

ベビーカー利用に関するキャンペーンの実施状況

1. 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。(資料2-1参照)

(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。(資料2-2参照)
- 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、一部の事業者では通年で取組を実施している。(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。
- 多くの事業者等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)

2. ベビーカーマークの掲出状況について

○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

- 平成26年5月以降、車両への掲出が開始され、車両の車椅子スペース及び側面への掲出が拡大しつつある。
- 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、可動式ホーム柵やホーム乗降口などへの掲出も今後順次予定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、車両前面にマークを掲示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。

(3) 旅客船事業者

- ターミナルや待合所、船内において掲出している。

(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している。

3. キャンペーン等に対する反響等について

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。

事業者	実施社数	ポスター掲示	チラシ配布	その他
① 鉄道	45 社	約 29,800 枚 駅、車両	約 10,100 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	206 社	約 21,700 枚 営業所、バスターミナル、車両	約 30,300 枚 営業所等に設置し、配布	
③ 旅客船	154 社	約 380 枚 旅客船ターミナル、船舶	約 1,100 枚 待合所のラックに設置し、配布	
④ 建築物	59 社 空港ビル等	約 680 枚 空港ビル等	約 3,100 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	<ul style="list-style-type: none"> ・各団体において会員向けに HP や掲示板にてポスターの掲示やチラシの配布を実施。 ・主婦連合にて機関紙（主婦連たより）で紹介。 ・5月13日（月）TBS ラジオ「伊集院光とラジオと」内「都民ニュース」コーナーにて紹介。 			

【利用者からの意見の概要】

○ベビーカー使用者のマナーが悪いなどの意見もあるが、大半の意見についてはベビーカー利用がしやすくなった、周りの方が助けてくれたなど、肯定的な意見が多くあった。

○これまで呼びかけていた内容が着実に周知・理解されており、ベビーカー使用者とその周囲の方の理解が深まっているといえる。

(1) 肯定的意見

「たたまずに乗車可能」、「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

- ・ベビーカーでの利用が以前よりしやすくなった
- ・車内アナウンス等がしっかりなされていた
- ・ベビーカーの場所を空けて譲ってくれるようになった
- ・ベビーカーに対する理解をしてくれる乗務員が増加した。
- ・一般利用者のベビーカーに対する理解が高まった 等

● 利用者のマナーが向上した

- ・ポスター掲出により、マナーについて意識するようになった、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

(2) 否定的意見・苦情

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

● 利用者のマナー

- ・ベビーカーに子供が乗っていないのに広げているので、ベビーカー使用者にもベビーカーキャンペーンを行って欲しい

● ぶつかって危険である

- ・ベビーカー使用者が乗車する際、車内の人にぶつかって迷惑を受けた
- ・ベビーカー使用者のマナーが悪い 等

【事業者からの意見の概要】

上記のとおり、ベビーカー使用者と周囲の方の相互理解については深まっているところであるが、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も多く、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**
 - ・ 利用客自身で固定して頂けるようになった。一方で、乗務員から固定ベルトの使用をお願いしても拒否する利用客がいる。
 - ・ 一部の方で利用マナーが悪く、一般の乗客が不満に思っている状況が見受けられる
 - ・ ポスター・チラシの掲示を継続するとともに、訴求効果のある場所へのポスター掲出など、利用者への一層の周知が必要 等
- **周囲の方の理解を深めることが必要**
 - ・ 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
 - ・ 様々な世代・性別のお客様がご利用しているので、お互いに配慮していくべきであることを、より一層周知していくことが必要 等
- **ベビーカーの取扱い方法に関する周知が必要**
 - ・ 乗降時の注意喚起放送の強化等による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**
 - ・ ベビーカースペースを一層わかりやすくしていく
 - ・ 混在した車内における利用方法等のルール検討
 - ・ 乗降の手伝いができるよう社員の教育が必要
 - ・ 車椅子利用者が多いため、スペース確保が問題 等
- **その他**
 - ・ ベビーカーをご使用のお客様と周りのお客様双方への乗車マナー啓発が必要
 - ・ ベビーカーが大型化しているので車内が狭くなる状況が発生
 - ・ 利用客に浸透してきた影響か、バス1台にベビーカー2～4台となる状況が増加、バス乗降に影響を及ぼしている状況が見受けられる
 - ・ ベビーカーでの乗車は、かなり周知されてきたが、もっとお客様が乗車しやすい環境、接客をしていかななくてはならない
 - ・ ポスター・チラシの掲示やベビーカーマークの掲出により、周囲が意識することは間違いないと思われるため、継続した取組が必要
 - ・ 「スロープを出して貰えない」、「バスの乗降の手伝いをして貰えない」といった意見があり、利用者は『常時乗務員がお手伝いする』と思っている方がいる。
 - ・ 固定ベルトが盗まれる。いたずらされる。 等

4. 令和元年度の取組について（令和元年6月時点）

- (1) ベビーカーキャンペーンの実施（毎年5月）
- (2) キャンペーンに合わせて、ベビーカーの利用に関するキャンペーンを広報
 - ①官邸メールマガジンへの掲載
 - ②首相官邸LINEへの掲載
 - ③国土交通省公式ツイッターへの掲載
 - ④ヤフーバナー広告（広告期間：5月31日～6月17日、約1,833万画面にベビーカーマークのバナー広告が表示）
- (3) 一般財団法人運輸振興協会の会報「運輸振興（令和元年5月31日）」への掲載
- (4) 国土交通省内見学対応（6月末現在（1月～6月）で、中学校4校で生徒24名）
- (5) ベビーカーマーク認知度調査（7月～8月実施予定）

平成31年4月26日
総合政策局安心生活政策課

ベビーカー利用に関するキャンペーンを実施します ーベビーカーは大切な命を乗せていますー

「子育てにやさしい移動に関する協議会」では、5月1日から1ヶ月間、公共交通機関等でベビーカーを利用しやすい環境作りに向けて、ベビーカー使用者及び周囲の方のお互いの理解を深めるため、キャンペーンを実施します。

国土交通省では、平成26年3月に「ベビーカー利用にあたってのお願い」及び統一的な「ベビーカーマーク」などについてとりまとめ公表を行いました。

毎年度、5月1日～5月31日には、ベビーカー使用者及び周囲の方のお互いの理解を深めるため、継続的な普及・啓発活動として、関係事業者等と連携して、キャンペーンを実施しております。平成26年度から続く本取組を本年度も下記のとおり実施することとなり、今回で6回を数えることとなりました。

また、キャンペーンを通じて、ベビーカーマークの認知度の向上にも努めてまいります。

記

1. キャンペーン時期

2019年5月1日～5月31日の1ヶ月間

※ 事業者によって、時期が多少異なる場合があります。

2. キャンペーン内容

本年度の取組は別添のとおり。

3. キャンペーン主催者

子育てにやさしい移動に関する協議会（「こそモビ協議会」。別紙6参照）

4. キャンペーン実施者

鉄道：45事業者、バス：206事業者・団体をはじめ、旅客船、旅客船ターミナル、空港ターミナル、商業施設等において実施予定（別紙7参照）

<問い合わせ先>

国土交通省 総合政策局 安心生活政策課 川口、渡辺

TEL：03-5253-8111（内線 25-503、25-514）

03-5253-8306（直通）

FAX：03-5253-1552

ベビーカーマークは、
ベビーカーを安心・
安全に使用するための
マークです。

ベビーカーマーク

ベビーカー使用者が安心して利用できる場所や設備（エレベーター、鉄道やバスの車両スペース等）を表しています。



ベビーカー 使用禁止マーク

ベビーカーの使用を禁止する場所や設備（エスカレーター等）を表しています。



ホームページでも情報を発信しています。

http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/barrierfree/sosei_barrierfree_tk_000092.html

～関係事業者における取組事例～

● イベント等を活用したベビーカー利用者による乗車体験 【北恵那交通(株)】

➢自治体と協力し、乗り物の展示会におけるイベントにて、車椅子によるバスの乗車体験とあわせ、ベビーカー利用者による乗車体験を実施。



● ベビーカーでの乗り方マニュアル作成 【しずてつジャストライン(株)】

➢ベビーカーの乗車方法についてマニュアルを作成し、ホームページにて公表。



乗車口横のステッカー



1.お子様のシートベルトを確認する



2.ベビーカーを車内に乗せる



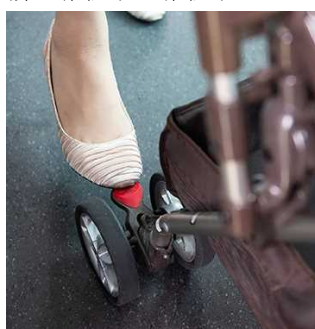
3.ベビーカーを固定出来る場所を確認する



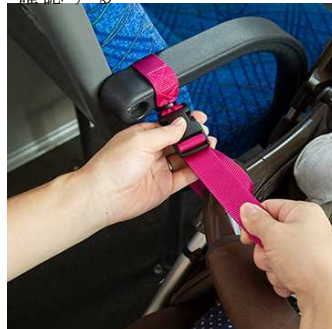
4.ベビーカーの固定ベルトを確認する



5.進行方向に対し逆向けにする



6.ベビーカーのストッパーをかける



7.ベビーカーを座席に固定する



8.ベビーカーをしっかりと支える



キーワードを入力



あなたのコメント

購読一覧



トップ

速報

映像

個人

特集

意識調査

ランキング

有料

主要

国内

国際

経済

エンタメ

スポーツ

IT

科学

ライフ

地域

アーカイブ



液体のり 白血病の救世主に? 5/30(木) 9:36

朝日新聞デジタル

市販「液体のり」、白血病治療の救世主に? 専門家驚嘆

朝日新聞デジタル 976

白血病の治療で重要な細胞を大量に培養することに、東京大と米スタンフォード大などのチームがマウスで成功した。これまでは高価な培養液でもほとんど増やせなかったのが、市販の液体のりの成分で培養できたという。白血病などの画期的な治療法につながる可能性があり、専門家は「まさにコロンプスの卵だ」と驚いている。

…続きを読む

ココがポイント

赤血球や白血球、血小板の元となる「造血幹細胞」

出典: 共同通信 5/30(木)



主要トピックス

上皇ご夫妻 外交官遺族に弔意