

統計調査ニュース

令和8年（2026年）3月

No.472



令和8年経済センサス - 活動調査の着実な実施に全力を挙げて取り組む

東京都総務局統計部長 金子 光博

令和8年経済センサス-活動調査は、我が国の全ての事業所・企業を対象として、その活動状況を網羅的に把握するものであり、経済の国勢調査ともいわれる重要な調査です。本調査結果は、経済構造の分析や地域経済の実態把握、国及び地方公共団体における各種政策立案の基礎資料として幅広く活用されるものであり、正確かつ円滑な実施が求められています。

本調査は、「調査員調査」と「直轄調査」の二つの方法により実施されます。今回の国による新しい取組として、調査員調査では、4月頃に対象事業所・企業に国から「緑色の封筒」でインターネット回答用の調査書類が郵送されます。期限までに未回答の場合は、5月頃に調査員が調査書類の入った「青色の封筒」を持って訪問し、回答を依頼します。なお、調査員は活動中、必ず調査員証を携帯しています。一方、直轄調査では、対象事業所に対し、5月頃に「黄色の封筒」が郵送され、直接回答を依頼されます。

東京都は、昨年12月から主要な業界団体に対して、直接訪問又は郵送にて、本調査の周知、インターネット回答の奨励などについて、協力をお願いしました。

さて、令和7年国勢調査の実施時期には、統計調査を装ったURL付きの不審なメール、電話や訪問などの事例が確認されており、調査の円滑な実施には、国の関係機関、都道府県及び区市町村が情報を共有し、広く詐欺メールやかたまり調査への注意喚起を徹底することが不可欠です。

東京都としても関係機関との連携を密にし、調査の着実な実施に向けホームページなどを活用した情報発信に努めていきます。

経済センサス-活動調査の着実な実施には、調査趣旨の周知、調査員活動への支援、問合わせ対応など、現場が果たす役割は大きなものとなっています。関係機関が連携し、正確で丁寧な対応を行うことで、本調査を着実に実施し、信頼性の高い統計の作成につなげていきます。皆さんの御協力をお願いします。

目次

令和8年経済センサス-活動調査の着実な実施に全力を挙げて取り組む	消費者物価指数(全国)2025年平均結果の概要
1	7
令和8年経済センサス-活動調査の実施に向けて(その3)	住民基本台帳人口移動報告 2025年(令和7年)結果の概要
-主な広報の実施予定/インターネット回答の概要-	とうけい通信④
2	8
令和8年度統計研修の御案内	いちごでつなぐ未来-真岡市のデジタルブランド戦略
4	9
家計調査(家計収支編)2025年平均結果の概要	／栃木県真岡市
6	9

令和8年経済センサス-活動調査の実施に向けて(その3) -主な広報の実施予定/インターネット回答の概要-

総務省及び経済産業省では、新聞・インターネット・雑誌、テレビ・ラジオなど各種媒体による広告や、「経済センサス-活動調査」を特集した記事掲載など精力的な広報を行い、更に多くの方々に「経済センサス-活動調査」について認知してもらえよう取り組んでいきます。

<国による主な広報の実施予定>

○ テレビCM・ラジオCM/パブリシティ(3月～6月)

今回の経済センサス-活動調査のCMでは、広報キャラクターの皆さんが様々な職業に扮して調査への回答を呼びかけます。CMは郵送期間/配布期間/回収期間の3パターンがあり、テレビは全国35局、ラジオはFM 38局・AM43局と連携して放送します。また、テレビ地方局20局において調査を特集する放送枠を確保し、調査の周知を図ります。

○ 新聞・雑誌広告(5月・6月)

ビジネス系雑誌(紙・電子版)を中心に広告を掲載するほか、幅広く様々な業界誌等に広告を展開します。また、新聞については全国紙のほか地方紙にも出稿し、調査の周知を行うとともにかたり調査等への注意喚起も行います。

○ 駅・コンビニ等サイネージ広告(2月下旬～3月下旬)

郵便局、コンビニエンスストア、主要ターミナル駅、タクシー車内においてデジタルサイネージ等による広告を出稿し、日常の様々な機会に調査の情報に触れる機会をつくります。

○ インターネット広告、独自コンテンツ配信(3月～)

主要サイト(Yahoo、Google等)やデジタルメディアに動画及び静止画の広告を配信します。展開においては各産業の従事者が見るサイト等をデータから分析し、効率的なターゲティングを行います。

また、「テレ東BIZ」において民間有識者の対談動画を、「東洋経済オンライン」において有識者のインタビュー記事を配信するなど、独自コンテンツによりビジネス層への周知を図ります。

○ 特別企画「ニッポンの産業図鑑」、PR漫画配信(2月～)

令和3年経済センサス-活動調査の都道府県別結果に基づいて都道府県ごとのランキングを概観する「ニッポンの産業図鑑」や、SNSで人気を集める漫画家の皆様によるPR漫画をキャンペーンサイト等に掲載します。

令和8年経済センサス-活動調査
メインビジュアル

キャンペーンサイトについて

経済センサス-活動調査では、キャンペーンサイトを開設しています。調査の分かりやすい解説のほか、動画コンテンツやPR漫画、都道府県別の企画など、積極的に情報を発信していますので、是非御覧ください。

アクセスはこちら

経済センサス-活動調査 キャンペーンサイト
URL : <https://www.e-census2026.go.jp/>



本ページでは、インターネット回答の方法について画像のイメージとともに説明します。

1 インターネット回答について

経済センサス - 活動調査は、「政府統計オンライン調査総合窓口」(https://www.e-survey.go.jp/)から、インターネット回答を行うことができます。インターネット回答は、全ての調査対象の事業所で実施が可能です。

2 インターネット回答の特徴

- ・インターネット回答の受付期間中は、いつでも都合の良い時間に回答できます。
- ・インターネット回答した場合は、紙の調査票を提出する必要はありません。
- ・安全な通信を行うために、SSL/TLSによる暗号化通信を行っています。また、サーバーは、厳重に管理されたデータセンターに設置されており、不正なアクセスがないかを24時間監視していますので、安心して御回答いただけます。

3 電子調査票の形式について

調査は、「調査員調査」と「直轄調査」に分かれています。インターネット回答に用いる電子調査票は、各調査方法の特性に合わせた形式で開発しており、HTML形式を利用できる対象の拡大やエラーチェック機能の強化など、前回調査から利便性の改善を行っています。(なお、「国、都道府県及び市による調査」のうち、個人経営企業に対する調査は、調査員調査と同様のHTML形式の電子調査票を用います。)

●インターネット回答の流れ(「調査員調査」の例)

1. 政府統計オンライン調査総合窓口

(https://www.e-survey.go.jp/) にアクセスします。



2. 配布されたログイン情報を使用してログインします。同封の「依頼状」又は調査票に印字がされている又は貼付のシールに記載されている「政府統計コード」、「調査対象者ID」及び「パスワード」が必要です。

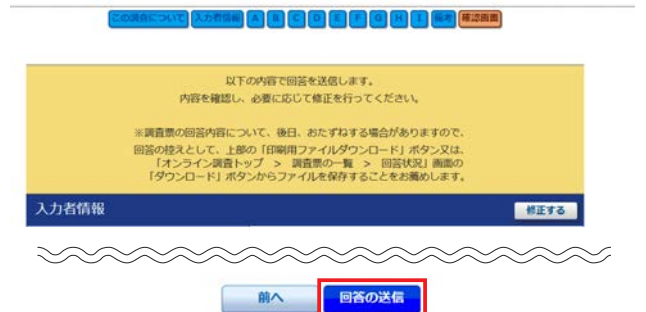


※初回ログイン時には【パスワード】の変更及び回答受付後、受付完了メール等を受け取るためのメールアドレスの登録を行います。

3. 【電子調査票】欄「【〇〇】調査票(〇〇〇)」をクリックすると回答画面が表示されますので、各項目に回答します。



4. 回答が完了したら、画面の案内に沿って、入力した回答データを送信します。



5. 回答の受付状況を確認します。



※回答が受け付けられると、電子調査票の一覧画面に、受付番号、回答日が表示されます。また、登録したメールアドレスに受付状況メールが届きます。

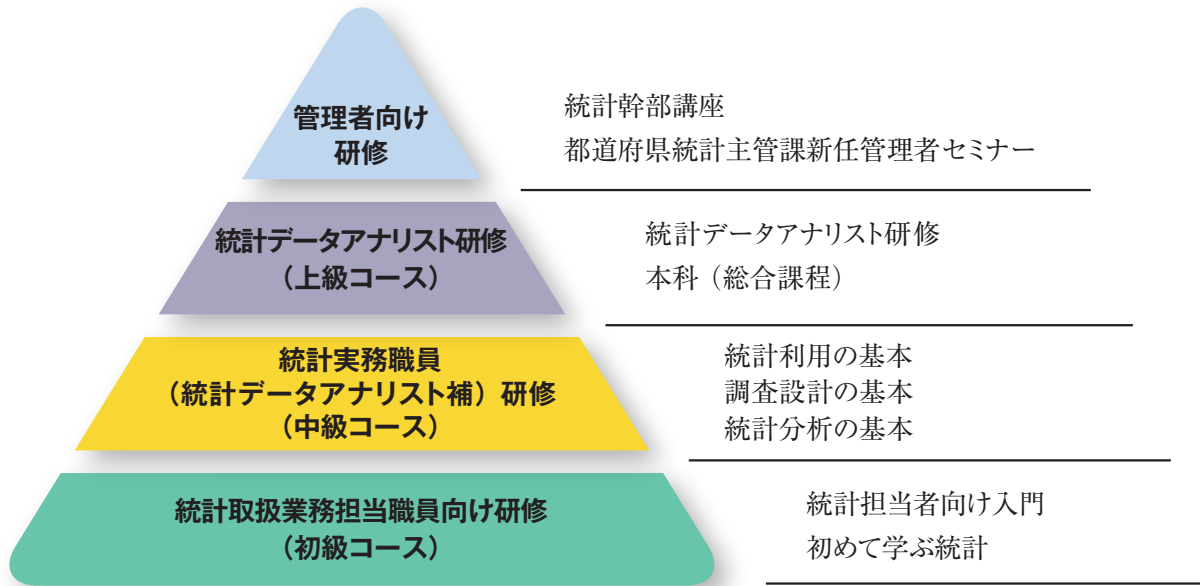
《令和8年度統計研修の御案内》

総務省統計研究研修所は、統計に関する我が国唯一の公的な専門研修機関であり、国・地方公共団体等の職員を対象に、統計作成の中核を担う高い専門性を有した人材の育成及び統計を政策の立案等に活用するための統計リテラシーの向上を目的として研修を実施しています。

今回は、令和8年度に実施する統計研修を「業務レベル別研修」及び「分野別研修」に分けて御紹介します。

～業務レベル別研修～

業務レベル別研修では、受講者の統計実務経験や役職により研修レベルを段階的に分け、御自身に合ったレベルの研修を受講いただけます。



令和8年度 統計研修一覧 (業務レベル別研修)

研修課程名	主な対象者	開催時期	期間 /所要時間	受講形態			研修概要
				オン ライン	ライブ 配信	集合	
◆管理者向け研修							
統計幹部講座	各府省幹部職員 (統計主管部署)	9月中旬	半日		●		適切な統計行政の管理・監督に必要な、統計行政の幹部としての心構え、昨今の統計行政を取り巻く状況、過去の事例を学ぶ
都道府県統計主管課 新任管理者セミナー	都道府県統計主管課 新任課長	4月中旬	半日		●		統計制度の根拠法令や統計データの活用方法など、新任の管理者に必要な知識を学ぶ
◆統計データアナリスト研修 (上級コース)							
統計データアナリスト研修	・中級コース修了程度の知識がある者 ・国家公務員のうち、統計データアナリスト認定を目指す者、 又は、統計データアナリスト補認定を受けている者	毎四半期 (4週間)	約10時間 30分		●		統計に関する高度な能力を有する者として統計データアナリストに求められる事項について幅広く学ぶ <主な内容> 公的統計とその作成プロセス 標本調査の設計・標本誤差 審査集計・公表品質管理 など
本科 (総合課程)	政策立案の場などで有用な実践的で応用のある統計学を学びたい者 (研修開始までに初級コース及び中級コースの修了が受講要件)	6月上旬 ～ 8月上旬 10月上旬 ～ 12月上旬	約2か月			●	統計の基本から応用まで、公的統計の作成を担う人材に必要な知識・スキルを習得するとともに、各種演習等を通じて実践的な能力を養成する <主な内容> 統計学 統計調査・統計作成の実務論 社会・経済の重要な統計データの見方・分析のための各種手法 など
◆統計実務職員 (統計データアナリスト補) 研修 (中級コース)							
統計利用の基本			約9時間 15分		●		既存のデータやグラフから要因、結果、状況を読み解く手法を学ぶ <主な内容> 主要統計指標の見方・使い方 地域経済と統計 など
調査設計の基本	・初級コース修了程度の知識がある者 ・国家公務員のうち、統計データアナリスト、統計データアナリスト補認定を目指す者	毎四半期 (4週間)	約9時間 10分		●		統計調査の企画立案、調査設計の流れ、根拠法令を学ぶ <主な内容> 調査計画の策定・承認申請 調査の審査・集計 など
統計分析の基本			約5時間 20分		●		自身でデータを分析、考察する際に必要な統計的分析手法を学ぶ <主な内容> 記述統計基礎・演習 推測統計概論・演習 など
◆統計取扱業務担当職員向け研修 (初級コース)							
統計担当者向け入門	「初めて学ぶ統計」修了者及び同程度の知識がある者 ・新規採用職員、統計初学者	毎四半期 (4週間)	約7時間 15分		●		統計行政関係部署に新たに就いた者にとって必要な、統計データの入手、グラフによる可視化、利用の仕方を学ぶ <主な内容> 統計調査入門 データ分析入門 e-Statの利用 など
初めて学ぶ統計	新規採用職員、統計初学者		約4時間		●		これから統計利用を始める者にとって必要な、基礎的な統計リテラシー、統計制度を学ぶ <主な内容> 統計データの活用と統計リテラシー など

～分野別研修～

分野別研修では、「データ利活用コース」、「統計作成実務コース」、「人口・経済統計コース」、「地域分析コース」、「マイクロデータコース」及び「都道府県職員・教育関係者向けコース」に分かれて研修課程を構成していますので、御自身の担当業務や御興味のある分野に合わせて受講いただけます。

令和8年度 統計研修一覧(分野別研修)

研修課程名	主な対象者	開催時期	期間/所要時間	受講形態			研修概要
				オンライン	ライブ配信	集合	
◆データ利活用コース							
政策立案と統計	・EBPMに興味のある者 ・施策立案部門の担当者	毎四半期 (4週間)	約6時間 45分	●			政策立案と統計の関連性を学び、PDCAサイクルにおける統計の重要性を認識するとともに、実務における統計データのいかし方を学ぶ
政策評価と統計			約7時間 10分	●			PDCAサイクルにおける政策の事後の評価の観点から、統計の活用方法を学び、またアンケートによる効果測定の際に必要な基礎知識を習得する
ビッグデータ利活用 -基礎から応用まで-	ビッグデータの利活用に興味のある者		約3時間 20分	●			データの分析手法、可視化についての実例及びビッグデータからデータ分析する意義、目的について学ぶ
データサイエンス入門	データサイエンス初学者		約5時間 30分	●			統計学の基礎やデータの見方等、データ分析の基本的な知識を学習し、身近なデータの活用に役立てる
データサイエンス演習	データサイエンス入門の受講者・修了者		約6時間 45分	●			エクセルを使った実践的なデータ分析(統計分析)の手法を習得する
誰でも使える 統計オープンデータ	オープンデータをこれから利用する者		約4時間 40分	●			e-Statの使い方など、公的統計データの入手の仕方からオープンデータの活用方法を学ぶ
データサイエンスセミナー 【滋賀大学と共催】	データサイエンスに関心がある初学者	8月下旬	1日		●		データサイエンスの基礎について学び、グループワークを通じてデータサイエンスへの理解を深める
◆統計作成実務コース							
国民・県民経済計算	国民経済計算、県民経済計算の担当者	毎四半期 (4週間)	約7時間 20分	●			実務担当職員の基礎知識として、国民経済計算、県民経済計算についての推計方法、分析手法を学ぶ
産業連関表の作成・分析	産業連関表の担当者		約8時間 20分	●			実務担当職員の基礎知識として、産業連関表の作成手法・分析手法について、演習を通じて学ぶ
指数に関する研修 -鉱工業指数を中心に-	鉱工業指数の作成及び分析担当者	9月上旬	1日		●		指数の概要、鉱工業指数の作成・活用方法を学び、指数への理解を深める
◆人口・経済統計コース							
人口推計	人口統計を用いた推計、分析をこれから行う者	5月中旬	4日間			●	人口問題の現状や人口推計の理論を学び、エクセルを用いた演習を通じて人口推計手法への理解を深める
経済予測	経済統計を用いた推計、分析をこれから行う者	3月上旬	5日間			●	経済予測の基礎理論、マクロ経済モデル、ケインジアンモデル、生産関数による経済予測等を学び、エクセルを用いた演習を通じて経済予測手法への理解を深める
社会・人口統計の基本	「統計利用の基本」修了程度の知識があり、データ分析を用いた社会・人口統計分析をこれから行う者	12月上旬	3日間			●	社会・人口統計分析の基本について学び、統計解析ソフトR及びエクセルを用いたデータ分析の演習を通じて社会・人口統計分析への理解を深める
◆地域分析コース							
GISによる統計活用	GISを用いた分析をこれから行う者	5月中旬	3日間			●	GISの概要、GIS活用事例を学び、QGISやJSTAT MAPを用いた演習を通じて、GISによる統計活用方法への理解を深める
地域分析	地域分析をこれから行う者	8月下旬	3.5日間			●	地域人口推計や地域分析に活用できる指標、GIS及びRESAS等を用いた地域分析について学び、エクセルやQGISの演習を通じて地域分析への理解を深める
◆マイクロデータコース							
マイクロデータを利用する前に	マイクロデータを利用する者	統計研修ポータルサイト 「統計研修ひろば」からいつでも受講可能					マイクロデータ(調査票情報)の利用に係る制度の概要と利用方法・注意点を学ぶ
マイクロデータ分析 -Rによる統計解析-	「調査設計の基本」及び「統計分析の基本」修了程度の知識があり、Rを用いたマイクロデータの集計・分析をこれから行う者	1月下旬	4日間			●	マイクロデータ分析と統計解析ソフトRの基礎、標本抽出法と標準誤差の評価について学び、Rを用いた演習を通じてマイクロデータ分析についての理解を深める
マイクロデータ分析のためのプログラミング -統計解析ソフトRの利用方法-	「統計担当者向け入門」修了程度の知識があり、かつ、R以外の他言語でのプログラミング経験があり、これからRを使用する者	1月中旬	2.5日間			●	統計解析ソフトRの一般的な使い方、e-StatのAPI機能、一般用マイクロデータ、教育用標準データセット(SSDSE)等のテストデータやコードを用いた演習を通じて学ぶ
◆都道府県職員・教育関係者向けコース							
地方統計職員業務研修	都道府県統計主管課職員のうち、市町村に対しての説明機会が想定される者	4月下旬 ~ 5月上旬	1日		●	●	都道府県庁職員から市町村に対して研修を行う際に必要な知識などを習得する
統計指導者講習会(中央研修)		8月上旬	1日		●		授業で使える統計データの探し方、可視化、新学習指導要領改訂の背景等について学び、互いの実践についての情報交換や個別討議を通じて、統計データを用いた学習指導力向上を図る
教育関係者向けセミナー 【滋賀大学と共催】	・統計教育を担当する学校教員(数学、総合的学習) ・教育部門の担当者	7月下旬 8月上旬	各1日		●		学校教育の場において、子供たちに興味を持ってもらいやすい事例、学校で取り入れられた授業内容の実例などを学ぶ。授業作りでの困り事などについて、受講生間で情報を共有したり、講師に質問することで課題解消につなげる(小中学校教員向け(8月上旬)と高等学校教員向け(7月下旬)の計2回開催)

※各研修の日程、内容等は変更になる場合があります。

問合せ先：統計研究研修所 管理・研修部
 研修企画課 企画係
 TEL：042-320-5874
 E-mail：o-kenkikaku@soumu.go.jp

家計調査(家計収支編)2025年平均結果の概要

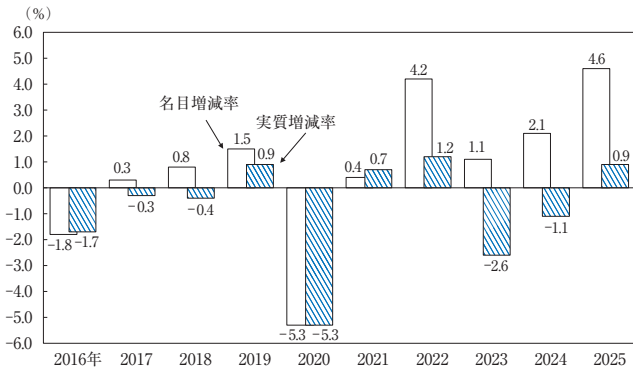
家計調査(家計収支編)の2025年(令和7年)平均結果を2026年2月6日に公表しましたので、その概要を紹介します。

1 二人以上の世帯の家計消費

(1) 消費支出は実質0.9%の増加と、3年ぶりの実質増加

2025年の二人以上の世帯(平均世帯人員2.87人、世帯主の平均年齢60.7歳)における消費支出は、1世帯当たり1か月平均314,001円で、前年に比べ名目で4.6%の増加、物価変動の影響を除いた実質で0.9%の増加となりました。「食料」が減少となった一方、一部自動車メーカーの生産・出荷停止があった前年の反動で「自動車等関係費」が増加、大阪・関西万博の影響などにより「交通」や「教養娯楽サービス」が増加したことで、3年ぶりの実質増加(0.9%)となりました。(図1)

図1 消費支出の対前年増減率の推移(二人以上の世帯)

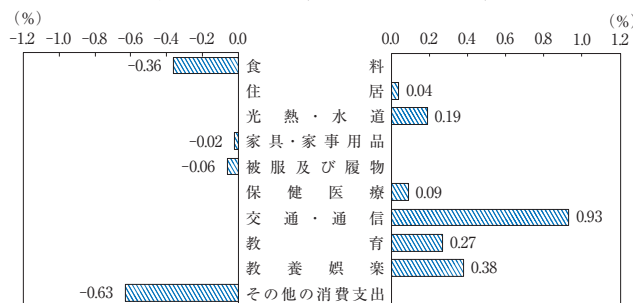


(注1) 実質化には消費者物価指数(持家の帰属家賃を除く総合)を用いています。
 (注2) 2018年及び2019年の対前年増減率は、2018年1月に行った調査で使用する家計簿の改正による影響を調整した変動調整値です。

(2) 「交通・通信」、「教養娯楽」などが増加に寄与

10大費目別にみると、「交通・通信」、「教養娯楽」、「教育」などで実質増加となりました。一方、「その他の消費支出」、「食料」などで実質減少となりました。(図2)

図2 消費支出の対前年実質増減率(0.9%)に対する10大費目別寄与度(二人以上の世帯) - 2025年 -



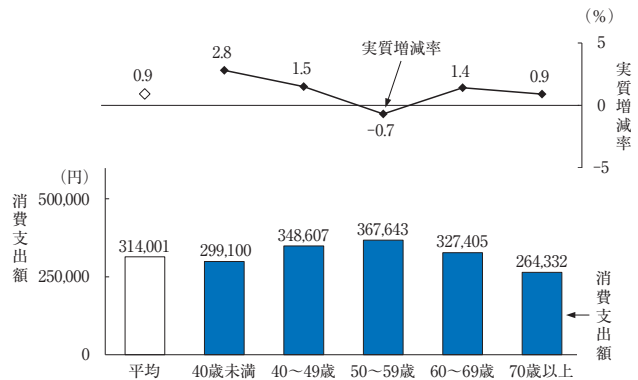
(注3) 各費目は、他の世帯への贈答品やサービスの支出を含んでいます。
 (注4) 「その他の消費支出」の実質化には、消費者物価指数(持家の帰属家賃を除く総合)を用いています。

(3) 消費支出は50~59歳を除く各年齢階級で実質増加

二人以上の世帯の消費支出を世帯主の年齢階級別にみると、40歳未満の世帯は1世帯当たり1か月平均299,100円、40~49歳の世帯は348,607円、50~59歳の世帯は367,643円、60~69歳の世帯は327,405円、70歳以上の世帯は264,332円となりました。

前年と比べると、40歳未満の世帯で実質2.8%の増加、40~49歳の世帯で実質1.5%の増加、60~69歳の世帯で実質1.4%の増加、70歳以上の世帯で実質0.9%の増加となりました。一方、50~59歳の世帯で実質0.7%の減少となりました。(図3)

図3 世帯主の年齢階級別消費支出額及び対前年実質増減率(二人以上の世帯) - 2025年 -

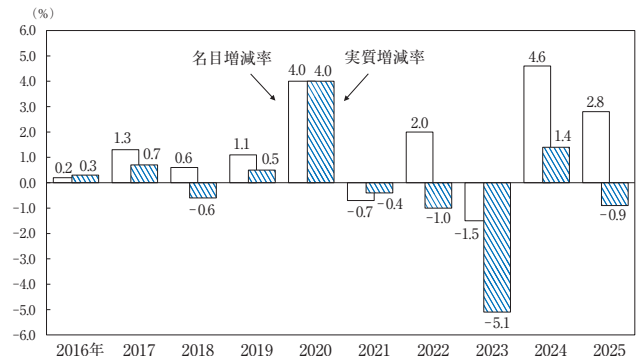


2 二人以上の世帯のうち勤労者世帯の実収入

○ 実収入は名目2.8%の増加、実質0.9%の減少

二人以上の世帯のうち勤労者世帯(平均世帯人員3.20人、平均有業人員1.81人、世帯主の平均年齢51.0歳)の実収入は、1世帯当たり1か月平均653,901円で、前年に比べ名目2.8%の増加、実質0.9%の減少となり、2年ぶりの実質減少となりました。(図4)

図4 実収入の対前年増減率の推移(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)



(注5) 2018年及び2019年の対前年増減率は、2018年1月に行った調査で使用する家計簿の改正による影響を調整した変動調整値です。

消費者物価指数(全国)2025年平均結果の概要

消費者物価指数(全国)の2025年(令和7年)平均結果を2026年1月23日に公表しましたので、その概要を紹介します。

○ 総合指数は3.2%の上昇と、4年連続の上昇

総合指数は前年に比べ3.2%の上昇となりました。

また、生鮮食品を除く総合指数は前年に比べ3.1%の上昇、生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は3.0%の上昇となりました。

いずれも4年連続の上昇となりました。(表1)

表1 総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合の指数及び前年比

		2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
総合	指数	99.8	102.3	105.6	108.5	111.9
	前年比(%)	-0.2	2.5	3.2	2.7	3.2
生鮮食品を除く総合	指数	99.8	102.1	105.2	107.9	111.2
	前年比(%)	-0.2	2.3	3.1	2.5	3.1
生鮮食品及びエネルギーを除く総合	指数	99.5	100.5	104.5	107.0	110.3
	前年比(%)	-0.5	1.1	4.0	2.4	3.0

2020年=100

○ 食料、交通・通信などが上昇

10大費目指数の動きを前年比で見ると、教育を除く各費目において上昇となりました。特に、食料は穀類などにより6.8%の上昇、交通・通信は自動車等関係費などにより2.7%の上昇となりました。

一方で、教育は、4.5%の下落となりました。(表2)

表2 10大費目別前年比及び寄与度(2025年平均)

	総合	食料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養娯楽	雑費
前年比(%)	3.2	6.8	1.0	3.6	2.7	2.6	1.5	2.7	-4.5	2.4	1.1
寄与度		1.94	0.19	0.26	0.11	0.09	0.07	0.36	-0.13	0.23	0.06

(注) 各寄与度は、総合指数の前年比に対するもの

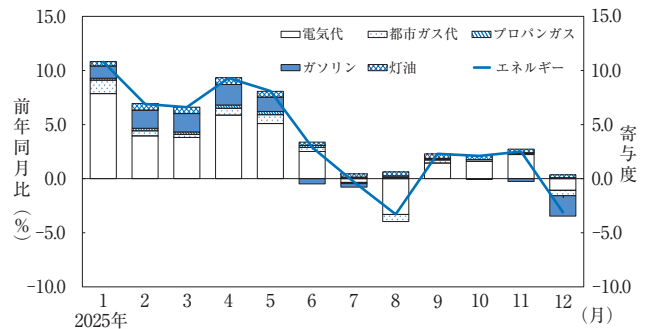
○ 電気代、灯油などが上昇

エネルギー指数の前年同月比は、前年4月から上昇が続いていましたが、7月及び8月は一時的に下落に転じた後、12月に再び下落となりました。エネルギーの構成目内訳をみると、電気代及び都市ガス代については、前年の政府の補助による押し下げ効果が一巡し、上昇に寄与していましたが、政府の「電気・ガス料金負担軽減支援事業」により、2月などで寄与度が縮小し、8月は下落に寄与しました。ガソリンについては、政府の「燃料油価格激変緩和対策事業」の補

助縮減などにより、5月まで上昇に寄与していましたが、政府の「燃料油価格定額引下げ措置」などにより、6月、7月及び11月以降は、下落に寄与しました。(図)

この結果、2025年の電気代は前年に比べ5.3%の上昇、灯油は6.7%の上昇、ガソリンは1.4%の上昇となり、エネルギー指数は3.6%の上昇(寄与度0.28)となりました。

図 エネルギー指数の前年同月比に対する寄与度分解(2025年)



○ 上昇・下落に寄与した主な項目

【食料】

穀類は、2024年産米から続く需給の引き締めなどに加え、2025年産米は集荷競争による調達コストの上昇により、うるち米(コシヒカリを除く)などの価格が上昇し、前年比21.9%の上昇(寄与度0.52)となりました。菓子類は、原材料価格、物流費、光熱費の上昇などによりチョコレートなどが上昇し、8.9%の上昇(寄与度0.24)となりました。調理食品は、原材料価格の上昇などにより、おにぎりなどが上昇し、5.8%の上昇(寄与度0.22)となりました。

【交通・通信】

自動車等関係費は、物価高騰を背景とした保険料引上げによる自動車保険料(任意)の上昇などにより、前年比2.5%の上昇(寄与度0.22)となりました。

【教育】

授業料等は、政府の「高校生等臨時支援金」による高等学校授業料(公立)の下落などにより、前年比7.8%の下落(寄与度-0.15)となりました。

とうけい通信④

いちごでつなく未来－真岡市のデジタルブランド戦略

真岡市秘書広報課

1. いちごを軸にした総合戦略

栃木県は「いちご王国」として全国で知られていますが、真岡市の「いちご」は全国で生産量一位を誇り、「いちご王国グランプリ」で最高賞を多数受賞するなど確固たる地位を築いています。本市では、この「いちご」という強みを最大限にいかしたブランディング戦略に取り組んでいます。

2. ターゲットを絞り込むデジタル戦略

真岡市の課題と機会を明らかにするため、いちご関連データを収集・分析し、ターゲット層を詳細に定義しました。また、外部環境における機会と脅威を整理し、これまでの施策で市といちごの魅力が十分に伝わっていないという仮説を立てました。そこで、デジタルマーケティングの効果を最大限に引き出すため、シビックプライドの醸成、来訪機運の向上、関係人口創出、さらには移住促進に至るまで、キャッチコピー「いちご王国栃木の首都もおか」(図1)を象徴したいちごプロモーションに取り組んでいます。

図1 キャッチコピー

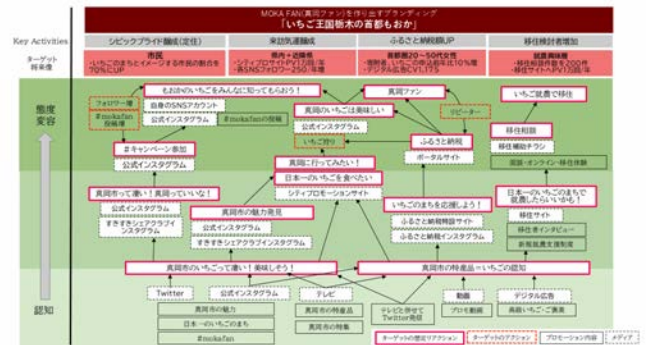


3. 物語性を持たせた情報発信

デジタルマーケティングの中で重視するのは、単に「生産量日本一」という事実だけではありません。「真岡のいちご」を選択してもらう理由を説明することが不可欠です。そのため、いちご生産者への取材を通じて、栽培歴史や情熱、数値では示せない物語や想いを発掘・言語化しました。

また、具体的なターゲット層と最適メディアを選定し、認知から態度変容へ至るロジックモデル(図2)を構築しました。

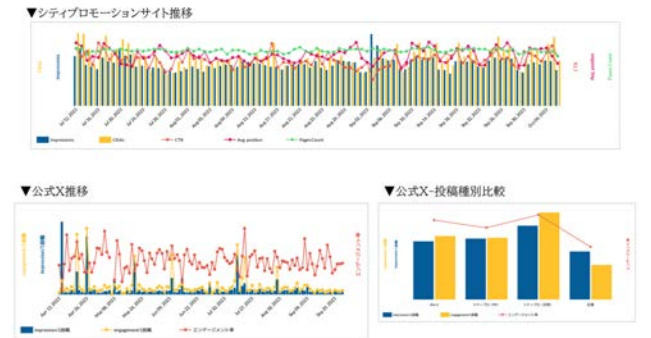
図2 ロジックモデル



4. ターゲットを絞り込むデジタル戦略

いちごプロモーションを効果的に進めるため、市が保有する全てのデジタルツールから得られるデータを一元管理し、分析できるダッシュボード(図3)を構築しました。このダッシュボードは、多角的な視覚比較が可能で、計測したデータを基に、情報を閲覧したターゲットがどのような反応を示したのかなどを踏まえ、仮説→実践→検証→改善というPDCAサイクルを何度も繰り返すことで、ターゲットに本当に必要とする情報が「伝わる」ように努めています。

図3 ダッシュボード(一部抜粋)



5. デジタルマーケティングが拓く「選ばれたまち」の未来

PDCAを何度も繰り返し、全施策で「いちご王国栃木の首都もおか」を核にした一貫したプロモーションを展開したことが、ターゲットの態度変容を効果的に促し、来訪機運や移住施策へも波及効果をもたらしています。

この取組を通じて、市民はもちろん、市外の人々にも真岡市の魅力を伝え、ブランディングと「真岡のいちご」の認知度向上に邁進してまいります。真岡市が「いちご王国栃木の首都もおか」として輝き続けるために、データに基づく戦略的情報発信を続けていきたいと考えております。

最近の数字

		人口		労働・賃金			産業		家計(二人以上の世帯)		物価	
		総人口 (推計による人口)	就業者数	完全失業率 (季節調整値)	現金給与総額 (規模5人以上)	鉱工業 生産指数 (季節調整値)	サービス産業 の月間売上高	1世帯当たり 消費支出	1世帯当たり 可処分所得 (うち勤労者世帯)	消費者物価指数		
		千人(千は万人)	万人	%	円	2020=100	兆円	円	円	全国	東京都区部	
実数	2025. 9	123,192	6863	2.6	297,787	103.2	39.0	303,214	413,961	112.0	110.7	
	10	P 12321	6865	2.6	299,801	104.7	P 36.9	306,872	499,170	112.8	111.8	
	11	P 12319	6862	2.6	313,531	101.9	P 36.6	314,242	425,503	113.2	112.2	
	12	P 12316	6842	2.6	632,196	101.8	P 40.3	351,522	1,010,407	113.0	112.0	
	2026. 1	P 12295	6776	2.7	P 301,314	P 104.0	...	307,584	432,712	112.9	111.9	
	2	P 12286	P 111.4	
前年同月比	2025. 9	-	0.7	* 0.0	2.1	* 2.6	8.3	1.8	-0.6	2.9	2.5	
	10	-	0.8	* 0.0	2.5	* 1.5	P 5.3	-3.0	-0.4	3.0	2.7	
	11	-	0.7	* 0.0	1.7	* -2.7	P 5.0	2.9	-2.5	2.9	2.7	
	12	-	0.5	* 0.0	2.4	* -0.1	P 6.4	-2.6	1.2	2.1	2.0	
	2026. 1	-	-0.0	* 0.1	P 3.0	* P 2.2	-	-1.0	1.3	1.5	1.5	

(注) P：速報値 *：対前月
家計(二人以上の世帯)の前年同月比は実質値

掲示板 統計関係の主要日程 (2026年3月~2026年4月)

《会議及び研修関係等》

時期	概要	時期	概要
3月3日	マイクロデータコース「マイクロデータ分析のためのプログラミング-統計解析ソフトRの利用方法-」開講【集合】(～5日)	4月16日	政令指定都市統計主管課長会議
4月13日	管理者向け研修「都道府県統計主管課新任管理者セミナー」開講【ライブ配信】	17日	都道府県統計主管課(部)庶務担当課長補佐等会議
		下旬 ～5月上旬	都道府県職員向けコース「地方統計職員業務研修(中央研修)」開講【集合・ライブ配信】
15日	全国都道府県統計主管課(部)長会議		

《調査結果の公表関係》

時期	概要	時期	概要
3月2日	2025年(令和7年)個人企業経済調査結果公表	4月7日	家計消費状況調査(支出関連項目:2026年2月分)公表
3日	労働力調査(基本集計)2026年1月分公表	〃	消費動向指数(CTI)2026年2月分公表
6日	小売物価統計調査(ガソリン)2026年2月分公表	20日	人口推計(2025年11月1日現在令和2年国勢調査を基準とする推計値及び2026年4月1日現在概算値)公表
10日	家計調査(家計収支編:2026年1月分)公表	22日	サービス産業動態統計調査(2026年2月分速報及び2025年11月分確報)公表
〃	家計消費状況調査(支出関連項目:2026年1月分)公表	23日	住民基本台帳人口移動報告(2026年3月分)公表
〃	消費動向指数(CTI)2026年1月分公表	24日	消費者物価指数(全国:2026年3月分及び2025年度平均)公表
13日	令和6年全国家計構造調査(個人的な収支に関する結果)公表	〃	小売物価統計調査(全国:2026年3月分及び2025年平均)公表
19日	人口推計(2025年10月1日現在令和2年国勢調査を基準とする推計値及び2026年3月1日現在概算値)公表	28日	労働力調査(基本集計)2026年3月分、1～3月期平均及び2025年度平均公表
24日	サービス産業動態統計調査(2026年1月分速報及び2025年10月分確報)公表		
〃	消費者物価指数(全国:2026年2月分)公表		
〃	小売物価統計調査(全国:2026年2月分)公表		
27日	経済構造実態調査(2025年一次集計結果)公表		
〃	住民基本台帳人口移動報告(2026年2月分)公表		
31日	労働力調査(基本集計)2026年2月分公表		
〃	消費者物価指数(東京都区部:2026年3月分(中旬速報値)及び2025年度平均(速報値))公表		
〃	小売物価統計調査(東京都区部:2026年3月分)公表		
4月7日	家計調査(家計収支編:2026年2月分)公表		

編集発行 **総務省統計局**

〒162-8668 東京都新宿区若松町19-1

総務省統計局 統計情報利用推進課 情報提供第一係

TEL 03-5273-1160 E-mail y-teikyoul@soumu.go.jp

ホームページ <https://www.stat.go.jp/>

御意見・御感想をお待ちしております。