

令和7年国勢調査広報業務委託仕様書

1 業務名

令和7年国勢調査広報業務委託

2 委託期間

契約締結日から令和7年（2025年）11月28日（金）まで

3 業務の目的

令和7年国勢調査が正確かつ円滑に行われるよう、県民に調査の実施を広く周知し、調査への理解を得るとともに、オンライン調査の積極的推進を図るため、総務省統計局が全国展開する広報計画と連携しながら、効率的かつ効果的な広報を行う。

具体的には、メディア等を活用した県内全域にわたる広報を実施することにより、調査実施環境の整備を図り、世帯からの確実な回答の提出につなげる取り組みを行う。また、オンライン調査を推進するため、県民への調査実施に対する認知度の向上及びオンライン調査への意識、理解を深め、インターネットによる回答率を高める。

4 国勢調査実施における課題

（1）日中不在世帯への対応

国勢調査は、全ての人・世帯を対象とする最も重要な統計調査であることから、調査への理解・協力を得て円滑な調査実施を図る必要がある。

特に、単身若年層・共働き世帯等の日中不在世帯においては、国勢調査に無関心な層やプライバシー意識が高い層が多く、調査員が説明する機会が少ないため、調査への認知自体を高めるとともにその重要性の理解促進を図る必要がある。

（2）インターネット回答率の向上

令和2年国勢調査におけるインターネット回答率は全国で37.9%となっているが、熊本県は36.3%であり全国を下回っている。一方、国の「公的統計の整備に関する基本的な計画」（令和5年3月28日閣議決定）によると今後5年間で世帯系調査のオンライン回答率について5割以上を目指すとされていることから、インターネット回答の更なる促進に取り組む必要がある。

5 広報業務委託に係る重点事項・取組ポイント

（1）広報の重点テーマ

①調査の重要性等の理解促進・回答促進

- ・国勢調査の実施について、広く周知する広報を実施する。
- ・調査に無関心な層やプライバシー意識が高い層に対しては、調査への認知、調査の重要性等の理解促進を促し、回答までの流れが明確になるような広報を実施する。

②インターネット回答の推進

- ・スマートフォンでは数秒でログインできるため、インターネット回答が「かんたん・便利・安心」であることなど、インターネットでの回答を依頼する広報を実施する。
- ・若年層では郵送・調査員での回答は面倒と感じる傾向にあることから、インターネット回答ができることを認識させ、回答の促進を図る。

(2) 広報の対象

県内に居住する全ての人・世帯（外国人を含む）を対象とする。そのうえで、上記（1）の重点テーマを踏まえ、次に掲げる人や世帯への訴求に重点を置く。

- ・単身若年層、共働き世帯等の日中不在世帯
- ・インターネットを日常的に活用している人や世帯

(3) 広報の時期

下記の調査スケジュールを踏まえ、調査票の配布を開始する9月20日から回答期限である10月8日までの期間を中心に、媒体の特性に応じて効果的な時期とする。

- ・調査基準日 令和7年10月1日
- ・調査員による調査票配布期間 令和7年9月20日～9月30日
- ・インターネット回答期間 令和7年9月20日～10月8日
- ・調査票回答期間 令和7年10月1日～10月8日
- ・調査票督促回収期間 令和7年10月17日～10月27日

6 業務内容

「5 広報業務委託に係る重点事項・取組ポイント」を踏まえ、次の各項目に記載する要件を満たす広報の企画、制作、提示等を行う。また、これらを実施するにあたっては、参考資料（別紙1）を十分に確認するとともに、要件を満たすだけでなく、より効果的な実施方法について提案すること。

また、別紙2「県から提供可能な広報素材について」に、国が作成予定である素材等について記載しているので、必要に応じて活用すること。

以下に記載の媒体については、提示先、期間等を拡大して提案することは差し支えない。

(1) テレビCM

①業務

テレビスポットCMの放送（15秒CM）に係る放送枠の確保、放送日の調整、放送局との連絡調整等。

なお、CM素材は県が貸与するが、より効果が見込まれる場合には独自にCM素材を作成することも可能とする。

②放送局、出稿パターン

ア 放送局は、2局を選定する。なお、国においても各地方のテレビ局に出稿を予定しているため、出稿先や内容については調整の可能性がある。

イ 出稿パターンは、受託者の提案によるものとするが、調査のスケジュールを踏まえ効果的なものとする。

※ 国におけるテレビCMの概要

・調査時期に合わせて訴求内容を変えたCMを放送

①調査開始編：9月16日（火）～9月30日（火）

②締切間近編：10月1日（水）～10月8日（水）

(2) ラジオCM

①業務

ラジオスポットCMの放送（20秒CM）に係る放送枠の確保、放送日の調整、放送局との連絡調整等。

なお、CM素材は県が貸与するが、より効果が見込まれる場合には独自にCM素材を作成することも可能とする。

②放送局、出稿パターン

ア 放送局は、2局を選定する。

イ 出稿パターンは、受託者の提案によるものとするが、調査のスケジュールを踏まえ効果的なものとする。

※ 国がラジオ広告素材（松平健さんによる20秒の音声素材）を作成予定

(3) 新聞広告

①業務

新聞掲載枠を確保し、県が貸与する版下データを使用して画像データを組み立て、広告を掲出するが、より効果が見込まれる場合には独自に版下を作成することも可能とする。

②貸与する素材の内容等

別紙2「県から提供可能な広報素材について」参照

③媒体、掲出サイズ及び掲出希望日

ア 媒体：熊本日日新聞

イ 掲出サイズ・掲出日

掲出サイズ・掲出日は、受託者の提案によるものとするが、調査のスケジュールを踏まえ効果的なものとする。

※ 国は、調査書類配布が始まる9月20日（土）、紙調査票提出が始まる10月1日（水）の2日、全国紙に新聞広告（カラー全5段）を出稿予定。

(4) 生活情報誌等を活用した広報

生活情報誌やフリーペーパー等に掲載する広告を作成し、掲載すること。

掲載する広告は、国が作成する広報用版下等の活用を想定しているが、より効果が見込まれる場合には独自に広告を作成することも可能である。

媒体や掲載の時期については、受託者の選定によるものとするが、年齢層など可能な限りターゲットを設定し、調査のスケジュールを踏まえ、効果的なものとする。

(5) デジタルサイネージ等を活用した広報

繁華街や大型ショッピングセンター、駅・公共交通機関など人が集まる施設等におけるデジタルサイネージを活用した広告を作成し、実施すること。

実施する広告は、国が作成するデータ等の活用を想定しているが、より効果が見込まれる場合には独自に広告を作成することも可能である。

媒体や掲載の時期については、受託者の選定によるものとするが、年齢層など可能な限りターゲットを設定し、調査のスケジュールを踏まえ、効果的なものとする。

なお、熊本市においても繁華街等における広告を予定しているため、実施先や内容については調整の可能性がある。

(6) SNS・動画配信等インターネットを活用した広報

効果的な媒体を選定し、県内に居住する全ての人に対するインターネット広告を配信する。特に調査に無関心な層やプライバシー意識が高い層に対して、その対象ごとに効果的な媒体・時期等のインターネット広告を配信する。

配信する広告は、国が作成する動画等を想定しているが、より効果が見込まれる場合には独自に動画等を作成することも可能である。

媒体や配信の時期については、受託者の選定によるものとするが、年齢層など可能な限りターゲットを設定し、調査のスケジュールを踏まえ、効果的なものとする。

なお、この広告は熊本県内からアクセスしているユーザーに限定して表示すること。

(7) 県広報パネルの制作等及びポスター・リーフレットの印刷・利用

県と協議の上、広報パネルを制作（B1サイズの大きさ、3基以上、脚部分は自立可能な構造）し、県が指定する場所において設置及び撤去すること。

パネルのデザインは、受託者の提案によるものとし、イベント等の来場者の目を引く工夫がなされたものとする。

また、国において実施する回答啓発事業において作成されるオンライン回答啓発用ポスターやイベント等で配布されるリーフレットの版下データを活用したポスターやリーフレットの印刷・利用を行う。

設置・利用場所及び期間については、下記（8）及び（9）で実施する広報イベント会場での利用を必須とするが、これ以外にも設置・利用場所を提案することは差し支えない。

(8) 熊本市中心部における広報イベント

以下の内容を含むイベントを運営すること。具体的な実施内容等は受託者において企画提案し、必要な人員も受託者で準備すること。

なお、実施に当たっての留意点は次のとおり。

①日時

令和7年（2025年）9月6日（土）午前9時から18時まで

②場所

熊本市中心部（県において「びぶれす広場」を仮予約済み）

③内容

イベントの様子がメディアで取り上げられ、広く一般に認知される可能性を高めるようなイベント内容とする。

- ・特にインターネット回答を促進するため、イベント会場では、オンライン回答体験コーナーの設置など多くの人が体験できる仕組みを取り入れること。
- ・オンライン回答体験用のソフトウェアは県において準備するが、体験に必要なタブレット等のハードウェアについては、別添の要件を満たした物（5台）を受託者において準備すること。
- ・国勢調査の公式キャラクターであるセンサスくんの着ぐるみを総務省統計局から貸与を受け準備するので、受託者において活用すること。

(9) その他の広報イベント活動

若年層の回答促進、高齢者層へのインターネット回答の促進を目的として、熊本市以外の市町村における集客が見込まれる1か所以上の施設又はイベント会場等において、国勢調査実施前に広く県民が参加する広報活動を実施すること。

なお、実施期間や回数、具体的な実施内容等は受託者において企画提案し、必要な人員も受託者で準備すること。

特にインターネット回答を促進するため、イベント会場では、オンライン回答体験コーナーの設置など多くの人が体験できる仕組みを取り入れること。

(10) 自由提案

上記(1)から(9)に掲げる広報以外に、県民への国勢調査の周知を図るための効果的な独自の広報手法を1つ以上提案し、実施すること。

なお、啓発を目的としたノベルティの作成や配布は可能であるが、国勢調査は全ての人に回答の義務があることを踏まえ、懸賞の実施、商品・賞金の配布等は行わないこと。

7 企画にあたっての留意事項

(1) 広告全般に関し、次の点に留意すること。

- ・国勢調査の意義や役割・重要性を県民に分かりやすく伝える内容にすること。
- ・単身若年層、共働き世帯等の日中不在世帯、インターネットを日常的に活用している人や世帯など、県民の態様に応じた効果的な広報の工夫がなされていること。
- ・外国人世帯を含めて幅広い人や世帯に対応するため、国勢調査2025キャンペーンサイト用QRコードを積極的に活用すること。
- ・インターネット回答意欲を強く促す工夫がされていること。

- (2) 広報等のデザインについては、別紙2の素材を活用するほか、より効果的なデザインがある場合等は、デザインについても提案すること。
- (3) 別紙2の素材については、企画提案及び業務の実施目的に限るものとし、使用にあたっては、所定の手続きが必要となる場合があるので留意すること。（「令和7年国勢調査 広報制作物の転用ガイドライン」参照）
- (4) 別紙3「令和7年国勢調査における国の広報の概要」を参考に、相乗効果が見込まれる広報を検討すること。

8 受託者の善管注意義務

- (1) 県が貸与する物品については、当該委託業務終了後に速やかに県に返還すること。
- (2) 県が貸与する物品については、紛失や破損がないよう善良な管理者の注意義務をもって管理するとともに、仮に、紛失や破損があった場合には、県に報告し指示を受けるものとする。
- (3) 県が貸与する物品については、当該委託業務以外に使用することを認めない。また、県の許可なく、物品に収録されている情報の複製及び第三者への譲渡を禁止する。

9 業務完了後の提出書類等

- (1) 実績報告書
 - ① 製作物 1式
 - ② 全ての製作物の電子データを保存した電子媒体 1部
 - ③ 上記6の実施内容や結果が確認できる報告書 1部
- (2) 提出期限
令和7年（2025年）11月28日（金）

10 その他

- (1) 受託者は、本業務全般において、事故等が発生しないように、十分な安全対策を行うこと。
- (2) 受託者は、業務上知りえた秘密を漏らしてはならない。業務委託契約が終了した後も同様とする。
- (3) 本業務の実施にあたっては、随時、進捗状況の報告を行い、受託業務の円滑な遂行に努め、具体的な事項については、県と十分協議の上決定する。
- (4) 本業務にあたり使用する画像等の著作権・使用权等の権利については、受託者において使用許可を得ること。なお、県が貸与する素材を用いる場合には県に協議すること。
- (5) 本業務の実施にあたり、本仕様書に定めのない事項及び疑義が生じた場合には、委託者と受託者の協議により決定する。
- (6) 本業務により制作した成果物（電子データも含む）の著作権及び使用权は、県に帰属する。