

2020年国勢調査有識者会議 広報・環境ワーキンググループ会合（第1回）
議事概要（未定稿）

1 日 時 平成31年2月18日（月）13:30～15:10

2 場 所 総務省第2庁舎 6階特別会議室

3 出席者

（有識者会議構成員）

太田真嗣委員、加藤久和委員、萩原雅之委員、廣松毅委員、（玄田有史委員は欠席）

（統計局出席者）

山田国勢統計課長、水澤国勢統計課環境整備企画官、羽鳥企画・指導担当課長補佐、
永井審査・研究分析担当課長補佐、熊谷調査区・オンライン調査担当課長補佐

4 議 題

- (1) 2020年国勢調査の協力依頼の実施方針について
- (2) 2019年度に実施する2020年国勢調査の広報について
- (3) 2020年国勢調査のインターネット回答の促進に向けた検討状況
- (4) その他

5 議事の概要

（議題1 2020年国勢調査の協力依頼の実施方針について）

○外国人への対応は非常に重要であり、様々な対応が必要である。

○外国人コミュニティへの直接の協力依頼、電子調査票の多言語化などの対応が必要である。

○高齢者も増加しているので、高齢福祉関係団体の関係者との連携も重要である。

（議題2 2019年度に実施する2020年国勢調査の広報について）

○総合企画の調達の際のプレゼンは、自由度を高めた方が色々なアイデアができるのでよい。

○インターネットバナー広告は、オンライン回答の実施時期に集中投下し、クリックしたらそのままオンライン調査画面につながるような仕組みが重要である。

（議題3 2020年国勢調査のインターネット回答の促進に向けた検討状況）

○単身若年世帯を、重点ターゲットとすることが重要である。

○2020年国勢調査の広報企画は、インターネット回答を促進することが最も重要である。

○インターネット回答を推進するため、ポイント制の導入、ナッジⁱの活用等の検討が必要である。

（以 上）

ⁱ ナッジ(nudge)とは、行動経済学や行動科学分野において、人々が強制によってではなく自発的に望ましい行動を選択するよう促す仕掛けや主砲を示す用語として用いられている。これは、その物や現象の良しあしに対する客観的な絶対評価よりも、物事をどう感じるかという主観的な比較評価により人間の選択が左右される心理傾向を利用したものである。