

第5章 まとめ

本事業の一環で実施した普及啓発活動のうち、「シンポジウム」と「パンフレット」については、当該シンポジウムの参加者を対象に行ったアンケート調査（第4章を参照）を基に、その効果を分析・考察することが可能である。

以下では、本アンケート調査の結果を踏まえ、普及啓発活動の効果について検討を行うものとする。

1 普及啓発効果に係る考察

(1) シンポジウムについて

シンポジウムにおいてはとくに「基調講演」の評価が高かった。

本アンケートでは、シンポジウム内容の理解のしやすさに関し、「行政説明」、「基調講演」、「パネルディスカッション」の3項目に分けて参加者の意識を把握している。

これによると、全体的に高い理解度を得ており、「理解できなかった」との回答は皆無であった。中でも、理解しやすいという評価を得たのは「基調講演」であった。「基調講演」では、「理解できた」と「良く理解できた」を合わせると回答者の8割が、また、「良く理解できた」だけでも半数近くを占めている。

図表5-1 内容の分かりやすさ【基調講演】(再掲)

問8 シンポジウム内容の理解状況 (2)基調講演

	調査数	理解できなかった	やや理解できなかった	ふつう	理解できた	良く理解できた	無回答
全体	182	—	1	25	64	82	10
	100.0%	—	0.5%	13.7%	35.2%	45.1%	5.5%
東京会場	110	—	1	15	39	49	6
	100.0%	—	0.9%	13.6%	35.5%	44.5%	5.5%
広島会場	72	—	—	10	25	33	4
	100.0%	—	—	13.9%	34.7%	45.8%	5.6%

「行政説明」や「パネルディスカッション」は、「基調講演」と比べると、若干、理解度が低めであった。「行政説明」の内容については、障害者雇用に関する施策や制度の紹介が中心であるため、具体的な事例の紹介を行う「基調講演」と比べれば理解しにくい面があることはやむを得ないものと思われる。一方、「パネルディスカッション」については、具体的な事例を軸に意見交換を行ってはいけるものの、「福祉施設等との連携」

というテーマが企業に理解されにかったようである。むしろ、同趣旨であっても、「企業が障害者雇用を進める上で役立つ仕組みや支援する機関について紹介する」という打ち出しの方が受け入れやすかったように思われる。なお、今回シンポジウムに参加した企業の多くは従業員数 1,000 人以上の大企業であり、あえて福祉施設や支援機関の協力を得なくても、独力で障害者雇用を進めることもできるため、とくに関心の高いテーマでなかったという可能性もある。

それに対し「基調講演」は、具体的なイメージを持ちやすい内容であること、一般の企業にとってヒントとなる情報があつたことから、分かりやすく関心を持ちやすかったと考えられる。

図表5-2 参加者が所属する企業等の従業員数(再掲)

問6 所属組織の従業員数								
	調査数	55人以下	56～99人	100～299人	300～499人	500～999人	1000人以上	無回答
全体	103 100.0%	6 5.8%	5 4.9%	18 17.5%	1 1.0%	17 16.5%	52 50.5%	4 3.9%
東京会場	69 100.0%	5 7.2%	3 4.3%	11 15.9%	1 1.4%	11 15.9%	35 50.7%	3 4.3%
広島会場	34 100.0%	1 2.9%	2 5.9%	7 20.6%	—	6 17.6%	17 50.0%	1 2.9%

雇用の重要性を強く認識するようになった参加者は、「雇用の意義」が参考になった。

今回のシンポジウムに参加することで、障害者雇用に関する認識が高まった人（「より一層、重要と考えるようになった」と回答した人）は、それ以外の人に比べ、障害者雇用を進める上で、参考になったこととして「障害者雇用の意義」を上げる割合が高い傾向（「より一層、重要と考えるようになった」30.0%、「重要であるという認識は変わらない」25.0%で5ポイントの差）が見られた。

障害者を雇用することは、とすれば否定的、罰則的に捉えられがちであるが、障害者雇用に対する意義を伝えることで、本シンポジウムのねらい通り雇用の重要性に対する認識を高めることができたといえる。

図表5－3 障害者雇用を進める上で参考になったこと(障害者雇用に対する認識度別)(再掲)

「問10 参加後の障害者雇用に関する認識」×「問11 障害者雇用を進めるうえで参考になったこと」

	調査数	障害者雇用の考え方に関する障害者の雇用に関する	障害者雇用の意義	具体的な就労支援策の内容	企業の取り組み	雇用支援機関の取組	福祉施設や教育施設	その他	無回答
より一層、重要と考えるようになった	70 100.0%	16 22.9%	21 30.0%	22 31.4%	44 62.9%	16 22.9%	8 11.4%	2 2.9%	5 7.1%
重要であるという認識は変わらない	100 100.0%	17 17.0%	25 25.0%	29 29.0%	65 65.0%	19 19.0%	13 13.0%	7 7.0%	1 1.0%
あまり重要でないとの認識は変わらない	2 100.0%	—	—	1 50.0%	1 50.0%	—	—	—	—
あまり重要でないと考えようになった	—	—	—	—	—	—	—	—	—
その他	7 100.0%	1 14.3%	1 14.3%	—	3 42.9%	—	—	2 28.6%	1 14.3%
無回答	3 100.0%	—	—	—	2 66.7%	—	1 33.3%	—	1 33.3%

参考になったこととしては、「具体的な就労支援施策の内容」と「企業の取り組み」の2点。

全体としては、障害者雇用を進める上で参考になったこととして「企業の取り組み」、「具体的な就労支援施策の内容」を挙げており、「障害者雇用の意義」は3番目となっている。

参加者の多くは、障害者雇用の意義を既に認識しており、その上で具体的な行動に向けた知識や情報を必要としていると考えられる。

逆に、障害者雇用の意義を強く認識していない企業は、そもそもシンポジウムに参加しないものと推察される。そのため、このような層に対する普及啓発を行うことが課題といえる。

図表5－4 障害者雇用を進める上で参考になったこと(再掲)

問11 障害者雇用を進めるうえで参考になったこと

	調査数	障害者雇用の考え方に関する障害者の雇用に関する	障害者雇用の意義	具体的な就労支援策の内容	企業の取り組み	雇用支援機関の取組	福祉施設や教育施設	その他	無回答
全体	182 100.0%	34 18.7%	47 25.8%	52 28.6%	115 63.2%	35 19.2%	22 12.1%	11 6.0%	8 4.4%
東京会場	110 100.0%	19 17.3%	28 25.5%	35 31.8%	65 59.1%	20 18.2%	12 10.9%	5 4.5%	7 6.4%
広島会場	72 100.0%	15 20.8%	19 26.4%	17 23.6%	50 69.4%	15 20.8%	10 13.9%	6 8.3%	1 1.4%

連携重視は500～999人の大企業。中でも「一人ひとりの障害者の特性に合わせた業務環境の整備」および「職場の意識改革」を進めるために、支援を望んでいる傾向がある。

参加企業の規模は総じて大きい（前述）が、「従業員 1,000 人以上」の大企業と「従業員 500～999 人」の大企業の 2 グループを比較すると、障害者雇用に向けた連携を「これまでよりもさらに力を入れたい」とする割合は、前者（64.9%）より後（76.9%）の方が 12 ポイント高く、大企業の中でも、1,000 人以上の企業より 500～999 人の企業の方が、福祉施設等との「連携」に強い意向をもっていることが伺われる。

図表5－5 障害者雇用に関わる関係機関の連携状況（企業規模別）（再掲）

[問6 所属組織の従業員数] × [問13 障害者雇用に向けた連携（今後）]

	調査数	これから力を入れてみたい	これに進めたいと同程度	これを弱めたい	連携を図る意向は	その他
55人以下	1 100.0%	1 100.0%	—	—	—	—
56～99人	3 100.0%	2 66.7%	—	—	1 33.3%	—
100～299人	14 100.0%	8 57.1%	5 35.7%	—	1 7.1%	—
300～499人	—	—	—	—	—	—
500～999人	13 100.0%	10 76.9%	3 23.1%	—	—	—
1000人以上	37 100.0%	24 64.9%	13 35.1%	—	—	—
無回答	2 100.0%	1 50.0%	1 50.0%	—	—	—

また、「従業員 500～999 人」の企業において、重視する割合が高かった「障害者の適性の把握」と「障害者雇用に向けた職場内の意識づくり」であり、これらの事項を重視した連携を進めることが望まれる。

図表5－6 重視すべき連携の内容(企業規模別)(再掲)

[問6 所属組織の従業員数]×[問14 連携が重要となる取り組み]

	調査数	障害者雇用者の計画	障害者の適性の把握	障害者の選定にあつた立業	募集・採用活動	障害者専門知識の習得	処遇条件の設定	障害者職場内意識の向上	障害者の社内設備や施設への改善	障害者の健康管理	その他	無回答
55人以下	1 100.0%	—	1 100.0%	1 100.0%	—	1 100.0%	—	—	—	—	—	—
56～99人	2 100.0%	—	1 50.0%	—	1 50.0%	—	—	1 50.0%	—	—	—	—
100～299人	13 100.0%	3 23.1%	4 30.8%	5 38.5%	5 38.5%	2 15.4%	3 23.1%	6 46.2%	2 15.4%	—	—	—
300～499人	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
500～999人	13 100.0%	2 15.4%	7 53.8%	8 61.5%	5 38.5%	3 23.1%	—	7 53.8%	1 7.7%	1 7.7%	—	—
1000人以上	37 100.0%	7 18.9%	11 29.7%	12 32.4%	23 62.2%	3 8.1%	3 8.1%	13 35.1%	6 16.2%	4 10.8%	3 8.1%	1 2.7%
無回答	2 100.0%	1 50.0%	1 50.0%	1 50.0%	1 50.0%	1 50.0%	—	1 50.0%	—	—	—	—

(2)パンフレットについて

これまでよりも障害者雇用を進めたいと考える参加者は、パンフレットの表現、内容に関する評価が高め。

パンフレットの表現、内容に対する評価は総じて高く、7割程度の回答者が「分かりやすい」ないし「参考になる」と答えている。とくに雇用に向けた取り組みを重視する人（「これまでよりもさらに力を入れたい」と回答）は、そうでない人（「これまでと同程度に進めたい」と回答）と比べ、「参考になる」の割合が高く、「どちらとも言えない」の割合が低かった。取り組みを重視する人ほど、パンフレットに対する評価が高い可能性がある。

図表5－7 障害者雇用促進パンフレットに対する評価＜表現＞（取り組み意向度別）（再掲）

[問12 障害者雇用に向けた取り組み（今後）] × [問15 パンフレットについて ①表現]

	調査数	分かりやすい	いどちらとも言えない	分かりにくい	無回答
これまでよりもさらに力を入れたい	104 100.0%	76 73.1%	18 17.3%	1 1.0%	9 8.7%
これまでと同程度に進めたい	27 100.0%	18 66.7%	7 25.9%	1 3.7%	1 3.7%
これまでよりも取り組みを縮小したい	— —	— —	— —	— —	— —
取り組む予定はない	1 100.0%	1 100.0%	— —	— —	— —
その他	2 100.0%	1 50.0%	1 50.0%	— —	— —

図表5－8 障害者雇用促進パンフレットに対する評価＜内容＞（取り組み意向度別）（再掲）

[問12 障害者雇用に向けた取り組み（今後）] × [問15 パンフレットについて ②内容]

	調査数	参考になる	いどちらとも言えない	なあまり参考にならない	無回答
これまでよりもさらに力を入れたい	104 100.0%	79 76.0%	14 13.5%	1 1.0%	10 9.6%
これまでと同程度に進めたい	27 100.0%	20 74.1%	6 22.2%	— —	1 3.7%
これまでよりも取り組みを縮小したい	— —	— —	— —	— —	— —
取り組む予定はない	1 100.0%	1 100.0%	— —	— —	— —
その他	2 100.0%	2 100.0%	— —	— —	— —

これまでよりも障害者雇用を進めたいと考える参加者は「経営層への説明」や「障害のある人への情報提供」にパンフを活用したいと考えている傾向が少し高い。

また、取り組みを重視する人（「これまでよりもさらに力を入れたい」と回答）はそうでない人と比べ、「経営層への説明資料に活用」、「障害のある方への情報提供に活用」の割合が高い。ただし、「障害のある方への情報提供に活用」と回答した企業関係者は全体で1件のみであることから、取り組みを重視する企業は、とくに「経営層への説明資料に活用」を想定したパンフレットを望んでいる可能性がある。

図表5－9 障害者雇用促進パンフレットに対する評価＜取り組み意向度別＞（再掲）

[問12 障害者雇用に向けた取り組み（今後）]×[問15 パンフレットについて ③活用方法]

	調査数	に障害者雇用の実務	経営層への説明資料に活用	職場の意識啓発に活用	障害者の提供に活用	ご自身の知識習得	その他	無回答
これまでよりもさらに力を入れたい	104 100.0%	36 34.6%	28 26.9%	32 30.8%	23 22.1%	34 32.7%	1 1.0%	9 8.7%
これまでと同程度に進めたい	27 100.0%	12 44.4%	5 18.5%	17 63.0%	2 7.4%	10 37.0%	1 3.7%	1 3.7%
これまでよりも取り組みを縮小したい	—	—	—	—	—	—	—	—
取り組む予定はない	1 100.0%	—	—	—	—	1 100.0%	—	—
その他	2 100.0%	—	1 50.0%	—	1 50.0%	1 50.0%	—	—

2 効果的な普及啓発の実施に向けて

(1) 本調査で実施した普及啓発活動の展開方策

① 考え方

本調査で実施した普及啓発活動は、シンポジウム、パンフレット、リーフレットの3つである。これらについては、継続的に実施することで、より高い効果が期待できる。以下、各手法を引き続き実施する場合の展開方策についてみる。

② シンポジウム

アンケート結果によると、シンポジウムの普及啓発効果が見られたことから、障害者雇用を促進する上では、今後もシンポジウムやこれに類する取り組み（セミナー、討論会等）を実施することが有効と思われる。

たとえば、「具体的なノウハウ」に対するニーズが高いことを踏まえると、業務の組み立てなど、具体的なノウハウの提供に力点を置いた「基調講演」の実施が考えられる。また、障害者の適性の把握や職場内の意識づくりなどのテーマを取り上げることも効果的と考えられる。

③ パンフレット

パンフレットについては、シンポジウム参加者から高い評価を得た。また、自分の知識習得や障害者雇用の実務、職場の意識づくりに活用するという回答割合が高く、パンフレットの作成意図と合致した結果となった。

ただし、とくに重要な読み手と想定されるのは「障害者雇用に前向きな層」であり、この層では、「経営層への説明資料に活用」を回答した割合が、それ以外の層と比べると若干高めであった。

このことから、今後、障害者雇用を促進するための新たなパンフレットを作成する場合には、「人事担当者本人の実務に活用すること」、「職場の意識改革に活用すること」に加えて、「経営層への働きかけ」も視野に入れた内容づくりが大切と考えられる。

④ リーフレット

今年度と同様にシンポジウムで取り上げる企業事例をコンパクトにまとめたリーフレットを作成することが考えられる。この手法は単一の情報を再利用することによって、各メディアの作成効率を高める手法（ワンソースマルチユース）であり、シンポジウムの情報をより有効に活用できる点がメリットと言える。

(2) 新たな啓発手法の検討

① 考え方

シンポジウムはおおむね普及啓発の効果が見られたが、シンポジウムの参加者層の多

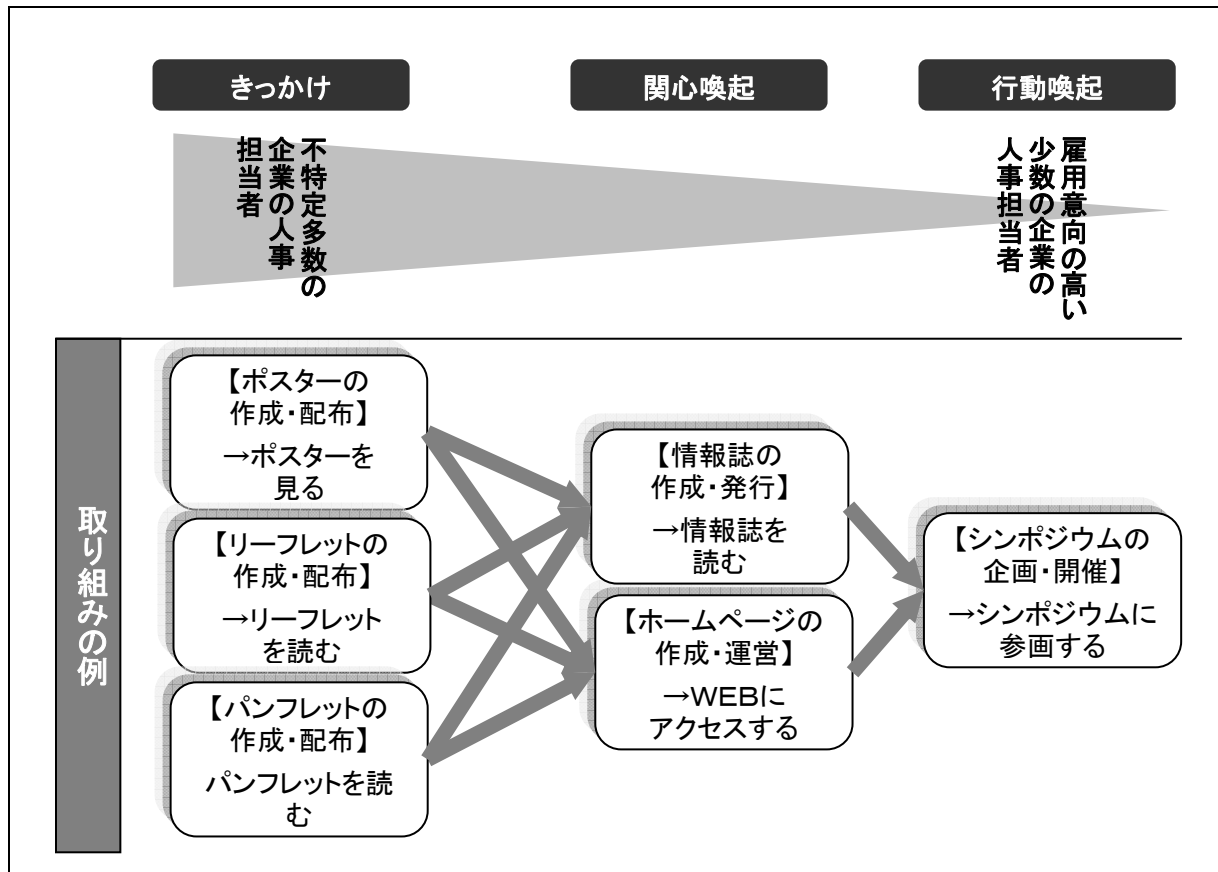
くは、障害者雇用に関心がある企業であるということも明らかになった。障害者雇用を促進するために重要なのは、障害者雇用に関心がない企業に、関心を持ってもらうことである。その点ではシンポジウムのみでは限界があり、これを補完する普及啓発の手だてを講じることも望まれる。

今回、併せて作成したパンフレットやリーフレットは、基本的な障害者雇用の知識、障害者雇用の意義、具体的なノウハウを伝えることで、シンポジウムを補完する一定の役割を担ったと言える。また、パンフレットをシンポジウム参加者に配布した点、シンポジウムの結果をリーフレット化した点では、各取り組みの連携を重視していると言える。しかし、複数の手法をさらに有機的に組み合わせることで効果を高めることも可能である。この手法は一般に「クロスメディア」（ある情報について文字、音声、画像、紙媒体、電子媒体などのさまざまな表現手法、表現媒体を用いて表現すること）と呼ばれる。今後、障害者雇用の普及啓発活動を行う上で、新たな手法を導入する場合、この「クロスメディア」の発想を取り入れることが考えられる。

②啓発手法の組み合わせについて

具体的なクロスメディアのパターンとしては、例えば次の図が考えられる。

図表5-10 障害者雇用の普及啓発のクロスメディアのパターン(例)



このパタンを踏まえ、組み合わせる手法例について検討を行う。

まず「きっかけづくり」では、幅広い層が障害者雇用に関心を持つのに適当な手法として、今回実施したリーフレットやパンフレットの他、ポスターの作成・掲示が考えられる。なお、掲示先としてはハローワーク、公共施設などが想定される。

図表5-11 普及啓発ポスターの作成のイメージ例

仕様	： 天地 597 ミリ×左右 210 ミリ（A 2 縦 1／2 の短冊形）
内容	： 障害者の障害別に企業の取組みを写真で紹介、ポイントを分かりやすく箇条書きでアピールする。 ハローワークや関係機関に掲出し、障害者雇用を普及啓発する。また、ハンディタイプ情報誌（後述）と連動させることにより、相乗効果を生み、情報誌の注目度を高める。

次に「関心を喚起」する手法としては、初めて障害者雇用を行う企業が持つべき取り組み姿勢や障害者雇用の考え方などについて情報提供を図ったり、これまでも特定の障害種別の障害者の雇用を行ってきたが、別の種別の障害者を新たに雇用する場合の考え方などについて情報提供を図ったりする上では「情報誌の発行」が有効と考えられる。

また、実際に雇用している企業の人事担当者と情報交換を行ったり、これから障害者雇用について前向きに検討している企業同士が情報交換を行ったりするには「WEB サイト」が適当と考えられる。

図表5-12 普及啓発ハンディタイプ情報誌の発行のイメージ例

仕様	： 天地 210 ミリ×左右 100 ミリ 12 ページ程度 ※郵送にかかる費用を最低料金で抑えるため
タイトル	： 「共に働く」（案）
発行	： 季刊（年 4 回）
配布先	： 障害者雇用に取り組もうとしている企業や雇用拡大を考えている企業、ハローワーク、関連機関、福祉施設等
内容	： ◇障害者雇用の好事例企業を取材し、写真とあわせて、障害者雇用の取組みを紹介する。 ◇創刊号ではリーフレットの紹介企業を取材するが、以降、紙面を通して事

例を募集し、写真等は提供していただきつつ、場合によっては取材を行う。
 ※紹介リーフレットでの取材写真をこの情報誌で有効に活かす。
 ◇紹介事例企業における障害者雇用に関わる福祉や教育機関、支援機関等の担当者の話を載せる。特に福祉関係との連携にポイントをおく。
 ◇視覚障害者、聴覚障害者、肢体不自由者、内部障害者、知的障害者、精神障害者の雇用事例として1年間を通して紹介する。
 ◇コラム欄として、簡単な手話入門、障害者雇用での企業からの質問に専門家が答える Q&A コーナー、障害者雇用事例募集、福祉施設での障害者の職業訓練の紹介、作品の紹介、働く障害者の日記等
 ◇イベントの告知、報告。コンテストの実施に関わる告知、報告、表彰等

効果： ○「企業」「福祉や教育に関わる機関」「両者をつなぐ支援機関」に向け、効果的な普及啓発活動として、経済的に、より多くの方々にアピールできるものと考えられる。また、障害者のコラム欄の活用により、対象者と発行元との双方向コミュニケーションツールとしての役割が果たせる。

図表5-13 表 障害者雇用促進WEBサイトのイメージ例

仕様： インターネットのホームページ

タイトル：「障害者雇用ネット」（案）

内容： ◇障害者雇用の意義、障害者雇用に当たっての考え方、ノウハウなどについてポイントを示し、情報の提供を行う。
 ◇リーフレット、パンフレットなどの紙媒体の配布物を電子化し、HPにアクセスした企業等がダウンロードし、印刷できるようにする。
 ◇希望者にIDを発行。ID登録者はホームページ内の「コミュニケーションルーム」、「電子会議室」にアクセスでき、障害者雇用に関わる悩みや工夫などについて、感想や意見の交換を行ったり、実務的な情報の交換を行ったりできるようにする。

企業の障害者雇用に重要性和意義を感じ、雇用に至るまでには年月がかかるため、障害者雇用の普及啓発活動は、継続的に実施することで効果が期待できる。

上記に示した手法はあくまで例示であり、継続的な取り組みを進めるためには、各手法の費用対効果を検証しつつ、実施主体を検討し、現実的で実効性の高い方策を選定していくことが望まれる。