

国勢調査 審査メモで示された論点に対する回答

総務省統計局

1 今回申請された変更

(1) 調査事項の変更

- ②調査票に記入して回答する場合（調査員回収・郵送提出）に、調査員記入項目としていた「世帯の種類」及び「住宅の建て方」を、報告者の回答事項に変更（論点）

1 平成27年調査（簡易調査年）では、「現在の住居における居住期間」及び「5年前の住居の所在地」を調査事項として追加したことを考慮して、「住宅の建て方」については、報告者負担軽減の観点から他計方式に変更した経緯がある。

令和7年調査についても、「現在の住居における居住期間」及び「5年前の住居の所在地」を継続して把握することで、平成27年と同様の状況になっている。このような中、「世帯の種類」及び「住宅の建て方」を自計方式に変更することについて、報告者の負担軽減の観点から、どのように考えているか。

2 令和7年調査第1次試験調査及び第2次試験調査では、本調査事項について、具体的にどのような検証を行い、どのような結果が得られたのか。（未記入率・誤記入率を含む）。

（回答）

他計方式から自計方式への変更により、報告者の記入負担が生じる可能性があることから、第1次試験調査及び第2次試験調査において検証を行った。

まず、調査票の記入状況について、第1次・第2次試験調査における調査事項別記入不備のある割合（図表1）をみると、他の調査事項と比べても十分な記入が確保されていることが分かる。

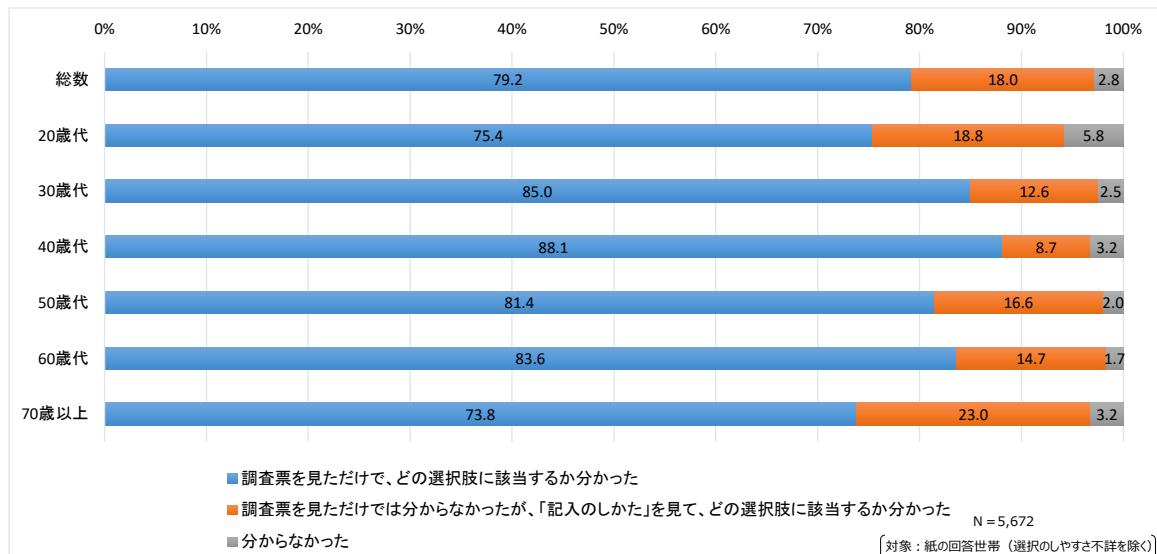
図表1 第1次・第2次試験調査における調査事項別記入不備のある割合

		第1次 試験調査	第2次 試験調査	(%)
【第1面】	世帯の種類	1.8	1.5	
	世帯人員	1.7	0.0	
	住居の種類	1.7	2.2	
	住宅の建て方	1.6	1.1	
	共同住宅の場合の階数	0.9	0.4	
	男女の別	0.8	0.9	
	世帯主との付き柄	0.9	1.4	
	出生の年月（元号・西暦・年月日が規定値か）	2.9	3.0	
	配偶者の有無	3.2	4.8	
	国籍	0.9	1.4	
	外国の場合の国名	※	3.4	7.9
	現在の住居における居住期間	1.6	2.8	
【第2面】	5年前の住居の所在地	1.1	0.9	
	他の区・市町村の場合の区・市町村名	※	0.8	0.9
	就業状態	2.9	4.6	
	従業地又は通学地	4.2	7.4	
	他の区・市町村の場合の区・市町村名	※	2.0	2.8
	従業上の地位	4.2	8.4	
	勤め先・業主などの名称	※	6.7	12.4
事業の内容		※	7.8	15.3
本人の仕事の内容		※	8.3	14.7

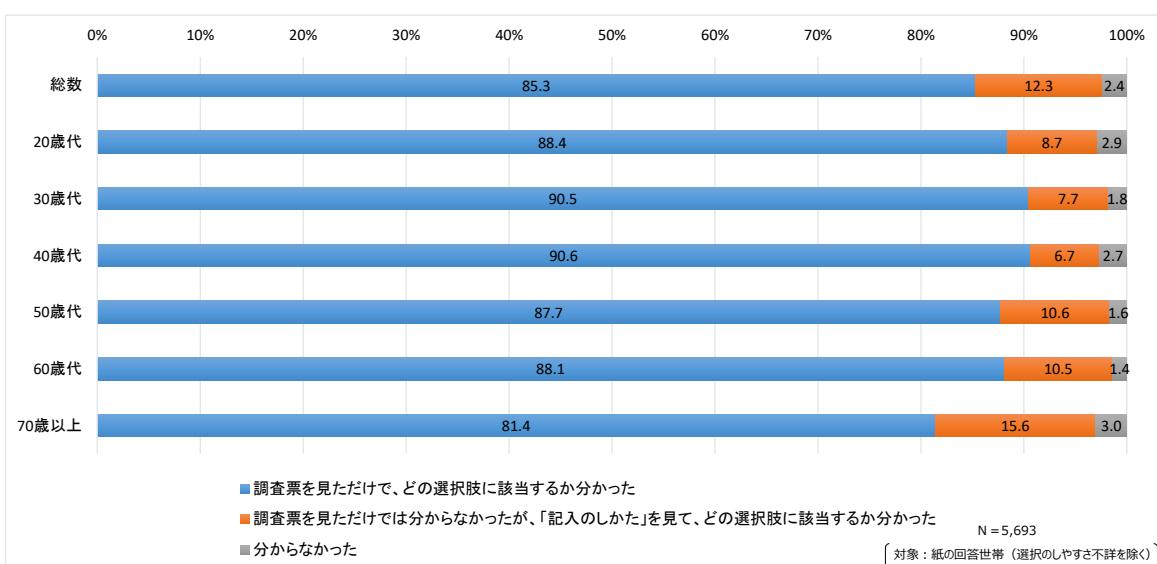
※フリー記入欄における記入の有無

次に、記入のしやすさについて、第1次試験調査の際に実施した世帯アンケートの結果（図表2）をみると、「世帯の種類」及び「住宅の建て方」のいずれについても、「調査票を見ただけで、どの選択肢に該当するか分かった」又は「調査票を見ただけでは分からなかつたが、「記入のしかた」を見て、どの選択肢に該当するか分かった」の割合が全ての世代で大半を占めており、報告者負担について調査実施上支障のないものと判断した。

図表2 年齢階級、「世帯の種類」及び「住宅の建て方」の記入のしやすさ別回答者割合
(世帯の種類)



(住宅の建て方)



(2) 調査方法の変更

○調査関係書類（調査依頼状、調査票など）の郵送配布の導入

（論点）

- 1 令和7年調査第3次試験調査における郵送配布方式の試行について、具体的な実施範囲・内容等はどのようなものか。
- 2 仮に、令和7年調査で郵送配布を導入するとした場合、導入地域の選定や郵送配布の具体的手順・方法等（回答の確保策を含む。）について、現時点でのどのような想定をしているのか。

（回答）

【1 第3次試験調査における具体的な実施範囲・内容等】（補足説明資料：1～10ページ参照）

第3次試験調査（令和6年6月実施）において、茨城県（水戸市）及び栃木県（宇都宮市）と連携し、オートロックマンション等の集合住宅における郵送配布方式の導入について、実地に検証を行っている。

具体的には、茨城県水戸市のオートロックマンション1棟（約100世帯）及び栃木県宇都宮市のオートロックマンション3棟（計約180世帯）において、全ての居住世帯に対し、実際に調査書類の郵送配布（「特別あて所配達郵便」による）を行い、調査員調査と同様に正確な調査結果を得ることが可能かどうか、定量的・定性的両方の視点から、多角的な検証を行うこととしている。

検証結果については、令和6年8月中を目途に取りまとめの上、人口・社会統計部会に報告する予定である。

主な検証内容（予定）

1. 調査関係書類・用品の内容（国が用意した仮名簿（住所マスター）、『調査票の記入のしかた』のQR対応等）
2. 管理会社や管理組合への協力依頼の実施状況
3. 調査対象世帯の把握、居住確認の状況
4. 『調査世帯一覧』及び『調査区地図』の作成プロセス、作成内容、正確性
5. 郵送配布の状況（宛名ラベル作成、封入作業の状況、特別あて所配達郵便の申請プロセス、有効性等）
6. 調査への回答状況（督促状況・審査状況など）
7. 聞き取り調査の実施状況
8. 世帯等からの連絡・照会状況
9. 郵送配布に係るスケジュール（督促（2回）の郵送状況）
10. 市町村・指導員の事務内容、事務負担、実査上の問題等

【2 令和7年調査における郵送配布の具体的手順・方法等】（補足説明資料：11～14ページ参照）

最終的には第3次試験調査における検証結果を踏まえて決定することになるが、現時点において、以下の考え方により実施することを想定している。

<導入地域の選定>

令和7年調査においては、試験調査の規模では出現しないような突発的な事案に対しても確実に対応する必要があることから、国において実査上の突発的な対応、迅速な支援が可能な関東圏を視野に、総務大臣が指定するモデル地域（市区町村）において、郵送配布方式を試行的に導入することを検討している。具体的なモデル地域については、今後、希望する地方公共団体と調整を図る予定である。

また、モデル地域における具体的な調査区については、オートロックマンション等の集合住宅のみで構成される調査区を選定することを想定しており、今年度に実施する調査区設定※の状況も踏まえつつ、地方公共団体と調整を図る予定である。

なお、調査区の選定に際しては、市区町村が実査に先立って実施する管理会社への協力依頼において、調査員による物件への立ち入り及び管理会社への調査員事務の委託のいずれも困難な場合に限ることについても想定している。

※中高層の集合住宅にフラグを付与することとしており、調査区設定の段階で集合住宅のみで構成される調査区かどうか確認が可能。

<郵送配布の具体的手順・方法等>

現在想定している内容は以下のとおり。

○郵送名簿作成手順

- ① 地図業者が整備した住所データを基に、調査区情報と紐付いた仮名簿（住所マスター）を国が用意し、市区町村に提供
- ② 当該市区町村において、仮名簿（住所マスター）を基に、管理会社等からの空室情報などにより居住実態を確認（※）し、郵送用名簿を整備
※ 管理会社等の協力が得られず、空室情報が入手できないなど、居住実態が確認できない場合には、指導員が実地に赴いて居住実態の確認を実施

○調査書類の配布に係る手続

市区町村において手続を行う（「特別あて所配達郵便」を利用する場合、利用開始の届出を差出郵便局（地域区分局）にあらかじめ申請する。手續に約1か月必要。）。

○回答を確保するための措置

該当する集合住宅の掲示版等での事前周知や、郵送による督促を2回実施する。なお、2回目の督促対象世帯については、指導員が管理員や近隣の者から聞き取り調査を行うこととし、これらの取組を通じて、最大限回答の確保に努める。

(3) 調査実施期間・実施方法の変更

(論点)

図表5の調査実施期間の【2】の期間には、具体的に、どのようなことをするのか。

(回答)

国勢調査では、従前から、報告者からのオンライン回答及び郵送提出（※1）の状況について、「国勢調査オンライン調査システム」（以下「システム」という。システムの概要は別添（補足説明資料：16ページ）参照）により管理しており、提出期限後、督促開始までの期間に、市区町村がシステムに登録された回答状況（※2）を出力し、調査員等に通知することとしている。令和2年調査においては、提出期限の直後に督促を開始したため、回答期限直前又は当日に郵送提出された調査票の受付・システムへの登録が間に合わず、行き違いが生じていたところである。

この状況を解消し、調査員事務の負担を軽減するため、令和7年調査においては、昨今の郵便事情（土日・祝日に配達を行わない）も踏まえつつ、報告者の回答状況をシステムに着実に登録し、調査員等に通知するために必要な期間を確保することとしたものである。

※1 報告者が郵送提出に用いる封筒には、あらかじめ個々の世帯を識別する番号がQRコード化された上で印刷されている。受付時にこのQRコードを読み取り、情報をシステムに登録することにより管理を行っている。

なお、郵送提出された調査票の受付及びシステムへの登録作業は、国が委託する民間事業者が実施することとしている。

※2 システムから出力する回答状況（回答状況確認表）のイメージ

調査区：1-1-1			調査員名：国勢花子 市区町村：○○県 △△市	2024年07月05日09時08分現在	(ネット：3／郵送：3)			
世帯番号	代表者氏名	世帯が入力した所在地	世帯員の数		回収結果		ネット回答日 又は 郵送登録日	世帯番号
			総数	男	女	ネット		
2	国勢 太郎	東京都新宿区若松町19-2	3	2	1	○	06/19	2
4	統計 花子	東京都新宿区若松町19-5	3	1	2	○	06/22	4
5							○	06/25
7	調査 夏子	東京都新宿区若松町19-15	5	2	3	○	06/23	7
9							○	06/24
10							○	06/27
	(以下 余白)							
10								10
15								15
20								20
25								25

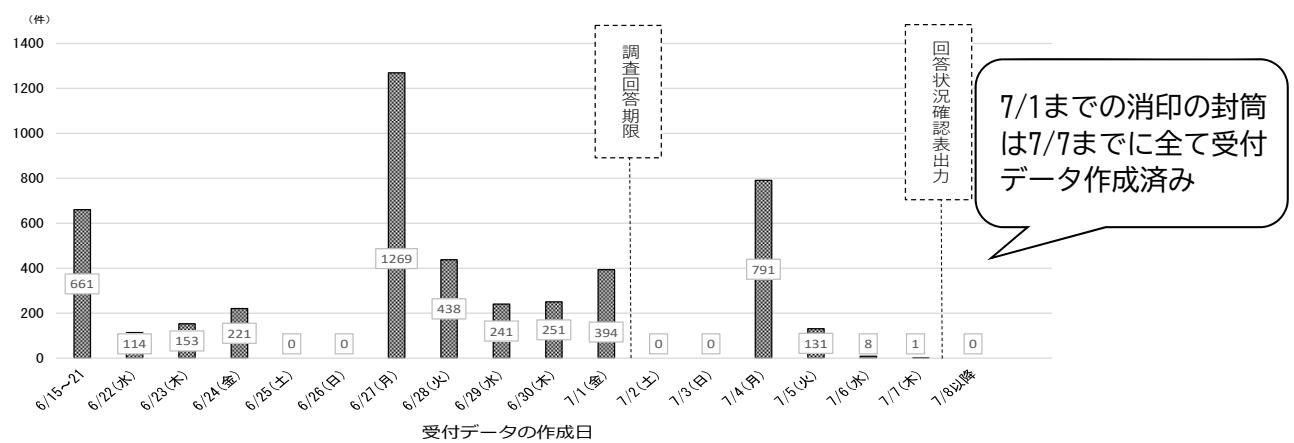
この調査区 1 枚中 1 枚目

なお、第1次・第2次試験調査において、この期間を設けることの有効性を検証している。結果をみると、提出期限までの消印が付された郵送提出調査票について、民間事業者における受付及びシステムへの登録が督促開始までの間に全て完了できている（図表3参照）。

これにより、調査の円滑な実施が図られるとともに、調査員の督促事務の負担軽減に寄与した、との意見が地方公共団体から寄せられていることから、この変更は妥当であると判断したところ。

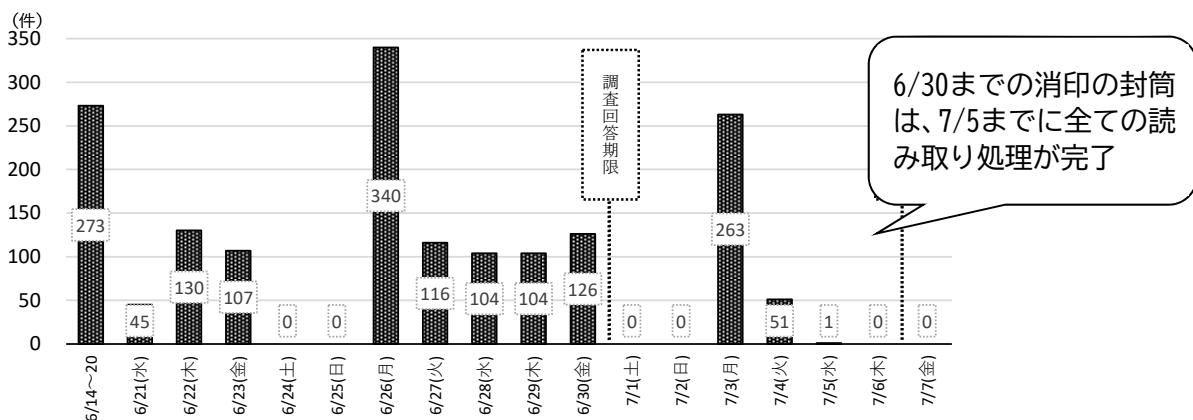
図表3 郵送提出調査票の受付処理状況

(第1次試験調査)



7/1までの消印の封筒
は7/7までに全て受付
データ作成済み

(第2次試験調査)



6/30までの消印の封筒
は、7/5までに全ての読み取り処理が完了

(4) 公表時期の変更

(論点)

人口速報集計（要計表による人口集計）の作成手順の変更に係る経緯、変更内容はどのようなものか。

(回答)

<経緯>

人口速報集計は、平成27年調査までは、調査票に回答された情報を直接用いるのではなく、調査員が調査書類の配布時に世帯を訪問した際、その世帯に何人住んでいるかを男女別に確認した情報を集約した要計表に基づいて集計を行っていた（要計表は調査票に先行して地方公共団体から国に提出されていたため、調査翌年2月までに速報公表を行うことが可能となっていた。）。

しかしながら、令和2年調査においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、原則として報告者に対面しない方法で調査を行うこととしたため、調査員が世帯から男女別の世帯人員を聞き取ることができず、代替策として、調査票審査の段階で調査票に記入された男女別世帯人員を要計表に転記する方法を取ることとした。その結果、要計表の地方公共団体から国への提出は調査票と同時に成了ったため、公表時期が調査翌年6月となった。

<変更内容>

従前のことの再開の可否について検討したものの、調査環境が一層厳しくなる中、世帯への訪問時に世帯から男女別世帯人員を聞き取ること自体が、調査の円滑な実施や調査員の事務負担上の観点、防犯上の観点からも困難となってきており、再開は難しいと判断した。

また、令和2年調査の実施状況報告において、回を重ねるごとに体制の縮小を強いられている、といった意見が地方公共団体から寄せられるなど、地方公共団体の事務負担の軽減が必要な状況となっている。従前のことでは、地方公共団体は調査票に先行して要計表を提出するための業務を行っていたが、要計表の提出を調査票と同時にすることで地方公共団体の事務負担の軽減につながり、調査票の審査に傾注いただくことで結果精度の向上にも寄与するものと考えられる。

したがって、令和7年調査において、従前のように調査翌年2月に速報を公表することはできないものの、人口速報集計を可能な限り早期に公表するため、地方公共団体から国への調査票提出期限を適切に設定することにより、調査翌年5月までに公表する予定である。

2 過去の答申で示された「今後の課題」への対応状況

(1) オンライン調査の更なる利用促進方策の検討

(論点)

- 1 60歳代以上でオンライン回答率が低調である理由について、試験調査で意見聴取等をしているのか。

(回答)

試験調査では特段の意見聴取は行っていないが、令和5年度に実施した広報に係る調査研究の中で、60歳以上の高齢者に対してアンケートを行ったところである。

その結果によると、オンライン回答をしなかった理由として、「従前から紙の調査票で回答してきたから」、「紙の調査票での回答が楽だから」等の意見が多くなっている。高齢者のオンライン回答を促進するためには、紙の調査票による回答からオンライン回答への意識変容を促す必要があり、オンライン回答が簡単・便利であることを様々な広報媒体でPRすることや、オンライン回答支援ブースを設置するなどの環境整備を推進することを考えている。

(論点)

- 2 オンライン調査システムにアクセスするスマートフォン等の端末において、回答しやすい画面構成・デザイン・操作性など、前回調査時からどのような改善・見直しが図られているか。

(回答)

令和7年調査においては、更なる操作性の向上を図るため、回答率の高いスマートフォンからの操作（回答）に重点を置き、回答の選択肢やボタンの配置、選択領域やボタンサイズの調整などの見直しを行っている。（具体的なイメージは別添（補足説明資料：17ページ）を参照）

(論点)

- 3 オンライン回答を促進するため、全世代に向けてスマートフォン等の端末利用へ誘導することが重要と考えるが、どのような対応を講ずる予定か。また、高齢者世帯に向けた対策であるオンライン回答支援ブースの設置は、どのような理由から設置するのか。
- 4 オンライン回答促進に向けて具体的な取組を考えているか（全国的に横展開できる取組はあるか）。

(回答)

<スマートフォン等へ誘導（調査関係書類のデザインや記載内容の工夫）>

全ての報告者に対してオンライン回答を促進するため、『調査書類収納封筒』等の調査関係書類において、ナッジ的手法（※）を用いてオンライン回答へ誘導するよう、デザインや記載を工夫することとしている。

※ 経済的なインセンティブを大きく変えたり、罰則・ルールで行動を強制したりすることなく、行動科学に基づいた小さなきっかけで人々の意思決定に影響を与え、行動変容を促す手法・戦略。

<「インターネット回答依頼書」の工夫>

第2次試験調査において、横浜市がインターネット回答を推進する内容の書類を作成して配布したところ、横浜市のインターネット回答率が平均よりもかなり高い結果となった（図表4）。これを踏まえ、横浜市とも意見交換を実施し、第3次試験調査における調査書類作成の際、『インターネット回答依頼書』に同内容を盛り込むとともに、実施市区名を可変印字できる仕組みを導入した。令和7年調査においても、同様の書類作成を考えている。（横浜市作成書類及び第3次試験調査『インターネット回答依頼書』は、別添（補足説明資料：20ページ）参照）

<システムの改善（ログイン方法の見直し）>

システムにログインする際には、ログインID・アクセスキーを入力する必要があるが、令和2年調査までの実施状況をみると、ログイン段階でオンライン回答を断念しているケースが多くみられた。このため、システムのURL、ログインID及びアクセスキーと関連付けさせた個々のQRコードを印刷し、これをスマートフォン等のカメラで読み取ることにより、簡単にログインできる仕組み（具体的なイメージは、別添（補足説明資料：18ページ）参照）を実装し、機能改善を図ることとしている。

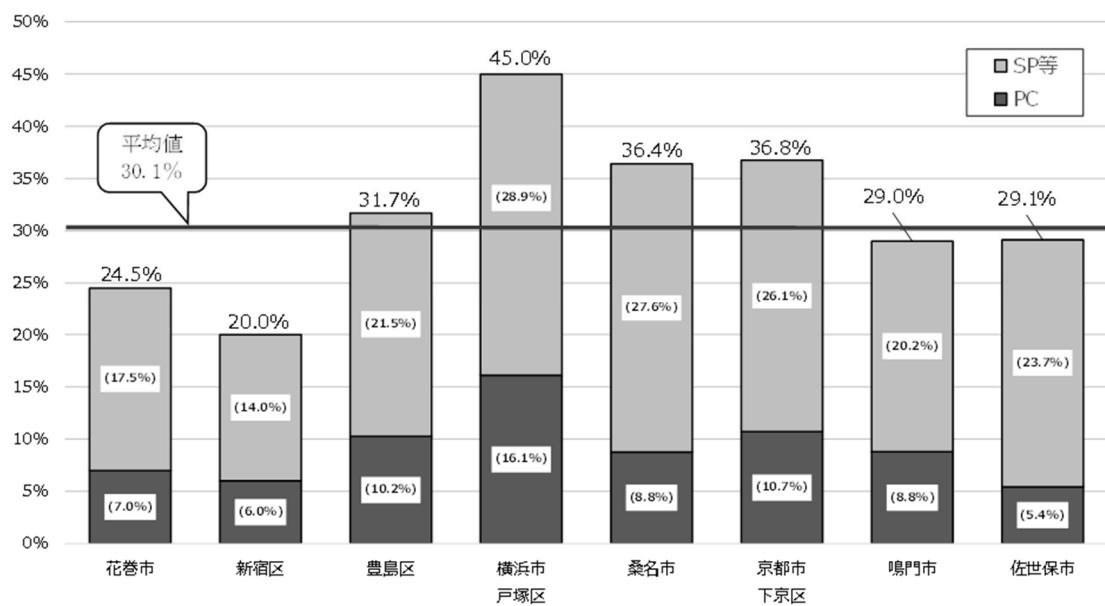
<高齢者等対策（オンライン回答支援ブースの設置など）>

昨今の高齢者のスマートフォン所持率は高いものの、通話・メッセージのやり取りのみに終始していることが多く、文字入力が生じる操作に忌避感がある可能性があるため、広報による呼びかけのみでは効果が限定的であると考えられるほか、地域によってはインターネット環境を有していない高齢者も多いと考えられる。

このため、オンライン回答ができる環境を有していない世帯や、環境を有するものの操作に不安を抱える世帯を支援するため、高齢者世帯が多い地域を中心として、地域に密接した施設（郵便局等）にオンライン回答支援ブースを設置するなど、オンライン回答ができる設備とこれを支援する場所を用意することにより、環境を整備することを推進したいと考えている。

また、コールセンターにおいて、世帯からの要望に応じてオペレーターがオンライン回答の支援を行うことも想定している。

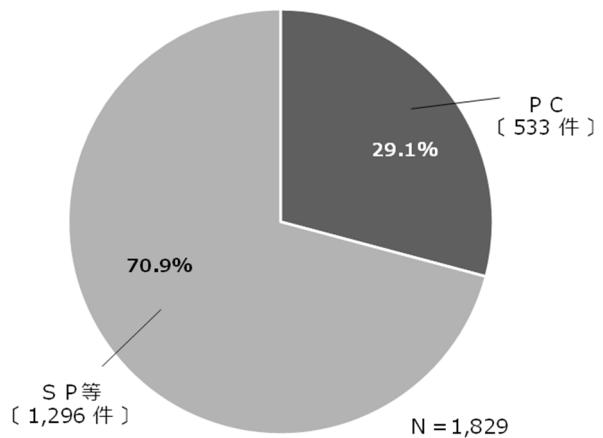
図表4 第2次試験調査 市区別インターネット回答割合



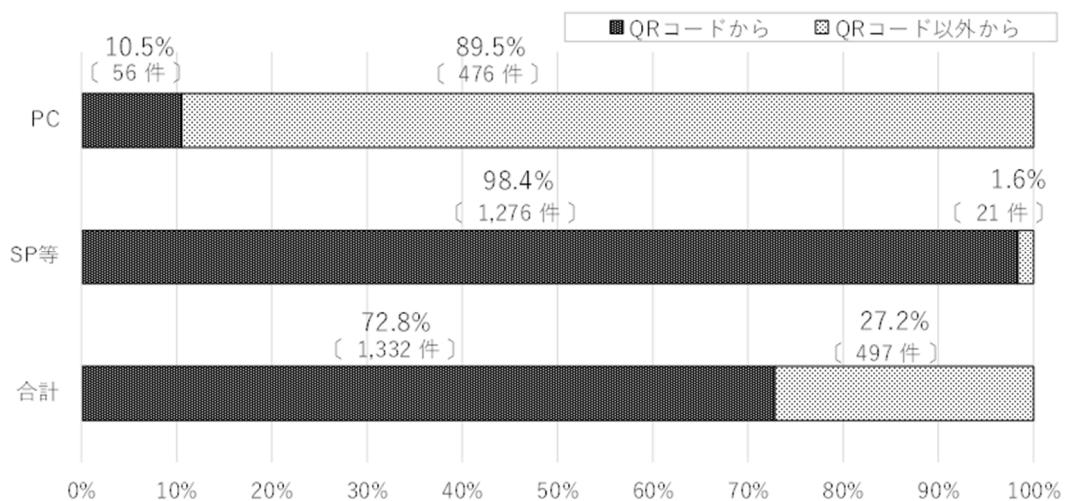
(参考 第2次試験調査における端末の種類別のQRコードからのログイン状況等)

第2次試験調査において、端末の種類別のQRコードからのログイン状況を調べている。インターネット回答の状況を端末の種類別（図表5）にみると、インターネット回答世帯の70.9%がスマートフォン及びタブレット（以下「SP等」という）による回答となっており、さらに、QRコードを利用したログイン（図表6）を端末の種類別にみると、SP等では98.4%が利用しており、回答者の利便性向上に大きく寄与していると考えられる。

図表5 第2次試験調査 端末の種類別インターネット回答数及び割合



図表6 第2次試験調査 端末の種類別インターネット回答数及び割合



(3) 不在世帯への対応やオンライン調査の利用促進を含めた広報の充実等

(論点)

令和7年調査の広報において、世帯の属性に応じて新たに実施を検討している取組は何か。

(回答)

令和7年調査における新たな取組として、世帯の属性などに応じて柔軟に訴求内容を変更できる「デジタル広報」の導入を考えている。令和7年調査の広報総合企画は、令和2年調査における広報を基本としつつ、調査の重要性の理解促進・回答促進、インターネットの回答促進に重点を置くこととしており、従来の広く認知を得ることができる大規模な広報（テレビCMなど）に加え、例えば、調査に無関心な層、プライバシー意識が高い層、インターネット回答率が低い層などのセグメントに応じた「デジタル広報」を行うことにより、より効果的な広報を展開することが可能になるのではないかと考えている。

また、従前は単年度契約であったが、令和7年調査では令和6年度及び令和7年度の2か年契約としており、令和6年度の段階から同一の広報キャラクターを活用することにより、シームレスで一貫性のある効果的な広報を展開することが可能になるとを考えている。

なお、近年の外国人の増加に伴い、調査期間中、周知広報として6言語（英語、中国語、ベトナム語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語）でのラジオCMやインターネットでの配信を実施する予定としており、外国人への効果的な広報が期待できると考える。

更に、企業・団体への協力依頼の充実・強化や各府省への協力依頼を行うとともに、地方自治体とも十分に連携すること等により、幅広い広報を行ってまいりたい。

広報・協力依頼の主なポイントは別添（補足説明資料：21～27ページ）のとおり。

以 上

国勢調査 審査メモで示された論点に対する回答 (別添 補足説明資料)

令和6年7月

総務省統計局統計調査部
国勢統計課

令和7年国勢調査第3次試験調査の概要

I 調査の目的

これまでの試験調査結果等を踏まえて策定する令和7年国勢調査の実施計画案に基づき、令和7年国勢調査第3次試験調査を実施し、調査方法等の最終的な検証を行うとともに、地方公共団体における事務処理の習熟を図る。

II 調査の概要

- 調査期日 令和6年6月19日（水）（予定）
- 調査地域 都道府県庁所在市及び都道府県庁所在市以外の政令指定都市（東京都の特別区（1区）を含む52市区）の区域に属する令和2年国勢調査調査区の中から、地域特性ごとに選定する520調査区
- 調査対象 調査日現在、選定した調査区に常住する全ての人・世帯（約28,500世帯）
- 調査の流れ



- 調査項目 世帯員に関する事項：13項目
世帯に関する事項：4項目
- 調査方法 調査員が全世帯を訪問し、調査票等の調査書類一式を配布
調査票の回収はオンライン（インターネット回答）、郵送、調査員
(主なポイント)
 - ・調査書類の配布期間中、土日を計4日確保
(調査員の活動期間を極力確保するため)
 - ・調査票の配布は対面での説明を原則としつつ、調査困難地域等については非接触（インターホン越しの説明）による方法も可能に
(不在世帯については、訪問日・訪問時間を変えて世帯に説明できる見込みがある場合は3回程度訪問することとするが、それでも会えない場合は、調査書類一式を郵便受けなどに入れて配布。
また、地域性や建物の建て方などを考慮し、オートロックマンションや単身世帯など、何度訪問しても説明が困難と見込まれる場合は、居住確認が行えた時点で、調査書類一式を郵便受けなどに入れて配布することも可能に)
 - ・提出期限から督促開始までの期間を1週間以上確保
(本調査を見据え、提出期限直前に郵送提出された調査票の提出状況を確実に把握し、調査員に伝達するため、第2次試験調査よりも提出期限を2日前倒し)



III 結果の利用

- ◆ 令和7年国勢調査の企画・立案のための基礎資料
- ◆ 統計委員会人口・社会統計部会等への検証結果の報告など

I 令和7年国勢調査第3次試験調査における 郵送配布方式の試行について

(令和7年国勢調査有識者会議 第5回会合資料)

郵送配布方式の試行の基本的な考え方（案）

1 対象地域

これまでの検討結果等を踏まえ、正確な調査対象名簿の作成が比較的容易と考えられる、集合住宅のみから構成される調査区を対象とする。

※国勢調査はふだん住んでいる場所で調査を実施する必要があるため、調査関係書類を郵送で配布する場合には正確な名簿作成が必要不可欠。

2 世帯の居住実態の確認 管理会社から協力を得るプロセス、協力が得られない場合の対応について検証

国が用意する仮名簿（住所マスター）を基に、市町村が管理会社の居住者名簿等により居住実態を確認※し、郵送用名簿を整備

※空室情報が得られない場合など、居住実態が確認できない場合は指導員が実地で確認する。

3 調査書類の配布 「特別あて所配達郵便」の有効性について検証

受取人の住所のみの記載で配達可能な「特別あて所配達郵便」により郵送する。

※普通郵便の場合、受取人の氏名と住所を記載する必要があるが、調査員による実地確認を行わないと等から、全ての世帯の氏名まで把握することが困難。

4 未提出世帯への督促、聞き取り調査 督促事務の強化の効果について検証

結果精度を確保するため、未提出世帯への督促は2回（いずれも「特別あて所配達郵便」による）行うこととし、最終的に未提出の世帯に係る近隣等への「聞き取り調査」は指導員が行う。

※国勢調査は人・世帯を一時点では把握する必要があり、未提出の世帯に対し、近隣等への「聞き取り調査」を実施する必要がある。

市町村の事務負担について、全般的に検証

調査員調査と郵送配布方式の比較（ポイント）

調査員調査
(通常の調査方法)

郵送配布方式
(一部地域で試行)

① 世帯の居住実態 の確認

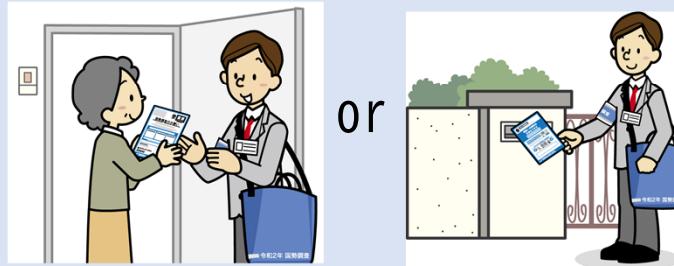
調査員が実地確認



② 調査書類の配布

【6/8～6/18、6/19～6/21】

調査員が世帯を訪問し、
直接配布又はポスティング



③ 未提出世帯への 督促

【7/5～7/15】

調査員による訪問督促、
近隣等への「聞き取り調査」



市町村が管理会社の居
住者名簿等で居住実態
を確認※し、郵送用名
簿を整備



※居住実態が確認できな
い場合は指導員が実地で確認

「特別あて所配達郵便」で郵送



「特別あて所配達
郵便」で郵送
(2回)



指導員による
近隣等への
「聞き取り調査」



(参考1) 国が用意する仮名簿（住所マスター）のイメージ

【データ項目（想定）】

市区町村コード	調査区番号	郵便番号	市区町村名	大字名	街区	地番・戸番	建物名	部屋番号	作成年月日

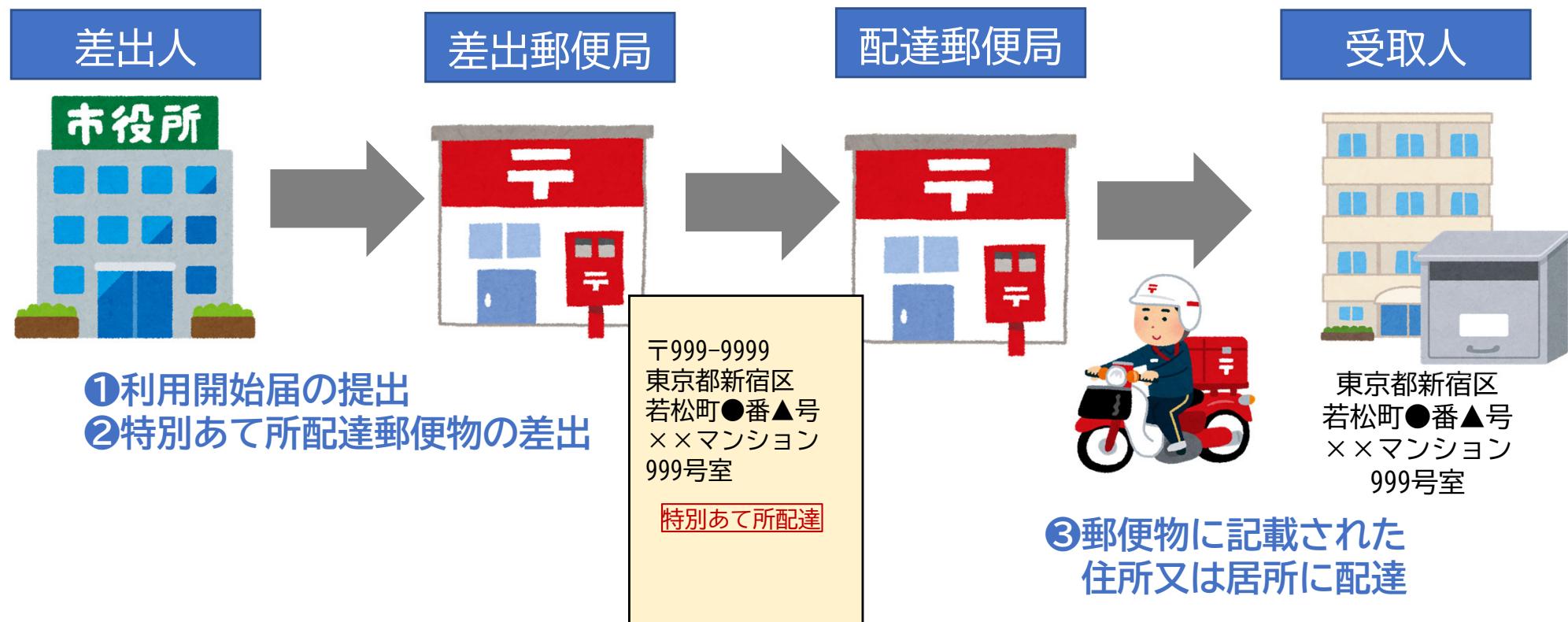
※調査区単位でCSV形式で用意する予定

※1レコード1部屋で、当該調査区の全ての部屋についてリストアップされるが、入居の有無は不明
(把握できない集合住宅が多いため)

※地域によりデータ整備時期が異なるため、直近の情報ではない可能性がある（参考情報として、
データの作成年月日を記載）

(参考2) 特別あて所配達郵便の概要

- 郵便物には通常、受取人の氏名と住所又は居所を記載する必要があるところ、受取人の住所又は居所が記載され、かつ、受取人の氏名が記載されていない郵便物をその住所又は居所に届ける日本郵便のサービス
- 差出郵便局（地域区分局）に予め申請した上で、通常の郵便料金に手数料（150円/通）を付加することで利用可能



(参考3) 郵送配布方式の流れ

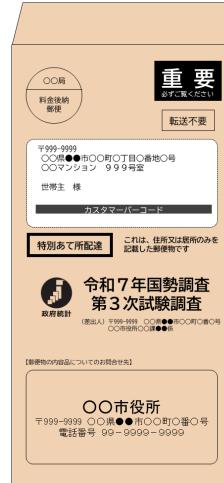


【スケジュール】

- ① 6月7日（金）：調査票等の調査関係書類の郵送（郵便局への差出）<全ての世帯>
- ② 6月18日（火）：「調査への回答はお済みですか」の郵送（郵便局への差出）<全ての世帯>
※「調査への回答はお済みですか」（回答促進リーフレット）により、世帯にリマインドを行う
- ③ 7月8日（月）：未提出世帯への郵送督促（1回目）
- ④ 7月16日（火）：未提出世帯への郵送督促（2回目）、聞き取り調査（指導員による近隣への聞き取り）

(参考4－1) 調査書類配布時の書類・用品(イメージ)

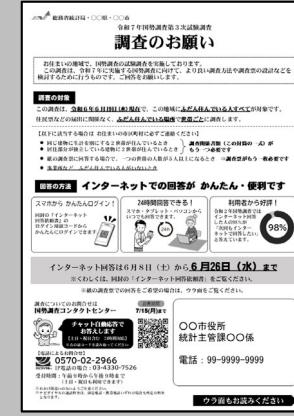
①調査書類郵送封筒



郵便局への差出日：6月7日（金）
(①に②～⑤を三つ折りの上、収納)

特定あて所配達郵便の表示、宛名印字
【定形郵便：長3封筒】

②調査のお願い



③インターネット回答依頼書



④郵送提出用封筒（黒字）



⑤調査票

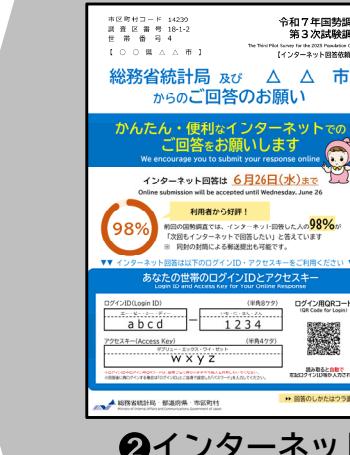


『調査書類収納封筒』記載の内容を盛り込むとともに、
重量超過のため郵送できない『調査票の記入のしかた』への案内(QRコード)を掲載

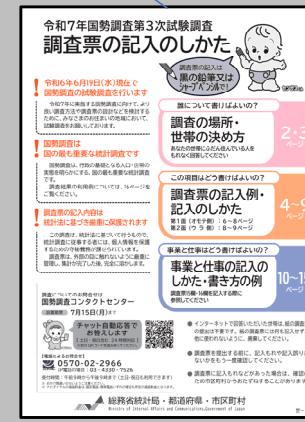
(参考) 通常の調査員調査



①調査書類収納封筒



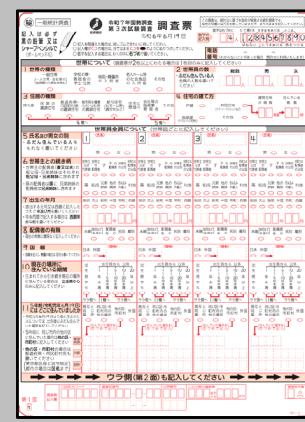
②インターネット回答依頼書



③調査票の記入のしかた



④郵送提出用封筒（黒字）

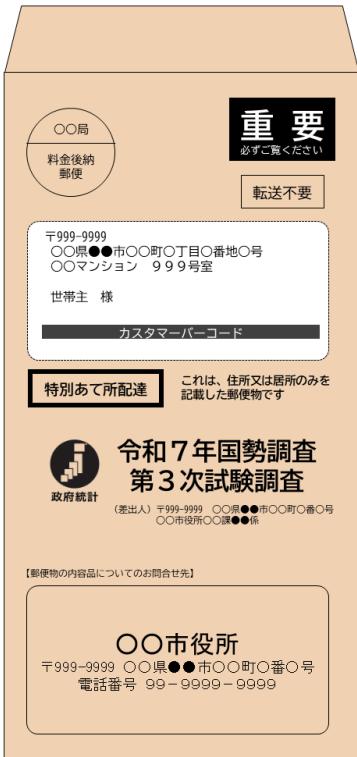


⑤調査票

(参考4－2) 回答促進時の書類・用品(イメージ)

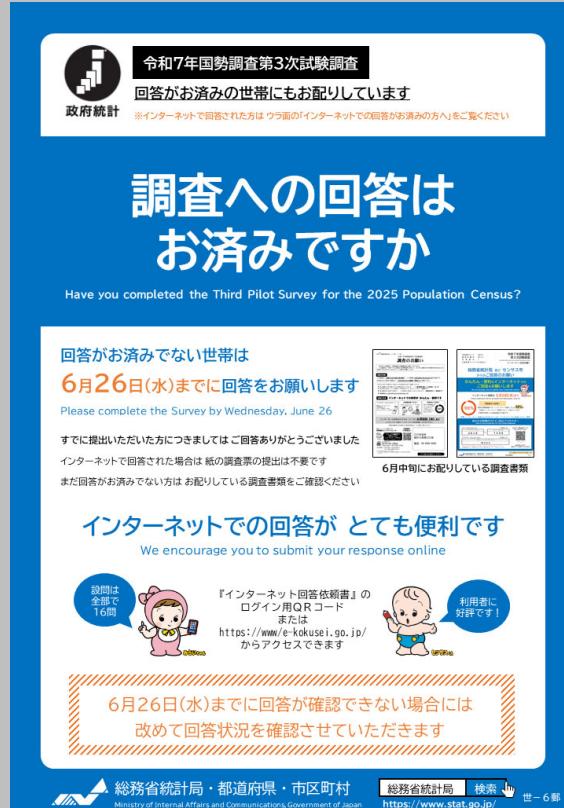
『調査への回答はお済みですか』の郵送
郵便局への差出し日：6月18日（火）
(①に②を三つ折りの上、収納)

①調査書類郵送封筒



※調査書類配布時の
様式と同じ。

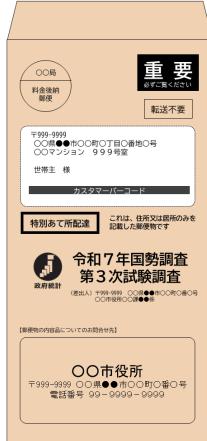
②調査への回答はお済みですか
(調査員調査用の書類を部分修正)



(参考4－3) 督促時の書類・用品(イメージ)

未提出世帯への督促
(1回目)
郵便局への差出し日
7月8日(月)
(①に②～④を三つ折りの
上、収納)

①調査書類郵送封筒



※調査書類配布時の
様式と同じ。

未提出世帯への督促
(2回目)
郵便局への差出し日
7月16日(火)
(①に②を三つ折りの上、
収納)

①調査書類郵送封筒



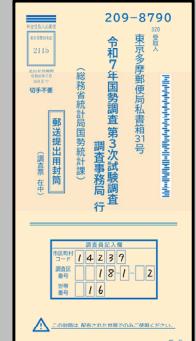
※調査書類配布時の
様式と同じ。



②調査票の提出のお願い (記入のしかたQR版)



③調査票



④郵送提出用 封筒(青字)

II 令和7年国勢調査における 郵送配布方式の導入について（案）

（令和7年国勢調査有識者会議 第5回会合資料）

1. 検討の背景・経緯

○プライバシー意識の高まりによる統計調査に対する協力意識の低下、オートロックマンションや単身者世帯、共働き世帯の増加に伴う面接困難世帯の増加、さらにコロナが生んだ社会の不可逆的な変化（非接触型社会の到来）など統計調査を巡る環境は一層厳しさを増している状況。

- ・調査員の高齢化も進行

令和2年国勢調査の調査員は、60歳以上が6割強、70歳以上は3割強

- ・調査員のなり手不足も深刻

令和2年国勢調査では定員約70万人に対し、実際の調査員数は61.4万人（調査員充足率 R2年：87.6% H27年：94.8%）に留まり、さらにそのうち14.1%は市町村職員



○そのため、令和2年国勢調査の後、地方公共団体からも調査員の事務負担の軽減等に係る要望が多く寄せられたところ。

【主な要望】

- ・調査員の高齢化やなり手不足のため、調査員の事務負担の軽減を検討してほしい。
- ・オートロックマンション等では、調査員の面接が困難であるため郵送配布を検討してほしい。



調査員の事務負担の軽減、調査員数の削減等は喫緊の課題であり、これらに対応する調査方法の一つとして、今後の国勢調査において「郵送配布方式」の導入を検討。

2. 郵送配布方式の導入の前提条件

- 国勢調査の結果は、選挙区の区割りや地方交付税の配分基準、市区町村など地域単位での計画立案、世帯を対象とする他の統計調査の標本設計などに幅広く活用されており、正確な調査結果の提供が必要不可欠。
- 正確な調査結果を得るため、国勢調査ではふだん住んでいる場所（常住地）で調査を実施しており、調査員が担当地域の全世帯を漏れや重複なく現地で確認した上で調査書類を配布し、調査への回答を依頼。
(他の統計調査における境界確認にも活用される『調査区要図』や『調査世帯一覧』の整備、調査票の回収や督促、近隣から世帯員の数を確認する業務なども調査員が現地で担当)
- 第IV期基本計画（令和5年3月28日閣議決定）においても「統計調査の実査段階の統計の品質確保・向上を行う上で、統計調査員は重要な役割を担っている。今後、オンライン回答が困難な調査対象者への対応や、調査環境が悪化する中における協力要請や督促などで報告者の理解を醸成する上で、統計調査員の役割は引き続き重要になると見込まれる。」として、調査員の役割の重要性について言及されているところ。



「郵送配布方式」の導入の検討に当たっては、調査員調査と同様に正確な調査結果を得ることができることが前提条件となる。



3. 郵送配布方式の導入に向けた具体的な検証

○以上の前提条件及びこれまでの試験調査の実施状況等も踏まえると、一つの建物に多くの世帯が居住するオートロックマンション等の集合住宅であれば、管理会社等の協力を得て効率的かつ正確な居住確認を行うことにより、「郵送配布方式」の導入が可能ではないか。



○令和7年国勢調査第3次試験調査（令和6年6月実施予定）において、オートロックマンション等の集合住宅における「郵送配布方式」の導入について実地に検証。

- ※ 茨城県（水戸市）及び栃木県（宇都宮市）と連携し、集合住宅のみから構成される調査区において調査書類を郵送。
- ※ 管理会社から協力を得るプロセス、協力が得られない場合の対応、督促事務の強化、突発事案への対応など、正確な調査結果を得ることが可能か様々な角度から検証。

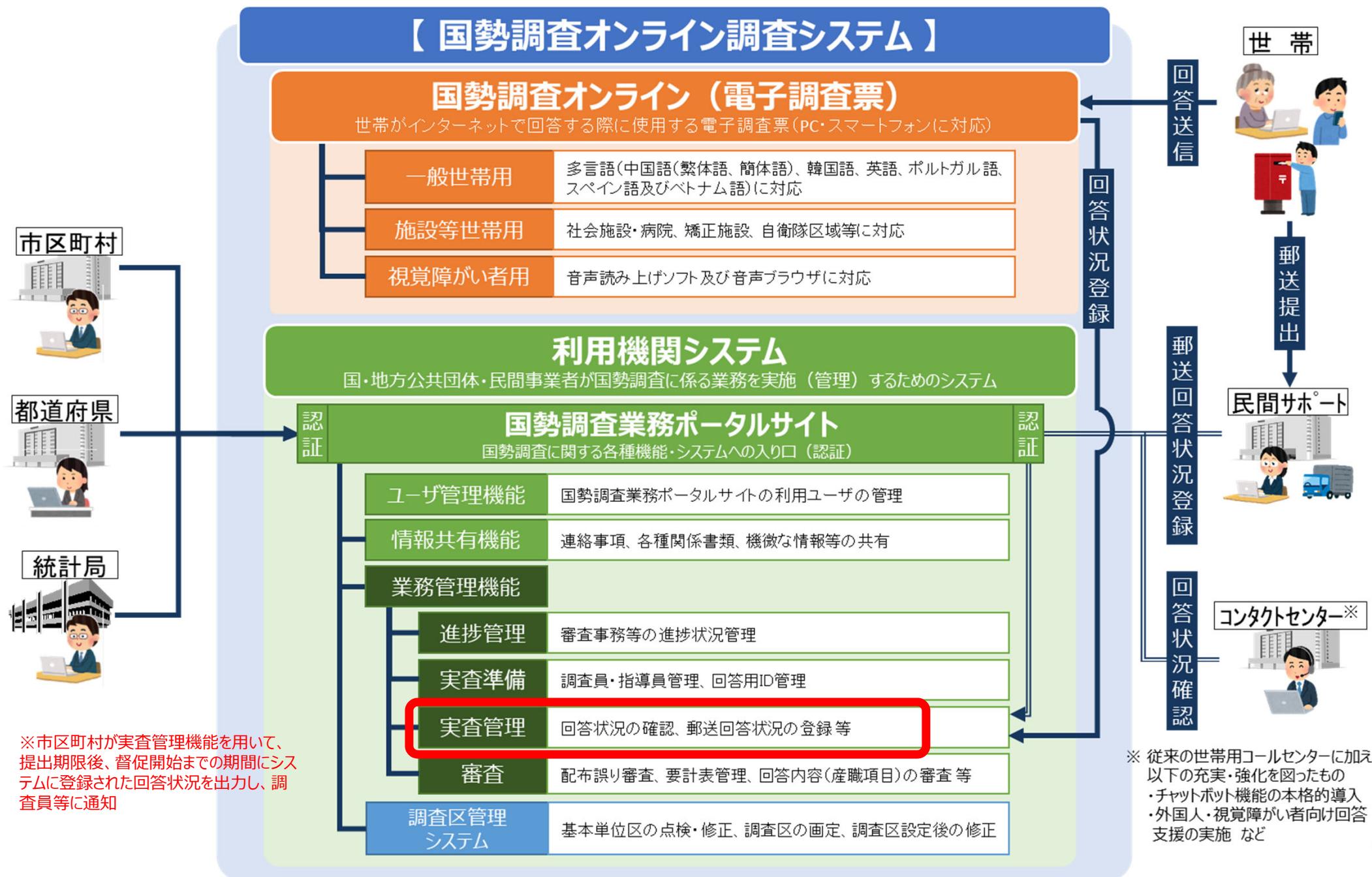


○検証結果を踏まえ、オートロックマンション等の集合住宅がある地域からモデル地域（国において突発的な対応・迅速な支援が可能な関東圏を視野）を選定し、「郵送配布方式」を導入予定。

- ※ 上記のほか、以下のような調査員の事務負担軽減や民間委託の取組も実施
 - ・調査困難地域等において、居住確認ができた時点で調査書類をポスティング
 - ・マンション管理会社等に調査員事務の委託を可能とする枠組み（H27国調で導入済み）

III 令和7年国勢調査における オンライン調査システムの機能改善について

国勢調査オンライン調査システムの概要



国勢調査オンライン（電子調査票） デザイン等の見直し

令和2年調査 回答入力画面（スマートフォン）

国勢調査オンライン

5 配偶者の有無

次の方について、届出の有無に関係なく、配偶者の有無を選択してください。

国勢太郎さん(31歳)

未婚（幼児などを含む） 配偶者あり
 死別 離別

◀ 前に戻る ▶ 次へ進む

留意点・用語解説 +

国勢調査オンラインは、総務省統計局が運営しています。
国勢調査に関するることは、
国勢調査2020総合サイト でご覧になります。

見直し

令和7年調査 回答入力画面（スマートフォン）

国勢調査 オンライン

ログイン 回答入力 入力内容確認 回答送信完了

入力内容の一覧 解説

8 配偶者の有無

次の方について、届出の有無に関係なく、配偶者の有無を選択してください。

国勢太郎さん(35歳)

未婚（幼児などを含む）
 配偶者あり
 死別
 離別

回答入力の進捗が分かるよう全項目に対する何項目かを表示

8項目／全16項目

次へ進む ▶

◀ 前に戻る

国勢調査オンラインは、総務省統計局が運営しています。
© 2024 Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications All Rights Reserved.

国勢調査オンライン（電子調査票） ログイン方法の見直し

令和2年国勢調査：「ログインID」・「アクセスキー」の手動入力

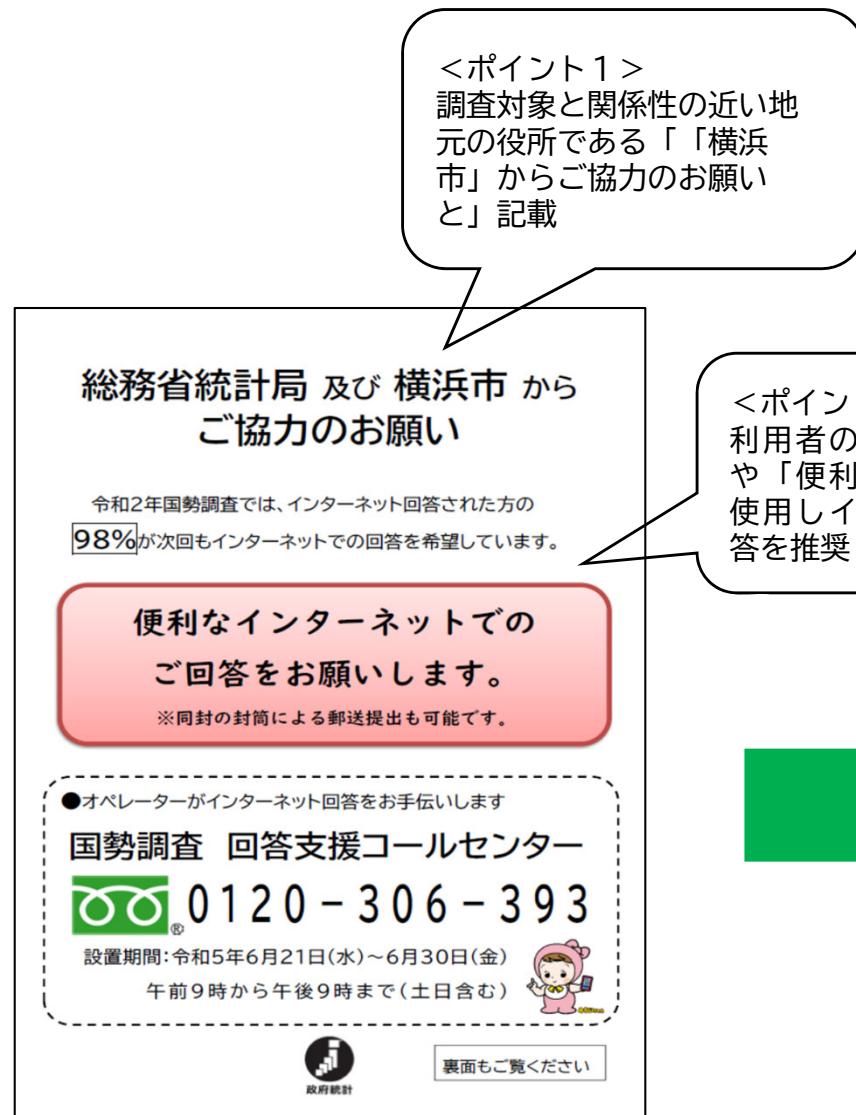


令和7年国勢調査：「ログインID」・「アクセスキー」の自動入力



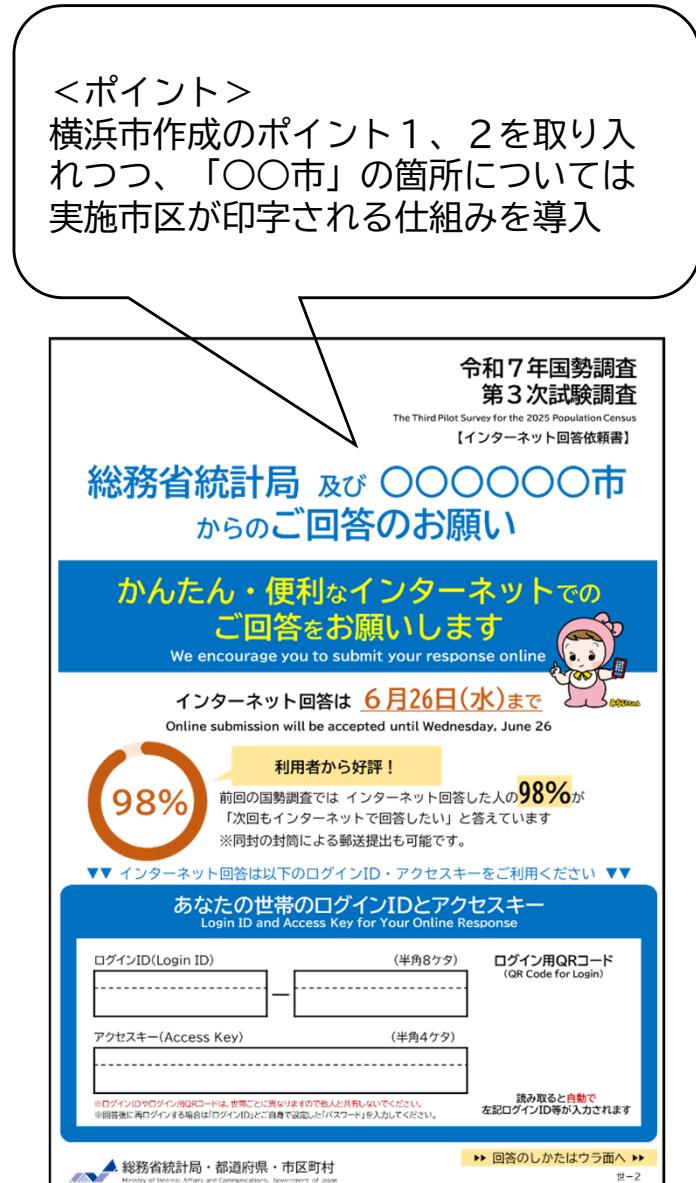
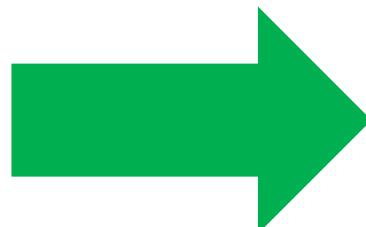
IV オンライン回答促進に向けた取組 (案)

第2次試験調査結果を踏まえた調査関係書類の見直し



<ポイント1>
調査対象と関係性の近い地元の役所である「「横浜市」からご協力のお願いと」記載

<ポイント2>
利用者の満足度「98%」
や「便利」という言葉を使用しインターネット回答を推奨



<第2次試験調査 横浜市作成資料>

<第3次試験調査
インターネット回答依頼書>

V 令和7年国勢調査の 広報・協力依頼の主なポイント（案）

（令和7年国勢調査有識者会議 第4回会合資料抜粋）

I. 広報の主なポイント

- 従来の国勢調査における広報を基本としつつ、調査研究の結果も踏まえ、令和7年国勢調査では、令和6年度・7年度の2か年にわたる広報総合企画を中心とした、一貫性のある広報を実施する。広報総合企画の重点内容（案）は以下のとおりとしたい。

1. 調査実施に係る広報

(1) 広報総合企画を行う上での主なポイント

(ア)マーケティング手法を取り入れた広報

(イ)認知から回答までの変容を意識し

(ウ)前年度からの雰囲気醸成

- 前回調査では、国勢調査に関して一律のメッセージを送っていた傾向
- 前回調査では、国勢調査の実施についての認知後に調査の意義などの内容の理解についての周知を行うことなく回答フェーズを迎えていた傾向
- 前回調査の広報総合企画では、前年度は基本的に調査員募集に係る広報を実施

広報手法のデジタル化の進展等を踏まえた対応

- 世帯の属性や価値基準等に対応した広報クリエイティブを作成
- 前回調査以上に、認知されてから回答までの変容を意識して広報内容を拡充
- 前年度は調査員募集に係る広報を基本としつつ、2か年契約のメリットを活かして調査実施に係る広報を増やすことにより、前年度から国勢調査実施の雰囲気を醸成

I. 広報の主なポイント

1. 調査実施に係る広報

(2) 広報総合企画での重点テーマ等

- オートロックマンションや昼間不在世帯の増加等により年々調査環境が悪化しており、聞き取りの割合は回を重ねるごとに増加
- 令和2年調査において、インターネット回答の割合は4割弱に留まる

(ア)調査の重要性等の理解促進・回答促進

- 調査に無関心な層やプライバシー意識が高い層などに向けて、全員が調査の対象であること、重要な調査であること、回答は義務であることなどを訴え、参加を促す

(イ)インターネット回答の促進

- 世帯に対してインターネット回答が「かんたん・便利・安心」であること、特にスマホならば数秒でログインできることを重点的に伝え、インターネット回答をしてみよう！という気持ちを後押しする

◆ **広く認知を得ることができる大規模な広報（テレビCMなど）とともに、世帯の属性に応じた柔軟なデジタル広報を実施（広報全体の一貫性を確保しつつ、令和6年度に国勢調査の事前周知を行い、令和7年度に本格的な広報を行う）**

- 全世代に広く認知を獲得する手段としてテレビ等のマスメディアを引き続き活用するなど、各種のメディアの特性を踏まえたアプローチ
- 世帯の属性や訴求時期に応じて訴求内容を柔軟に使い分け、デジタル広告の活用を重視するアプローチ
- 周りが回答している、周りがインターネット回答しているなら自分もそれを追いかけよう、といった気質の層を取り込めるような情報感度を意識したアプローチ
- 少し後押しすることで回答する層や、紙による回答からインターネット回答に移行する層へのアプローチ

※ 広報総合企画における調査実施に係る広報については、委託の仕様において、調査研究の各層に対する適切な広報を企画・提案することとしており、調査研究を踏まえた広報計画を検討・実行する予定

I. 広報の主なポイント

2. 調査員募集に係る広報、関係団体・サポーター企業への周知等

- 国勢調査では、全国で70万人近い国勢調査員の確保が必要であり、その多くは町内会からの推薦など地域の方々によって支えられている。高齢化等により、回を重ねるごとに国勢調査員の確保が困難になってしまっており、調査員募集についてのきめ細やかな広報の実施が不可欠
- オートロックマンションや昼間不在世帯の増加等により年々調査環境が悪化しており、関係団体・サポーター企業を対象とした広報の実施が不可欠

(ア)ターゲットを絞った広報の実施

- 以下の者を対象として、調査員業務の内容（業務範囲、応募方法等）、調査の意義・概要、調査員活動の副次的なメリットを訴求する広報を実施
 - ・フルタイム労働をしていない者
 - ・定年退職者
 - ・マンション管理団体、マンション管理会社（組合等）
 - ・高齢者福祉関係団体、高齢者福祉施設等の管理会社
- など

(イ)関係団体・サポーター企業への周知等

- 以下の者を対象として、調査の意義・概要や関係団体・サポーター企業への協力依頼事項を訴求する広報を実施
 - ・マンション管理団体、マンション管理会社（組合等）
 - ・外国人関係団体、外国人就労者を雇用する企業等
 - ・経済団体などの業界団体及び会員企業
 - ・教育関係機関
- など
- ※ サポーター企業のメリットを提案するとともに、国勢調査ロゴマークを作成・配布することを視野

- ◆ 訴求内容の単なる説明に留まらず、**住民目線で身近な活用事例を用いて、国勢調査・国勢調査員の重要性が受け手に響くような内容**での広報を実施（主に令和6年度後半～7年度にかけて実施）

I. 広報の主なポイント

【参考】広報総合企画の主なラインナップ



キャッチコピー

広報キャラクター (タレント等)

テレビCM

最も認知率が高い広報ツール。
費用対効果を勘案しつつ、多くの人に
視聴してもらうよう、コの字型（平日の
朝・夜と土日の終日）など効果的に出稿。

新聞広告

中高年層に特に高い認知率。
効果的な出稿方法を提案により決定。

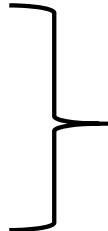
ラジオCM

外国語CMを放送することで、外国人の方も調査対象であることを周知。

各種ポスター、 リーフレット等

- ・「重点訴求内容」が簡潔に伝わるよう、訴求内容のビジュアル化を図り、人々の目に留まる工夫をする。
- ・企業・大学を通じて従業員・学生の方へお知らせすることにより、調査実施に気付くきっかけとする。
- ・小中学校の生徒を通じて保護者向けの調査周知等を行い、調査実施・回答へ気づくきっかけとする。

国勢調査の実施について「認知」されてから「回答」までの変容を意識し、最も効果的な媒体・内容・タイミングで広報を実施



- ・広報全体の方向性を考える上で最も重要な要素
- ・各種コンテンツに組み入れ、統一的な広報展開を実施

動画配信サービス、インターネット広告

「若年層」に強い動画配信サービス、インターネット広告を選定。
サイトにアクセスしたくなる、誘導効果の高い広告内容とする。

※ ソーシャルリスニングツール（広告に対する受け手の反応を把握するツール）
を用いて、広告内容をタイムリーに見直し。

国勢調査 総合サイト

広報のほか、調査自体のコンテンツも組み
入れ、情報発信の拠点として位置付け。

SNS

国からのお知らせのほか、地方公共団体
の動きも紹介し、全国的プロジェクト
であることをアピール。

キックオフPRイベント

調査期日100日前のキックオフPRイベ
ント等の開催。「国勢調査センター企
業」との連携も視野。

PR活動・パブリシティ

テレビの情報番組やネット記事など、多く
の人の閲覧が見込める媒体でのPRで情報
拡散を狙う。

II. 協力依頼の主なポイント

- 令和2年国勢調査における協力依頼の状況等を踏まえ、令和7年国勢調査における協力依頼の重点内容（案）は以下のとおりとしたい。
- なお、協力依頼先のニーズを踏まえた依頼内容となるよう、従前以上に依頼先と密に連携するとともに、十分な周知期間が確保できるよう依頼時期等の必要な見直しを行う。

主な依頼内容

【調査員の確保】

- 団体、企業等における調査員応募の周知・勧奨
- 団体、企業等からの調査員の推薦
- 団体、企業に対する調査員事務の業務委託についての理解促進

など

【調査員活動の支援】

- オートロックマンション等における調査員の活動支援
- マンションの訪問許可、空室状況に関する協力
- かたり調査防止のための情報周知

など

【調査実施の周知・回答促進】

- 企業等施設内での国勢調査周知ポスターの掲示、リーフレット頒布
- 企業等の従業員、施設内での回答依頼、インターネット回答の促進
- 学校等を通じた世帯への回答依頼、外国人の円滑な調査への協力依頼

など

主な協力依頼先

マンション関係団体

外国人・青年関係団体

教育関係団体

大手マンション管理会社

高齢者福祉施設関係団体

経済界・労働界団体

研究機関・シンクタンク

大手企業

病院関係団体

報道関係団体

地方自治体関係団体

各府省

※ このほか、プロスポーツ団体などに対する協力依頼（スタジアムにおけるサイネージ放映等）も視野

など

III. 広報・協力依頼の主なスケジュール (令和6年7月修正版)

	令和6年						令和7年						◎ 調査 期日																	
	1月	2月	3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月																	
主要日程	★ 広報・環境WG（第2回）			● 実施本部発足※1			● 広報キックオフ・イベント																							
広報総合企画	内容検討・仕様書作成	● 入札公告	● 業者決定	広報総合企画の実施																										
調査員募集等に係る広報	調査員募集、事前周知の広報実施																													
調査実施に係る広報	調査実施の広報実施																													
協力依頼	個別の協力依頼	◎各府省 (国交省・厚労省) ◎マンション管理団体 ◎高齢者福祉施設団体	◎各府省(文科省・外務省・厚労省) ◎マンション・高齢者福祉施設管理会社 ◎教育・外国人・経済界・労働界団体等 ◎大学・企業等	◎国交省 ◎マンション管理団体	◎各府省 ◎大手マンション管理会社	◎教育・外国人・経済界・労働界団体等 ◎社会福祉施設・病院 ◎報道関係団体 ◎大学・企業 等	調査世帯への効果的なアプローチ、周知の方法について助言を得る																							
会議開催	オートロックマンションの居住世帯への連続訪問の許可 空室情報の提供依頼等													前年度の助言に基づいた広報協力依頼の実施																
	★※2 各府省連絡会議 (第1回)													★ 各府省連絡会議 (第2回)																

※1 実施本部：各省大臣に対して国勢調査の協力を求めるため、調査日の1年前である令和6年10月1日に総務大臣を本部長とした「令和7年国勢調査実施本部」を発足

※2 各府省連絡会議：各府省の統計主管課室長（実務担当課室長）に対して、円滑な調査への各種協力・支援を得るために開催