

# 仕 様 書

## 1 件名

令和2年国勢調査の広報に関する業務委託

## 2 目的

国勢調査は、日本に居住する全ての人を対象とする国の最も重要な統計調査であるが、近年、若年層・単身世帯を中心に直接回答を得られない世帯が増大するなど、調査環境の悪化が懸念される状況となっている。

このようなことから、県民一人一人に国勢調査に対する理解と関心を高めていただき、円滑かつ確実な統計調査が実施できるよう、斬新で効果的な広報の企画・制作等を広報専門業者に委託することとする。

## 3 広報業務における重点事項

### (1) 国勢調査の効果的な周知

国勢調査は、我が国に居住する全ての人を対象とする国の最も基本的な統計調査であり、その結果は、各種行政施策の基礎資料として用いられるほか、社会の持続的な発展を支える情報基盤として広範に利用されていることを周知し、県民一人一人の国勢調査に対する理解と関心を高める。

また、今回の国勢調査は、令和最初の国勢調査であり、大正9年の第1回調査から100年となる節目を迎えることから、調査への関心を引き出すきっかけとして、「国勢調査実施100年」を効果的に活用する。

### (2) インターネット回答の推進

令和2年国勢調査では、前回に引き続き、オンライン調査の全国展開に取り組んでおり、国においてインターネット回答率を50%まで高めることがチャレンジ目標として位置付けられている。

また、インターネット回答は、紙の調査票と比べて回答が容易であり、調査世帯の負担軽減に繋がるほか、県・市町の事務量が軽減されるなどのメリットがあるため、県においてもインターネット回答を積極的に推進する。

### (3) 各世代に共感が得られる広報

調査を円滑かつ確実に実施するためには調査世帯の協力が不可欠であるが、個人情報保護意識の高まりや、昼間に不在となりやすい独身単身世帯及びオートロックマンション等の集合住宅に居住する世帯の増加等により、調査協力が得られにくい状況となっていることから、各世代の実情に応じた訴求効果が高い広報を実施する。

## 4 訴求対象

### (1) 調査実施の認知

県内に住んでいる全ての人を対象とするが、特に以下について重点を置く。

- ・「国勢調査」の存在を知らない人
- ・調査にそもそも関心がない人
- ・調査の意義を理解しているがプライベート意識が高く、回答したくない人
- ・調査の意義を理解し、回答意思もあるが面倒と感じる人

(2) インターネット回答の促進

若年層、中高年層

(3) マンション等集合住宅居住者への回答促進

マンション等集合住宅居住者

## 5 広報の実施内容

別紙「令和2年国勢調査に係る広報業務内容」を参照し、事業概要に記載する以上の内容を企画書に盛り込むこと。なお、◎印については必須とする。

## 6 知的財産等の取扱いについて

- (1) 本仕様に規定するところにより、受託者が愛媛県に引き渡すべき成果物は、愛媛県の所有とする。ただし、県から提供するもの（国作成の各種広告用版下、国勢調査イメージキャラクター「センサスくん」「みらいちゃん」など国作成の広報素材、愛媛県イメージキャラクター「みきゃん」など）はこの限りでなく、著作権者に帰属する。
- (2) 成果物の著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から第28条までに定める全ての権利を含む。）は愛媛県に帰属し、受託者が複写、複製、抜粋その他の形式により他の用に供する場合は、愛媛県の承諾を受けなければならない。
- (3) 愛媛県は成果物を公表することができる。この愛媛県の公表権について、受託者はいかなる権利も主張できない。
- (4) 委託業務の実施のために使用された愛媛県が所有する資料等の著作権は愛媛県に帰属する。ただし、受託者が従前より保有する特許権、著作権等の知的財産権を適用したものにおいては、愛媛県はその使用及び複製の権利のみを有するものとし、それらの知的財産権は受託者に帰属する。
- (5) 成果物及び委託業務の実施のために使用された愛媛県が所有する資料等に、受託者が従前より保有する知的財産権（著作権、ノウハウ、アイデア、技術、情報等を含む。）が含まれていた場合は、受託者に留保されるが、愛媛県は成果物を利用するために必要な範囲において、これを無償かつ非独占的に利用できるものとする。
- (6) 受託者は、愛媛県が認めた場合を除き、成果物に係る著作者人格権を行使できないものとする。
- (7) 成果物については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。
- (8) 第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。

## 7 その他

この仕様書に定めのない事項について疑義が生じた場合は、愛媛県と受託者が協議の上、定めるものとする。

## 令和2年国勢調査に係る広報業務内容

◎印を付した事業については、必ず広報業務企画書に盛り込むこと。

項目	◎必須 (無印は 任意)	種類	時期 (期間)	事業概要(仕様・規格・数量等)	県提供物 (調査名ロゴ等は提供)
1	◎	新聞広告	9月上旬～10月1日 の間	①愛媛新聞に、全5段を1回以上、半5段を2回以上の合計3回以上広告を掲載する(同等以上の効果が見込まれる箇所(例えばテレビ欄ページ)への掲載も可とする。) ②県から新聞広告用版下を提供するが、使用は任意とし、各者で提案して作成するものでも可とする。	版下データ (一般的な大きさのもの)
2		テレビスポットCM	各者提案	①15秒のテレビスポットCMを実施する。 ②県からテレビスポットCMデータ(15秒)を提供するが、使用は任意とし、各者で提案して作成するものでも可とする。	CM用データ
3		ラジオスポットCM	各者提案	①20秒のラジオスポットCMを実施する。 ②県からラジオスポットCMデータ(20秒)を提供するが、使用は任意とし、各者で提案して作成するものでも可とする。	CM用データ
4	◎	デジタルサイネージ	9月中旬～10月上旬 (14日間以上)	①以下のア～ウにおいて、期間中、指定した回数以上動画等を放映する。 ア 銀天街・大街道のストリートビジョン(25台)(指定) 15秒の動画で50回/日(15秒以外の動画の場合は同等の放映時間) イ 伊予鉄道市内電車(12両)(指定) 15秒の動画で144回/日(15秒以外の動画の場合は同等の放映時間) ウ 上記以外の商店街、公共交通機関等1箇所以上(各者提案) 動画又は静止画を50回/日 ②動画等は、各者が提案し、作成に当たっては、インターネット回答を推進し、各世代の関心を引くための工夫を行う。	なし
5	◎	インターネットを 活用した広報	10月上旬まで	①ウェブ広告、SNS等を活用した広報を実施する。 ②愛媛県内に居住しているユーザーをターゲットとする。 ③スマートフォンからの閲覧が可能な媒体を活用し、特に若年層に対して訴求効果を高めるための工夫を行う。 ④内容、実施時期は各者提案とする。	なし

項目	◎必須 (無印は 任意)	種類	時期 (期間)	事業概要 (仕様・規格・数量等)	県提供物 (調査名ロゴ等は提供)
6	◎	啓発イベント	9月	①国勢調査の周知及びインターネット回答の促進を啓発するイベントを実施する。 ②実施地域は東予・中予・南予で各1回以上とする。 ③実施場所は、多くの集客が見込まれる場所（商店街・ショッピングモール等）で実施する。 ④感染症の流行拡大等、イベント開催が困難になった場合の代替案を示すこと。	パネル用データ 約20点あり
7	◎	ポスター掲示 (公共交通機関 車両)	9月中旬～10月上旬 (14日間以上)	①公共交通機関車両に、ポスターを全車両合計で約520枚掲示する。 ②ポスター（B3版横）は県から提供する。 ③掲示をする公共交通機関は、JR（列車）・伊予鉄道（市内・郊外電車・バス）・瀬戸内運輸 （バス）・宇和島自動車（バス）の4事業者全てとする。	ポスター
8	◎	ポスター掲示 (公共交通機関 駅・待合室等)	9月中旬～10月上旬 (14日間以上)	①公共交通機関の駅・待合室等に、ポスターを全箇所合計で約60枚掲示する。 ②ポスター（B1版縦）は県から提供する。 ③掲示場所は、利用者が多く、高い広報効果が見込まれる愛媛県内の主要駅及びその周辺とし、 各者提案する。	ポスター
9	◎	ポスター掲示 (商業施設)	9月中旬～10月上旬 (14日間以上)	①商業施設に、ポスターを全施設合計で500枚掲示する。 ②ポスター（A2版縦）は県から提供する。 ③掲示場所は、通行者や利用者が多く、高い広報効果が見込まれる場所を6施設以上各者提案 する。	ポスター
10	◎	懸垂幕	9月上旬～10月上旬 (30日間以上)	①懸垂幕（県関係一部横断幕）を作成し、設置、撤去する。 デザインは各者提案とする。 ②設置場所は、次の2通りとする。 ア 県施設6施設（県庁・地方局（東予、中予、南予）・支局（今治、八幡浜））（指定） サイズは下表のとおり イ 通行人、通行車両が多い場所、高い集客力がある場所など、高い広報効果が得られる箇 所（最低6施設、各者提案とし、東予・中予・南予の施設にバランスよく設置する。） （参考）平成27年設置箇所：伊予銀行本店、愛媛銀行本店、伊予鉄高 島屋、エミフルMASAKI、フジグラン松山、イオン松山店	なし
11	◎	広報用リーフレット 配布	9月中旬～10月上旬 (14日間以上)	①商業施設において、リーフレットを全箇所合計で10,000枚配布する。 ②リーフレット（A4版縦）は県から提供する。 ③配布場所は、通行者や利用者が多く、高い広報効果が見込まれる場所を6施設以上各者提案 する。	リーフレット

項目	◎必須 (無印は 任意)	種類	時期 (期間)	事業概要 (仕様・規格・数量等)	県提供物 (調査名ロゴ等は提供)
12	◎	配布用グッズ	8月末までに作成	①上記6の啓発イベントで配布するグッズを、10,000個以上作成する。 ②配布用グッズは、啓発イベントの開催まで各者において保管すること。また、グッズを作成したことが確認できるよう、全体を写真に収めておくこと。 ③県においてグッズの一部が必要となった場合は、啓発イベントで配布する数量を調整の上、指定数量を県に送付すること。 ④グッズの種類及びグッズのデザインは各者提案とし、受け手の目を引く工夫がなされたものとする(下記「共通必須事項」⑤のデザインを利用すること。)	なし
13	◎	応募者の自由提案による効果的な広報	各者提案	上記1～12に掲げた広報以外に、県民へ国勢調査の周知を図るための効果的な独自の広報手法を一つ以上提案し、実施する。	なし

#### 共通必須事項

- ① 提案した企画については、責任をもって確実に実施すること。
- ② 実施に係る諸費用(製作費、掲載料、配信料、運用費及び設置費等)は、採用された作成案の企画を行った受託者が全て負担するものとする。
- ③ 各施設への申請は基本的に各者が行うが、必要があれば、県から申請を行う。
- ④ 広報の実施及び広報素材の作成の詳細は、事前に県と協議すること。特に、広報物の仕様及びデザインについては、1回以上の校正を行うこととする。
- ⑤ 全国での国勢調査のイメージの統一を図るため「調査名デザイン」「国勢調査100年記念ロゴマーク」「キャッチコピー(みんなの国勢調査)」「センサスくん」「みらいちゃん」「国勢調査2020総合サイト」等を積極的に活用すること(別添資料参照)。
- ⑥ 特に9月上旬から10月上旬までの間に集中的に広報を実施すること。また、単身世帯の大学生、短大生、専修学校生などを対象とする場合は、夏季の長期休暇を考慮すること。
- ⑦ 令和2年国勢調査では、総務省統計局が広く国民一般を対象として、広報効果の高いテレビ、新聞などの全国展開のマスメディアを通じて広報を行うので、重複を避けるとともに、可能な限り連動して広報効果を高めるよう配慮すること(総務省統計局が行う主な広報の概要は別添資料参照)。
- ⑧ 県内市町の行う広報との連携を取るため、広報企画の実施時期について県が個別に相談した場合は、随時協議の上、適切な時期に行うものとする。

#### 【県関係懸垂幕・横断幕サイズ】

箇所	種類	サイズ
県庁	懸垂幕(本館)	W1000×H7000mm
東予地方局	横断幕	W8000×H850mm
東予地方局今治支局	懸垂幕	W1000×H10000mm
中予地方局	横断幕	W6000×H900mm
南予地方局	横断幕	W8000×H850mm
南予地方局八幡浜支局	懸垂幕	W1000×H10000mm