

主な意見

(国民の理解促進)

- 国民の理解の促進を、国を挙げて、あらゆる媒体を通して行う必要がある。
国勢調査の意義や必要性について、国民に十分理解されていないので、国民サイドに立って、分かりやすく説明すべき。
調査の意義には色々あるが、それは並列ではなく、国勢調査は代議制民主主義、近代国家の基礎であるということが第一。
自分の住んでいる所にどのような財政的な裏付けがされているかなど、国民にとっても密接に関わりのあるデータであることを分かってもらう必要がある。また、国勢調査は情報の宝庫であり、有効に使うという観点も必要。
調査結果からどういうことが分かるかという分析や用途について、事後の広報をもっとした方がよい。

(教育への取り組み)

- 公共心の薄さというのは教育問題に絡むので、教育面への働きかけの検討も必要。
教育の場で早い時期から国勢調査の意義を取り上げることも必要。

(その他)

- 外国人が調査に協力すると強制退去につながるのではないかといった心配があるので、調査に協力しても他のことにならぬという点も含めて伝えていかないといけない。
- 5年後の調査に向けてどういうPRをするか、今から準備を始めてもいい。

(調査員への信頼確保)

- 調査員を使う場合、身分証等の存在証明をしっかりとる必要がある。
従来は非常勤の国家公務員である調査員は信頼できる存在であったが、今回、世帯とのトラブルや調査票の詐取事件により調査員の信頼性を損ね、そのための報道も散見。それを踏まえた上で議論しないと国民に理解されない。

(申告義務について)

- 日本でも法律上は罰則規定がある。調査に応じることが協力なのか、義務なのかを含めて考えなければならない。
○ 国勢調査に答えることは国民の義務である。プライバシーの話も分かるが、義務との兼ね合いが問題。

2-1 調査に対して国民の理解を得るための方策について

(1) 従来の方策と問題点

方 策	内 容	問 題 点
<p>広報及び環境整備の実施</p>	<p>1 「広報基本方針」を作成し、以下の点等を明確化 訴求事項、訴求対象を明確にした効果的な広報の実施 国における全国的な広報展開、地方における地域に密着した広報展開の一体的な推進</p> <p>2 全国民を対象とした広報展開（9月以降集中的に実施） （テレビ、新聞広告、雑誌、ポスター等の様々な媒体を通じ、国勢調査の意義と実施の周知に重点を置いた広報を実施）</p> <p>3 訴求対象を明確化した広報等の展開 若者向け 若者向けポスター、若者向け雑誌、イベントの開催、インターネットやiモード（携帯電話）による広報 外国人向け 外国語メディアの活用、大使館等への協力依頼 オートロック・マンション等 マンション用ポスターやチラシの作成、 管理人・管理会社等への協力依頼の強化 プライバシー意識の高まりに配慮した広報 ポスター、新聞広告、政府広報紙、インターネット等により、個人情報保護の記述に重点を置いた広報を実施</p>	<p>1) 広報実施時期が調査日の前後に集中</p> <p>2) 調査実施年以外における広報の不実施 ・予算の制約もあり、調査実施年の調査日前後に広報を集中的に実施。必ずしも周知が十分行き届いていない実態。</p> <p>3) 調査の意義についての広報の不足</p> <p>4) 調査実施のお知らせ型広報が多い ・予算の制約により、調査実施の周知に重点を置かざるを得ない。どうしても調査の意義や調査事項の必要性に係る広報の取り組みが不十分。</p> <p>5) 調査協力へのお礼など事後広報の不実施</p> <p>6) 国勢調査結果についての国民への還元不足 ・報告書やホームページにより調査結果を還元しているが、分かりやすくするという面で工夫が必要。</p>
<p>その他</p>	<p>1 国民参加型のイベントとして次のようなものを実施 国勢調査の標語・ポスターの公募 新聞社等と連携して、人口予想クイズを実施</p> <p>2 様々なパブリシティ対策を展開 社会部記者や論説委員を対象とした説明会の開催 国勢調査を題材としたシンポジウムを開催・TV放映 総務大臣の調査実施状況（老人ホーム）視察 総理大臣の調査票提出場面の報道</p>	<p>1) 国民の参加意識を高める工夫の不足 （アメリカの「Be Counted」キャンペーンやイギリスで「Count Me In」をスローガンに掲げるなどの国民の参加意識を高める工夫を実施）</p> <p>2) 効果的なパブリシティ対策の不足 ・オピニオン・リーダーの理解を得る工夫が不足。 ・調査計画立案の段階から、調査の実施について国民の理解を得る方策を講じていない。</p>

(2) 新たに考えられる方策と取り組み例

新たに考えられる方策	考 え 方	取 り 組 み 例
<p>普段からの広報の実施・調査結果の国民への還元</p>	<p>○調査実施が差し迫った段階だけで広報を行うのではなく、普段から国勢調査の意義について国民の理解を得るための広報を実施する。</p> <p>○調査結果を分かりやすく国民に還元する。</p>	<p>○国勢調査の意義や利用例、次期調査の検討状況について常時国民に知らせるためのホーム・ページの開設</p> <p>○国勢調査結果を解説した分かりやすいパンフレット等の作成</p> <p>○国勢調査の結果により、国民が身近なことを知ることができるホームページの提供(アメリカ:「ファクトファインダー」などの例)</p> <p>○国勢調査を含む、統計調査全体の広報を通年で実施</p>
<p>国勢調査の意義や調査事項の必要性に係る広報の強化</p>	<p>調査実施の周知だけではなく、国勢調査の意義や調査事項の必要性についても重点を置いて広報を行う。</p>	<p>○国勢調査の意義等について効果的な広報を検討</p> <p>○国勢調査結果の利用例を分かりやすく広報</p>
<p>国民の参加意識を高める工夫</p>	<p>国民の参加意識を高めるための広報やイベントを実施。</p>	<p>○参加意識を高めるための標語やポスターの工夫</p> <p>○キャラバン隊などによる話題づくり</p>
<p>パブリシティ対策の強化</p>	<p>マスコミや有識者に国勢調査の意義への理解を促し、積極的に取り上げてもらうよう働きかける。</p>	<p>○オピニオン・リーダーを通じ、調査への協力を働きかける</p> <p>○新聞記者等に調査の意義について理解を図るための材料や場を充実する</p> <p>○新聞・放送の理解と協力を得る</p>
<p>教育への取り組み</p>	<p>教育の中で国勢調査等、統計調査について啓発を図る取り組みを行う。</p>	<p>○総合的学習の時間などで利用できる統計教材の開発</p> <p>○教員向け講習会などの開催</p>
<p>調査の企画について国民の意見を聞く仕組みの導入</p>	<p>アメリカのセンサス・アドバイザー・コミッティのように、調査の企画段階から各層の国民の声を反映する方策を講ずる。</p>	<p>○マンション業界、プライバシー団体、ユーザ関係団体のほか、郵政公社、地方団体などを構成員とする協議会を発足させ、恒常的な連携体制を構築</p> <p>○検討状況を知らせるホームページの開設や前広なパブリックコメントの実施</p>

2-2 調査への協力確保に関連する課題

(1) 個人情報保護対策及び調査員の信頼確保について

ア 世帯の個人情報保護意識に配慮した調査方法

(世帯の不安等)

調査員が開封して見るのではないか
調査員が秘密を他に漏らすのではないか
調査の過程で秘密が漏れるのではないか
個人情報が他の行政目的に利用されるのではないか
個人情報保護法があるから、情報の提供は拒めるのではないか



(対応策)

・調査員が関与しない提出方法の採用
・調査員が開封できない仕組みの導入
・開封したことを確認でき、ペナルティを課せる仕組みの導入
(現在は、解任しか方法がない)
・調査員等に守秘義務が課せられていることの周知
・秘密を他に漏らした場合、統計法の罰則を適用(告発)
・新たな行政上のペナルティの創設
秘密保護対策全体についてより詳細に周知
統計目的外の利用が禁止されていることの周知
個人情報保護法の趣旨と、統計調査における秘密保護を分かりやすく説明

イ 調査員等の信頼確保や身分証明の強化

(世帯の不安)

国勢調査員とはどういう人なのか分からない
本当に調査員かどうか信用できない
かたり調査ではないか、疑わしい
前に来た調査員と違うような気がする
本当に調査員や市町村からの問い合わせかどうか信用できない



(対応策)

国勢調査の仕組みや調査員についての周知
調査員の身分証明の強化
・調査員証への写真掲載、市町村等に調査員であると確認できる仕組みの導入、偽造できない証明(バッジ等)の携帯等
・かたり調査に対する罰則の適用
世帯に渡す書類に記載した番号等で、同じ調査員あるいは市町村からの問い合わせと確認できる仕組みの導入

(2) 申告義務について

ア 現行制度の評価と今後の対応

現行制度	評価	今後の対応(案)
申告義務の法定 (統計法第5条、国勢調査令第10条)	<ul style="list-style-type: none"> ○納税と同じく国民の義務と規定することによって、調査の実施が国家施策として重要との位置づけ ○申告義務を周知することにより、世帯の協力確保に寄与しているとの評価 	<ul style="list-style-type: none"> ○調査が重要であるため、申告義務が法定されていることをより積極的にアピールする。 ○具体的には、TVスポットやポスターをはじめとする様々な広報に「申告義務」があることを盛り込む。
申告義務違反及び申告を妨げる罪について罰則の法定(統計法第19条)	<ul style="list-style-type: none"> ○国勢調査で罰則を適用した例はない。他の統計調査でも適用は稀 ○罰則があることで、調査への協力を暗に促し、調査の精度向上に寄与していると考えられる。 ○ただし、国民の理解を得て調査を行うとの考え方及び国民の反発の懸念から従来積極的な周知は行っていない。 	<ul style="list-style-type: none"> A 調査に次第に協力が得られにくくなっていることを勘案し、悪質なケースについて実際に罰則を適用(刑事告発)。 B 国民の理解を得て調査を行うという趣旨から、今後とも罰則の適用はしない。

イ 罰則の適用について

効果	外国の例	問題点・課題
<ul style="list-style-type: none"> ○調査への協力を確保し、調査の精度を高めることに貢献する。 ○罰則があっても適用がなければ、事実上「死に法」として、規定の意味がなくなるおそれがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○イギリスの2001年センサスでは、92件を申告義務違反で送検(内、32件は調査票の提出があり取り下げ、10件は技術的な理由で取り下げ) ○西ドイツでは、87年調査時に罰則を適用したが、拒否運動が拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ○調査について理解が得られなければ、逆に組織的な拒否などにつながるおそれがある ○どのようなケースを告発するかについて基準を明確にすることが必要 ○マンションの調査において、調査員を立ち入らせないなど管理会社等の悪質な妨害行為については罰則の適用の余地がある(ただし、マンション管理会社等と協力体制の構築を図ることが必要と考えられる)