



平成27年度

ユニバーサルデザイン事業所取組調査 報告書



静岡県

目 次

1	調査概要	1
1.	調査目的	1
2.	調査設計	1
3.	回収結果	1
4.	報告書を見る際の注意点	1
5.	結果の概要	2
6.	調査標本数一覧	3
2	調査結果	5
1.	所在地	5
2.	業種	5
3.	従業員規模	6
4.	「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度	7
5.	事業を営む上でのユニバーサルデザインの必要性	10
6.	ユニバーサルデザインを取り入れる必要がないと考える理由	13
7.	ユニバーサルデザインを取り入れる必要があると考える理由	15
8.	事業を営む上でのユニバーサルデザインの取り入れ状況	17
9.	ユニバーサルデザインを取り入れていない理由	20
10.	ユニバーサルデザインの取り入れ方	22
11.	ユニバーサルデザインを取り入れる上での課題	24
12.	顧客の満足度を向上させるために重視している点	26
13.	ユニバーサルデザイン推進のために行政に期待すること	28
14.	自由意見（抜粋）	30
3	調査票	31

1 調査概要

1. 調査目的

県内事業所のユニバーサルデザインの取組状況と取り組む上での課題を明らかにし、ユニバーサルデザイン施策を、今後ともより効果的に進めていくための資料とする。

2. 調査設計

(調査対象)	静岡県内の従業員規模が5人以上の事業所
(抽出方法)	無作為抽出
(標本数)	2,000事業所
(調査方法)	郵送配布・郵送回収
(調査期間)	平成27年10月5日(月)～平成27年10月31日(土)

3. 回収結果

(配布数)	2,000事業所
(回収数)	815事業所
(有効回収数)	788事業所 ※回収数から白票などの無効票を引いた数
(有効回収率)	39.4%

4. 報告書を見る際の注意点

- ・基数となるべき調査数はNとして記載し、回答比率はこれを100%として算出している。
- ・比率はすべて百分率で表し、小数点以下第2位を四捨五入しているため、百分率の合計が100%にならない場合がある。
- ・複数回答可能な設問では、回答比率の合計が100%を超える場合がある。

5. 結果の概要

(1) ユニバーサルデザインの認知度

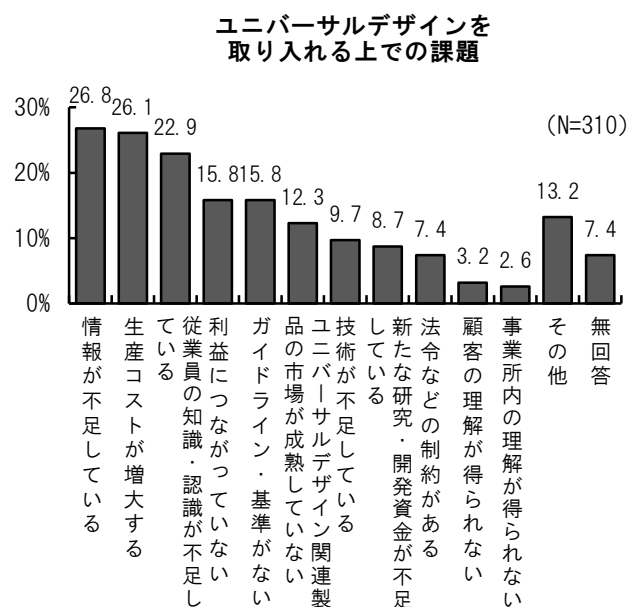
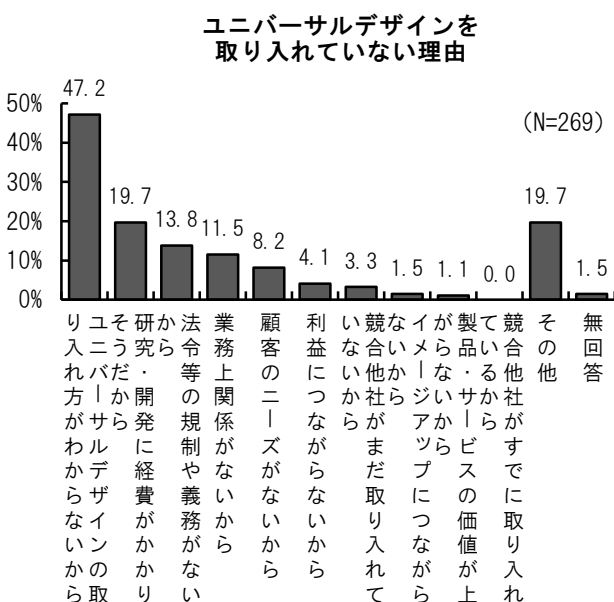
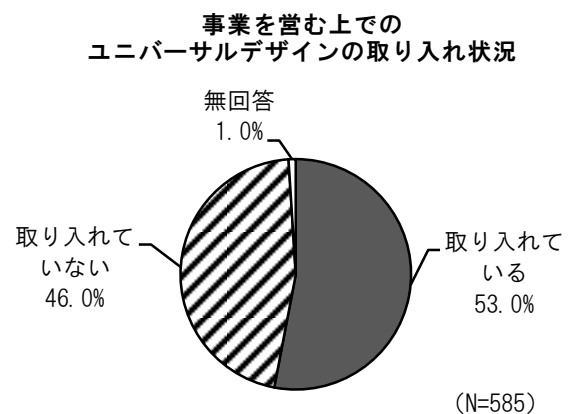
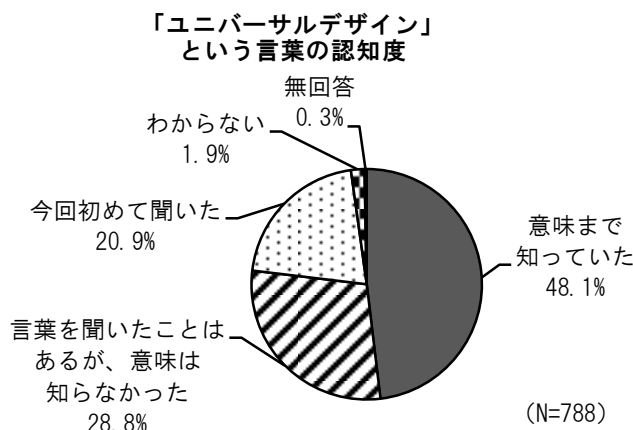
- ・「ユニバーサルデザインという言葉聞いたことがある」と「言葉の意味まで知っていた」と回答した割合を合わせた「ユニバーサルデザインの認知度」については76.9%となっており、この内「言葉の意味まで知っていた」と回答した割合が48.1%と、平成24年度の調査結果と比較して7.5ポイント上昇した。

(2) ユニバーサルデザインの取組状況

- ・「ユニバーサルデザインを取り入れている」と回答した事業者の割合が53.0%と、平成24年度の調査結果である46.8%から6.2ポイント上昇しており、これまでの調査で初めて5割を上回る結果となった。

(3) 課題

- ・実際に事業にユニバーサルデザインを取り入れている事業者の4分の1以上が「情報が不足している」と回答した。
- ・まだ事業にユニバーサルデザインを取り入れていない事業者の約半数が「取り入れ方がわからない」と回答した。



6. 調査標本数一覧

<産業分類別>

産業分類	抽出事業所数
農林業	11
漁業	2
鉱業，採石業，砂利採取業	1
建設業	190
製造業	308
電気・ガス・熱供給・水道業	5
情報通信業	18
運輸業，郵便業	81
卸売業，小売業	503
金融業，保険業	49
不動産業，物品賃貸業	40
学術研究，専門・技術サービス業	57
宿泊業，飲食サービス業	238
生活関連サービス業，娯楽業	83
教育，学習支援業	79
医療，福祉	206
複合サービス事業	20
サービス業（他に分類されないもの）	109
総計	2,000

<従業員規模別>

従業員規模	抽出事業所数
5～9人	940
10～19人	579
20～29人	196
30～49人	134
50～99人	85
100～199人	38
200～299人	10
300～499人	10
500～999人	4
1,000人以上	4
総計	2,000

<所在地別>

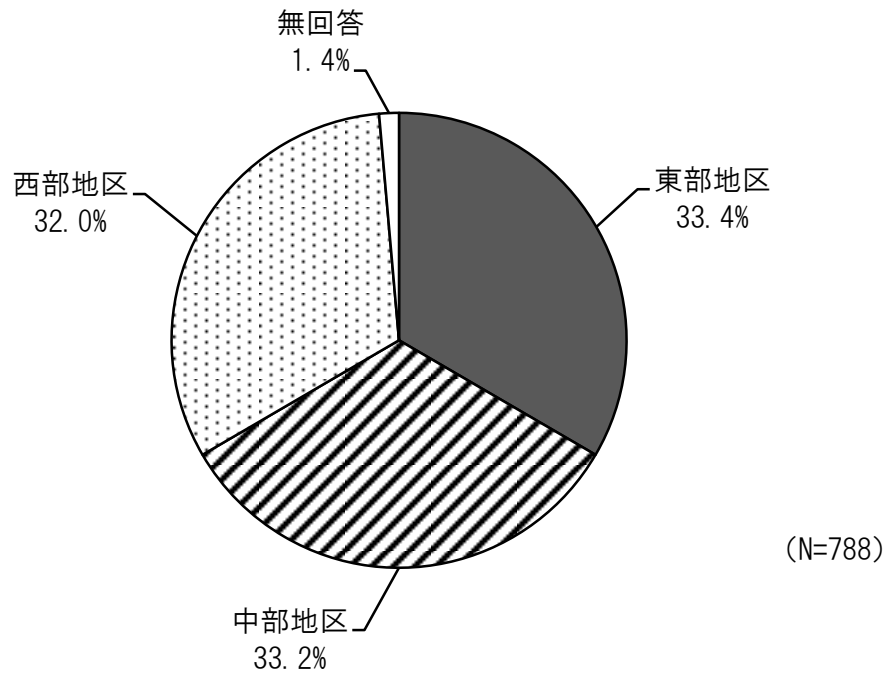
市郡名	区町名	抽出事業所数
静岡市	葵区	176
	駿河区	117
	清水区	116
浜松市	中区	157
	東区	77
	西区	63
	南区	55
	北区	38
	浜北区	40
	天竜区	14
沼津市		109
熱海市		22
三島市		53
富士宮市		65
伊東市		33
島田市		57
富士市		150
磐田市		87
焼津市		81
掛川市		52
藤枝市		61
御殿場市		37

市郡名	区町名	抽出事業所数
袋井市		43
下田市		14
裾野市		30
湖西市		29
伊豆市		18
御前崎市		23
菊川市		16
伊豆の国市		19
牧之原市		28
賀茂郡	東伊豆町	7
	河津町	2
	南伊豆町	1
	松崎町	3
田方郡	西伊豆町	3
	函南町	16
駿東郡	清水町	28
	長泉町	19
	小山町	13
榛原郡	吉田町	17
	川根本町	6
周智郡	森町	5
総計		2,000

2 調査結果

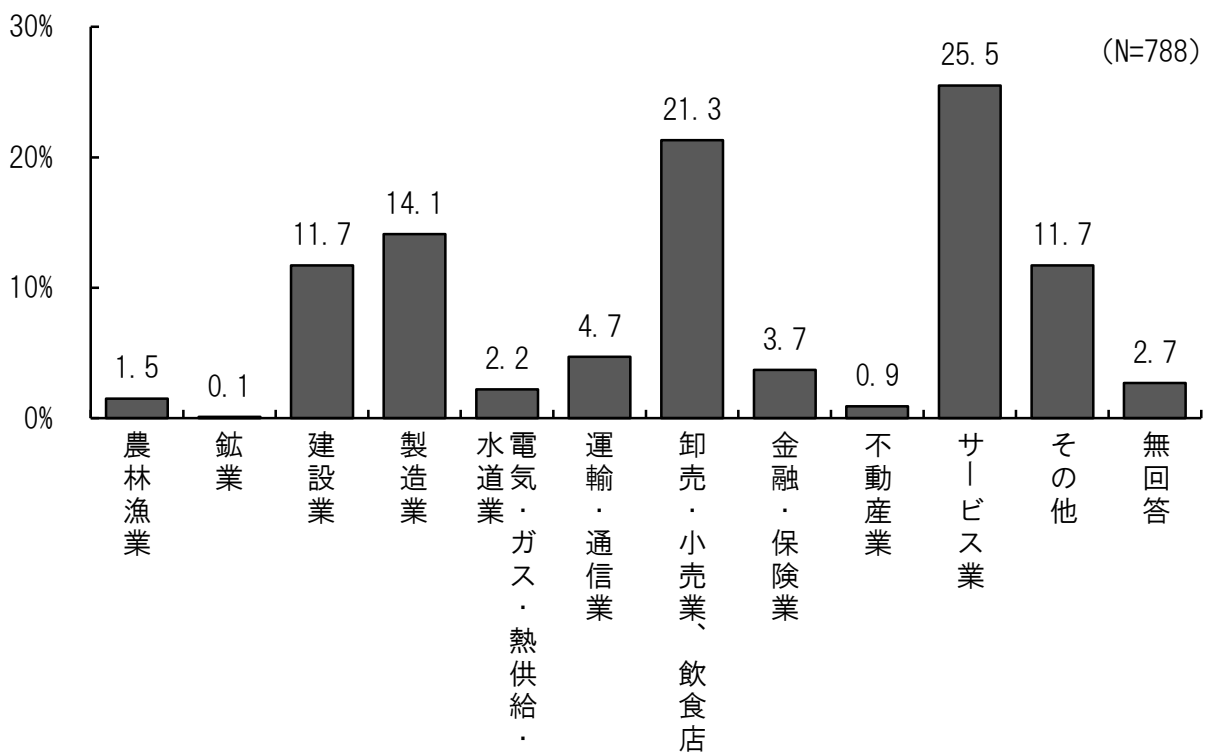
1. 所在地

(ア) 所在地



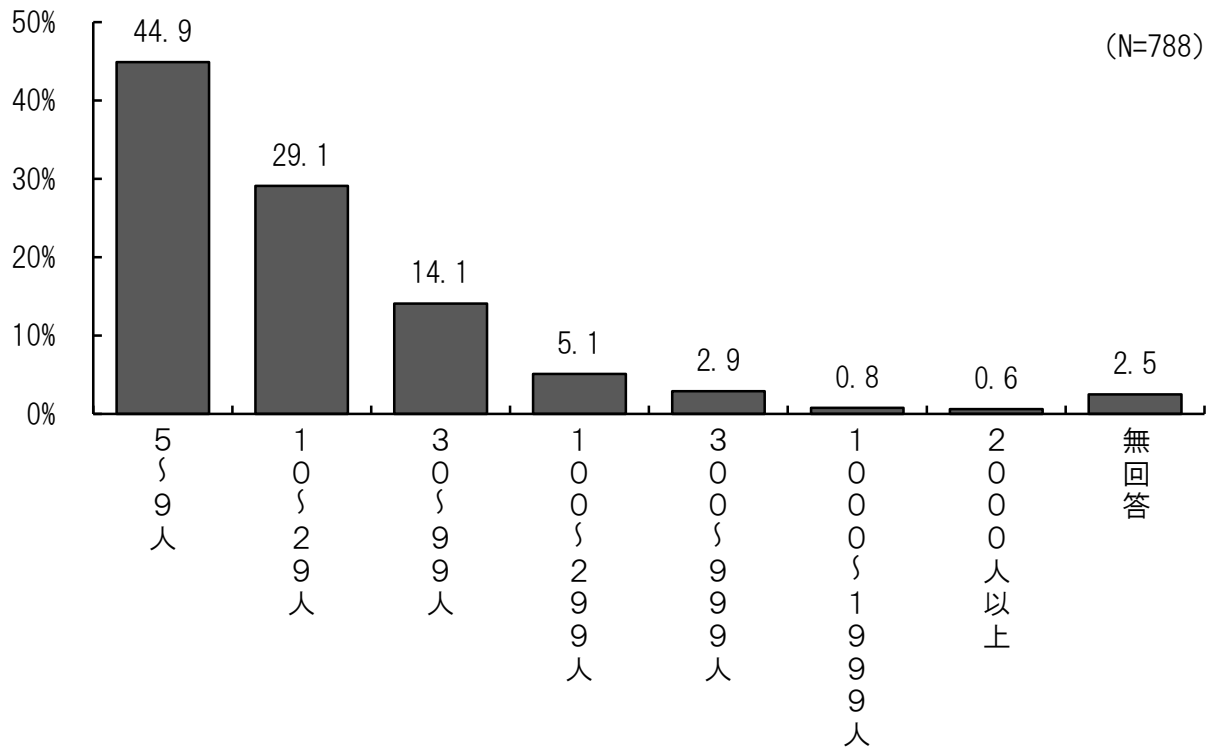
2. 業種

(イ) 業種



3. 従業員規模

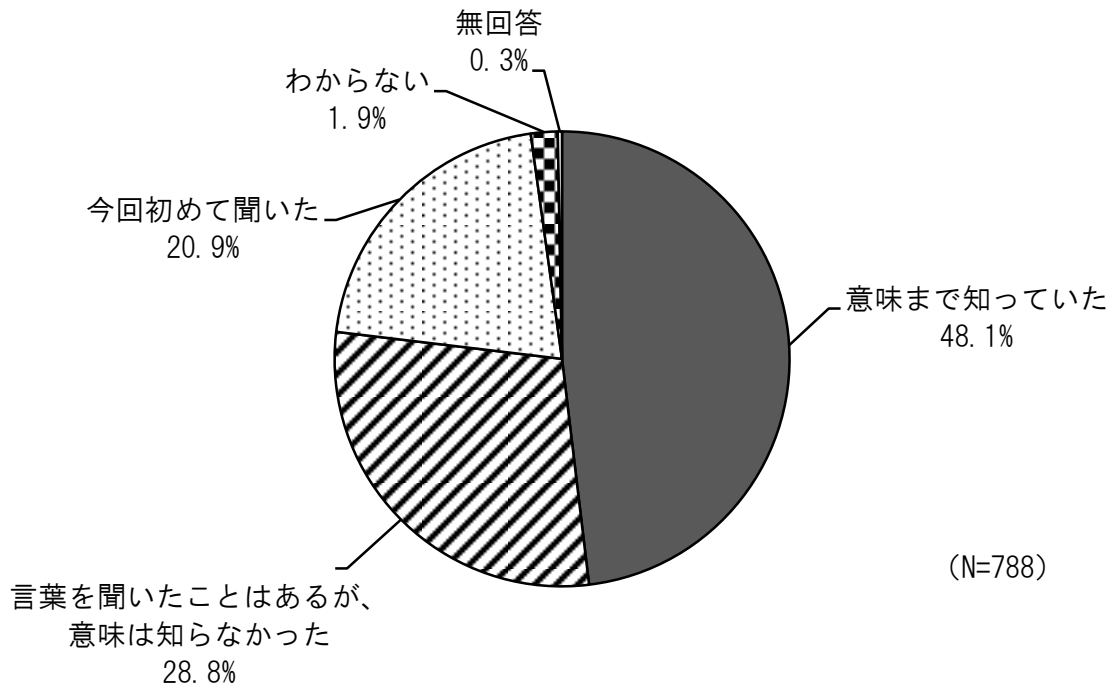
(ウ) 事業所の従業員規模



4. 「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度

問1 「ユニバーサルデザイン」とは、年齢、性別、身体能力など人々が持つ様々な特性や違いを認め合って、はじめから、できるだけすべての人が利用しやすい、すべての人に配慮した製品、建物、サービス、環境等をデザインしていこうとする考え方です。貴事業所は、この「ユニバーサルデザイン」という言葉を知っていましたか。あてはまるもの1つに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度は、「意味まで知っていた」が48.1%と最も多く、次いで「言葉を聞いたことはあるが、意味は知らなかった」が28.8%、「今回初めて聞いた」が20.9%、「わからない」が1.9%となっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	意味まで知っていた	言葉の意味は聞いたことはあるが、意味は知らなかった	今回初めて聞いた	わからない	無回答
所在地別	東部地区	263	44.5	29.3	24.0	2.3	-
	中部地区	262	49.6	30.2	18.3	1.5	0.4
	西部地区	252	50.8	27.0	20.2	1.6	0.4
業種別	農林漁業	12	-	66.7	33.3	-	-
	鉱業	1	-	100.0	-	-	-
	建設業	92	50.0	30.4	18.5	1.1	-
	製造業	111	36.9	35.1	24.3	1.8	1.8
	電気・ガス・熱供給・水道業	17	58.8	23.5	17.6	-	-
	運輸・通信業	37	45.9	27.0	24.3	2.7	-
	卸売・小売業、飲食店	168	41.1	31.0	25.0	3.0	-
	金融・保険業	29	41.4	31.0	27.6	-	-
	不動産業	7	42.9	57.1	-	-	-
	サービス業	201	56.2	23.9	19.4	0.5	-
その他	92	67.4	18.5	10.9	3.3	-	
従業員規模別	5～9人	354	42.1	36.2	19.8	1.7	0.3
	10～29人	229	50.7	22.3	24.9	2.2	-
	30～99人	111	53.2	26.1	18.0	1.8	0.9
	100～299人	40	65.0	17.5	15.0	2.5	-
	300～999人	23	52.2	17.4	30.4	-	-
	1,000～1,999人	6	83.3	16.7	-	-	-
	2,000人以上	5	80.0	20.0	-	-	-

＜属性別結果の分析＞

所在地別では、どの地区も同様の傾向となっている。

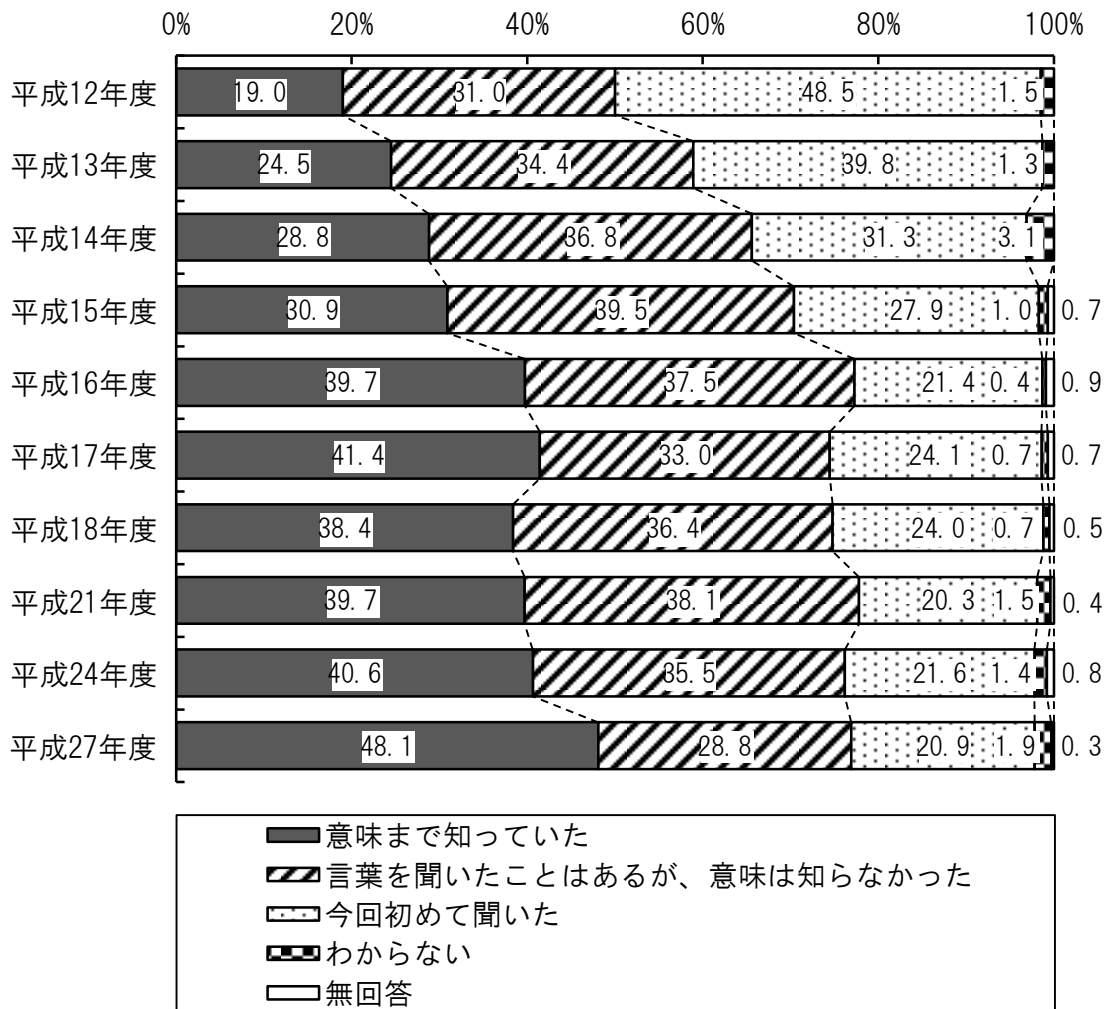
業種別では、「意味まで知っていた」は“その他”で67.4%と最も多くなっている。

従業員規模別では、“5～9人”で「意味まで知っていた」が42.1%と5割を下回っている。

＜属性別結果からの考察＞

業種によって認知度にばらつきがあり、“5～9人”の事業所の認知度が低い。全体的なPRだけではなく、業種の特長や規模に応じたPRが必要である。

<年度別結果>



<年度別結果の分析>

年度別では、「意味まで知っていた」は平成27年度で48.1%と、平成24年度に比べて7.5ポイント多くなっている。しかし、「意味まで知っていた」と「言葉を聞いたことはあるが、意味は知らなかった」の合計は76.9%と、前回調査の76.1%と比較してあまり変化がなかった。

一方、「今回初めて聞いた」は平成27年度で20.9%と、平成24年度に比べて0.7ポイント減ったが、平成16年度以降ほぼ横ばいで推移している。

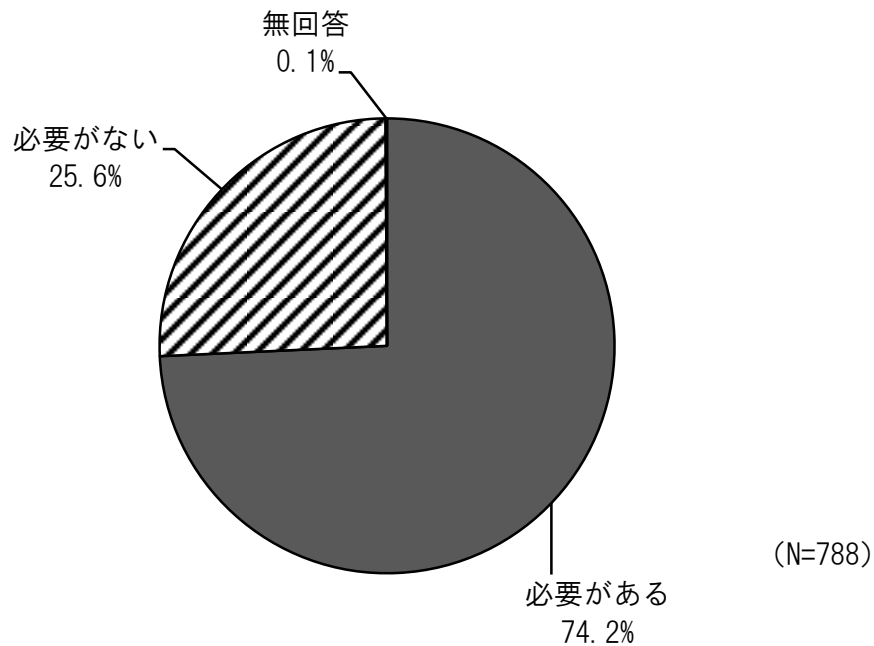
<年度別結果からの考察>

事業者にとって身近なユニバーサルデザインを取り入れた施設、サービスや環境を活用し、より分かりやすくPRしていく方法の検討が必要である。また、「意味まで知っていた」の割合をより一層高めることができる工夫の検討も併せて必要である。

5. 事業を営む上でのユニバーサルデザインの必要性

問2 貴事業所は、誰もが、「使いやすい製品づくり」、「買い物しやすい店舗づくり」、「働きやすい職場環境づくり」など、事業を営む上でユニバーサルデザインの考え方を取り入れていく必要があると考えますか。あてはまるもの1つに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

事業を営む上でのユニバーサルデザインの必要性は、「必要がある」が74.2%、「必要がない」が25.6%となっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	必要がある	必要がない	無回答
所在地別	東部地区	263	72.6	27.4	-
	中部地区	262	73.7	26.3	-
	西部地区	252	76.2	23.8	-
業種別	農林漁業	12	83.3	16.7	-
	鉱業	1	-	100.0	-
	建設業	92	68.5	31.5	-
	製造業	111	55.0	45.0	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	17	64.7	35.3	-
	運輸・通信業	37	78.4	21.6	-
	卸売・小売業、飲食店	168	75.0	25.0	-
	金融・保険業	29	86.2	13.8	-
	不動産業	7	57.1	42.9	-
	サービス業	201	83.1	16.9	-
	その他	92	79.3	20.7	-
従業員規模別	5～9人	354	71.8	28.2	-
	10～29人	229	72.5	27.5	-
	30～99人	111	76.6	23.4	-
	100～299人	40	82.5	17.5	-
	300～999人	23	91.3	8.7	-
	1,000～1,999人	6	83.3	16.7	-
	2,000人以上	5	100.0	-	-

＜属性別結果の分析＞

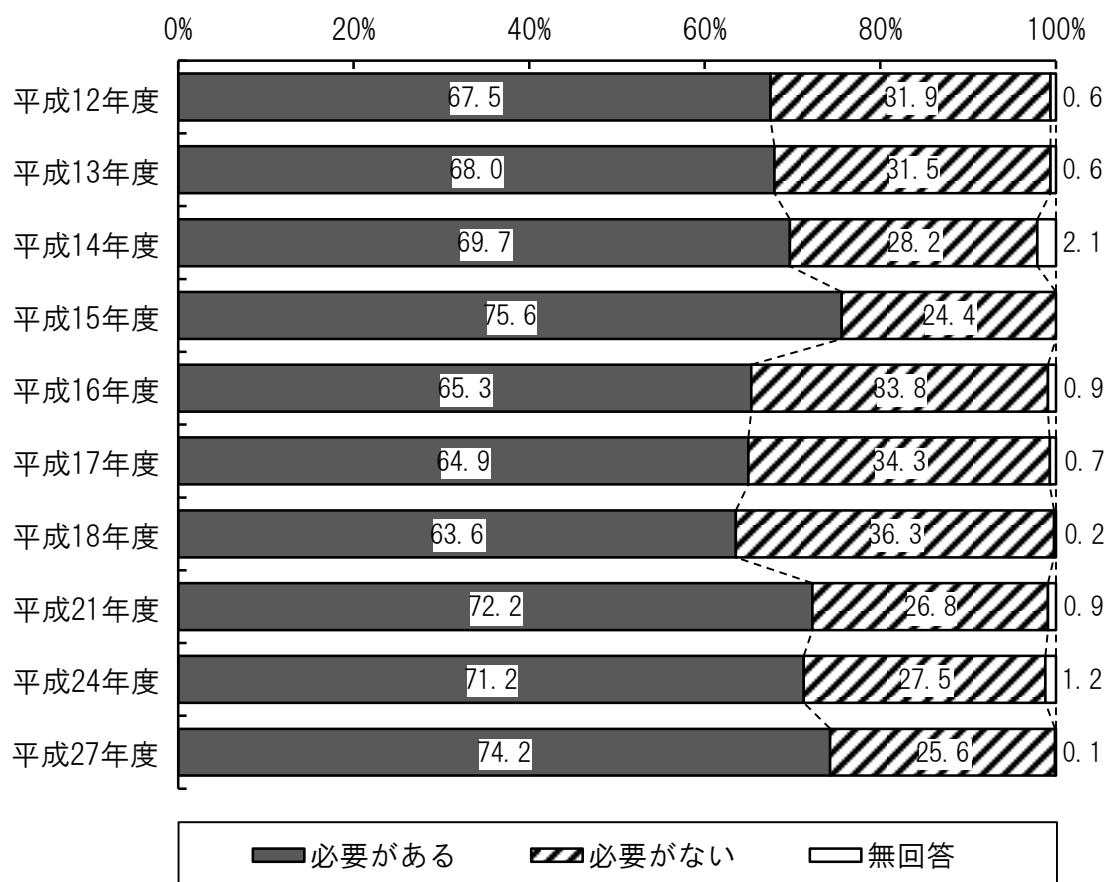
業種別では、「必要がある」は“金融・保険業”で86.2%と最も多くなっている。一方、“製造業”や“不動産業”で「必要がない」が他の業種と比べてやや多くなっている。

従業員規模別では、“2,000人以上”で「必要がない」と回答した事業所はなかった。また、従業員規模が大きくなるほど「必要がある」が多くなる傾向にある。

＜属性別結果からの考察＞

従業員規模、業種に合ったPR方法が必要である。

<年度別結果>



<年度別結果の分析>

年度別では、「必要がある」は平成27年度で74.2%と、平成24年度に比べて3.0ポイント多くなっているが、平成21年度以降あまり変化はみられない。

今回の調査では「必要がある」が74.2%となり、平成15年度の75.6%に次ぐ多さとなっている。

<年度別結果からの考察>

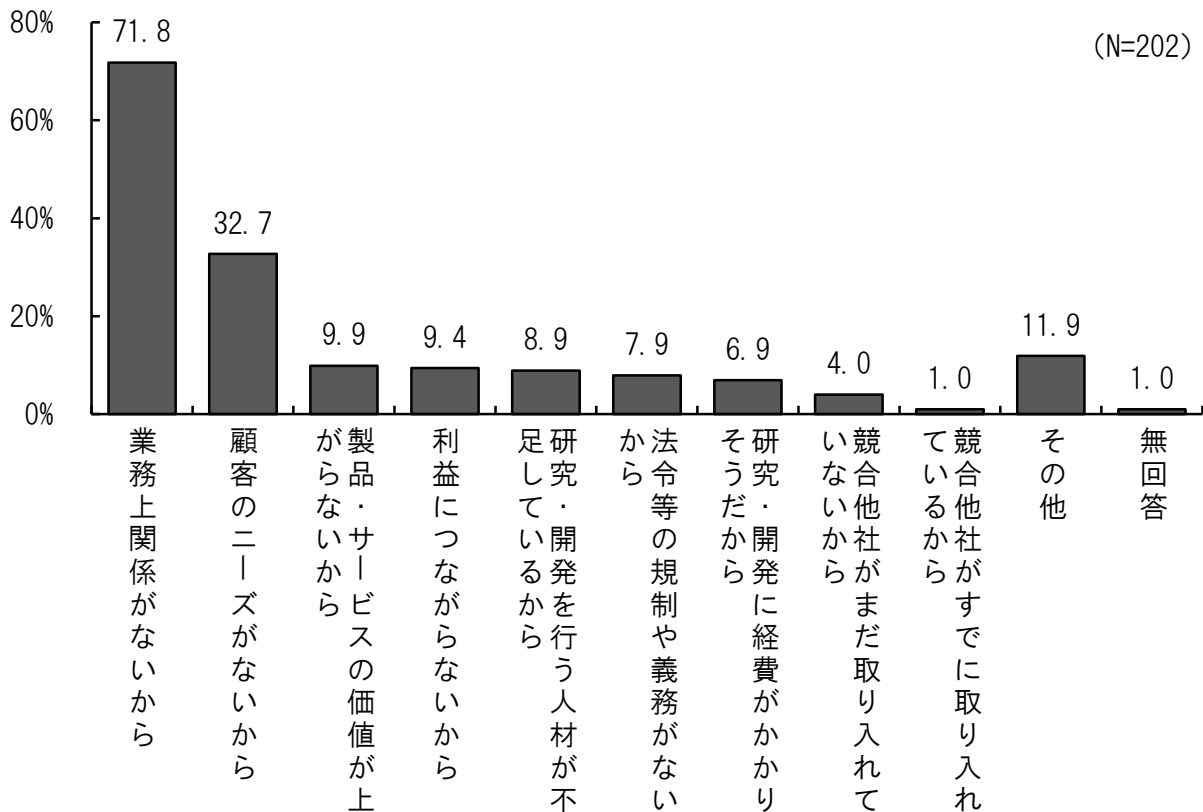
ユニバーサルデザインの考え方が必要であることを事業所が認識するようにこれまでのPRを見直し、ユニバーサルデザインの事業所としての役割や導入のメリットなどについて新たなPR方法を検討することが必要である。

6. ユニバーサルデザインを取り入れる必要がないと考える理由

【問2で「2 必要がない」と回答した事業所のみ】

問3 必要がないと考える理由は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

ユニバーサルデザインを取り入れる必要がないと考える理由は、「業務上関係がないから」が71.8%と最も多く、次いで「顧客のニーズがないから」が32.7%、「製品・サービスの価値が上がらないから」が9.9%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

	調査数	業務上関係がないから	顧客のニーズがないから	製品・サービスの価値が 上がらないから	利益につながらないから	研究・開発を行う人材が 不足しているから	法令等の規制や義務がな いから	研究・開発に経費がかか りそうだから	競合他社がまだ取り入れ ていないから	競合他社がすでに取り入 れているから	その他	無回答	
所在地別	東部地区	72	72.2	34.7	8.3	9.7	11.1	6.9	6.9	2.8	-	11.1	1.4
	中部地区	69	71.0	33.3	10.1	7.2	8.7	8.7	5.8	7.2	1.4	11.6	-
	西部地区	60	73.3	30.0	11.7	11.7	6.7	8.3	8.3	1.7	1.7	11.7	1.7
業種別	農林漁業	2	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	鉱業	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	29	75.9	34.5	13.8	10.3	20.7	13.8	13.8	6.9	-	10.3	-
	製造業	50	78.0	34.0	20.0	10.0	10.0	8.0	4.0	8.0	-	4.0	2.0
	電気・ガス・ 熱供給・水道業	6	66.7	16.7	16.7	-	-	-	-	-	-	16.7	-
	運輸・通信業	8	75.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-	37.5	-
	卸売・小売業、 飲食店	42	64.3	42.9	4.8	14.3	2.4	2.4	9.5	4.8	2.4	16.7	2.4
	金融・保険業	4	75.0	25.0	-	25.0	-	25.0	-	-	-	-	-
	不動産業	3	100.0	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	サービス業	34	67.6	35.3	5.9	11.8	11.8	11.8	8.8	-	2.9	11.8	-
その他	19	68.4	10.5	5.3	-	10.5	10.5	5.3	-	-	15.8	-	
従業員規模別	5～9人	100	75.0	32.0	10.0	8.0	11.0	7.0	7.0	2.0	1.0	5.0	1.0
	10～29人	63	76.2	34.9	7.9	9.5	6.3	7.9	4.8	4.8	-	12.7	-
	30～99人	26	65.4	30.8	11.5	15.4	11.5	15.4	11.5	11.5	-	26.9	3.8
	100～299人	7	14.3	28.6	14.3	-	-	-	-	-	14.3	28.6	-
	300～999人	2	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-
	1,000～1,999人	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-
	2,000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

＜属性別結果の分析＞

業種別では、“建設業”で「研究・開発を行う人材が不足しているから」が20.7%と、他の業種に比べてやや多くなっている。

＜属性別結果からの考察＞

「業務上関係がないから」と答える割合が高いが、顧客に直接関係する商品やサービスだけでなく、労働環境にも関係することをPRする必要がある。

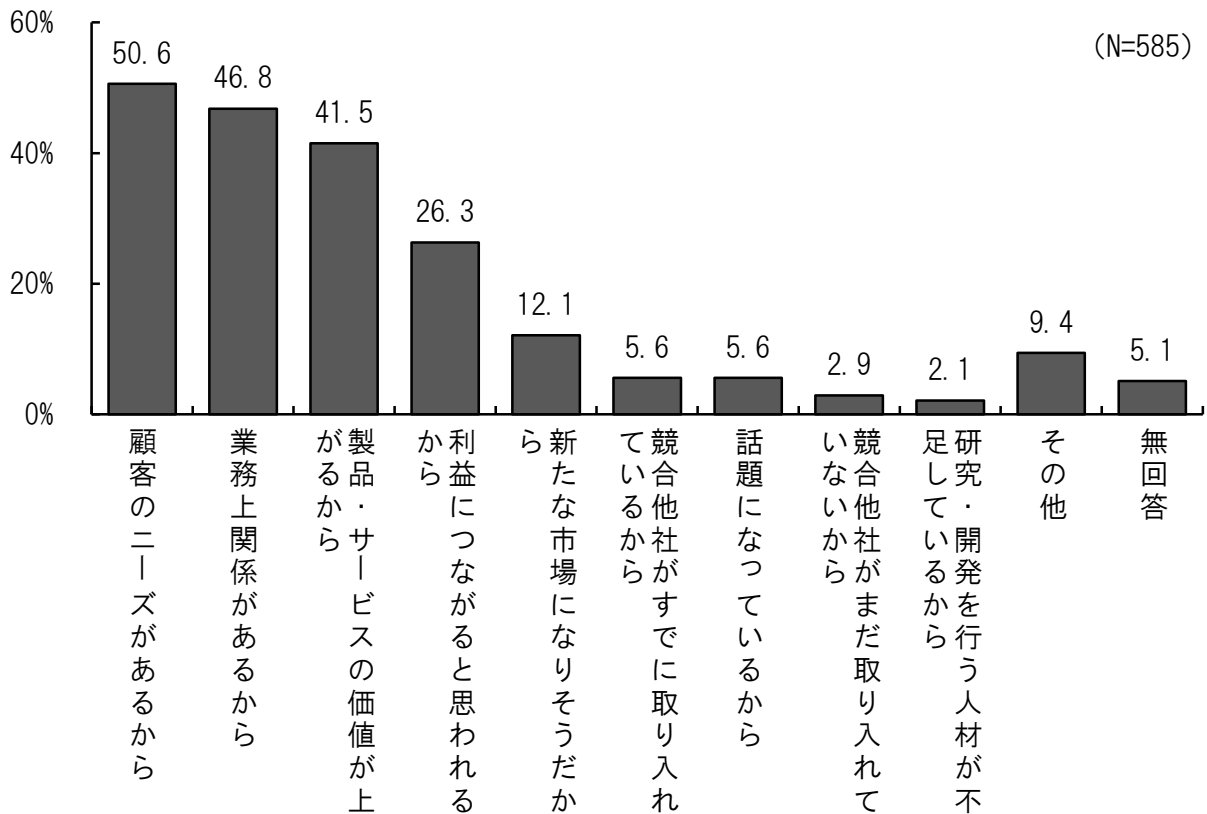
また、“建設業”で「研究・開発を行う人材が不足しているから」が多いことから、“建設業”に対しての人的支援が必要である。

7. ユニバーサルデザインを取り入れる必要があると考える理由

【問2で「1 必要がある」と回答した事業所のみ】

問4 必要があると考える理由は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

ユニバーサルデザインを取り入れる必要があると考える理由は、「顧客のニーズがあるから」が50.6%と最も多く、次いで「業務上関係があるから」が46.8%、「製品・サービスの価値が上がるから」が41.5%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	顧客のニーズがあるから	業務上関係があるから	製品・サービスの価値が上がるから	利益につながると思われるから	新たな市場になりそうだから	競合他社がすでに取り入れているから	話題になっているから	競合他社がまだ取り入れていないから	研究・開発を行う人材が不足しているから	その他	無回答
所在地別	東部地区	191	47.6	44.0	43.5	28.8	13.6	6.3	4.2	2.6	2.6	8.9	6.8
	中部地区	193	48.2	44.6	37.8	21.8	13.0	5.7	6.7	2.6	1.6	11.9	5.2
	西部地区	192	57.3	52.6	43.8	27.1	9.9	5.2	6.3	3.6	2.1	7.8	2.6
業種別	農林漁業	10	40.0	20.0	50.0	20.0	-	-	10.0	-	10.0	10.0	10.0
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	63	50.8	44.4	42.9	30.2	17.5	7.9	12.7	4.8	4.8	11.1	4.8
	製造業	61	27.9	37.7	52.5	31.1	19.7	1.6	4.9	4.9	6.6	9.8	4.9
	電気・ガス・熱供給・水道業	11	54.5	45.5	54.5	45.5	36.4	18.2	9.1	-	-	18.2	-
	運輸・通信業	29	37.9	48.3	31.0	24.1	10.3	6.9	10.3	3.4	3.4	13.8	10.3
	卸売・小売業、飲食店	126	54.0	38.1	47.6	34.1	15.9	9.5	4.8	4.0	0.8	11.9	3.2
	金融・保険業	25	44.0	44.0	32.0	16.0	8.0	4.0	8.0	-	-	8.0	4.0
	不動産業	4	75.0	50.0	-	25.0	25.0	-	-	-	-	25.0	-
	サービス業	167	61.7	52.1	39.5	21.0	8.4	4.2	3.6	1.8	-	6.0	6.6
その他	73	52.1	65.8	34.2	15.1	1.4	4.1	4.1	2.7	1.4	8.2	2.7	
従業員規模別	5～9人	254	48.0	44.5	39.4	29.1	14.6	5.1	4.7	1.6	2.0	11.8	3.9
	10～29人	166	52.4	48.8	44.0	29.5	12.0	5.4	7.2	4.2	2.4	7.2	4.2
	30～99人	85	52.9	48.2	38.8	20.0	8.2	5.9	5.9	4.7	2.4	8.2	9.4
	100～299人	33	57.6	48.5	36.4	15.2	6.1	6.1	6.1	6.1	3.0	15.2	9.1
	300～999人	21	42.9	52.4	66.7	19.0	9.5	14.3	4.8	-	-	4.8	-
	1,000～1,999人	5	100.0	40.0	80.0	-	-	20.0	-	-	-	-	-
	2,000人以上	5	80.0	80.0	40.0	-	-	-	-	-	-	-	-

＜属性別結果の分析＞

業種別では、“農林漁業”と“製造業”では「製品・サービスの価値が上がるから」が最も多くなっている。また、“運輸・通信業”と“その他”では「業務上関係があるから」が最も多くなっている。

＜属性別結果からの考察＞

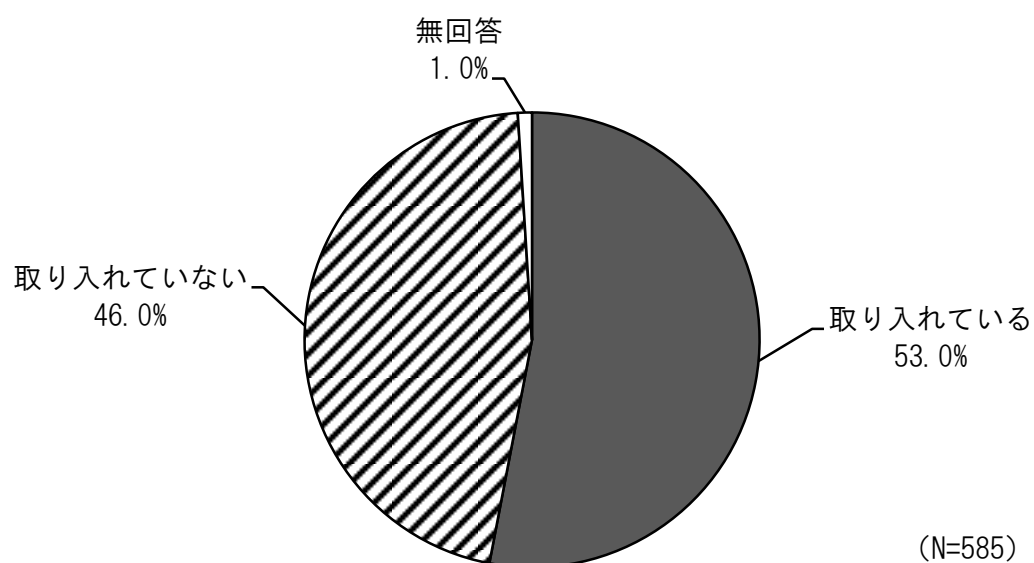
業種によって必要な理由は様々であるが、“電気・ガス・熱供給・水道業”では「新たな市場になりそうだから」というビジネスチャンスとしての側面があることがわかる。ユニバーサルデザインを導入することのメリットだけでなく、ビジネスチャンスとしての側面もPRしていくことで、必要性の理解を深めることができると考えられる。

8. 事業を営む上でのユニバーサルデザインの取り入れ状況

【問2で「1 必要がある」と回答した事業所のみ】

問5 貴事業所は、事業を営む上で実際にユニバーサルデザインを取り入れていますか。あてはまるもの1つに○印をつけてください。例えば、値札や取扱説明書を大きく分かりやすくしたり、開封しやすいパッケージにしたり、出入口にスロープを付けたりするなど、誰もが使いやすいものづくりや働きやすい職場環境づくりを心がけている、などです。

<全体結果>



<結果の分析>

事業を営む上でのユニバーサルデザインの取り入れ状況は、「取り入れている」が53.0%、「取り入っていない」が46.0%となっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	取り入れている	取り入れていない	無回答
所在地別	東部地区	191	49.7	47.6	2.6
	中部地区	193	53.9	46.1	-
	西部地区	192	53.6	45.8	0.5
業種別	農林漁業	10	40.0	60.0	-
	鉱業	-	-	-	-
	建設業	63	41.3	55.6	3.2
	製造業	61	45.9	52.5	1.6
	電気・ガス・熱供給・水道業	11	36.4	63.6	-
	運輸・通信業	29	58.6	41.4	-
	卸売・小売業、飲食店	126	42.1	57.1	0.8
	金融・保険業	25	64.0	36.0	-
	不動産業	4	25.0	75.0	-
	サービス業	167	58.7	40.1	1.2
従業員規模別	その他	73	72.6	27.4	-
	5～9人	254	42.9	55.9	1.2
	10～29人	166	54.8	44.0	1.2
	30～99人	85	60.0	38.8	1.2
	100～299人	33	72.7	27.3	-
	300～999人	21	76.2	23.8	-
	1,000～1,999人	5	100.0	-	-
2,000人以上	5	40.0	60.0	-	

＜属性別結果の分析＞

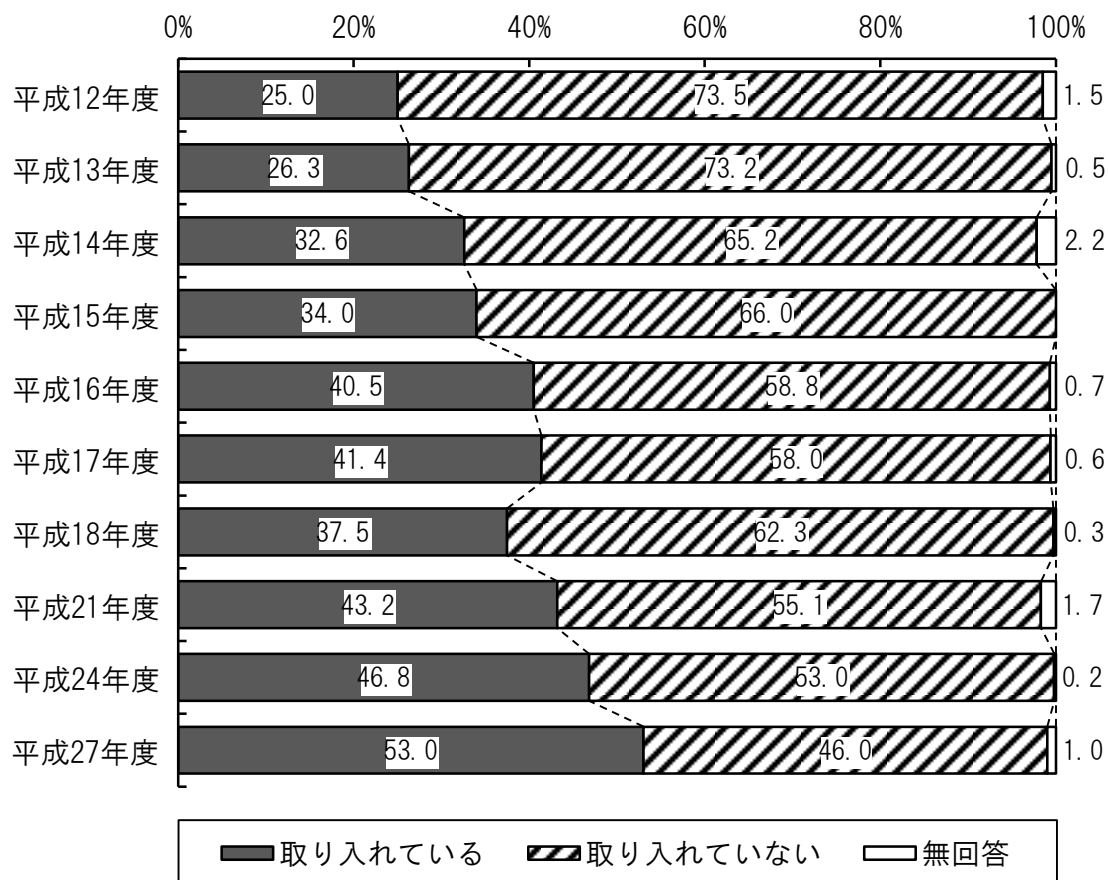
業種別では、「取り入れている」は“その他”で72.6%と最も多くなっている。

従業員規模別では、“1,000～1,999人”で「取り入れていない」と回答した事業所はなかった。

＜属性別結果からの考察＞

従業員規模が小さくなるほど「取り入れている」の割合が低くなる傾向にある。認知度に関しても同様の傾向があるため、従業員規模が小さい事業所へのPRが必要である。

<年度別結果>



<年度別結果の分析>

年度別では、「取り入れている」は平成27年度で53.0%と、平成24年度に比べて6.2ポイント多くなっている。

「取り入れている」は平成18年度で前年度に比べてやや低くなったものの、以降は増加傾向にあり、今回の調査で初めて5割を上回った。

<年度別結果からの考察>

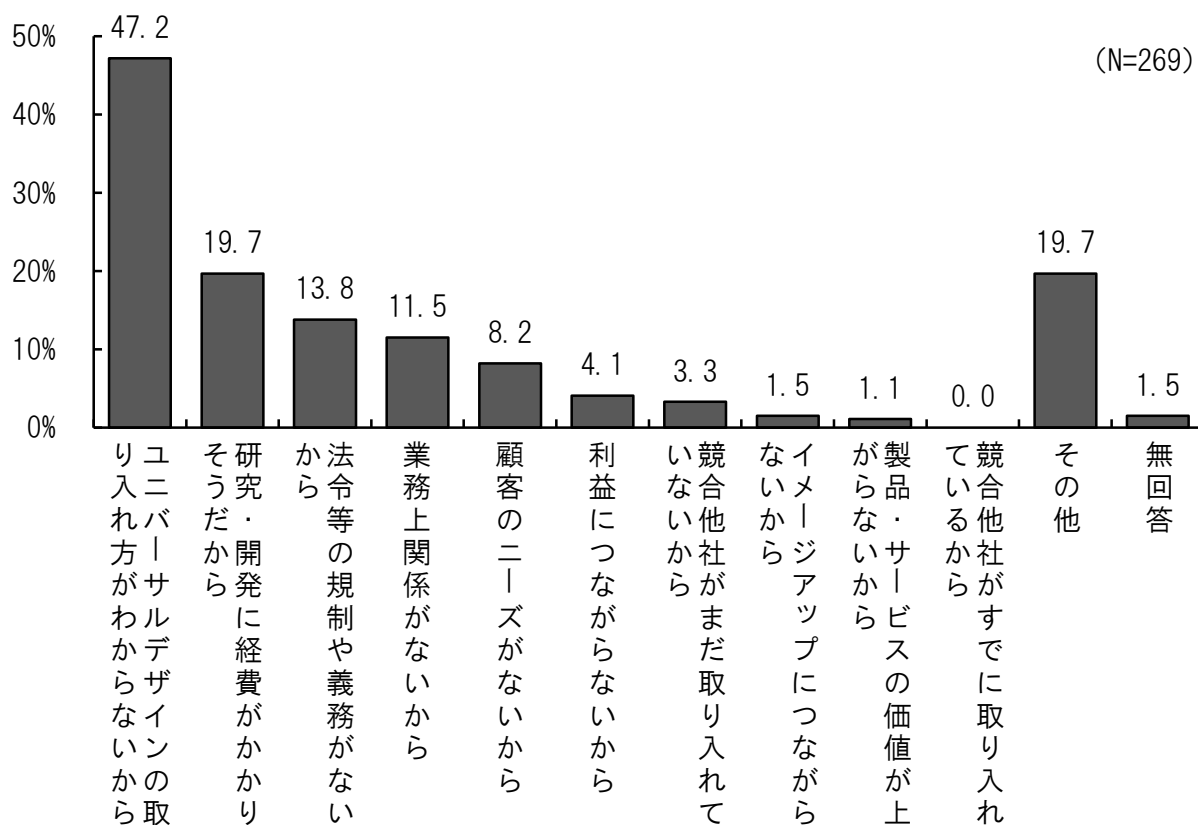
属性別の結果なども考え、「取り入れていない」業種や従業員規模が小さい事業所においても取り入れていけるような方法や事例を紹介していくなど対象に合ったPR活動をしていくことが必要である。

9. ユニバーサルデザインを取り入れていない理由

【問5で「2 取り入れていない」と回答した事業所のみ】

問6 貴事業所がユニバーサルデザインを取り入れていない理由は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

ユニバーサルデザインを取り入れていない理由は、「ユニバーサルデザインの取り入れ方がわからないから」が47.2%と最も多く、次いで「研究・開発に経費がかかりそうだから」が19.7%、「法令等の規制や義務がないから」が13.8%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	から取り入れ方がわからない	ユニバーサルデザイン	研究・開発に経費がかかりそうだから	法令等の規制や義務がないから	業務上関係がないから	顧客のニーズがないから	利益につながらないから	競合他社がまだ取り入れていないから	競合他社がすでに取り入れているから	製品・サービスの価値が	上がらないから	イメージアップにつながらないから	その他	無回答
所在地別	東部地区	91	47.3	28.6	14.3	11.0	6.6	3.3	3.3	3.3	3.3	2.2	-	19.8	1.1	
	中部地区	89	53.9	16.9	13.5	9.0	11.2	4.5	4.5	1.1	1.1	-	15.7	1.1		
	西部地区	88	39.8	13.6	12.5	14.8	6.8	4.5	2.3	-	-	-	22.7	2.3		
業種別	農林漁業	6	66.7	16.7	-	16.7	-	16.7	-	-	-	-	-	16.7	-	
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	建設業	35	40.0	14.3	17.1	11.4	20.0	2.9	5.7	-	2.9	-	22.9	-		
	製造業	32	37.5	18.8	28.1	31.3	12.5	3.1	3.1	-	3.1	-	15.6	-		
	電気・ガス・熱供給・水道業	7	57.1	28.6	14.3	-	-	-	-	-	-	-	28.6	-		
	運輸・通信業	12	25.0	8.3	8.3	33.3	16.7	-	-	-	-	-	8.3	8.3		
	卸売・小売業、飲食店	72	51.4	30.6	13.9	8.3	4.2	-	5.6	2.8	1.4	-	19.4	1.4		
	金融・保険業	9	44.4	11.1	22.2	-	11.1	11.1	-	-	-	-	22.2	-		
	不動産業	3	33.3	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-	33.3	-		
	サービス業	67	50.7	14.9	9.0	4.5	4.5	9.0	3.0	3.0	-	-	17.9	3.0		
その他	20	45.0	20.0	-	15.0	-	5.0	-	-	-	-	30.0	-			
従業員規模別	5～9人	142	40.8	21.8	10.6	9.9	9.9	2.1	2.1	1.4	0.7	-	23.2	2.1		
	10～29人	73	54.8	21.9	19.2	12.3	5.5	4.1	2.7	2.7	1.4	-	13.7	-		
	30～99人	33	48.5	18.2	15.2	12.1	9.1	15.2	9.1	-	3.0	-	15.2	3.0		
	100～299人	9	55.6	-	11.1	33.3	11.1	-	-	-	-	-	33.3	-		
	300～999人	5	80.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0	-		
	1,000～1,999人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	2,000人以上	3	-	-	33.3	33.3	-	-	33.3	-	-	-	-	-		

＜属性別結果の分析＞

所在地別では、“東部地区”で「研究・開発に経費がかかりそうだから」が28.6%と、他の所在地に比べてやや多くなっている。

＜属性別結果からの考察＞

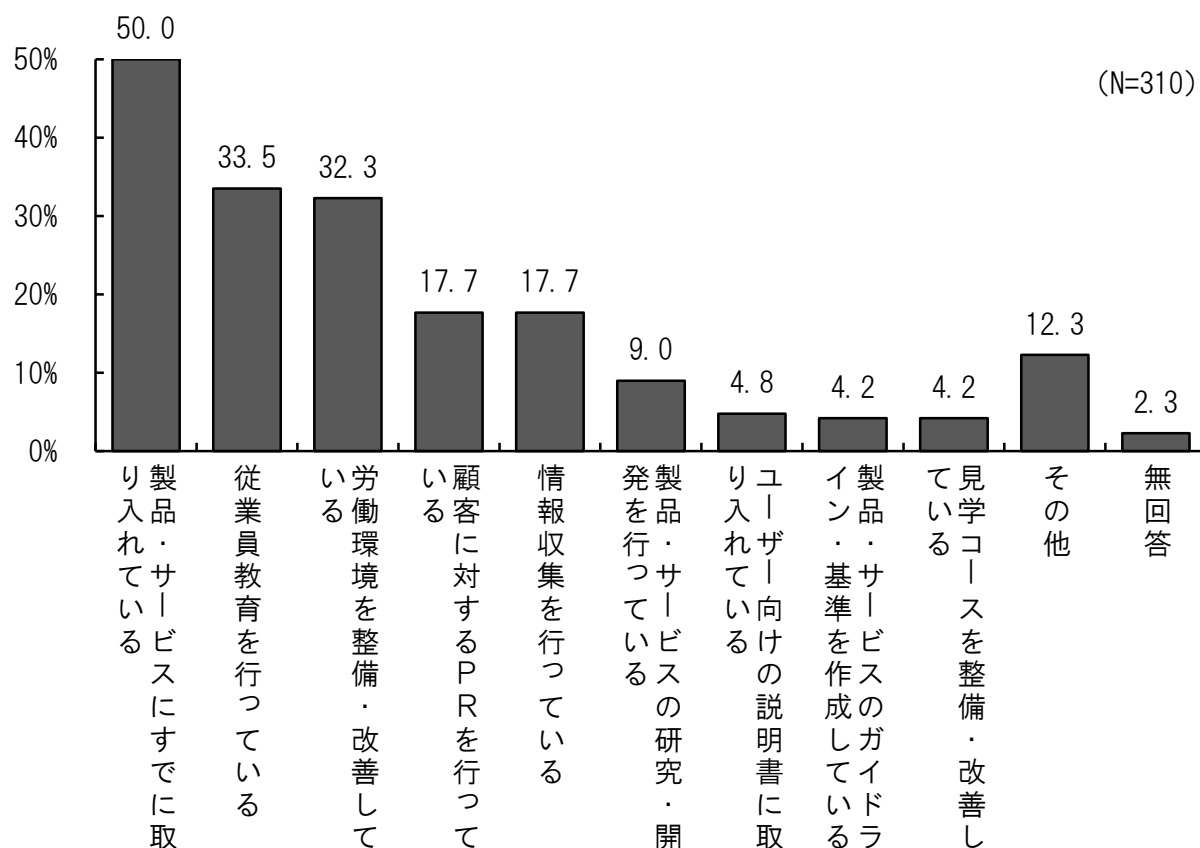
ユニバーサルデザインと関連の深い業種においても「ユニバーサルデザインの取り入れ方がわからないから」が多く、取り入れ方に関する情報が不足していると考えられる。業種ごとに取り入れ方が異なることも考えられるので実情に応じた情報提供など工夫が必要である。また、多大な経費を必要としない取り入れ方を実施する事業所や事例等の紹介を通じて、費用面に対する意識を変えていく取り組みが求められる。

10. ユニバーサルデザインの取り入れ方

【問5で「1 取り入れている」と回答した事業所のみ】

問7 貴事業所はユニバーサルデザインを、どのようなところに取り入れていますか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

ユニバーサルデザインの取り入れ方は、「製品・サービスにすでに取り入れている」が50.0%と最も多く、次いで「従業員教育を行っている」が33.5%、「労働環境を整備・改善している」が32.3%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	製品・サービスにすでに 取り入れている	従業員教育を行っている	労働環境を整備・改善している	顧客に対するPRを行っている	情報収集を行っている	製品・サービスの研究・ 開発を行っている	ユニバーサルデザインの説明書に 取り入れている	ユニバーサルデザインのガイド ライン・基準を作成している	見学コースを整備・改善 している	その他	無回答	
所在地別	東部地区	95	51.6	28.4	32.6	13.7	18.9	5.3	4.2	4.2	5.3	15.8	4.2	
	中部地区	104	50.0	34.6	32.7	18.3	16.3	13.5	4.8	2.9	3.8	10.6	1.9	
	西部地区	103	50.5	35.9	31.1	19.4	18.4	8.7	3.9	3.9	3.9	11.7	1.0	
業種別	農林漁業	4	25.0	-	50.0	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-	
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	建設業	26	80.8	34.6	19.2	30.8	26.9	19.2	-	3.8	7.7	3.8	-	
	製造業	28	42.9	25.0	57.1	14.3	7.1	14.3	7.1	10.7	3.6	7.1	3.6	
	電気・ガス・ 熱供給・水道業	4	50.0	25.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
	運輸・通信業	17	29.4	47.1	35.3	11.8	11.8	11.8	-	-	-	29.4	-	
	卸売・小売業、 飲食店	53	41.5	37.7	32.1	20.8	15.1	13.2	7.5	5.7	3.8	17.0	-	
	金融・保険業	16	43.8	37.5	31.3	31.3	12.5	6.3	6.3	-	-	12.5	-	
	不動産業	1	100.0	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	サービス業	98	53.1	27.6	24.5	12.2	20.4	5.1	5.1	2.0	3.1	9.2	5.1	
その他	53	58.5	39.6	32.1	13.2	20.8	5.7	3.8	3.8	9.4	18.9	1.9		
従業員規模別	5～9人	109	56.0	35.8	25.7	15.6	19.3	8.3	4.6	4.6	-	8.3	1.8	
	10～29人	91	44.0	33.0	36.3	14.3	17.6	9.9	3.3	3.3	6.6	11.0	2.2	
	30～99人	51	45.1	33.3	35.3	17.6	11.8	9.8	5.9	2.0	3.9	21.6	3.9	
	100～299人	24	58.3	25.0	37.5	29.2	16.7	8.3	4.2	-	12.5	20.8	4.2	
	300～999人	16	43.8	25.0	50.0	25.0	25.0	12.5	6.3	-	-	6.3	-	
	1,000～1,999人	5	60.0	20.0	20.0	-	20.0	-	20.0	-	20.0	40.0	-	
	2,000人以上	2	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	

＜属性別結果の分析＞

業種別では、“製造業”では「労働環境を整備・改善している」が57.1%と最も多くなっている。また、“運輸・通信業”では「従業員教育を行っている」が47.1%と最も多くなっている。

＜属性別結果からの考察＞

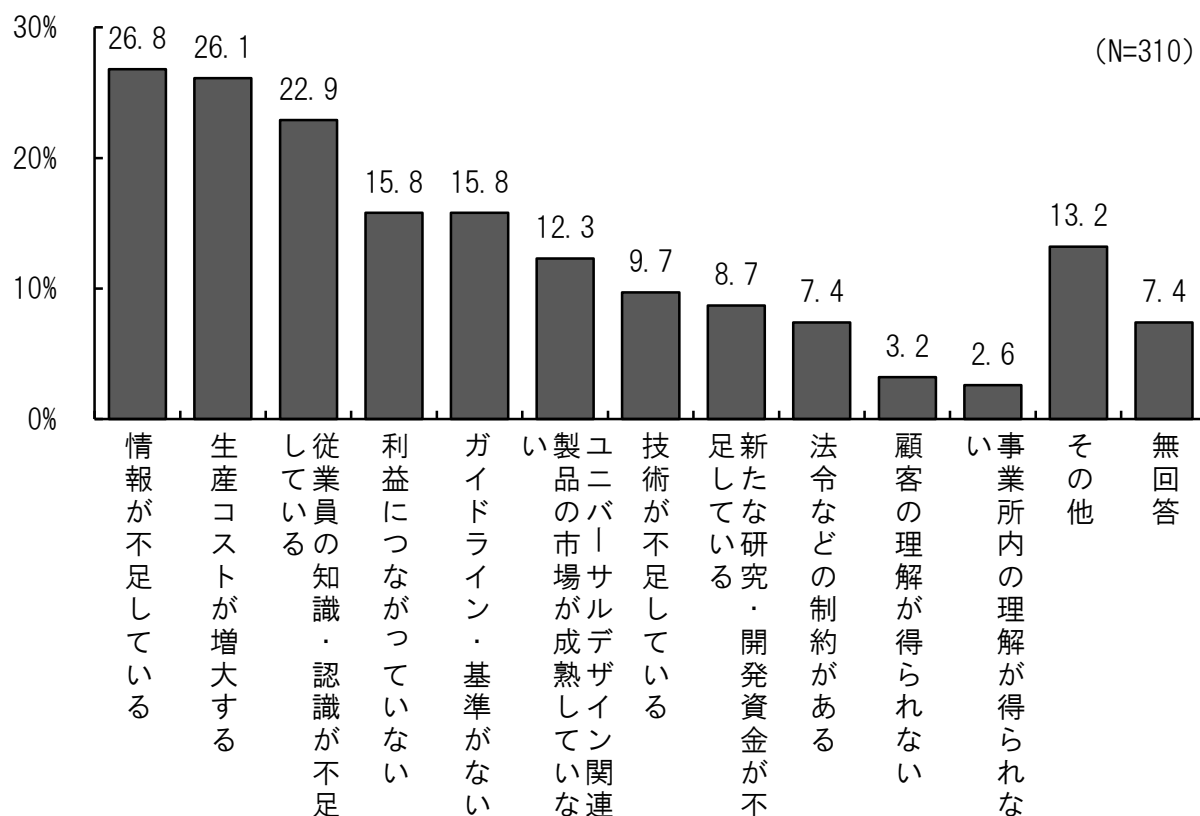
製品・サービスや労働環境にユニバーサルデザインを取り入れる事業所がほとんどであり、それ以外の視点のPRが不足していることがわかる。また、業種により力を入れる割合が異なるため、具体的な事例等を示すことを通じて多様なユニバーサルデザインの取り入れ方をPRする必要がある。

11. ユニバーサルデザインを取り入れる上での課題

【問5で「1 取り入れている」と回答した事業所のみ】

問8 貴事業所がユニバーサルデザインを取り入れる上で、課題となっていることは何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

ユニバーサルデザインを取り入れる上での課題は、「情報が不足している」が26.8%と最も多く、次いで「生産コストが増大する」が26.1%、「従業員の知識・認識が不足している」が22.9%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

	調査数	情報が不足している	生産コストが増大する	従業員の知識・認識が不足している	利益につながっていない	ガイドライン・基準がない	ユニバーサルデザイン関連製品の市場が成熟していない	技術が不足している	新たな研究・開発資金が不足している	法令などの制約がある	顧客の理解が得られない	事業所内の理解が得られない	その他	無回答	
所在地別	東部地区	95	26.3	20.0	20.0	16.8	18.9	16.8	4.2	2.1	8.4	3.2	2.1	11.6	8.4
	中部地区	104	24.0	27.9	22.1	14.4	9.6	10.6	8.7	15.4	5.8	2.9	-	16.3	7.7
	西部地区	103	30.1	30.1	24.3	13.6	18.4	9.7	13.6	7.8	7.8	3.9	3.9	12.6	5.8
業種別	農林漁業	4	50.0	25.0	-	-	-	-	25.0	-	-	25.0	-	-	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	26	7.7	30.8	19.2	11.5	11.5	7.7	11.5	7.7	7.7	-	-	11.5	19.2
	製造業	28	25.0	35.7	35.7	28.6	14.3	14.3	25.0	10.7	-	3.6	-	7.1	7.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	4	25.0	25.0	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-	25.0	-
	運輸・通信業	17	17.6	29.4	23.5	11.8	-	-	-	11.8	17.6	-	5.9	17.6	5.9
	卸売・小売業、飲食店	53	39.6	18.9	22.6	17.0	18.9	15.1	11.3	5.7	5.7	5.7	1.9	17.0	-
	金融・保険業	16	43.8	43.8	31.3	12.5	43.8	-	12.5	6.3	12.5	-	-	6.3	-
	不動産業	1	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	サービス業	98	24.5	25.5	20.4	17.3	15.3	15.3	3.1	8.2	7.1	3.1	4.1	13.3	9.2
その他	53	22.6	24.5	20.8	7.5	15.1	11.3	9.4	13.2	7.5	3.8	-	17.0	9.4	
従業員規模別	5～9人	109	24.8	20.2	19.3	15.6	15.6	12.8	7.3	9.2	11.0	5.5	0.9	13.8	7.3
	10～29人	91	28.6	28.6	22.0	17.6	12.1	12.1	9.9	7.7	4.4	2.2	3.3	15.4	8.8
	30～99人	51	21.6	31.4	27.5	13.7	19.6	13.7	7.8	7.8	5.9	2.0	-	11.8	2.0
	100～299人	24	33.3	20.8	20.8	12.5	20.8	16.7	12.5	16.7	4.2	-	-	12.5	8.3
	300～999人	16	31.3	43.8	37.5	-	18.8	6.3	12.5	6.3	6.3	6.3	12.5	6.3	6.3
	1,000～1,999人	5	20.0	60.0	-	20.0	40.0	-	-	-	20.0	-	-	-	20.0
	2,000人以上	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-

＜属性別結果の分析＞

所在地別では、“中部地区”では「生産コストが増大する」が27.9%と最も多くなっている。また、“中部地区”で「新たな研究・開発資金が不足している」が15.4%と、他の所在地に比べてやや多くなっている。

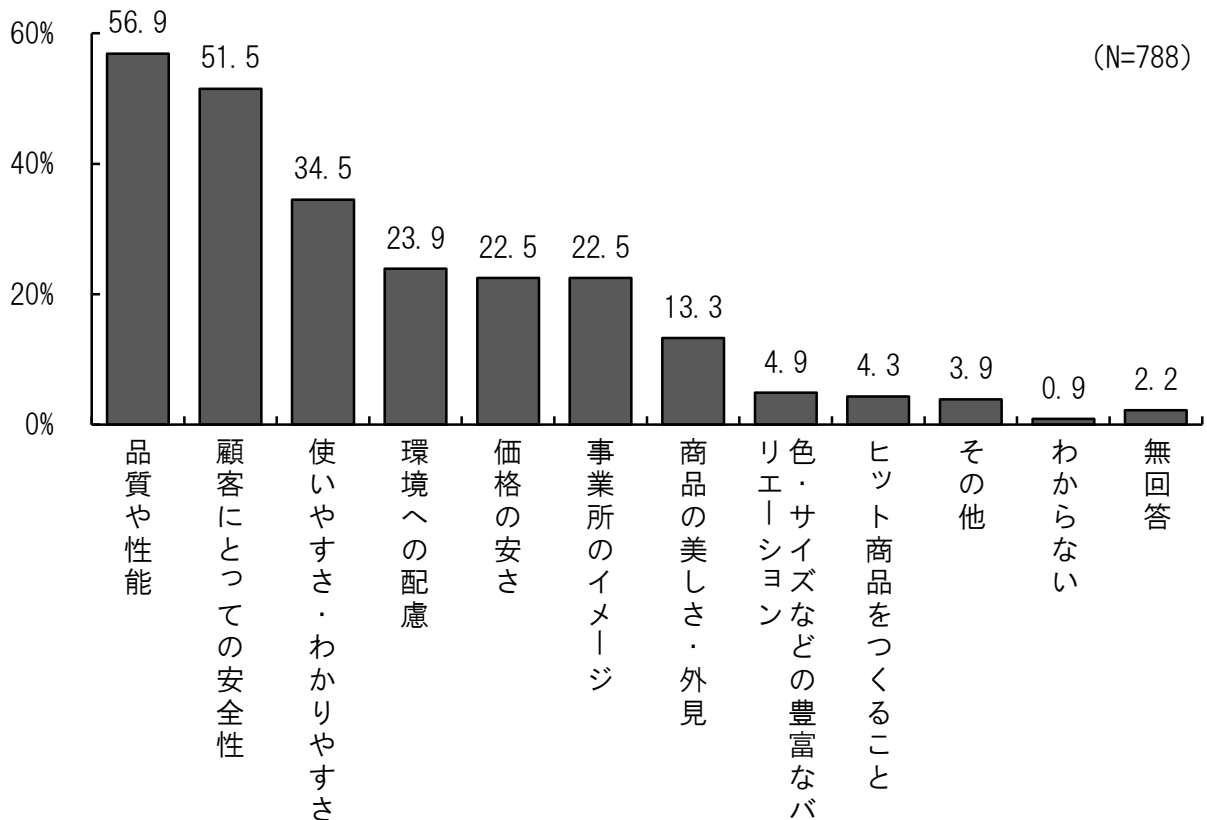
＜属性別結果からの考察＞

「情報が不足している」や「従業員の知識・認識が不足している」と感じている事業所が多いことから、業種、従業員規模に応じたきめ細かな情報発信が必要である。

12. 顧客の満足度を向上させるために重視している点

問9 貴事業所は、日常の事業活動において顧客の満足度を向上させるため、どのような点を重視していますか。あてはまるもの3つまで○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

顧客の満足度を向上させるために重視している点は、「品質や性能」が56.9%と最も多く、次いで「顧客にとっての安全性」が51.5%、「使いやすさ・わかりやすさ」が34.5%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

	調査数	品質や性能	顧客にとっての安全性	使いやすさ・わかりやすさ	環境への配慮	価格の安さ	事業所のイメージ	商品の美しさ・外見	色・サイズなどの豊富なバリエーション	ヒット商品をつくること	その他	わからない	無回答	
所在地別	東部地区	263	55.5	49.8	31.9	27.8	23.6	20.9	14.4	5.7	5.7	5.7	0.8	-
	中部地区	262	59.2	50.8	37.8	24.4	21.4	24.8	13.7	5.0	4.2	1.5	1.1	1.5
	西部地区	252	57.9	56.3	34.9	20.2	23.0	22.6	12.3	4.4	3.2	4.8	0.8	1.2
業種別	農林漁業	12	75.0	66.7	25.0	16.7	33.3	16.7	25.0	8.3	-	-	-	-
	鉱業	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	92	69.6	55.4	34.8	27.2	25.0	14.1	26.1	2.2	-	3.3	-	2.2
	製造業	111	89.2	37.8	25.2	19.8	37.8	4.5	17.1	3.6	6.3	-	0.9	0.9
	電気・ガス・熱供給・水道業	17	23.5	47.1	58.8	35.3	29.4	35.3	5.9	-	-	5.9	5.9	-
	運輸・通信業	37	54.1	64.9	24.3	45.9	13.5	18.9	-	-	2.7	2.7	-	-
	卸売・小売業、飲食店	168	63.1	45.8	32.1	13.1	31.0	19.0	17.3	14.9	10.7	6.0	0.6	0.6
	金融・保険業	29	34.5	58.6	41.4	27.6	-	51.7	-	-	3.4	10.3	-	-
	不動産業	7	14.3	57.1	-	14.3	14.3	85.7	-	-	-	14.3	-	-
	サービス業	201	49.3	53.7	40.8	24.4	19.9	29.4	9.5	2.0	3.0	3.5	0.5	0.5
その他	92	31.5	65.2	41.3	33.7	3.3	31.5	6.5	3.3	-	5.4	3.3	2.2	
従業員規模別	5～9人	354	56.5	46.6	37.0	16.7	26.0	25.4	14.4	5.9	3.7	4.8	1.1	0.8
	10～29人	229	58.1	54.1	31.0	29.3	23.6	18.8	19.2	4.8	4.4	3.5	0.9	0.9
	30～99人	111	59.5	58.6	30.6	28.8	19.8	25.2	3.6	4.5	8.1	3.6	-	-
	100～299人	40	50.0	67.5	30.0	37.5	12.5	17.5	10.0	2.5	-	2.5	2.5	2.5
	300～999人	23	65.2	56.5	60.9	43.5	17.4	21.7	4.3	-	4.3	-	-	-
	1,000～1,999人	6	66.7	66.7	50.0	16.7	-	33.3	-	-	-	-	-	-
	2,000人以上	5	60.0	80.0	60.0	60.0	-	20.0	-	-	-	-	-	-

＜属性別結果の分析＞

業種別では、“電気・ガス・熱供給・水道業”では「使いやすさ・わかりやすさ」が58.8%と最も多くなっている。また、“不動産業”では「事業所のイメージ」が85.7%と最も多くなっている。

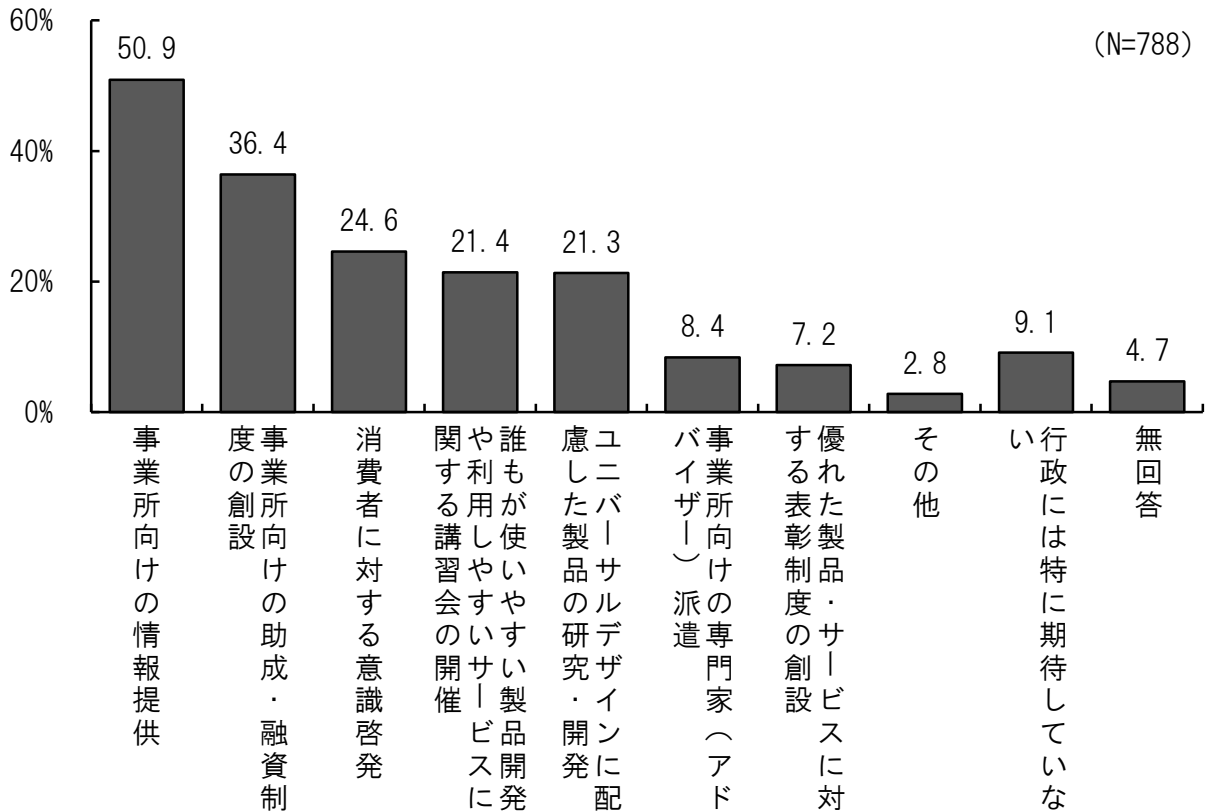
＜属性別結果からの考察＞

「顧客にとっての安全性」や「使いやすさ・わかりやすさ」はユニバーサルデザインの基本的な考え方であるため、企業活動とユニバーサルデザインへの取り組みは関連しているという点をPRしていく必要がある。

13. ユニバーサルデザイン推進のために行政に期待すること

問10 企業・事業所がユニバーサルデザインを取り入れていくために、行政にどのようなことを期待しますか。あてはまるもの3つまで○印をつけてください。

<全体結果>



<結果の分析>

ユニバーサルデザイン推進のために行政に期待することは、「事業所向けの情報提供」が50.9%と最も多く、次いで「事業所向けの助成・融資制度の創設」が36.4%、「消費者に対する意識啓発」が24.6%などとなっている。

＜属性別結果＞

(単位：％、調査数は事業所)

	調査数	事業所向けの情報提供	事業所向けの助成・融資制度の創設	消費者に対する意識啓発	誰が使いやすい製品を開発する講習会の開催	誰もが使いやすい製品を開発した製品のデザインに配慮した製品の研究・開発	ユニバーサルデザインに配慮した製品の研究・開発	事業所向けの専門家(アドバイザー)派遣	優れた表彰制度の創設	その他	ない	行政には特に期待していない	無回答
所在地別	東部地区	263	52.9	43.0	25.5	19.8	22.1	8.4	6.5	1.5	9.1	1.9	
	中部地区	262	49.6	36.3	22.5	22.9	21.0	8.4	8.4	3.8	8.0	5.0	
	西部地区	252	52.0	31.0	27.0	22.2	21.8	8.7	7.1	3.2	10.7	3.6	
業種別	農林漁業	12	58.3	58.3	8.3	25.0	16.7	-	8.3	-	16.7	-	
	鉱業	1	-	-	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	
	建設業	92	55.4	44.6	32.6	25.0	27.2	2.2	12.0	1.1	5.4	3.3	
	製造業	111	47.7	36.9	22.5	26.1	19.8	9.0	11.7	3.6	11.7	4.5	
	電気・ガス・熱供給・水道業	17	52.9	23.5	23.5	29.4	23.5	-	-	5.9	5.9	11.8	
	運輸・通信業	37	45.9	54.1	16.2	21.6	13.5	5.4	8.1	2.7	5.4	5.4	
	卸売・小売業、飲食店	168	53.6	35.1	30.4	21.4	19.0	11.3	4.2	3.0	9.5	3.0	
	金融・保険業	29	58.6	13.8	20.7	24.1	41.4	10.3	13.8	-	3.4	-	
	不動産業	7	57.1	14.3	-	14.3	14.3	-	14.3	-	14.3	-	
	サービス業	201	53.2	37.8	21.4	20.9	19.9	12.9	4.5	1.5	10.9	2.5	
その他	92	43.5	33.7	26.1	14.1	26.1	4.3	7.6	5.4	8.7	5.4		
従業員規模別	5～9人	354	52.0	37.3	26.0	21.5	19.2	6.8	5.6	2.3	10.2	4.2	
	10～29人	229	48.9	36.7	27.5	22.7	27.1	8.3	8.7	3.1	8.3	3.5	
	30～99人	111	48.6	33.3	18.9	13.5	17.1	18.0	7.2	4.5	14.4	1.8	
	100～299人	40	60.0	45.0	17.5	32.5	20.0	5.0	10.0	5.0	-	2.5	
	300～999人	23	69.6	39.1	26.1	30.4	21.7	4.3	17.4	-	4.3	-	
	1,000～1,999人	6	66.7	33.3	33.3	33.3	16.7	-	-	-	-	-	
	2,000人以上	5	40.0	60.0	20.0	20.0	40.0	-	20.0	-	-	-	

＜属性別結果の分析＞

業種別では、“運輸・通信業”では「事業所向けの助成・融資制度の創設」が54.1%と最も多くなっている。

＜属性別結果からの考察＞

「事業所向けの情報提供」が多いことから、引き続き広く情報提供を行い、“農林漁業”や“金融・保険業”等、必要とされている業種に適した情報発信の工夫が必要である。また、“農林漁業”と“運輸・通信業”で「事業所向けの助成・融資制度の創設」が多くなっていることから、資金的な支援についても検討していく必要がある。

14. 自由意見（抜粋）

その他、ご意見等ご自由にご記入ください。

- 高齢化の進む社会で今後の取組課題と考えられます。今後とも御指導下さい。
- 弊社は警備会社ですが、駐車場案内をさせて頂いている為、ユニバーサルデザインに関するサービスは関心をもっております。
- ユニバーサルデザインの主旨については賛成です。弊社としても取り組んでいかなければと思いますが、人材不足や経費の件とかで、なかなか取り入れることは難しいと思います。
- 生産者側、消費者側両方の立場にもなります。なにか協力できることがあれば。
- 車椅子トイレ、スロープ位しかわからない。
- 使いやすさというのは、製品開発の基本事項ですから、特にユニバーサルデザインを意識したことはない。
- 宿泊客に満足していただける環境サービスの面で大切であると考えている。
- アンケートを機に、ユニバーサルデザインということに改めて着目することができました。
- お客様のことを考えますと推進していこうと考えますが、本社の意向に添っています。
- 普及にあたっては、意識の啓発が重要と考える。
- 放送の観点から、物質的なものではありませんが、物に対する見識として、考慮することは言葉遣いにも変化が出るものと考えています。また、スタジオなどだれでも利用しやすい環境をつくっていくことは必要なことだと思います。
- ユニバーサルデザインの資料をお送り下さいますとありがとうございます。テーマが大きすぎて力不足を痛感しておりますが、企業として身近な問題から改善向上をしていきたいと思えます。
- 耳にした事がないのですが常識的にやっている事もあると思えます。
- 弊社の製品は使用する年齢、性別が限られています。ユーザーが使いやすいようニーズを確認した上で製品開発を行っています。
- 当事業所は、美容院ですので、質問内容について少し違った意味を感じました。ただ、美容業では、利用施設など危険のない利用しやすい場所作り、介護サービスに関して、取り入れていくと考えています。
- 基本的に下請で製品開発はしていません。製造設備は作っていますが、使いやすいものであることは当然考慮に入れています。
- 金融関係の事業所につき、あまりユニバーサルデザインに取り組むということがイメージできませんでした。
- 建設業はユニバーサルデザインの意味、方向性、何の為かさっぱりわかりません。

3 調査票

平成 27 年度 ユニバーサルデザインに関する取組調査

< **お願い** 本調査は、代表者又は企画・開発担当部門の方がご回答ください。 >

調査についてのお願い

静岡県では、誰もが暮らしやすい社会づくりを進めるため、様々な分野でユニバーサルデザインを推進しています。

ユニバーサルデザインが社会に浸透するためには、事業者による取組が必要であることから、県内の事業所を対象とした取組調査を実施し、今後の県の施策を効果的に進めてまいります。

調査にあたっては、県内の従業員規模 5 人以上の事業所から 2,000 事業所を無作為に抽出させていただきました。

ご回答いただいた内容は、すべて統計的に処理し、個々の情報として取り扱うことはありませんので、率直なご意見をお聞かせください。

ご多用のところ大変お手数をお掛けしますが、調査の目的をご理解いただき、ご協力をお願いします。

ご記入にあたってのお願い

- ・回答は、あてはまる番号を選び、その番号を○印で囲んでください。
- ・「1つに○印」、「すべてに○印」など、回答の数が質問によって違いますので、ご留意ください。
- ・「その他」にあてはまる場合は、() 内に、その内容を具体的に記入してください。
- ・記入が終わりましたら、お手数ですが、返信用封筒（切手不要）に入れ、**10月31日（土）**までにご投函願います。
- ・この調査について、ご不明な点がございましたら、下記へお問い合わせください。

お問い合わせ

静岡県庁 暮らし・環境部 県民生活局 県民生活課 協働推進班
〒420-8601 静岡市葵区追手町 9-6 (静岡県庁西館 6階)

電話番号：054-221-3153 FAX 番号：054-221-2642

E-mail：shohi@pref.shizuoka.lg.jp <http://www.pref.shizuoka.jp/ud>

※なお、本調査は「株式会社サーベイリサーチセンター静岡事務所」に委託して実施しております。

問1 「ユニバーサルデザイン」とは、年齢、性別、身体能力など人々が持つ様々な特性や違いを認め合って、はじめから、できるだけすべての人が利用しやすい、すべての人に配慮した製品、建物、サービス、環境等をデザインしていこうとする考え方です。
貴事業所は、この「ユニバーサルデザイン」という言葉を知っていましたか。あてはまるもの1つに○印をつけてください。

- | | |
|-------------|--------------------------|
| 1 意味まで知っていた | 2 言葉を聞いたことはあるが、意味は知らなかった |
| 3 今回初めて聞いた | 4 わからない |

問2 貴事業所は、誰もが、「使いやすい製品づくり」、「買い物しやすい店舗づくり」、「働きやすい職場環境づくり」など、事業を営む上でユニバーサルデザインの考え方を取り入れていく必要があると考えますか。あてはまるもの1つに○印をつけてください。

- | | |
|----------------|----------------|
| 1 必要がある (→問4へ) | 2 必要がない (→問3へ) |
|----------------|----------------|

【問2で「2 必要がない」と回答した事業所のみ】

問3 必要がないと考える理由は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1 業務上関係がないから | 2 顧客のニーズがないから |
| 3 利益につながらないから | 4 研究・開発に経費がかかりそうだから |
| 5 競合他社がまだ取り入れていないから | 6 競合他社がすでに取り入れているから |
| 7 研究・開発を行う人材が不足しているから | 8 製品・サービスの価値が上がらないから |
| 9 法令等の規制や義務がないから | 10 その他 () |

(→問9へお進みください)

【問2で「1 必要がある」と回答した事業所のみ】

問4 必要があると考える理由は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| 1 業務上関係があるから | 2 顧客のニーズがあるから |
| 3 利益につながると思われるから | 4 新たな市場になりそうだから |
| 5 競合他社がすでに取り入れているから | 6 競合他社がまだ取り入れていないから |
| 7 研究・開発を行う人材が不足しているから | 8 製品・サービスの価値が上がるから |
| 9 話題になっているから | 10 その他 () |

問5へ

【問2で「1 必要がある」と回答した事業所のみ】

- ▶ **問5** 貴事業所は、事業を営む上で実際にユニバーサルデザインを取り入れていますか。あてはまるもの1つに○印をつけてください。
例えば、値札や取扱説明書を大きく分かりやすくしたり、開封しやすいパッケージにしたり、出入口にスロープを付けたりするなど、誰もが使いやすいものづくりや働きやすい職場環境づくりを心がけている、などです。

1 取り入れている (→問7へ)

2 取り入れていない (→問6へ)

【問5で「2 取り入れていない」と回答した事業所のみ】

- 問6** 貴事業所がユニバーサルデザインを取り入れていない理由は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| 1 業務上関係がないから | 2 顧客のニーズがないから |
| 3 利益につながらないから | 4 研究・開発に経費がかかりそうだから |
| 5 競合他社がまだ取り入れていないから | 6 競合他社がすでに取り入れているから |
| 7 イメージアップにつながらないから | 8 製品・サービスの価値が上がらないから |
| 9 ユニバーサルデザインの取り入れ方がわからないから | |
| 10 法令等の規制や義務がないから | 11 その他 () |

(→問9へお進みください)

【問5で「1 取り入れている」と回答した事業所のみ】

- ▶ **問7** 貴事業所はユニバーサルデザインを、どのようなところに取り入れていますか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| 1 製品・サービスにすでに取り入れている | |
| 2 製品・サービスの研究・開発を行っている | |
| 3 製品・サービスのガイドライン・基準を作成している | |
| 4 従業員教育を行っている | 5 顧客に対するPRを行っている |
| 6 情報収集を行っている | 7 労働環境を整備・改善している |
| 8 見学コースを整備・改善している | 9 ユーザー向けの説明書に取り入れている |
| 10 その他 () | |

【問5で「1 取り入れている」と回答した事業所のみ】

- ▶ **問8** 貴事業所がユニバーサルデザインを取り入れる上で、課題となっていることは何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 1 ユニバーサルデザイン関連製品の市場が成熟していない | |
| 2 顧客の理解が得られない | 3 生産コストが増大する |
| 4 利益につながっていない | 5 新たな研究・開発資金が不足している |
| 6 ガイドライン・基準がない | 7 従業員の知識・認識が不足している |
| 8 事業所内の理解が得られない | 9 法令などの制約がある |
| 10 技術が不足している | 11 情報が不足している |
| 12 その他 () | |

【すべての事業所がお答えください】

問9 貴事業所は、日常の事業活動において顧客の満足度を向上させるため、どのような点を重視していますか。あてはまるもの3つまで○印をつけてください。

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1 価格の安さ | 2 品質や性能 |
| 3 使いやすさ・わかりやすさ | 4 商品の美しさ・外見 |
| 5 環境への配慮 | 6 顧客にとっての安全性 |
| 7 ヒット商品をつくること | 8 事業所のイメージ |
| 9 色・サイズなどの豊富なバリエーション | 10 その他 () |
| 11 わからない | |

問10 企業・事業所がユニバーサルデザインを取り入れていくために、行政にどのようなことを期待しますか。あてはまるもの3つまで○印をつけてください。

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| 1 誰もが使いやすい製品開発や利用しやすいサービスに関する講習会の開催 | |
| 2 ユニバーサルデザインに配慮した製品の研究・開発 | |
| 3 優れた製品・サービスに対する表彰制度の創設 | |
| 4 事業所向けの専門家(アドバイザー)派遣 | 5 事業所向けの情報提供 |
| 6 事業所向けの助成・融資制度の創設 | 7 消費者に対する意識啓発 |
| 8 その他 () | 9 行政には特に期待していない |

【最後に、貴事業所のことについて伺います。】

(ア) 所在地

- | |
|--|
| 1 東部地区 (富士市、富士宮市以東) |
| 2 中部地区 (静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、吉田町、川根本町) |
| 3 西部地区 (浜松市、磐田市、掛川市、袋井市、湖西市、御前崎市、菊川市、森町) |

(イ) 業種

- | | | | |
|-----------------|----------|--------------|------------|
| 1 農林漁業 | 2 鉱業 | 3 建設業 | 4 製造業 |
| 5 電気・ガス・熱供給・水道業 | 6 運輸・通信業 | 7 卸売・小売業、飲食店 | |
| 8 金融・保険業 | 9 不動産業 | 10 サービス業 | 11 その他 () |

(ウ) 事業所の従業員規模

- | | | | |
|------------|----------------|------------|------------|
| 1 5～9人 | 2 10～29人 | 3 30～99人 | 4 100～299人 |
| 5 300～999人 | 6 1,000～1,999人 | 7 2,000人以上 | |

※ 調査にご協力いただいた事業所様へは調査結果をお知らせいたします。ご希望の場合はご記入をお願いします。その他、ご意見等ご自由にご記入ください。

・事業所名 _____
・住所 〒 _____
・電話番号 _____ ・ご記入者名 _____
・ご意見等 (_____)

ご協力ありがとうございました。

平成27年度 ユニバーサルデザイン事業所取組調査



静岡県 暮らし・環境部 県民生活局 県民生活課

〒420-8601 静岡市葵区追手町9番6号

TEL 054-221-3153

E-mail shohi@pref.shizuoka.lg.jp

<http://www.pref.shizuoka.jp/ud/>

委託先

株式会社サーベイリサーチセンター 静岡事務所

〒420-0853 静岡市葵区追手町8番1号 TEL054-251-3661
