

広聴事業における カスタマーハラスメント対策について

令和6年11月21日
市民局広聴相談課

○広聴の概要

広聴 とは

市政に反映することを
目的に、広く市民から
意見や提案を聴くこと

意見や提案



市政に反映

○広聴の心構え

広聴マインド

市民から「寄せられた声」に謙虚に耳を傾け、相手に寄り添いながら対応策を検討する心構え

01

相手の真意を
的確に汲み取る

02

相手の立場に
寄り添う

03

対応策を検討し
相手に回答する

04

施策や事業の
改善に役立てる



○広聴相談課の事業

個別
広聴



市民からの提案

市政ダイレクト広聴

市長陳情・区長陳情

集会広聴

市長と語ろう！



調査広聴



ヨコハマ
eアンケート

パブリックコメン
ト

横浜10大ニュース

デジタルプラット
フォームを活用した
市民意見募集

新聞投書

市民相談事業

コールセンター事
業

○広聴相談課の事業

市民からの提案

市民から市政に関する様々なご意見・ご要望等を受け付け、所管課から個別に回答する制度

コールセンター事業

- ・ 市役所や区役所で行う各種手続きなどに関する問合せの回答や、市内で行われるイベントの案内を行う市政案内（市コールセンター）
- ・ 区役所代表電話交換業務
- ・ 市庁舎代表電話交換業務



○カスタマーハラスメントとは

カスタマーハラスメントとは

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、**当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものである**、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの

<「要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な言動」の例>

(要求内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いもの)

- ・身体的な攻撃（暴行、障害）
- ・精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉棄損、侮辱、暴言）
- ・威圧的な言動
- ・土下座の要求
- ・継続的（繰り返し）、執拗な（しつこい）言動
- ・拘束的な行動（不退去、居座り、監禁）
- ・差別的な言動
- ・性的な言動
- ・従業員個人への攻撃・要求

(厚生労働省 カスタマーハラスメント対策リーフレットより)

○広聴におけるカスタマーハラスメント対策

市民の意見を広く聴く「広聴」は、
本市の全部署、職員一人ひとりが「広聴マインド」を持って真摯に対応すべき

広聴相談課としては、本来「広聴」として取り扱われるべき事案が、
カスタマーハラスメントと判断し、誤った市民対応をすることで、
「広聴マインド」が形骸化されることを懸念しています。

■ご意見をいただきたいこと

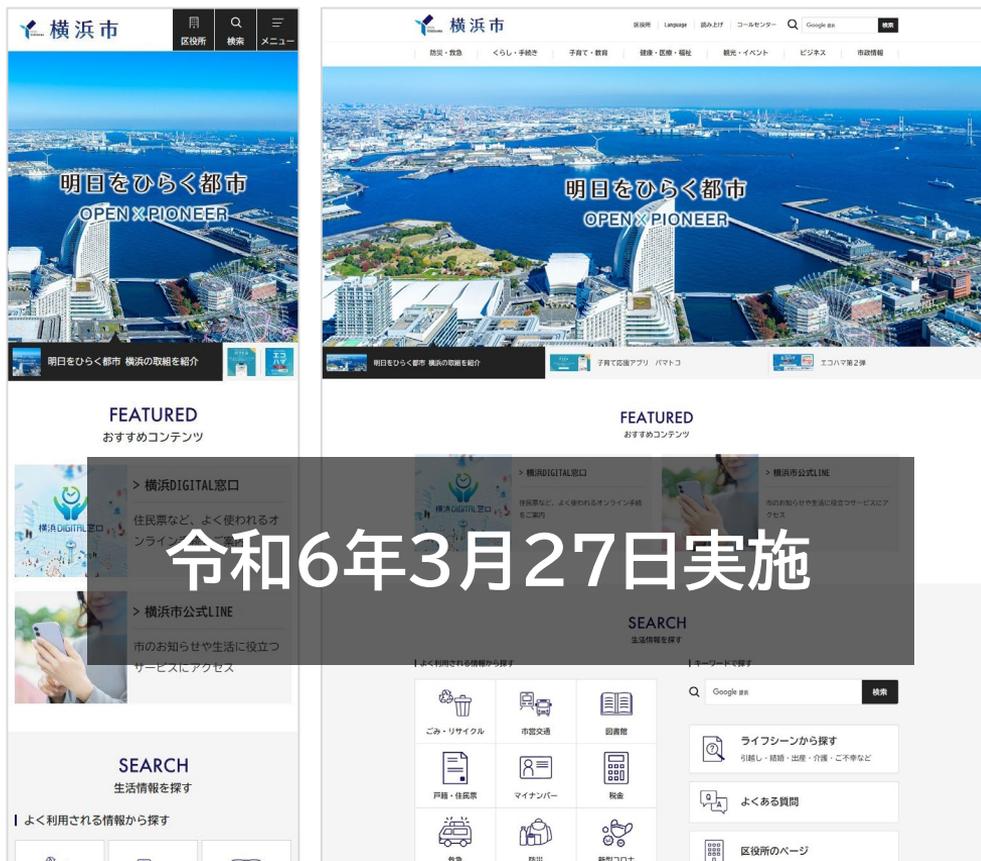
- ・委員の皆さまが所属している団体等での
カスハラへの取組
- ・カスハラと、適切な内容のご意見を
どのように区別すべきか

横浜市ウェブサイト のさらなる改善について

令和6年11月21日
政策経営局広報課

デザインリニューアルについて

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA



スマホでの操作性を重視した
モバイルファーストなデザインに
リニューアルしました。

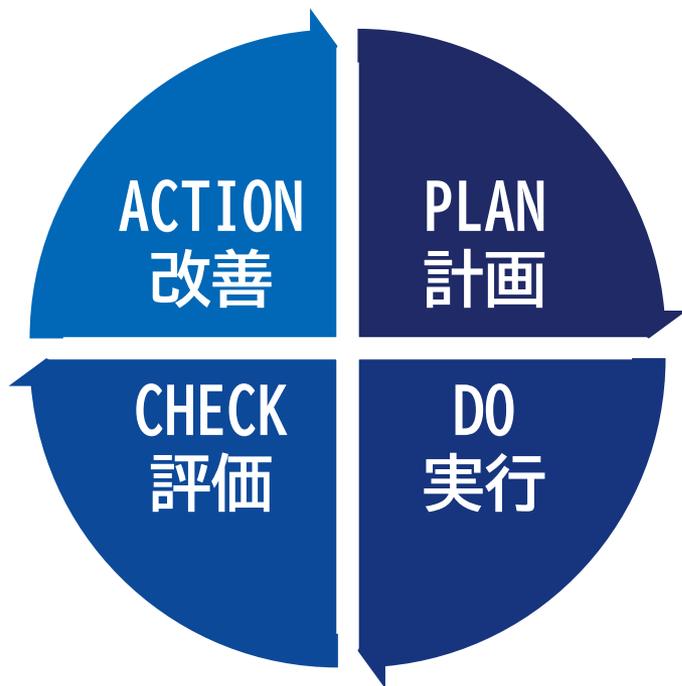
コンセプト

- 時間やストレスをかけることなく、誰もが求める情報に容易にアクセスすることができる
- 横浜に対する愛着・信頼感を感じることができる

昨年度の審議会でごいただいたご意見・ご質問の対応状況

	ご意見・ご質問		対応状況
①	「OPEN YOKOHAMA」のロゴマークがなく市のサイトという印象を持てなかった。	→	ヘッダーにロゴマークを入れました。
②	大規模災害の発生時に、サイト上での表示はどうなるのか。	→	トップページの「重要なお知らせ」に掲載します。深刻な状況下では、全ページに「緊急情報」を出します。
③	すぐに検索できるように、検索窓が一目で分かる位置にあるとよい。	→	スマホ版だけでなく、PC版も固定ヘッダーとし、検索窓に気が付きやすくしました。
④	スタイリッシュさと使いやすさを求めてほしい。	→	ユーザーテストを実施し、デザインの印象や使いやすさのチェックを行いながらリニューアルを進めました。

改善を継続するために

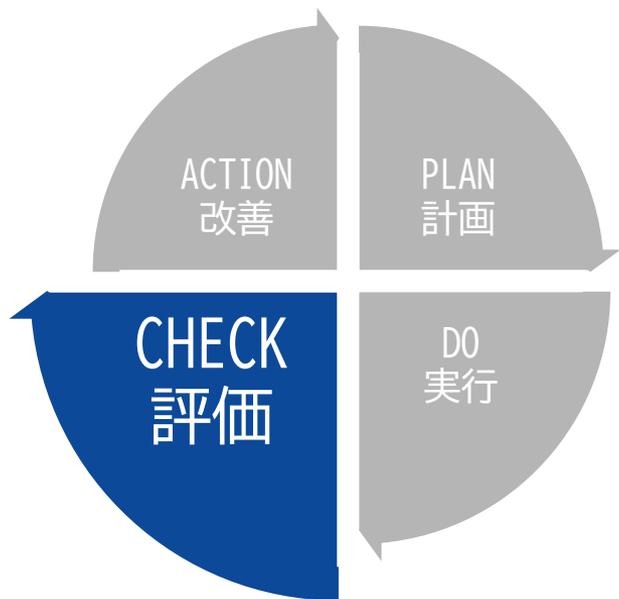


デザインリニューアル後も
サイト改善が継続するように
PDCAサイクルによる運用を進めています。

PDCAサイクル（継続的な改善を目指すための管理手法）

PLAN（計画）	改善のための目標を設定し、達成するための計画を立てる。
DO（実行）	計画に基づいて実際に行動を起こす。
CHECK（評価）	実行した結果を評価し、計画通りに進んでいるかを確認する。
ACTION（改善）	評価の結果を基に、必要な改善を行い、次のサイクルに反映する。

デザインリニューアルの効果検証



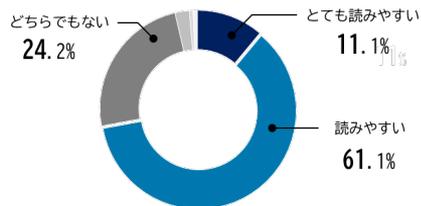
デザインリニューアルの実施後のため、
現状の評価を実施しました。

- ヨコハマeアンケート
- ヒートマップ分析

ヨコハマeアンケート

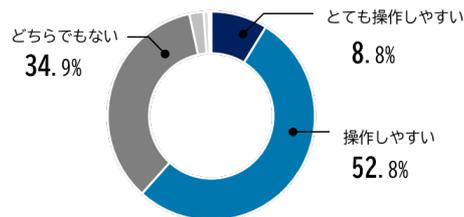
ヨコハマeアンケートを通じて、ユーザーの意見を聴取しました。
実施期間：令和6年7月5日（金）～7月15日（月） 回答数：1,266人

問1 文字の行間やフォントが読みやすいか



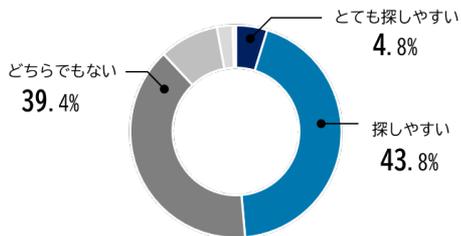
回答	割合
とても読みやすい	11.1%
読みやすい	61.1%
どちらでもない	24.2%
読みにくい	2.4%
とても読みにくい	0.6%
無回答	0.7%

問2 タップ等の操作はしやすいか



回答	割合
とても操作しやすい	8.8%
操作しやすい	52.8%
どちらでもない	34.9%
操作しにくい	2.2%
とても操作しにくい	0.8%
無回答	0.4%

問3 情報が探しやすいか



回答	割合
とても探しやすい	4.8%
探しやすい	43.8%
どちらでもない	39.4%
探しにくい	9.1%
とても探しにくい	2.4%
無回答	0.5%

- 「読みやすさ」「操作しやすさ」には問題が生じていない
- 「情報の探しやすさ」の評価が他項目と比較して低く、改善の余地が大きい

ヒートマップツールについて



ユーザーのページ内での行動を集計し可視化するツールです。

集計対象の行動

- 熟読（どこが読まれているか）
- 離脱（どこまで画面スクロールしたか）
- クリック（どこでクリックされたか）

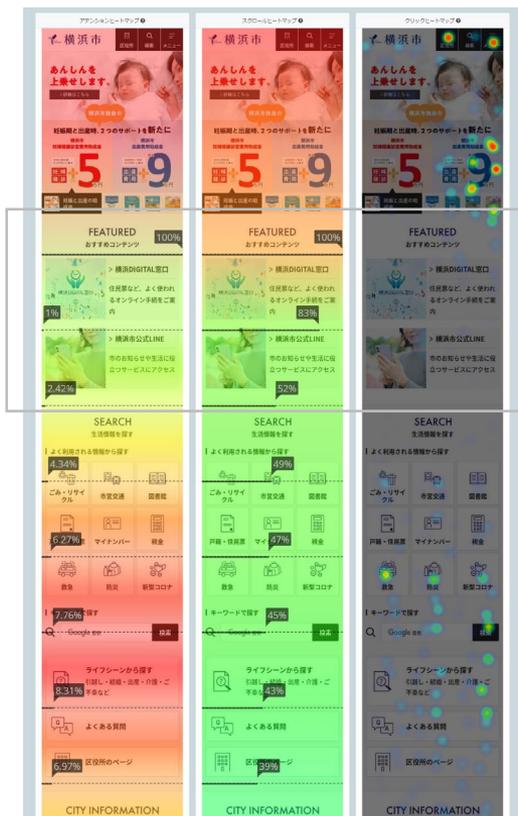
データの見方

- **暖色（赤）** ほど数値が高い
- **寒色（青）** ほど数値が低い

ヒートマップのイメージ

市トップページのヒートマップ分析

熟読 スクロール クリック

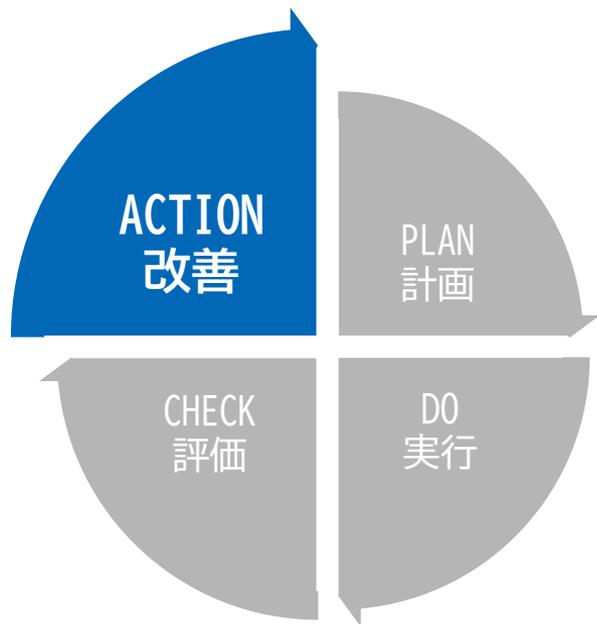


ページ上部の「おすすめコンテンツ」が閲覧者による利用が少ないというデータになっています。



ニーズの高い項目が上部に来るように
項目の順番変更が必要

今年度の改善



- 検索で探しやすいページ作りの推進
(SEO対策)
- 市トップページの配置の見直し
- 多言語の機械翻訳システム利便性向上

検索で探しやすいページ作りの推進（SEO対策）

ユーザー目線の伝わるページ作りが、
結果的に検索で探しやすいページ作りにつながります。



ページ作りのポイント

1. わかりやすいページタイトルをつける
2. ターゲットとなるユーザーの関心やニーズに訴える
3. 1 ページにユーザーの欲しい情報を入れる（ページをむやみに分けない）



eラーニング研修などで、ページを作成する職員のスキルアップを進めます。

市トップページの配置の見直し



「生活情報を探す」を上へ移動します。

これにより、画面スクロールを促し、ページからの離脱も防止します。



多言語の機械翻訳システム利便性向上

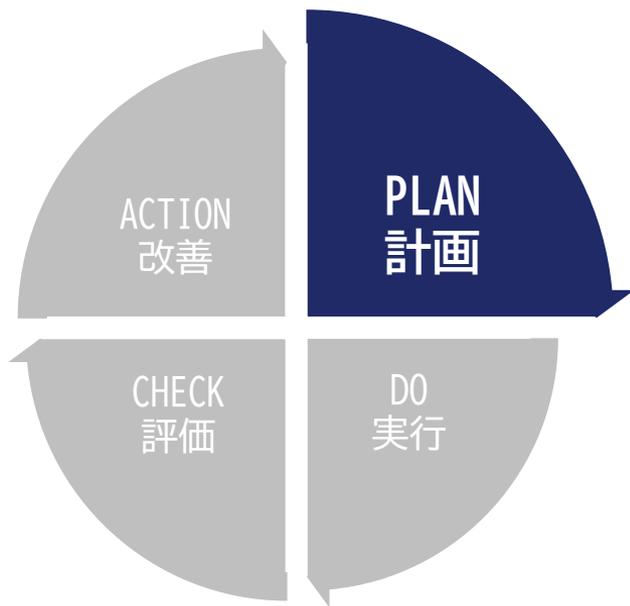
- 機械翻訳とは、文章を別の言語に自動で翻訳する技術です。（8言語対応中）
- 翻訳後のページにアクセスしやすくします。



機械翻訳まとめページのボタンを押すと、一旦、翻訳サイトのトップページに遷移してしまう

閲覧中のページがそのまま翻訳されるように変更

今後の計画について

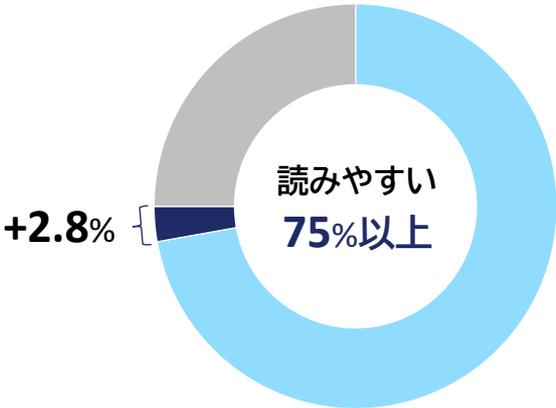


- ユーザビリティに関する目標数値（KPI）を設定し、達成を目指します。
- サイト改善が継続的なものとなるよう、毎年度、ページを作成する所管部署に働きかけを行います。

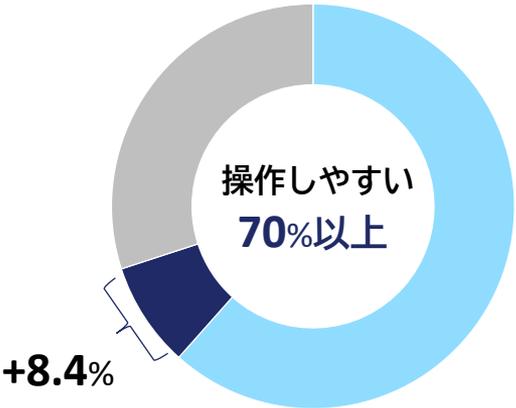
ユーザビリティの目標数値を設定

- 毎年度、ヨコハマeアンケートなどを活用し、ユーザビリティの評価を行います。
- 今年度のアンケートの結果を基準に目標数値（KPI）を設定します。

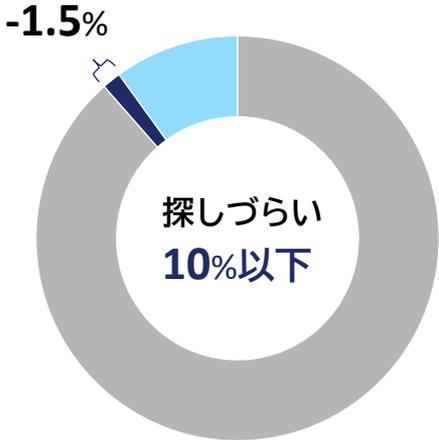
読みやすさ



操作のしやすさ



情報の探しやすさ



ページを作成する所管部署への働きかけ

リニューアル前のサイト運用における課題

- ページを公開後、ページを見直すきっかけがない
 - ページを見直すにしても、ノウハウがない
- 問題のあるページが蓄積し、サイト全体の使いやすさの低下をもたらしています



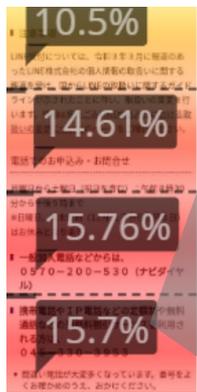
広報課から定期的な働きかけを行い、サイトの新陳代謝を促します

- 古いページの確認・削除依頼
 - リンク切れの修正依頼
- など、様々な観点で庁内依頼を行います。

アクセス数の多いページの改善

- 依頼等では対処が難しい個別の課題については、所管部署と連携して改善に取り組みます。
- 主にアクセス数の多いページを対象に改善を進めます。

改善例 粗大ごみの申込ページ



熟読ヒートマップ

ヒートマップでページ内のニーズの高い場所を明らかに

電話でのお申込み・お問合せ

月曜日から土曜日（祝日を含む）：午前8時30分から午後5時まで
※日曜日、年末年始（12月31日から1月3日）はお休みとなります。

一般加入電話などからは、
0570-200-530（ナビダイヤル）

携帯電話やIP電話などの定額制や無料通話などの通話料割引サービスを利用される方は、
045-330-3953



電話でのお申込み・お問合せ

月曜日から土曜日（祝日を含む）：午前8時30分から午後5時まで
※日曜日、年末年始（12月31日から1月3日）はお休みとなります。

■ 一般加入電話など



電話番号：0570-200-530（ナビダイヤル）

■ 携帯電話やIP電話などの定額制や無料通話などの通話料割引サービスを利用される方



電話番号：045-330-3953

アイコンを使って視覚的にわかりやすく

タップして直接電話できるように

さいごに サイト改善に取り組む目的

- 人は、情報収集（興味・関心や検索）のプロセスを経て、行動を起こします。
- 横浜市ウェブサイトの高まることで、市民の行政サービスの利用などにつながります。

情報が伝わる流れの一例



LINE発信



横浜市ウェブサイト



イベント参加



感想を投稿

ご意見をいただきたいこと

- 横浜市の考える改善の方向性
- そのほかに改善を行うべき点