

## ～ 利用者調査の方法について ～

### 1 利用者調査の意義・位置付け

#### (1) 利用者調査の目的

利用者調査は、評価の対象となるサービスを実際に利用している利用者のサービスに対する意向や満足度を把握し、事業者調査と併せて実施することで、評価の客観性を高めることを目的とする。

#### (2) 千葉県における基本的な考え方

利用者調査は、千葉県において福祉サービス第三者評価を行う際の必須事項であるが、その実施方法については、調査目的を達成するため事業所の形態などに合わせた現実的な手法を採用することが必要である。

なお、実際の実施方法については、以下の事項について評価機関と事業者が協議して決定するものとする。

##### ① 調査時期、調査方法、調査対象

##### ② 使用する調査票（県推奨の調査票又は評価機関が独自に作成したもの等。

なお、県推奨の調査票を利用する場合には、該当しない項目は削除するなど必要な修正を行い、個々の事業所の形態に合わせたものとして利用すること。）

##### ③ 調査結果の公表範囲（利用者調査の結果を評価全体に反映させることは義務とし、結果自体の公表は任意とする。）

#### (3) 利用者調査の対象について

##### ① 基本となる考え方

利用者調査は、「利用者本人に対する全数調査」が理想であるが、実際の調査の実施に当たっては、事業所の特性等の様々な要因から本人調査・全数調査が困難な場合もあり、現実的な対応をしていく必要がある。

##### ② 調査実施上の課題

###### ・ 利用者本人

利用者本人を対象とする際には、利用者の判断能力が低下している場合や利用者との文字又は言葉でのコミュニケーションが困難な場合も想定されるため、どのような方法をとるかを検討する必要がある。

###### ・ 調査対象

できる限り全数調査を行うことが望ましいが、困難な場合には「利用者本人の状況に照らして具体的に調査可能な利用者を選定する方法」や「できるだけ合理的に調査を実施する方法」について検討する必要がある。

全数調査が困難な場合に、無作為抽出により実施すると有効回答が得られ

にくい場合がある。有効回答が得られる利用者に関する情報は、事業者から得る必要があるため、調査対象とする利用者は事業者の協力を得ながら選定する。

#### (4) 利用者の個人情報等の取扱い

利用者調査を行うに当たっては、様々な場面で多くの個人情報を扱うことになるため、その取扱いは慎重に行う必要がある。

##### ① 調査票の配布・改修の際の留意点

- ・ 利用者への調査票配布は、事業所経由で行う。
- ・ 調査票の回収は、評価機関に直接送付してもらうか、個別に密封した回収票を事業者に取りまとめてもらうなど、とする。
- ・ 調査票及び回収用封筒にも、住所や氏名など個人を特定できるものを記載しないよう調査票などに明記し、口頭でも伝える。

##### ② 調査結果の取扱い

- ・ 回収した調査票は、評価確定まで調査機関で保管するものとし、評価確定後は裁断など確実な方法により処分する。
- ・ 記載したことで利用者個人が不利益な扱いを受けないよう配慮する。
- ・ 調査結果を集計して事業者に報告する場合、利用者個人が特定できないよう報告内容・方法を工夫する。

## 2 調査方法

### (1) 利用者調査の3つの方法

利用者調査は、大きく分けて次の3つの方法に分けられる。

#### ① アンケート調査

調査票に基づいて、利用者本人が自記により回答する。

#### ② ヒアリング調査

調査員が調査票を読み上げ、本人から回答を聞き取り調査票に記入する。

(本人が意思表示をすることは可能であるが、自記が難しい場合)

#### ③ コミュニケーション調査

アンケートやヒアリングでは、意向や満足度を汲み取ることが難しい場合に、本人と関わりあいながら実施する。

## 3 利用者調査の具体的方法例

### (1) アンケート調査

#### ① 調査の準備

- ・ 調査対象とする利用者の選定  
全数調査が困難な場合は、評価機関と事業者が協議して調査対象とする利用者を選定する。
- ・ 調査対象とする利用者本人（必要に応じて家族等）への説明・承諾  
事前に利用者調査を実施することを説明し、承諾を得る必要がある。具体的な記入方法等については、説明会等を開催して説明する。

## ② 調査の時期

- ・ 調査票の配布  
調査票や回収用封筒は評価機関が準備し、事業所を通じて配布する。  
利用者を集まってもらい一斉に記入する方法もあるが、その場合には、個々の理解度や進度への配慮や事業所職員の同室を避けるなどの配慮を行う。
- ・ 調査票の回収  
調査票は調査機関が直接回収する。郵送の場合には、送り先を評価機関あてとし、回答内容が事業所職員の目に触れないよう配慮する。

## ③ 調査結果の集計・分析

- 回収した調査票から集計した結果は、評価機関が現状を把握するための資料・情報としてのみ活用し、その結果は、個人情報に配慮して事業所に伝える。

## (2) ヒアリング（聞き取り）調査

### ① 調査員の選定

- 利用者の特性を理解し、コミュニケーションの技術を持っているものを調査員として選定する。

調査日程と調査対象とする利用者の人数を勘案して調査員を確保する。

### ② 調査の準備

- ・ 調査対象とする利用者の選定  
全数調査が困難な場合は、評価機関と事業者が協議して調査対象とする利用者を選定する。
- ・ 調査対象とする利用者本人への説明・承諾  
事前に利用者調査を実施することを説明し、承諾を得る必要がある。具体的な実施方法・日程等は説明会等を開催して説明する。説明会等には、信頼関係を構築する意味でも、聞き取りを行う予定の調査員が出席することが望ましい。
- ・ 利用者についての情報収集  
利用者の日課屋に中の活動内容などについて、事業者から情報提供を受けておくと、効率よく聞き取りを行う一助となる。さらに、コミュニケーション上の特徴がある利用者などについての情報提供も受けておく。
- ・ その他の留意事項

必要に応じて、利用者や職員からみて調査員であることが分かるよう、名札などをつけると良い。

また、聞き取りを行う場所やタイムスケジュールの設定など、調査が円滑に進むよう事業者の協力を得て調整しておく。

### ③ 調査の実施

調査当日に体調不良等で聞き取りができない利用者もいるので、調査対象とする利用者の変更などの対応をする。

なお、聞き取りにより作成した調査票や調査員がメモ書きしたものを不用意に置いたりせず、厳重に管理する。

### ④ 調査結果の集計・分析

複数の調査員により聞き取りを実施した場合は、判断基準について、調査員間でずれがないかを必要に応じて確認する。

回収した調査票から集計した結果は、評価機関が現状を把握するための資料・情報としてのみ活用する。結果は事業所に伝える。

## (3) コミュニケーション方式による調査

### ① 調査員の選定

利用者の特性を理解し、コミュニケーションの技術を持っている者を調査員として選定する。また、利用者に対する職員のかかわり等についての観察も行うため、評価対象サービスについての知識や経験を持っているものが望ましい。

### ② 調査の準備における留意点

#### ・ 調査対象とする利用者の選定

全数調査が困難な場合は、評価機関と事業者が協議して調査対象とする利用者を選定する。

#### ・ 調査対象とする利用者本人（必要に応じて家族等）への説明・承諾

事前に利用者調査を実施することを説明し、承諾を得る必要がある。調査対象とする利用者の判断能力が低下している場合は、必ず家族等へ説明し、承諾を得る。

#### ・ 調査方法の検討

利用者の状態を事前に把握しておく。複数の利用者に対し、調査員をどのように配置するか検討しておく。

### ③ 調査の実施

利用者の行動理解のために更なる情報提供が必要と判断したときは、その都度事業所職員に尋ね、必要な情報のみを収集する。

### ④ 調査結果の集計・分析

回収した調査票から集計した結果は、評価機関が現状を把握するための資料・情報としてのみ活用する。結果は事業所に伝える。

## 4 調査結果の活用

### (1) 利用者調査結果のまとめ方

利用者調査は、周知・分析結果が事業者へフィードバックされることにより、事業者が利用者の視点を踏まえて事業改善を検討し、実施していく上でも大変重要となる。

#### ① 利用者調査の回答の背景も読む

調査結果の「はい」という回答数が多い事業者が、必ずしもサービスの質の高い事業者とは限らない。利用者の生活は、そのサービスのみならず、家族関係、生活習慣、価値観、性格など様々な要素で成り立っているため、利用者の発言をそのまま受け止めるだけでなく、その発言に影響を及ぼす多様な要因を想定した上で、内容を銀無することが必要である。

#### ② 事業所ごとの個別性をとらえて読み込む

同種・同規模の事業所であっても、利用者の特性や傾向、地域性等によってばらつきがあることを念頭に置き、別の事業所での経験をそのまま安易に当てはめないようにする。

### (2) 第三者評価における利用者調査の活用について

#### ① 利用者調査結果からの改善課題

利用者調査の結果は、利用者の移行や満足度をできるだけ客観的に集めた結果であり、調査時点で利用者が主観としてとらえた一つの事実といえる。調査結果を公表し、事業所がその結果の背景を考えることで、改善課題が見えてくることもある。

#### ② 利用者本人への意識醸成、気づきの促進

訪問調査等で、経営幹部と意見交換をする際に、利用者の声を参照しながら事実確認をしていくことで、事業者にとって新しい気づきが得られる場合がある。

### (3) 利用者へのフィードバックについて

利用者は、本調査に回答した直後から、何かが変わるのではないかという期待感を持っている。調査結果を受けた事業所は、その結果を利用者に開示するとともに、その後の改善に向けた取組に活かすことが大切となる。