

令和7年度政策調査
都政情報（産業労働局事業・施策等）の入手経路調査
報告書
（概要版）

令和8年3月
東京都産業労働局

目次

1	調査の概要.....	1
1.1	調査の目的.....	1
1.2	調査概要.....	1
1.3	調査結果の見方.....	1
2	事前調査.....	2
問1	【性別】.....	2
問2	居住地及び勤務先（通学先）.....	2
問3	就業形態.....	3
問4	イベント等の認知度.....	4
問5	世帯年収.....	5
3	本調査.....	6
問1	イベント等の認知度.....	6
問2	イベント等の認知経路.....	6
問3	ウェブサイトの認知度.....	6
問4	ウェブサイトの認知経路.....	7
問5	商品・サービス・デザイン等の認知度.....	7
問6	商品・サービス・デザイン等の認知経路.....	7
問7	登録制度の認知度.....	7
問8	登録制度の認知経路.....	8
問9	施設等の認知度.....	8
問10	施設等の認知経路.....	8
問11	印象に残ったイベント等.....	8
問12	参加の決め手となった情報.....	9
問13	都政情報に対する接し方.....	12
問14	入手した情報の印象.....	12
問15	効果的な情報発信.....	13
問16	同居の有無.....	14
4	分析・まとめ.....	15
4.1	分析.....	15
4.2	まとめ.....	15

1 調査の概要

1.1 調査の目的

産業労働局においては、都民に対し、産業労働局事業に関する情報発信を実施しているが、より効果的な広報発信対象に向けた広報を実施していくためには、都民の情報の入手経路・情報入手に関する意欲等を分析し、強化・改善すべきポイントを明らかにする必要がある。

本調査は、都民が産業労働局事業に関する情報の主な入手経路、情報入手に関する意欲等について調査・分析し、課題の整理を行うとともに、今後の都の施策検討の基礎資料とする。

1.2 調査概要

調査内容	都政情報（産業労働局事業・施策等）の入手経路調査
調査対象	東京都内在住・在勤の 15 歳以上の男女
調査方法	Web 調査（調査社モニター対象）
調査開始日	2026 年 3 月 13 日（金）
調査終了日	2026 年 3 月 20 日（金）
調査実施機関	株式会社 社会構想研究所

1.3 調査結果の見方

① アンケート回答数

1,105 件

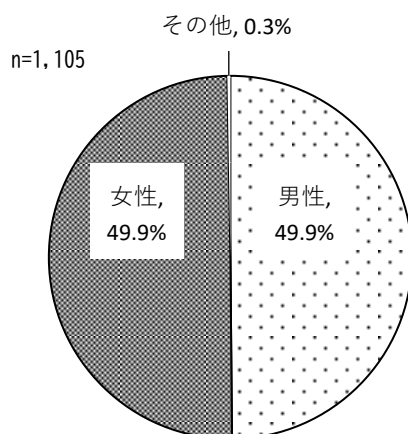
② 集計した数値（％）は小数第二位を四捨五入し、小数第一位まで表示している。そのため、質問に対する回答の選択肢が一つだけの場合、記載された選択肢の数値（％）を全て合計しても、四捨五入の関係で 100.0％にならないことがある。また、複数の選択肢の数値の合計についても、それぞれの数値の単純合計と差が出ることもある。

③ 回答者数を分母として割合（％）を計算しているため、複数回答の場合には、各選択肢の割合を合計すると 100.0％を超えることがある。

2 事前調査

登録モニターから、本調査対象者を抽出するために、事前調査を行った。

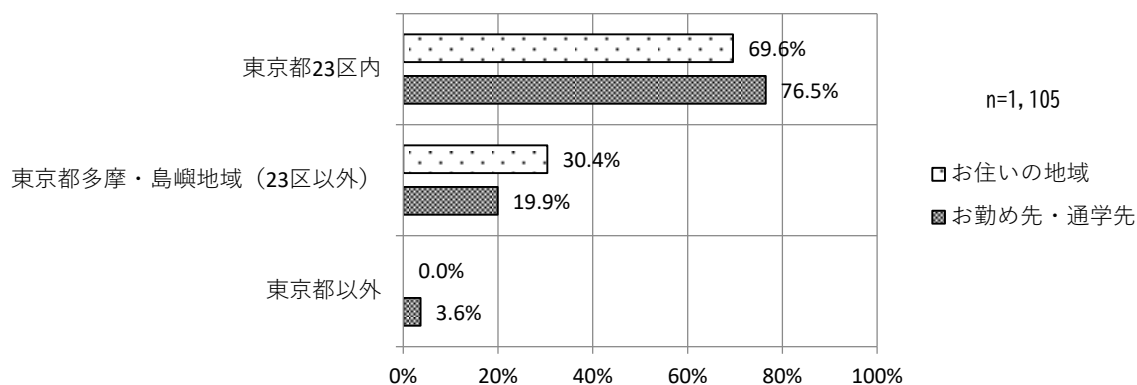
問1【性別】



問2 あなたが現在お住いの地域と、お勤め先（学生の方は通学先）の地域をお選びください。

居住地は「東京都23区内」が69.6%、「東京都多摩・島嶼地域（23区以外）」が30.4%となっている。

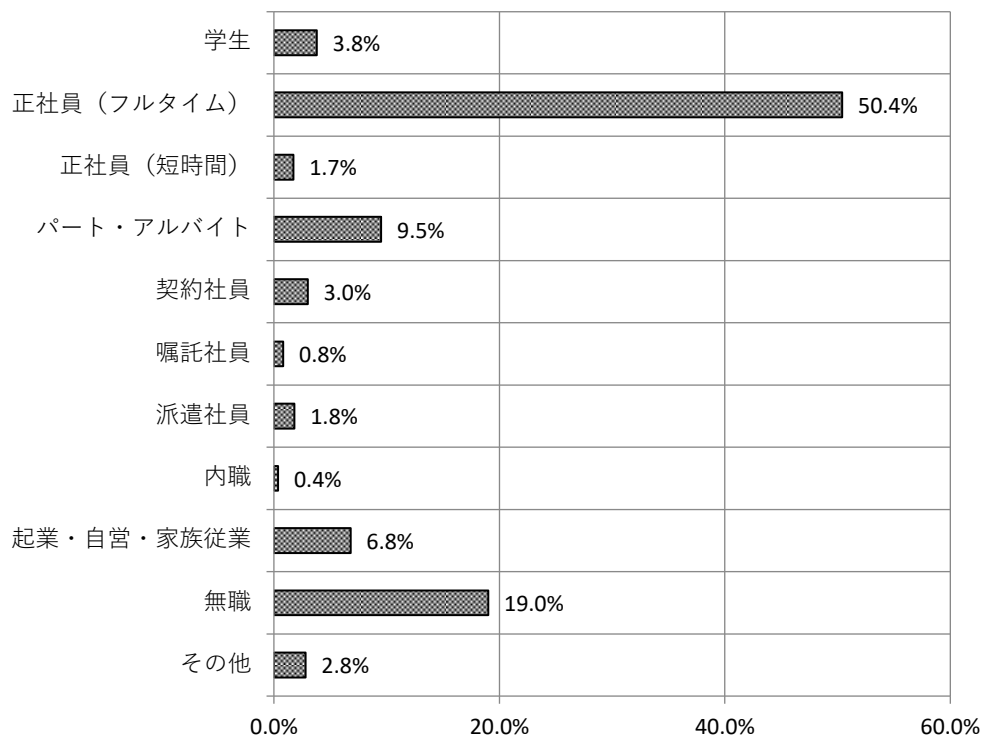
勤務先は「東京都23区内」が76.5%、「東京都多摩・島嶼地域（23区以外）」が19.9%となっている。



問3 あなたの就業形態について次の中からお選びください。

「正社員(フルタイム)」が50.4%で最も多く、次いで「無職」が19.0%、「パート・アルバイト」が9.5%となっている。

n=1,105



問4 下記のような東京都が主催するイベントに参加したり、ウェブサイト、商品・サービス、登録制度、施設等を利用（訪問）したことがありますか。

【イベント】

東京都伝統工芸品展、東京eスポーツフェスタ、TOKYO GX ACTION、東京国際映画祭、ショートショート フィルムフェスティバル&アジア、Tokyo Tokyo Delicious Museum、東京味わいフェスタ、東京都食育フェア、山しごと体感フェスティバル、木と暮らしのふれあい展、ものづくり・匠の技の祭典、シニアしごと EXPO Global Forum、都民のファインアンシャル・ウェルビーイング実現に向けて、TOKYO SUSTAINABLE FINANCE FORUM

【ウェブサイト】

GO TOKYO、Tokyo Tokyo 公式サイト、TOKYO GROWN、TOKYO はたらくネット、家庭と仕事の両立支援ポータルサイト、女性しごと応援ナビ、#TOKYO ものづくり部、江戸東京きらりプロジェクト

【商品・サービス】

小粋屋東京、TOKYO 起業塾、Tokyo Tokyo Old meets New、東京観光バリアフリー情報ガイド、東京トラベルガイド、TOKYO デザインマンホールデジタルラリー、プロジェクションマッピング、しまぼ通貨、デジタルサイネージ、とうきょう特産食材使用店、東京島じまん食材使用店、東京都エコ農産物、江戸東京野菜、とうきょうの木（東京の木多摩産材）、Tokyo 米粉知新キャンペーン、東京カイシャハッケン伝！、東京セカンドキャリア塾、都民向け金融セミナー

【登録制度】

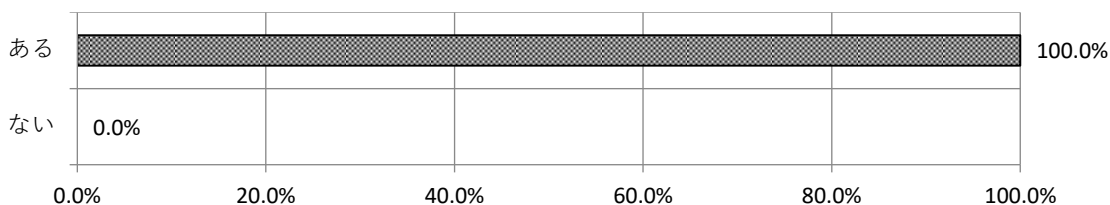
観光ボランティア、おもてなし親善大使、東京ライフ・ワーク・バランス認定企業

【施設等】

ワンストップ相談窓口、中小企業振興公社（アスプラザ）、TOKYO 創業ステーション、TOKYO 創業ステーション TAMA、ビッグサイト（東京国際展示場）、国際フォーラム、有明GYM-EX（有明展示場）、東京都立産業貿易センター（浜松町館・台東館）、アニメ東京ステーション、東京観光情報センター、TOKYO GIFTS 62、全国観光PRコーナー、東京観光案内窓口、TOKYO MOKUNAVI、はたらく女性スクエア、東京しごとセンター、東京しごとセンター多摩、女性しごと応援テラス、女性しごと応援テラス多摩、プラチナ・キャリアセンター、シルバー人材センター

回答者の全員が「ある」と回答している。

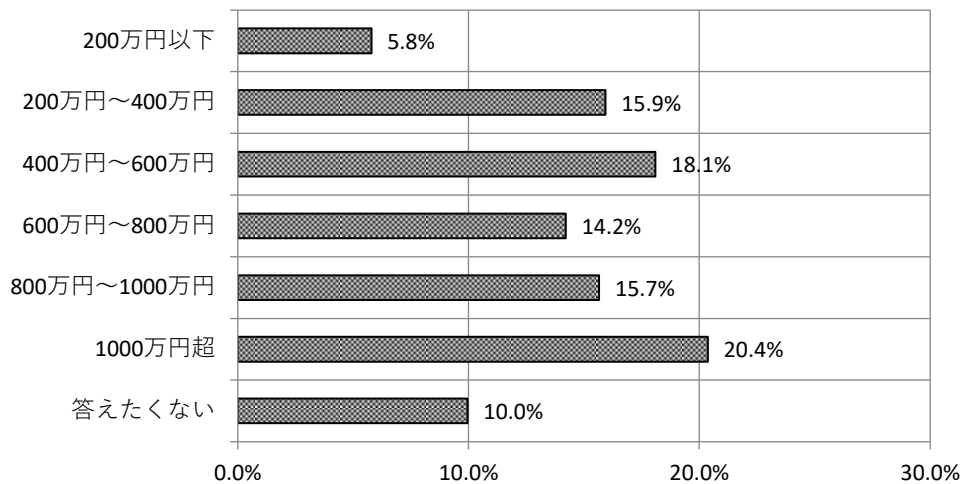
n=1,105



問5 あなたの世帯収入の概算を教えてください。

「1000万円超」が20.4%で最も多く、次いで「400万円～600万円」が18.1%、「200万円～400万円」が15.9%となっている。

n=1,105



3 本調査

問1 以下のイベント等について参加したことがあるか、または知っているか、お答えください。

【イベント】

東京都伝統工芸品展、東京eスポーツフェスタ、TOKYO GX ACTION、東京国際映画祭、ショートショート フィルムフェスティバル&アジア、Tokyo Tokyo Delicious Museum、東京味わいフェスタ、東京都食育フェア、山しごと体感フェスティバル、木と暮らしのふれあい展、ものづくり・匠の技の祭典、シニアしごと EXPO Global Forum、都民のフィナンシャル・ウェルビーイング実現に向けて、TOKYO SUSTAINABLE FINANCE FORUM

「参加したことがある」「知っているが参加したことはない」を合計した各イベントの認知度は、24.2%~77.7%であった。

問2 以下のイベント等について、どのようにして知りましたか。

イベント全体の認知経路は、上位から「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「駅、車内など交通機関の広告」となっている。なお、イベントによって「チラシ・ポスター」が「駅、車内など交通機関の広告」を上回る場合も見受けられる。

問3 以下のウェブサイトについて閲覧したことがあるか、または知っているか、お答えください。

【ウェブサイト】

GO TOKYO、Tokyo Tokyo 公式サイト、TOKYO GROWN、TOKYO はたらくネット、家庭と仕事の両立支援ポータルサイト、女性しごと応援ナビ、#TOKYO ものづくり部、江戸東京きらりプロジェクト

「閲覧したことがある」「知っているが、閲覧したことはない」を合計した各ウェブサイトの認知度は、30.2%~48.0%であった。

問4 以下のウェブサイトについて、閲覧のきっかけは何ですか。

ウェブサイト全体の認知経路は、上位から「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「メールマガジン等」となっている。上位3位がウェブサイト上で得られる情報となっている。

問5 以下の商品・サービス・デザイン等について利用（購入等）したことがあるか、または知っているか、お答えください。

【商品・サービス・デザイン等】

小粋屋東京、TOKYO 起業塾、Tokyo Tokyo Old meets New、東京観光バリアフリー情報ガイド、東京トラベルガイド、TOKYO デザインマンホールデジタルラリー、プロジェクトンマッピング、しまぼ通貨、デジタルサイネージ、とうきょう特産食材使用店、東京島じまん食材使用店、東京都エコ農産物、江戸東京野菜、とうきょうの木（東京の木多摩産材）、Tokyo 米粉知新キャンペーン、東京カイシャハッケン伝！、東京セカンドキャリア塾、都民向け金融セミナー

「利用（購入等）したことがある」「知っているが、利用したことはない」を合計した各商品・サービス・デザイン等の認知度は25.7%～52.9%であった。

問6 以下の商品・サービス・デザイン等をどのようにして知りましたか。

商品・サービス・デザインの認知経路は、上位から「公式ウェブサイトの情報」、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「SNSやブログ等」、「公式サイト以外のネット記事等」、「駅、車内など交通機関の広告」となっている。なお、イベントによって、「チラシ・ポスター」や「メールマガジン等」が「駅、車内など交通機関の広告」を上回る場合も見受けられる。

問7 以下の登録制度について、登録したことがあるか、または知っているかお答えください。

【登録制度】

観光ボランティア、おもてなし親善大使、東京ライフ・ワーク・バランス認定企業

「登録したことがある」「知っているが、登録したことはない」を合計した各登録制度の認知度は31.0%～48.8%であった。

問8 以下の登録制度をどのようにして知りましたか。

登録制度全体の認知経路は、上位から「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「メールマガジン等」となっている。

問9 以下の施設等について利用（訪問等）したことがあるか、または知っているか、お答えください。

【施設等】

ワンストップ相談窓口、中小企業振興公社（アスプラザ）、TOKYO 創業ステーション、TOKYO 創業ステーション TAMA、ビッグサイト（東京国際展示場）、国際フォーラム、有明 GYM-EX（有明展示場）、東京都立産業貿易センター（浜松町館・台東館）、アニメ東京ステーション、東京観光情報センター、TOKYO GIFTS 62、全国観光 PR コーナー、東京観光案内窓口、TOKYO MOKUNAVI、はたらく女性スクエア、東京しごとセンター、東京しごとセンター多摩、女性しごと応援テラス、女性しごと応援テラス多摩、プラチナ・キャリアセンター、シルバー人材センター

「利用（訪問等）したことがある」「知っているが、利用したことはない」を合計した各施設等の認知度は 26.1%～80.5%であった。

問10 以下の施設等について、どのようにして知りましたか。

施設全体の認知経路は、上位から「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「駅、車内など交通機関の広告」となっている。

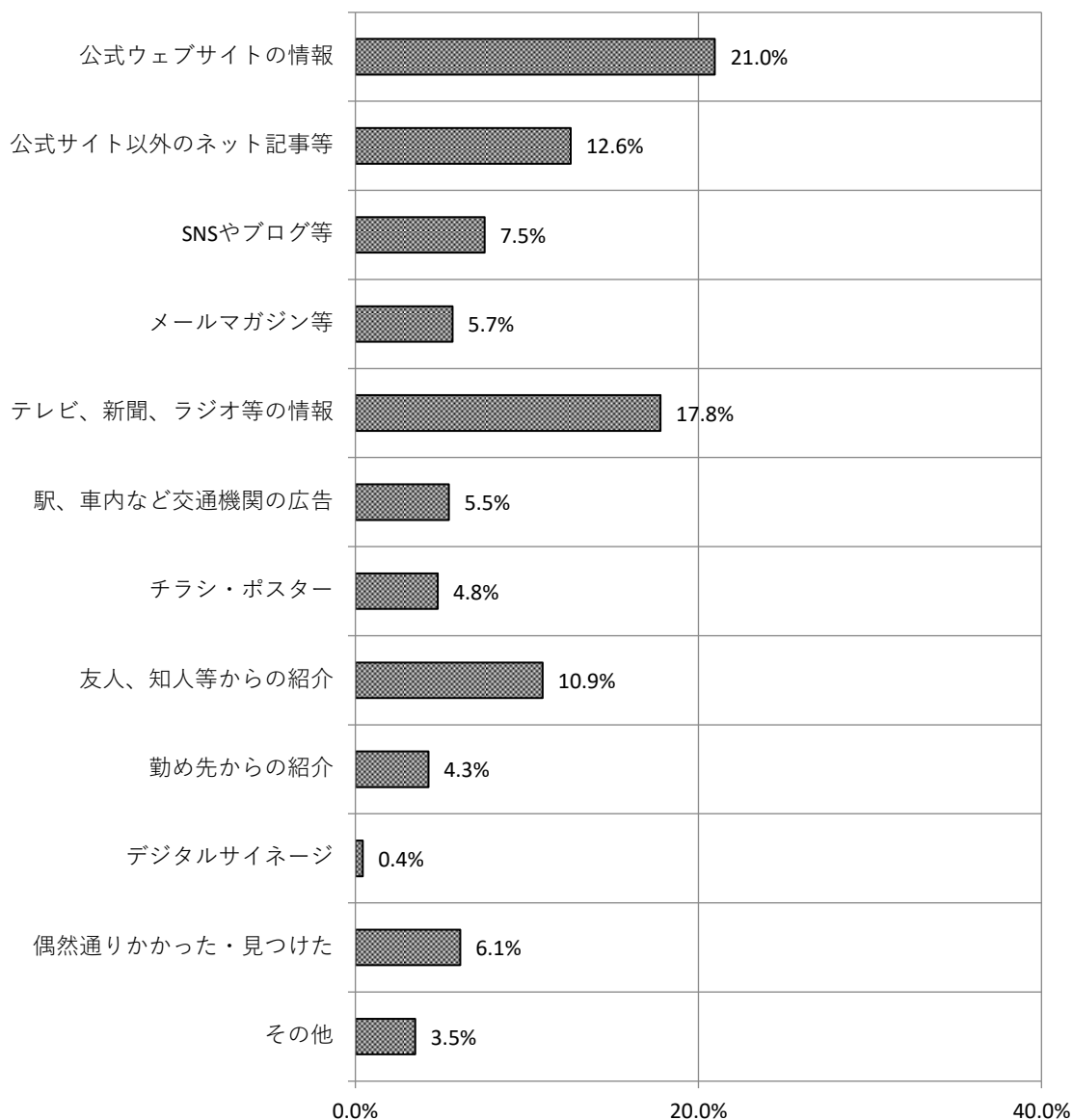
問11 ここまでにお答えいただいた東京都が主催するイベント、ウェブサイト、商品・サービス、登録制度、施設等に参加・閲覧・利用・訪問したことがあると回答したものについて、最も印象に残ったものを1つだけお答えください。

「ビッグサイト」が 16.3%で最も多く、次いで「東京国際映画祭」が 10.0%となっている。

問 12 設問 11 で回答したイベント等についてお伺いします。そのイベント等の参加の決め手となった情報はどれですか。

「公式ウェブサイトの情報」が 21.0%で最も多く、次いで「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」が 17.8%、「公式サイト以外のネット記事等」が 12.6%となっている。なお、「友人、知人等からの紹介」が上位に入っており、「SNSやブログ等」と合わせて、いわゆる「口コミ効果」が効果を発揮していると考えられる。

n=916



イベント等の参加の決め手となった情報について年代・性別で分析すると、多くの年代で「公式ウェブサイトの情報」が最も多くなっている。一方、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」が合計で1位となっている年代も多い。

年代	男性1位	女性1位	合計1位
18～19歳	公式ウェブサイトの情報	テレビ、新聞、ラジオ等の情報	テレビ、新聞、ラジオ等の情報
20～29歳	公式ウェブサイトの情報	テレビ、新聞、ラジオ等の情報	公式ウェブサイトの情報
30～39歳	公式ウェブサイトの情報	公式ウェブサイトの情報	公式ウェブサイトの情報
40～49歳	公式ウェブサイトの情報	公式ウェブサイトの情報	公式ウェブサイトの情報
50～59歳	公式ウェブサイトの情報 友人、知人等からの紹介	公式ウェブサイトの情報 偶然通りかかった・見つけた	公式ウェブサイトの情報
60～69歳	テレビ、新聞、ラジオ等の情報	テレビ、新聞、ラジオ等の情報	テレビ、新聞、ラジオ等の情報
70歳以上	公式ウェブサイトの情報	テレビ、新聞、ラジオ等の情報	公式ウェブサイトの情報

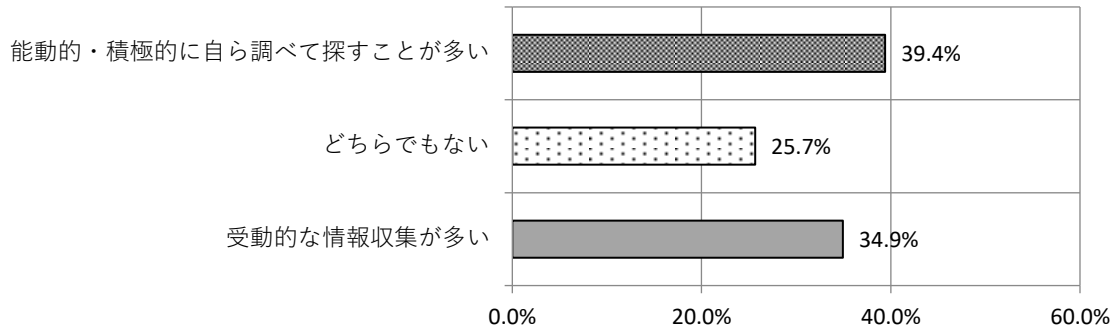
n=916

年齢	性別	公式ウェブサイトの情報	公式ウェブサイト以外のネット記事等	SNSやブログ等	メールマガジン等	テレビ、新聞、ラジオ等の情報	駅、車内など交通機関の広告	チラシ・ポスター	友人、知人等からの紹介	勤め先からの紹介	デジタルサイネージ	偶然通りかかった・見つけた	その他	合計
18歳～19歳	男性	4	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6
		66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	女性	0	0	1	0	3	0	0	1	0	0	1	0	6
		0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	100.0%
	小計	4	0	1	0	5	0	0	1	0	0	1	0	12
		33.3%	0.0%	8.3%	0.0%	41.7%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	100.0%
20歳～29歳	男性	16	11	12	8	11	13	2	5	0	0	3	0	81
		19.8%	13.6%	14.8%	9.9%	13.6%	16.0%	2.5%	6.2%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	100.0%
	女性	14	12	2	4	18	6	3	11	2	0	3	3	78
		17.9%	15.4%	2.6%	5.1%	23.1%	7.7%	3.8%	14.1%	2.6%	0.0%	3.8%	3.8%	100.0%
	小計	30	23	14	12	29	19	5	16	2	0	6	3	159
		18.9%	14.5%	8.8%	7.5%	18.2%	11.9%	3.1%	10.1%	1.3%	0.0%	3.8%	1.9%	100.0%
30歳～39歳	男性	20	14	12	5	8	10	2	4	2	0	1	1	79
		25.3%	17.7%	15.2%	6.3%	10.1%	12.7%	2.5%	5.1%	2.5%	0.0%	1.3%	1.3%	100.0%
	女性	21	5	5	5	11	1	0	10	1	0	2	1	62
		33.9%	8.1%	8.1%	8.1%	17.7%	1.6%	0.0%	16.1%	1.6%	0.0%	3.2%	1.6%	100.0%
	小計	41	19	17	10	19	11	2	14	3	0	3	2	141
		29.1%	13.5%	12.1%	7.1%	13.5%	7.8%	1.4%	9.9%	2.1%	0.0%	2.1%	1.4%	100.0%
40歳～49歳	男性	21	8	10	6	17	6	2	4	1	0	2	3	80
		26.3%	10.0%	12.5%	7.5%	21.3%	7.5%	2.5%	5.0%	1.3%	0.0%	2.5%	3.8%	100.0%
	女性	15	10	12	4	7	3	5	8	1	2	7	4	78
		19.2%	12.8%	15.4%	5.1%	9.0%	3.8%	6.4%	10.3%	1.3%	2.6%	9.0%	5.1%	100.0%
	小計	36	18	22	10	24	9	7	12	2	2	9	7	158
		22.8%	11.4%	13.9%	6.3%	15.2%	5.7%	4.4%	7.6%	1.3%	1.3%	5.7%	4.4%	100.0%
50歳～59歳	男性	12	11	5	2	9	1	6	12	6	1	5	1	71
		16.9%	15.5%	7.0%	2.8%	12.7%	1.4%	8.5%	16.9%	8.5%	1.4%	7.0%	1.4%	100.0%
	女性	12	9	3	4	8	4	4	7	2	0	12	5	70
		17.1%	12.9%	4.3%	5.7%	11.4%	5.7%	5.7%	10.0%	2.9%	0.0%	17.1%	7.1%	100.0%
	小計	24	20	8	6	17	5	10	19	8	1	17	6	141
		17.0%	14.2%	5.7%	4.3%	12.1%	3.5%	7.1%	13.5%	5.7%	0.7%	12.1%	4.3%	100.0%
60歳～69歳	男性	12	9	2	5	16	1	4	4	10	0	8	4	75
		16.0%	12.0%	2.7%	6.7%	21.3%	1.3%	5.3%	5.3%	13.3%	0.0%	10.7%	5.3%	100.0%
	女性	13	7	1	2	22	3	2	12	5	0	5	5	77
		16.9%	9.1%	1.3%	2.6%	28.6%	3.9%	2.6%	15.6%	6.5%	0.0%	6.5%	6.5%	100.0%
	小計	25	16	3	7	38	4	6	16	15	0	13	9	152
		16.4%	10.5%	2.0%	4.6%	25.0%	2.6%	3.9%	10.5%	9.9%	0.0%	8.6%	5.9%	100.0%
70歳以上	男性	20	12	2	3	15	0	4	9	5	1	2	3	76
		26.3%	15.8%	2.6%	3.9%	19.7%	0.0%	5.3%	11.8%	6.6%	1.3%	2.6%	3.9%	100.0%
	女性	12	7	2	4	16	2	10	13	4	0	5	2	77
		15.6%	9.1%	2.6%	5.2%	20.8%	2.6%	13.0%	16.9%	5.2%	0.0%	6.5%	2.6%	100.0%
	小計	32	19	4	7	31	2	14	22	9	1	7	5	153
		20.9%	12.4%	2.6%	4.6%	20.3%	1.3%	9.2%	14.4%	5.9%	0.7%	4.6%	3.3%	100.0%
合計		192	115	69	52	163	50	44	100	39	4	56	32	916
		21.0%	12.6%	7.5%	5.7%	17.8%	5.5%	4.8%	10.9%	4.3%	0.4%	6.1%	3.5%	100.0%

問 13 あなたは都政情報に対してどちらの接し方に近いですか。

「能動的・積極的に自ら調べて探すことが多い」が、最も多かった。

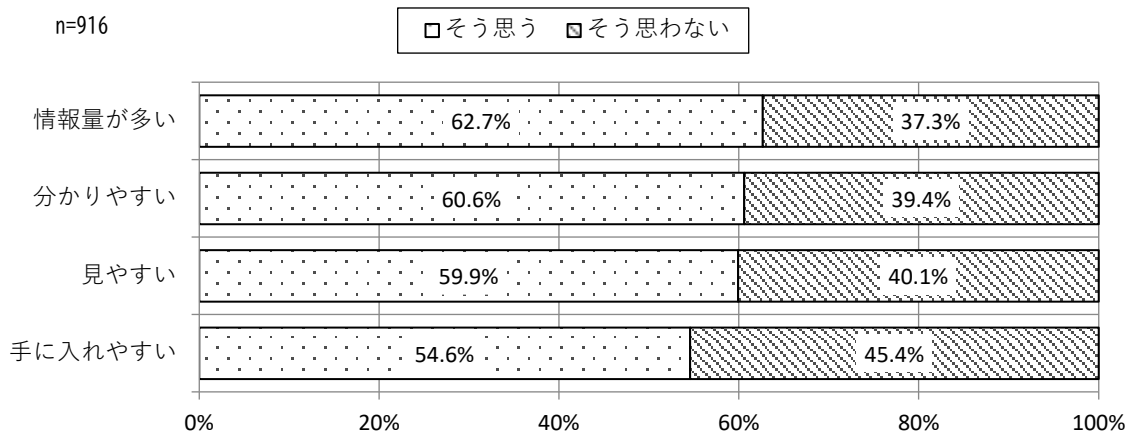
n=916



問 14 設問 12 で入手した情報について、印象はどのようなものですか。

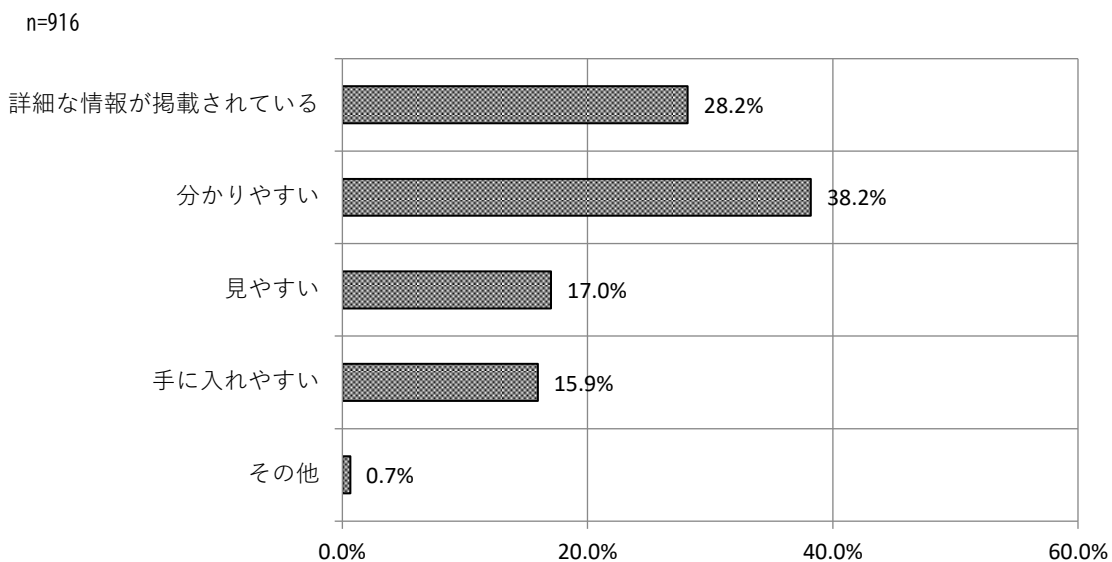
「イベント等の参加の決め手となった情報」については、「情報量が多い」、「分かりやすい」、「見やすい」、「手に入れやすい」の回答のいずれも概ね6割前後となっている。

n=916

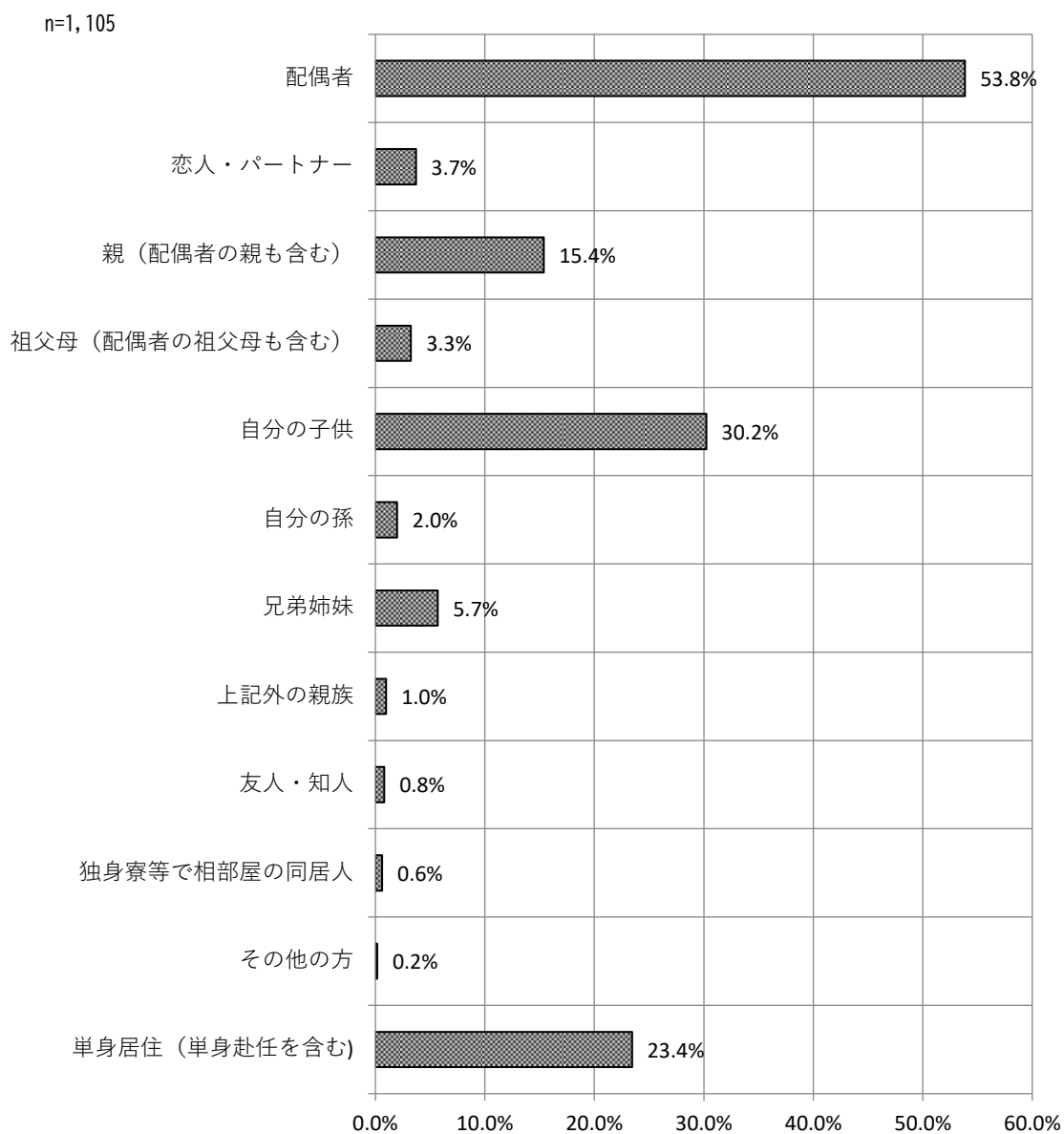


問 15 設問 12 で入手した情報について、どのような情報発信が効果的だと思いますか。最も必要と思うものを一つだけお答えください。

どのような情報発信が効果的と思うかについては、「分かりやすい」情報発信が効果的であるという回答が多くなっている。



問 16 現在、同居している方を全てお答えください。



4 分析・まとめ

4.1 分析

●都政情報の入手経路は、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」か「公式ウェブサイトの情報」が1位である。

- ・イベント全体の認知経路は、上位から「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「駅、車内など交通機関の広告」
- ・ウェブサイト全体の認知経路は、上位から「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「メールマガジン等」
- ・商品・サービス・デザインの認知経路は、上位から「公式ウェブサイトの情報」、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「SNSやブログ等」、「公式サイト以外のネット記事等」、「駅、車内など交通機関の広告」
- ・登録制度全体の認知経路は、上位から「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」「公式ウェブサイトの情報」「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「メールマガジン等」
- ・施設全体の認知経路は、上位から「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」、「公式ウェブサイトの情報」、「公式サイト以外のネット記事等」、「SNSやブログ等」、「駅、車内など交通機関の広告」

●参加、利用の決め手となった情報は、「公式ウェブサイトの情報」が21.0%で最も多く、次いで「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」が17.8%である。

●入手した情報については、「情報量が多い」、「分かりやすい」、「見やすい」、「手に入れやすい」の回答のいずれも概ね6割前後となっている。

●イベント等の参加の決め手となった情報については、「分かりやすい」情報発信が効果的であるという回答が最も多かった。

4.2 まとめ

イベント全体の認知経路については、都政情報を広く都民に伝える手段として、「テレビ、新聞、ラジオ等の情報」媒体であるマスメディアに取り上げられることは認知度向上に寄与し、大きな意義がある。合わせて、より詳しい情報を届ける「公式ウェブサイト」による情報発信が、実際に都民の参加、利用の決め手となることも示唆されている。

なお、入手した情報についての印象は「情報量が多い」、「分かりやすい」「見やすい」「手に入れやすい」の回答のいずれも概ね6割前後であり、それぞれ改善の余地が十分ある点に留意する必要がある。この際、イベント等の参加の決め手となった要素として、「分かりやすい」情報発信が効果的であると示唆されており、「分かりやすさ」を踏まえた情報発信が望まれる。

登録番号：(7) 154

令和7年度政策調査

都政情報（産業労働局事業・施策等）の入手経路調査 報告書（概要版）

令和8年3月発行

編集・発行 東京都産業労働局総務部企画調整課

東京都新宿区西新宿2-8-1

03(5320)4607

受託者 株式会社 社会構想研究所

東京都港区新橋5丁目8番6号

リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

