

男女平等参画に関する世論調査

(注) 調査等内容等は予定であり、変更の可能性がある

- 調査等の概要
- ・ 男女の地位の平等感や女性活躍推進、生活と仕事の調和、男女間の暴力など、男女平等参画に関する都民の意識を調査し、施策の参考とするために実施（前回 令和2年度）

・ 「2050東京戦略」で掲げている目標の達成状況の把握
- 東京は女性が活躍できる都市だと思う人の割合

75%（令和12年）

80%（令和17年）

【現状】 66.9%（令和2年）

調査対象	東京都全域に住む満18歳以上の男女個人
標本数	4,000標本
標本抽出方法	住民基本台帳に基づく層化二段無作為抽出法
調査方法	郵送法（郵送送付・郵送回収、Web回答併用）
調査項目	○男女平等、女性活躍推進について ○生活と仕事の調査（ライフ・ワーク・バランス）について ○男女間の暴力について ○男女平等参画社会、女性が活躍できる都市について 等

○ スケジュール（案）

令和7年度	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
調査			調査設計		調査		集計・分析					
							速報					公表

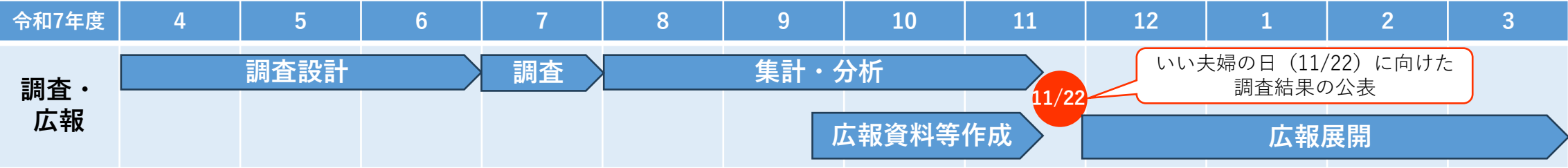
男性の家事・育児実態調査

(注) 調査等内容等は予定であり、変更の可能性がある

- 調査等の概要
- ・ 男性の家事・育児状況について都民の実態を調査し、施策の参考とするために隔年で実施
 - ・ 「2050東京戦略」で掲げている目標の達成状況の把握
- 家事・育児関連時間の男女差 令和元年度から半減（2時間30分）（令和12年度）
2時間30分以下の状態を継続（令和17年度）
- 【現状】 5時間1分差（令和元年度） 5時間20分差（令和3年度） **5時間26分差（令和5年度）**
- ・ 男性の家事・育児が進まない原因や課題等について、子育て夫婦の実態に踏み込んだ調査内容にするため、調査設計段階から有識者に意見聴取
 - ・ 調査結果を普及啓発に活用し、夫婦の気づき、行動変容につなげることを目的とした子育て夫婦向け広報資料を作成し、広報展開

調査対象	〈対象1 子育て世代〉未就学児を持つ男女 4,000名（男女 各2,000名）	〈対象2 全世代〉18歳～70歳の男女 1,000名（男女 各500名）
調査項目	○分担状況の満足度 ○家事・育児時間 ○家事・育児に関する不満や悩み ○配偶者とのコミュニケーション ○名もなき家事 ○育業期間、育業できた・できなかった理由 ○残業 ○男性の家事・育児についての考え 等 全60問程度	

○ スケジュール（案）



イベント等参加者への意見募集

(注) 調査等内容等は予定であり、変更の可能性がある

○ 調査等の概要

- ・年間を通じて、男女平等参画施策に関連するイベント等の参加者を対象に、施策に対する意見募集やアンケート等を実施
- ・調査項目や設問数、調査の方法を工夫し、回答を得やすい形式で実施
- ・若年層も対象とし、幅広い年齢層からの意見・提案を収集し、イベント等の事後広報や都のホームページ、SNS等でも発信
- ・このような取組を繰り返して実施することで、都民が自分ごととして施策を考えるきっかけづくりとするとともに、施策の参考とする

○ イベント等の例



女子中高生向け 女性大学生との座談会

進路選択をテーマに、
女子大学生と女子中高
生の交流を目的とした
座談会・相談会



東京ウィメンズプラザ フォーラム

団体の活動成果発表や
ワークショップ等によ
り、都民が団体活動へ
の理解を深め、男女平
等参画意識の醸成につ
なげるイベント



結婚おうえんイベント

結婚を望みながらもな
かなか一歩を踏み出せ
ないでいる都民を後押
しするため、セミナー、
体験イベント、トーク
イベント等を実施し、
結婚に向けた気運を醸
成