



令和元年度

# ユニバーサルデザイン等事業所取組調査 報告書



静岡県



---

# 目次

---

I	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
II	調査結果	5
1	属性	5
1.	所在地	5
2.	業種	6
3.	従業員規模	6
2	「ユニバーサルデザイン」について	7
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	11
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	14
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	16
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	19
9.	ユニバーサルデザインを取り入れていない理由	23
10.	ユニバーサルデザインの取り入れ方	25
11.	ユニバーサルデザインを取り入れていくために行政に期待すること	27
3	「社会貢献活動」について	29
12.	社会貢献活動の実施状況	29
13.	社会貢献活動を実施していない理由	31
14.	実施している社会貢献活動の内容	33
15.	行政、学校、NPO、他の組織・団体等と連携・協力して実施しているものの有無	35
16.	従業員がボランティアなどの社会貢献活動を行うことに対して実施している支援等	37
4	その他の事項について	39
17.	「消費者志向経営」に関する取組内容で実施しているもの	39
18.	倫理的消費（エシカル消費）に関連する言葉の認知度	42
III	調査票	45



---

# I 調査概要

---

## 1. 調査目的

事業所の活動に関係の深い「ユニバーサルデザイン」、「社会貢献活動」等について、県内の事業所の取組状況等を把握し、今後の県の施策を検討する際の資料として活用することを目的に実施した。

## 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：令和元年10月15日（火）～令和元年10月31日（木）

## 3. 回収結果

配布数：2,000事業所

回収数：624事業所

有効回収数：612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：30.6%

## 4. 報告書を見る際の注意点

- ・基数となるべき実数は調査数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」という言葉の認知度

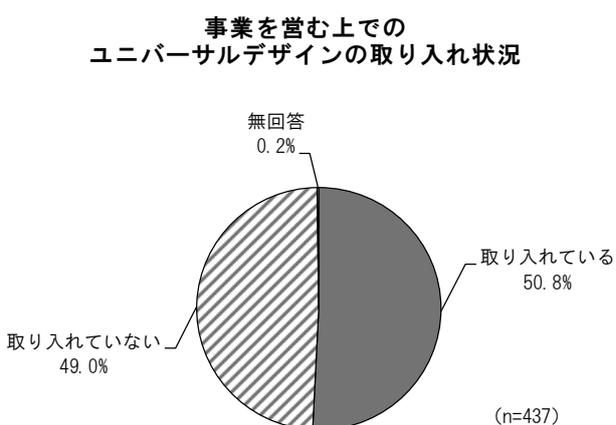
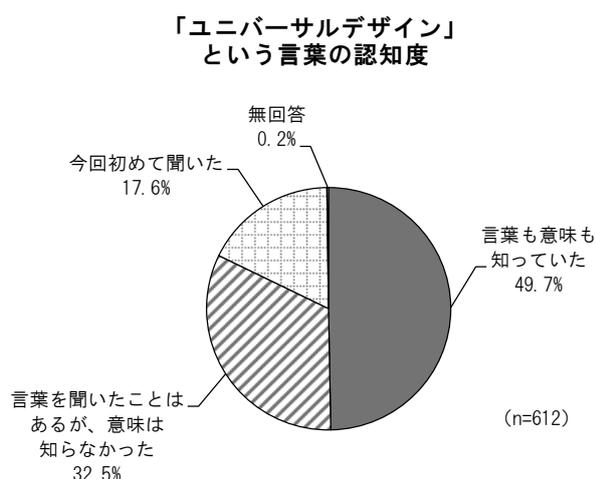
- ・「言葉も意味も知っていた」と「言葉を聞いたことはあるが、意味は知らなかった」と回答した割合を合わせた「ユニバーサルデザインの認知度」については82.2%となっており、この内「言葉も意味も知っていた」と回答した割合が49.7%と、平成29年度の調査結果と比較して0.3ポイント上昇した。

### (2) 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

- ・「取り入れている」と回答した割合が50.8%と、平成29年度の調査結果と比較して、4.9ポイント上昇した。

### (3) 課題

- ・「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度について「言葉も意味も知っていた」と回答した割合は平成29年度より上昇しているものの、49.7%と半分程度となっている。認知度を更に上昇させる必要がある。
- ・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で、「業務上関係があるから」と「顧客のニーズがあるから」と回答した割合が約半数を占めているが、「新たな市場になりそうだから」という回答もあることから、新たなビジネスチャンスに繋がるという側面からのアプローチが必要である。
- ・事業を営む上でのユニバーサルデザインの必要性について「必要がある」と答えている企業は7割程度となっているが、そのうちの約半数はユニバーサルデザインを取り入れている。



## 6. 調査標本数一覧

### <産業分類別>

産業分類	抽出事業所数
農業, 林業	12
漁業	2
鉱業, 採石業, 砂利採取業	1
建設業	187
製造業	306
電気・ガス・熱供給・水道業	3
情報通信業	19
運輸業, 郵便業	84
卸売業, 小売業	506
金融業, 保険業	49
不動産業, 物品賃貸業	42
学術研究, 専門・技術サービス業	58
宿泊業, 飲食サービス業	253
生活関連サービス業, 娯楽業	84
教育, 学習支援業	44
医療, 福祉	219
複合サービス事業	20
サービス業(他に分類されないもの)	111
総計	2,000

### <従業員規模別>

従業員規模	抽出事業所数
5～9人	939
10～19人	576
20～29人	197
30～49人	134
50～99人	95
100～199人	44
200～299人	5
300～499人	9
500～999人	1
1,000人以上	0
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	168
	駿河区	127
	清水区	124
浜松市	中区	150
	東区	83
	西区	49
	南区	49
	北区	43
	浜北区	42
	天竜区	13
沼津市		123
熱海市		25
三島市		55
富士宮市		62
伊東市		39
島田市		49
富士市		143
磐田市		76
焼津市		74
掛川市		60
藤枝市		70
御殿場市		48

市郡名	区町名	抽出事業所数
袋井市		43
下田市		15
裾野市		23
湖西市		25
伊豆市		17
御前崎市		20
菊川市		21
伊豆の国市		22
牧之原市		27
賀茂郡	東伊豆町	7
	河津町	4
	南伊豆町	4
	松崎町	3
田方郡	西伊豆町	4
	函南町	15
駿東郡	清水町	22
	長泉町	19
	小山町	8
榛原郡	吉田町	16
	川根本町	5
周智郡	森町	8
総計		2,000



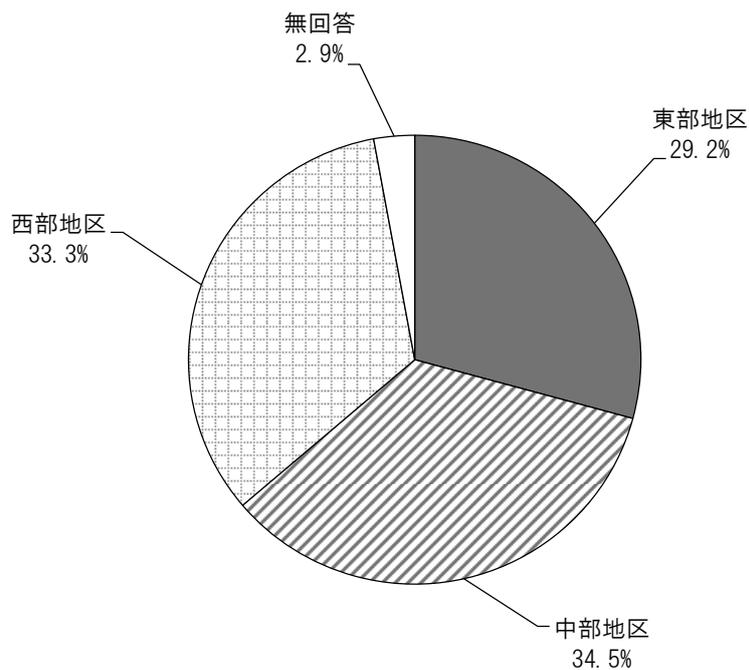
## Ⅱ 調査結果

### 1 属性

#### 1. 所在地

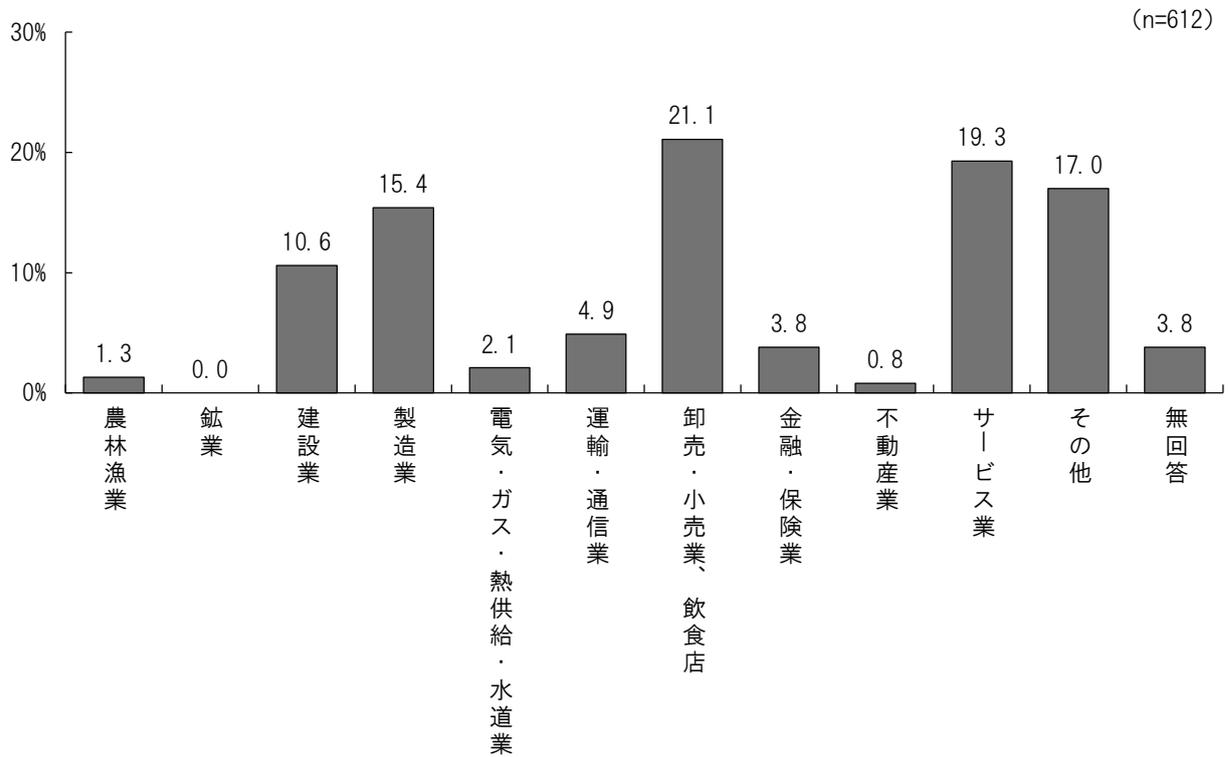
以下の（ア）～（ウ）のそれぞれについて、あてはまるものいずれか1つに○印をつけてください。

（ア）所在地



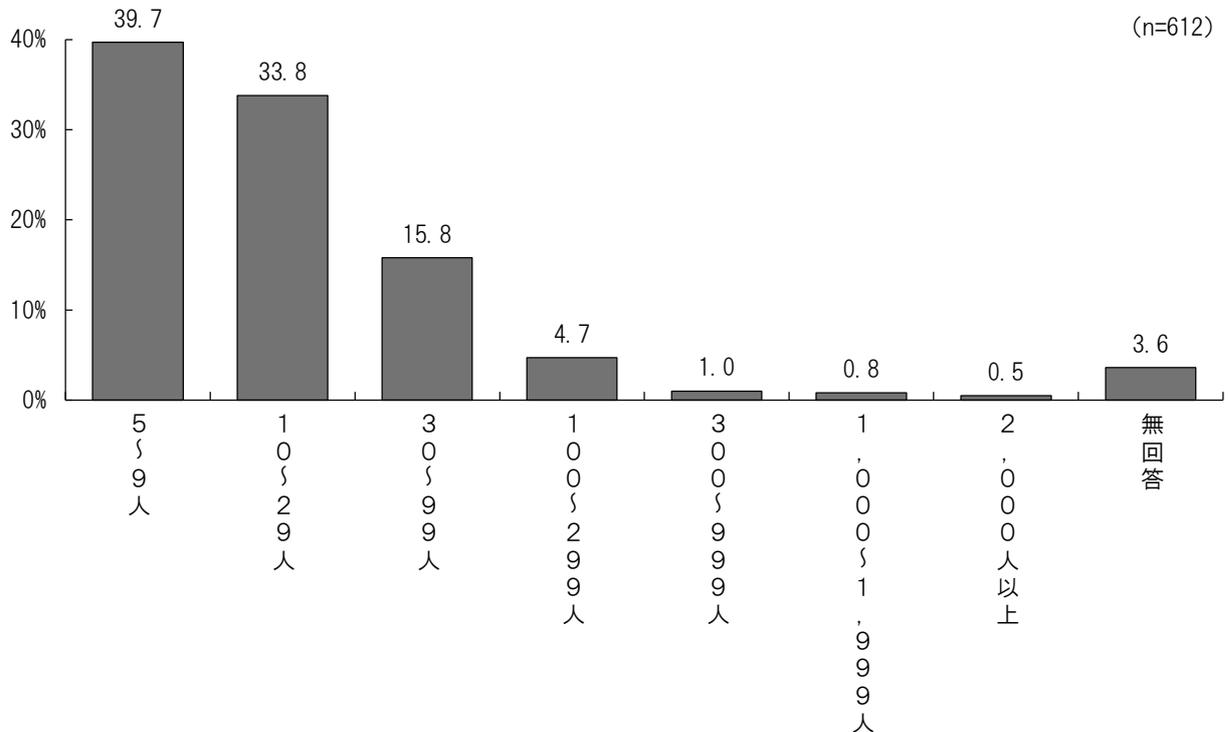
## 2. 業種

(イ) 業種



## 3. 従業員規模

(ウ) 事業所の従業員規模

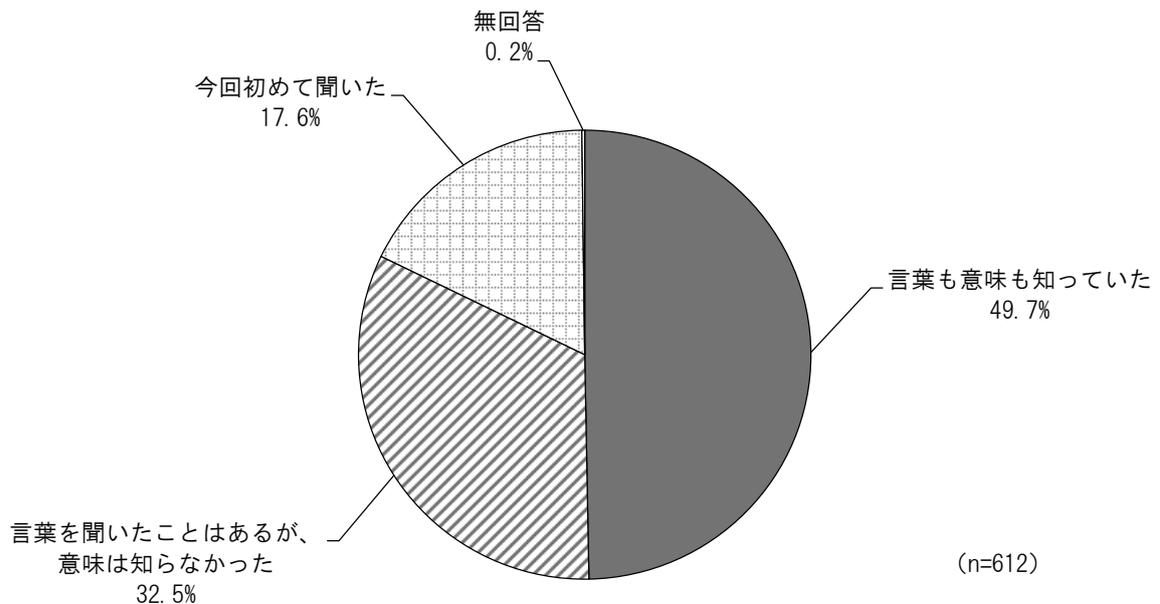


## 2 「ユニバーサルデザイン」について

### 4. 「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度

問1 貴事業所は、「ユニバーサルデザイン」という言葉を知っていましたか。あてはまるものいずれか1つに○印をつけてください。

#### <全体結果>



「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度は、「言葉も意味も知っていた」が49.7%、「言葉を聞いたことはあるが、意味は知らなかった」が32.5%、「今回初めて聞いた」が17.6%となっている。

<属性別結果>

(単位：%、調査数は事業所)

		調査数	言葉も意味も知っていた	言葉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	無回答
全体		612	49.7	32.5	17.6	0.2
所在地別	東部地区	179	45.3	35.2	19.6	-
	中部地区	211	53.6	31.8	14.7	-
	西部地区	204	52.0	29.9	18.1	-
業種別	農林漁業	8	25.0	62.5	12.5	-
	鉱業	-	-	-	-	-
	建設業	65	41.5	43.1	15.4	-
	製造業	94	45.7	35.1	19.1	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	38.5	61.5	-	-
	運輸・通信業	30	50.0	40.0	10.0	-
	卸売・小売業、飲食店	129	44.2	31.0	24.0	0.8
	金融・保険業	23	65.2	30.4	4.3	-
	不動産業	5	80.0	20.0	-	-
	サービス業	118	50.8	26.3	22.9	-
その他	104	62.5	26.0	11.5	-	
従業員規模別	5～9人	243	44.4	36.2	19.3	-
	10～29人	207	50.7	30.9	18.4	-
	30～99人	97	55.7	28.9	15.5	-
	100～299人	29	75.9	20.7	3.4	-
	300～999人	6	66.7	33.3	-	-
	1,000～1,999人	5	80.0	20.0	-	-
	2,000人以上	3	66.7	-	-	33.3

所在地別では、どの地区も同様の傾向となっている。

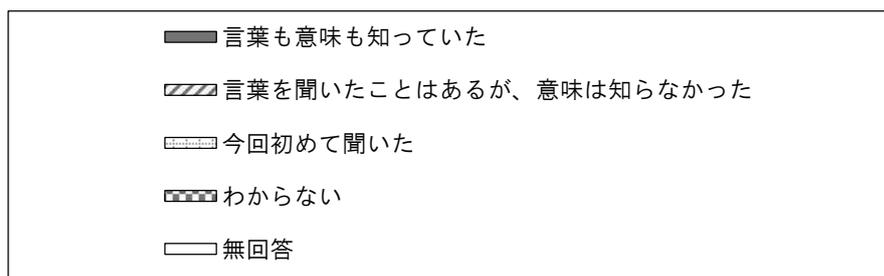
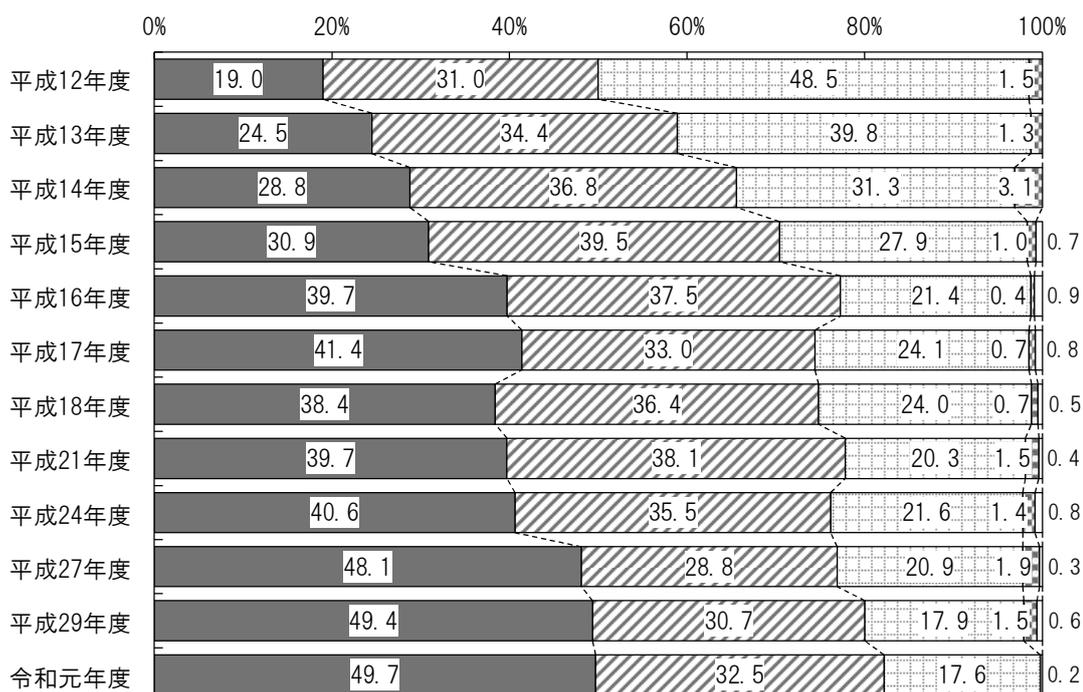
業種別では、「言葉を聞いたことはあるが、意味は知らなかった」が“農林漁業”、“建設業”、“電気・ガス・熱供給・水道業”で最も多くなっている。

従業員規模別では、“5～9人”で「言葉も意味も知っていた」が44.4%と5割を下回っていたが、10人以上では全て5割以上となっている。

### ＜分析・考察＞

“農林漁業”、“電気・ガス・熱供給・水道業”では、「言葉も意味も知っていた」と答えた割合が4割を下回っている。また、従業員規模が小さい事業所ほど、「言葉も意味も知っていた」と答える割合が低い傾向があることから、“農林漁業”、“電気・ガス・熱供給・水道業”や従業員規模が小さい事業所への啓発活動が必要であることと考えられる。

## <年度別結果>



\* 選択肢「言葉も意味も知っていた」は、平成29年度までは「意味まで知っていた」

\* 令和元年度では、選択肢「わからない」はなし

年度別では、「言葉も意味も知っていた」が平成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る。

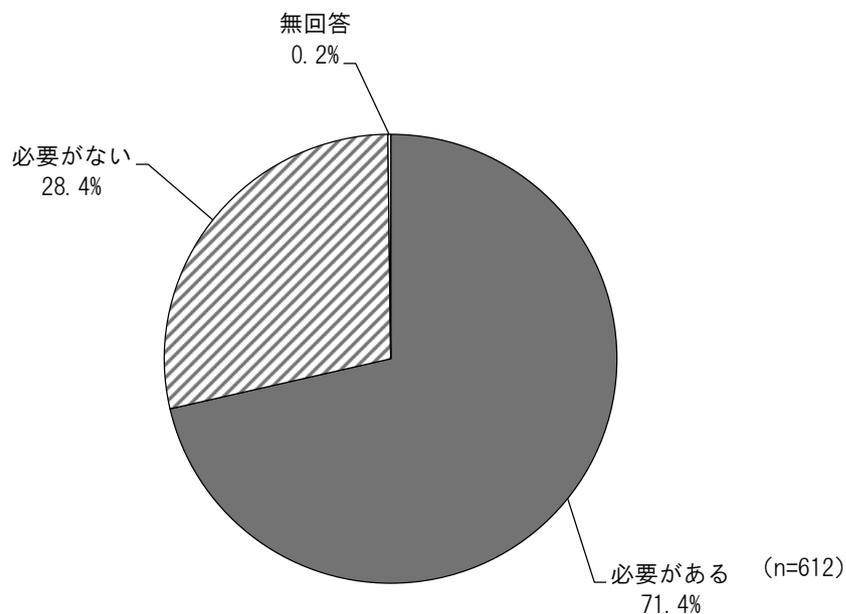
## <年度別結果からの考察>

「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度について、「言葉も意味も知っていた」と回答した割合は平成29年度より上昇しているものの、49.7%と、半分程度となっている。ユニバーサルデザインの認知度は浸透してきていると言えるが、更に浸透させるためには事業者がユニバーサルデザインについて理解しやすいこれまでとは異なるアプローチも必要である。

## 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。いずれかあてはまる方に○印をつけてください。

### <全体結果>



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71.4%、「必要がない」が28.4%となっている。

<属性別結果>

(単位：％、調査数は事業所)

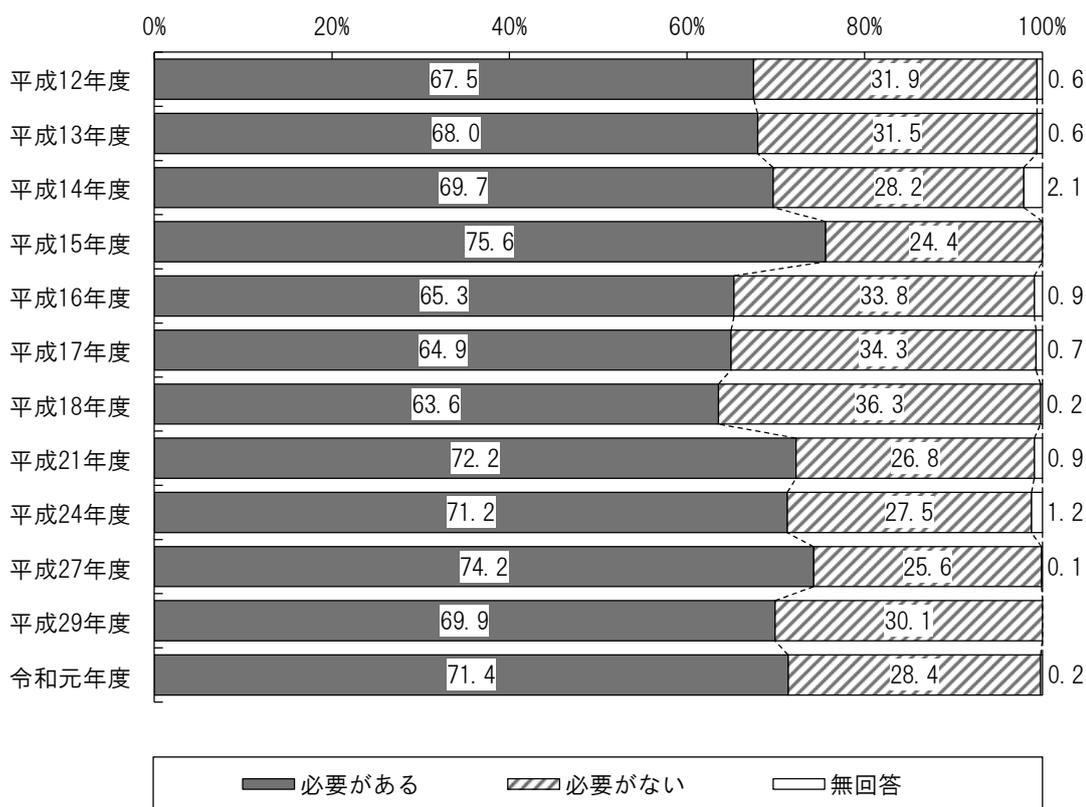
		調査数	必要がある	必要がない	無回答
全体		612	71.4	28.4	0.2
所在地別	東部地区	179	68.2	31.8	-
	中部地区	211	72.5	27.5	-
	西部地区	204	74.0	25.5	0.5
業種別	農林漁業	8	37.5	62.5	-
	鉱業	-	-	-	-
	建設業	65	69.2	30.8	-
	製造業	94	63.8	36.2	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	76.9	23.1	-
	運輸・通信業	30	70.0	30.0	-
	卸売・小売業、飲食店	129	72.1	27.1	0.8
	金融・保険業	23	82.6	17.4	-
	不動産業	5	100.0	-	-
	サービス業	118	72.9	27.1	-
その他	104	76.0	24.0	-	
従業員規模別	5～9人	243	66.7	33.3	-
	10～29人	207	76.3	23.7	-
	30～99人	97	70.1	28.9	1.0
	100～299人	29	75.9	24.1	-
	300～999人	6	100.0	-	-
	1,000～1,999人	5	100.0	-	-
	2,000人以上	3	100.0	-	-

業種別では、“農林漁業”で「必要がない」が62.5%と、「必要がある」よりも多くなっているが、他の業種では全て「必要がある」が「必要がない」を上回っており、必要性を感じている事業者が多い。

<分析・考察>

業種別や従業員規模別によって、ユニバーサルデザインの必要性について考え方が異なるため、業種や従業員規模別に沿ったPRが必要である。

## <年度別結果>



年度別では、「必要がある」は増減を繰り返している。

## <年度別結果からの考察>

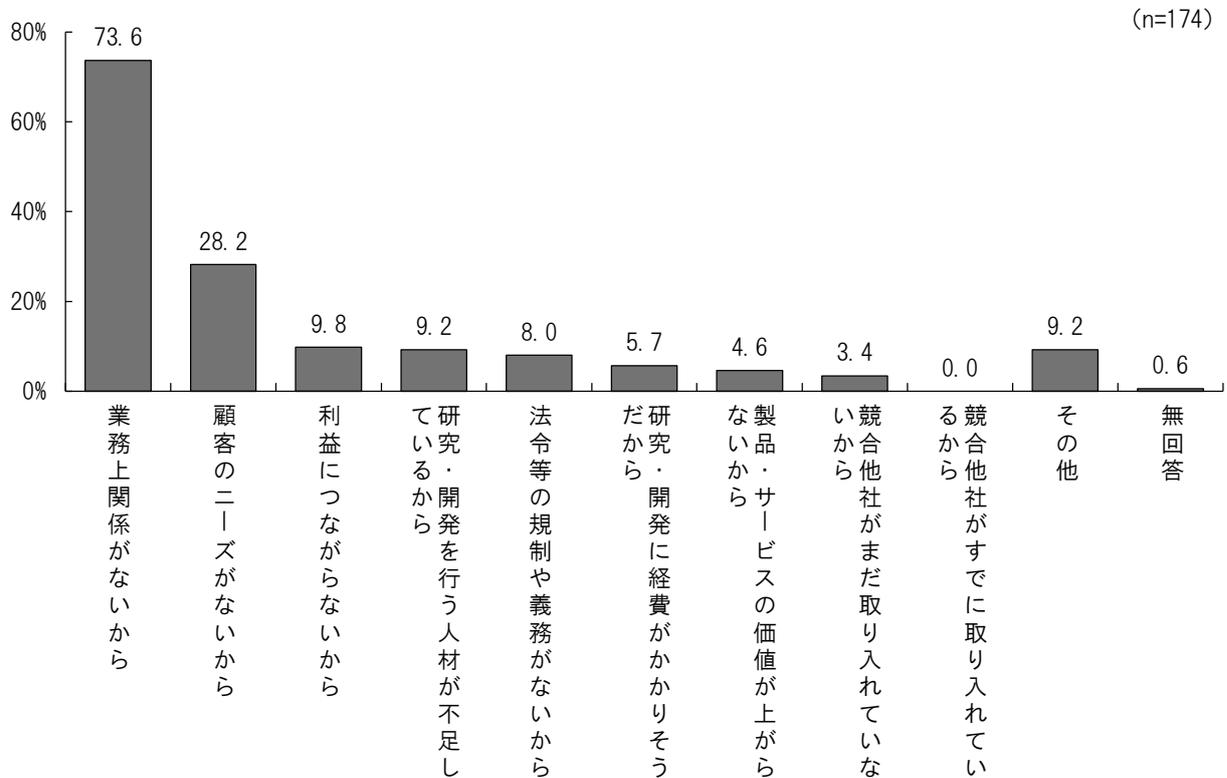
「必要がある」と答える割合を増やしていく必要があるが、そのためには、事業所がユニバーサルデザインの役割や導入するメリットについて理解できるように、これまでとは異なる新たなPR方法を検討する必要がある。

## 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3 問2で「2 必要がない」と回答した事業所に伺います。

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>



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73.6%と最も多く、次いで「顧客のニーズがないから」が28.2%、「利益につながらないから」が9.8%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	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	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すぎるから	製品・サービスの価値が上がらないから	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	その他	無回答	
<b>全体</b>	174	73.6	28.2	9.8	9.2	8.0	5.7	4.6	3.4	-	9.2	0.6	
<b>所在地別</b>	東部地区	57	71.9	29.8	8.8	12.3	8.8	8.8	7.0	3.5	-	8.8	-
	中部地区	58	79.3	25.9	10.3	10.3	6.9	3.4	1.7	3.4	-	5.2	1.7
	西部地区	52	73.1	32.7	3.8	5.8	7.7	1.9	3.8	1.9	-	11.5	-
<b>業種別</b>	農林漁業	5	80.0	-	-	-	20.0	-	-	-	-	-	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	20	85.0	35.0	-	5.0	-	-	-	-	-	-	-
	製造業	34	82.4	26.5	8.8	8.8	11.8	5.9	5.9	2.9	-	8.8	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	3	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	運輸・通信業	9	55.6	33.3	33.3	33.3	22.2	33.3	11.1	11.1	-	11.1	-
	卸売・小売業、飲食店	35	62.9	40.0	11.4	11.4	5.7	5.7	5.7	2.9	-	20.0	2.9
	金融・保険業	4	100.0	-	-	25.0	-	-	-	-	-	-	-
	不動産業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	サービス業	32	59.4	31.3	6.3	9.4	12.5	3.1	6.3	9.4	-	6.3	-
その他	25	88.0	24.0	4.0	4.0	4.0	4.0	-	-	-	4.0	-	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	81	76.5	30.9	11.1	12.3	6.2	6.2	3.7	4.9	-	8.6	-
	10～29人	49	85.7	28.6	4.1	4.1	8.2	2.0	2.0	-	-	4.1	2.0
	30～99人	28	57.1	21.4	3.6	7.1	10.7	3.6	7.1	7.1	-	14.3	-
	100～299人	7	42.9	42.9	14.3	28.6	28.6	28.6	14.3	-	-	-	-
	300～999人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1,000～1,999人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2,000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

所在地別では、「業務上関係がないから」がどの地区も7割を超えており、業種別でも、どの業者も5割を超えている。

<分析・考察>

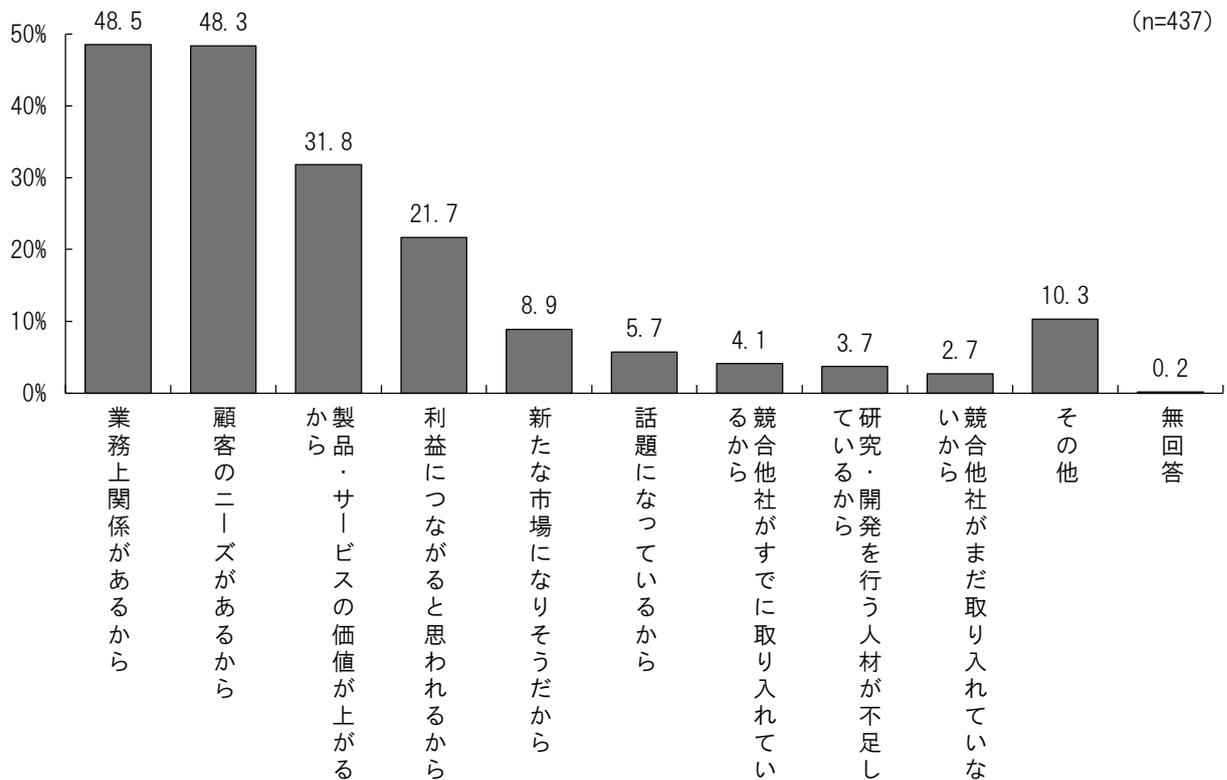
業種別では大きな差は見られないが、従業員規模別だと、従業員規模が小さいほど「業務上関係がないから」と答える割合が多くなっている。従業員規模が小さい事業所を対象としたPRの充実を行うと共に、ユニバーサルデザインの考え方を取り入れるメリットを伝えていく必要がある。

## 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4 問2で「1 必要がある」と回答した事業所に伺います。

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>



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、「業務上関係があるから」が48.5%と最も多く、次いで「顧客のニーズがあるから」が48.3%、「製品・サービスの価値が上がるから」が31.8%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	業務上関係があるから	顧客のニーズがあるから	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	話題になっているから	競合他社がすでに取り入れているから	研究・開発を行う人材が不足しているから	競合他社がまだ取り入れていないから	その他	無回答	
<b>全体</b>	437	48.5	48.3	31.8	21.7	8.9	5.7	4.1	3.7	2.7	10.3	0.2	
<b>所在地別</b>	東部地区	122	43.4	51.6	38.5	20.5	9.8	4.9	2.5	3.3	2.5	10.7	0.8
	中部地区	153	50.3	49.7	28.8	22.9	9.2	5.2	4.6	2.6	2.6	10.5	-
	西部地区	151	51.7	43.0	30.5	21.2	8.6	6.6	4.6	5.3	2.6	10.6	-
<b>業種別</b>	農林漁業	3	66.7	-	66.7	33.3	-	-	-	-	-	-	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	45	57.8	35.6	20.0	8.9	4.4	2.2	4.4	4.4	-	11.1	2.2
	製造業	60	35.0	31.7	41.7	26.7	15.0	8.3	3.3	10.0	6.7	13.3	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	10	50.0	50.0	10.0	40.0	20.0	10.0	10.0	-	-	10.0	-
	運輸・通信業	21	38.1	52.4	42.9	33.3	4.8	-	4.8	-	-	19.0	-
	卸売・小売業、飲食店	93	37.6	59.1	31.2	31.2	12.9	4.3	7.5	2.2	3.2	9.7	-
	金融・保険業	19	36.8	68.4	36.8	-	10.5	5.3	-	-	-	5.3	-
	不動産業	5	20.0	60.0	60.0	60.0	20.0	-	-	-	-	-	-
	サービス業	86	60.5	55.8	31.4	19.8	4.7	12.8	1.2	3.5	2.3	5.8	-
その他	79	62.0	40.5	29.1	12.7	7.6	1.3	2.5	3.8	2.5	15.2	-	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	162	42.6	46.3	31.5	24.7	11.1	8.6	3.1	2.5	2.5	8.0	0.6
	10～29人	158	51.3	48.7	28.5	19.6	7.0	3.8	4.4	4.4	3.2	12.0	-
	30～99人	68	57.4	47.1	38.2	20.6	7.4	1.5	5.9	5.9	1.5	13.2	-
	100～299人	22	50.0	45.5	36.4	13.6	4.5	4.5	4.5	-	-	13.6	-
	300～999人	6	33.3	66.7	50.0	33.3	33.3	16.7	-	-	-	-	-
	1,000～1,999人	5	80.0	60.0	60.0	20.0	-	20.0	-	-	-	-	-
	2,000人以上	3	100.0	66.7	-	33.3	-	-	-	33.3	33.3	33.3	-

所在地別では、“中部地区”、“西部地区”では「業務上関係があるから」が最も多くなっているが、“東部地区”では「顧客のニーズがあるから」が51.6%と最も多くなっている。

業種別では、製造業で「製品・サービスの価値が上がるから」の回答が最も多く、それ以外の業種では「業務上関係があるから」又は「顧客のニーズがあるから」との回答が最も多くなっている。

## ＜分析・考察＞

業種によって理由は様々ではあるが、“農林漁業”以外では、「新たな市場になりそうだから」と答えている企業があり、ビジネスチャンスとして考えている事業所があることがわかる。多くの業種で「業務上関係があるから」、「顧客のニーズがあるから」という理由が上位を占めているが、今後、ユニバーサルデザインの導入をさらに進めていくためには、ビジネスチャンスやユニバーサルデザインを導入するメリットという側面からのPRも重要である。

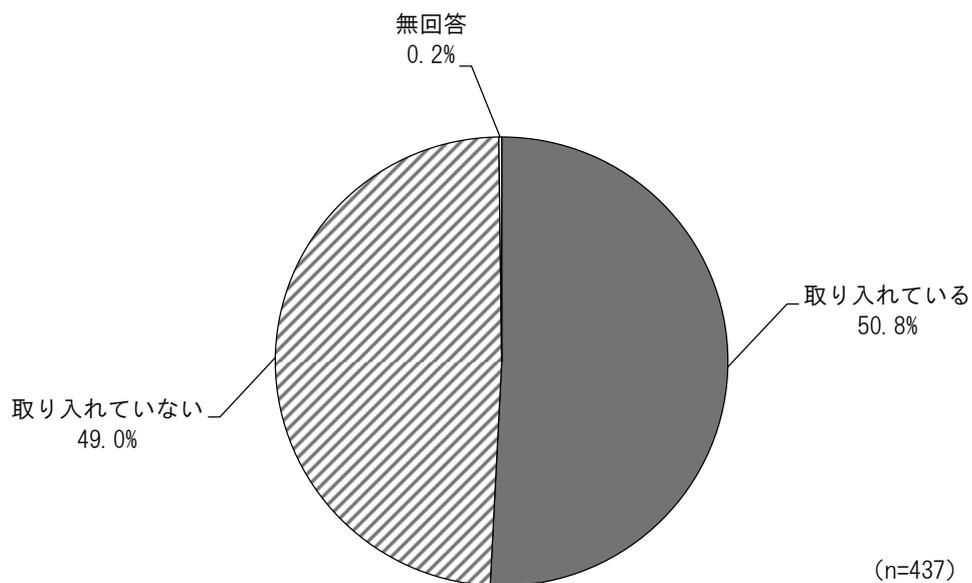
## 8. 事業を営む上でのユニバーサルデザインの取り入れ状況

問5 問2で「1 必要がある」と回答した事業所に伺います。

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。いずれかあてはまる方に○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>



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ている事業所のうち、実際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50.8%、「取り入れていない」が49.0%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
全体		437	50.8	49.0	0.2
所在地別	東部地区	122	52.5	47.5	-
	中部地区	153	50.3	49.0	0.7
	西部地区	151	52.3	47.7	-
業種別	農林漁業	3	33.3	66.7	-
	鉱業	-	-	-	-
	建設業	45	37.8	62.2	-
	製造業	60	45.0	55.0	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	10	30.0	70.0	-
	運輸・通信業	21	47.6	52.4	-
	卸売・小売業、飲食店	93	39.8	59.1	1.1
	金融・保険業	19	84.2	15.8	-
	不動産業	5	80.0	20.0	-
	サービス業	86	57.0	43.0	-
その他	79	67.1	32.9	-	
従業員規模別	5～9人	162	43.8	55.6	0.6
	10～29人	158	52.5	47.5	-
	30～99人	68	63.2	36.8	-
	100～299人	22	50.0	50.0	-
	300～999人	6	83.3	16.7	-
	1,000～1,999人	5	80.0	20.0	-
	2,000人以上	3	100.0	-	-

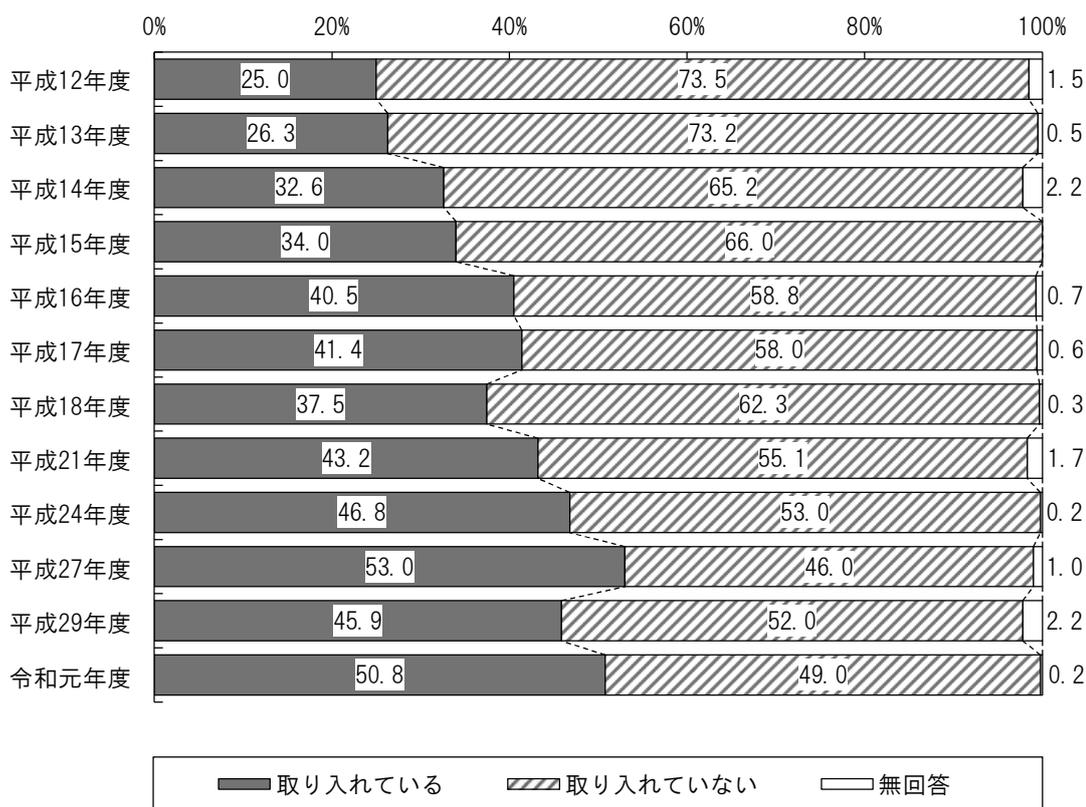
業種別では、“金融保険業”、“不動産業”、“サービス業”、“その他”で「取り入れている」が「取り入れていない」を上回っており、特に“金融保険業”、“不動産業”では、8割以上となっている。

従業員規模別では、“5～9人”で「取り入れていない」が55.6%と、「取り入れている」よりも多くなっているが、「100人～299人」を除いて、それ以外の規模では「取り入れている」が「取り入れていない」を上回っている。

## ＜分析・考察＞

事業を営む上でのユニバーサルデザインの必要性について「必要がある」と答えている企業は7割程度となっているが、そのうちの約半数はユニバーサルデザインを取り入れておらず、「取り入れている」と答えた割合が5割を超えているのは“金融・保険業”、“不動産業”、“サービス業”、“その他”の4業種のみとなっている。業種ごとに取り入れ方や取り入れるメリット等、伝える内容を変えながらPRを行う必要がある。

## <年度別結果>



年度別では、「取り入れている」が令和元年度で50.8%と、平成29年度に比べて4.9ポイント多くなっている。令和元年度では、平成12年度の約2倍となっている。

今回の調査では「取り入れている」が50.8%となり、平成27年度の53.0%に次ぐ多さとなっている。

## <年度別結果からの考察>

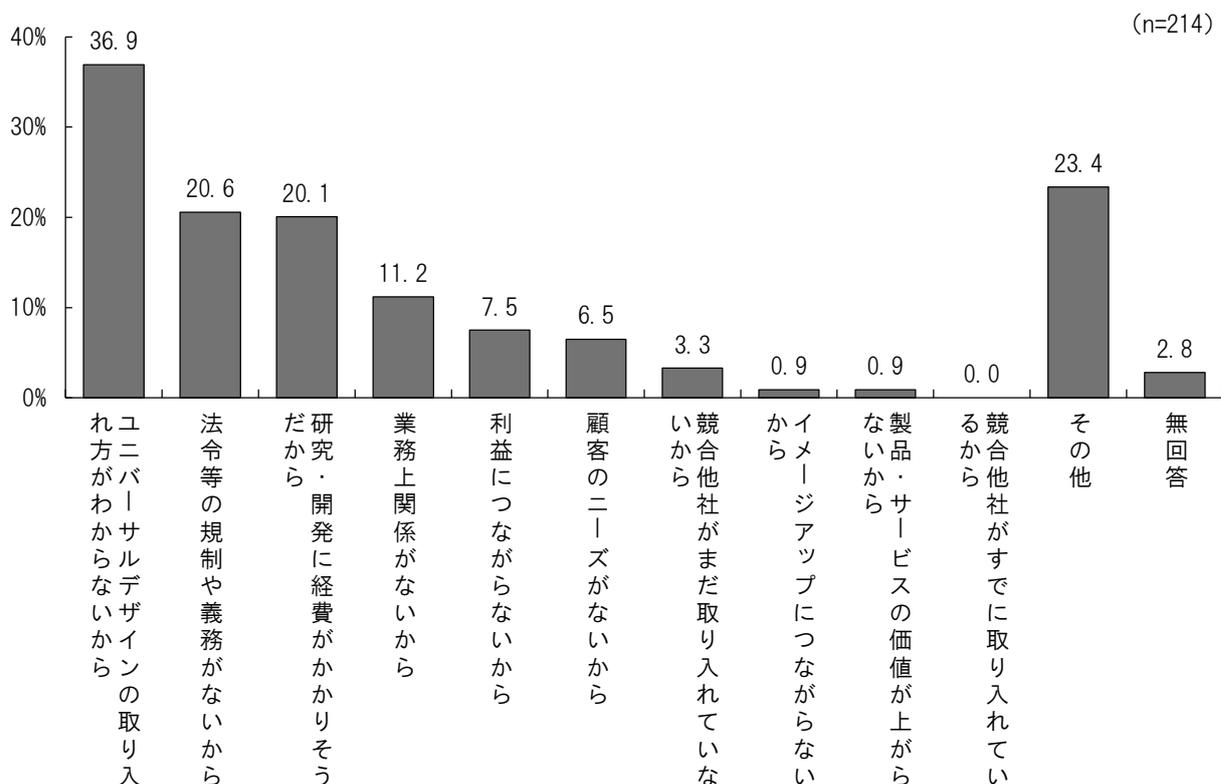
「取り入れている」と答える事業所は、近年増減があるものの、平成12年度からみると増加傾向にある。既存のPR方法に加えて、さらに業種ごとに異なるアプローチを行う必要がある。

## 9. ユニバーサルデザインを取り入れていない理由

問6 問5で「2 取り入れていない」と回答した事業所に伺います。

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>



事業を営む上で、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事業所において、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36.9%と最も多く、次いで「その他」が23.4%、「法令等の規制や義務がないから」が20.6%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	ユニバーサルデザインの取り入れ方がわからないから	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	業務上関係がないから	利益につながらないから	顧客のニーズがないから	競合他社がまだ取り入れていないから	イメージアップにつながらないから	製品・サービスの価値が上がらないから	競合他社がすでに取り入れているから	その他	無回答	
<b>全体</b>	214	36.9	20.6	20.1	11.2	7.5	6.5	3.3	0.9	0.9	-	23.4	2.8	
<b>所在地別</b>	東部地区	58	39.7	32.8	22.4	13.8	10.3	1.7	3.4	-	-	24.1	1.7	
	中部地区	75	33.3	16.0	14.7	10.7	6.7	10.7	4.0	-	2.7	29.3	4.0	
	西部地区	72	38.9	12.5	25.0	11.1	4.2	5.6	2.8	2.8	-	16.7	2.8	
<b>業種別</b>	農林漁業	2	100.0	100.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	建設業	28	28.6	21.4	14.3	3.6	7.1	7.1	10.7	-	-	14.3	14.3	
	製造業	33	33.3	9.1	27.3	18.2	6.1	6.1	3.0	-	-	12.1	3.0	
	電気・ガス・熱供給・水道業	7	42.9	28.6	14.3	14.3	28.6	-	-	14.3	-	42.9	-	
	運輸・通信業	11	36.4	27.3	27.3	18.2	-	9.1	-	-	-	18.2	-	
	卸売・小売業、飲食店	55	49.1	21.8	16.4	5.5	9.1	9.1	3.6	-	1.8	-	30.9	-
	金融・保険業	3	-	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-	66.7	-
	不動産業	1	-	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	サービス業	37	32.4	16.2	18.9	18.9	5.4	5.4	-	-	2.7	-	21.6	-
その他	26	34.6	15.4	23.1	7.7	-	-	3.8	3.8	-	-	30.8	3.8	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	90	42.2	27.8	27.8	13.3	10.0	4.4	3.3	1.1	1.1	-	17.8	2.2
	10～29人	75	38.7	10.7	13.3	9.3	5.3	4.0	5.3	-	1.3	-	26.7	5.3
	30～99人	25	28.0	24.0	12.0	4.0	-	12.0	-	4.0	-	-	36.0	-
	100～299人	11	18.2	9.1	27.3	18.2	9.1	18.2	-	-	-	-	27.3	-
	300～999人	1	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	1,000～1,999人	1	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	2,000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

従業員規模別では、“100～299人”で「研究・開発に経費がかかりそうだから」が27.3%と最も多くなっている。

<分析・考察>

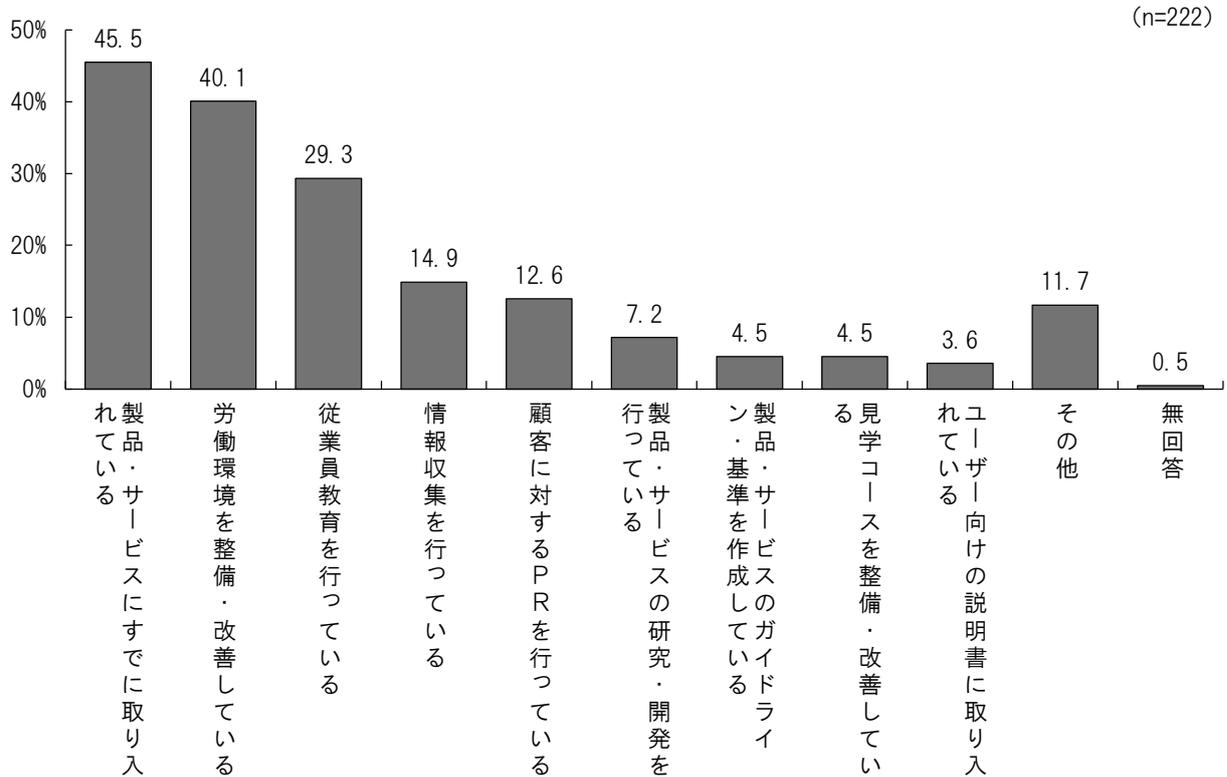
従業員規模が小さい事業所ほど、「ユニバーサルデザインの取り入れ方がわからないから」と答える事業所が多い傾向がある。また、「研究・開発に経費がかかりそうだから」と答える事業所も多く、従業員規模が小さい事業所向けのPRを行うとともに、導入した際のメリットについても伝えていく必要がある。

## 10. ユニバーサルデザインの取り入れ方

問7 問5で「1 取り入れている」と回答した事業所に伺います。

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>



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45.5%と最も多く、次いで「労働環境を整備・改善している」が40.1%、「従業員教育を行っている」が29.3%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	労働環境を整備・改善している	従業員教育を行っている	情報収集を行っている	顧客に対するPRを行っている	製品・サービスの研究・開発を行っている	製品・サービスのガイドライン・基準を作成している	見学コースを整備・改善している	ユーザー向けの説明書に取り	その他	無回答	
<b>全体</b>	222	45.5	40.1	29.3	14.9	12.6	7.2	4.5	4.5	3.6	11.7	0.5	
<b>所在地別</b>	東部地区	64	40.6	40.6	25.0	9.4	15.6	10.9	4.7	3.1	3.1	15.6	1.6
	中部地区	77	51.9	35.1	26.0	18.2	13.0	3.9	3.9	2.6	5.2	10.4	-
	西部地区	79	44.3	45.6	35.4	16.5	10.1	7.6	5.1	7.6	2.5	8.9	-
<b>業種別</b>	農林漁業	1	100.0	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	17	41.2	58.8	23.5	11.8	17.6	5.9	-	-	-	-	-
	製造業	27	40.7	59.3	29.6	14.8	18.5	18.5	3.7	18.5	7.4	7.4	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	3	-	100.0	33.3	-	33.3	-	-	33.3	-	-	-
	運輸・通信業	10	60.0	40.0	30.0	10.0	10.0	-	-	-	-	20.0	-
	卸売・小売業、飲食店	37	51.4	24.3	27.0	21.6	13.5	8.1	2.7	2.7	5.4	24.3	-
	金融・保険業	16	62.5	25.0	25.0	6.3	6.3	-	6.3	-	6.3	6.3	-
	不動産業	4	25.0	25.0	75.0	-	-	-	-	-	25.0	25.0	-
	サービス業	49	40.8	42.9	32.7	14.3	12.2	2.0	8.2	4.1	2.0	8.2	-
その他	53	47.2	34.0	26.4	17.0	11.3	9.4	5.7	1.9	1.9	13.2	1.9	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	71	43.7	35.2	32.4	11.3	12.7	5.6	1.4	-	4.2	15.5	-
	10～29人	83	43.4	36.1	33.7	19.3	10.8	6.0	6.0	7.2	2.4	7.2	1.2
	30～99人	43	46.5	51.2	23.3	14.0	18.6	9.3	4.7	4.7	4.7	16.3	-
	100～299人	11	63.6	45.5	-	-	-	9.1	-	-	-	9.1	-
	300～999人	5	40.0	60.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	40.0	20.0	-	-
	1,000～1,999人	4	75.0	75.0	25.0	25.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-
	2,000人以上	3	33.3	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	-	33.3	-

所在地別では、“西部地区”で「労働環境を整備・改善している」が45.6%と最も多くなっている。

<分析・考察>

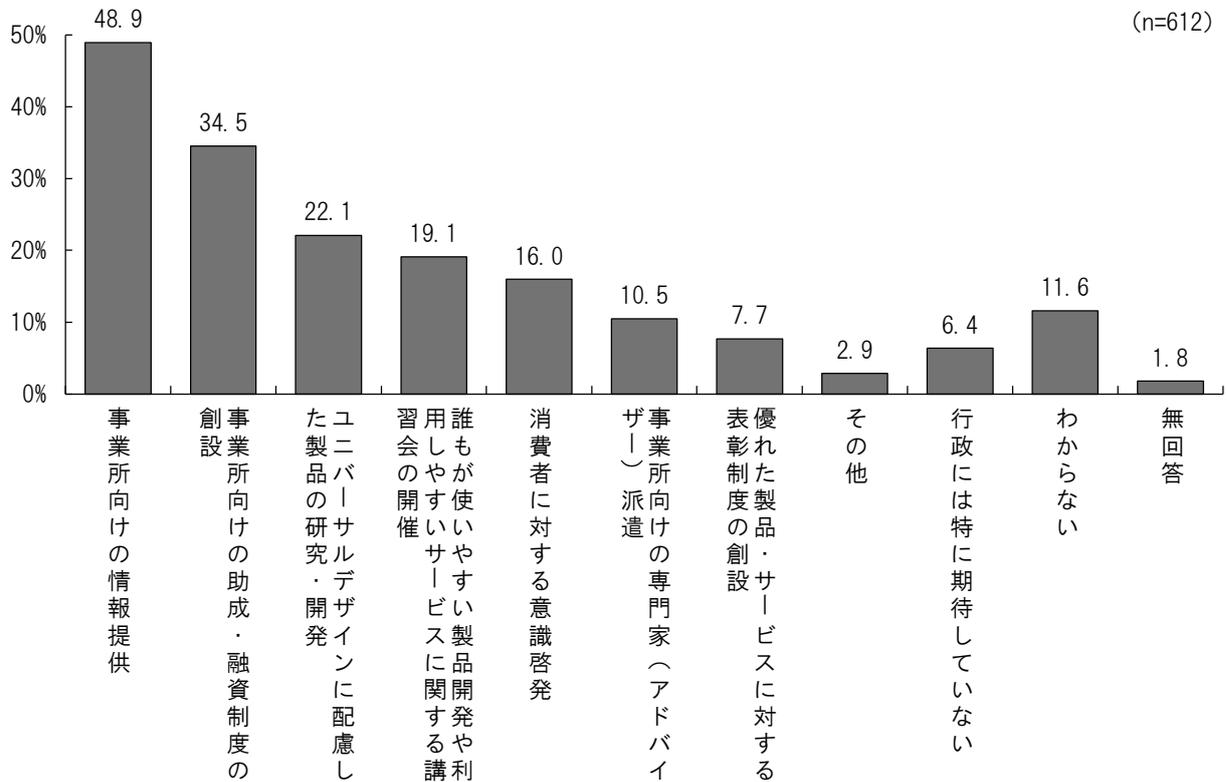
製品・サービスや労働環境、従業員教育に取り入れている事業所が多い一方で、それ以外を取り入れている事業所は少ないことがわかる。具体的な取り入れ方を示す等、新たなアプローチ方法を検討する必要がある。

## 11. ユニバーサルデザインを取り入れていくために行政に期待すること

問8 すべての事業所に伺います。

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つまでに○印をつけてください。

### <全体結果>



ユニバーサルデザインを取り入れていくために行政に期待することは、「事業所向けの情報提供」が48.9%と最も多く、次いで「事業所向けの助成・融資制度の創設」が34.5%、「ユニバーサルデザインに配慮した製品の研究・開発」が22.1%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	の事業所向けの助成・融資制度の創設	ユニバーサルデザインに配慮した製品の研究・開発	誰もが使いやすい製品開発や講習会の開催	消費者に対する意識啓発	イザイ(派遣) 事業所向けの専門家(アドバイザー)	優れた製品・サービスに対する表彰制度の創設	その他	行政には特に期待していない	わからない	無回答	
<b>全体</b>	612	48.9	34.5	22.1	19.1	16.0	10.5	7.7	2.9	6.4	11.6	1.8	
<b>所在地別</b>	東部地区	179	46.4	30.7	24.0	17.3	15.6	10.6	6.1	2.8	5.6	15.6	2.8
	中部地区	211	50.2	36.5	19.0	23.2	18.0	10.4	8.5	3.8	5.2	10.0	1.9
	西部地区	204	50.0	35.8	25.0	16.2	15.2	10.3	8.3	1.5	8.3	9.3	1.0
<b>業種別</b>	農林漁業	8	50.0	62.5	25.0	-	37.5	12.5	12.5	-	12.5	12.5	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	65	50.8	33.8	24.6	15.4	9.2	7.7	1.5	1.5	9.2	16.9	1.5
	製造業	94	41.5	41.5	22.3	16.0	14.9	11.7	10.6	-	6.4	13.8	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	23.1	15.4	15.4	23.1	15.4	7.7	-	-	7.7	38.5	-
	運輸・通信業	30	46.7	36.7	6.7	26.7	3.3	20.0	6.7	3.3	13.3	13.3	3.3
	卸売・小売業、飲食店	129	49.6	34.9	23.3	18.6	14.7	14.0	7.0	3.9	4.7	9.3	3.9
	金融・保険業	23	43.5	17.4	34.8	30.4	26.1	-	8.7	4.3	8.7	4.3	-
	不動産業	5	60.0	60.0	20.0	-	20.0	-	20.0	-	-	20.0	-
	サービス業	118	52.5	33.1	23.7	20.3	14.4	8.5	5.9	1.7	6.8	11.0	2.5
その他	104	54.8	33.7	23.1	21.2	24.0	9.6	12.5	5.8	1.9	6.7	1.0	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	243	47.3	36.2	20.2	18.1	16.9	8.2	7.8	2.9	7.8	12.3	2.1
	10～29人	207	53.6	37.2	27.1	20.3	14.0	12.1	6.3	1.9	6.8	8.2	1.0
	30～99人	97	41.2	35.1	17.5	21.6	15.5	16.5	7.2	4.1	3.1	16.5	1.0
	100～299人	29	51.7	13.8	20.7	17.2	17.2	6.9	13.8	3.4	6.9	13.8	3.4
	300～999人	6	33.3	16.7	33.3	-	66.7	-	50.0	-	-	-	-
	1,000～1,999人	5	80.0	-	20.0	20.0	40.0	-	-	-	-	-	20.0
	2,000人以上	3	66.7	66.7	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-	-

業種別では、“農林漁業”で「事業所向けの助成・融資制度の創設」が62.5%と最も多くなっている。

<分析・考察>

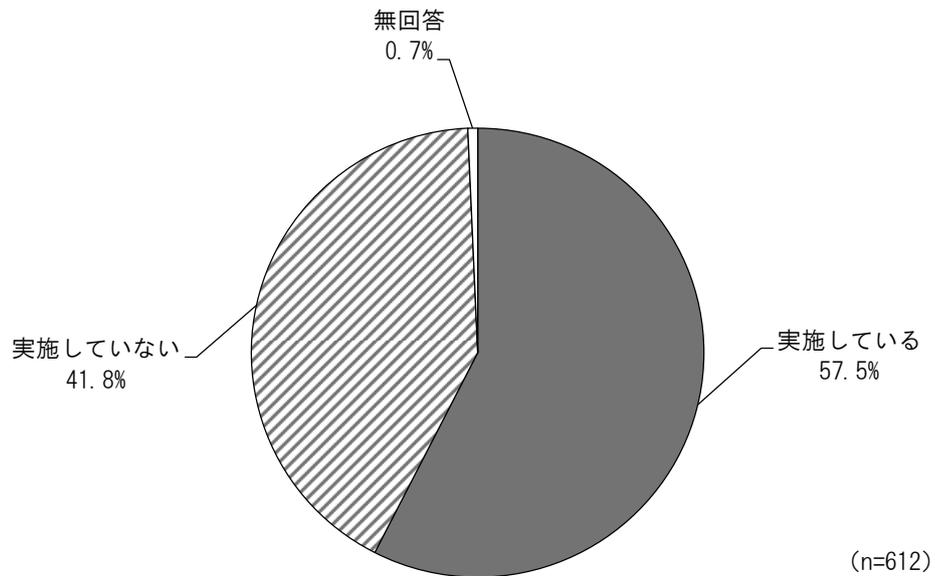
「事業所向けの情報提供」が、業種や従業員規模を問わず最も多くなっている。「事業所向けの助成・融資制度の創設」が従業員規模が100人未満の事業所で多いほか、「ユニバーサルデザインに配慮した製品の研究・開発」への期待も高く、行政が行う支援について検討していく必要がある。

### 3 「社会貢献活動」について

#### 12. 社会貢献活動の実施状況

問9 貴事業所は、会社又は事業所単位の取組として社会貢献活動を実施していますか。いずれかあてはまる方に○印をつけてください。

##### <全体結果>



社会貢献活動の実施状況は、「実施している」が57.5%、「実施していない」が41.8%となっている。

<属性別結果>

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	実施している	実施していない	無回答
全体		612	57.5	41.8	0.7
所在地別	東部地区	179	61.5	37.4	1.1
	中部地区	211	55.9	43.6	0.5
	西部地区	204	56.4	43.1	0.5
業種別	農林漁業	8	50.0	50.0	-
	鉱業	-	-	-	-
	建設業	65	49.2	50.8	-
	製造業	94	51.1	46.8	2.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	53.8	46.2	-
	運輸・通信業	30	70.0	30.0	-
	卸売・小売業、飲食店	129	58.9	41.1	-
	金融・保険業	23	91.3	8.7	-
	不動産業	5	40.0	60.0	-
	サービス業	118	60.2	39.0	0.8
その他	104	56.7	42.3	1.0	
従業員規模別	5～9人	243	45.7	54.3	-
	10～29人	207	62.3	37.2	0.5
	30～99人	97	73.2	24.7	2.1
	100～299人	29	65.5	31.0	3.4
	300～999人	6	83.3	16.7	-
	1,000～1,999人	5	100.0	-	-
	2,000人以上	3	100.0	-	-

従業員規模別では、“5～9人”で「実施していない」が54.3%と、「実施している」よりも多くなっているが、10人以上の規模では、「実施している」が「実施していない」より多くなっており、従業員規模が大きくなるほど実施している割合が高くなる傾向が読み取れる。

<分析・考察>

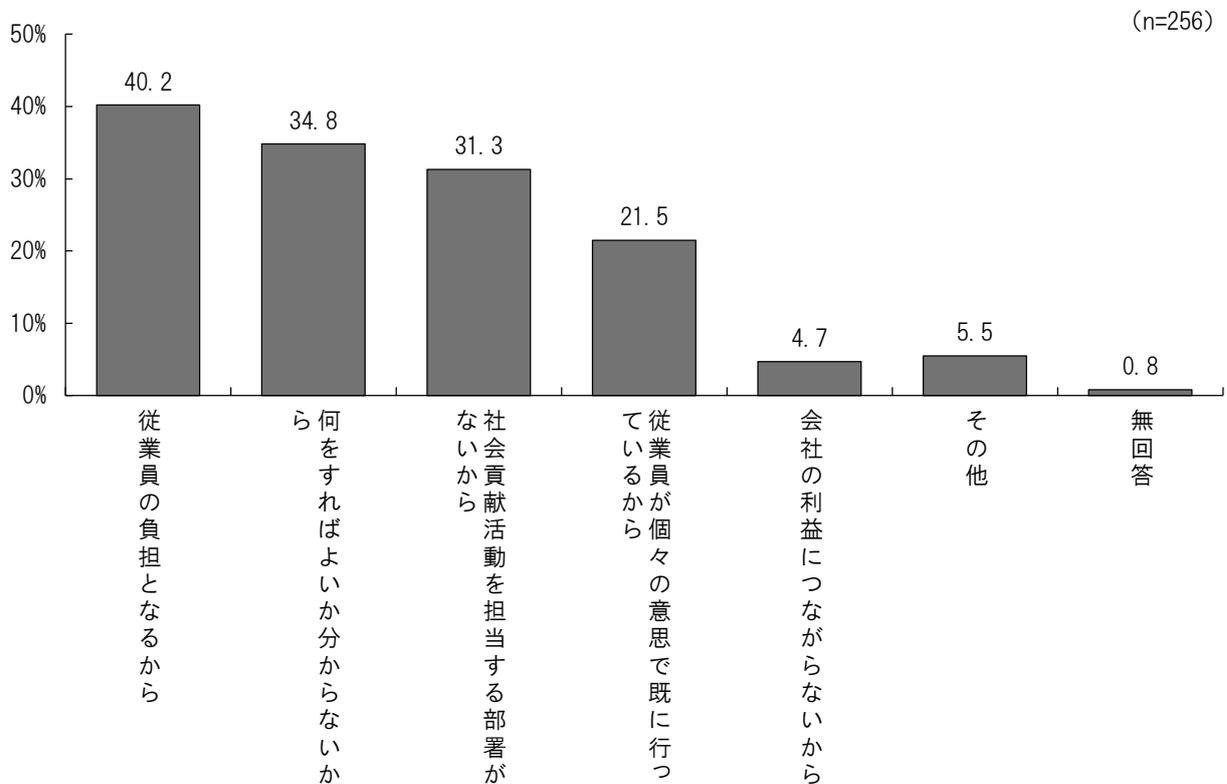
“建設業”、“不動産業”と“5人～9人”の従業員規模の事業所で「実施していない」が半数を超えている。“建設業”、“不動産業”や“5人～9人”の従業員規模の事業所を対象に、社会貢献活動への参加を呼び掛ける必要がある。

### 13. 社会貢献活動を実施していない理由

問10 問9で「2 実施していない」と回答した事業所に伺います。

実施し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>



社会貢献活動を実施していない理由は、「従業員の負担となるから」が40.2%と最も多く、次いで「何をすればよいか分からないから」が34.8%、「社会貢献活動を担当する部署がないから」が31.3%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	従業員の負担となるから	何をすればよいか分からないから	社会貢献活動を担当する部署がないから	従業員が個々の意思で既に行っているから	会社の利益につながらないから	その他	無回答	
<b>全体</b>	256	40.2	34.8	31.3	21.5	4.7	5.5	0.8	
<b>所在地別</b>	東部地区	67	46.3	25.4	35.8	19.4	4.5	4.5	1.5
	中部地区	92	39.1	37.0	31.5	29.3	5.4	5.4	-
	西部地区	88	35.2	36.4	28.4	13.6	4.5	6.8	1.1
<b>業種別</b>	農林漁業	4	50.0	25.0	-	25.0	-	-	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	33	36.4	39.4	33.3	15.2	-	6.1	-
	製造業	44	38.6	47.7	27.3	20.5	2.3	-	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	6	33.3	-	33.3	33.3	-	16.7	-
	運輸・通信業	9	44.4	33.3	44.4	-	11.1	11.1	-
	卸売・小売業、飲食店	53	39.6	28.3	34.0	11.3	5.7	9.4	1.9
	金融・保険業	2	-	-	50.0	50.0	-	-	-
	不動産業	3	100.0	-	33.3	33.3	66.7	-	-
	サービス業	46	45.7	26.1	23.9	32.6	6.5	6.5	2.2
その他	44	34.1	38.6	38.6	27.3	4.5	4.5	-	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	132	44.7	36.4	28.8	20.5	4.5	5.3	1.5
	10～29人	77	37.7	29.9	36.4	22.1	3.9	5.2	-
	30～99人	24	25.0	33.3	33.3	20.8	-	8.3	-
	100～299人	9	33.3	44.4	22.2	22.2	33.3	-	-
	300～999人	1	-	-	-	100.0	-	-	-
	1,000～1,999人	-	-	-	-	-	-	-	-
	2,000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-

所在地別では、“西部地区”で「何をすればよいか分からないから」が36.4%と最も多くなっている。

<分析・考察>

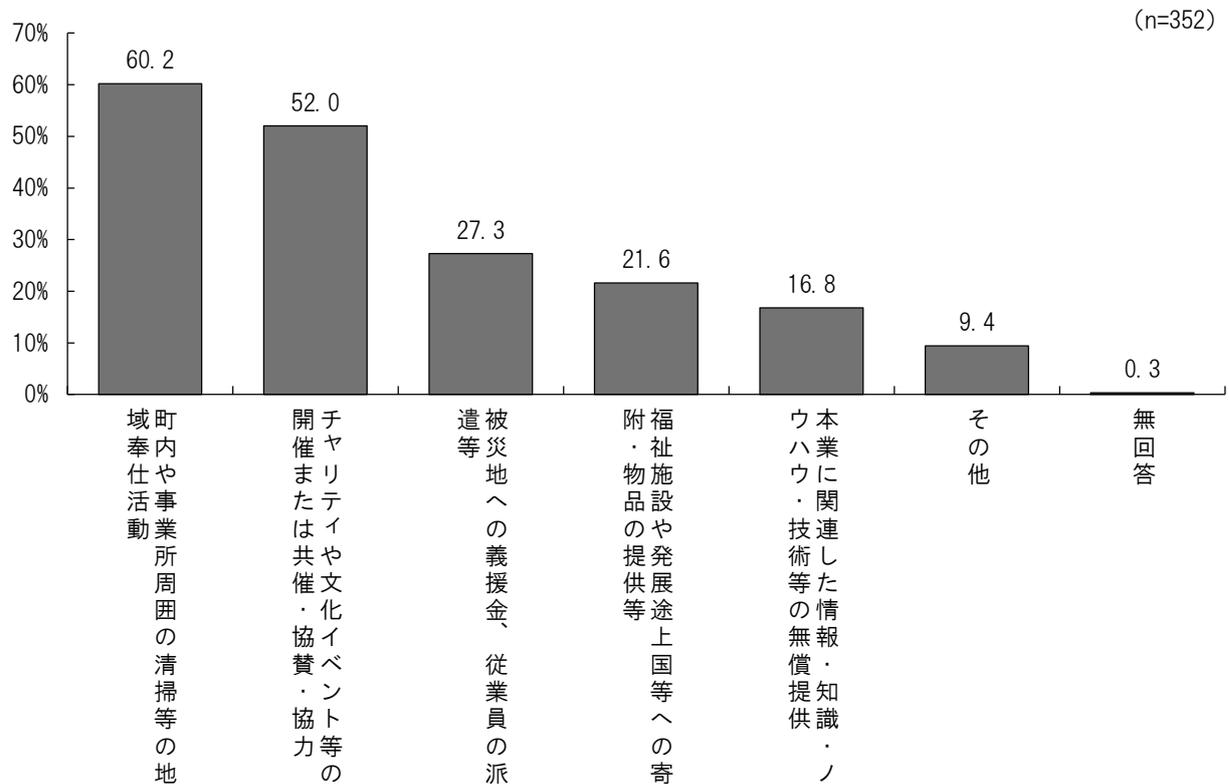
「従業員の負担となるから」が最も多くなっているが、具体的な方法を示せば早期に対応できる「何をすればよいか分からないから」が2番目に多くなっている。“建設業”、“製造業”、“その他”において「何をすればよいか分からないから」が最も多くなっており、この業種に対して、具体的な方法を示していくことが必要である。

## 14. 実施している社会貢献活動の内容

問11 問9で「1 実施している」と回答した事業所に伺います。

実施している社会貢献活動の内容は何ですか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

### <全体結果>



実施している社会貢献活動の内容は、「町内や事業所周囲の清掃等の地域奉仕活動」が60.2%と最も多く、次いで「チャリティや文化イベント等の開催または共催・協賛・協力」が52.0%、「被災地への義援金、従業員の派遣等」が27.3%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	町内や事業所周囲の清掃等の地域奉仕活動	チャリティや文化イベント等の開催または共催・協賛・協力	被災地への義援金、従業員の派遣等	福祉施設や発展途上国等への寄附・施設や物品の提供等	本業に関連した情報・知識・ノウハウ・技術等の無償提供	その他	無回答
全体		352	60.2	52.0	27.3	21.6	16.8	9.4	0.3
所在地別	東部地区	110	59.1	63.6	23.6	11.8	18.2	10.9	0.9
	中部地区	118	60.2	44.1	28.8	25.4	11.0	10.2	-
	西部地区	115	60.9	47.8	30.4	27.8	20.9	6.1	-
業種別	農林漁業	4	75.0	50.0	25.0	-	25.0	-	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	32	81.3	37.5	21.9	18.8	6.3	6.3	-
	製造業	48	62.5	64.6	33.3	20.8	12.5	6.3	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	7	71.4	42.9	14.3	14.3	14.3	14.3	-
	運輸・通信業	21	66.7	33.3	9.5	33.3	-	9.5	-
	卸売・小売業、飲食店	76	56.6	57.9	38.2	30.3	11.8	9.2	-
	金融・保険業	21	81.0	61.9	14.3	9.5	19.0	4.8	-
	不動産業	2	50.0	100.0	-	-	-	-	-
	サービス業	71	53.5	53.5	29.6	18.3	22.5	14.1	-
その他	59	47.5	42.4	25.4	20.3	32.2	8.5	1.7	
従業員規模別	5～9人	111	53.2	56.8	19.8	27.0	17.1	5.4	-
	10～29人	129	60.5	45.0	26.4	20.2	14.7	11.6	-
	30～99人	71	67.6	54.9	36.6	22.5	21.1	8.5	1.4
	100～299人	19	57.9	42.1	31.6	5.3	15.8	10.5	-
	300～999人	5	100.0	100.0	80.0	40.0	20.0	-	-
	1,000～1,999人	5	40.0	80.0	40.0	20.0	-	20.0	-
	2,000人以上	3	100.0	66.7	33.3	-	33.3	33.3	-

各属性別に見た場合も「町内や事業所周囲の清掃等の地域奉仕活動」、「チャリティや文化イベント等の開催または共催・協賛・協力」が上位1位、2位を占める状況に変わりはない。

<分析・考察>

業種や従業員規模に関わらず、「町内や事業所周囲の清掃等の地域奉仕活動」、「チャリティや文化イベント等の開催または共催・協賛・協力」は、事業所の社会貢献活動の内容として定着していると考えられることから、これ以外の様々な社会貢献活動にも取組が広がるよう、啓発していくことが必要である。

## 15. 行政、学校、NPO、他の組織・団体等と連携・協力して実施しているものの有無

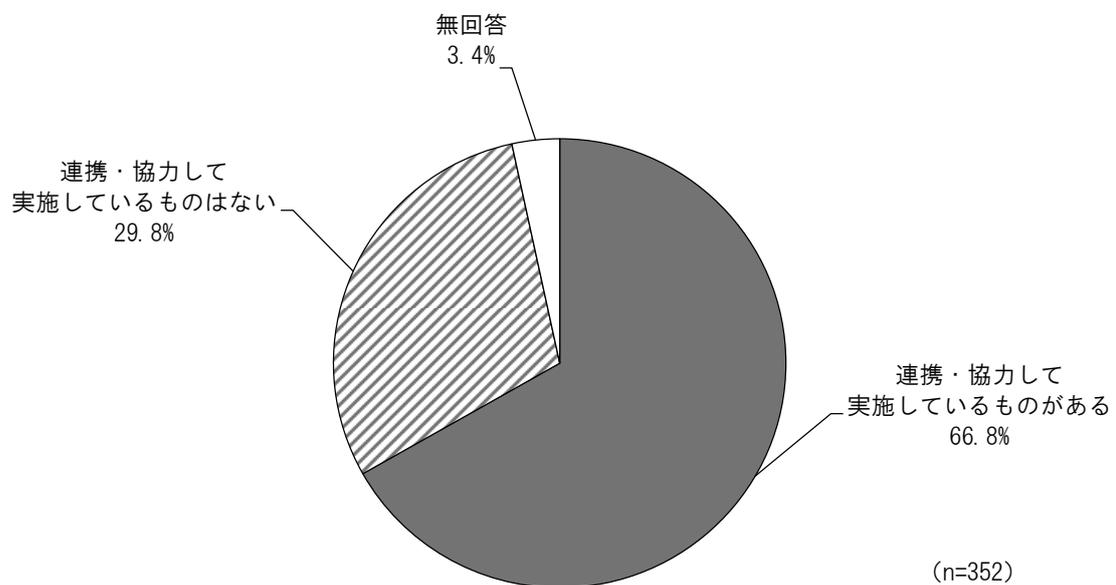
問12 問9で「1 実施している」と回答した事業所に伺います。

実施している社会貢献活動について、行政、学校、NPO、他の組織、団体等と連携・協力して実施しているものはありますか。いずれかあてはまる方に○印をつけてください。

※連携・協力の例

- ・警察と協定を結んで地域の防犯活動に参加
- ・自治会と合同で町内の清掃を実施
- ・NPOが実施するチャリティイベントへの協賛や従業員ボランティア派遣等

### <全体結果>



行政、学校、NPO、他の組織・団体等と連携・協力して実施しているものの有無は、「連携・協力して実施しているものがある」が66.8%、「連携・協力して実施しているものはない」が29.8%となっている。

<属性別結果>

(単位：％、調査数は事業所)

		調査数	連携・協力して実施しているものがある	連携・協力して実施していないものはない	無回答
全体		352	66.8	29.8	3.4
所在地別	東部地区	110	67.3	29.1	3.6
	中部地区	118	63.6	32.2	4.2
	西部地区	115	69.6	27.8	2.6
業種別	農林漁業	4	50.0	50.0	-
	鉱業	-	-	-	-
	建設業	32	71.9	21.9	6.3
	製造業	48	58.3	39.6	2.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	7	100.0	-	-
	運輸・通信業	21	76.2	23.8	-
	卸売・小売業、飲食店	76	65.8	26.3	7.9
	金融・保険業	21	76.2	14.3	9.5
	不動産業	2	-	100.0	-
	サービス業	71	74.6	25.4	-
その他	59	59.3	39.0	1.7	
従業員規模別	5～9人	111	65.8	27.9	6.3
	10～29人	129	65.9	31.8	2.3
	30～99人	71	70.4	26.8	2.8
	100～299人	19	57.9	42.1	-
	300～999人	5	80.0	20.0	-
	1,000～1,999人	5	80.0	20.0	-
	2,000人以上	3	100.0	-	-

従業員規模別では、「連携・協力して実施しているものがある」の方がどの事業所も多くなっているが、従業員規模が大きくなるほど、その割合が高くなる傾向にある。

<分析・考察>

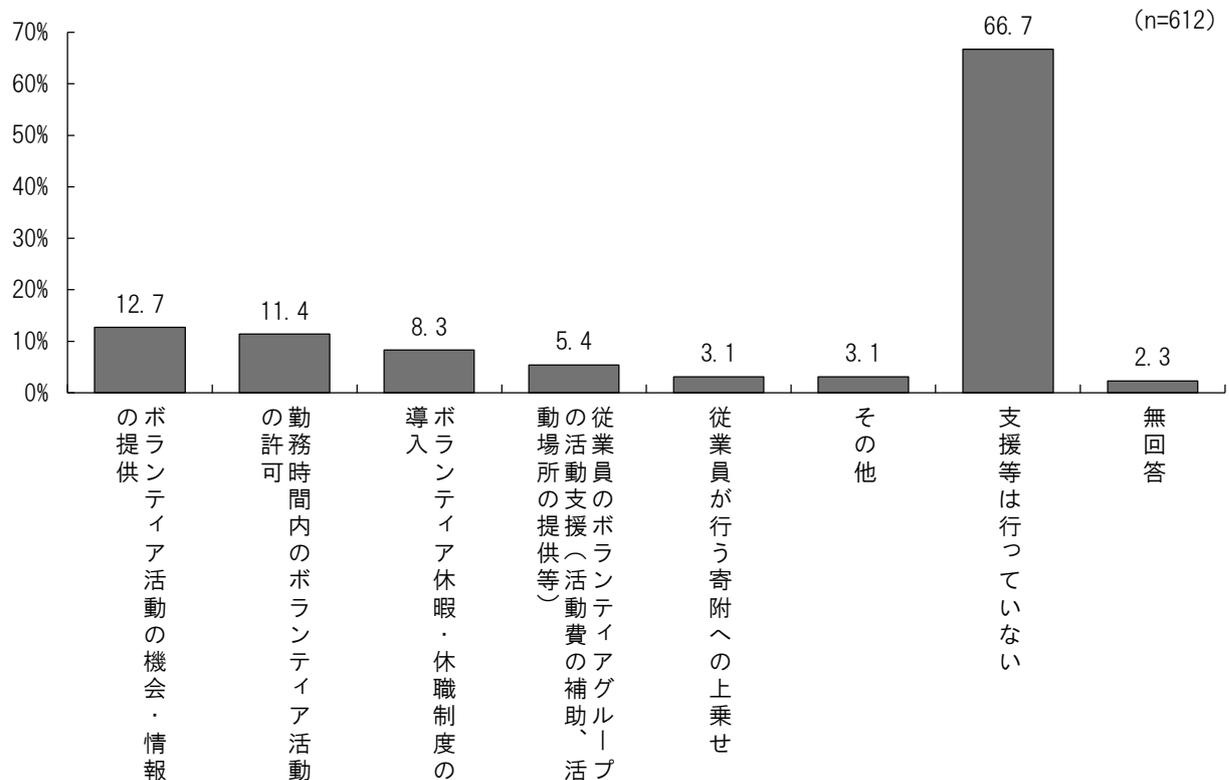
「連携・協力して実施しているものはない」と答えている事業所も29.8%いることから、連携・協力できる具体的な事例等を用いて啓発していく必要がある。

## 16. 従業員がボランティアなどの社会貢献活動を行うことに対して実施している支援等

問13 すべての事業所に伺います。

貴事業所は、従業員がボランティアなどの社会貢献活動を行うことに対して、実施している支援等がありますか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

### <全体結果>



従業員がボランティアなどの社会貢献活動を行うことに対して実施している支援等は、「ボランティア活動の機会・情報の提供」が12.7%と最も多く、次いで「勤務時間内のボランティア活動の許可」が11.4%、「ボランティア休暇・休職制度の導入」が8.3%などとなっている。また「支援等を行っていない」が66.7%となっている。

<属性別結果>

(単位：%、調査数は事業所)

	調査数	ボランティア活動の機会・情報の提供	勤務時間内のボランティア活動の許可	ボランティア休暇・休職制度の導入	従業員のボランティア活動の補助(活動費の補償)	従業員が行う寄附への乗せ	その他	支援等を行っていない	無回答	
<b>全体</b>	612	12.7	11.4	8.3	5.4	3.1	3.1	66.7	2.3	
<b>所在地別</b>	東部地区	179	12.3	15.1	8.4	4.5	3.9	2.8	63.7	3.4
	中部地区	211	10.0	9.0	8.5	5.7	2.8	2.8	71.6	1.4
	西部地区	204	16.2	10.8	7.4	5.4	2.5	3.4	64.2	2.5
<b>業種別</b>	農林漁業	8	12.5	12.5	-	-	-	-	75.0	12.5
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	65	16.9	20.0	7.7	6.2	3.1	4.6	64.6	-
	製造業	94	8.5	9.6	3.2	6.4	4.3	5.3	68.1	3.2
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	23.1	23.1	7.7	15.4	15.4	-	30.8	7.7
	運輸・通信業	30	10.0	13.3	3.3	3.3	-	-	66.7	6.7
	卸売・小売業、飲食店	129	7.8	8.5	7.8	5.4	3.1	3.9	72.1	2.3
	金融・保険業	23	47.8	13.0	30.4	8.7	-	4.3	17.4	-
	不動産業	5	-	-	-	-	-	20.0	80.0	-
	サービス業	118	16.9	12.7	4.2	2.5	3.4	1.7	69.5	0.8
その他	104	9.6	9.6	15.4	5.8	1.9	1.9	67.3	2.9	
<b>従業員規模別</b>	5～9人	243	9.5	10.3	7.4	4.5	2.5	2.1	70.4	2.5
	10～29人	207	12.6	10.1	6.8	3.9	2.9	1.9	68.6	1.9
	30～99人	97	16.5	17.5	10.3	9.3	4.1	9.3	57.7	2.1
	100～299人	29	17.2	10.3	13.8	3.4	3.4	-	65.5	3.4
	300～999人	6	33.3	33.3	16.7	16.7	16.7	-	33.3	-
	1,000～1,999人	5	60.0	-	20.0	20.0	-	-	40.0	-
	2,000人以上	3	33.3	-	-	-	-	33.3	-	33.3

所在地別では、“東部地区”で「勤務時間内のボランティア活動の許可」が15.1%と最も多くなっている。業種別では、“金融・保険業”で「ボランティア活動の機会・情報の提供」が最も高く、それ以外では「支援等を行っていない」が最も多い。

<分析・考察>

従業員規模が小さい事業所ほど「支援等を行っていない」と答える割合が多い傾向がある。従業員規模が小さい事業所を対象に、具体的な事例を用いた啓発を行う必要がある。

## 4 その他の事項について

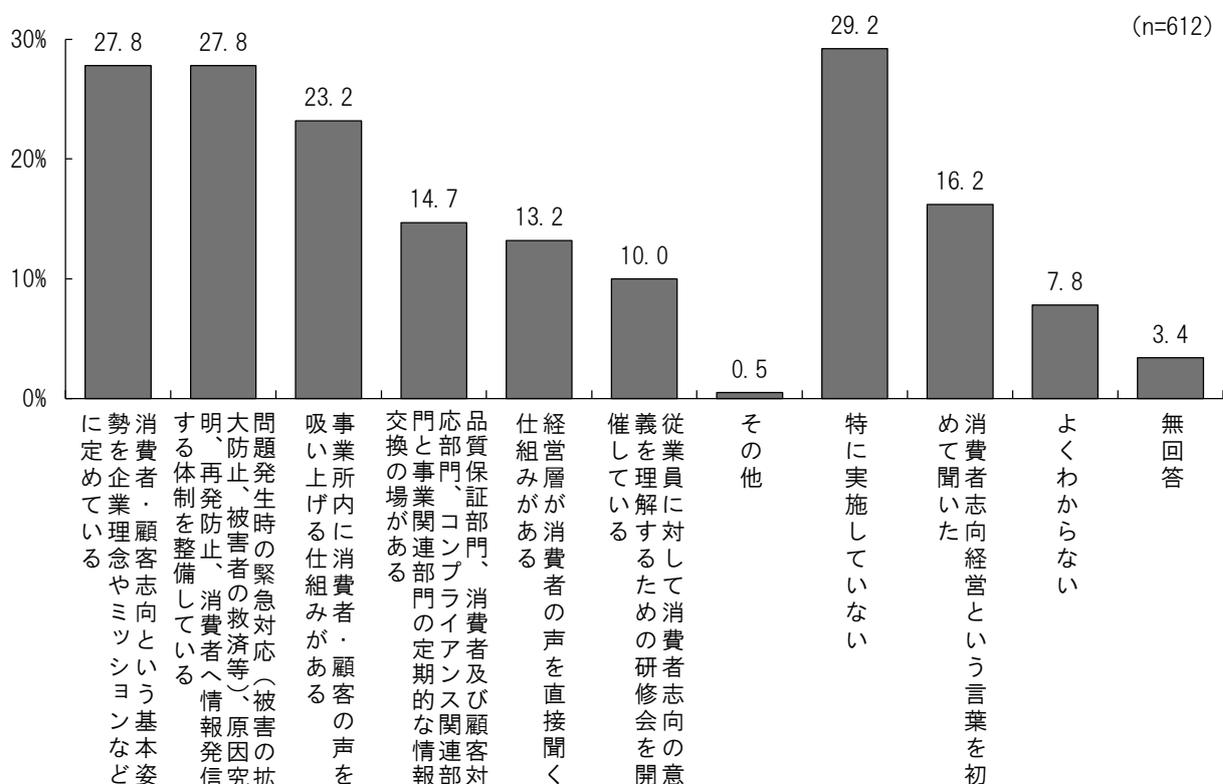
### 17. 「消費者志向経営」に関する取組内容で実施しているもの

問14 貴事業所は、「消費者志向経営」に関する取組内容で実施しているものはありますか。  
あてはまるものすべてに○印をつけてください。

※消費者志向経営とは

事業者が社会の一員として、その責任を十分に理解し、消費者の権利・利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに、持続可能な社会に貢献する経営のあり方のことです。

#### <全体結果>



「消費者志向経営」に関する取組内容で実施しているものは、「消費者・顧客志向という基本姿勢を企業理念やミッションなどに定めている」と「問題発生時の緊急対応（被害の拡大防止、被害者の救済等）、原因究明、再発防止、消費者へ情報発信する体制を整備している」が27.8%と最も多く、次いで「事業所内に消費者・顧客の声を吸い上げる仕組みがある」が23.2%、「品質保証部門、消費者及び顧客対応部門、コンプライアンス関連部門と事業関連部門の定期的な情報交換の場がある」が14.7%などとなっている。また「特に実施していない」が29.2%、「消費者志向経営という言葉は初めて聞いた」が16.2%となっている。



### ＜分析・考察＞

従業員規模が小さい事業所ほど「特に実施していない」や「消費者志向経営という言葉は初めて聞いた」と答える割合が多く、従業員規模が小さい事業所へのPRが必要である。また、“金融・保険業”と“不動産業”では「消費者・顧客志向という基本姿勢を企業理念やミッションなどに定めている」と答える割合が多い等、業種によって実施していることが異なる為、業種に応じてアプローチを変えていく必要がある。

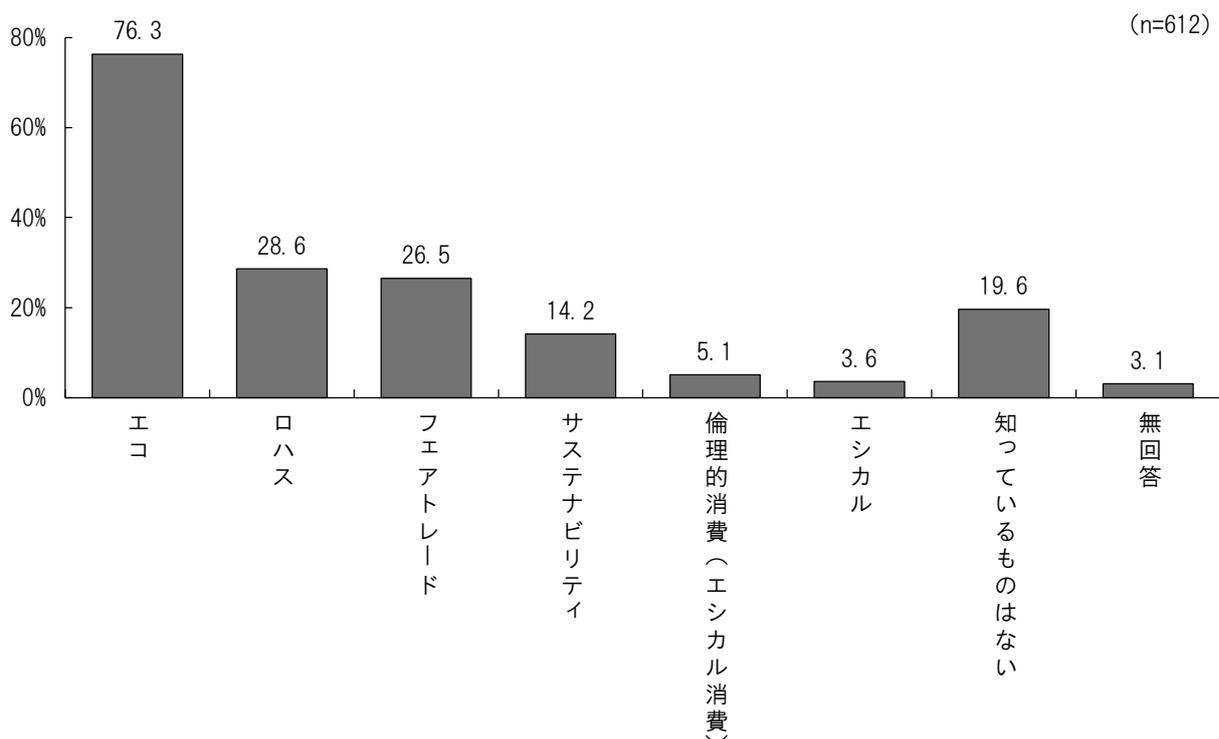
## 18. 倫理的消費（エシカル消費）に関連する言葉の認知度

問15 貴事業所は、倫理的消費（エシカル消費）に関連する以下の言葉を知っていますか。  
あてはまるものすべてに○印をつけてください。

※倫理的消費（エシカル消費）とは

人や社会・環境に配慮した消費行動のことであり、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うことです。

### <全体結果>



倫理的消費（エシカル消費）に関連する言葉の認知度は、「エコ」が76.3%と最も多く、次いで「ロハス」が28.6%、「フェアトレード」が26.5%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	エコ	ロハス	フェアトレード	サステナビリティ	倫理的消費（エシカル消費）	エシカル	知っているものはない	無回答
全体		612	76.3	28.6	26.5	14.2	5.1	3.6	19.6	3.1
所在地別	東部地区	179	77.7	26.8	22.3	11.7	3.4	2.2	17.3	4.5
	中部地区	211	78.2	29.9	30.8	15.2	6.6	4.3	19.0	1.4
	西部地区	204	73.5	27.5	26.0	15.7	3.9	3.9	22.1	3.4
業種別	農林漁業	8	62.5	37.5	37.5	37.5	12.5	12.5	37.5	-
	鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	建設業	65	76.9	24.6	15.4	13.8	6.2	3.1	21.5	1.5
	製造業	94	78.7	30.9	28.7	18.1	2.1	2.1	18.1	3.2
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	61.5	23.1	15.4	7.7	-	-	30.8	7.7
	運輸・通信業	30	76.7	30.0	23.3	20.0	10.0	10.0	23.3	-
	卸売・小売業、飲食店	129	73.6	29.5	27.9	11.6	4.7	2.3	20.2	4.7
	金融・保険業	23	78.3	30.4	26.1	34.8	8.7	8.7	17.4	-
	不動産業	5	100.0	40.0	60.0	40.0	-	-	-	-
	サービス業	118	74.6	26.3	26.3	11.0	5.1	3.4	22.9	1.7
その他	104	80.8	25.0	29.8	8.7	4.8	2.9	12.5	4.8	
従業員規模別	5～9人	243	77.0	29.2	22.6	12.8	4.1	2.5	19.3	2.9
	10～29人	207	80.7	30.4	30.9	12.1	3.9	3.4	16.4	1.4
	30～99人	97	68.0	19.6	23.7	17.5	7.2	4.1	26.8	4.1
	100～299人	29	69.0	27.6	27.6	17.2	3.4	6.9	20.7	10.3
	300～999人	6	100.0	16.7	50.0	66.7	16.7	16.7	-	-
	1,000～1,999人	5	80.0	40.0	60.0	40.0	40.0	20.0	-	20.0
	2,000人以上	3	100.0	66.7	33.3	33.3	-	-	-	-

業種別では、“電気・ガス・熱供給・水道業”と“不動産業”で「倫理的消費（エシカル消費）」、「エシカル」と答えた事業所はなかった。

<分析・考察>

「エコ」や「ロハス」等の関連する言葉の認知度は一定程度あることがわかるが、「倫理的消費（エシカル消費）」や「エシカル」の認知度は低い。エシカルという言葉の意味について、PRしていく必要がある。



## Ⅲ 調査票

### 令和元年度 ユニバーサルデザイン等事業所取組調査

#### 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、様々な分野で取組を進めています。

本調査は、その中でも特に事業所の活動に関係の深い「ユニバーサルデザイン」、「社会貢献活動」等について、県内の事業所の取組状況等を把握し、今後の県の施策を検討する際の資料として活用することを目的に実施するものです。

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

- ・本調査は、事業所の代表者又は各設問に関する部門の責任者の方がご回答ください。
- ・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。
- ・「いずれかあてはまる方に○印」、「あてはまるものすべてに○印」など、回答の数が質問によって異なりますので、ご注意ください。
- ・「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（木）**までにご投函願います。
- ・この調査について、ご不明な点がありましたら、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 ホームページ: <https://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。

## ご回答の前にご一読ください

今回の主な調査事項である「ユニバーサルデザイン（UD）」、「社会貢献活動」それぞれの意味・内容についてご説明します。

### ユニバーサルデザイン（UD）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。

（ユニバーサルデザインの例）

- ・障害の有無や年齢等に関わらず、誰もが使いやすい製品
- ・外国人やベビーカーを使用する方などが利用しやすい店舗設計やサービス
- ・誰もが働きやすい職場環境（段差の解消、多言語表記、多様な勤務時間設定）など

### 社会貢献活動とは

福祉、環境、子育て、まちづくりなど社会の様々な課題の解決やより豊かな社会づくりに向けて、個人や企業・団体等が取り組む公益的な活動です。代表的なものとして、個人のボランティア、企業・団体の慈善事業、メセナ、CSR（企業の社会的責任）などがあります。

（社会貢献活動の例）

- ・地域の清掃などのボランティア
- ・福祉施設等への寄附や物品の寄贈
- ・文化・スポーツイベント等の開催・後援 など

## はじめに、貴事業所について伺います。

以下の（ア）～（ウ）のそれぞれについて、あてはまるものいずれか1つに○印をつけてください。

### （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 |            |

1 「ユニバーサルデザイン」についてお聞きします。

**問1** 貴事業所は、「ユニバーサルデザイン」という言葉を知っていましたか。あてはまるものいずれか1つに○印をつけてください。

- |                          |
|--------------------------|
| 1 言葉も意味も知っていた            |
| 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               |

**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。いずれかあてはまる方に○印をつけてください。

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| 1 必要がある (→問4、問5へ) | 2 必要がない (→問3へ) |
|-------------------|----------------|

**問3** 問2で「2 必要がない」と回答した事業所に伺います。  
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8へ)

**問4** 問2で「1 必要がある」と回答した事業所に伺います。  
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** 問2で「1 必要がある」と回答した事業所に伺います。  
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。いずれかあてはまる方に○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、問8へ) | 2 取り入っていない (→問6、問8へ) |
|---------------------|----------------------|

**問6** 問5で「2 取り入れていない」と回答した事業所に伺います。

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8へ)

**問7** 問5で「1 取り入れている」と回答した事業所に伺います。

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8** すべての事業所に伺います。

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つまでに○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                     | 10 わからない      |

2 「社会貢献活動」についてお聞きします。

**問9** 貴事業所は、会社又は事業所単位の取組として社会貢献活動を実施していますか。いずれかあてはまる方に○印をつけてください。

- |                      |                   |
|----------------------|-------------------|
| 1 実施している (→問11、問12へ) | 2 実施していない (→問10へ) |
|----------------------|-------------------|

**問 10** 問9で「2 実施していない」と回答した事業所に伺います。

実施し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 会社の利益につながらないから      | 2 従業員の負担となるから        |
| 3 何をすればよいか分からないから     | 4 社会貢献活動を担当する部署がないから |
| 5 従業員が個々の意思で既に行っているから |                      |
| 6 その他 ( )             |                      |

(→問13へ)

**問 11** 問9で「1 実施している」と回答した事業所に伺います。

実施している社会貢献活動の内容は何ですか。**あてはまるものすべてに○印をつけてください。**

- |                               |
|-------------------------------|
| 1 町内や事業所周围の清掃等の地域奉仕活動         |
| 2 チャリティや文化イベント等の開催または共催・協賛・協力 |
| 3 福祉施設や発展途上国等への寄附・物品の提供等      |
| 4 被災地への義援金、従業員の派遣等            |
| 5 本業に関連した情報・知識・ノウハウ・技術等の無償提供  |
| 6 その他 ( )                     |

**問 12** 問9で「1 実施している」と回答した事業所に伺います。

実施している社会貢献活動について、行政、学校、NPO、他の組織・団体等と連携・協力して実施しているものはありますか。**いずれかあてはまる方に○印をつけてください。**

※連携・協力の例

- ・警察と協定を結んで地域の防犯活動に参加
- ・自治会と合同で町内の清掃を実施
- ・NPOが実施するチャリティイベントへの協賛や従業員のボランティア派遣等

- |                       |
|-----------------------|
| 1 連携・協力して実施しているものがある  |
| 2 連携・協力して実施していないものはない |

**問 13** すべての事業所に伺います。

貴事業所は、従業員がボランティアなどの社会貢献活動を行うことに対して、実施している支援等がありますか。**あてはまるものすべてに○印をつけてください。**

- |  |
|--|
| 1 ボランティア休暇・休職制度の導入                     |
| 2 勤務時間内のボランティア活動の許可                    |
| 3 ボランティア活動の機会・情報の提供                    |
| 4 従業員が行う寄附への上乗せ                        |
| 5 従業員のボランティアグループの活動支援（活動費の補助、活動場所の提供等） |
| 6 その他 ( )                              |
| 7 支援等は行っていない                           |

3 その他の事項についてお聞きします。

**問 14** 貴事業所は、「消費者志向経営」に関する取組内容で実施しているものはありますか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

※消費者志向経営とは

事業者が社会の一員として、その責任を十分に理解し、消費者の権利・利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに、持続可能な社会に貢献する経営のあり方のことです。

- 1 消費者・顧客志向という基本姿勢を企業理念やミッションなどに定めている
- 2 事業所内に消費者・顧客の声を吸い上げる仕組みがある
- 3 経営層が消費者の声を直接聞く仕組みがある
- 4 従業員に対して消費者志向の意義を理解するための研修会を開催している
- 5 品質保証部門、消費者及び顧客対応部門、コンプライアンス関連部門と事業関連部門の定期的な情報交換の場がある
- 6 問題発生時の緊急対応（被害の拡大防止、被害者の救済等）、原因究明、再発防止、消費者へ情報発信する体制を整備している
- 7 その他（）
- 8 特に実施していない
- 9 消費者志向経営という言葉を知った
- 10 よくわからない

**問 15** 貴事業所は、倫理的消費（エシカル消費）に関連する以下の言葉を知っていますか。あてはまるものすべてに○印をつけてください。

※倫理的消費（エシカル消費）とは

人や社会・環境に配慮した消費行動のことであり、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うことです。

- |                 |        |              |            |
|-----------------|--------|--------------|------------|
| 1 エコ            | 2 ロハス  | 3 フェアトレード    | 4 サステナビリティ |
| 5 倫理的消費（エシカル消費） | 6 エシカル | 7 知っているものはない |            |

本調査の結果についてはホームページ等で公表する他、希望する事業者様へ送付いたします。送付を希望される場合はご記入ください。また、ご意見等ございましたらお寄せください。

・事業所名	<input type="text"/>
・住所	<input type="text"/>
・電話番号	<input type="text"/>
・ご意見等	<input type="text"/>

ご協力ありがとうございました。



ユニバーサルデザイン  
資料 No.81



Shizuoka Prefecture

---

## 令和元年度 ユニバーサルデザイン等事業所取組調査

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  
<https://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

---