

# 平成22年国勢調査関係者会議の 事前説明時における意見

参考2

(調査を取り巻く環境)

- 国勢調査の調査票を記入することは国民の義務とのものであるが、何のために調査を行うか分からない人が多いのではないか。直接的な影響がないので、関心がないのではないか。直接的な影響があれば、もっと協力的になると思う。
- 行政機関が保有するデータに対する信頼度が低下している。また、個人情報保護法の施行により、調査への理解・協力を得るというハードルが高くなってきているのではないか。
- 都市部では、いろいろな問題が生じているが、その他の地域では、それほど問題は生じていないと認識。この状況は国勢調査も同様ではないか。

( 広報体制 )

- 国勢調査の必要性を理解してもらい、協力してもらう体制を作ることが重要。
- 折に触れて国勢調査のPRを行い、関心を引きつけることが必要。
- 総務省が全国組織に周知活動をした上で、地方公共団体も総務省の動きに併せて、地方組織にアプローチすれば、広報効果も上がる。
- 地方公共団体においても国勢調査の周知のため、地方紙等で広報を頻繁に行うことが必要。
- 統計GISプラザをPRすれば、それを活用する学校があるのではないか。

( 広報体制 ( つづき ) )

- 小学生に100%教えようとする、途中であきてしまう。むしろ20%ぐらい教えて、あとは自分で考えさせる。それにより、疑問が生じて自分で解決しようとする。考えることで、「言われるからする」のではなく、「自分から進んでする」というように、受動的なものから能動的に変わる。これは、小学生の指導の仕方だが、国勢調査の広報の基本的な部分に通じるのではないか。
- 現在、取り入れている「調べ学習」が浸透していけば、学力向上にもつながるし、統計そのものに対する理解も進むのではないか。

( 広報媒体 )

- 広報媒体として、名刺サイズのカレンダーや、文庫本のカバーに国勢調査の印刷を入れるのがよい(文庫本のカバーは、電車などで周りの人の目に触れるなど、広報効果大)。
- 卓上カレンダー等の広報媒体に、名前やクレジットを入れているものが多いが、キャッチフレーズだけを入れる方が使ってもらえる確率が高い。  
また、キャッチフレーズだけを広報したとき、「なんだろう」という疑問が生じ、後で気になってもう1回見たくなくなるという衝動にかられる効果も期待。

( 参集団体における協力可能な内容 )

- 機関誌やホームページへの掲載。
- 会議の場での説明や資料配布。
- 学校の先生による研究会の場での国勢調査のPR。