

【仕様書別添】「OSAKA女性活躍推進 ドーン de キラリ フェスティバル 2026（仮称）」の概要

事業目的

性別役割分担意識の解消等による男女共同参画社会の実現に向け、おおさか男女共同参画プラン（2026-2030）（仮）における該当項目の数値目標達成のため、従来手薄だった若年層や男性への啓発を実施し、大阪府全体の意識啓発を図る。

指標

活動指標

- ・関係団体数 30団体（R7：29）
- ・参加者数（R7：5,000）
 プレ 5,000名 メイン 3,000名
 アフター 5,000名（合計）13,000名

成果指標（長期）：新男女プラン目標達成

- ・性別役割分担意識に同感しない府民割合（R12年度：82% ※調整中）（R6：71）
- ・「以前と比べて、社会で女性が活躍しやすくなっている」と思う府民の割合（R12年度：85% ※調整中）（R6：79）

成果指標（短期）：アンケート回答平均値5段階評価のうち4.0

- ・「男は仕事、女は家庭」とは思わない
- ・社会で女性が活躍するイメージができた
- ・女性活躍について知識が深まった（R7：3）

<参考> 事業推移

- R3 予算3,347千円/参加者数616人
- R6 予算9,210千円/参加者数1,803人
- R7 予算18,257千円/参加者数4,942人

→指標の達成度合いを評価し、必要に応じて事業見直し

事業内容及び事業イメージ

8月中旬（うち1日間） 目標5,000人

プライベート



人通りの多い場所で、若年層をはじめとした幅広い層にアプローチ

9月（うち2日間） 目標3,000人
（OSAKA女性活躍推進月間）

メインイベント



ドーンセンターでのイベントに参加し、女性活躍への理解を深めてもらう

11月頃（うち1日間） 目標5,000人

アフターイベント



男性を中心に、ファミリー層にアプローチ

アンケート等をもとに、次年度以降の事業テーマ検討

○目的

- ・OSAKA女性活躍推進月間（9月）を周知し、女性活躍について考えてもらう
- ・メインイベントへの参加を促す

○メインターゲット

若年層

○場所

大阪駅等の主要駅
（若年層を含む幅広い層が多く集まるスペース）

○内容

- ・OSAKA女性活躍推進月間PRのためのグッズ配布や駅サイネージやSNSを利用した広報を実施
- ・メインイベントの簡易体験等により、メインイベントへの参加を誘導

○目的

- ・女性活躍推進への関心が低い層をイベントに呼び込み、男女共同参画の現状等を知る機会を創出し、女性活躍推進を自分事として捉えてもらう
- ・ドーンセンターへの来館を促し、施設の認知度を向上させ、男女共同参画の拠点としてのセンター機能を高める

○メインターゲット

若年層・ファミリー層

○場所

ドーンセンター

○内容

- ・楽しく学べるコンテンツ（例：謎解き形式）で女性活躍について考えてもらう
- ・集客力のあるコンテンツ（例：著名人によるトークイベント）でドーンセンターへの来館を促し、ドーンセンターの認知度を向上させるとともに、学びのコンテンツへ誘導
- ・また、既存事業拡充として、企業での取組は各部署における理解が不可欠であることから、女性活躍推進セミナーに一般従業員対象とした企画を追加し、男女共同参画部門以外の部署における意識啓発を推進

○目的

- ・男性の家事・育児への参画を促し、自身の性別役割分担意識について見直すきっかけとしてももらう

○メインターゲット

（子育て中の）男性

○場所

大型商業施設等の幅広い層が多く集まる施設

○内容

- ・家事・育児を親子で楽しく体験できるコンテンツで家事・育児へのハードルを下げる
- ・国際男性デーに関する展示等により、男女ともに生きやすい社会について考えてもらう

「国際男性デー（International Men's Day）」は、男性・男の子の心身の健康に目を向け、ジェンダー平等を促すことを趣旨として、1999年にトリニダード・トバゴで始まったとされる記念日です。（NWEC HPより）

事業の必要性

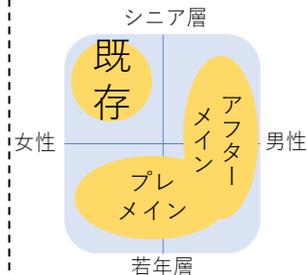
R7年度までの取組成果 府民意識調査における「性別役割分担意識に同感しない府民割合」は64.8% (R1) →71.4% (R6)
イベントなどの啓発により、「男は仕事、女は家庭」という考え方に同感しない割合が増加

拡充が必要な理由 上記調査結果は目標達成に向け推移しているものの、おおさか男女共同参画プラン（2021-2025）に掲げる目標指標（80%）は未到達。また、女性活躍推進法の期限が10年延長され、これまで以上に女性活躍推進を強力に進め、加えて、「Beyond Expo 2025」に掲げられている「ジェンダー視点の主流化」の達成に向け、より幅広い視点での女性活躍推進が求められている。

従来を上回る波及効果を生み出すための拡充のポイント

- ・大阪・関西万博のレガシーであるR7年度事業成果「若年層の啓発・発信が幅広い世代の意識改革に寄与する」という点等を活かし、幅広い層への意識啓発を図る
- ・これまで十分にアプローチできていなかった層（**若年層や男性等**）への啓発を実施。また、ドーンセンター以外の幅広い層が集まる場所での意識啓発を行う

【ドーンセンターターゲット分布イメージ】



事業内容詳細（要求額：50,000千円）

より考えを深める
イベントへ誘導

異なるターゲット層
にも展開

プレイベント（要求額：6,929千円）

○昨年度までの課題

- ▷アンケートにて「良いイベントを実施しているのに広報が行き届いておらずもったいない」という声が毎年多数寄せられ、メインイベント参加への動機付けが重要。
- ▷女性活躍推進月間やドーンセンターの認知度が低く、センターでの取組への参加に繋がっていない。今年は、with万博事業にて、大勢の人に啓発を実施し女性活躍について考えるきっかけを生み出すことができた（4,500人）ことから、活動を継続実施する。
- ▷多くの人が集まる場所で啓発活動を行い、従来十分にアプローチできていなかった若年層に訴求できた。
- * 10～20代の参加者数（アンケート回収率より換算）
R6：300人 R7：500名

○事業内容

- ▷大阪駅等の若年層を含む幅広い層が集まるスペースで、OSAKA女性活躍推進月間を周知し、若年層に人気コンテンツである謎解きイベント等により、メインイベントへの参加を促す。

イベントイメージ

- ・OSAKA女性活躍推進月間PRグッズ配布
- ・駅サイネージやSNSを利用したOSAKA女性活躍推進月間広報



ブース出展

女性起業家による出展など、活躍している女性の姿を実際に見て、接してもらうこと等を通して、女性活躍についてプラスのイメージを持ってもらう

プレ謎解き

若年層を中心に訴求できる形式で、メインイベントにつながる企画を体験してもらうことで、これまでドーンdeキラリへの参加が少なかった層のメインイベントへの参加を促す



メインイベント（要求額：29,037千円）

○昨年度までの課題

- ▷成果指標達成のためには、既存イベントのメイン層である中高年女性層以外も参加したいと思えるイベントとする必要がある。
- ▷企業から希望の多い事例発表を含むセミナーを継続し、企業の人事担当者等のニーズを踏まえた企画とする。

○事業内容

- ▷プレイベントで取込んだ若年層や家族層に向けて、女性活躍推進について考える機会を創出するセミナー・謎解きイベントの実施により、男女共同参画の現状等を知る機会を創出し、女性活躍推進を自分事として捉えてもらう。あわせて、ドーンセンターへの来館につながることで、施設の認知度を向上させ、男女共同参画の拠点としてのセンター機能を高める。

イベントイメージ

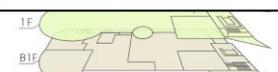
7Fホール（若年層向け）

女性活躍の現状についての学びを提供



4・5F:既存の各種セミナー等

参画団体によるセミナー等
オール大阪での機運醸成



1F:グルメ・音楽イベント

女性活躍に関心が薄い層の集客を促し、他コンテンツに誘導

1F:学生からの発信

来館者に学生の考えについて触れてもらう

全館：謎解きイベント

女性活躍をテーマにした謎解きイベントで、若年層やファミリー層に女性活躍推進について楽しく学ぶとともに、自分事として捉えてもらう

7Fホール（ファミリー層向け）

施設認知度向上及びセンターでの今後のセミナーや相談窓口を案内

女性活躍推進セミナー

（一部委託業務に組み込み）
・トップリーダーセミナーで、従来から実施している事例発表等により経営層等にアプローチ
・一般従業員向け交流会で、企業での女性活躍施策への理解を人事部門等以外に訴求

アフターイベント（要求額：11,907千円）

○昨年度までの課題

- ▷家事育児に関わる時間の男女差是正等を目的として男性の家事育児参画促進のためのセミナーを実施してきたが、セミナー形式の場合は一定の課題意識をもつ男性の参加が多いため、成果指標達成には裾野を広げ、関わりやすい形での啓発活動（体験型イベントなど）が必要。

○事業内容

- ▷家事・育児を親子で楽しく体験できるコンテンツで家事・育児へのハードルを下げる。
- ▷国際男性デーに関する展示等により、男女ともに生きやすい社会について考えてもらう。

イベントイメージ



女性スポーツチームとのスポーツイベント

父親と子どもが参加しやすいコンテンツにより子育てへの参画を促す。



父親と子どもで参加できる料理教室

家事育児体験により参画のハードルを下げ、家庭内での役割分担を見直してもらう



学生による書道パフォーマンス・体験

国際男性デーや女性活躍へのメッセージを発信・親子で体験することで、男女ともに生きやすい社会について考えてもらう

【「全体的な効果」関心を引き、次のドーンキラへ誘導
【「アフターイベント」の効果を
家庭での性別役割分担意識の女性の活躍を推進することや、男性の家事育児参画
によって社会での女性の活躍を推進することや、男性の家事育児参画
による効果】