

## ベビーカー利用に関するキャンペーン等の取り組み

### 1. ペアレンティングアワード受賞

#### (1) 概要

- 「ペアレンティングアワード」とは、育児雑誌メディアが中心となり、毎年、その年に話題を集めた「子育てにまつわるトレンド（ヒト・モノ・コト）」を表彰し、その業績をたたえることでさらなる発展を促すことを目的としている。
- 信頼性が高くタイムリーな子育て関連情報を提供することにより、社会全体で子育てを応援する意識を盛り上げ、日本がもっと子育てしやすく楽しめるような、子育て社会を目指している。
- 審査基準
  - その年に話題となったヒト・モノ・コトであること
  - 後世に伝えたいヒト・モノ・コトであること

#### (2) 実行委員会

実行委員会は、多くのパパ・ママに支持されている下記「育児雑誌メディア」により構成。

- 『赤すぐ』／発行：リクルートホールディングス
- 『FQ JAPAN』／発行：アクセスインターナショナル
- 『nina's』／発行：祥伝社
- 『妊すぐ』／発行：リクルートホールディングス

#### (3) アワードの決定

- 案件の募集は企業・団体からのエントリー（自薦）と実行委員会事務局推薦があり、ベビーカーマークは事務局推薦となっていた。
- 昨年9月下旬の一次選考及び11月中旬の最終選考を経て、11月下旬にアワードが決定され、12月4日（木）に授賞式が開催された。（別紙1参照）

### 2. 公共交通機関利用についての要望調査

- 本年1月、（一財）運輸振興協会が就学前の子どもを持つ女性（母親）2,055名を対象にWebアンケート調査（「～子育て中の母親を対象とした～公共交通機関利用についての要望調査」）を実施。
- 自由回答におけるベビーカー利用に関する要望、意見等（一部抜粋）は、以下のとおり。

- ベビーカーを使用する人は、周りへの配慮をする必要があると思う。まるでベビーカーを使っている自分が偉くなったかのようなふるまいをするママがいて、同じベビーカーユーザーとして腹が立つ。
- ベビーカーで電車に乗る際、どうしてもエレベーターを使用するが、エレベーターでなくても移動できる人達が待っていて、3回くらいエレベーターを待つことがある。車椅子やベビーカー優先の張り紙はあるもののあまり効いていないのかも。
- ベビーカーや乳幼児に過度に優しくしようという働きは周りから顰蹙をかうのでやめてほしい。ベビーカーマークなんてありえない。
- 最近ではベビーカーに配慮してくるようになりながらもさりげなく広告などしてくれるのはありがたいのですが、逆にベビーカーを使っている人のマナーの悪さも目につきます（人ごみを無理矢理ベビーカーで押し通すなど）。小さい子供を連れてた人、そうでない人、どちらの立場もお互い気遣いできるような広告を試してみたらどうかと思う。

### 3. 少子化社会対策大綱

- ベビーカーに関する政府の動きとして、本年3月に閣議決定された「少子化社会対策大綱」における新たな施策の一つとして、ベビーカーマークの普及啓発が盛り込まれた。
- 安心して妊娠・出産、子育てをする上で、妊娠中の方や子供連れで外出する際に生じる様々な支障を取り除き、外出しやすい環境を整備することが重要とされ、こうした環境整備は、若い世代が妊娠・出産、子育てに対して前向きに考えることにもつながることから、公共交通機関等においてベビーカーを適切に利用でき、乳幼児と外出しやすくなるよう、「ベビーカーマーク」の普及を図ることが求められている。
- また、同大綱では施策に関する数値目標も定められ、2020年までのベビーカーマーク認知度の目標値が50%とされた。

「少子化社会対策大綱」（平成27年3月20日閣議決定） 抄

#### IV きめ細かな少子化対策の推進

（2）社会全体で行動し、少子化対策を推進する。

（結婚、妊娠、子供・子育てに温かい社会づくり）

安心して妊娠・出産、子育てをする上で、妊娠中の方や子供連れで外出する際に生じる様々な支障を取り除き、外出しやすい環境を整備することが重要である。こうした環境整備は、若い世代が妊娠・出産、子育てに対して前向きに考えることにもつな

がる。

マタニティマーク、ベビーカーマークの普及など、妊娠中や子育て時のバリアフリー化を進めるとともに、地域において子供連れにお得なサービスを提供する取組の全国展開などを行う。

#### 施策の具体的内容

○マタニティマーク、ベビーカーマークの普及啓発

- ・公共交通機関等においてベビーカーを適切に利用でき、乳幼児と外出しやすくなるよう、「ベビーカーマーク」の普及を図る。

#### 施策に関する数値目標

ベビーカーマークの認知度 50.0% (2020年)

## 4. ベビーカーマークのJIS化について

- JIS Z 8210 (案内用図記号) 改正原案 (追補) 作成委員会において、協議会で選定したベビーカーマークのJIS化に向けた手続きが進められ、「ベビーカーが利用できる施設等を表示する図記号」及び「ベビーカーの使用を禁止する場合に表示する図記号」の2つについて、平成27年5月20日に追加改正された。(別紙2参照)

## 5. キャンペーンの結果概要

### (1) 実施目的

- 平成26年3月に開催した協議会においてとりまとめた「ベビーカー利用にあたってのお願い」及び選定した「ベビーカーマーク」について、広く国民や利用者に周知し浸透させるため、普及・啓発活動の一環として昨年度に引き続き、協議会構成員の協力を得てキャンペーンを実施した。(別紙3参照)

### (2) 実施時期

- 本年5月1日から31日の1ヶ月間を集中取り組み期間として、事業者等に対し、キャンペーン実施についての協力を依頼。一部の事業者等においては、追加的な取り組みを実施。(別添参照)
- 事業者等においては、上記期間に限らず対応可能な範囲においてポスター掲示等を実施しており、一部の事業者では10月末時点でも取り組みを継続。(キャンペーン実施前より、独自の取り組みを実施している事業者もある。)

### (3) 実施内容

- 駅や車両、各種建築物等において、ポスターの掲示やチラシの配布などを実施。(別紙4参照)

- 多くの事業者がキャンペーンに協力して取り組みを実施しており、普及・啓発に効果があったと考えられる。
- キャンペーン実施後の実施状況調査の概要は以下のとおり。（回答のあった事業者等のみ）

## 6. ベビーカーマークの掲出状況について

○ 昨年 of ベビーカーマーク公表以降、車両や駅・商業施設のエレベーターなどにおいて、選定したイラストを用いたベビーカーマークの掲出が順次始まっており、掲出が拡大しつつある。

○ 協議会構成員の協力を得て、掲出状況を調査した結果は以下のとおり。

### (1) 鉄道事業者

- 昨年5月以降、車両への掲出が開始され、掲出が拡大しつつある。
- 車両の車椅子スペース及び側面に貼られており、自社保有する全ての車両への掲出が完了している事業者もある。
- 車両の更新に合わせて、順次掲出を計画している事業者もある。
- 駅エレベーターやホーム乗降口などへの掲出も今後順次予定されており、全てのエレベーターへ掲出が完了している事業者もある。

### (2) バス事業者

- 車両の車椅子固定スペースや側面に貼られており、自社保有する全ての車両への掲出が完了している事業者もある。
- 今回のキャンペーンに合わせて、マーク掲出を行った事業者もある。
- 車両の車椅子固定スペースや側面に貼られている既存のオリジナルステッカーについて、劣化等の際に順次貼り替えを予定している事業者もある。

### (3) 旅客船事業者

- ターミナルや待合所、船内において、掲出が始まっている。

### (4) 建築物等

- 空港ビルや商業施設のエレベーターなどにおいて、掲出が始まっている。

事業者	実施社数	ポスター掲示	チラシ配布	その他
①鉄道	37社	約27,000枚 駅、車両	約2,200枚 駅等に設置し配布	事業者によっては施設内及び車両等内におけるアナウンスの実施やインターネットを活用した広報など、独自の取り組みを実施
②バス	83社	約16,000枚 営業所、バスターミナル、車両	約3,300枚 営業所等に設置し、配布	
③旅客船	76社	約120枚 旅客船ターミナル、船舶	約30枚 待合所のラックに設置し、配布	
④建築物	50社 空港ビル等	約620枚 空港ビル等	約1,900枚	事業者によってはインターネットを活用した広報など、独自の取り組みを実施
⑤その他 関係団体等	各団体において会員向けにHPや広報誌にて周知するとともに、子育て応援とうきょう会議の構成団体、ベビーカー安全協議会会員企業、日本ビルディング協会連合会地方協会や会員企業、日本ホテル協会会員企業、また子育てイベントなどで、ポスターの掲示やチラシの配布を実施			

## 7. キャンペーンに対する反響等について

- 昨年3月の協議会とりまとめ後には、新聞やテレビ、ウェブサイトなどにおいて数多く取り上げられたほか、その後も雑誌や新聞などにおいて、関連する記事やコラムが見受けられ、数的には減少傾向ではあるものの社会的な反響・関心は非常に高い。
- キャンペーン等に関して事業者に対しても、数多くの意見・要望等が寄せられているが、事業者によっては、ベビーカー関連の意見は減少傾向にある、といった意見も見られた。

### 【意見の概要】

- 事業者寄せられた意見を整理すると、概ね以下のとおりである。
- 内容は、新しい意見というよりも、これまで繰り返し指摘されてきた事項が、改めて意見として寄せられており、マナー等に関する否定的な意見・苦情が相変わらず見られる。
- なかでも、「基本的にたたまずに乗車できる」、「エレベーター利用を進める」といった点はある程度認識されたと思われるが、一部のベビーカー使用者が「周囲に配慮した操作」や「譲り合って利用」をしましょうといった基本事項を十分に理解せず行動していることが苦情の原因となっており、周囲の方や同じ子育てをしている親も迷惑に感じている。

○このように、呼びかけることとした内容全体が十分に周知・理解されているとはいえず、今後の取り組みにあたっての課題である。

#### (1) 肯定的意見

「たまたまに乗車可能」、「お互いに配慮を」といったことを呼びかけた結果、ベビーカーを利用しやすくなったとの意見が寄せられている。

- **利用環境が向上した**

(例)「ベビーカーでの利用が以前よりしやすくなった」、「一般利用者がベビーカーの場所を空けて譲ってくれるようになった」、「ベビーカーに対し、優先して扱われることが目立つようになってきた」、「一般利用者のベビーカーに対する理解度が高まった」、「一般利用者がエレベーターを優先してくれるようになった」、「ベビーカー利用者は増加の傾向にある」 等

- **利用者のマナーが向上した**

(例)「ポスター掲出により、利用者を含めたお客様に対し、注意喚起及び周知が行えた」、「ベビーカーを固定ベルトでしっかり固定してもらえるようになった」、「ベビーカー固定に関し、意識が向上した」 等

- **更なる取り組みを求める**

(例)「ベビーカースペースをもっとわかりやすく表示したり、床に線を書いたりしてほしい」 等

#### (2) 否定的意見・苦情

##### 【使用マナーに関するもの】

ベビーカーの操作・使用方法等について、マナー違反を指摘する意見が寄せられている。

- **ぶつかって危険である**

(例)「人の足にベビーカーをぶつけても謝らない」、「ベビーカー使用者のマナーが悪い」、「車椅子利用者にとっては、利用しづらい」 等

- **集団移動していて邪魔になる**

(例)「集団で同一車両に乗車する等の行動がみられた」、「エレベーターが小さく、ベビーカーが3台入ると他の人が利用できなくなり不便だ」 等

- **一方的に権利を主張しすぎている**

(例)「ベビーカー使用者が我が物顔で乗ってくる」、「狭い通路を2列で通行する」 等

##### 【基本的考え方に関するもの】

ベビーカー使用者に対する周囲の方の対応に関する意見も寄せられている。

- **嫌な顔をされる**

(例)「ベビーカーで女性専用車両に乗車する際に、嫌な顔をする人がいる」 等

### (3) 今後の課題等

今後取り組むべき事項や課題等として、ベビーカー使用者と周囲の利用者の双方に継続的な周知が必要との意見が多い。その他、以下のような点が挙げられている。

- **ベビーカー使用者のマナー向上が必要**

(例)「ベビーカー使用者のマナーアップも必要」、「利用者への一層の周知が必要」、「キャンペーン期間のみならず、年間を通じてマナー放送や職員からの積極的な声かけを実施し、周知に努める」、「固定ベルト装着のお願い」 等

- **周囲の方の理解を深めることが必要**

(例)「車内でのベビーカー利用について、他の乗客への一層の周知が必要」 等

- **ベビーカーの取扱い方法に関する周知が必要**

(例)「ベビーカーの乗車方法の周知」 等

- **ベビーカーの利用環境の整備が必要**

(例)「エレベーターについての意見が以前に引き続き多いため、エレベーターの譲り合いについても周知が必要」、「混雑した車内における利用方法等のルール検討」、「ベビーカー使用者が集中した場合の取扱い」、「車椅子スペースとの兼ね合い」、「ベビーカースペースを一層わかりやすくしていく」、「大型ベビーカーへの対応」 等

- **その他**

(例)「ポスターやチラシでは周知効果が弱いので、他の手段も必要」、「効果が見えるPRの仕方を検討」、「10歳代や高齢世代など現実的感覚の薄い層に対するPR活動の必要性」