

令和7年国勢調査広報業務仕様書

1 目的

令和7年国勢調査の実施に当たり、前回令和2年国勢調査の結果を踏まえ、県内の特定の対象者に重点を置き、静岡県としての広報を展開する。県民に対して国勢調査への参加協力を広く呼びかけるとともに、インターネットによる回答が円滑に行われるように、理解、信頼、行動の促進を図ることを目的とする。

そのために、テレビ、ラジオ、新聞などの主要な媒体を活用するとともに、特定の対象者（若者、外国人、オートロック式マンション居住者、インターネット回答率の低い地域住民など）に対しては、特性に応じたきめ細かな広報を展開し、インターネットによる回答の促進を重点的に図る。

2 業務の内容

目的を達成するため、国による全国共通の広報と連携しつつ、以下の多様な媒体等を活用し、国勢調査への理解と参加を促しインターネット回答を推進する、県内住民向けの広報を実施する。

(1) テレビ・ラジオによる広報

ア テレビ・ラジオスポットCM

- ・国（総務省）制作スポットCMを提供するため、制作の必要はないが、CM素材複製転用費用が必要。
- ※複製経費は、別紙令和7年国勢調査 広報素材リサイズ・楽曲素材利用等概算費用一覧のとおり
＜国（総務省）制作スポットCM素材＞

種 類		長さ（規格）
テレビ	①調査開始編（9/16～30 放送用）	各 15 秒 (MP4、MOV、WMV、MXF(OP-1a)、MPEG-2)
	②締切間近編（10/1～8 放送用）	
ラジオ 音声	①日本語版 ②英語版 ③中国語版 ④韓国語版 ⑤ベトナム語版 ⑥スペイン語版 ⑦ポルトガル語版 ⑧BGM（マツケンサンバⅡ）	各 20 秒 (MP4、WMV)

なお、楽曲素材「マツケンサンバⅡ（国勢調査バージョン）」及び楽曲素材を使用した広報制作物の使用はテレビCM以外は使用しない。

イ 放送計画

下表のとおり実施するものとする。

放送局	A 調査期日前:9/13～9/30	B 調査期日後:10/1～10/8
静岡放送	400GRP以上 注：A期間に重点を置くこと。A：B＝2：1程度 GRP計画は、2025年VOL.24の前4週平均数値を使用する。 なお、国(総務省)制作スポットCM素材を使用した放送は300回を上限とする。	
SBSラジオ K-MIX	60本以上 注：一般県民又は特定対象者向けに効果的な放送時間帯等を工夫すること。	

ウ テレビ・ラジオを活用したその他の企画

上記指定のスポット CM 以外にも、パブリシティなど、テレビ・ラジオを使った有効な広報の提案をすること。

(2) 新聞広告

ア 原稿作成

国（総務省）が原稿を提供するので作成する必要はないが、別途編集作業が必要である。

イ 掲載計画

○指定枠

下表は指定であるので必ず実施すること。（モノクロ可）

掲載日	地方新聞（県内全域をカバーし発行部数 50 万部以上） （全県版 朝刊）
9 月 20 日（土）	突き出し
10 月 1 日（水）	全 5 段
10 月 7 日（火）	突き出し

○自由枠

掲載日、朝・夕刊別、掲載ページ、掲載スペースを自由に決めて掲載する。

ただし、次の条件を満たすこと。

- ・掲載紙：地方新聞（県内全域をカバーし発行部数 50 万部以上）（全県版）
- ・掲載期間：9 月 13 日（土）～10 月 8 日（水）
- ・種類：突き出し以上
- ・最低掲載回数 1 回

なお、国（総務省）は、9 月 20 日（土）及び 10 月 1 日（水）に、全国紙 4 紙（朝日・読売・毎日・日経）朝刊に全 5 段で広告を掲載

(3) 交通広告

県内の静岡鉄道、遠州鉄道、伊豆急行、天竜浜名湖鉄道、大井川鉄道、岳南鉄道、伊豆箱根鉄道、しずてつジャストライン、東海自動車、富士急行の有する電車及びバスにポスター掲示し、県内の J R 東海、J R 東日本の駅構内へポスター掲出を行う。

ア 掲出物

国（総務省）が制作・提供するポスター

提供予定枚数：B 1 縦 120 枚、B 3 横 1,200 枚

イ 掲出内容及び期間

原則として、9 月 13 日（土）から 10 月 8 日（水）までの間を中心に可能な限り多くの交通広告を効果的に掲出する。

(4) 県庁本館前大型掲示板の掲示

9 月 1 日（月）から 9 月 30 日（火）まで県庁本館前大型掲示板を作成し掲示する。仕様については、別紙令和 7 年度県庁本館前大型掲示板への掲示業務仕様書のとおり。

(5) 静岡駅構内におけるプロモーション

令和 7 年 9 月 19 日（金）に、J R 静岡駅構内において国勢調査プロモーション活動を行う。

なお、着ぐるみマスコット及び配布物は県が用意し、ＪＲ静岡駅に対する依頼も県が行う。

(6) 県内Ｊリーグチームとのプロモーション

静岡県内のＪリーグチームと連携した国勢調査広報活動を実施し、ホームゲームで国勢調査プロモーション活動を行う。

なお、会場等で配布する広報用品は県が用意する。

(7) ウェブ広告・SNS 広告

インターネット回答の推進を目的として、Web 広告・SNS 広告を活用したターゲット別広報を実施する。媒体特性を活かした最適なターゲティングと表現方法を提案すること。

また、広告の実施については、県と協議の上、必要に応じて最適な方法に見直す等、最大の広告効果を図るよう努めること。

なお、国（総務省）制作広報用素材を提供するため、制作の必要はないが、複製転用費用が必要な場合有り。

＜国（総務省）制作広報用素材＞

種 類	規格等
①インターネット広告用素材（動画）	6 秒（MP4）
②キャンペーンサイトバナー素材（8 パターン）	JPEG

提案には以下を含めること。

- ・使用媒体（例：LINE 広告、Google 広告、YouTube 広告、等）
- ・配信ターゲット（地域・年齢層・属性等）
- ・配信期間と１日当たりの予算
- ・表示回数（インプレッション数）、想定クリック率・反応率
- ・単価（CPM・CPC など）および費用積算根拠

※SNS アカウント運用型の投稿・管理業務は本業務の対象としない。

※なお、楽曲素材「マツケンサンバⅡ（国勢調査バージョン）」及び楽曲素材を使用した広報制作物の使用はしない。

3 業務の対象者

国勢調査においては、全県民を対象に調査の周知と協力を呼びかけることが基本であるが、過去の調査結果や社会的特性を踏まえると、一定の属性・居住環境にある県民の中には、調査への参加やインターネット回答に対して、理解不足や不信感を持つ人々がいる。

本業務では、こうした協力が得られにくい人々に向けて、特性、特徴に応じたきめ細やかな広報を重点的に行い、インターネット回答の理解促進と実行を後押しすることとする。

なお、各対象者に対する施策は、前項「2 業務の内容」に示す媒体・手法のうち、対象者の特性、特徴に応じて適切なものを選択・組み合わせて実施するものとする。

(1) 一人世帯の若者（学生・就業者）

ア 趣旨

- ・若者は、スマートフォン等での情報接触が主であり、国勢調査の存在やインターネット回答方法への関心が低い傾向にある。国勢調査への参加意義を伝え、「調査が自身にも関係する」ことを周

知らせる広報が求められる。

イ 広報方針

- ・ SNS 広告、Web 広告、動画、音楽、インフルエンサー起用など、若年層との接点を重視した手段を活用
- ・ 回答の安全性・所要時間の短さ、回答しやすさを強調し、回答を促進

(2) 在日外国人

ア 趣旨

- ・ 在日外国人の中には、言語的な障壁等により、国勢調査そのものやインターネット回答方法の理解が難しい人々がいるため、理解と信頼の形成を第一とする広報が求められる。

イ 広報方針

- ・ 各外国語対応を前提とした SNS 広告や、生活動線に近い媒体の活用（外国人向けアプリ広告、店舗・学校等）
- ・ 国勢調査が「自身に関係するもの」と伝える内容設計
- ・ 通訳サポートや相談窓口の案内との連携も可
- ・ 各外国人が居住する地域別の各広報活動

(3) オートロック式マンション居住者

ア 趣旨

- ・ オートロック式マンションは、居住者との接触や配布物の投函が困難なことから、調査そのものが認知されず、回答行為につながらない恐れがある。また、セキュリティ意識が高い居住者が多いと考えられることから、「人に会わず、紙でなくても回答できる」こと、及び「調査票情報は目的以外に使用することはなく安全に管理されること」の周知が重要である。

イ 広報方針

- ・ 位置情報ベースの SNS 広告（例：該当エリアのピンポイント配信）や、宅配・フリーペーパー媒体などの活用
- ・ マンション内掲示板、エレベーター広告など「物理的に接点を補う手段」の検討も可
- ・ 国勢調査が「自身に関係するもの」と伝える内容設計
- ・ 回答の安全性・所要時間の短さ、回答しやすさを強調し、回答を促進

(4) インターネット回答率が低かった地域の住民

ア 趣旨

- ・ 令和 2 年国勢調査の結果においてインターネット回答率が相対的に低かった地域の住民を対象とし、インターネット回答の便利さを伝える、また、インターネット回答に対する不安・不信感を払拭する広報を行う。

イ 広報方針

- ・ 地域特化のエリア広告（LINE、Google、YouTube 等）、地元 FM やケーブルテレビとの連携等、地域住民に密着した広報を行うこと。
- ・ 現地でインターネット回答支援イベントや相談会を行うこと。
- ・ インターネット回答が「簡単で安全」であることを伝え、紙によらない選択肢として浸透させること。

ウ 対象地域

- ・伊豆半島地域（沼津市、熱海市、三島市、伊東市、下田市、伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町）

4 業務実施上の共通条件

(1) 実施期間

本業務に基づくすべての広報活動は、令和7年10月8日（水）までに完了すること。

(2) 予算の範囲内での実施

すべての広報施策は、当該委託業務の予算の範囲内で完結するよう設計・調整すること。

(3) 業務構成の整理

本業務における各施策は、対象者、使用媒体及び手法、伝える内容を明確にし、目的に即した適切な広報手段として構成されていること。

(4) 権利の帰属

本業務の成果物に係る権利は、全て静岡県に帰属する。