

東京レインボープライド 来場者アンケート

2015年～2019年5年間比較

駒澤大学文学部社会学科社会学専攻松信ゼミ

「東京レインボープライド 来場者アンケート」 調査概要

2015年度：4月25日、26日の両日会場にて1096票配布、310票回収（回収率28%）。

有効回答300票（有効回答率96%） * 両日の来場者約5万人

2016年度：①5月7日、8日の両日会場にて1050票配布、279票回収（回収率27%）。

有効回答275票（有効回答率98.6%） * 両日の来場者約7万人

②5月7日から1ヶ月間の回答期間を設け、webにて回答を呼びかける。300票回収。

2017年度：①5月6日、7日の両日会場にて967票配布、420票回収（回収率43.4%）。

有効回答419票（有効回答率99.8%） * 両日の来場者約10万人

②5月7日から2ヶ月間の回答期間を設け、webにて回答を呼びかける。336票回収。

2018年度：①5月5日、6日の両日会場にて1174票配布、408票回収（回収率34.7%）。

有効回答406票（有効回答率99.5%） * 両日の来場者約15万人

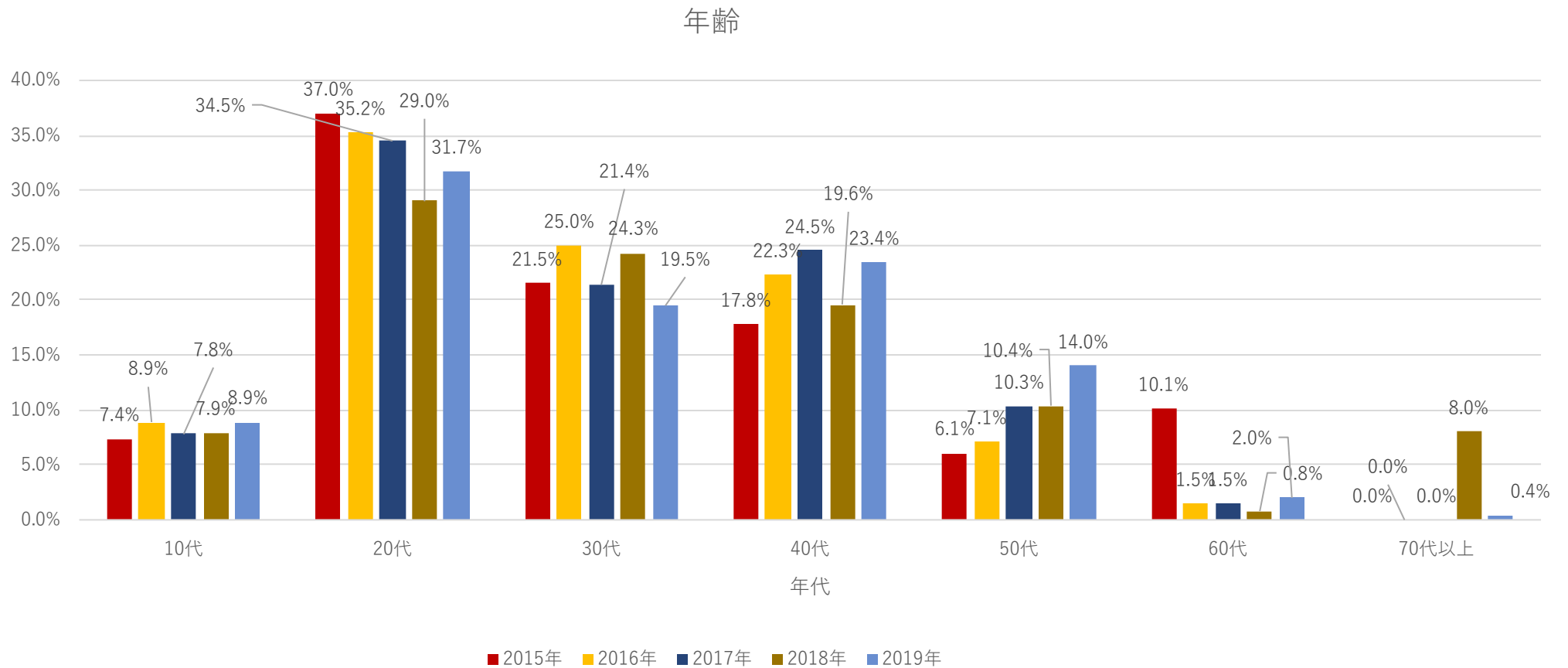
②5月5日から4ヶ月の回答期間を設け、webにて回答を呼びかける。228票回収

2019年度：①4月27日、28日の両日会場にて1198票配布、364票回収（回収率30.4%）。

有効回答361票（有効回答率99.2%） * 両日の来場者約20万人

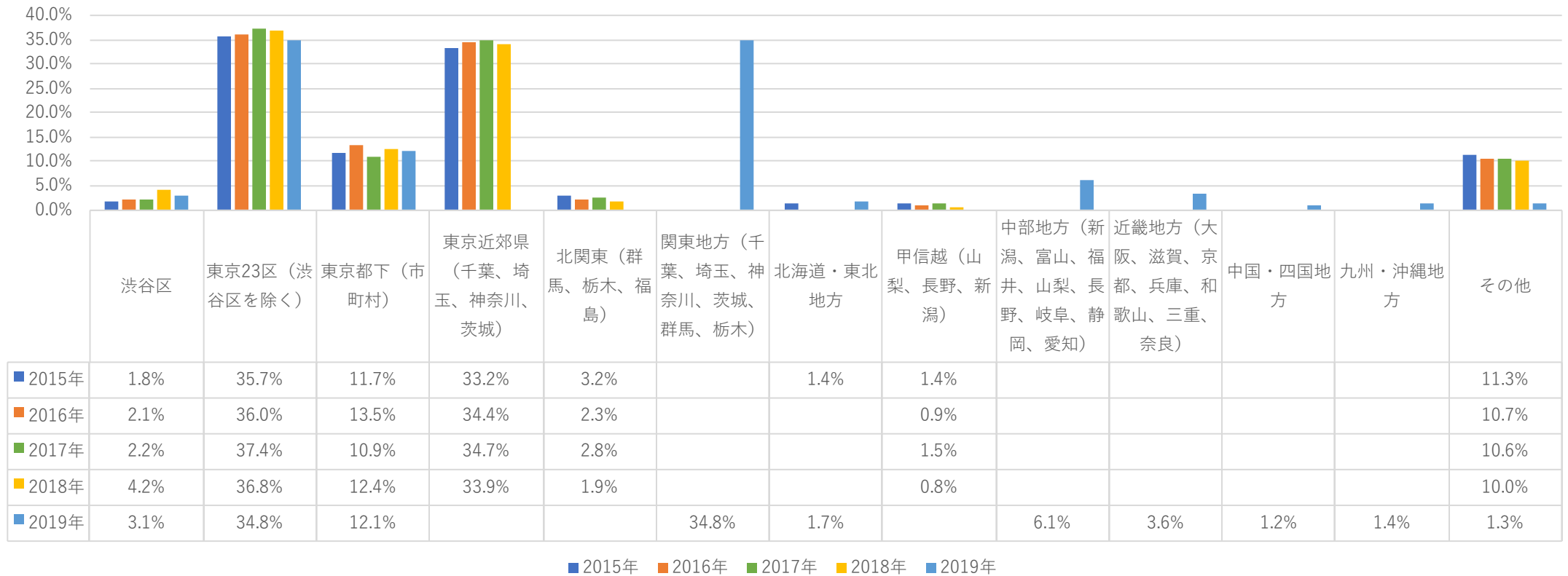
②4月27日から1ヶ月間の回答期間を設け、webにて回答を呼びかける。361票回収。

1. 来場者の年齢層

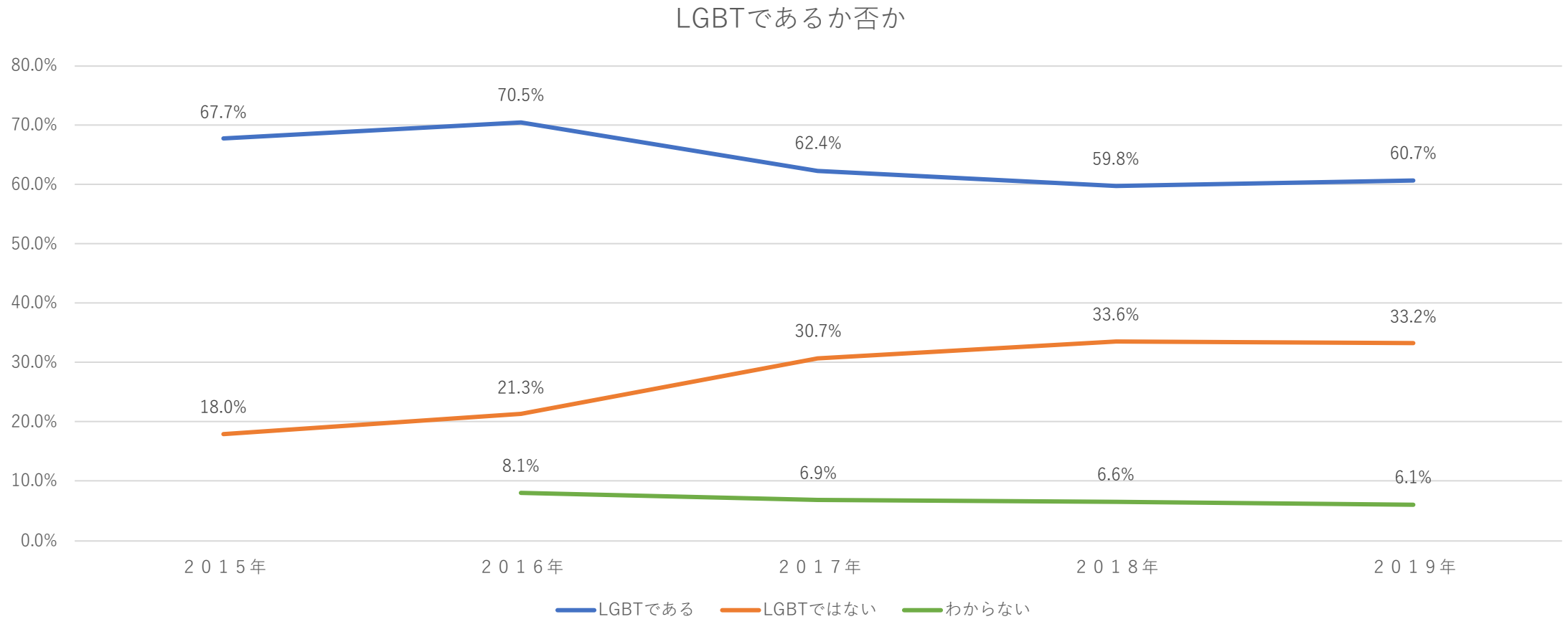


2. 来場者の居住地

来場者居住地

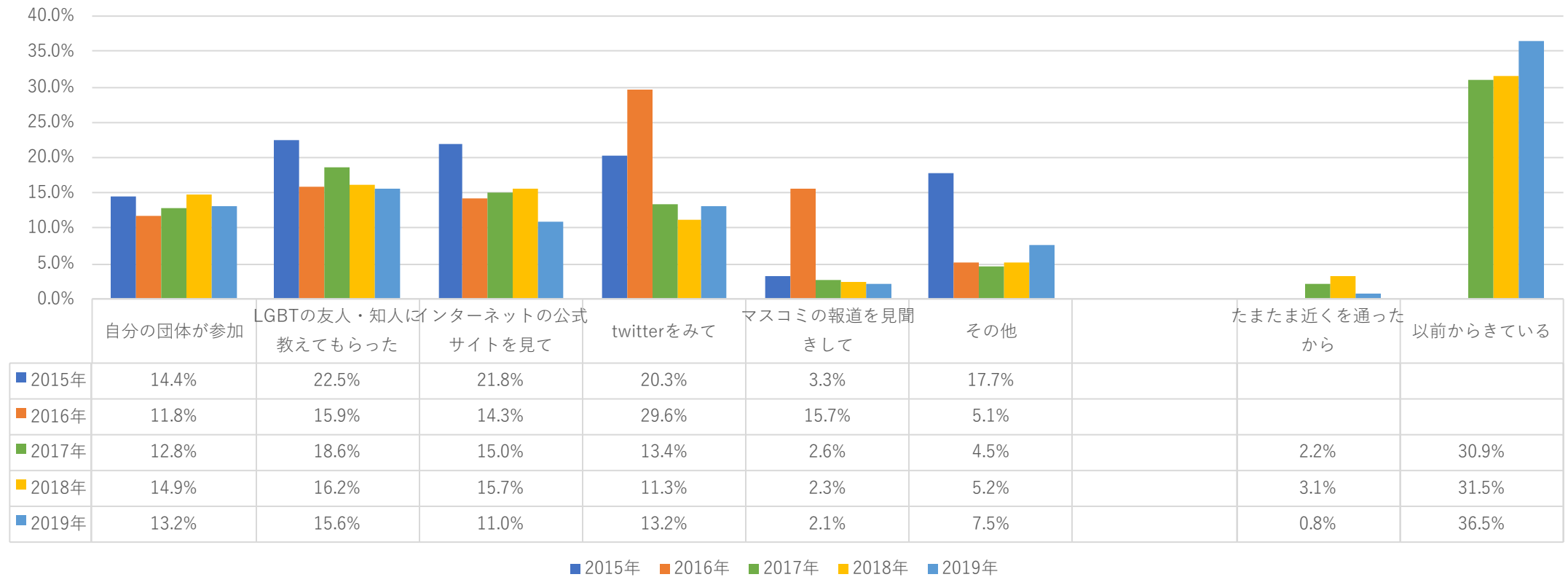


3. LGBT当事者であるか否か



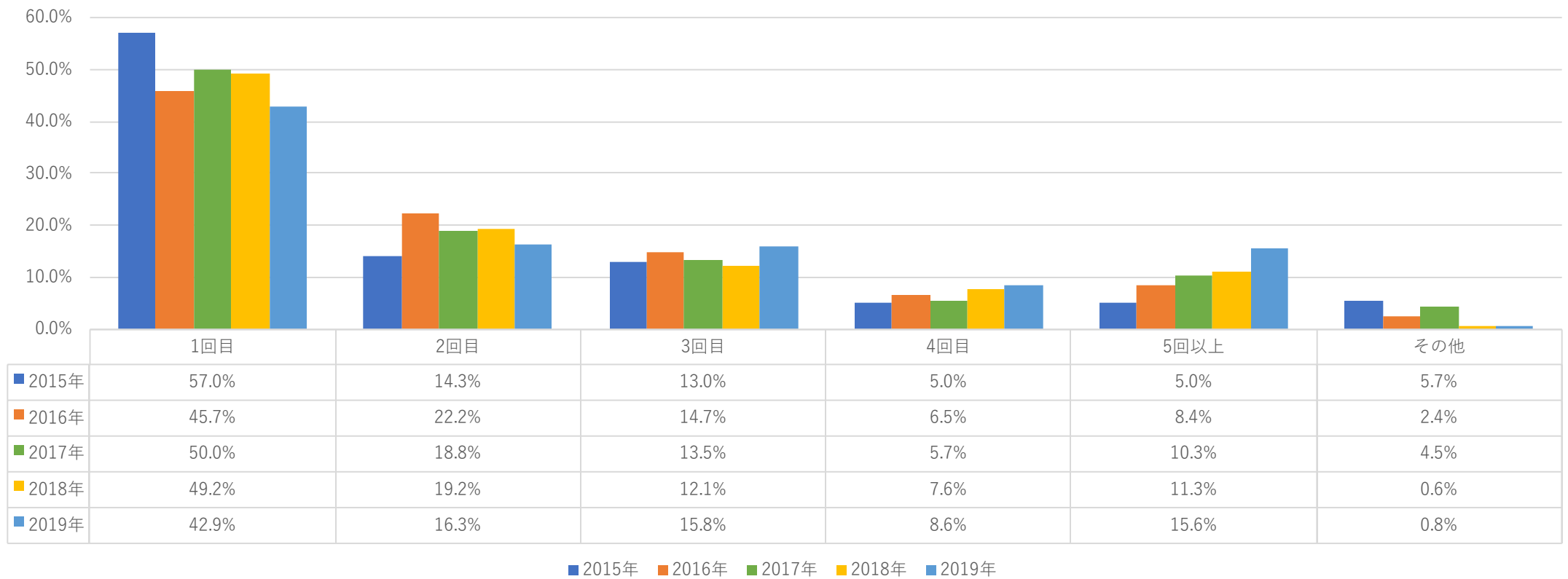
4. 来場のきっかけ

来場のきっかけ



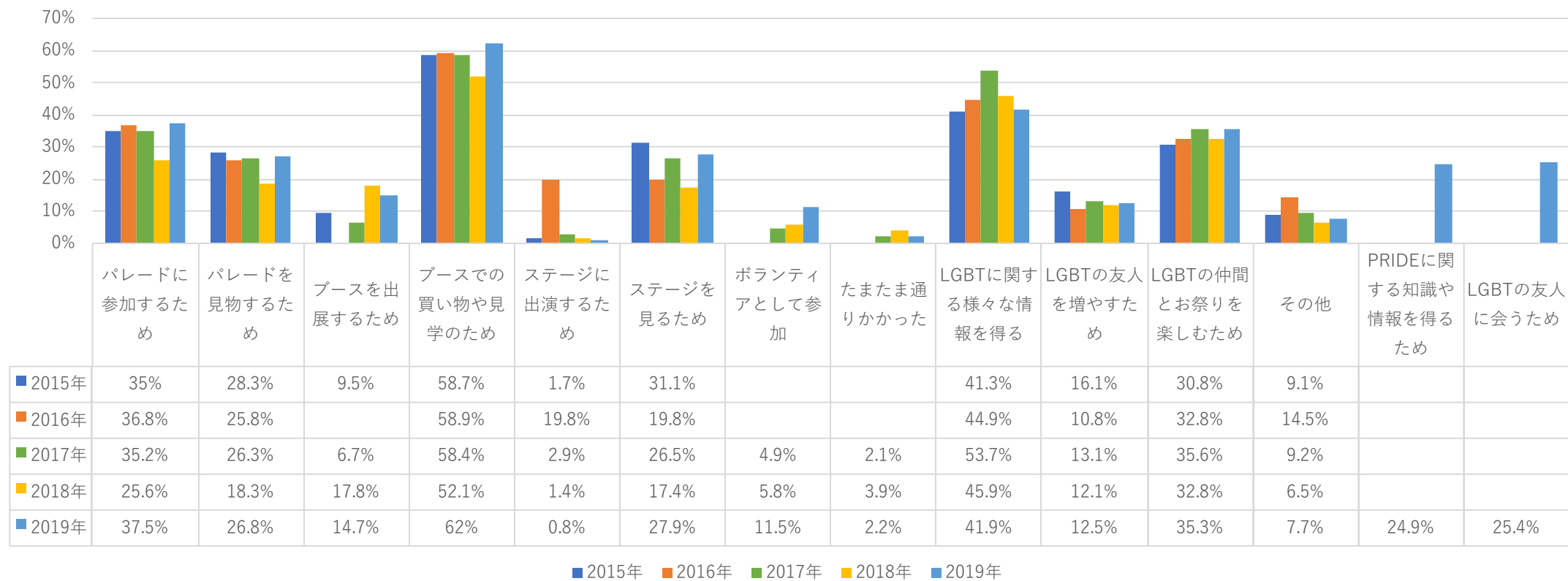
5. 参加回数

参加回数



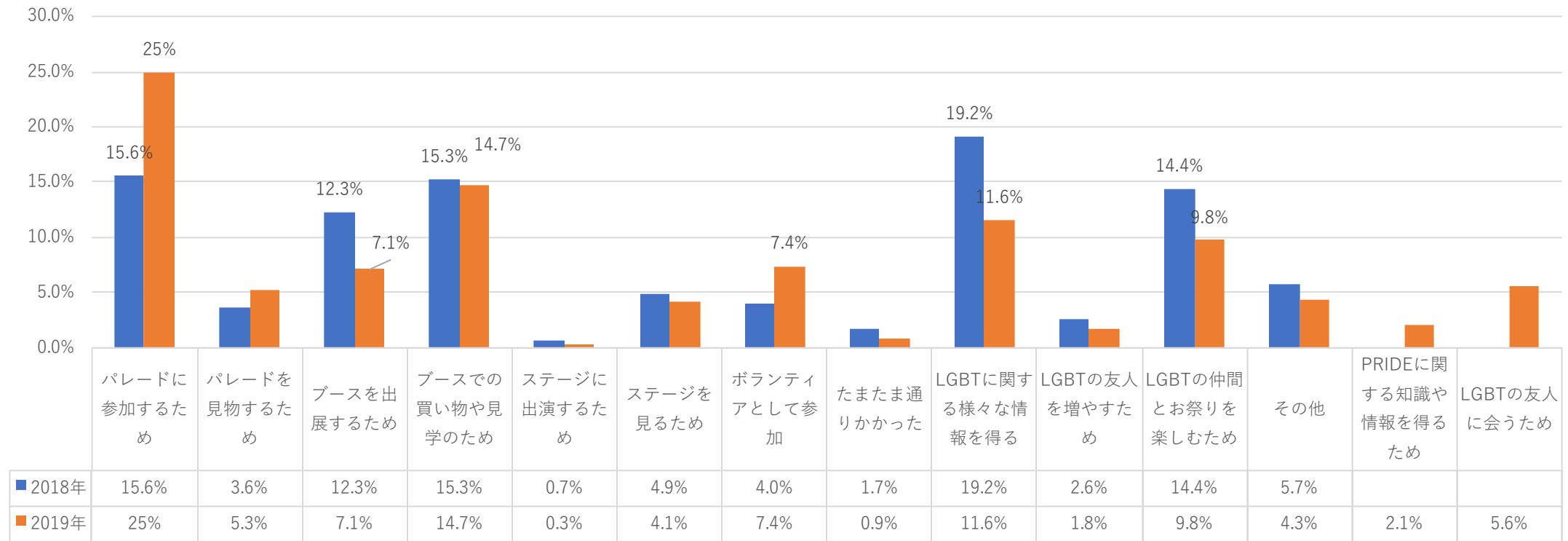
6. 来場目的 (1)

来場目的 (複数回答)



6. 来場目的 (2) 一番主要な目的

一番主要な目的

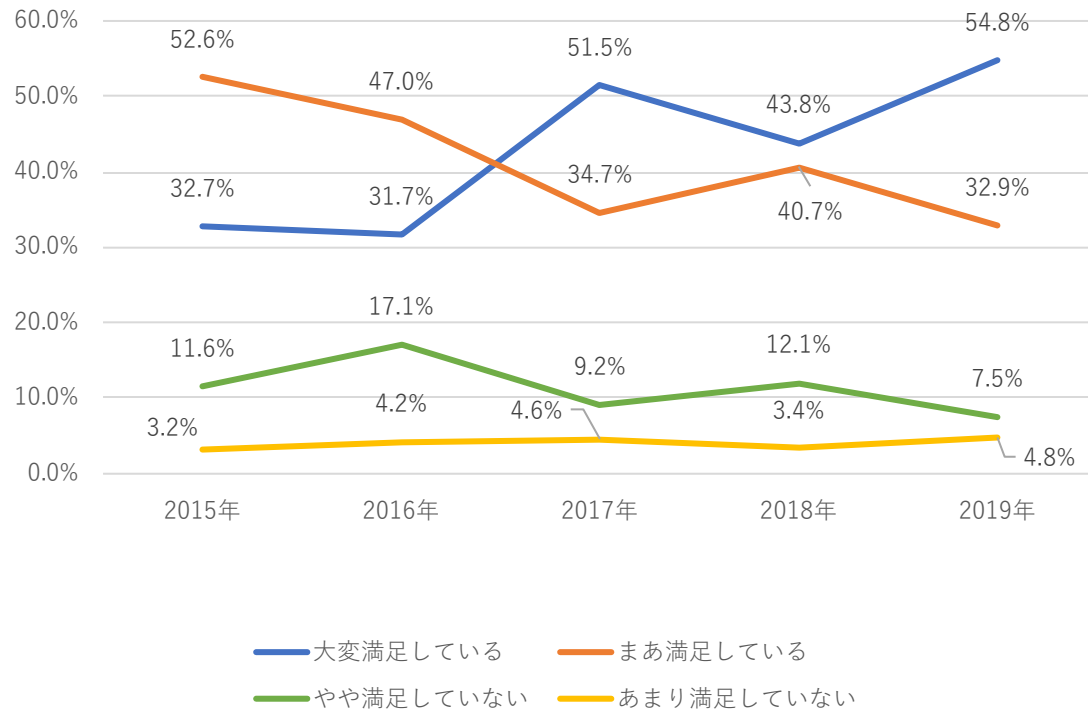


■ 2018年 ■ 2019年

7. イベントについての満足度

①ステージ

満足度①ステージ



○各年とも「参加・体験していない」割合を除いて集計しています。その割合は以下の通りです。

2015年 (16.3%)、2016年 (9.5%)、
2017年 (35.0%)、2018年 (47.5%)、
2019年 (43.4%)

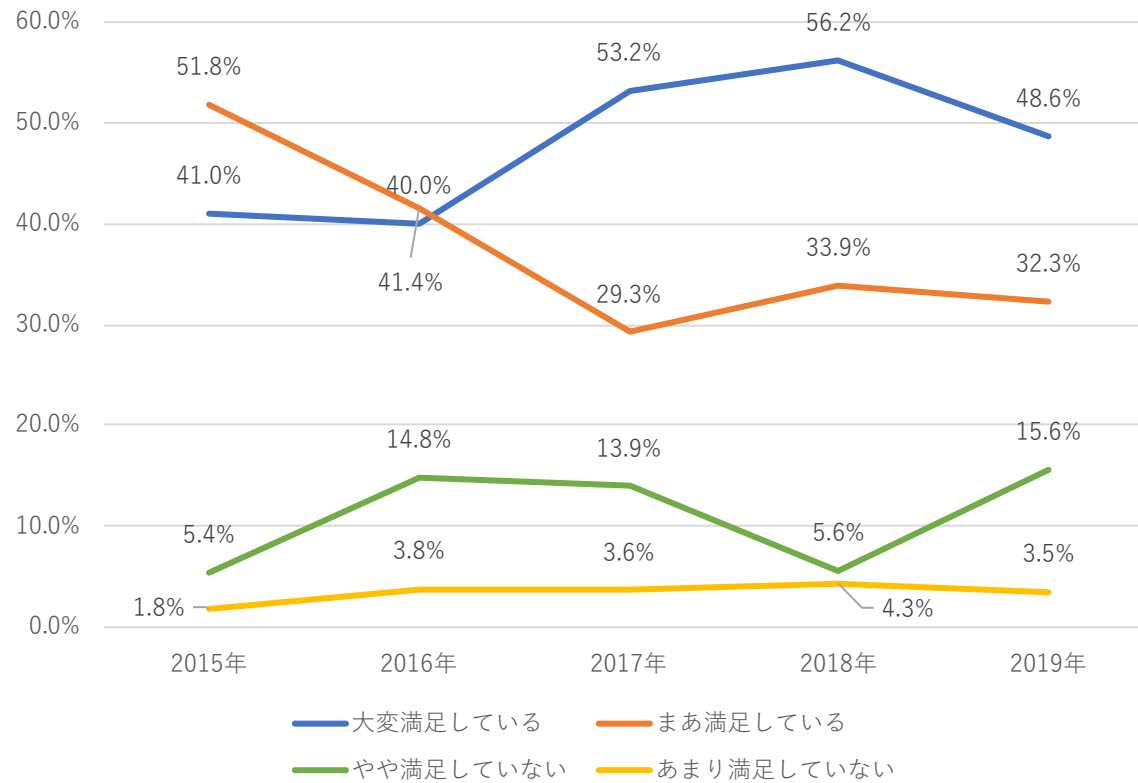
○「大変満足 = 4点」「まあ満足 = 3点」「やや満足していない = 2点」「あまり満足していない = 1点」と得点化し、平均値を算出すると以下ようになります。

2015年 3.15、2016年 3.06、
2017年 3.33、2018年 3.25、
2019年 3.38

7. イベントについての満足度

②ブース

満足度②ブース



○各年とも「参加・体験していない」割合を除いて集計しています。その割合は以下の通りです。

2015年 (7.3%)、2016年 (4.5%)、
2017年 (5.6%)、2018年 (5.2%)、
2019年 (6.0%)

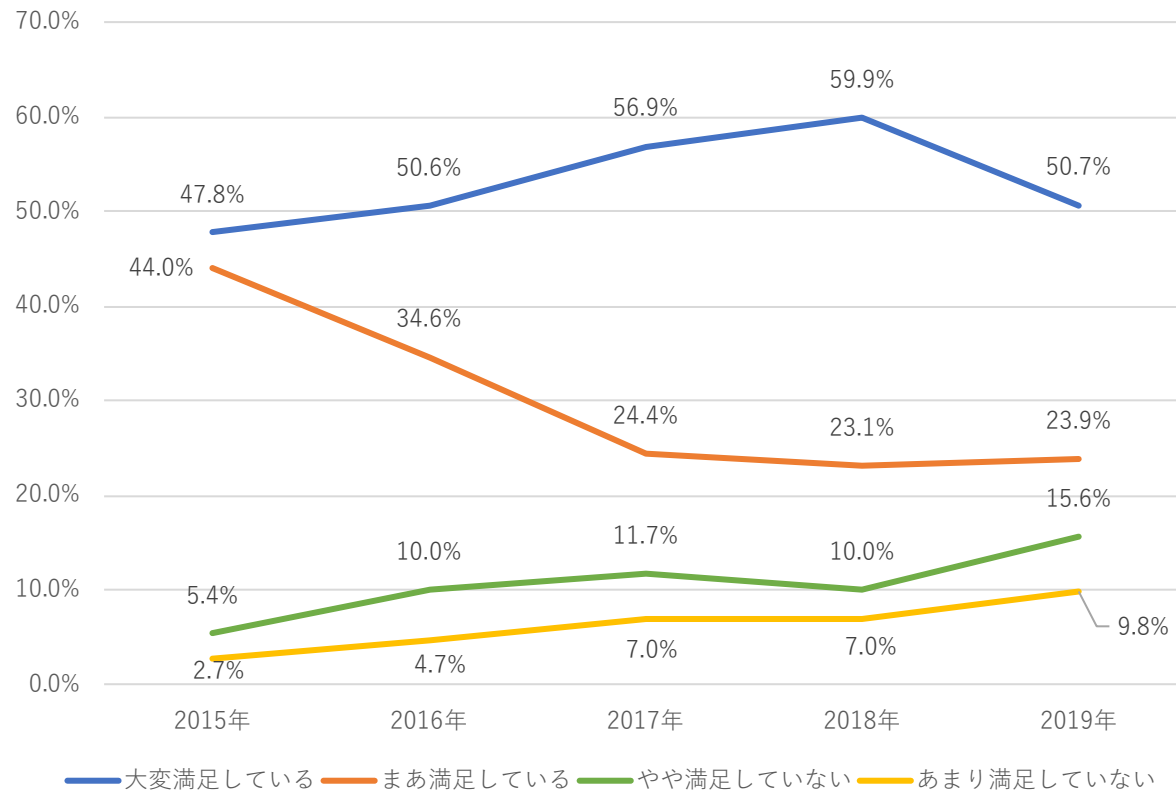
○「大変満足=4点」「まあ満足=3点」
「やや満足していない=2点」「あまり満足していない=1点」と得点化し、平均値を算出すると以下ようになります。

2015年 3.32、2016年 3.18、
2017年 3.32、2018年 3.42、
2019年 3.26

7. イベントについての満足度

③パレード

満足度③パレード



○各年とも「参加・体験していない」割合を除いて集計しています。その割合は以下の通りです。

2015年 (38.7%)、2016年 (16.0%)、
2017年 (39.1%)、2018年 (40.1%)、
2019年 (30.1%)

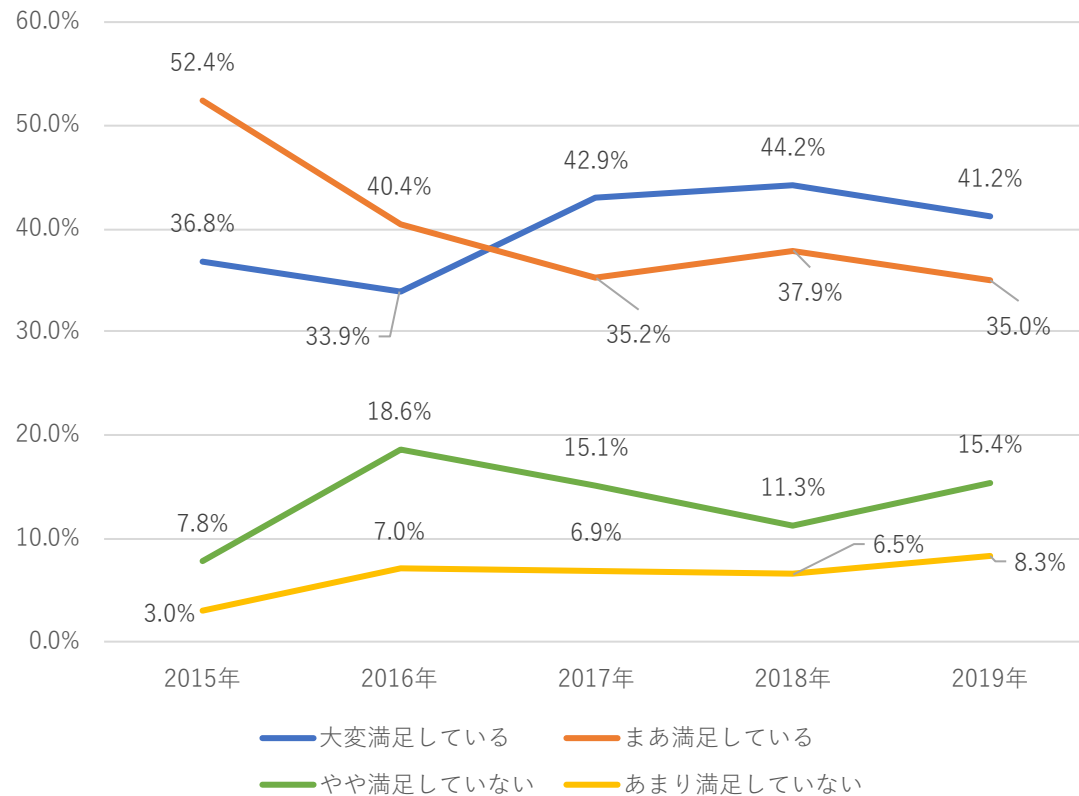
○「大変満足 = 4点」「まあ満足 = 3点」「やや満足していない = 2点」「あまり満足していない = 1点」と得点化し、平均値を算出すると以下ようになります。

2015年 3.37、2016年 3.31、
2017年 3.31、2018年 3.36、
2019年 3.16

7. イベントについての満足度

④ 飲食の屋台

満足度④ 飲食の屋台



○各年とも「参加・体験していない」割合を除いて集計しています。その割合は以下の通りです。

2015年 (10.3%)、2016年 (6.7%)、
2017年 (17.9%)、2018年 (18.6%)、
2019年 (19.3%)

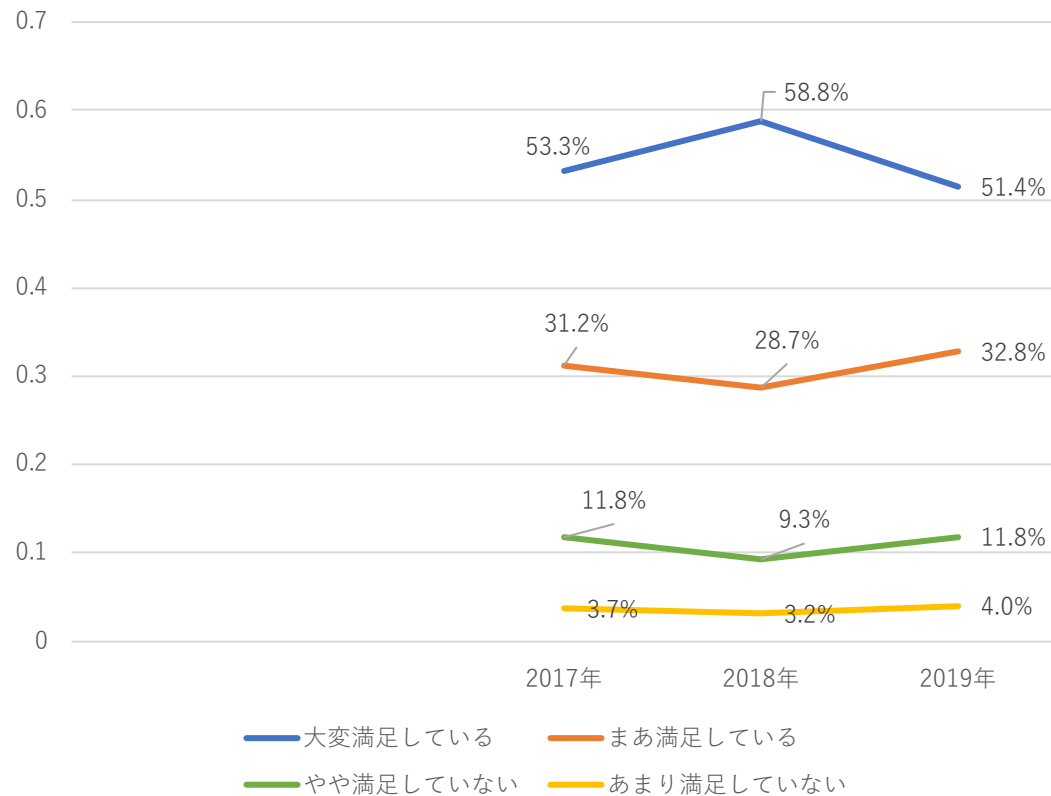
○「大変満足=4点」「まあ満足=3点」「やや満足していない=2点」「あまり満足していない=1点」と得点化し、平均値を算出すると以下ようになります。

2015年 3.23、2016年 3.01、
2017年 3.14、2018年 3.20、
2019年 3.09

7. イベントについての満足度

⑤会場全体

満足度⑤会場全体



○各年とも「参加・体験していない」割合を除いて集計しています。その割合は以下の通りです。なお、この質問は、2017年度以降追加されたものです。

2017年 (5.2%)、2018年 (3.1%)、
2019年 (7.3%)

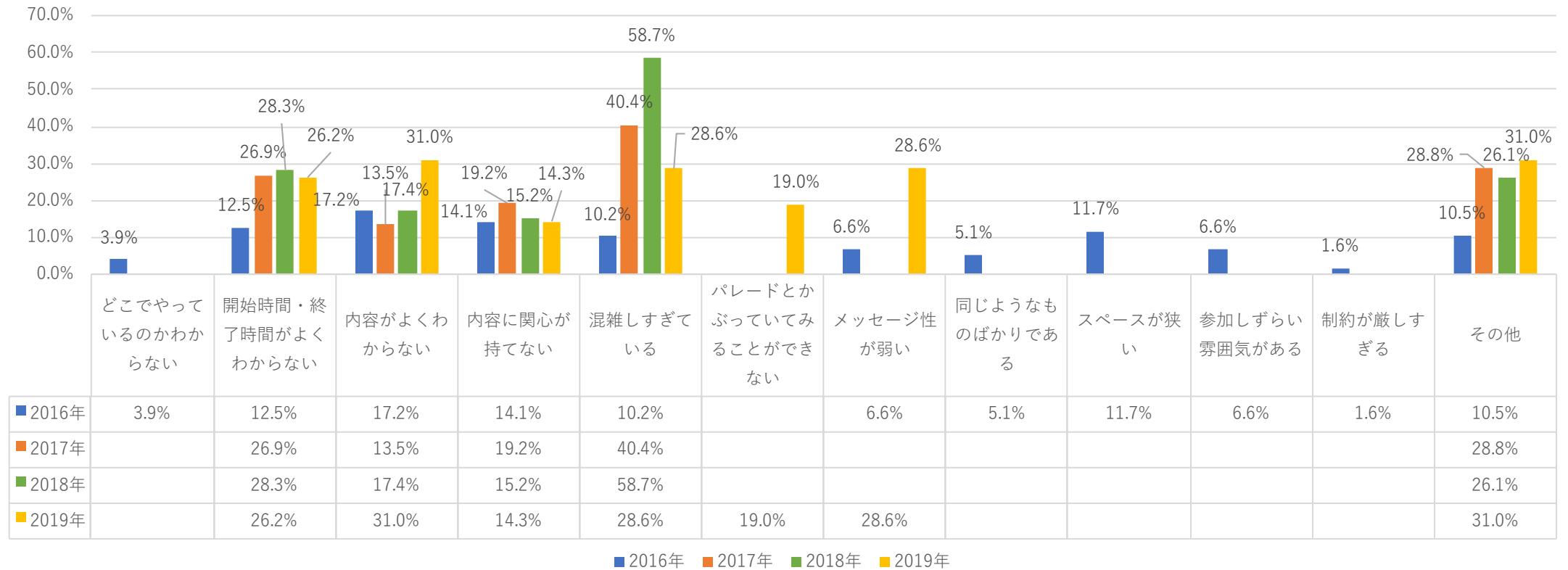
○「大変満足=4点」「まあ満足=3点」「やや満足していない=2点」「あまり満足していない=1点」と得点化し、平均値を算出すると以下のようになります。

2017年 3.34、2018年 3.43、
2019年 3.32

8. イベントに満足しなかった理由

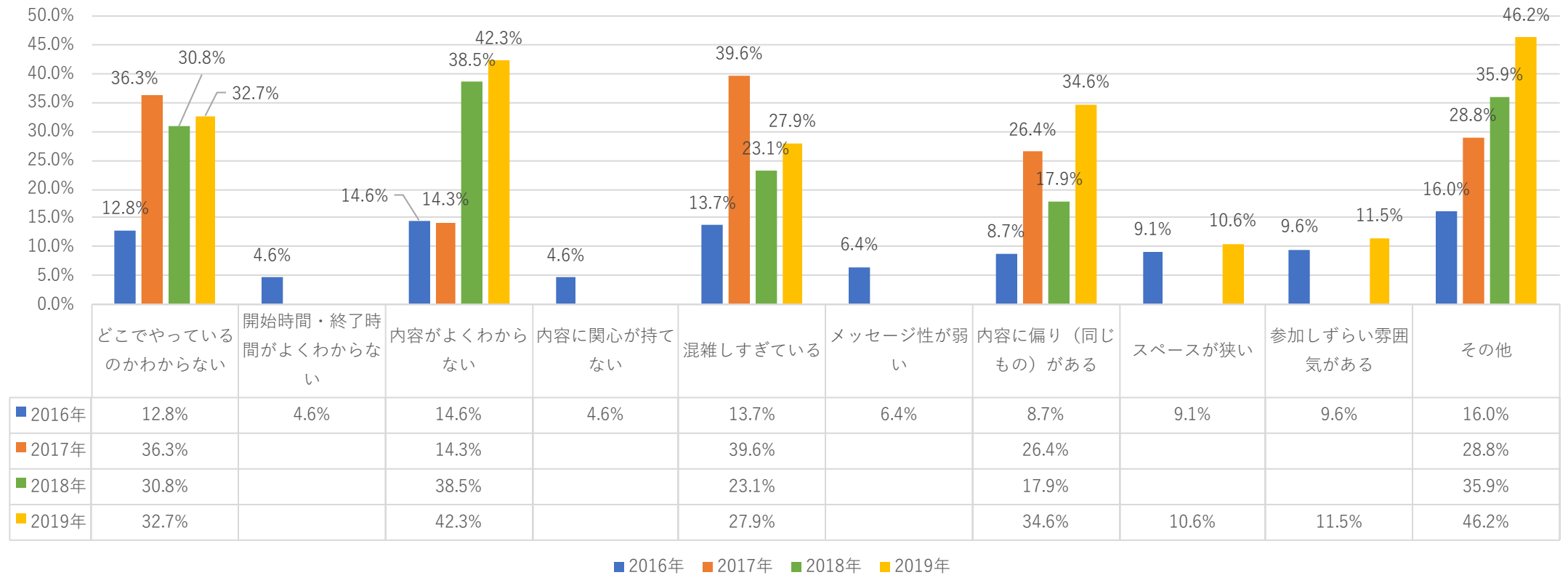
① ステージ

満足しなかった理由①ステージ



8. イベントに満足しなかった理由 ②ブース

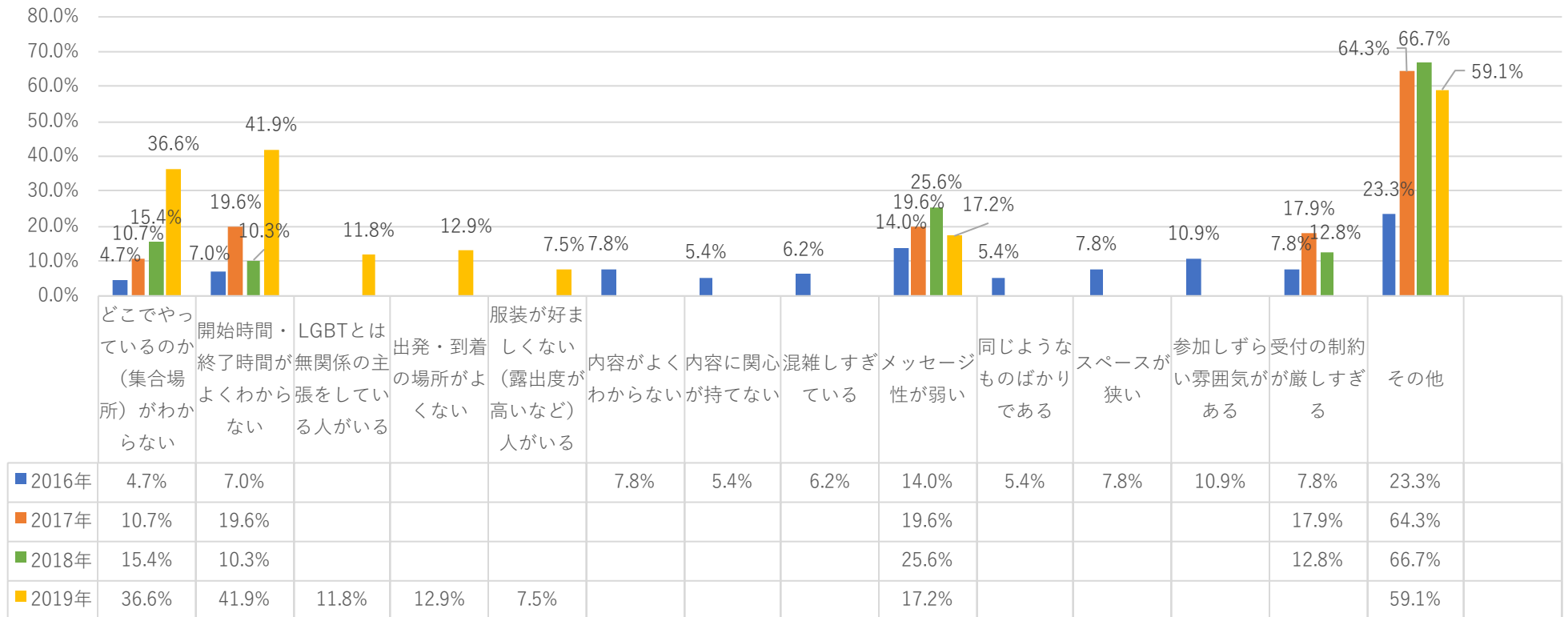
満足しなかった理由②ブース



8. イベントに満足しなかった理由

③パレード

満足しなかった理由③パレード

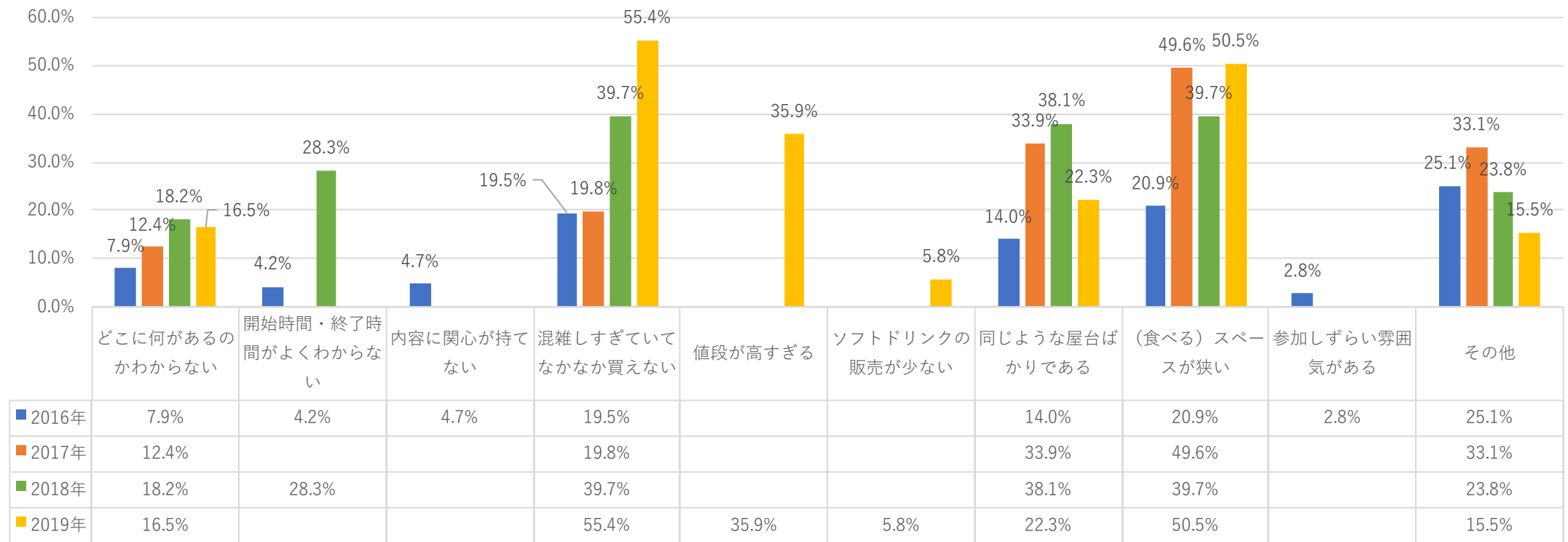


■ 2016年 ■ 2017年 ■ 2018年 ■ 2019年

8. イベントに満足しなかった理由

④飲食の屋台

満足しなかった理由④飲食の屋台

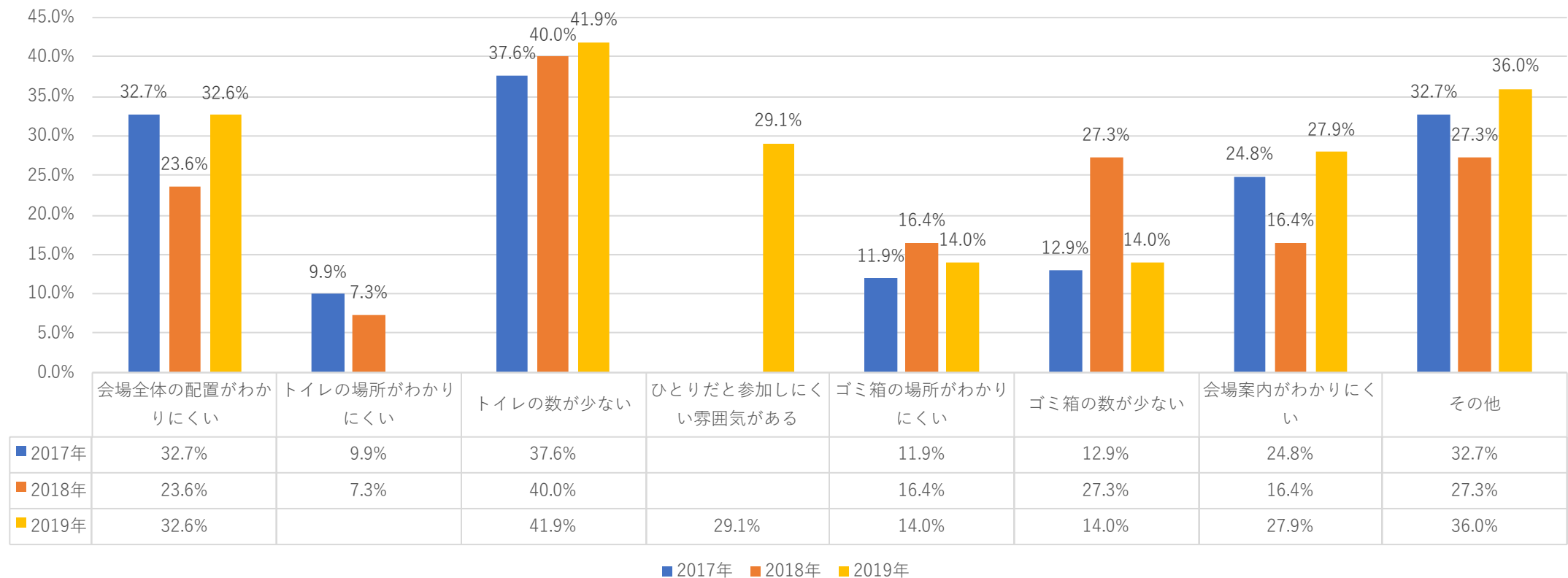


■ 2016年 ■ 2017年 ■ 2018年 ■ 2019年

8. イベントに満足しなかった理由

⑤会場全体

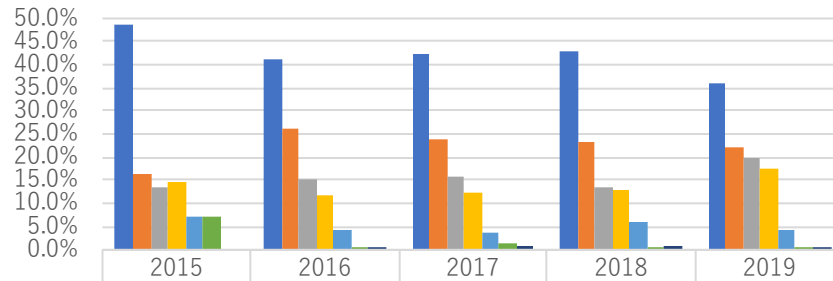
満足しなかった理由⑤会場全体



9. LGBTの集まるお店の利用

(1) LGBTである人たち

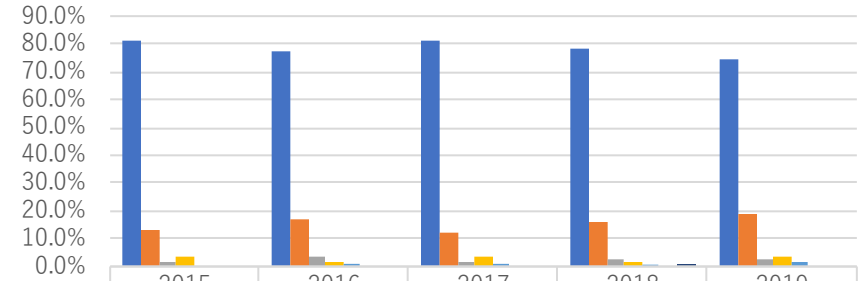
お店の利用 (LGBTである)



	2015	2016	2017	2018	2019
■ ほとんど利用しない	48.5%	41.3%	42.4%	42.9%	35.8%
■ 年に1, 2回くらい	16.3%	26.2%	23.8%	23.4%	22.0%
■ 2, 3ヶ月に1, 2回くらい	13.4%	15.4%	15.6%	13.4%	19.6%
■ 月に1, 2回くらい	14.9%	11.8%	12.3%	13.1%	17.4%
■ 週に1, 2回くらい	6.9%	4.3%	3.5%	6.1%	4.5%
■ 週に3, 4回くらい	6.9%	0.5%	1.3%	0.3%	0.5%
■ ほぼ毎日	0.0%	0.5%	1.1%	0.8%	0.2%

(2) LGBTではない人たち

お店の利用 (LGBTではない)

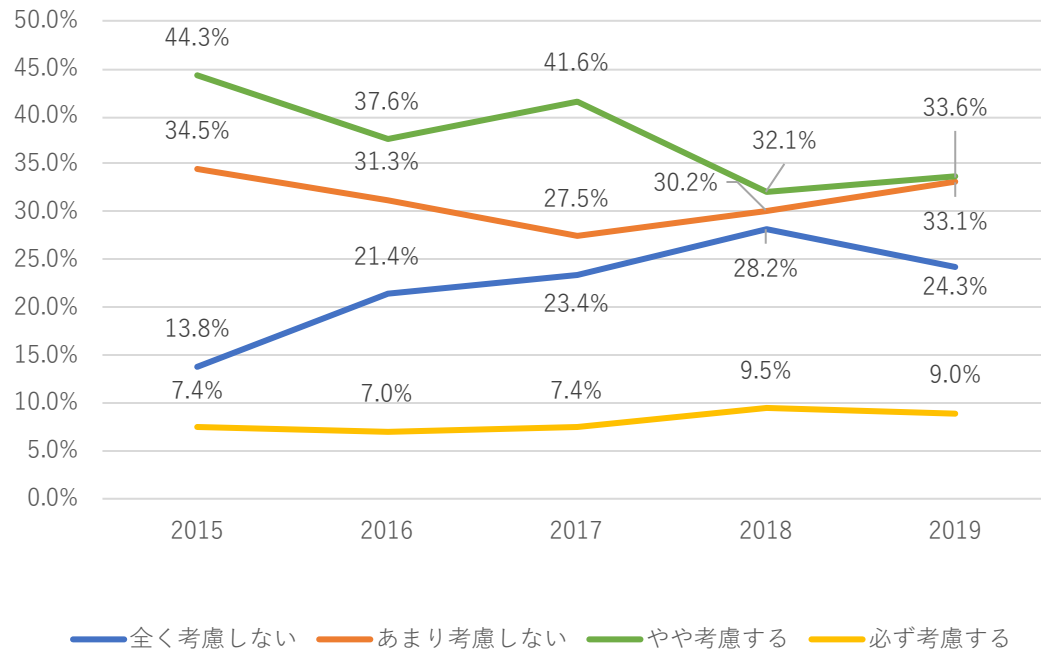


	2015	2016	2017	2018	2019
■ ほとんど利用しない	81.1%	77.7%	81.0%	78.2%	74.6%
■ 年に1, 2回くらい	13.2%	16.5%	12.4%	15.8%	18.9%
■ 2, 3ヶ月に1, 2回くらい	1.9%	3.3%	1.8%	2.5%	2.2%
■ 月に1, 2回くらい	3.8%	1.7%	4.0%	2.0%	3.1%
■ 週に1, 2回くらい	0.0%	0.8%	0.9%	1.0%	1.3%
■ 週に3, 4回くらい	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
■ ほぼ毎日	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%

10. 商品購入の基準（その製品の会社がLGBTに理解があるかを気にするか）（1）

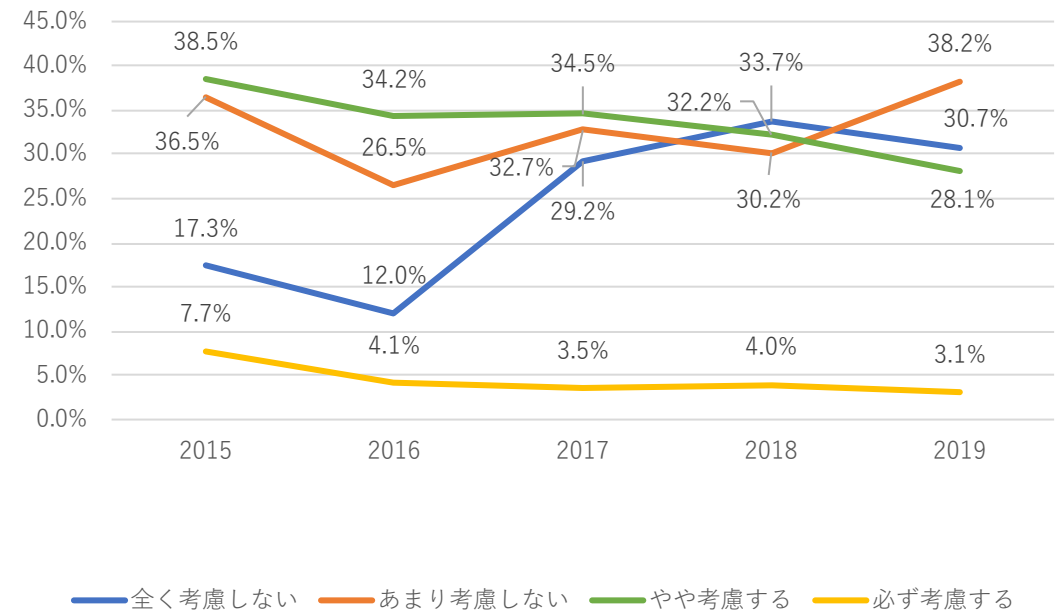
（1）LGBTである人たち

商品購入について（LGBTである）



（2）LGBTではない人たち

商品購入について（LGBTではない）



10.商品購入の基準（その製品の会社がLGBTに理解があるかを気にするか）（2）

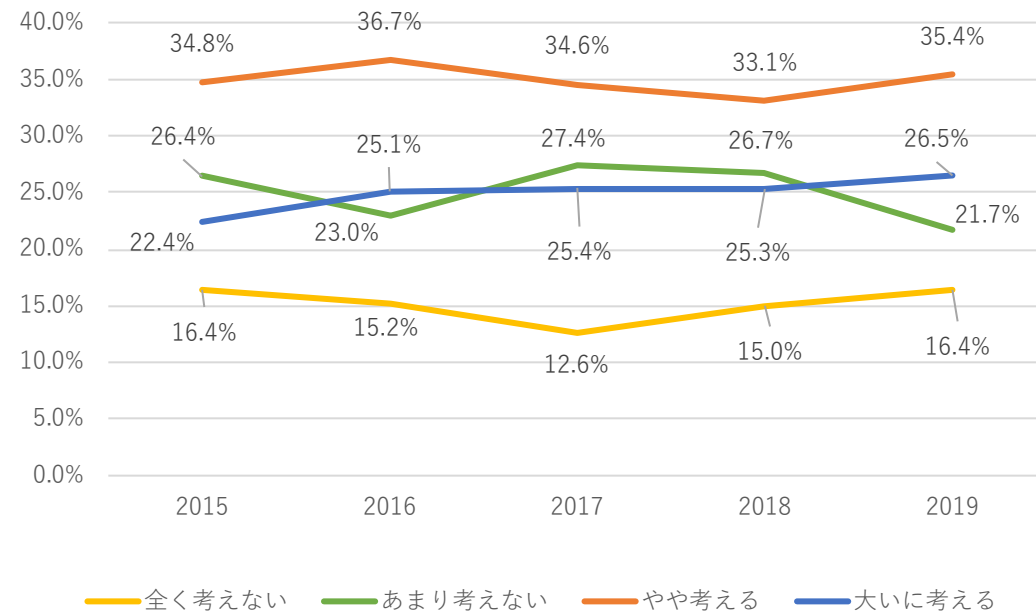
○10. (1) のグラフに関して、「全く考慮しない=1点」、「あまり考慮しない=2点」、「やや考慮する=3点」、「必ず考慮する=4点」という得点化をし、平均値を算出すると以下のようになります。

2015年	(1) LGBTである	2.45、	(2) LGBTではない	2.37	(p=n.s)
2016年	(1) LGBTである	2.28、	(2) LGBTではない	2.21	(p=n.s)
2017年	(1) LGBTである	2.33、	(2) LGBTではない	2.12	(p<.01)
2018年	(1) LGBTである	2.23、	(2) LGBTではない	2.06	(p<.05)
2019年	(1) LGBTである	2.27、	(2) LGBTではない	2.04	(p<.01)

11. 職場選択の基準（職場を選択するときLGBTに理解があるかを気にするか）（1）

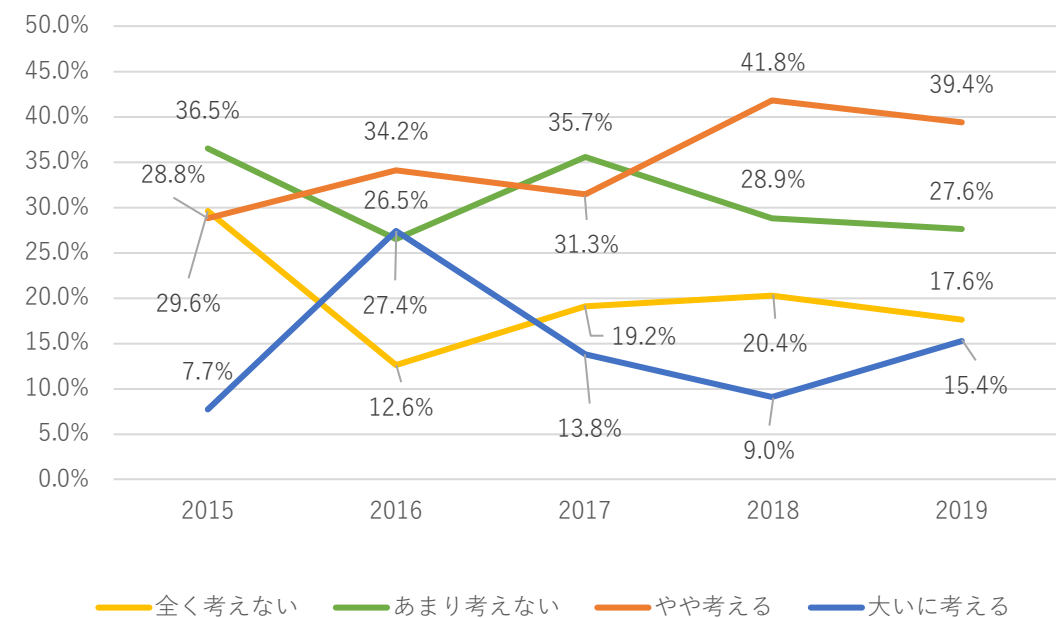
（1）LGBTである人たち

職場選択について（LGBTである）



（2）LGBTではない人たち

職場選択について（LGBTではない）



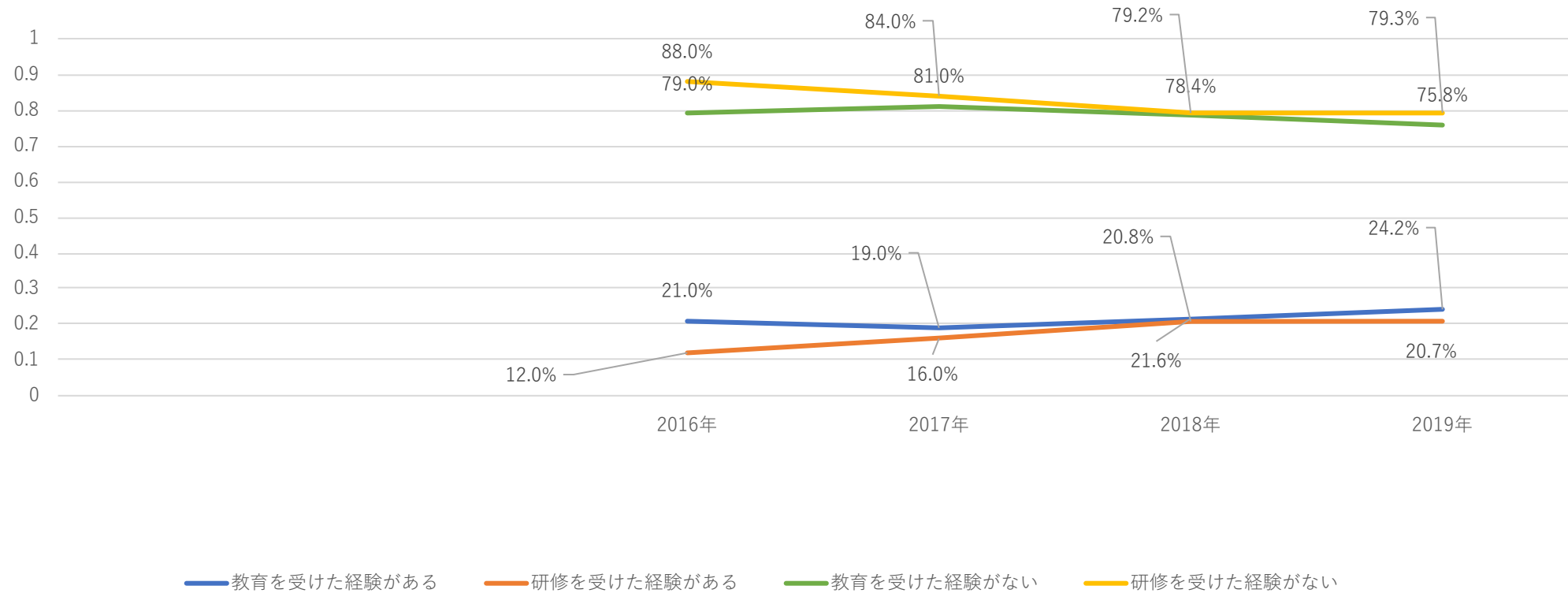
11. 職場選択の基準（職場を選択するとき L G B T に理解があるかを気にするか）（2）

○11. (1) のグラフについて、「全く考えない=1点」、「あまり考えない=2点」、「やや考える=3点」、「大いに考える=4点」という得点化をし、平均値を算出すると以下のようになります。

2015年	(1) L G B T である	2.63、	(2) L G B T ではない	2.17	($p < .01$)
2016年	(1) L G B T である	2.77、	(2) L G B T ではない	2.72	($p = n.s$)
2017年	(1) L G B T である	2.73、	(2) L G B T ではない	2.40	($p < .00$)
2018年	(1) L G B T である	2.69、	(2) L G B T ではない	2.39	($p < .00$)
2019年	(1) L G B T である	2.72、	(2) L G B T ではない	2.52	($p < .05$)

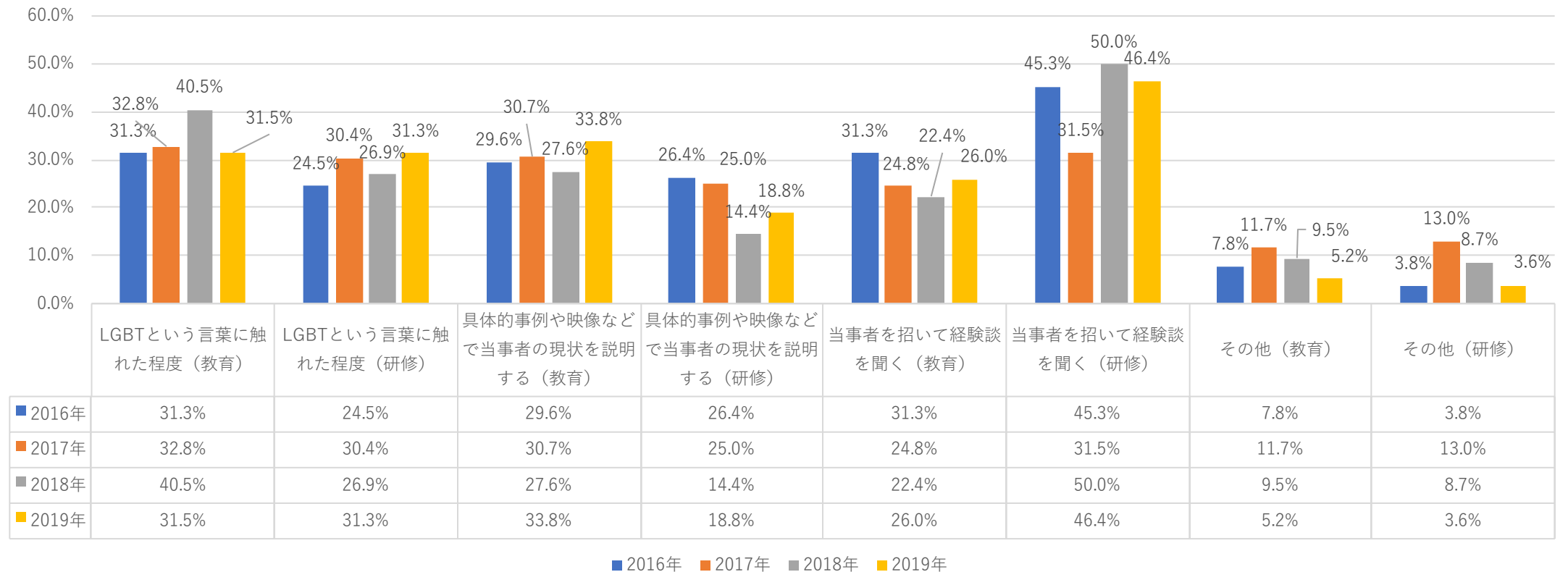
12. LGBT教育・研修①経験の有無

LGBT教育・研修の経験の有無



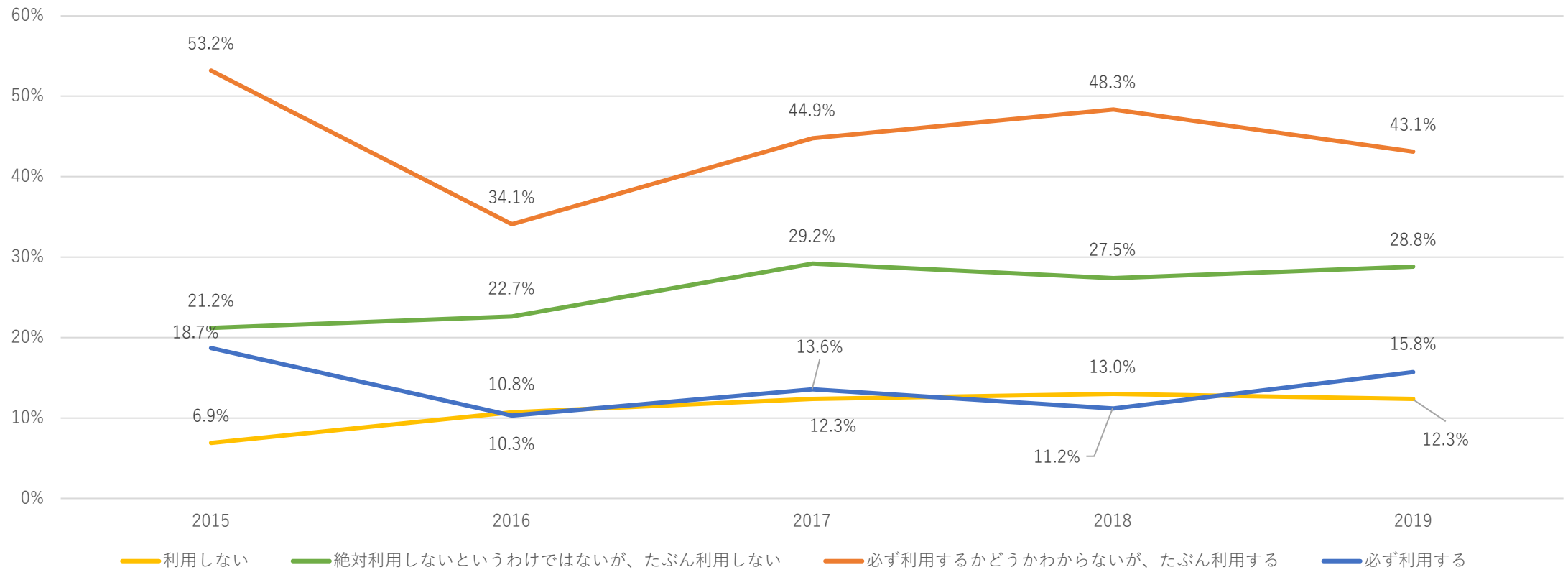
12. LGBT教育・研修②内容

LGBT教育・研修の内容



13. パートナーシップ証明書の利用 (1-1) 利用するかどうか

パートナーシップ証明書の利用



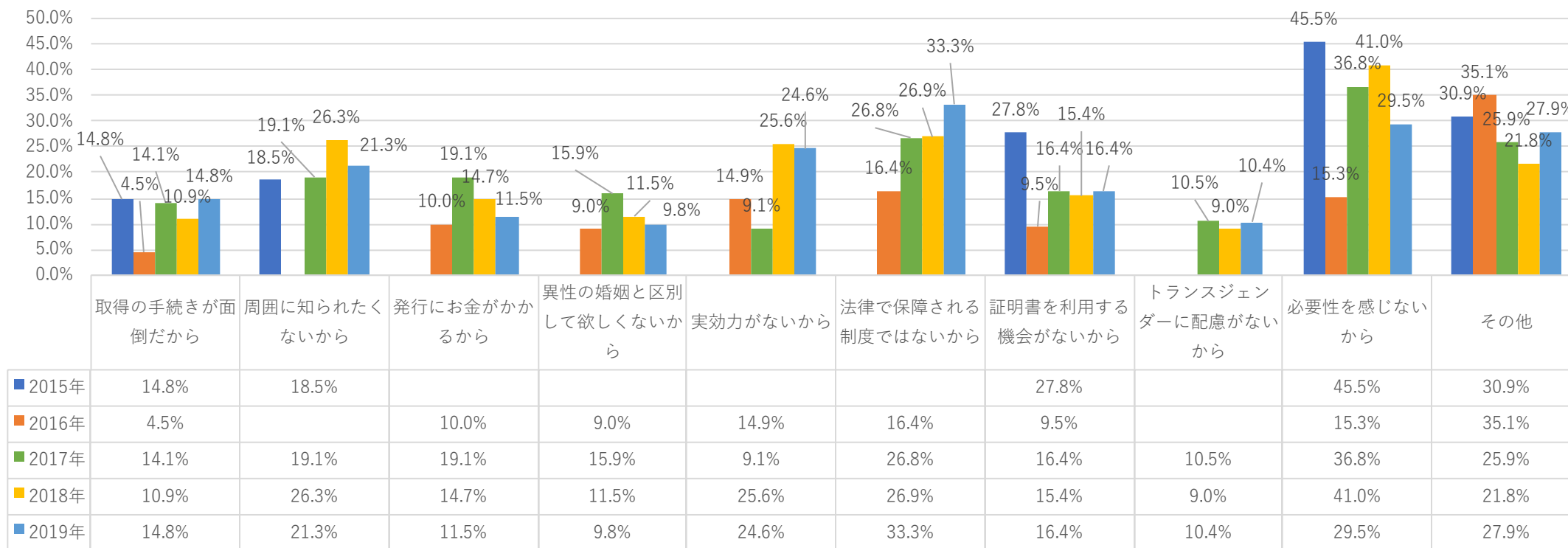
13.パートナーシップ証明書の利用 (1-2) 利用するかどうか

○13 (1-1) のグラフに関して、「利用しない=1点」、「絶対利用しないというわけではないが、たぶんしない=2点」、「必ずしようするかどうかわからないが、たぶん利用する=3点」、「必ず利用する=4点」という得点化をし、平均値を算出すると以下のようになります。

2015年	2.84、	2016年	3.05、	2017年	3.28、
2018年	2.58、	2019年	2.62		

13. パートナーシップ証明書の利用 (2) 利用しない理由

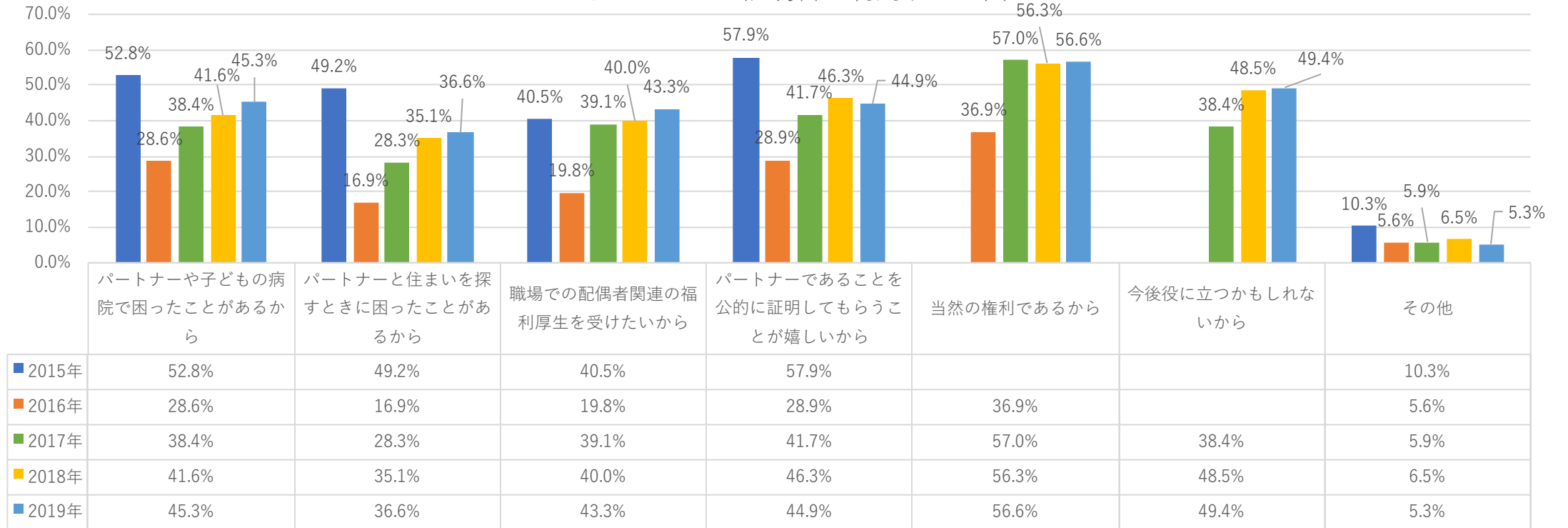
パートナーシップ制度を利用しない理由



■ 2015年 ■ 2016年 ■ 2017年 ■ 2018年 ■ 2019年

13. パートナーシップ制度の利用 (3) 利用する理由

パートナーシップ証明書を利用する理由



■ 2015年 ■ 2016年 ■ 2017年 ■ 2018年 ■ 2019年

14. 当事者が子どもをもつことへの希望

