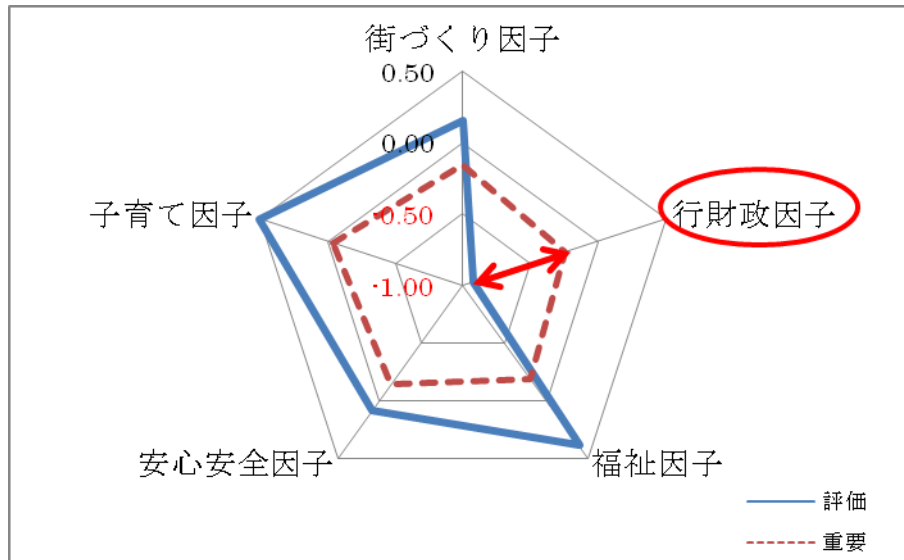
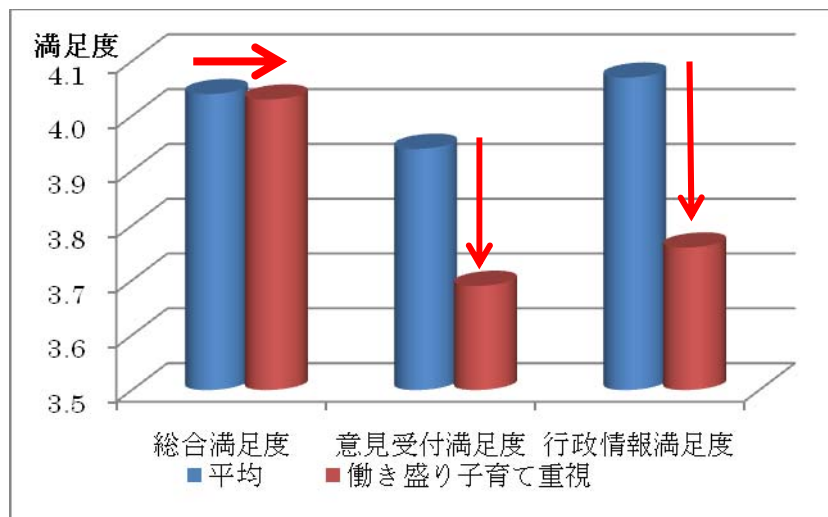


図 13 働き盛り子育てグループと平均との各満足度の比較



実際に図 13 のように、個別項目でその平均値を全体と比較してみても、このグループは総合的な満足度は低くないにもかかわらず、「意見や受付を受ける仕組み」や「行政情報提供」への評価が平均より低くなっていることが確認された。

働き盛り子育て重視グループは、そのフェイスを見ると、子供がいる家庭の割合、常勤の割合がほかのグループより高かった。さらに 30 代から 50 代の女性が多いグループであった。また、広報誌やホームページを利用する割合が低くなっている (図 14~17)。

図 14 働き盛り子育て—子供有割合

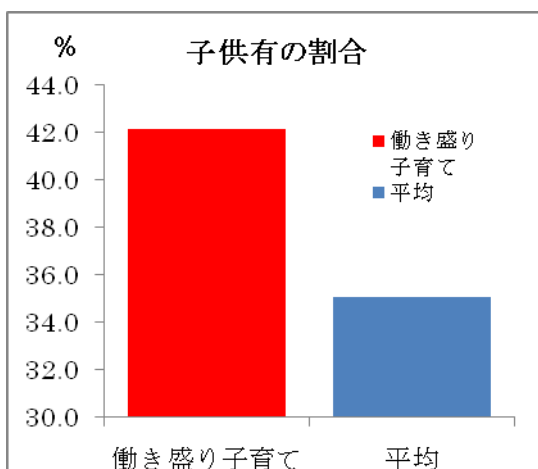


図 15 働き盛り子育て—常勤割合

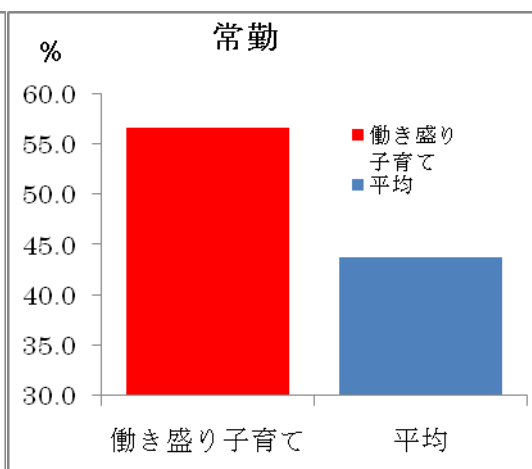


図 16 働き盛り子育て—広報誌利用頻度

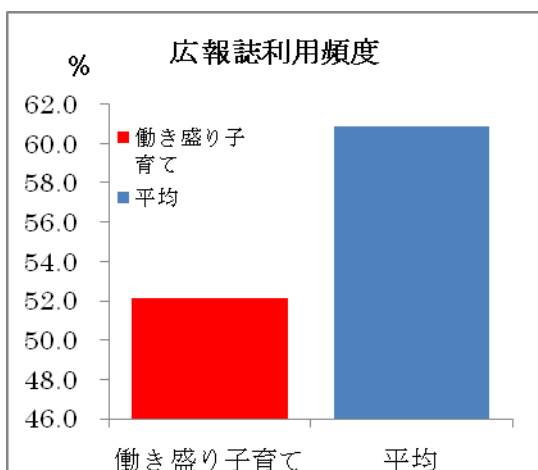
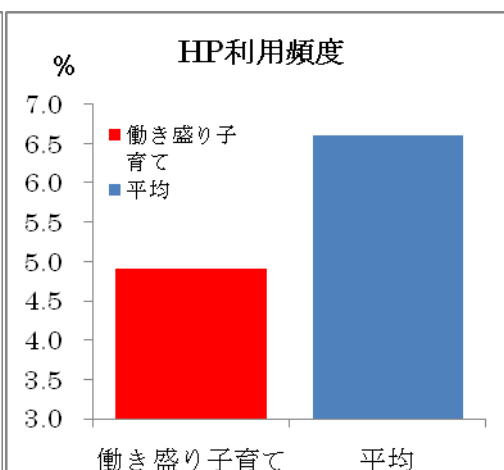


図 17 働き盛り子育て—HP 利用頻度



ここから推論されることとして、働き盛り子育て重視グループは、子供がいる家庭が多く、常勤の割合が高いことから、日中自分の仕事で忙しく、行政に対し意見や不満を持っていてもそれを伝えにくい環境に置かれている可能性がある。さらに情報収集する時間も限られているので広報誌やホームページを利用する割合が他のグループより低く、行政からの十分な情報が伝達されていない可能性と考えられた。

そこで「働き盛り子育て重視グループ」をターゲットに、どんな行政情報を必要として、どのように普段、情報収集しているかグループインタビューを実施して、皆さんの日頃の行動を伺うことにした。

3 ヒアリングとグループインタビュー

3-1 市職員ヒアリング

現状の施策状況を理解するために。「意見や相談を受ける仕組み」、「行政情報の提供」について、太田市役所の広報課、市民課の職員の方へヒアリングを実施した。

「意見や相談を受ける仕組み」では、太田市役所は窓口の応対などに関しては市民サービスアンケートの実施や、広報のクロスワードを活用し市への要望などを定期的に収集、広報誌へ意見要望を手紙で送れるような書式を添付するなど様々な仕組みが用意されていた。法律や行政への各種相談も週1回ブースを設けて、直接対応している。

「行政情報の提供」では、太田市は特に広報誌を充実させており、月3回カラー印刷で新聞の折り込みとして配布している。各部門から個別に提供されていた情報を一元化し、広告収入を得るなどで、広報誌発行に係るコストを抑制する、文字の大きさを変更し一番読みやすい大きさをチェックする、項目別に情報をまとめる、子供の目を引きそうな表紙に心がけるなど、積極的に行政情報の伝え方を改善しようとする取り組みが行われていた。実際に、市境近辺では、他市の方にも新聞とともに届けられるため、自市広報と比べ、太田市の広報は優れているとの評価も受けている、とのことであった。民間のメディアとの提携として、FM太郎やフリーペーパーなども活用されていた。

3-2 グループインタビューとは

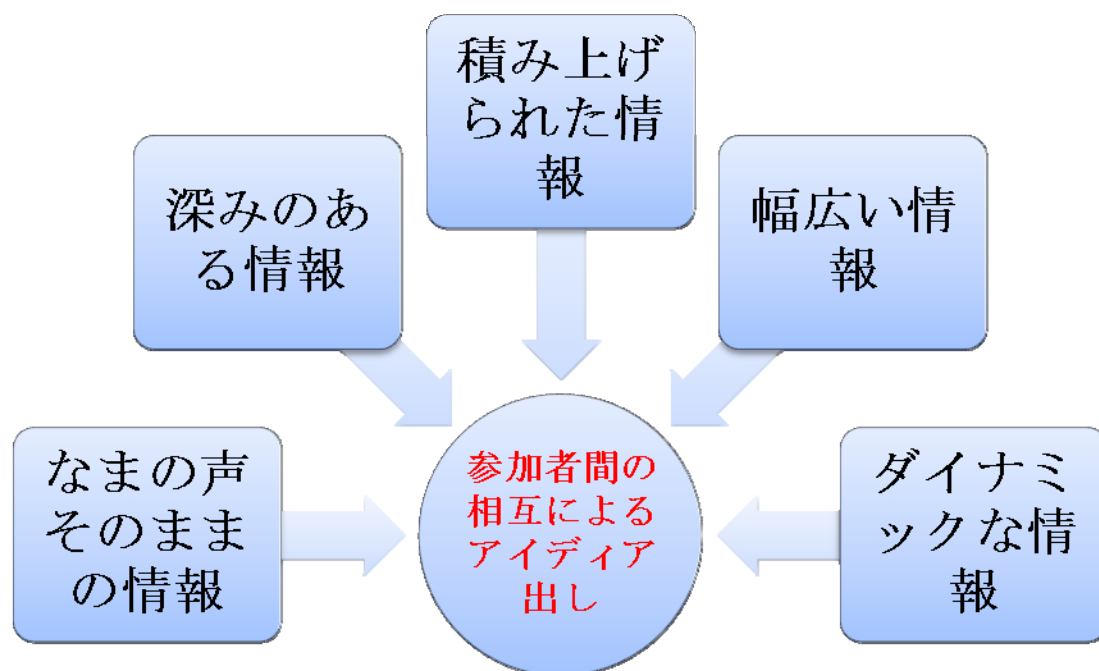
グループインタビュー法とは、グループダイナミクスを用いて質的に情報把握を行う科学的な方法論の一つである。複数の人間のダイナミックな関係によって生まれる情報を、系統的に整理して「科学的な根拠」として用いるものである。

グループインタビューの目的は、大きく整理すると、以下のようなものに分けられる。

- ① 参加者の「なまの声」を体系的に整理する。
- ② 関心テーマの背景にある潜在的・顕在的な情報を把握する。
- ③ 新しい考え方や概念、やり方や解決の方法を創造する。
- ④ 我々が、関心のある情報収集手段について、参加者の印象を明らかにする。
- ⑤ 参加者がどのようなニーズ・意見を持っているかを明らかにする。

特に今回は、「働き盛り子育てグループ」に対し、①、②、⑤を中心として、日頃どのように行政情報を収集しているか把握し、行政情報をどう発信していけばいいのかという点から、新しい施策のヒントを発見することを目的に実施した。

図 18 グループインタビューとは



一般にグループインタビュー法には、以下のようなメリットがある。

① グループとしての意見を構築できる。

個人としての意見ではなく、参加メンバーすべての協働の作業の結果として、様々な角度から検討された意見を構築することができる。

② 相互作用による意見の引き出しがある。

グループダイナミクスが生じ、お互いのやり取りのなかで、自分自身でも気づかなかった点が見えてきたり、解決の方法を新たに見いだしたりし、潜在的な意見まで引き出すことができる。

③ 相互刺激がある。

参加メンバーがお互いに関心テーマについて顔を付き合わせ、意見を交換することで、言語的にも非言語的にも刺激し合って、新たなものを生み出す促進剤となる。

④ 3人寄れば文殊の知恵

個別にインタビューするよりも、ほかのメンバーの意見や態度に刺激されて、より有効な意見や新しい考え方が出しやすくなる。

⑤ プレッシャーが少ない

一人ではなかなか自発的な発言が難しい場合も、グループインタビューで一緒に参加しているメンバーの発言を聞き、それに相槌を打ったり、追加で意見を述べたりすることで、個別にインタビューするよりも、楽な気持ちで表現することができる。

⑥ 自発的な発言を引き出す。

1対1でインタビューするよりも、同じグループメンバーの発言により討論が活発化する。

ると、自発的な発言が促される。

本プロジェクトでは一般の市民の方に参加してもらうため、個別インタビューでは、大学での研究調査というだけで緊張してしまったり、本当のことが離せなくなる可能性もあるため、グループインタビューを利用することにした。

3-3 今回のグループインタビューの概要

インタビューは、参加者の承諾を得て、ビデオカメラや音声レコーダーを設置し、聞き漏らしがないようにする。メンバーから自由な意見を引き出すため、お茶やお菓子を用意し、和やかな雰囲気の中で行う。

(1) 被験者

グループインタビューの被験者は、太田市内在住の子育てをしている女性で、1日平均6時間程度は働いている方（働き盛り子育てグループ）8名であり、年代は20代～50代（20代1名、30代4名、50代3名）であった。

(2) リクルート方法

対象である働き盛り子育てグループは、統計分析結果から太田市の広報誌をあまり読んでいないということが分かっていたため、参加者募集にはセクションバイアスが発生しないよう、太田市の広報誌を利用することは控えた。

募集の方法は以下のとおりである。

- ① 太田市内に所在する企業へ参加者募集に協力の電話掛け・チラシ（目的、方法、会場、日時、謝礼、問い合わせ先、応募方法、インタビューの結果を研究以外の目的で使用しないこと、等記載）配布・掲示
- ② 家族・知人の中で対象となる方に参加協力を呼びかけ

(3) 調査方法

調査日時及び場所は、2013年12月15日（日）、本学3号館1階小会議室にて行われた。参加者の承諾を得たうえでボイスレコーダー、ビデオカメラを設置し記録を行った。インタビューの際、参加者の名前が分からないように番号札を名前の代わりとすることで、安心して発言して頂けるように配慮した。参加者が子育て中の女性であるため、お子さんと一緒にお越し下さった参加者も居られた。インタビューの実施時間は90分とし、参加者が居心地のいい雰囲気の中で発言して頂けるように飲み物やお菓子を用意するなどの工夫を行った。

3-4 定性調査結果分析法

グループインタビューでいただいた話を、ビデオ記録などを基にインタビュー録を文章化し、それを基に KJ 法を用いて整理した。

KJ 法とは、文化人類学者の川喜田二郎博士がデータをまとめるために考案した手法で、グループインタビューで出されたアイデアや意見などの情報を

- ①意味内容ごとに 1 枚ずつ小さなカード（紙キレ）に書き込み
- ②それらのカードの中から近い感じのするもの同士を 2、3 枚ずつ集め、グループ化
- ③作ったグループに見出しをつける
- ④それらを小グループから中グループ、大グループへと組み立てて分類していく

という関連する事象を図解していく作業である。その中から、テーマの解決に役立つヒントや創造的なアイデアを生み出していこうとするものである。

3-5 分析結果

行政情報のみならず、一般的な情報も含め情報収集に利用するメディア別に情報を収集する場面、収集法、メディアへのイメージといった観点から表 19 のように整理・分析された。

また、表 20 のように被験者の方が知りたいと考える行政情報は、楽しいイベントに関する情報、クリーン作戦や廃品回収日といった、忘れると困るような地区イベント情報、知って得する割引情報、行政センターの予約方法などの手続きに関する情報の 4 つに整理されることがわかった。このうち、忘れると困るような地区イベント情報は学校からのお便りや回覧板で十分周知されていることがわかった。

表 19 グループインタビュー分析結果

	コミュニケーション手段				
	広報	フリーペーパー	メール	Twitter	直接会って話す
使う場面	<ul style="list-style-type: none"> ・余裕があるときに読む。 ・忙しいと読む気にもならないし、読む時間もない。 ・意識しないとそのまま処分してしまうことも。 	<ul style="list-style-type: none"> ・食事や美容室の待ち時間。 ・食事に行く場所を決めるとき。 ・知り合いの人が載っているとき。 ・観光スポットやイベントを探す。 	<ul style="list-style-type: none"> ・子供に関連した災害情報を確認する。 ・休日の当番医。 ・放射能のレベル。 	<ul style="list-style-type: none"> ・鍵をかけて仲の良い友達と何人かでやっている。 ・本当に自分が吐き出したいときに使う。 ・市長の考えていることを知りたいとき。 ・不特定多数に不満を伝達。 ・情報共有。 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政センターの予約で使う。 ・子育てに関する質問。 ・知りたいことがあるとき。 ・縁台トーク。 ・補助金の払い戻し業者の人から聞く。

使い方	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント事を知るため。 ・予防接種の情報を得るため。 ・休日当番医を調べる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・写真を見る。 ・クーポンを使う。 ・価格比較。 ・欲しいけど、捨てたくないから持ち帰らない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事前登録してメールを読む。 ・頻繁に確認する。 ・要望を送る。 ・読む気にならない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・友達のつぶやきを読む。 ・オープンに書き込む。 ・鍵をかける。 ・アカウントを分ける。 ・市長のつぶやきを読む。 	<ul style="list-style-type: none"> ・すぐに返答が返ってくる。 ・働いてる時間で予約できない。 ・たらい回し。
イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・当番医など探したい情報が探しやすい。 ・おじいちゃんやおばあちゃんが読んでいるイメージ。 ・大切なことや得することを書いてくれれば読むのに… 	<ul style="list-style-type: none"> ・食べものが載っている。 ・手に入れづらい。 ・どこにあるか分からない。 ・新聞みたいなイメージ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・身近。 ・安心。 ・解決に時間がかかる。 		<ul style="list-style-type: none"> ・敷居が高い。 ・行き辛い。 ・普通の企業だったらクビっていうイメージ。
入手方法	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞と一緒に。 ・広報を見るために新聞をとっている。 ・市役所に登録。 	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店、美容室（スーパー、駅） ・モテコ、ota、太田タイムズ、アミーゴ、TJ 	<ul style="list-style-type: none"> ・事前登録。 ・ITに疎く登録していない人もいる。 		

表 20 コミュニケーションで知りたいコンテンツ

コミュニケーションで知りたいコンテンツ	
<p><u>イベント（楽しい）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・イルミネーションの点灯 ・太田の観光 ・古本市 ・スポレク 	<p><u>イベント（忘れないように）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・クリーン作戦 ・廃品回収日 ・集金日 ・小学校のバザー
<p><u>割引情報</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・カリビ안의無料券 ・県民の日のボウリング無料券 ・太陽光発電の補助金 ・行政センターただで使える ・（飲食店の割引） 	<p><u>手続き関連</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政センターの予約 ・三歳児検診の会場変更 ・補助金の払い戻し

4 提案と課題

4-1 イベント告知メール配信

「イベント告知メール配信サービス」である。楽しいイベントの情報は広報・フリーペーパーなどにも載っているが、今回のグループインタビューから自宅で新聞を取っていないので広報が届かない方や、フリーペーパーはゴミになるので旦那さんが持ち帰るな、というため手にできない方がいた。また、忙しくて新聞を読む暇がなく、「広報誌は新聞と一緒に読まないまま処分してしまうこともある」、「広報誌で見逃したイベントがあった」などの事例もあり、広報誌だけではイベントの周知が不十分な可能性がある。

一方で、防犯メールや災害メールなど事前にメールアドレスを登録して配信するサービスを活用している方が多く存在していた。

そこで、事前に登録した方にイベント情報をメールで配信し、広報誌以外にイベント情報を届ける手段を考えた。

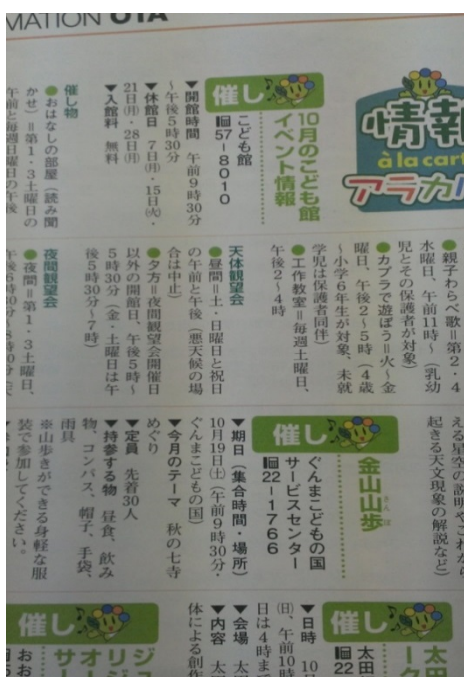
配信は休日のランチタイム、ディナータイムに行うものとする。グループインタビューの結果から、フリーペーパーは休日に外出した際の待ち時間や美容室の待ち時間などに利用される頻度が高いことがわかったためである。内容は、イベント情報を翌週分のみに量を絞り、画像を活用してより見やすくしたものを毎週お届けするというものである。グリンから出た、「活字が多いものは読みたくない」、「写真を見て行き先を選ぶ」、「時間がないのでじっくり読む気はしない」などといった意見を基に提案したい。

図 20 がフリーペーパー、図 22 が市の広報誌である。どちらの情報誌が忙しい方の目に留まりやすいだろうか。図 21 のほうが写真などの視覚に訴えかける情報が多くイメージが湧きやすいように思う。見やすさ、気軽さという点で忙しくて平日活字を読みたくない働き盛り子育てグループには適していると考えられる。

図 21 フリーペーパーの写真



図 22 太田市の広報誌の写真



4-2 割引情報を、フリーペーパー、Facebook 配信

「割引情報をフリーペーパー、Facebook に掲載する」という提案である。これは、例えば子供たちが遊べるプールの無料券など知っていて得をする割引情報を知らない方がおり、そんなお得な情報ならぜひ知りたいのに、という声があった。「太陽光発電の補助金に関する情報を見逃していて業者の人から初めて聞いた」、という事例もあった。また、フリーペーパーのクーポン券をチェックしている方、Facebook に提供される企業のイベント情報や割引情報がクーポン券を利用している方がいる、ということがわかり、行政関連の割引情報はフリーペーパー・Facebook に掲載されていけば見逃されることなく周知出来るのではないかと考え、提案するに至った。

4-3 手続き情報の既利用者への関連部署・施設配信

「手続き情報は既利用者に対して、関連部署・施設から直接知らせる」という提案である。例えば、「子供の部活で市のグラウンドを利用する際にその予約方法が変更されたにも関わらず、広報で見逃してしまった」という話があった。また、子供の定期検診について「自分の地区の検診ではなく、友達と同じ地区の検診に参加出来ることを友達から聞いた」などという話もあった。グラウンドの予約方法変更については、グラウンドの管理者

が学校の部活へ直接連絡すれば、このような見落としはなくなると考えられる。また、別地区での検診に参加出来ることについても、保育園や過去に検診を受けた機関から通達を行えばより多くの方に周知してもらえるのではないかと考えられる。

4-4 既存アカウントでの Twitter を利用した不満・意見収集

「既にある不満のつぶやきを Twitter で収集する」というものである。グループインタビューにおいて、参加者の多くが役所に対し、直接話すのは敷居が高い、行きづらいといったイメージを持っていた。さらに、ママ友の間では行政センターの職員の対応が悪いなどといった悪い口コミも既に存在していた。また、市役所に意見をいう仕組みについて質問した際には「直接言う、手書きの手紙を書くなどといったものよりは電子媒体の方が手軽である」といった意見が出る一方で、「不満や意見を言える新しい仕組みを作ると、安易に不満をいう人が増え過ぎて役所の仕事が増えるのでは。」と懸念する声もあった。また、参加者の中には Twitter で友人同士が情報をやり取りするアカウントとは別のアカウントを用意し、自身の抱える不満を不特定多数の人に向けて、既につぶやいているという方もいた。そこで我々は、新たに不満を言う仕組みを構築するより、すでに抱えた不満が Twitter で発信されているのであれば、それをキーワード検索・自動検索などで役所がチェックすることでニーズの宝箱である「不満」を今まで以上に収集できるようになるのではないかと考え、上記の施策を提案したい。

4-5 今後の展望・課題

今回のグループインタビューでは、行政施策のヒントを見つけることには一定の成果があった。しかし、①集まった方々からの話を基に考えた「ヒント」であり、統計的に十分な件数ではないため、このまま施策として実行するには、リスクが伴う。今回の施策を他の市民の方も支持してくれるかを定量調査で確認する必要がある。②また、退職直前福祉不満グループなど、分析でわかった 6 グループのうち、働き盛り子育てグループ以外の他のグループが抱えている課題を定性調査し、ヒントを探す機会が得られなかったため、各グループへの調査を行うことも課題にあげられる。

<参考文献>

太田市 平成 24 年度市民満足度調査（調査結果・データ）

佐藤郁也著「質的データ分析法—原理・方法・実践」2008年 新曜社

嶋口充輝著「顧客満足型マーケティングの構造 - 新しい企業成長の論理を求めて」1994年
有斐閣

野田遊著「市民満足度の研究」2013年 日本評論社

安梅勅江著「ヒューマン・サービスにおけるグループインタビュー法—科学的根拠に基づく
質的研究法の展開」2001年 医歯薬出版

安梅勅江著「ヒューマン・サービスにおけるグループインタビュー法〈3〉論文作成編—
科学的根拠に基づく質的研究法の展開」2007年 医歯薬出版

担当教員の講評

学生に対する教育上の目標は行政におけるマーケティング・リサーチの実務を学生諸君に経験させ、①社会人として必要になる報告・連絡・相談といった基礎的なスキルから、②対外的な交渉、ヒアリング、また「質問する技術」や定性調査分析法といった専門的なスキルまでを一貫して身につけさせることに置いてスタートした。

①報連相はいまだに十分でない。しかし、一部学生にはその習慣が身に付き始めている。今後の就職活動を通じて徹底していく。

②-1 自分で行う作業である文字起こし作業、や学生同士で行うグルインの練習、KJ法やブレイン・ストーミングを用いた分析では、「人との交流・協業」、「論理的思考力」に関してプロジェクト開始時と比べ、全員コンピテンシーが1段階以上改善したと考えている。特に1月に実施したKJ法は時間がかかりはしたが、自分たちで話し合いながらある程度形にすることができたし、その後のブレストでも学生側からロジカルな提案が行われた。

②-2 一部の積極性がある学生たちに関しては「表現力」もインタビューの練習や報告書作成に積極的に参加した者に関しては改善したと考えている。「職業観」も市職員ヒアリングでお話を直接伺う機会があった学生の一部に公務員になりたい気持ちを高める作用があったようである。

教員からの要求レベルが厳しいプロジェクトであったが、報告書作成までやり遂げたことは評価に値するものであったと考えている。

プロジェクトの反省点としては学生の「主体性・積極性」「リーダーシップ」を引き出すことができなかった点にある。電話でのインタビュー被験者のリクルーティングといった対外的な作業に関しては消極的で、自分で作業できる学生がいなかった。プロジェクトに率先して参加する主体的な学生とそうでない学生との間の溝を学生同士のチームワークを形成する中で解消し、全員が当初より主体的にプロジェクトへ取り組む環境を作ろうと考えていたが、学生たちが自発的に「チーム」を形成しようとする動きを引き出すことができなかった。このことも含め「リーダーシップ」の形成も仲間に仕事を押し付ける形のリーダーシップとして現れ、チームをまとめ上げていく形のリーダーシップは誰一人発揮できなかった。

来年度以降に向けた改善策として、学生と協議の上、彼らがやりたいと思うテーマを選定すること、自生的なチーム形成が行われることの重視したプロジェクト実施していくことが挙げられる。学術的な視点での分析・整理に関しては今年度同様に厳しく実務に耐えられるレベルを要求することで、コンピテンシーの改善につなげたい。

担当教員 松井啓伸