



# 補助犬受入実態の把握および 障害要因の調査

(補助犬ユーザーアンケート調査編)

2016年3月(2016年6年16日改訂)

特定非営利活動法人 日本補助犬情報センター

協力：SMFGプロボノプロジェクト



# 1. 補助犬ユーザーアンケート調査について



2016/06/16改訂

## 調査の目的

身体障害者補助犬法が施行されてから13年が経過しているものの、いまだ補助犬同伴の受入拒否が散見されている。

そのため、補助犬ユーザーが普段の生活のなかで、社会参加のために、どのように補助犬を同伴させているのかを調査し、ユーザーのニーズや導線の洗出しを行い、補助犬受け入れの阻害要因を明らかにし、課題の抽出を行う。

## 調査の方法

項目	内容
調査対象	盲導犬、介助犬、聴導犬の各使用者団体および補助犬ユーザーを通じて、WebアンケートURLを拡散。また、補助犬訓練事業者にアンケートへの協力を依頼した。
調査方法	①Webアンケート「サーベイモンキー (SurveyMonkey®)」による収集 ②メール返信による収集
調査期間	2015年9月14日～12月22日
回答数	回答数：48 (①Web：29 ②メール：19) (盲導犬：28、介助犬：10、聴導犬：9、不明：1)
質問数	20問

### 補助犬を取り巻く環境

補助犬ユーザーを取り巻く環境を整理して、調査すべき箇所を検討

### 補助犬ユーザー



飲食店  
小売店  
宿泊施設  
医療機関  
タクシー

理美容店  
博物館等  
コンサート  
ホール  
金融機関

利用率が**高く**  
拒否率も**高い**

動物園・水族館  
屋外スポーツ施設

利用率が**高い**  
拒否率が**低い**

利用率が**低い**  
拒否率が**高い**

- ◆衛生的な問題がある
- ◆認知度の差に起因
- ◆施設設備の考慮が必要

- ◆衛生的な問題が少ない
- ◆認知度の差は影響しない
- ◆施設設備の考慮を必要としない

- ◆他の動物への影響か？（動物園や水族館）
- ◆観覧席の未整備状況（※日本財団の調査）

調査すべき箇所

### 調査すべき内容

#### 認知度

1. 接遇の場面における社員の認知度
2. 事業運営における認知度



#### 施設設備

1. 受入設備の整備状況
2. 受入ツールの設置状況



#### 制度・方針

1. 事業主体における制度設計、手順
2. 経営判断および啓蒙活動の調査

※ 川内美彦、前田有香：障害のある人にとっての競技場のアクセシビリティ－観客として、競技者として－. 日本財団パラリンピック研究会紀要 第2号（別冊）

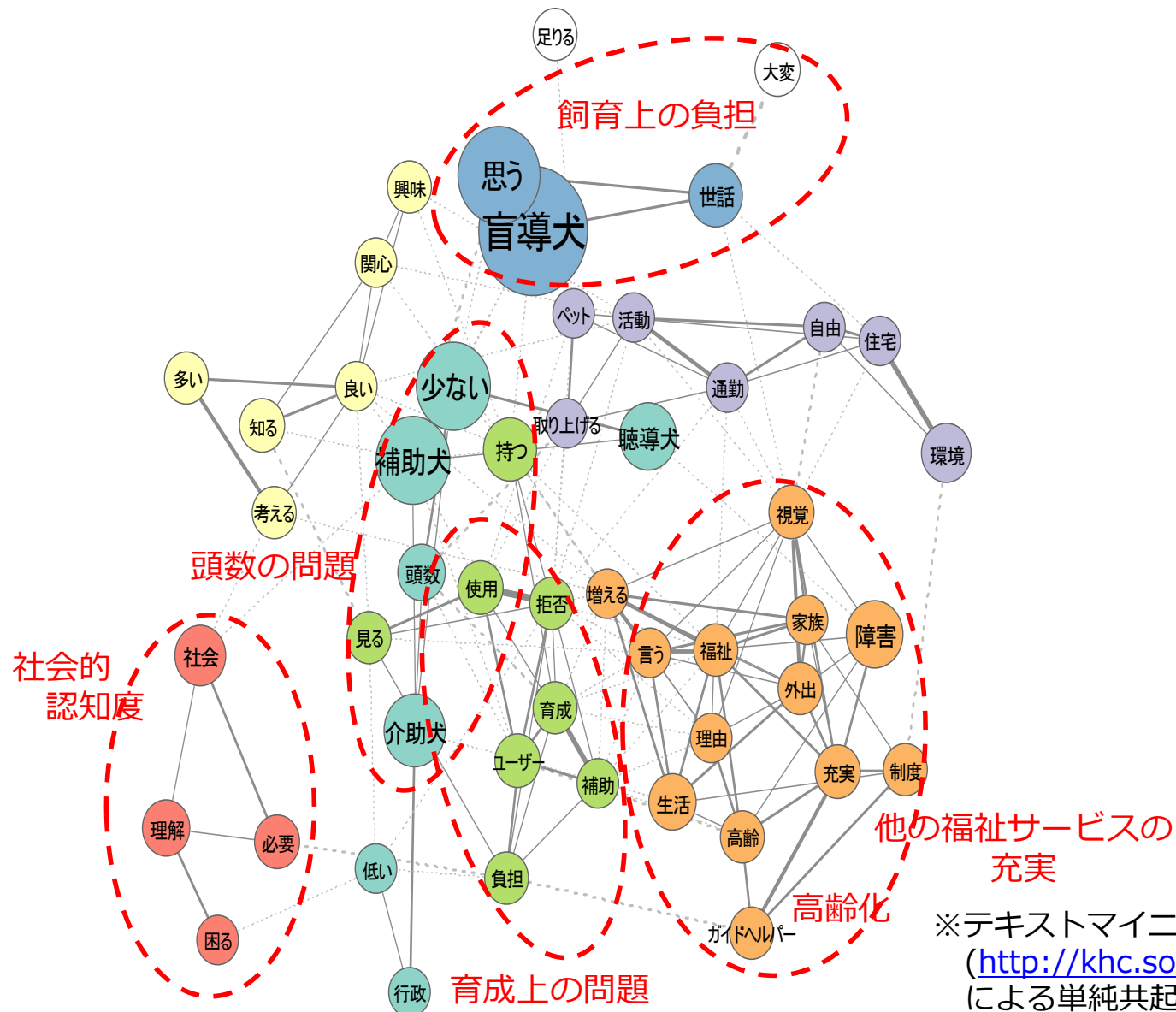


# 3. 補助犬ユーザーアンケート調査 その1



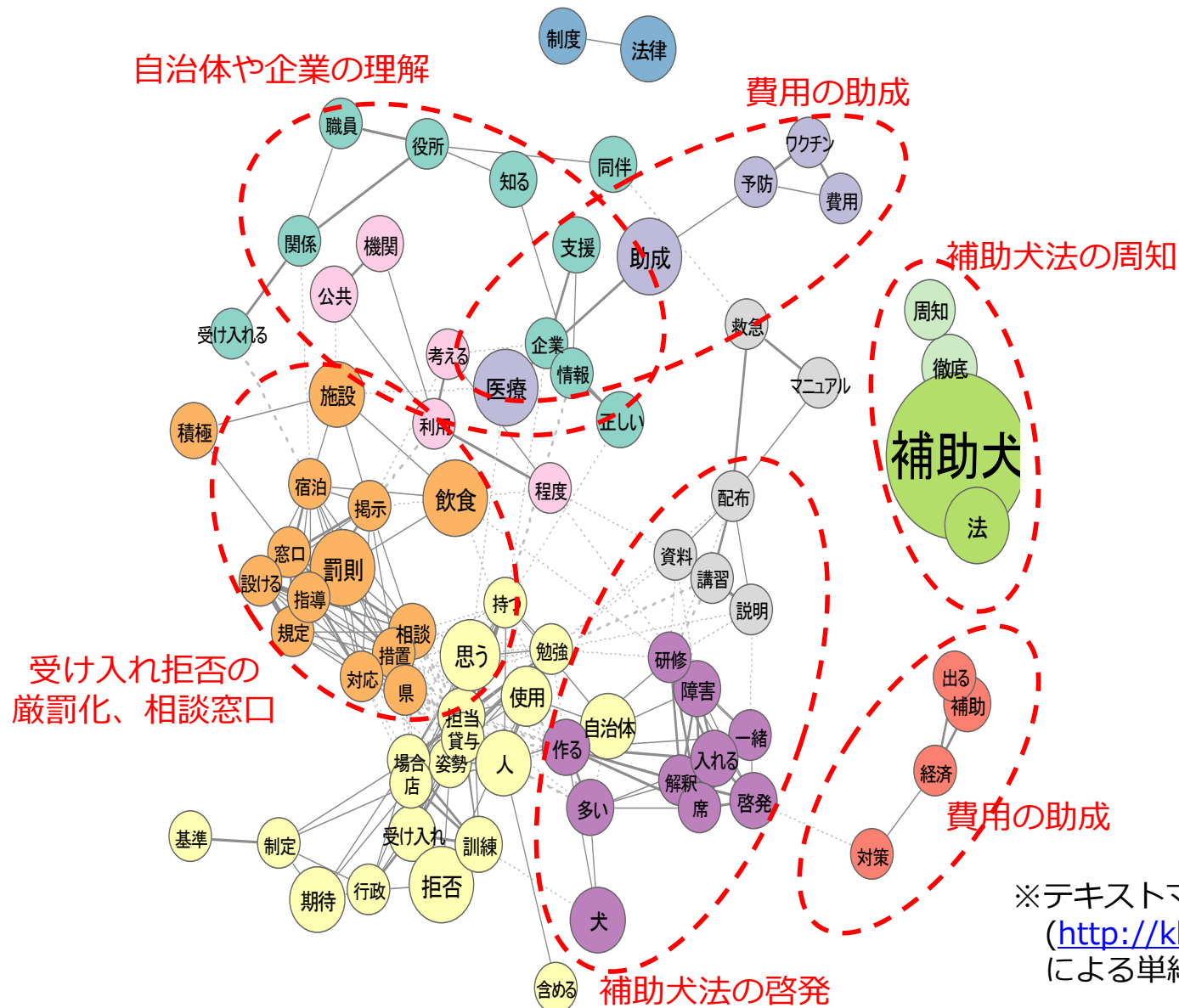
2016/06/16改訂

## Q. 補助犬があまり広まらない理由はどこにあると思われますか？



※テキストマイニングソフト「KH Coder」  
 (<http://khc.sourceforge.net/>)  
 による単純共起ネットワーク分析

Q. 補助犬の制度について、国・自治体に対して期待することはありますか？



※テキストマイニングソフト「KH Coder」  
[\(http://khc.sourceforge.net/\)](http://khc.sourceforge.net/)  
 による単純共起ネットワーク分析





# 6. 補助犬ユーザーアンケート調査 その4



2016/06/16改訂

## 各施設・交通機関の利用における2005年調査との経時的変化

それぞれの施設分類で高率の施設

飲食店、小売店、宿泊施設の拒否率が高い

レジャー関連施設の拒否率が高い

診療の場合だけではなく、健康診断や、特にお見舞の利用における拒否率が高い

バスの拒否率が大幅に増加している

調査年	2005年調査								2015年調査								比較	
	利用なし(A)	利用あり(B)	利用率(A)/(A)+(B)	同伴拒否なし	法説明後同伴可(C)	同伴拒否された(D)	拒否率(C)+(D)/(B)	未回答	利用なし(A')	利用あり(B')	利用率(A')/(A')+(B')	同伴拒否なし	法説明後同伴可(C')	同伴拒否された(D')	拒否率(C')+(D')/(B')	同伴しない利用		未回答
施設・交通機関の全体	0	44	100%	7	11	26	84.1%	0	0	47	100.0%	5	11	31	89.4%	0	1	106.3%
○不特定多数の利用する施設 (全体)	0	44	100%	10	10	24	77.3%	0	0	47	100.0%	6	12	29	87.2%	0	1	112.9%
a. 飲食店 (レストラン、ファーストフード、食堂など)	0	44	100.0%	19	9	16	56.8%	0	0	45	100.0%	12	13	20	73.3%	1	2	129.1%
b. 小売店 (スーパー、百貨店、コンビニ、量販店など)	0	43	100.0%	31	9	3	27.9%	1	2	44	95.7%	26	11	7	40.9%	0	2	146.6%
c. 宿泊施設 (ホテル、旅館など)	6	37	86.0%	22	7	8	40.5%	1	2	44	95.7%	30	5	9	31.8%	1	1	78.5%
d. 温泉、健康ランドなど	26	17	39.5%	8	5	4	52.9%	1	25	16	39.0%	7	4	5	56.3%	3	4	106.3%
e. 理髪店・美容院など	7	36	83.7%	33	1	2	8.3%	1	3	39	92.9%	33	3	3	15.4%	4	2	220.5%
f. レジャー施設 (テーマパーク、遊園地、キャンプ場など)	19	24	55.8%	22	2	0	8.3%	1	18	28	60.9%	19	5	4	32.1%	1	1	385.7%
g. 動物園・水族館など	24	19	44.2%	13	0	6	31.6%	1	18	27	60.0%	18	6	3	33.3%	0	3	105.6%
h. スポーツ施設 (体育館、ジム、プールなど)	23	20	46.5%	16	3	1	20.0%	1	22	23	51.1%	12	4	7	47.8%	1	2	239.1%
i. スポーツ観戦 (野球場、サッカー場など)	32	11	25.6%	8	2	1	27.3%	1	28	14	33.3%	12	2	0	14.3%	1	5	52.4%
j. 博物館・美術館・図書館など	9	34	79.1%	34	0	0	0.0%	1	10	33	76.7%	29	2	2	12.1%	1	4	増加
k. コンサートホール、劇場、映画館など	7	36	83.7%	32	2	2	11.1%	1	8	37	82.2%	28	6	3	24.3%	0	3	218.9%
l. 金融機関 (銀行、郵便局、証券会社など)	4	39	90.7%	39	0	0	0.0%	1	2	44	95.7%	42	1	1	4.5%	1	1	増加
m. 医療関係 (病院、診療所、歯科、薬局など)	2	41	95.3%	30	7	4	26.8%	1	3	43	93.5%	16	7	20	62.8%	1	0	234.0%
医療機関 (診療のための病院、診療所、クリニックなど)	-	-	-	-	-	-	-	-	6	39	86.7%	22	8	9	43.6%	2	1	162.5%
医療機関 (健康診断専門病院)	-	-	-	-	-	-	-	-	19	25	56.8%	14	5	6	44.0%	2	2	164.0%
医療機関 (入院中のお見舞など、ご自身の診療以外の用件)	-	-	-	-	-	-	-	-	15	28	65.1%	9	5	14	67.9%	3	2	252.9%
○公共交通機関 (全体)	1	43	97.7%	27	9	7	37.2%	0	0	46	100.0%	28	6	12	39.1%	1	1	105.2%
o. 航空機	20	24	54.5%	21	3	0	12.5%	0	11	32	74.4%	29	3	0	9.4%	1	4	75.0%
p. 船舶	24	19	44.2%	18	1	0	5.3%	1	17	26	60.5%	23	2	1	11.5%	1	4	219.2%
q. 鉄道	1	42	97.7%	39	3	0	7.1%	1	1	44	97.8%	42	1	1	4.5%	1	2	63.6%
r. バス	10	32	76.2%	31	1	0	3.1%	2	6	37	86.0%	31	3	3	16.2%	0	5	518.9%
s. タクシー?	1	41	97.6%	29	5	7	29.3%	2	5	40	88.9%	24	4	12	40.0%	0	3	136.7%

考察 ◆ いままでの状況とは異なる施設の利用拒否実態も顕れている (健診やお見舞の医療機関、レジャー関連施設、バスは新たな課題)



# 7. 補助犬ユーザーアンケート調査 その5



2016/06/16改訂

各施設・交通機関の利用における2005年調査との経時的変化（主な施設のみ）

調査時期	2005年	2015年
回答人数	44人	48人
完全拒否率 ※1	59% (26/44)	66%▲ (31/47※2)

※1：拒否率=拒否された人数/利用した人数。

※2：回答人数は48人であるが、すべての施設の設定問に無回答であった人が1人いたため、母数が47となっている。

状 況	完全拒否		完全拒否	完全拒否	
	2005年	2015年		2005年	2015年
同伴拒否は無かった	16%	11%	飲食店	36%	44%▲
同伴拒否されたが法の説明でOK	25%	23%	医療機関	10%	47%▲
法の説明でもNG(完全拒否)	59%	66%▲	宿泊施設	22%	21%
			小売店	7%	16%▲
			タクシー	17%	30%▲





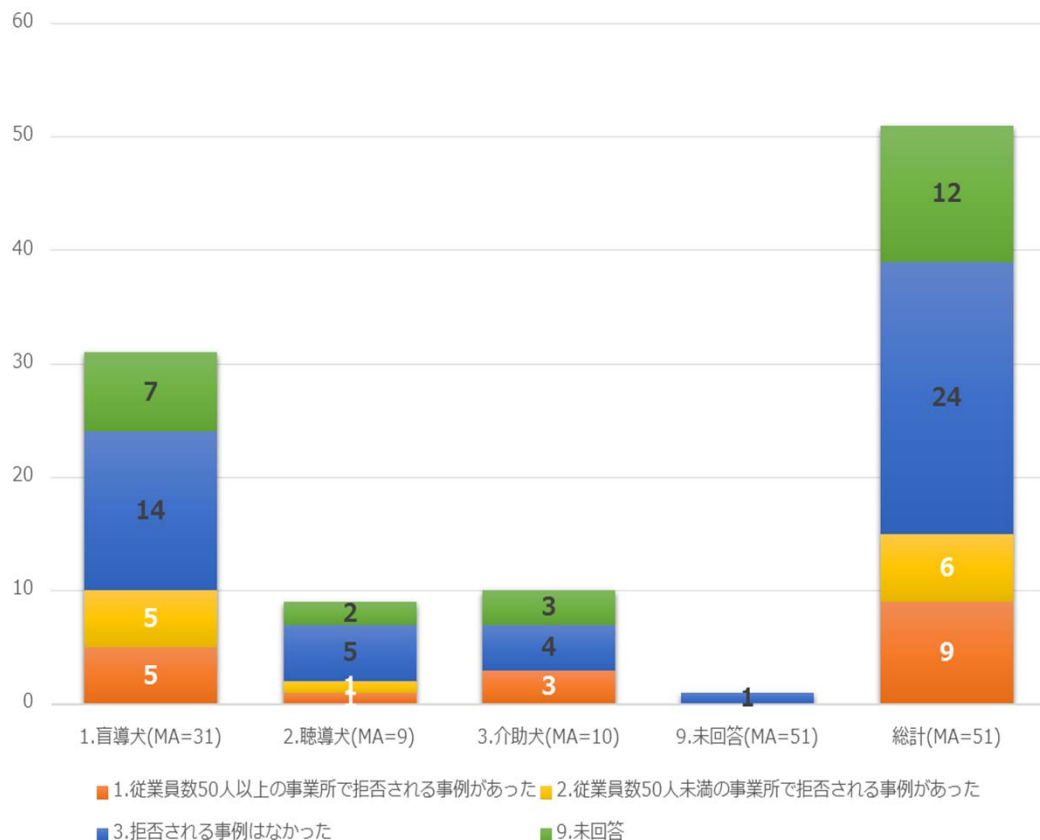
# 8. 補助犬ユーザーアンケート調査 その6



2016/06/16改訂

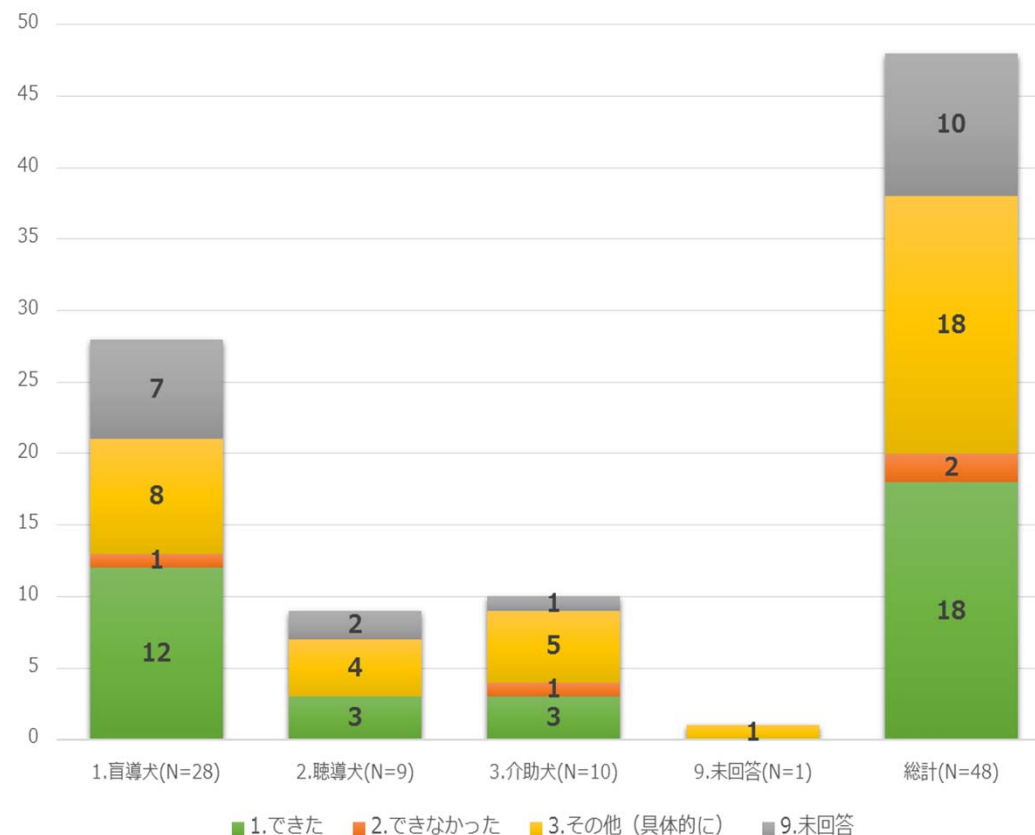
### Q. 平成20年の法改正以降、就業のうえで補助犬の同伴を拒否される事例はありましたか？

平成20年の法改正以降、就業のうえで補助犬の同伴を拒否される事例はありましたか？



### Q. 平成20年の法改正以降、補助犬を同伴して就業を行うことはできましたか？

平成20年の法改正以降、補助犬を同伴して就業を行うことはできましたか？



【Q その他：コメント回答】盲導犬を理由にして解雇されそうになった（盲導犬）、高齢施設や保育園など断られました（盲導犬）、自営の為（盲導犬）、就職はできたが、訪問マッサージの訪問先の理解が得られず仕事ができず退職（盲導犬）、補助犬法前から就労しており、職場での理解は得られている（盲導犬）、法改正以前から補助犬を伴って仕事についていたので回答していない（盲導犬）、無職であるので経験はない（盲導犬）、自分の会社だから。（聴導犬）、現場は油や切り粉で危ないので自分の独断で連れて来てないです（聴導犬）、独立開業した（介助犬）



# 9. 総括（補助犬受け入れ拒否の実態、阻害要因）



2016/06/16改訂

仮説検証と調査結果 事前調査における仮説を調査結果から検証を行う

## 課題1 受入を阻害する要因

- ・認知度が低いこと以外にも、受入阻害の要因はないのか（施設やマニュアル等インフラの問題）
- ・そもそも事業者側は来店を想定しているか

認知度

### I. 補助犬認知の内容

- ◆ 補助犬の存在は知りながらも、**衛生的な部分による誤認**、**受け入れ方法**を知らないことによる受け入れ拒否（部分拒否も含めて）発生

認知、興味関心は進んでいる  
(AIDMAモデルの「A」と「I」)

## 課題2 積極的な受入体制

- ・受入体制が整っているとはどのようなものか
- ・特殊性、普遍性（例：その体制は他業種・他店でも実現可能なものか）

施設設備

制度・方針

### II. 受け入れ方法の普遍性

- ◆ 受け入れる体制は特別なことではなく、**普遍的な内容**
- ◆ 経営判断や制度は必要とせず、**現場力で解決**

行動に遷移する特別なものはない  
(AIDMAモデルの「DMA」に)

## 課題3 ユーザーとの接続

- ・補助犬が同伴できる場所をユーザーにどのように提供するか
- ・ユーザーがオンデマンドに同伴できる場所を知ることができるか

情報の提供

- ユーザーの**負担軽減**が急務
- ユーザーの**情報の活用**
- 利用施設側は**情報が不足**

### III. 新たな施策展開→情報の拡散

- ◆ 受け入れマニュアル→**需要に合っている**
- ◆ マニュアルから**新たなツールの開発**
- ◆ 補助犬ユーザーと利用施設の**マッチング**

共有、参加、拡散のプロセスに  
(「AISAS」や「SIPS」の時代)

注) AIDMA (アイドマ) の法則、AISAS (アイサス) の法則は、ともに、消費者が商品 (サービス) を認知してから購買するまでの消費行動モデル (プロセス)。消費行動プロセスモデルのSIPS (シップス) では、購入を意味した「Action (行動)」から「Participate (参加する)」に置き換わっている。