

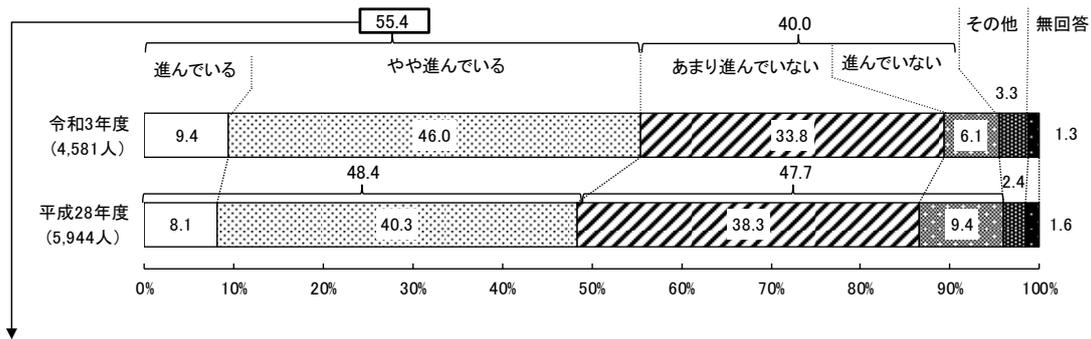
4 福祉のまちづくりに関する都民の意識調査結果

都では、福祉・保健・医療施策の推進の基礎資料とするため、毎年「東京都福祉保健基礎調査」を実施しており、令和3年度は「都民の生活実態と意識」について調査を行った。

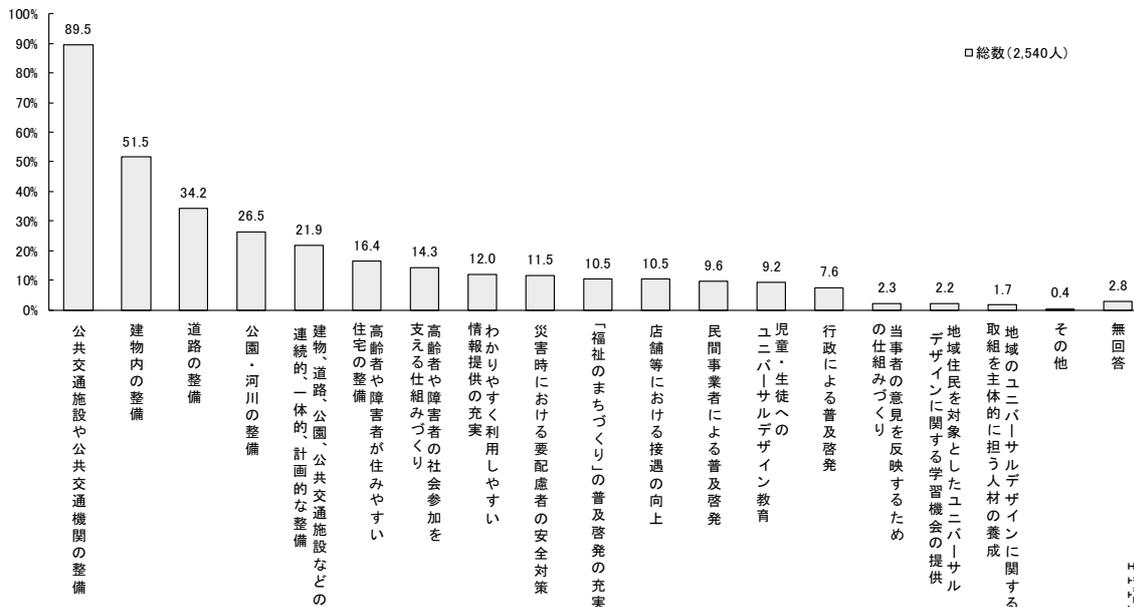
調査の結果は次のとおりである。前回調査を行った平成28年度から福祉のまちづくりが都民の意識としてどう進展したか等も踏まえ、今後の施策展開を図っていく必要がある。

- 東京のまちにおける施設や設備のバリアフリー化の状況とバリアフリー化が進んだ点
 - ・平成28年度調査よりも「進んでいる」と「やや進んでいる」を合わせた割合は7.0ポイント増加
 - ・また、バリアフリー化が「進んでいる」又は「やや進んでいる」と回答した人に、バリアフリー化が進んだ点を聞いたところ、「公共交通施設や公共交通機関の整備」の割合が最も高く、次いで「建物内の整備（出入口等の幅の確保、スロープの設置）」となっている。

図Ⅱ-1-1 東京のまちにおける施設や設備のバリアフリー化の状況



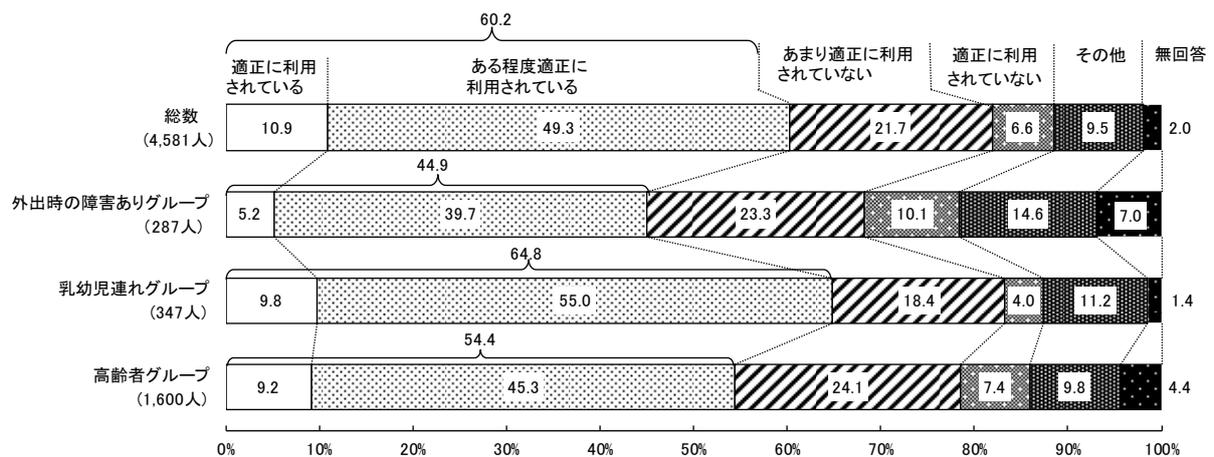
図Ⅱ-1-2 バリアフリー化が進んだ点（複数回答）



(注1) 図Ⅱ-1-2 バリアフリー化が進んだ点について平成28年度調査では、質問を設けていなかった。

- 車椅子使用者等の駐車スペースの利用状況等の印象－外出時グループ別
 - ・現在の東京のまちにおける、車椅子使用者等の駐車スペースの利用状況等について、どのような印象を持っているか聞いたところ、「適正に利用されている」と「ある程度適正に利用されている」を合わせた割合は60.2%となっている。
 - ・外出時グループ別にみると、外出時の障害ありグループでは、「適正に利用されている」と「ある程度適正に利用されている」を合わせた割合が44.9%で、総数(60.2%)に比べて15.3ポイント低くなっている。

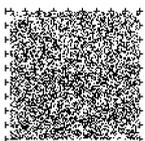
図Ⅱ-1-3 車椅子使用者等の駐車スペースの利用状況等の印象－外出時グループ別



「外出時の状況等」と「年齢」から、「外出時グループ」として、以下のとおり3つに区分した。

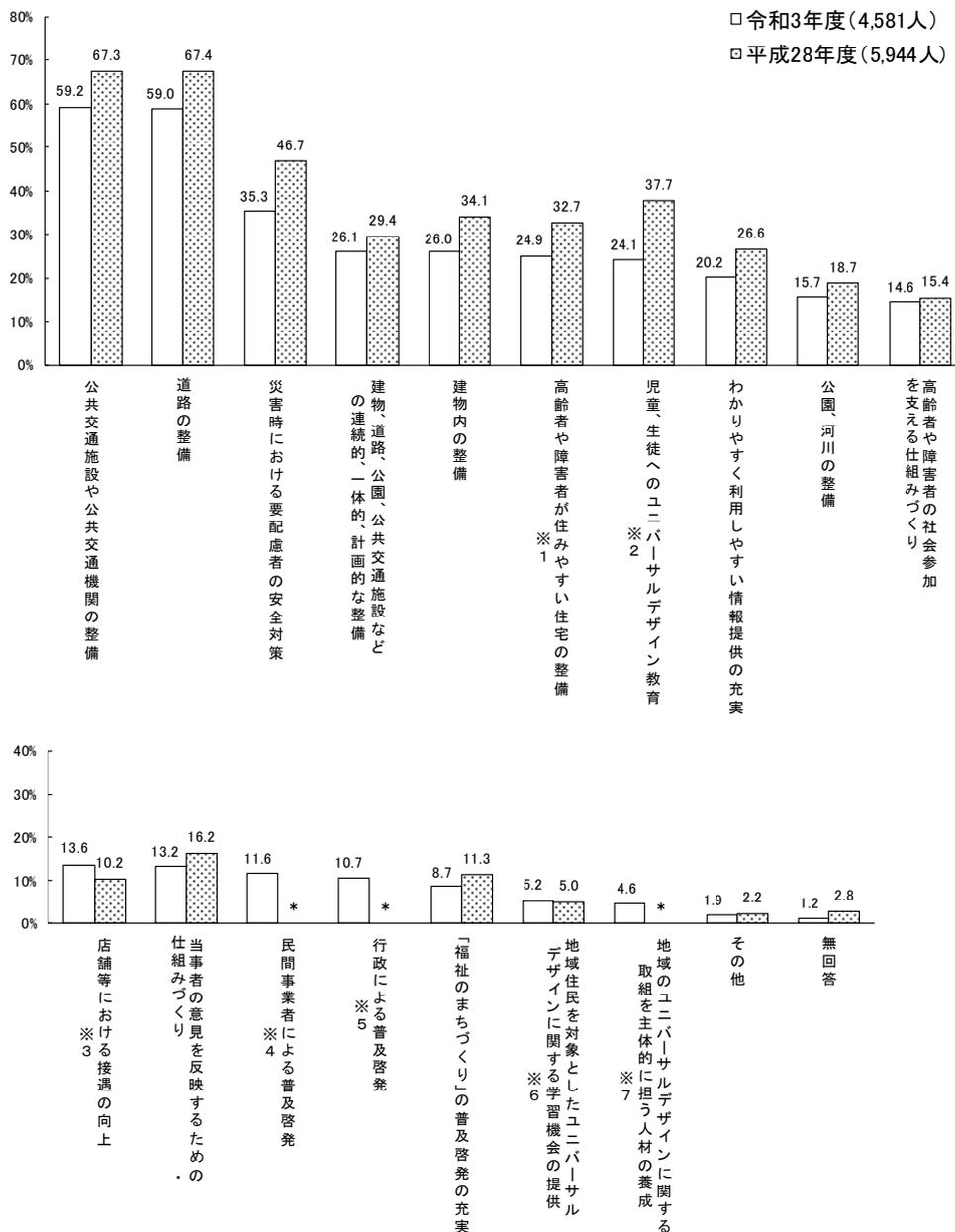
外出時の障害ありグループ	「何らかの障害があるために、外出の際、福祉機器や介助者が必要である」と答えた者 (287人)
乳幼児連れグループ	「乳幼児を連れて外出することがある」と答えた者 (347人)
高齢者グループ	年齢が65歳以上の者 (1,600人)

- 福祉のまちづくりで特に重点的に取り組む必要があるもの〔複数回答〕
 - ・今後「ユニバーサルデザインの理念に基づいた福祉のまちづくり」を進めていくにあたり、東京都が特に重点をおいて取り組む必要があるものを聞いたところ、「公共交通施設や公共交通機関の整備」の割合が59.2%、「道路の整備」が59.0%となっている。



図Ⅱ-1-4 福祉のまちづくりで特に重点的に取り組む必要があるもの〔複数回答〕

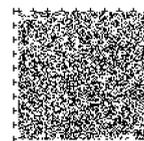
—平成 28 年度調査との比較



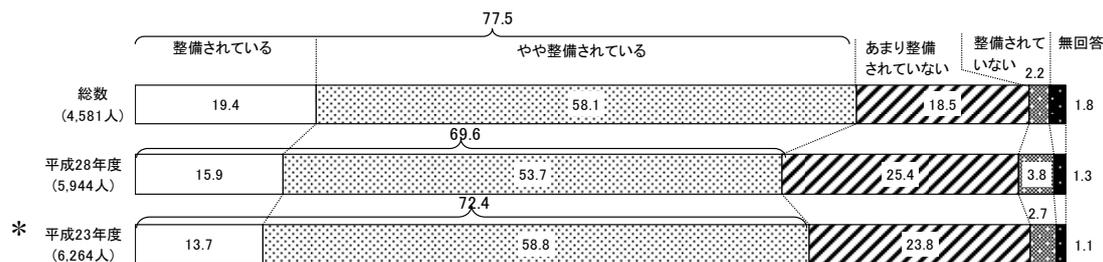
(注1) ※1は、平成 28 年度調査では「高齢者や障害者にも住みやすい住宅の整備」としていた。
 (注2) ※2は、平成 28 年度調査では「学校におけるユニバーサルデザイン教育等の推進」としていた。
 (注3) ※3は、平成 28 年度調査では「民間事業者による従業員を対象とした接客対応向上等のための研修の実施」としていた。
 (注4) ※4、5、7は、平成 28 年度調査では選択肢を設けていなかった。
 (注5) ※6は、平成 28 年度調査では「地域住民を対象にしたユニバーサルデザインに関するセミナー・ワークショップの推進」としていた。

○ まちの中の案内標示などの整備状況に関する意識—過去調査との比較

- ・外出したいときに、行きたい建物や施設への案内標示や駅などの乗り換えの誘導標示など、まちの中の標示や説明がわかりやすく整備されているかを聞いたところ、「整備されている」と「やや整備されている」を合わせた割合は 77.5% で、平成 28 年度調査と比べて 7.9 ポイント増加している。



図Ⅱ -5-1 まちの中の案内標示などの整備状況に関する意識－過去調査との比較



○ まちの中の案内標示などを整備する上で、特に力を入れてもらいたいもの

[複数回答]

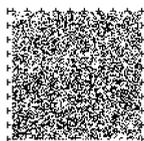
- ・ まちの中の案内標示などを整備する上で、特に力を入れてもらいたいものを年齢階級別にみると、20代では、「スマートフォンのアプリなどを活用した詳細情報を提供する」の割合が43.1%で最も高く、すべての年齢階級の中で最も高くなっている。

表Ⅱ -5-1 まちの中の案内標示などを整備する上で、特に力を入れてもらいたいもの [複数回答] - 性別、年齢階級別

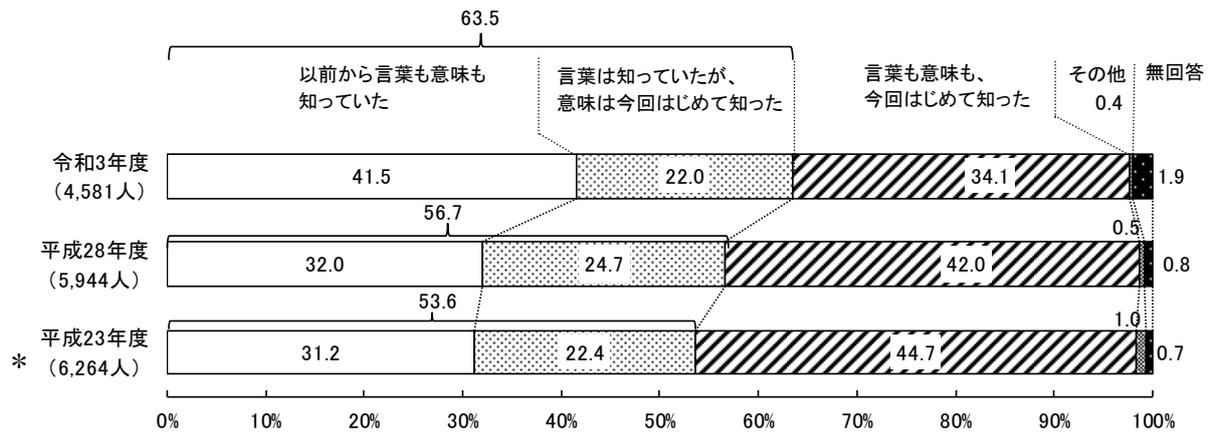
	総数	絵で標示する	大きい文字で標示する	ユニバーサルデザインに配慮する	必要な情報が伝わりやすいように整理する	複数の言語で表記する	活用したスマートフォンのアプリなどを提供	わかりやすい場所に設置する	数を増やす	常に新しい情報を更新するなど、	その他	無回答	
総数 (4,581)	100.0	35.3	53.5	27.4	36.1	16.0	27.8	59.1	27.7	27.5	2.7	2.0	
性別	男 (2,163)	100.0	35.2	48.9	26.3	33.3	15.4	31.4	57.0	29.4	25.8	3.0	1.8
	女 (2,412)	100.0	35.4	57.8	28.4	38.6	16.5	24.6	61.2	26.3	29.1	2.4	2.2
年齢階級別	20～29歳 (411)	100.0	37.5	37.0	25.8	30.4	17.0	43.1	41.6	28.5	27.3	1.2	1.5
	30～39歳 (519)	100.0	40.7	41.2	31.2	34.1	17.7	40.8	54.3	22.5	28.7	3.3	1.2
	40～49歳 (776)	100.0	34.8	43.4	29.3	37.0	15.9	35.3	53.5	23.5	27.3	4.4	1.3
	50～59歳 (914)	100.0	33.3	55.1	33.5	37.7	17.0	30.9	59.7	24.9	28.0	2.0	1.2
	60～69歳 (726)	100.0	37.1	59.1	27.4	37.7	17.1	25.5	66.4	30.6	29.5	3.0	1.9
	70～79歳 (834)	100.0	32.6	66.3	22.2	37.2	14.5	13.4	68.1	33.9	26.9	1.8	2.8
	80歳以上 (401)	100.0	33.9	65.8	17.5	34.2	11.5	8.2	60.8	30.4	22.9	3.5	5.5
	(再掲) 65歳以上 (1,600)	100.0	33.6	65.0	21.8	36.4	14.3	14.8	66.5	32.7	26.0	2.6	3.4

○ ユニバーサルデザインの認知度－過去調査との比較

- ・ 「ユニバーサルデザイン」という言葉や意味を知っているかどうか聞いたところ、「以前から言葉も意味も知っていた」と「言葉は知っていたが意味は今回初めて知った」を合わせた割合は、63.5%で、平成28年度と比べて6.8ポイント増加している。



図Ⅱ -6-1 ユニバーサルデザインの認知度－過去調査との比較



(注) ユニバーサルデザインについて、調査票では下記のとおり言葉の意味を案内している。

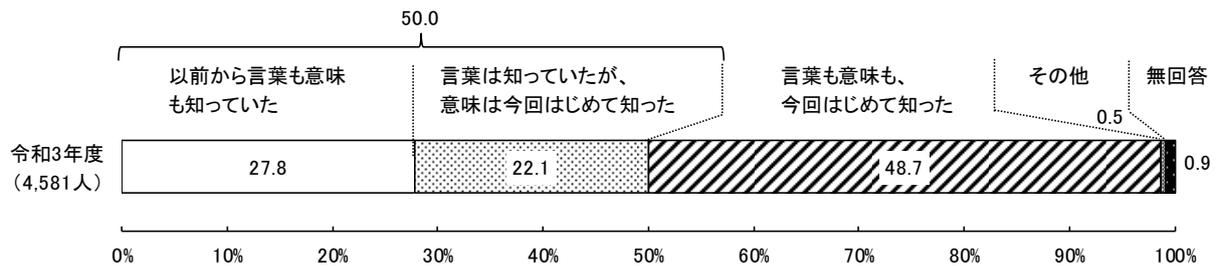
ユニバーサルデザインとは…

年齢、性別、国籍、個人の能力にかかわらず、はじめからできるだけ多くの人々が利用可能なように都市や生活環境をデザインすることです。その対象はハード（都市施設や製品など）からソフト（教育や情報、サービスなど）に至るまで多岐にわたっています。

○ 心のバリアフリーの認知度

- ・ 「心のバリアフリー」という言葉や意味を知っているか聞いたところ、「以前から言葉も意味も知っていた」と「言葉は知っていたが意味は今回初めて知った」を合わせた割合は、50.0%となっている。
- ・ 一方、「言葉も意味も、今回はじめて知った」の割合は、48.7%となっている。

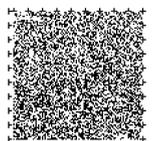
図Ⅱ -7-4 心のバリアフリーの認知度



(注) 心のバリアフリーについて、調査票では下記のとおり言葉の意味を案内している。

心のバリアフリーとは…

誰もが円滑に移動し、様々な活動を楽しめるまちづくりを進めるため、全ての人が平等に参加できる社会や環境について考え、必要な行動を続けることです。



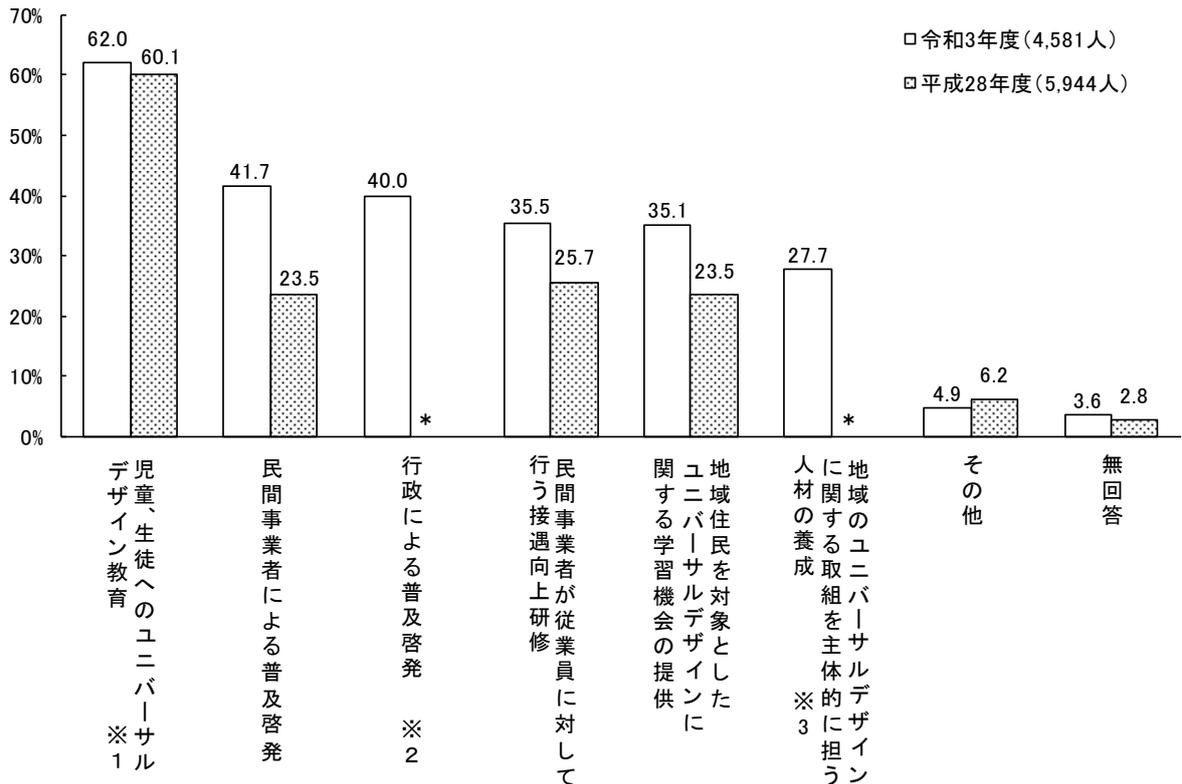
○ 心のバリアフリーの推進のために効果的だと思う取組〔複数回答〕

ー平成 28 年度調査との比較

- ・心のバリアフリーの実現のため、効果的だと思う取組について聞いたところ、「児童、生徒へのユニバーサルデザイン教育」の割合が 62.0% で最も高く、次いで「民間事業者による普及啓発」が 41.7% となっている。

図Ⅱ -7-5 心のバリアフリーの推進のために効果的だと思う取組〔複数回答〕

ー平成 28 年度調査との比較



(注1) ※1は、平成 28 年度調査では「学校でのユニバーサルデザイン教育」としていた。

(注2) ※2、3は、平成 28 年度調査では選択肢を設けていなかった。

