

令和 7 年国勢調査 調査の実施状況（追加報告）



I	令和 7 年国勢調査の実施状況	2
II	郵送配布方式の実施状況	17
III	令和 6 年能登半島地震の被災 6 市町 における調査の実施状況	20

I 令和 7 年国勢調査の実施状況

1

簡単で便利なインターネット回答の積極的促進

- 調査書類のデザインや記載内容の工夫によるスマホ等への誘導
- QRコード読み取りによるログインID・アクセスキーの自動入力
- 外国人対応（6か国語）、視覚障害者対応
- 全国の主要駅・商業施設において「インターネット回答イベント」を開催
- 全国300局の郵便局に「インターネット回答支援ブース」を設置

2

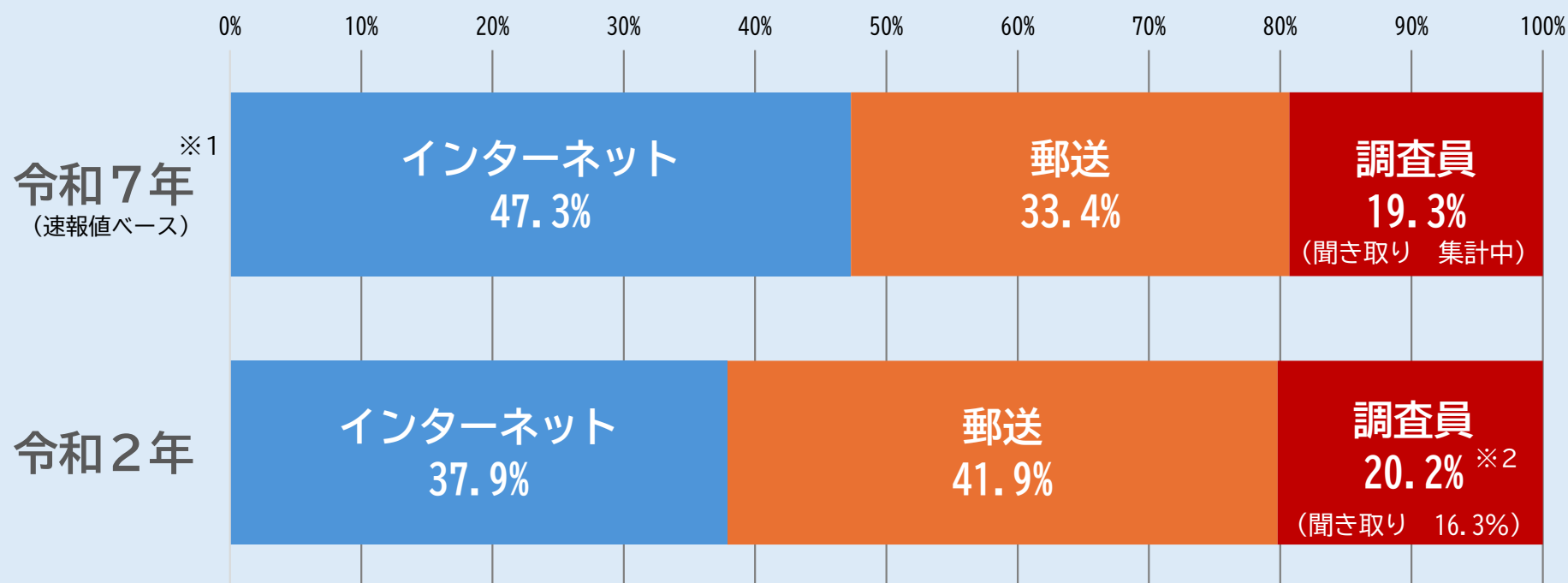
広報・協力依頼の充実・強化

- 2か年契約の広報総合企画により、調査前年からシームレスで一貫性のある効果的な広報を展開
- 行政相談委員や郵便局員の調査員への参加を促し、地域密着の調査を実施
- 国勢調査を御支援いただくサポーター企業・団体と連携し、官民一体の協力体制を強化
- この他、地方公共団体においても広報・協力依頼を実施

令和 7 年国勢調査回収状況

- 令和 7 年国勢調査におけるインターネット回答率は、速報値ベースで47.3%と前回調査の37.9%を9.4ポイント上回った。

図1 回答方法別割合



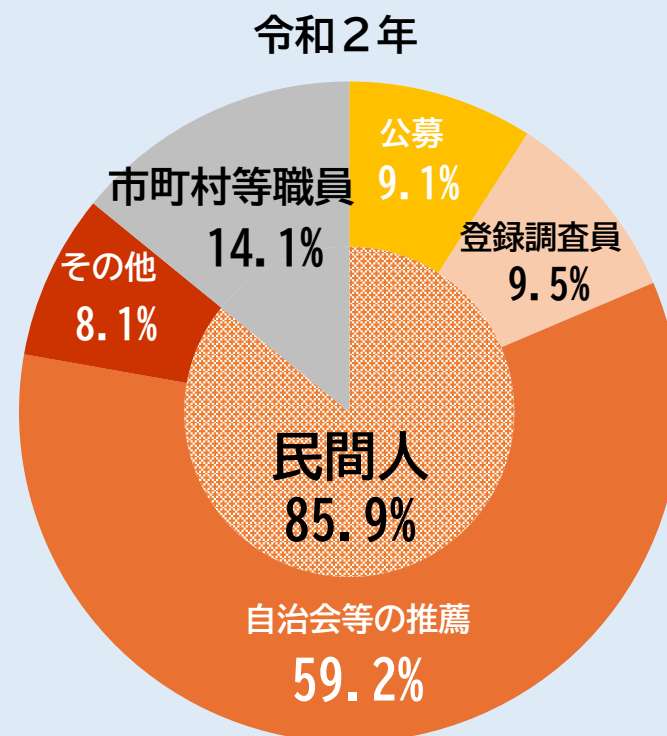
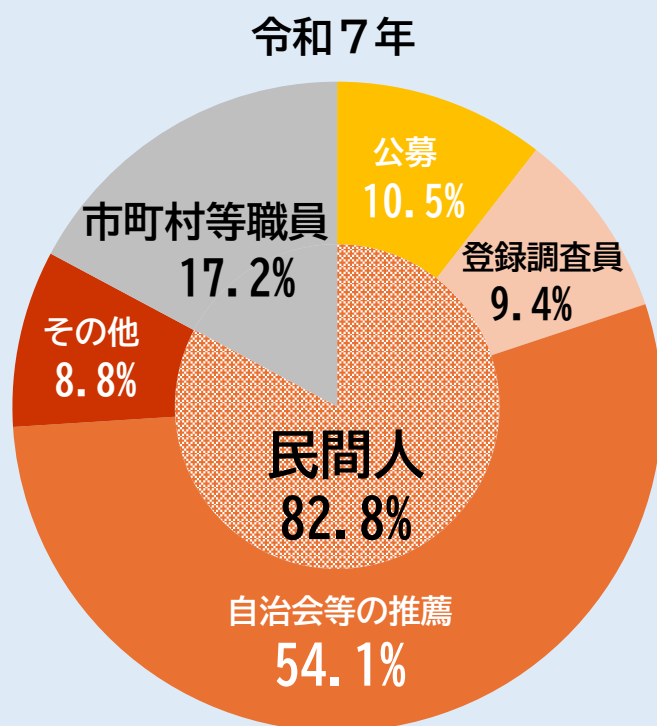
※1 令和 7 年については、人口速報集計結果の世帯数を基に算出した回答率

※2 調査員回収には、調査員による世帯からの調査票の直接回収のほか、聞き取り調査（調査票未提出世帯を対象に、国勢調査令に基づき、調査員が「世帯員の数」等を近隣の者等から聞き取って調査を実施）を含む。近年、調査員の直接回収は減少し、聞き取り調査が増加傾向（令和 2 年国勢調査では直接回収が3.9%、聞き取り調査が16.3%）

調査員の任命状況

- 国勢調査の調査員数は、全国で約59.3万人（前回約61.4万人）。
- 82.8%（前回85.9%）は民間からの登用で、市町村等職員が17.2%（前回14.1%）となっている。
- 自治会等の推薦が最も多く54.1%（前回59.2%）となっている。

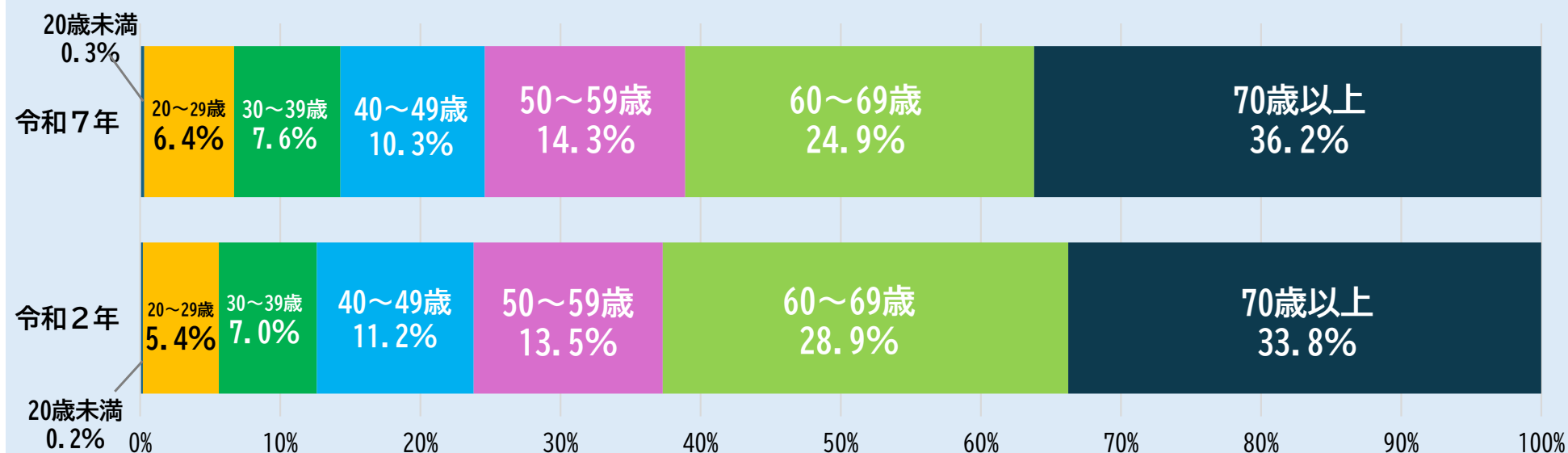
図2 調査員の選考方法別任命状況(実施状況報告より作成)



調査員の任命状況（続き）

- 60歳以上が6割を占めており、70歳以上は36.2%と前回よりもさらに増加。
- 一方、20代が6.4%（前回5.4%）、30代が7.6%（前回7.0%）と若年層の調査員の増加がみられる。

図3 調査員の年齢別任命状況（実施状況報告より集計）



調査員の受持ち調査区数

- 調査員の受持ち調査区数は2調査区が44.7%と最も多く、次いで1調査区が42.4%となっている。
- 調査員の平均受け持ち調査区数別市町村数割合をみると、特別区を除く自治体区分で1調査員当たりの平均受け持ち調査区数が1～2未満の市町村が最も多い。

図4 調査員の受持ち調査区数
(実施状況報告より集計)

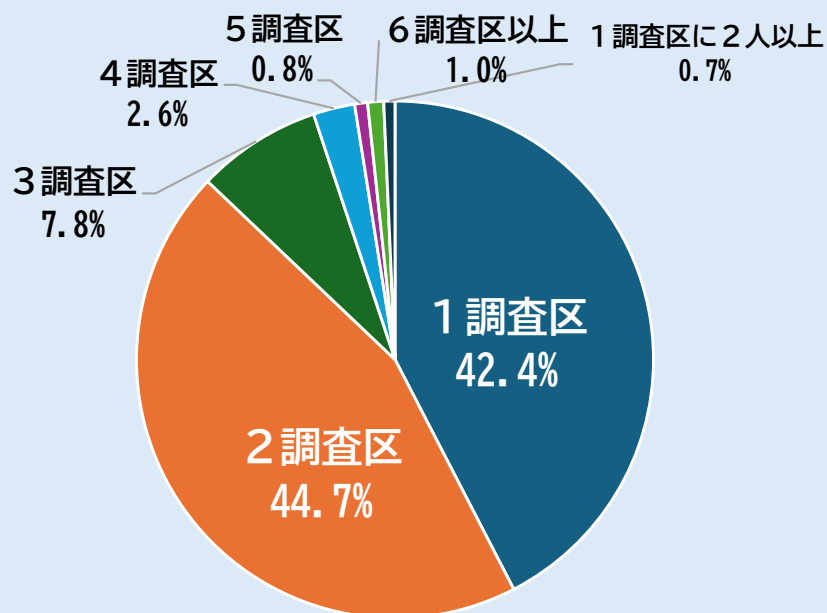
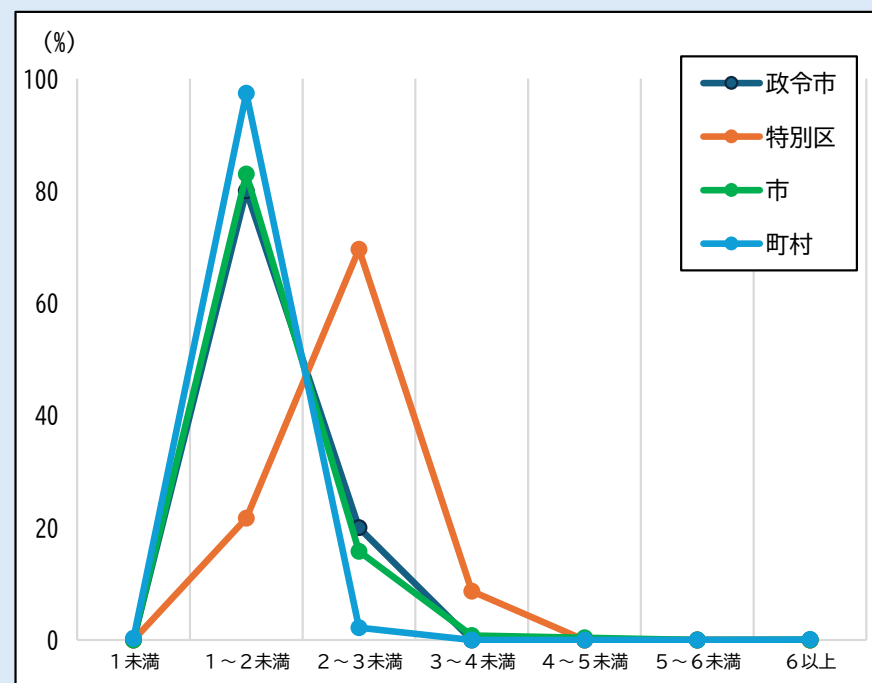


図5 調査員の平均受け持ち調査区数別市町村数割合
(実施状況報告より集計)



事故等発生状況

○ 令和7年調査における事故等の発生件数は、以下のとおり。

転倒、咬傷、交通事故等・・・・・・・・・ **780件**（前回619件）

調査書類、調査用品の紛失等・・・・・・・・・ **500件**（前回494件）

国勢調査をよそおった詐欺等・・・・・・・・・ **431件**（前回88件）

※ 令和8年5月までに災害連絡票により地方公共団体から報告のあった件数

※ 「国勢調査をよそおった詐欺等」に関しては、国においては調査前の段階から「国勢調査2025キャンペーンサイト」上での注意喚起を行うとともに、消費者庁や警察庁に加え、新たに（独）国民生活センターとも連携の上必要な情報発信を行った。
調査期間中には、国勢調査をよそおった不審メールが全国的に送付されたことに伴い、調査前からの発信に加え、内閣官房長官・総務大臣の定例会見や総務省ホームページ上で広く注意喚起を実施した。

※ 調査期間中、国で設置したコンタクトセンターへの不審メールに係る照会（電話）は約1.3万件（総着信件数の1.9%）であった。

調査員調査の負担軽減

- 調査員調査の実施に当たっては、自治会への加入率低下や高齢化により、今後、自治会からの推薦が困難となることが予測される
- ポスティング前提の調査手法を検討していただきたい

調査方法の見直し

- 次回調査に向けて、郵送配布による手法の改善に努めるとともに、地方公共団体の意見等も聴取しながら、丁寧に検討を進めていただきたい
- 調査員業務の民間委託を認めるなど調査の抜本的見直しを行ってほしい

地方事務負担軽減・システムの機能改善

- 産業・職業欄の審査について、更なる審査対象数の削減を検討いただきたい
※令和7年調査では、統計センターのシステムと連携し、地方審査が必要なデータを選定することで審査対象数を削減（令和2年調査に比べ約52.6%の削減）
- 審査期間がタイトであった（審査事務の効率化を図ってほしい）
※速報集計の公表時期は前回調査から1か月前倒し（なお、前回調査の速報集計の公表時期は新型コロナ、令和2年7月豪雨の影響により、当初計画から3か月後ろ倒し）

調査書類・用品

インターネット回答依頼書

- QRコードからのダイレクトログイン機能は非常に良かった

調査票の記入のしかた

- 産業・職業欄の記入例を増やしてほしい
- 電子媒体で作成すれば冊子として作成する必要もなくなるため、記入例も増やせるのではないかな

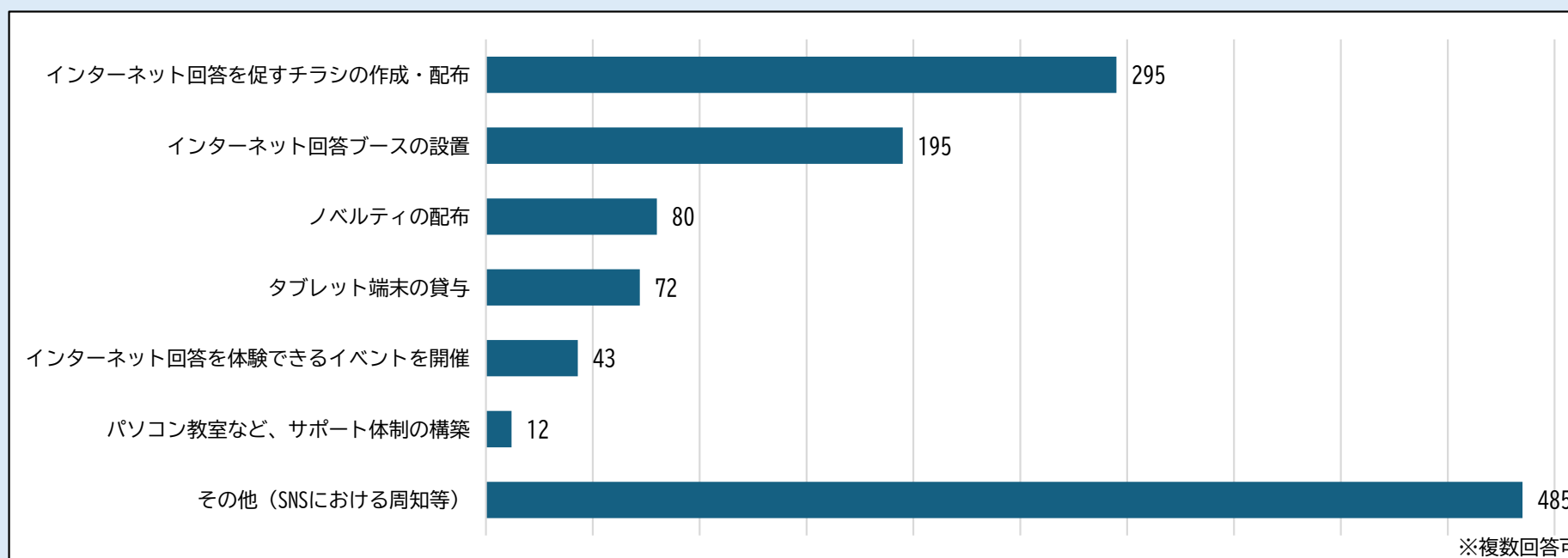
外国人向けリーフレット

- 外国人世帯への対応が非常に楽になったと好評であった
- 言語ごとに1枚作成してほしい
- 対応言語を増やしてほしい
- ルームシェアしている場合や滞在期間により調査対象となるかどうかなど、外国人にありがちなシチュエーションに応じた説明があるとさらに良くなるのではないかな

インターネット回答推進状況

- 40都道府県及び814市町村でインターネット回答を推進する独自の取組を実施
- 実施した取組のうち、「インターネット回答を促すチラシの作成・配布」が295市町村
- その他に「市町村SNSにおける周知」、「防災無線による周知」、「インターネット回答推進に係るオリジナル動画の制作」など

図6 インターネット回答推進に係る取組実施状況（実施状況報告より集計）



- 令和7年調査においては、年度で途切れることのない一貫性のあるシームレスな広報を展開するとともに、広報の早期化を実現するため、令和6～7年度の2か年にわたって同一の広報総合企画請負業者と契約を結んだ。

＜令和6年度広報の実施状況＞

- 主に調査員募集に係る広報を実施。
- 「国勢調査2025キャンペーンサイト」において、各市町村における調査員の募集状況、問合せ先などを掲載し、令和6年9月以降毎月情報を更新した。
- 調査員募集がピークとなる令和7年2～4月にかけては、デジタル広報の一環として、バナー広告、YouTubeの動画広告、InstagramによるSNS広告を実施。

＜令和7年度広報の実施状況＞

- 調査を広く周知するため、メディア等を活用したデジタル広告やテレビスポットCMなどのメディアミックスによる広報などを順次展開した。
- 令和7年調査においては、令和2年調査と比べインターネット広告の出稿量を大幅に増加し、時期や訴求対象に合わせた広報キャラクターやメッセージ、出稿媒体などの出し分けを行った。また、動画配信サービスの利用拡大を踏まえて、NetflixやTVerによる広告を新たに導入した。
- この他、地方公共団体においても独自に広報・協力依頼を実施

広報の効果測定

効果測定実施概要

令和7年国勢調査における広報の効果を測定し、次回調査における広報の取組につなげるため、令和7年10月にインターネット調査※を実施

※全国／男女／回答方法（インターネット・紙）／20代・30代・40代・50代・60代以上／n=2000／性別・年代・回答方法で均等割付

広報の接触状況

○国勢調査の広報・話題を見聞きした人は85.9%（前回78.0%）

○広報媒体別に見ると、「テレビCM」が61.1%と最も高く、次いで「テレビ番組」が21.4%、「インターネット広告」が16.2%となっている

図7 広報接触割合

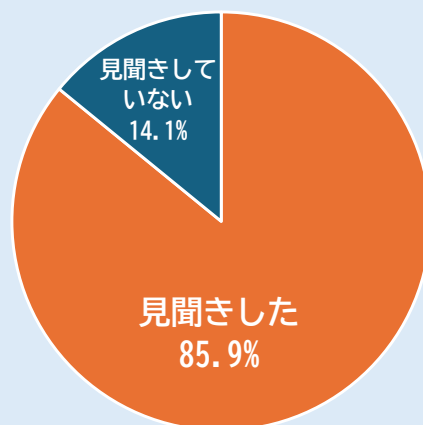
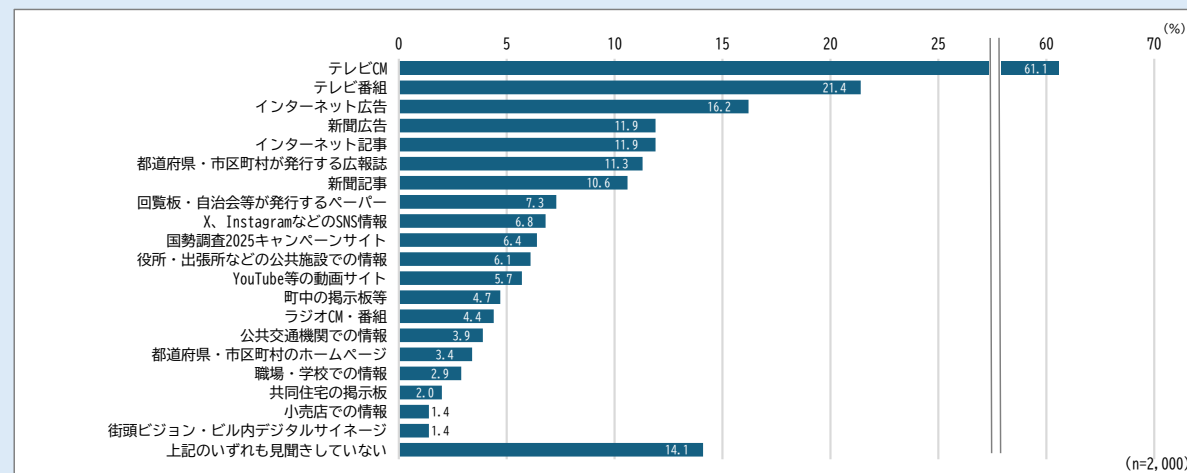


図8 広報媒体別接触割合

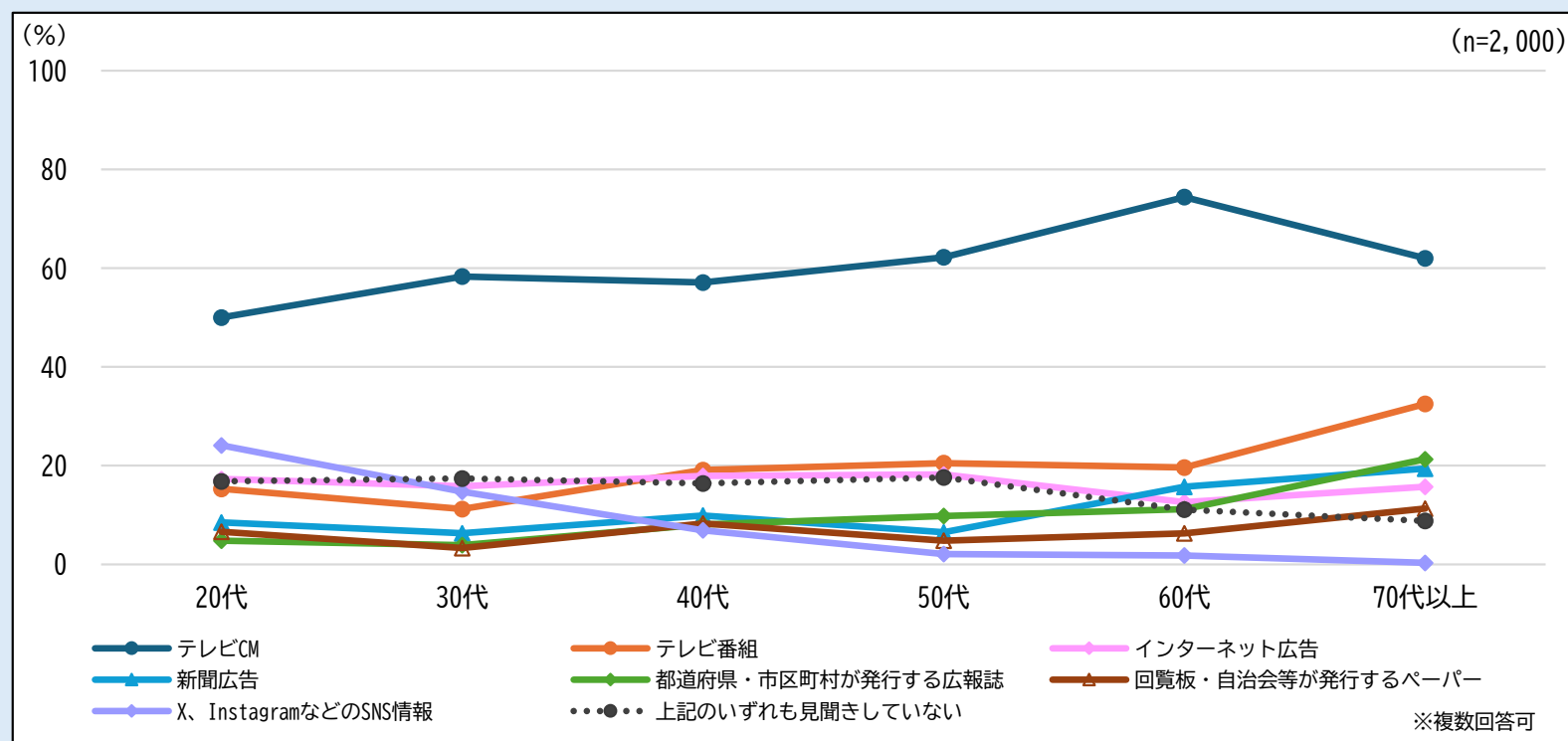


広報の効果測定（続き）

年代別の接触状況

- 国勢調査の広報・話題を見聞きした人のうち、全年代で「テレビCM」が5割以上と最も高い
- 「テレビCM」に次いで、20代は「X、InstagramなどのSNS情報」、30代は「インターネット広告」が高く、40代以上は「テレビ番組」の割合が高い

図9 年代別広報媒体別接触割合

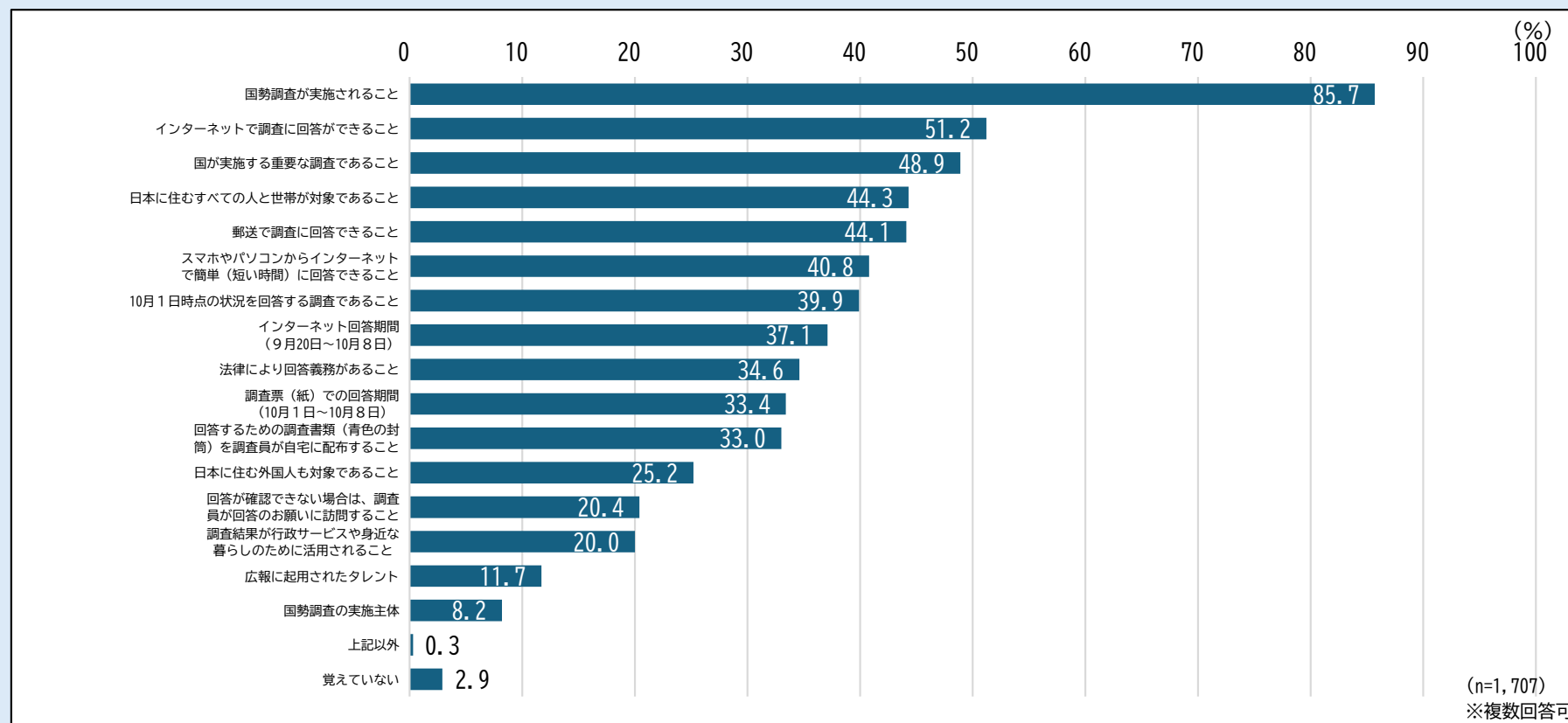


広報の効果測定（続き）

訴求内容の認知状況

○国勢調査の広報・話題を見聞きした人のうち、覚えていることがらとして「国勢調査が実施されること」が85.7%と最も高く、次いで「インターネットで調査に回答ができること」が51.2%、「国が実施する重要な調査であること」が48.9%となっている

図10 訴求内容別認知割合



広報の効果測定（続き）

広報素材の印象

- 「全体的な雰囲気やデザインの印象」について、印象が良いとした人（「良い」及び「まあまあ良い」）は4素材とも7割以上となっている
- 「広報に起用されたタレントの印象」について、「テレビCM映像（調査開始編）」で印象が良いとした人（「良い」及び「まあまあ良い」）が最も多く73.9%となっている

図11 全体的な雰囲気やデザインの印象

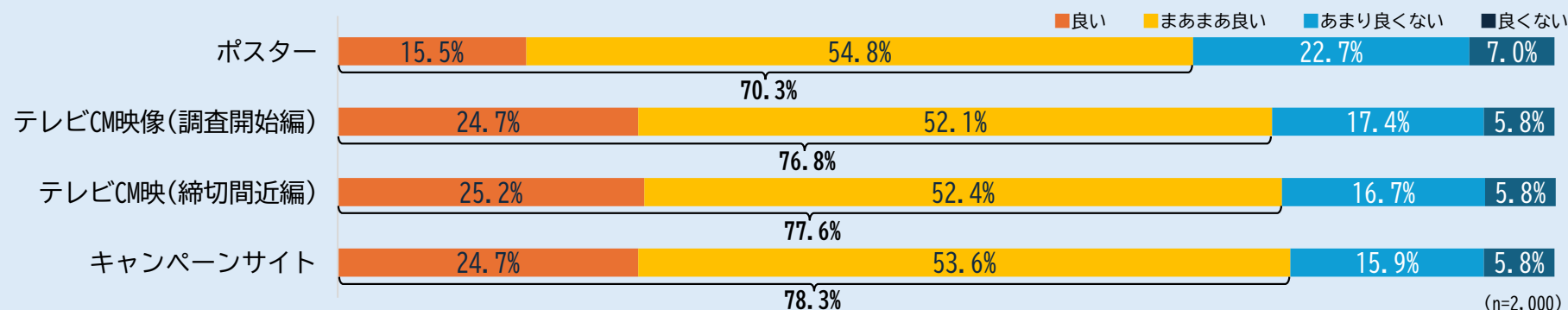
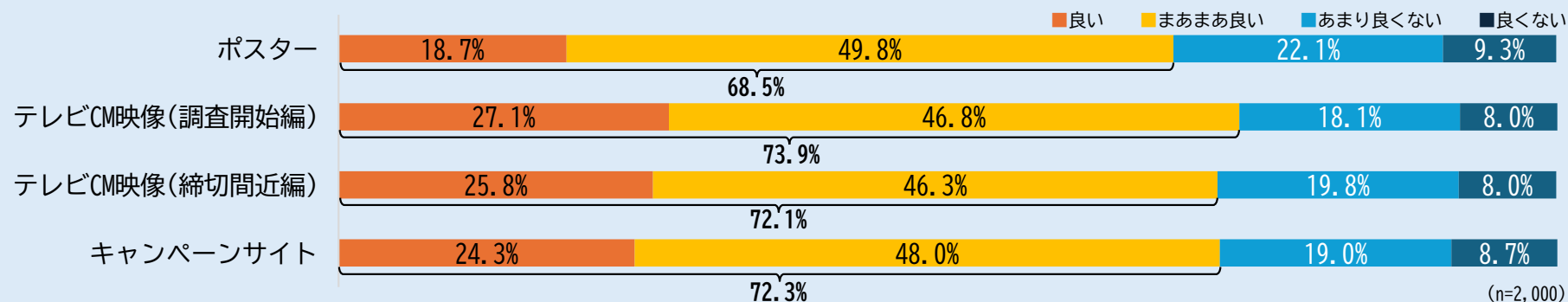


図12 広報に起用されたタレントの印象



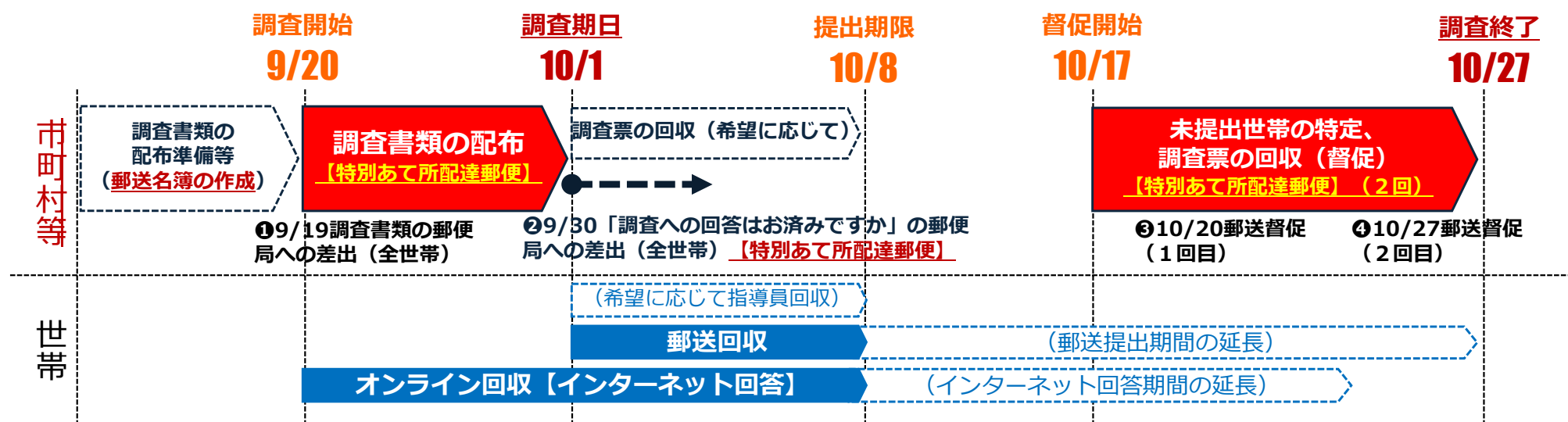
Ⅱ 郵送配布方式の実施状況

郵送配布方式の概要・実施状況

調査対象 茨城県及び東京都のオートロックマンション等の集合住宅がある一部地域（約2,000世帯）をモデル地域として、「郵送配布方式」を試行的に導入

調査の流れ 総務省 → 都道府県 → 市区町村 → 世帯

調査の方法 下図参照



- 郵送配布方式で実施した地域の速報値ベースの回答率は、インターネットによる回答が51.6%、郵送による回答が23.3%となっている。

地方公共団体の主な意見

『調査世帯一覧』（郵送名簿）の整備、居住確認

- 国から提供された住所マスター（国が用意した仮名簿）は、部屋番号の不整合等があり名簿整備に時間を要した。
- 事前に管理会社へ空室情報の提供を依頼したが、居住の有無を把握していない場合もあり、事前の居住確認が困難であった。

調査関係書類の準備、「特別あて所配達郵便」の申請手続

- 宛名ラベルの作成については、郵便局がレイアウトや貼付位置を細かく指定しており、調整に苦慮した。
- 宛名と併せて印字するカスタマーバーコードは、個別に郵便局へ確認する必要がある、市町村で作成することが困難。
- 「特別あて所配達郵便」は差出郵便局が限定されていること、定形郵便である必要があることなど制約が多い。

令和12年調査における郵送配布方式の検討の方向性

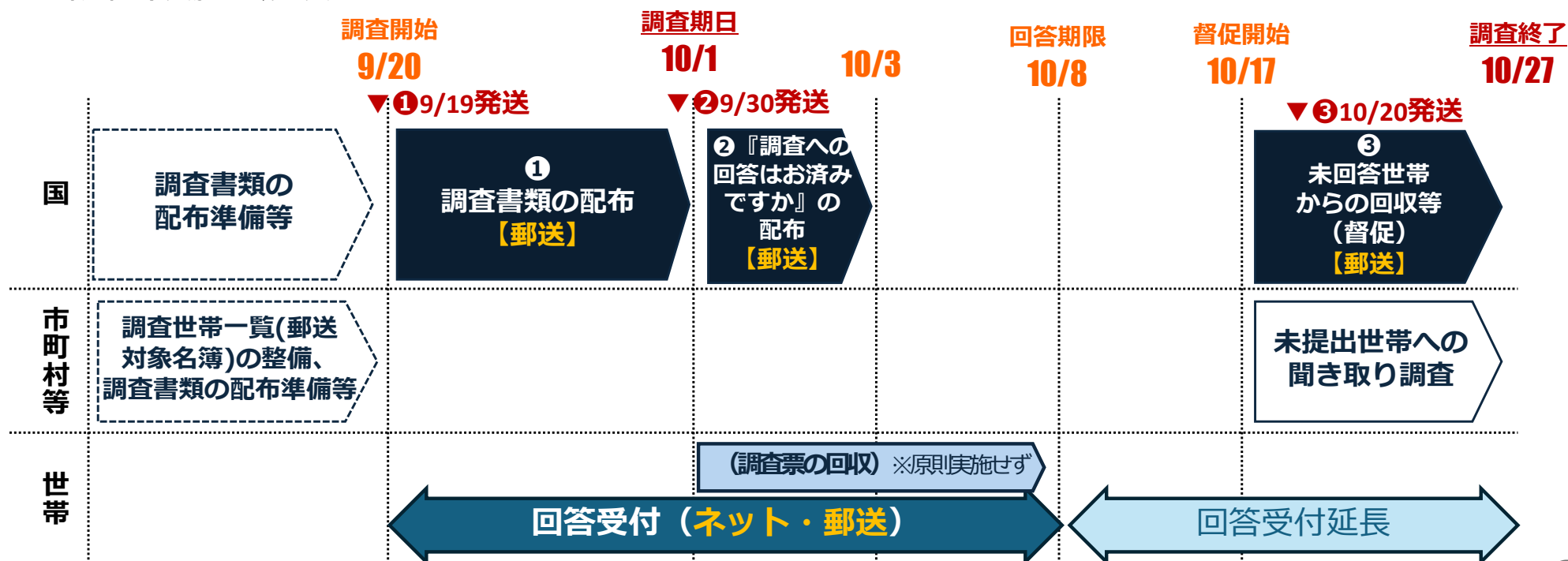
- 上記の意見を踏まえ、従前の調査員調査方式と比較して、地方公共団体の事務負担が全体として軽減されるよう、引き続き検討を行う。

Ⅲ 令和 6 年能登半島地震の被災 6 市町における 調査の実施状況

能登半島地震被災 6 市町の調査概要

- 一般調査区は、市町において調査員が確保可能な調査区は通常の調査員調査を実施し、調査員活動が困難な地域や調査員確保が困難な調査区は郵送配布方式により実施。
なお、調査未回答世帯に対する居住確認などについては、市町において実施。
※七尾市、志賀町及び能登町は全て「調査員調査」とし、輪島市、珠洲市及び穴水町においては「郵送配布方式」と併用の上、調査を実施。
- 特別調査区（病院・社会施設など）は、調査員事務委託のスキームを活用するなどして、市町が調査を実施。

< 郵送配布実施地域の実査スケジュール >



調査員確保状況

- 令和 2 年調査の経験者に連絡がつかないケースや、連絡がついても被災や高齢を理由に断られるケースが多かった。不足する部分を町内会や市町職員を充てるなどし対応した。
- 市町職員が復興事務に当たっており、調査員に充てることができないため、町内会やシルバー人材、婦人会等に広く声かけして募集した。

調査員調査の実施状況（居住実態の確認）

- 被災前と後では世帯の居住状況が大きく変わっており、被災前は居住のなかった地域でも、被災後は復興作業員が住んでいるなど、これまでのノウハウが全く通用せず、居住確認に苦慮した。なかには倉庫やテントに居住している外国人もいた。
- 普段外国人が少ない地域であるが、復興作業員として従事する外国人が増えており、作業員が多く居住するエリアを担当する調査員は対応に苦慮した。
- 復興工事関係者の把握が非常に難しく、調査員も工事関係者の世帯への訪問は見ず知らずの人のため忌避感が強かった。また、世帯も非協力的な場合が多かった。

郵送配布方式の実施状況

- 同一住所に複数住戸が所在する地域が多くあり、特別宛て所配達郵便を利用したことから、不達が多く発生した。別途、普通郵便で郵送したが、転送されて仮設住宅に郵送されてしまい、調査員調査で配布したものと重複したことがあった。
- 郵送配布に先立ち市町で作成する『調査世帯一覧』は住所マスターと住民基本台帳を活用して整備したが、調査員調査も並行する中、負担が大きかった。
- 居住状況の確認に当たっては、関係部署から被災者支援情報、仮設住宅入居者名簿、施設入居者情報、税情報、水道料金の情報を併せて活用し総合的に居住の有無を判断した。
- 郵送調査の名簿整備には、みなし仮設住宅のリストを活用した。
- 復興工事関係者の把握に当たっては市の建設業協会に協力を仰ぎ、分かる範囲で教えてもらったが、下請け・孫請けまで把握できていないので限度があった。