

## ベビーカー利用の円滑化に向けた今後の取り組み

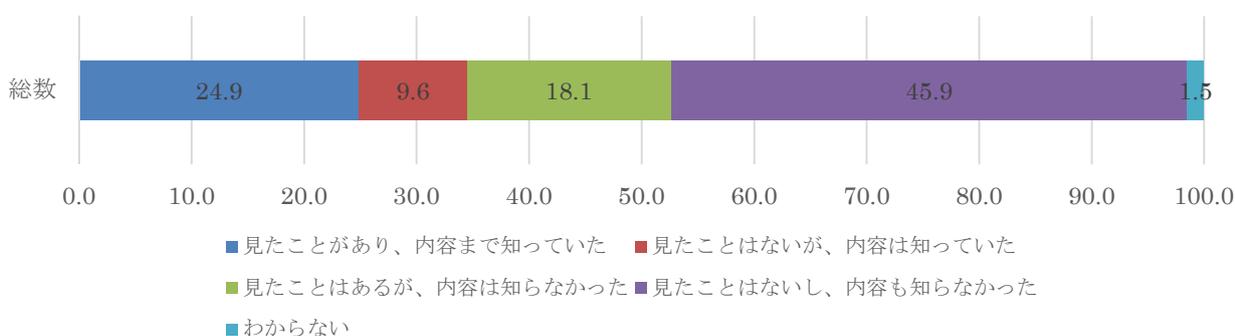
### 1. 内閣府世論調査について

#### 1) ベビーカーマークの認知度について

ベビーカーマークの認知度について、総数、男女別、年代別及び都市規模別にみた調査結果は以下のとおりとなっている。

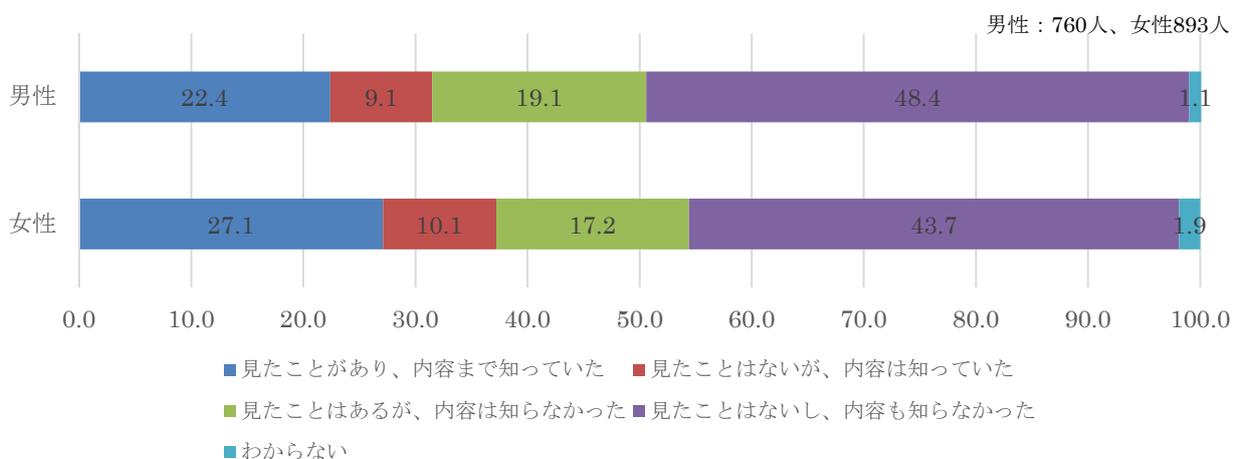
##### ➤総数（1,653人）

ベビーカーマークについて、「見た、知っていた」とする者の割合が 52.6%（「見たことがあり、内容まで知っていた」24.9%+「見たことはないが、内容は知っていた」9.6%+「見たことはあるが、内容は知らなかった」18.1%）、「見たことはないし、内容も知らなかった」と答えた者の割合が 45.9%となっている。



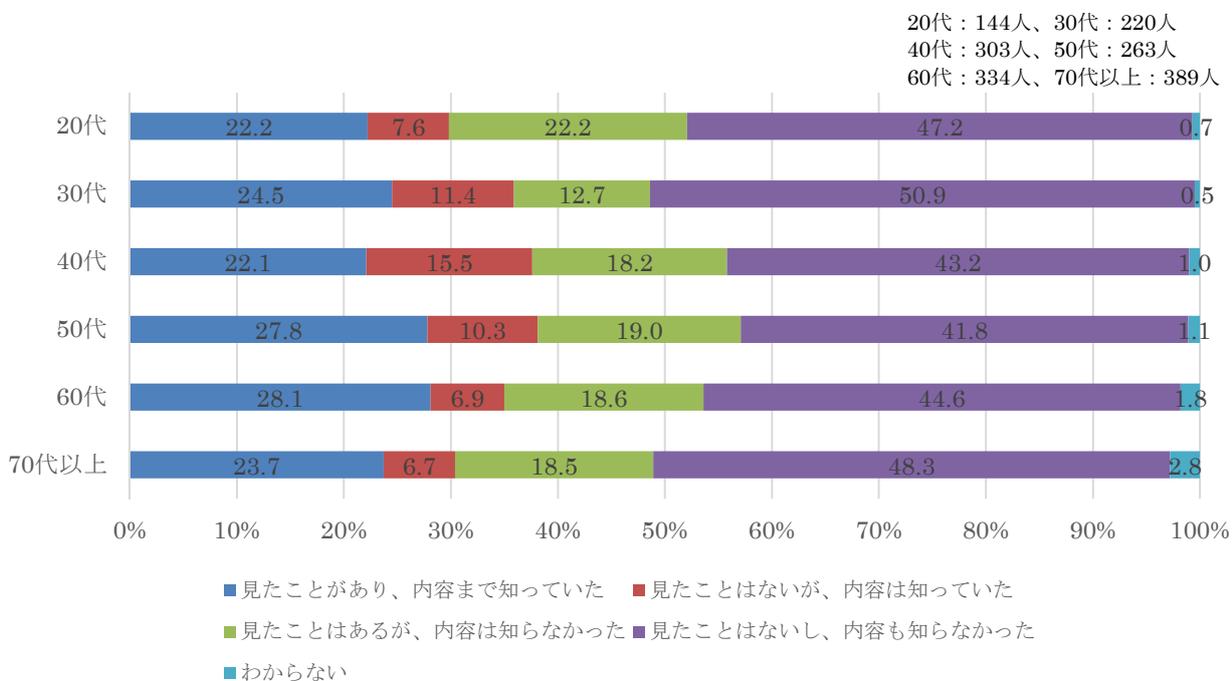
##### ➤男女別

男女別に「ベビーカーマークを見たこともないし、内容も知らなかった」と回答した人の割合をみると、男性の割合が高くなっている。



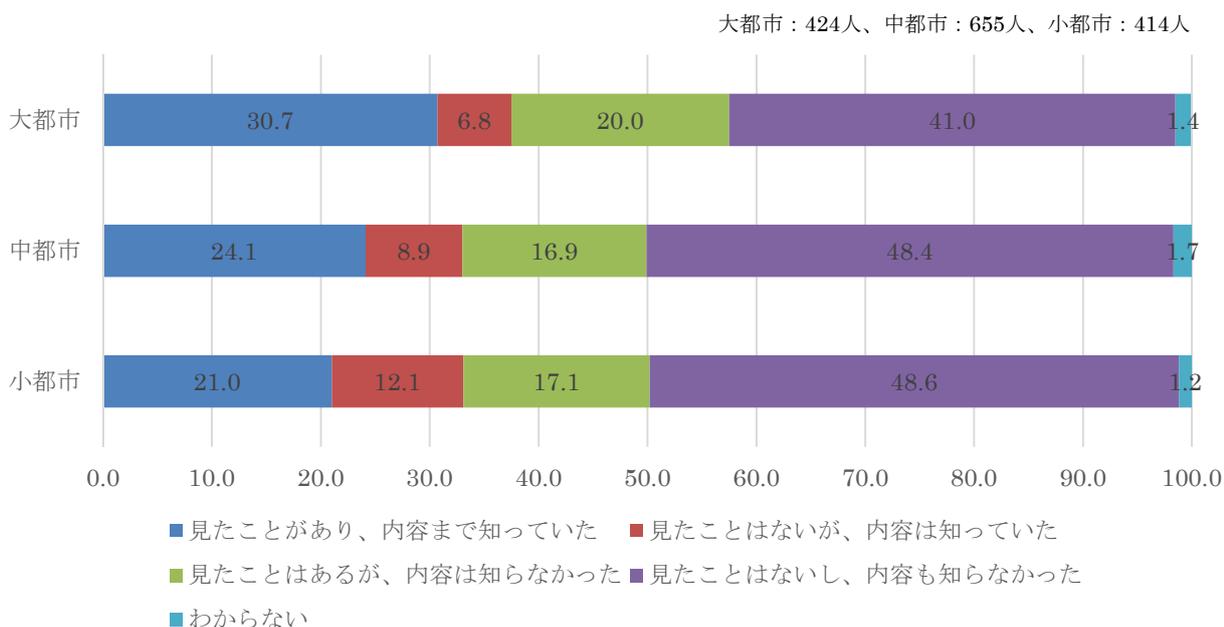
## ＞年代別

年代別に「ベビーカーマークを見たこともないし、内容も知らなかった」と回答した人の割合をみると、20代・30代及び70代以上で45%を超えるなど、他の年代に比べて高い割合となっている。



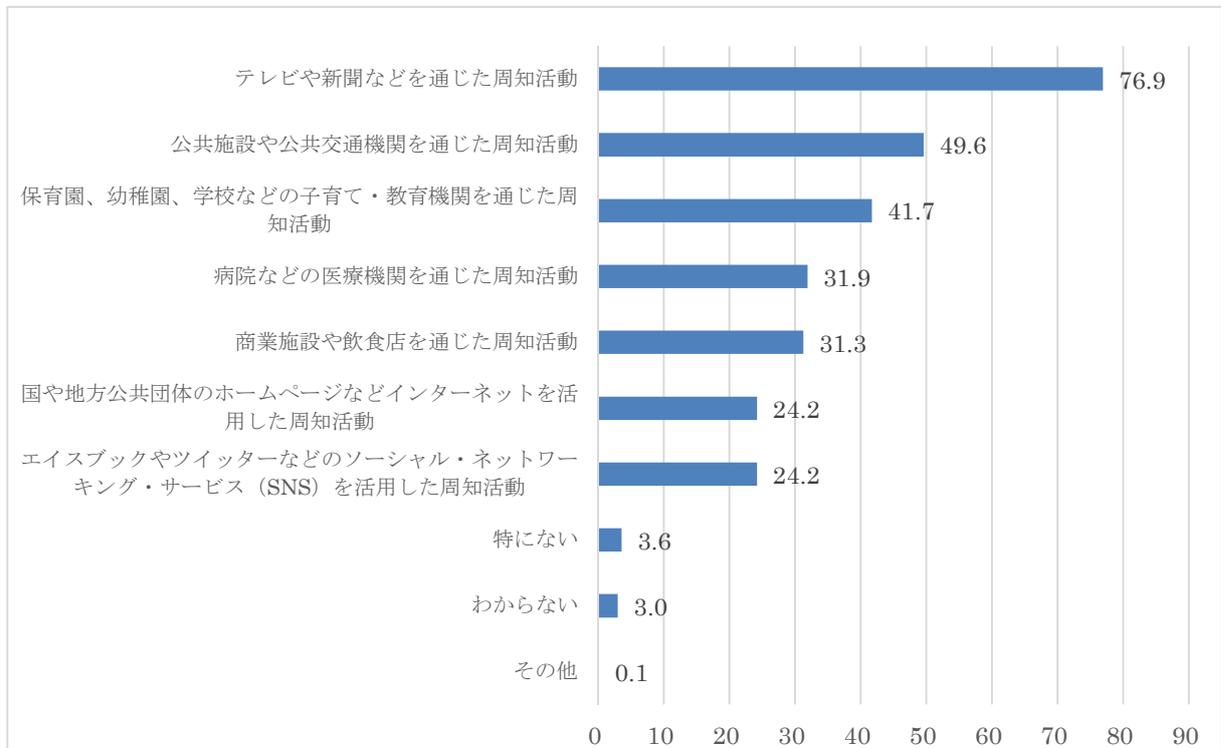
## ＞都市規模別

都市規模別に「ベビーカーマークを見たこともないし、内容も知らなかった」と回答した人の割合をみると、中都市及び小都市が同程度の割合で、大都市よりも高くなっている。



## 2) ベビーカーマークの認知度向上のための取組

ベビーカーマークの認知度を向上させるために、どのような取組が効果的だと思うかきいた結果は以下のとおりである。(複数回答可)



➤回答が多かった取組上位3つは以下のとおりとなっている。

- ・テレビや新聞などを通じた周知活動 (76.9%)
- ・公共施設や公共交通機関を通じた周知活動 (49.6%)
- ・保育園、幼稚園、学校などの子育て・教育機関を通じた周知活動 (41.7%)

➤年代別にみると、すべての年代で「テレビや新聞などを通じた周知活動」がトップとなっており、特に50代では84.4%ともっとも高い割合となっている。また、「公共施設や公共交通機関を通じた周知活動」は50代(57.8%)及び60代(55.7%)、「保育園、幼稚園、学校などの子育て・教育機関を通じた周知活動」は30代(51.8%)、「商業施設や飲食店を通じた周知活動」は30代(38.6%)・50代(38.0%)、「フェイスブックやツイッターなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) を活用した周知活動」は20代(59.7%)で高い割合となっている。

➤都市規模別にみると、「公共施設や公共交通機関を通じた周知活動」は大都市(54.5%)で、「商業施設や飲食店を通じた周知活動」は中都市・小都市で高い割合となっている。

◆ベビーカーマークの認知度の低い 20 代・30 代・70 代以上（年代別）、中都市・小都市（都市規模別）に対する周知活動の強化が必要



① **全体的な対策**

認知度向上の取組として上位に入った 3 つの取組（「テレビ・新聞」、「公共施設・公共交通機関」、「教育機関」）については、新規または継続して実施する必要がある。

② **年代別の対策**

- ・ 20 代…認知度向上の取組で高い割合を示した「SNS」を活用した普及・啓発が有効ではないか。
- ・ 30 代…「保育園、幼稚園、学校などの子育て・教育機関を通じた周知活動」、「商業施設や飲食店を通じた周知活動」が有効ではないか。
- ・ 70 代以上…70 代以上の世代の中では最も高い割合を示した「テレビや新聞などを通じた周知活動」が有効ではないか。
- ・「子育て・教育機関を通じた周知活動」は 30 代が高い割合を示しているが、内閣府世論調査の対象とはなっていない 20 代未満に対しても有効ではないか。

③ **都市規模別の対策**

中小都市は地方部に多く存在するが、移動手段が公共交通機関以外のマイカーである場合が多いと想定されることから、マイカーで立ち寄ることの多い「商業施設や飲食店を通じた周知活動」が有効ではないか。

**2. これまでの取組について**

ベビーカー協議会とりまとめ（平成 26 年 3 月）の「IV 今後の普及・啓発」に基づき、各関係者と連携しつつ、以下の取組を実施してきたところである。

- ポスターの掲示やチラシの配布
- ベビーカーマークの掲出
- ホームページやアナウンスなどによる取組の周知 等

しかしながら、「ベビーカーマークを見たことがあり、内容まで知っていた」者は、内閣府世論調査を活用して実施した第 1 回調査では 25.0%、国土交通省インターネットモニターアンケートを活用して実施した第 2 回調査では 17.0%、第 3 回調査では 17.4%と、認知度は低迷していることから、今後は、内閣府世論調査の結果等も踏まえつつ、2020 年

までに認知度 50%達成に向け、取組を強化する必要がある。

＜参考＞ ベビーカー協議会とりまとめ（H26. 3. 26公表）（抜粋）

P30

#### IV. 今後の普及・啓発

##### 1. 関係者の役割

本協議会で作成した「ベビーカー利用にあたってのお願い」を実効性のあるものとするためには、ベビーカー一使用者や周囲の方に対して、この「ベビーカーの安全な使用」及び「ベビーカー利用への理解・配慮」の内容を十分に周知し、浸透させていくことが極めて重要である。

このため、本協議会の構成員である国や交通事業者・施設管理者、ベビーカーメーカーは、広く国民やそれぞれが提供するサービスを利用する者に対し、広報・周知活動を行う。

さらに、子育て団体等その他の協議会構成員についても、広く普及啓発活動等を行うよう努める。

具体的には、以下のような取り組みを進める。

##### ①国

- ・ イベント等の開催（バリアフリー教室の活用 等）
- ・ ポスターの掲示やチラシの配布について、関係省庁を通じた所管団体への協力依頼（流通業界、福祉・子育て関係団体 等）

##### ②交通事業者

- ・ 駅や車内などでのポスターの掲示やチラシの配布
- ・ 鉄道やバス車両などへのベビーカーマークの掲出
- ・ HPやアナウンスなどによる上記取り組みの周知

##### ③施設管理者

- ・ 施設でのポスターの掲示やチラシの配布
- ・ エレベーターなどへのベビーカーマークの掲出
- ・ HPやアナウンスなどによる上記取り組みの周知

##### ④ベビーカーメーカー

- ・ 製品の取扱説明書の（必要に応じた）見直し
- ・ 販売店等を通じたチラシの配布
- ・ イベント、フェアなどでのポスターの掲示やチラシの配布
- ・ HPなどによる上記取り組みの周知

##### ⑤子育て団体

- ・ 関係者の理解や協力によるポスターの掲示やチラシの配布
- ・ キャンペーンの実施やイベントの開催等への協力
- ・ HPなどによる上記取り組みの周知

上記関係者の取り組みについては、継続的に実施することが求められるため、来年度以降も本協議会を存続させ、取り組み状況について定期的にフォローアップすることや、広報・周知活動を続けていくこととする。

### 3. 今後の取組について

「1.」及び「2.」を踏まえ、次年度以降、以下のような取組の強化を図ることとし、協議会構成員のご協力をお願いしたい。

#### (1) 平成 29 年度からの取組について

- 1) キャンペーンは、引き続き実施する。
- 2) 従来から実施している公共施設や公共交通機関等でのポスターの掲示やチラシの配布、ベビーカーマークの掲出などの取組についても引き続き継続して実施する。
- 3) 普及・啓発活動の新たな取組として、以下の事項についての実施を検討する。
  - ① 政府広報の活用
    - ・新聞広告
    - ・雑誌広告
    - ・スマホ版やフーバナー広告
  - ② バリアフリー教育のための中学生向け学校用副教材への掲載  
今年度、安心生活政策課において、心のバリアフリー推進の一環として、バリアフリー教育のための中学生向け学校用副教材及び教師用解説書を作成することとしている。本副教材にベビーカーマークに関する記載を追加する。
  - ③ バリアフリー教室において、ベビーカーについてもメニューに追加
  - ④ 商業施設との連携の強化  
商業施設へのポスター掲示の拡充等を図る。

#### (2) 平成 30 年度からの取組について

- 1) キャンペーンの実施内容・方法の見直しについて  
ポスターの掲示やチラシの配布にとどまらず、報道機関が報道・記事として取り上げたいと思うような PR 内容を検討  
例) 街頭キャンペーンの実施  
開催回数や期間の検討 等
- 2) その他の取組に関する検討について
  - ① 子育て団体の協力を得て、SNS を活用した周知活動を行うことはできないか。
  - ② 経団連の協力を得て、経済界へキャンペーンへの協力をお願いできないか。
  - ③ ベビーカーメーカーの協力を得て、販売時にチラシ等を用いた周知活動ができないか。

平成 30 年からの取組については、ご意見等をいただき、それを踏まえ、再度内部で検討のうえ、実現可能なものについては個別に調整させていただきたい。その結果を、第 8 回協議会に報告し、了承を得ることとしたい。