参考資料３

令和６（2024）年度
政　策　評　価

バリアフリーの推進（福祉局）

予算等の状況	令和７（2025）年度予算額	207,299千円	令和６（2024）年度予算額	125,839千円	令和５（2023）年度決算額	96,444千円

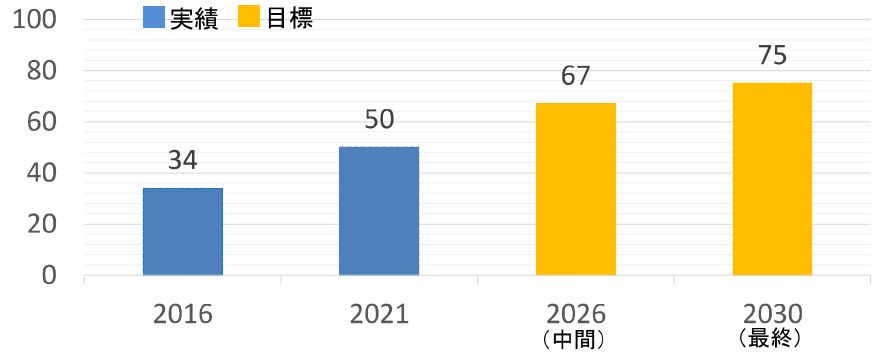
1　目標及び概要

・ 東京都福祉のまちづくり推進計画（令和６年度～令和10年度）では、ユニバーサルデザインが浸透した都市東京を目指して、都民一人ひとりが生活する場面を想定して、「誰もが、自由に移動し、必要な情報を入手しながら、あらゆる場所で活動に参加し、多様な人との違いを認め合い、共に楽しむことができる社会」を目標としている。
・ 東京 2020 大会の開催を契機として進展した、ハード・ソフト両面からの取組を都市のレガシーとして継承・発展できるよう、東京 2025 デフリンピックやその先を見据え、国籍や障害の有無に関わらず、施設やまちにおけるハード面のバリアフリー化とソフト面の情報バリアフリー、心のバリアフリーの取組を更に推進していく必要がある。
・ 都民の「心のバリアフリー」の認知度が令和12(2030)年度末には75%を達成できるよう、幅広い層の都民に心のバリアフリーの理解を広めていくため、ホームページによる体系的な情報発信や、動画やキャッチコピーによる分かりやすく効果的な普及啓発、従業員への普及啓発の実施などに取り組む企業を心のバリアフリーサポート企業として登録・公表する等、様々な取組を行っていく。
・ 情報バリアフリーの更なる推進に向け、とうきょうユニバーサルデザインナビを通じて誰もが必要とする情報を入手できるよう、情報提供の内容を充実させていく。

2　主な成果指標の進捗状況

①心のバリアフリーの認知度

【最終目標】2030年度75%　【実績】2021年度50%



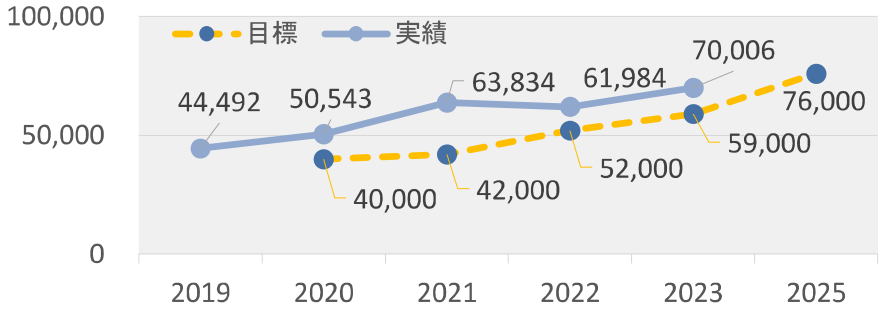
進捗状況の分析

【成果指標の進捗状況】
・ 社会や環境にあるバリアをなくすために必要な行動を続ける、「心のバリアフリー」の社会的気運の醸成に取り組んでいることから、心のバリアフリーの認知度が着実に伸びていると考えられる。

【個別事業の効果や外部環境の変化等】
・ 令和５年度から、心のバリアフリー集中的広報事業を実施し、幅広い層の都民に心のバリアフリーの理解が広まるよう、ホームページによる体系的な情報発信や、動画やキャッチコピーによる分かりやすく効果的な普及啓発、小中学生を対象とした心のバリアフリーに関するポスターコンクール等を行っている。

②「とうきょうユニバーサルデザインナビ」トップページアクセス件数

【最終目標】2025年度 76,000件　【実績】2023年度 70,006件



進捗状況の分析

【成果指標の進捗状況】
・ ＨＰアクセス数については、掲載施設数の増加や、普及広報、情報の最新化などの取組を進めていることから、着実に伸びている。

【個別事業の効果や外部環境の変化等】
・ 誰もが外出時に必要な情報をスムーズに入手できる環境を具現化するため、とうきょうとユニバーサルデザインナビ(ＵＤナビ)で都内約2,000施設のバリアフリー情報を都民へ提供
・ 掲載施設数は順調に伸びており、引き続き、高齢者や障害者などの外出時に必要な情報の提供に寄与している。

3　取り巻く状況・課題等の分析

取り巻く状況等

・ 都では、福祉・保健・医療施策の推進の基礎資料とするため、「東京都福祉保健基礎調査」を実施しており、「都民の生活実態と意識（福祉のまちづくり等）」については５年毎に調査し、直近では令和３年度に実施した。
・ 令和３年度の調査では、「心のバリアフリー」の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%であり、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。
・ 令和７年の世界陸上及びデフリンピックの開催を見据え、国籍や障害に関わらず誰もがスムーズに必要とする情報を入手できるよう、情報提供の充実が求められている。

課題及び所管局の対応方針

①心のバリアフリー
【課題】 年代等を問わず多くの都民が障害の理解のための社会モデルの考え方を正しく理解し、生活の中で実践できるよう、ＳＮＳ等の様々な媒体を活用して広報を強化することが重要である。
【対応方針】 心のバリアフリーの意識や行動が浸透した共生社会を目指し、ホームページによる情報発信に加え年代等に応じた戦略的・集中的な広報活動を実施するとともに、普及啓発イベントの開催等について、区市町村の取組を支援していく。
②情報バリアフリー
【課題】 とうきょうユニバーサルデザインナビや東京都オープンデータカタログサイト等の運営を通じた、施設によるバリアフリー情報の発信やオープンデータ化の促進を図るとともに、利用者の視点に立ったバリアフリー情報を発信していく必要がある。
【対応方針】 全ての人が、都内の面的なバリアフリー化の状況を検索できるよう、施設管理者の自主的な情報発信・オープンデータ化を促進するとともに、都、区市町村、事業者等が連携したバリアフリー情報の発信を検討していく。

4　外部有識者意見の概要

・ 成果指標「心のバリアフリーの認知度」及び「「とうきょうユニバーサルデザインナビ」トップページアクセス件数」は目標管理的な評価に沿った設定となっており、当指標と各事業においても一定程度の相関は推定される。今後は、各取組に内在している国・都・区市等との役割設定等の整理が期待されている。
・ 心のバリアフリーの認知度50%という実績は非常に好調な達成度であり、様々な心のバリアフリー関連の理解促進事業を継続的に推進した成果と言える。一方で、当該事業を都民がどのように認知しているのかについては本調査のみでは不明瞭な側面もあるため、都民のどのような生活行動を捉えて認知度が上がっていると判断するのか、事業検証も必要である。
・ 「とうきょうユニバーサルデザインナビ」のトップページアクセス件数が７万件あることは、多くの都民に頼りにされている証であると考えられるが、Ｗｅｂのアクセシビリティとユーザビリティが十分に確保されているか明確にすべきである。

5　所管局評価（見積概要）

・ 令和８年度までに心のバリアフリーの認知度向上75%を目標に、「集中的広報事業」等においてアプローチ対象の拡大や取組内容の見直し等を図るとともに、８年度に実施する福祉保健基礎調査結果の分析等により、都民の生活行動を把握し、効果検証を行った上で、新たな指標の設定について検討していく。
・ 情報バリアフリーの更なる推進に向け、東京都福祉保健財団と連携し、引き続き「とうきょうユニバーサルデザインナビ」を運営し、利用者ニーズに応じたバリアフリー情報等の発信を強化する。
・ 今後、全ての人が、都内の面的なバリアフリー化の状況を検索できるよう、施設管理者の自主的な情報発信・オープンデータ化を促進するとともに、都、区市町村、事業者等が連携したバリアフリー情報の発信を検討していく。

6　財務局評価

・ 心のバリアフリーの認知度は着実に向上しているが、言葉や意味の認知だけでなく、共生社会実現に向けて心のバリアフリーの更なる理解促進を図るため、引き続き、戦略的な広報展開が必要である。
・ 「とうきょうユニバーサルデザインナビ（ＵＤナビ）」のアクセス数は増加している一方で、認知度は３割程度に留まっているため、バリアフリー情報を必要とする全ての人が容易に情報を入手できるよう、都内の面的なバリアフリー情報を効果的に発信し、ＵＤナビ活用を促進していくことが重要である。
・ ユニバーサルデザインが浸透した都市東京の実現に向けて、中・高年層や小学生をターゲットとした心のバリアフリーに係る戦略的な普及啓発を実施するとともに、ＵＤナビの認知度向上や利用者視点に立った情報発信のための経費について、所要額を計上する。

成果指標及び個別事業一覧

事業ユニット名	バリアフリーの推進	予算等の状況(千円)					
局名	福祉局	令和5(2023)年度決算	96,444	令和6(2024)年度予算	125,839	令和7(2025)年度予算	207,299

指標番号	成果指標名		過年度の状況					目標	進捗状況(※1)	直近年度の伸び(※2)	目標達成に向けた各年度の伸び(※3)
			令和元(2019)年度	令和2(2020)年度	令和3(2021)年度	令和4(2022)年度	令和5(2023)年度	令和 8(2026)年度			
①	心のバリアフリーの認知度（%）	計画	―	―	―	―	―	67	38.1% （14年中6年目）	―	―
		実績	―	―	50	―	―				

成果指標及び目標の設定根拠等	未来の東京戦略（2021年3月策定）：令和12年度までに心のバリアフリーの認知度を75%とすることを目指す。 中間目標：令和8年度までに心のバリアフリーの認知度を67%とすることを目指す。 ・計画期間：平成29年度～令和12年度（14年） ベンチマーク：心のバリアフリー認知度34%（平成28年度実績）
成果指標の進捗状況分析	平成28年（2016）年度に実施した福祉保健基礎調査では、心のバリアフリーの認知度が34%であったところ、令和3（2021）年度に実施した同調査では、認知度50%となっており、認知度が16ポイント向上している。次回の調査は令和8（2026）年度に予定しており、東京都「心のBF」サポート企業連携事業、「心のBF」普及啓発ポスターコンクールに加え、令和5年度から心のバリアフリーに係る集中的広報事業を開始し、心のバリアフリーに関する普及啓発に取り組んでいることから、更なる認知度向上が見込まれる。
備考	

成果指標につながるサブ指標名				過年度の状況					目標	設定理由等
				令和元(2019)年度	令和2(2020)年度	令和3(2021)年度	令和4(2022)年度	令和5(2023)年度	令和7(2025)年度	
①	心のバリアフリーサポート企業の登録数		計画	―	―	―	―	―	701	従業員に対する心のバリアフリーの理解促進ほか、企業による普及啓発も期待され、心のバリアフリーの認知に関する社会的動静が推察できる。 ※令和2年度は新型コロナウイルスの影響で実施していない 【目標設定の考え方】 過去5年間（平成30年度～令和5年度）の平均増加数を基に算出（令和2年度の実績はないが、令和3年度顕著に増加していることを加味し、5か年平均にて算出）
	関連事業	事業①「心のバリアフリー」サポート企業連携事業（心のバリアフリーの理解促進）	実績	265	―	405	492	543		
②	心のバリアフリーホームページのサイト閲覧数		計画	―	―	―	―	―	230,000	心のバリアフリーに関心を示す人の動静が推察できる。 【目標設定の考え方】 ①認知度50%（令和3年度）から75%（令和12年度目標）への上昇を目指し、都内世帯数（760万）の25%（190万）に、ネット利用者の割合（90%）、都HPの認知度（80%）をかけた数値（140万）を令和12年度までの総目標閲覧数と想定 ②①を目標の2030年度までの6年間で割った数値（230,000）を1年あたりの目標数値に設定
	関連事業	事業② 心のバリアフリーに係る集中的広報事業等（心のバリアフリーの理解促進）	実績	―	―	―	―	31,712		

事業①	事業名	「心のバリアフリー」サポート企業連携事業（心のバリアフリーの理解促進）	令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)
			8,800	9,001	9,001

事業概要	心のバリアフリーの推進に向けて、従業員への普及啓発の実施などに自ら取り組むとともに、都や区市町村の取組に協力する企業を心のバリアフリーサポート企業として登録し、その取組状況の公表を実施	計画・実績	・好事例企業登録（累計：令和3年度36社、令和4年度45社、令和5年度55社） ・「心のバリアフリー」の実践に向けた企業向けセミナー（令和3年度3回150名、令和4年度3回310名、令和5年度2回125名、令和6年2回予定）
		事業効果	令和3年度から令和5年度まで、毎年2～3回程度「心のバリアフリー」の実践に向けた企業向けセミナーを実施し、合計568人が受講。このことにより、心のバリアフリーサポート企業の登録数（＝サブ指標）が増加し、心のバリアフリーの認知度（＝成果指標）の向上に寄与した。

事業評価	評価の種類	方向性	取組区分	取組内容
	事後検証による評価	見直し・再構築	対象見直し	これまでの実績を踏まえ、企業が「心のバリアフリー」に取り組むきっかけ作りや好事例企業となるためのセミナーの開催等に係る経費を適切に見積もり、企業への働きかけ強化することで、現役世代を中心とした都民の「心のバリアフリー」に対する認知度向上や理解促進に向けた取組を継続

成果指標及び個別事業一覧

事業②

事業名	心のバリアフリーに係る集中的広報事業等（心のバリアフリーの理解促進）	令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)
		34,043	37,233	37,233

事業概要

【心のバリアフリーに係る集中的広報事業】
幅広い層の都民に心のバリアフリーの理解が広まるよう、ホームページによる体系的な情報発信や、動画やキャッチコピーによる分かりやすく効果的な普及啓発を実施するとともに、小中学生を対象とした心のバリアフリーに関するポスターコンクール等を実施

【障害者等用駐車区画の適正利用に向けた普及啓発】
車椅子使用者用駐車区画の利用対象者明確化のため、優先駐車区画に設置するカラーコーンの適正利用普及啓発カバーを作成

計画・実績

・キャッチフレーズ、ロゴマーク作成（令和5年度）、心のバリアフリーホームページ開設（5年12月開設）
・Yahoo!ディスプレイ広告を実施（5年度クリック数目標：7,000回、実績2.3万回）、Facebook・Instagram広告を実施（6年度目標視聴数：19,429回）
・PRのための広告動画（5年度目標：500,000PV、実績809,902PV、6年度目標数：440,000PV）、解説動画作成（5年度：子供向け動画作成）
・心のバリアフリーポスターコンクール開催(平成28年度開始、応募件数(件)　3年度：小学生36・中学生191、4年度：小学生99・中学生240、5年度：小学生90・中学生167）

事業効果

令和5年度に作成した心のバリアフリーPRのための広告動画（目標数：500,000PV）は800,000PV以上の視聴回数を記録し、心のバリアフリーホームページサイト閲覧数（＝サブ指標）の増加につながるなど、心のバリアフリーの認知度の向上に寄与した。

事業評価

評価の種類	方向性	取組区分	取組内容
事後検証による評価	見直し・再構築	対象見直し	これまで、世代別（令和5年度：子供向け、令和6年度：若年層向け）に、ホームページによる体系的な情報発信や、動画等による普及啓発を実施しており、令和7年度は、これまで十分にアプローチできていなかった層（中・高年層）に折り込み情報誌、ディスプレイ広告等を実施することで効果的な普及啓発を実現

事業③

事業名	心のバリアフリーに向けた普及啓発の強化への支援	令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)
		地域福祉推進区市町村包括補助事業 3,966,000（千円）の内該当分	地域福祉推進区市町村包括補助事業 4,066,000（千円）の内該当分	地域福祉推進区市町村包括補助事業 4,166,000（千円）の内該当分

事業概要

高齢の人や障害のある人、乳幼児を連れた人など、誰もが円滑に移動し、さまざまな活動を楽しめるまちづくりを進めるために、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「心のバリアフリー」の普及啓発を図る区市町村を支援

計画・実績

・令和3年度は9区市、令和4年度は11区市、令和5年度は12区市※で実施
※交付決定時の自治体数

事業効果

子供向けのユニバーサルデザイン教育の推進や地域住民を対象としたユニバーサルデザインワークショップ等の、心のバリアフリーに係る普及啓発を実施する区市町村の取組を支援することで、心のバリアフリーの認知度の向上に寄与した。

事業評価

評価の種類	方向性	取組区分	取組内容
事後検証による評価	拡大・充実	規模等拡大	心のバリアフリーに係る普及啓発を実施する区市町村の取組を支援するため、引き続き取組を推進

事業④

事業名	共生社会実現に向けた障害者理解促進事業	令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)
		36,601	46,339	53,006

事業概要

障害の有無によって分け隔てられることなく、相互に人格と個性を尊重し合う共生社会の実現に向け、啓発シンポジウムや研修事業、ヘルプマーク・ヘルプカードの広域的な普及等により、都民における障害及び障害者への理解を促進

計画・実績

・「心のバリアフリー」サポート企業連携事業と連携した啓発シンポジウムを年1回実施（令和6年3月実施　実施規模80名）
・障害及び障害者理解研修事業を年10回実施（参加事業者1回あたり40事業者）
・ヘルプマークの配布　令和5年度末時点累計約 621,000個

事業効果

啓発シンポジウムや民間事業者向けの研修の実施に加え、駅への啓発ポスター掲示やメディアとのタイアップ等を通じたヘルプマーク・ヘルプカードの広域的な普及等の取組を推進することで、心のバリアフリーの認知度の向上に寄与した。

事業評価

評価の種類	方向性	取組区分	取組内容
事後検証による評価	見直し・再構築	方法見直し	実績を踏まえ、障害及び障害者理解研修を引き続き年10回実施し、そのうちの1回は障害当事者対象に変更するほか、相談窓口等への相談につなげにくい知的障害者に向けたチラシを新たに作成するなど、事業内容の見直しを図りながら規模及び単価を精査した上で、必要な経費を計上し、障害及び障害のある人への理解促進を強化

事業⑤

事業名	こども向けバリアフリーアニメーション	令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)
		0	0	80,355

事業概要

こどものバリアフリーに関する理解を一層促進するため、バリアフリーについて、こどもがわかりやすく、楽しく学べるよう、こどもに人気なキャラクター等とコラボレーションしたアニメーションを作成・発信

計画・実績

・こども（主に6～12歳）に人気のあるアニメーションのキャラクターとコラボレーションした動画を作成
・動画の視聴へ誘導するため、上記キャラクター使用した広告動画を作成し、Youtube等へ配信

事業効果

動画の視聴を通じて、こどものバリアフリーに関する理解を一層促進し、誰もが生活のさまざまな場面で支えあえる共生社会の実現に寄与する。

事業評価

評価の種類	方向性	取組区分	取組内容
事後検証による評価	拡大・充実	新規事業等	新たに小学生をメインターゲットとした啓発動画を作成し、身近な生活の中にある様々なバリアへの気づきを促すことで、こどものバリアフリーに関する理解を一層推進

成果指標及び個別事業一覧

指標番号	成果指標名		過年度の状況 令和元(2019)年度	令和2(2020)年度	令和3(2021)年度	令和4(2022)年度	令和5(2023)年度	目標 令和７(2025)年度	進捗状況（※1）	直近年度の伸び（※2）	目標達成に向けた各年度の伸び（※3）
②	「とうきょうユニバーサルデザインナビ」のトップページ年間アクセス件数	計画	－	40,000	42,000	52,000	59,000	76,000	80.9% （6年中5年目）	8,022	4,672
		実績	44,492	50,543	63,834	61,984	70,006				
	成果指標及び目標の設定根拠等		・令和7年度までに「とうきょうユニバーサルデザインナビ」のトップページ年間アクセス件数を76,000件とすることを目指す。 ・計画期間：令和2年度～令和7年度（6年間） ベンチマーク：44,492件（令和元年度実績）								
	成果指標の進捗状況分析		平成27年10月にサイト構築後、平成28年度から平成30年度にかけて、30,000件台を推移していたが、サイトの改修を実施した令和元年度に約45,000件に増加。 令和3年度には東京2020大会関連の特設ページを開設したこともあり、アクセス数が大幅に増加した。 特設ページの公開は終了したものの、令和5年度には70,000件を超えるなど、着実に伸びている。								
	備考										

成果指標につながるサブ指標名				過年度の状況 令和元(2019)年度	令和2(2020)年度	令和3(2021)年度	令和4(2022)年度	令和5(2023)年度	目標 令和7(2025)年度	設定理由等
①	「とうきょうユニバーサルデザインナビ」の掲載施設数		計画	1,570	1,690	1,760	1,820	1,980	2,080	高齢者や障害者等を含めたすべての人が外出する際に必要な情報を入手できるよう、情報を一元化したポータルサイト「とうきょうユニバーサルデザインナビ」を運営し、必要な情報を提供している。
	関連事業	事業① とうきょうユニバーサルデザインナビの充実と普及啓発等（情報バリアフリーの普及推進）	実績	1,588	1,694	1,788	1,944	2,006		
②	車椅子使用者対応トイレオープンデータ数		計画	－	－	－	－	－	－	都が公表するデータの数量の増減を確認できる。
	関連事業	事業② 車椅子使用者用トイレ等のバリアフリー情報のオープンデータ化（情報バリアフリーの普及推進）	実績	7,540	8,125	8,713	8,805	9,028		

事業①					
事業名	とうきょうユニバーサルデザインナビの充実と普及啓発等(情報バリアフリーの普及推進)				
		令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)	
		7,052	18,266	12,704	
事業概要	【とうきょうユニバーサルデザインナビの充実と普及啓発】 高齢者や障害者を含めたすべての人が、外出時に必要な情報を容易に入手できるよう、都内の施設や交通機関等に関するユニバーサルデザイン情報及びバリアフリー情報を集約したポータルサイト＝「とうきょうユニバーサルデザインナビ」の活用を促進 【新カラーユニバーサルガイドライン説明会】 庁内及び区市町村において、令和6年度に改訂した新しいカラーユニバーサルガイドラインに基づいた刊行物作成等の取組を着実に推進させることが必要なため、新たにオンラインにて一定期間解説動画を配信	計画・実績	・トップページアクセス件数（令和3年度63,834件、令和4年度61,984件、令和5年度70,006件） ・掲載施設数（令和3年度1,788件、令和4年度1,944件、令和5年度2,006件） ・UDナビ利用者アンケート「UDナビを知らなかった」人の割合：令和4年度70%、令和5年度72% ・東京都福祉保健財団による分析では、掲載件数は着実に伸びているが、UDナビの認知度が約3割とまだ低いことや日常生活で誰もが利用する情報の充実を求める声があることを課題としている。ニーズを踏まえて未掲載施設に掲載依頼を行った結果、掲載に至らなかった場合は、同種の別施設を探して掲載依頼を実施している。	
		事業効果	掲載施設は順調に伸びており（令和3年度1,788件、令和4年度1,944件、令和5年度2,006件）、成果指標である「とうきょうユニバーサルデザインナビ」のトップページ年間アクセス件数の増加に寄与している。		
事業評価	評価の種類	方向性	取組区分	取組内容	
	事後検証による評価	見直し・再構築	方法見直し	誰もが都内の面的なバリアフリー化の状況を検索できるよう、施設管理者の自主的な情報発信・オープンデータ化を促進するとともに、都、区市町村、事業者等が連携したバリアフリー情報の発信を検討するほか、利用者ニーズに対応し、スーパーマーケットや飲食店等の施設情報の掲載に向けた取組等を強化	

事業②					
事業名	車椅子使用者用トイレ等のバリアフリー情報のオープンデータ化(情報バリアフリーの普及推進)				
		令和5(2023)年度決算(千円)	令和6(2024)年度予算(千円)	令和7(2025)年度予算(千円)	
		9,948	15,000	15,000	
事業概要	車椅子使用者対応トイレ等の設置場所や設備等の情報を収集し、都が公表するオープンデータ情報を更新	計画・実績	・車椅子使用者用トイレのオープンデータ数（令和3年度8,731件、令和4年度8,805件、令和5年度9,028件）		
		事業効果	令和5年度は276施設の現地調査を行い、オープンデータ掲載件数（=サブ指標）の増加につながるなど、「とうきょうユニバーサルデザインナビ」のトップページ年間アクセス件数の増加に寄与した。		
事業評価	評価の種類	方向性	取組区分	取組内容	
	事後検証による評価	見直し・再構築	規模等精査	誰もが都内の面的なバリアフリー化の状況を検索できるよう、車椅子使用者対応トイレ等の情報発信・オープンデータ化を促進するとともに、都、区市町村、事業者等が連携したバリアフリー情報の発信を検討	

（※1）進捗率は原則、計算式【（直近実績－ベンチマーク）÷（目標値－ベンチマーク）】に基づき算出し、小数点以下第2位を四捨五入している。
なお、局計画等で進捗率に関する考え方が別に存在する場合は、その考え方に基づいて進捗率を記載し、その計算方法については、備考欄に記載している。
（※2）直近年度の伸びは、計算式【直近年度の実績－前年度の実績】に基づき算出し、小数点以下第2位を四捨五入している。
（※3）目標達成に向けた各年度の伸びは、計算式【（中期的目標－前年度の実績）÷目標年度までの残年数】に基づき算出し、小数点以下第2位を四捨五入している。

外部有識者意見に対する対応方針

事業ユニット名	バリアフリーの推進	局　名	福祉局

外部有識者からの意見	所管局の対応方針 （・）意見に対する考え方／（➢）政策評価票への反映内容
・　成果指標「心のバリアフリーの認知度」及び「「とうきょうユニバーサルデザインナビ」トップページアクセス件数」は目標管理的な評価に沿った設定となっており、当指標と各事業においても一定程度の相関は推定される。今後は、各取組に内在している国・都・区市等との役割設定等の整理が期待されている。	・　ご意見を踏まえ、心のバリアフリー、情報バリアフリーの各事業について、今後、国・都・区市等との役割設定等の整理を含め、検討していく。
・　心のバリアフリーの認知度50%という実績は非常に好調な達成度であり、様々な心のバリアフリー関連の理解促進事業を継続的に推進した成果と言える。一方で、当該事業を都民がどのように認知しているのかについては本調査のみでは不明瞭な側面もあるため、都民のどのような生活行動を捉えて認知度が上がっていると判断するのか、事業検証も必要である。	・　引き続き、共生社会実現に向けた心のバリアフリーの理解促進に係る事業を継続するとともに、ご指摘を踏まえ、令和８年度に実施する福祉保健基礎調査により都民の生活行動を把握し、事業の検証を行っていく。
・　心のバリアフリーは社会モデルを基本としているが、都民が心のバリアフリーを認知しても社会モデルを理解していない可能性があり、認知度と理解度とを分けた統計が不可欠ではないかと考える。特に心のバリアフリーは、言葉と意味に多少の乖離があるため、認知度だけを指標とすることは問題であると思料する。	・　心のバリアフリーの意識や行動が浸透した共生社会を目指し、令和８年度まで、心のバリアフリーの認知度向上75%を目標に、集中的広報事業等を実施予定であるが、ご指摘を踏まえ、令和８年度に実施する福祉保健基礎調査結果の分析等により、新たな指標の設定について検討していく。

・　「とうきょうユニバーサルデザインナビ」のトップページアクセス件数が７万件あることは、多くの都民に頼りにされている証であると考えられるが、Ｗｅｂのアクセシビリティとユーザビリティが十分に確保されているか明確にすべきである。	・　高齢者や障害者を含めたすべての人が使いやすいサイトとするため、音声読み上げやユニバーサルフォントの活用、文字サイズ・色の変更、ルビ振りができるなど、Ｗｅｂアクセシビリティに配慮している。また、利用者アンケートを実施するなどニーズの把握やサイト改善等を図っており、引き続き、アクセシビリティ及びユーザビリティの確保に努めていく。
・　成果指標「「とうきょうユニバーサルデザインナビ」アクセス件数」について、サブ指標「車椅子使用者対応トイレオープンデータ数」の拡大に伴い成果指標の実績も増加していると考えられ、このことを根拠としても指標として妥当である。障害のある都民、来訪者からは更なるバリアフリー情報のオープン化が求められているため、引き続き取組を推進すべきである。 また、バリアフリー情報の今後の課題として、町の中の小さな店舗（特に飲食店）のバリアフリー情報の収集、一層のオープン化が求められる。	・　ご意見を踏まえ、今後、全ての人が、都内の面的なバリアフリー化の状況を検索できるよう、施設管理者の自主的な情報発信・オープンデータ化を促進するとともに、都、区市町村、事業者等が連携したバリアフリー情報の発信を検討していく。 ➢　政策評価票「３　取り巻く状況・課題等の分析」の「課題及び所管局の対応方針」について記載

＜意見を聴取した外部有識者＞（五十音順、敬称略）

・秋山　哲男　中央大学 研究開発機構 教授　・小嶋　文　埼玉大学 理工学研究科 准教授

・髙橋　儀平　東洋大学 名誉教授　・西出　順郎　明治大学 公共政策大学院 専任教授