

内閣官房・内閣府本府等行政事業レビュー
「公開プロセス」
議 事 録

出版諸費

○会計課長 定刻でございます。本日は御多忙のところ、「内閣官房・内閣府本府等行政事業レビュー『公開プロセス』」に御出席いただきまして、ありがとうございます。

内閣官房・内閣府本府等行政事業レビュー推進チーム副統括責任者を務めます内閣府会計課長、三上と申します。内閣官房で会計担当内閣参事官を兼務してございます。本日、進行役を務めさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、本日御出席をいただいております外部有識者の先生方を五十音順に御紹介させていただきます。

まず、私から飛んで3人目、私の辺の一番角に座っておられます公認会計士、石井雅也先生でございます。

そのお隣、弁護士・公認会計士でございます石田恵美先生でございます。

こちら側に戻りまして、私から1人置いてお隣、公益財団法人交通協力会常務理事、石堂正信先生でございます。

もう一度戻りまして、石田先生のお隣、構想日本総括ディレクター、伊藤伸先生でございます。

そのお隣、法政大学大学院法務研究科教授、今井猛嘉先生でございます。

そのお隣、新潟大学法学部教授、南島和久先生でございます。

石堂先生には、本日、評価結果等の取りまとめをお願いしております。どうぞよろしくお願ひいたします。

私の向かって左側、推進チームの統括責任者でございます大臣官房長の河内でございます。一言お願いします。

○大臣官房長 大臣官房長の河内でございます。何とぞよろしくお願ひ申し上げます。

○会計課長 本日、この後、河野行革担当大臣がお見えになる予定とのことでございます。

本日は、それぞれの議題につきまして、所管部局から、まず5分程度で事業の要点を説明してもらった後、推進チーム事務局から事業選定の視点及び論点を提示いたします。その後、質疑、議論となりますが、所管部局からの説明とあわせて50分程度を予定してございます。質疑、議論の最後の10分で外部有識者の皆様には、評価結果、コメントをお手元のシートに記載いただきます。質疑、議論が終了した後、取りまとめ役の石堂先生を中心に、評価結果及び取りまとめコメントにつきまして御議論いただきまして、石堂先生から評価結果及び取りまとめコメントを発表いただきます。この取りまとめに10分程度を予定してございます。

それでは、早速、議題1の「出版諸費」に入らせていただきます。

まず、所管部局から5分以内で事業説明をお願いいたします。

室内、ちょっと冷房の効きも悪いようですので、適宜、クールビズでもございます、上着は取っていただければと存じます。

それでは、政府広報室、よろしくお願ひします。

○説明者 政府広報室総括参事官の後藤と申します。よろしくお願ひいたします。

本日は、政府広報出版諸費の御説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。では、早速、お手元の資料に基づきまして説明させていただきます。「政府広報室の業務について」ということでまとめてございますので、これで説明させていただきたいと思っております。

まず、1ページ目でありますけれども、政府広報室の業務、機能であります。政府広報室は、政府の重要施策に関する広報を担いまして、内容、背景、必要性等を伝え、国民の理解、協力を得ることを目的としておりまして、以下の3つの機能がございます。

1つ目ですけれども、各府省から広報希望テーマを聞きつつ、政府全体の観点から優先順位をつけて、重要なものについては、官邸とも相談をして、主要な広報テーマということでキャンペーンとして実施しております。マイナンバー、女性活躍など、複数省庁が関係して内閣官房が取りまとめを行うという広報がふえているということでございます。

2点目でありますけれども、共同利用媒体としてメディアをまとまった量、確保しまして、効率的に広報を実施するということです。これによりまして、コストを下げるとともに、広報ニーズに柔軟に対応するようになってございます。

3点目ですけれども、広報担当部門として、広報テーマと媒体をマッチングさせ、広告代理店を活用して広報戦略の質の向上を図るという機能がございます。

おめくりいただきまして、飛ばしまして3ページ目でございますけれども、政府広報予算の推移であります。平成27年に事業仕分けを受けまして、予算要求は半減とされまして、全体として91億円だったものが、平成24年度には41億円となりまして、出版諸費、黄色い部分でありますけれども、これは48億円から、26億円、23億円、21億円ということで、半減以上の削減をして、現在は22億円となっております。

4ページ目をご覧くださいと思います。事業仕分けでは、テレビ・ラジオ番組や広報誌の廃止など、そういった指摘を受けまして、出版諸費関係では、新聞の記事下、突き出しの削減、あるいは広報誌Cabiネットの廃止などの見直しを行ってきたところでございます。

5ページ目をご覧くださいと思います。政府広報の国内予算執行額でありますけれども、約43億円となっております。新聞、雑誌などの出版諸費、※の部分ですけれども、約24億円となっております。

1番目ですけれども、定時媒体については、最低限の周知を常に行えるように備えるため、毎週の新聞突き出し、ラジオ、BS番組など、媒体ごとに一般競争や総合評価方式によって調達をして実施しているものでございます。

2つ目、年間媒体、いわゆるブランドと言っておりますけれども、これは新聞の記事下、雑誌、テレビCMなど、必ず使用する媒体の最低限の量を総合評価方式ということでまとめて調達をして、広報が必要な時期を選んで実施しているというものでございます。ブランドの仕組みとしておりますのは、通常の調達では時間がかかるということでありますので、緊急に広報しなければならない場合に備えて、年度初めに調達するというものでござい

す。

3点目、臨時媒体、これはいわゆるキャンペーンと言っておりますけれども、テーマに応じて、質の高い戦略的広報を実施するために、テーマごと企画競争を行って、代理店に戦略を提案させて、最も優れた提案によって実施するというものでございます。

6ページ目をご覧ください。これは政府広報の実施フローを図にまとめたものでございます。③の臨時媒体のところでありまして、ここで年間代理店3社としておりますけれども、平成28年度については、事情がありまして2社となっております。

ちょっと飛んでいただいて8ページ目でございますけれども、政府広報の主な媒体と特徴を掲げてございます。媒体の特性を掲げておりますけれども、政府広報の実施に当たっては、テーマに応じて、訴求対象、媒体特性などを勘案しながら行っているものでございます。

続いて9ページ目でありまして、メディア・リーチというのでつけております。これはメディア接触率ですけれども、ご覧いただきますように、テレビが総じて高くなってございますけれども、年代別では、若者はモバイル、パソコン、高齢者は新聞が高くなってございます。

続きまして、10ページ目であります。高齢化の推移ということで掲げてございますけれども、65歳以上が人口の25%以上を占めているということで、今後も増加する見込みとなっております。ネットを使えず情報弱者となっている高齢者の方もいらっしゃいますので、今しばらくは引き続き新聞も重要な媒体と考えているところであります。

11ページ目からは政府広報の媒体を掲げてございます。新聞の記事下ですけれども、71紙に不定期に掲載しているというものでございます。

12ページ目は、新聞記事下の実績でありまして、1のとおり、平成21年度の約180段から、平成28年度は約90段ということで、減らしてきているものであります。

また、2のとおり、平成27年度は、マイナンバーですとか、高齢者詐欺防止、女性活躍など、重要テーマ、高齢者向けのテーマに重点化して行っているというものでございます。

また飛んでいただきまして14ページでありますけれども、これは新聞の年間契約紙の考え方でありまして、日本新聞協会加盟社であること、一般紙であること、発行部数が5万部以上であること、こういったことによってお示ししているものでございまして、次の15ページがその契約紙の一覧となっております。71紙であります。

時間の関係がございますので、雑誌と視覚障害者向け広報資料は省略をさせていただきます。飛んで18ページ目をご覧ください。成果指標、成果目標の考え方でありまして、成果指標につきましては、費用の高い新聞記事下について、第三者調査であるJ-MONITORのデータによって理解度をとっているというものでございます。成果指標は平成26年度に見直しを行っております。行政改革推進会議で御指摘がありまして、

媒体ごとの目標値が同じ数値になっているということで、これはおかしいという御指摘があり、見直しをしているものでございます。以前は主要な広報テーマということで、理解度を独自の調査のデータではかっていたのですけれども、客観性が弱いという面もあって見直しを行ったというものでございます。

19ページ以降は新聞、雑誌などの改善事例を添付してございます。

以上です。

○会計課長 それでは、本件事業を取り上げた視点、それから、議論すべき論点について御説明申し上げます。

本事業は平成27年度予算で約22億円という事業規模がございまして、事業規模が大きいこと、また、内閣の重要政策の広報ということで、政策の優先度が高いものであることから、本年4月28日に開催された外部有識者会合における議論を踏まえまして、公開プロセス対象事業として選定したものでございます。

議論すべき論点は、お手元の一枚の紙に4つのテーマを集約してございますけれども、本件に関しては、広報効果の目標設定、効果検証が的確に行われているか、もう一点、平成21年度の事業仕分け結果における指摘に対し、具体的にどのように対応し、それらの指摘に対して適切に対応しているか、以上2点が論点になろうかと考えております。

それでは、質疑、議論に入らせていただきます。質疑、議論の時間は15時50分まで、おおよそ40分でございます。それでは、各委員の先生方から、御発言、御意見をいただければと思います。よろしくお願ひいたします。御発言は、2人に1つマイクを御用意しておりますので、そちらをお使いいただきますように、よろしくお願ひします。

石堂先生、お願ひします。

○石堂先生 それでは、出版事業についてなのですが、平成22年ですか、見直しがあったということが先ほどの3ページのところでありましたけれども、この出版諸費につきましては、それ以来、大体20億円台、最近は21～22億円台ということで、ほぼ固定しているというところに注目いたします。私などはどちらかというと活字派なのですが、世の中、インターネットのほうにだんだん向いていっている傾向は否めないと思いますし、新聞、雑誌の発行部数なども大体漸減傾向にあると見て間違いのないのではないかと思います。また、事業レビューの中でも、御省自身でも、3ページですか、事業の有効性という欄に、「広告実施にあたっては、原則として『政府広報オンライン』に誘導するとともに」という表現が出てきて、やはりオンラインのほうに誘導するというのが施策にもなっているという中で、この出版諸費について全然縮小がないというのは、ちょっと異常なのではないかと感じるのが1つの点でございます。

それから、もう一つ、続けて言ってしまうと、先ほどの論点の中にもありましたけれども、目標設定のところに大分問題があるのではないかと感じております。レビューシートにありますように、理解度でいくのだということで、先ほど資料の説明でも、外注して調べているということでございましたが、その「理解度」という言葉の意味についてい

ろいろ尋ねてまいりますと、新聞に出た広報記事について、まず、見たかという質問を發して、見ていないという方については、いわば母数から排除してしまうという感じに聞いております。さらに、大体、出した翌日にやるようですけれども、新聞そのものを見たという人に対して、手元にございますかと言って、手元に用意できないと言うと、その方も排除して、結局、手元に用意できた方の中で、政府広報の内容は理解できますかという問いを發するという方式によっているように聞いております。そうすると、常識的に考えて、日本語で書いてある記事ですから、大抵は理解できるはずで、したがって、レビューシートにもありますように、80%台とか、高い率が出るのは、ある意味では当然ではないかと思えます。これに頼っていて本当にいいのかという気がするわけですね。

先ほどの説明の中でも、8ページですか、あるいは9ページのところにありますように、いろいろなところに「接触」あるいは「接触率」という言葉が出てくるわけですね。まず、ともかく見てもらえないことにはお話にならないということだと思います。そういうことからいくと、まず、見てもらえたかというところを成果目標の一番の入り口にして、そこからさらに踏み込んで目標を掲げるのがよろしいのではないかと思います。

この2点ですね。規模をもうちょっと縮小してしかるべきではないかということと、理解度を定量的な成果目標と置いているけれども、その理解度の確認の仕方はちょっと誤解が生ずる部分があるのではないかという2点をお聞きしたいと思えます。

○会計課長 では、政府広報室、お願いします。

○説明者 まず、出版諸費が減っていないではないかという御指摘でありますけれども、事業仕分けを受けまして、出版諸費、約半減ということで減らしてきているところがございます。なかなか難しい部分がございますして、インターネットを使われる方がいらっしゃると思うのですけれども、高齢の方は、ネットが使えなくて情報弱者になっている方もいらっしゃいますので、そういったものを踏まえると、引き続き新聞も重要な媒体ではないかと考えているところでございます。

あと、資料におつけしておりますけれども、高齢人口がこれからふえていくというのもございますので、しばらくは新聞は引き続き媒体として扱っていく必要があるのではないかと考えているところでございます。

○会計課長 もう一つ、調査の仕方について、何かありますか。

○説明者 理解度でありますけれども、J-MONITORという第三者機関のものを指標としてやっているものでございまして。

○会計課長 そのJ-MONITORの調査の仕方について、石堂先生から幾つか、こういう調査のやり方で、きちんと把握しようとしているものが把握できているのかという問題点の御指摘だったと思いますが、そこにお答えいただければと思います。

○石堂先生 よろしいですか。私が懸念しているのは、後のほうの理解度については、今、「第三者」という言葉が出ましたけれども、調査方法が公平公正でないとか、そういうことを指摘したいのではなくて、結果として、政府に非常に都合のよい高い率が示される結

果になっていないかということなのですね。そのことが出版諸費が見直されない原因になっていないかということで御質問したのであって、そこら辺をきちっと把握していただきたいと思います。

それから、出版諸費が半減したとおっしゃいますが、私が聞きたいのはその後のことでありまして、半減した後、全然減っていませんねということについて、どう考えるかなのですね。説明の中に弱者の話も出てきましたし、高齢化の話も、私も紛れもなく高齢者ですけれども、それはあっても、レビューシートそのものにネットへ誘導するのだ、誘導できているのだということが成果として書かれているわけですから、高齢者といえども、ネットのほうを見てくださいねということは政府としてやっていると解釈すると、高齢化が進む、ネットに弱い老人がいるから新聞が頑張るのだという説明は必ずしも納得できないような気がします。もしも活字にこだわる人間を大事にしなければだめだということであれば、高齢化が進むにつれて、そんなに新聞、雑誌の購読が減るはずもないとも言えるのですね。ですから、その辺はもうちょっとしっかり分析した上で、全体として広報手段の何に重点を置いていくかということについては検討していただく必要があるのではないかとということでございます。

○会計課長 何かありますか。

○説明者 先ほどのJ-MONITORの関係でありますけれども、J-MONITORはビデオリサーチが行っているものをもとにしまして、理解度というのは、調査対象者で紙面を用意できた者のうち、広報を理解できたかという問いを發して、当てはまる、やや当てはまると回答したものを集めたものでありまして、成果指標としてそういうのを使っているというものでございます。新聞を見られている方を対象にしたものですので、なかなか難しい部分はあるかと思うのですけれども、従来、独自調査を使っていたのですけれども、そういった指摘もありましたので、客観データということで、比較の対象として、今、こういうのを使っているというものでございます。

○会計課長 半減した以降の出版諸費に大きな減が見られない、そこについてコメントはありますか。

○説明者 広報第1担当の宮島と申します。よろしくお願いたします。

私どもは、高齢者が特にふえているということもあって、新聞等を重視して使っておるのですけれども、さすがに新聞とか雑誌を使って広報申し上げても、スペースの限界もございまして、全てを皆さんにお知らせすることができないわけなのですね。より詳細なものとして政府広報オンラインというものを設けて、そちらで詳細を見ていただくことが可能になるようにという仕組みをつくっているということで、シートのほうでもオンラインに誘導をかけているということは、一つの成果として挙げさせていただいた次第でございます。

○会計課長 今井先生、お願いします。

○今井先生 3ページの色が分けてあるグラフなのですけれども、例えば、事業仕分けを

平成21年度にされて、その後、黄色の出版諸費というものが比較的同じ額で推移しているわけですが、読み方として、以後、高齢化がより進み、新聞等、文字媒体に依存する方がふえていっていると。他方で、政府としても出版諸費の削減には努力をしていると。その結果として同じような数値になっているという分析があると、努力もわかるのですが、そういう御説明は可能でしょうか。

○会計課長 広報室、どうぞ。

○説明者 今の今井先生から御指摘いただいたものについて、直ちにお答えできる指標みたいなものは持っておらないものですから、そこは研究してまいりたいと思っております。

○会計課長 伊藤先生。

○伊藤先生 先ほど石堂先生からお話のあった、高齢者だから紙媒体を見て、インターネット情報に余りアクセスしていないというところは、本当にちゃんと分析されているかどうか、私もすごい疑問に思っています、少なくとも、今、総務省の情報通信白書を見ると、60歳以上のインターネット利用率は82%ぐらいまで上がっている。もちろん、そうは言っても、ほかの世代に比べて、まだ若干低い傾向にはあるのですけれども、ある民間事業者が高齢者のインターネットの利用目的を見てみると、ニュースであったり、情報を得るために利用しているという意味では、例えば、ヤフーニュースであったりすると、世代別に見ると、60代がほとんど遜色なく数値が上がっているとか、今、情報通信白書を見ていても、動画投稿とか、そういうものについては20代・30代と60代は50ポイントぐらい差があるのですけれども、ニュースサイトを見る目的という意味ではほとんど変わっていないのです。ということ考えたときに、単に高齢者がまだアクセスしにくいからという、昔から言われている話だけで、やはり新聞広告が必要なのだと言い切ってしまうの难道ろうかとずっと思っているのです。だから、石堂先生も、その成果として、紙媒体、新聞広告がどれだけ見られているのか、理解度だけではなくて、どれだけ見られているのかという成果指標があると説得力があるということだと私も思うのですが、そこについて、いかが思われますでしょうか。

○会計課長 9ページにメディア接触率の年代別のグラフが出ていますけれども、それ以外に何か広報室のほうで今の議論をサポートできる材料とか、分析とか、あれば、お願いします。

河野行革担当大臣がお見えです。ありがとうございます。

○説明者 今の先生の御指摘の点ですけれども、日本新聞協会が隔年ぐらいでメディアについての調査をやっておりまして、つい先だって、昨年度の部分がまとまったようでございます。そこで見てみますと、インターネットを使う方の一番の目的が、ものを調べる、検索すると、こういう使い方が95%ぐらいでございます。その中で、ニュースをニュースサイト以外で見ている方は、今、年代は手元にないのですけれども、7割ぐらいといった数字を見ております。ですから、やはりインターネットの主目的として、より詳しいものを調べようという使われ方をしているということであれば、新聞等も使った、ほかの媒体

も使ったものから、オンライン等で詳しく誘導するというのも一つの流れに乗っているとは思いますが、では具体的にどのような数字でということになると、私ども、世の中のいろいろな調査の数字を見るしか、今のところ、ないかなとは思っておるのです。

○会計課長 伊藤先生の御指摘は、高齢者でもインターネットをごらんになられている人は、情報のとり方によって、政府広報で訴えるようなものは、高齢者もネットで見るという状況にあるのではないかと御指摘だったのですが。

○伊藤先生 そういう環境ができ初めているのではないかと。

○会計課長 そこは何かありますか。

○石井先生 関連してなのですが、9ページのところで、メディア・リーチということで、各年代の方々がどのようなメディアに接触しているのかというのは、なるほどなのですけれども、これはある定点ですね。2014年の調査結果がこうでしたということだと思うのです。3ページのところで、年度別に広報予算の推移ということで、先ほど来、出版諸費が横ばいで推移しているのはどうしてなのだとおっしゃると思うのですけれども、例えば、メディアも、9ページのメディア・リーチというものが、5年ぐらいでどのぐらい変わるのかというのはあるのですけれども、やはり変わってきていると思うのです。その中で、例えば、パソコン等の媒体への接触率が上がってきているから、その流れを受けて、新聞のところが減って、ネット等の広告がふえているとか、経年で捉えていくような分析等はされているのでしょうか。ちょっとのっかるような形で済みません。

○会計課長 広報室、お願いします。

○説明者 最近、皆さん、ネットを使う方がふえてきているというのは踏まえた上でなのですけれども、一方で高齢の方は、もうちょっと上の方になると、ネットをなかなか見られない方もいらっしゃるということで考えているところではあるのです。

○会計課長 石田先生、お願いします。

○石田先生 この論点ばかりで時間取ってどうかと思うのですけれども、高齢者がふえるとなぜ新聞がふえるのか。高齢者の方でも、結局、せり上がってくるので、ネットに対して親和性のある高齢者がふえると分析すべきであって、本来、高齢者がふえるから新聞がふえるというのは因果関係がないのではないかとおっしゃって聞いておりました。そういった意味で、では若い人が新聞見ないのかということ、そんなことはなくて、新聞を見るにしても、紙媒体で見るのか、それともWeb上の新聞を見るのかといった意味で、新聞の使い方が分かれてくるのは重々承知の上ですけれども、要するに、今、新聞が17億円の広告費を使っているということでは、22億円の中で非常に大きな新聞の広告という意味ですね。突き出しの広告では4億ぐらいありますから、また別枠かもしれませんが、そういった意味では、突き出しの広告プラス広告という意味ではかなり大きな部分を占めているという中で、新聞というものを媒体として、どれだけ政府広報を見る人たちが増減していくのか、そのあたりについての分析はどのようにされているのでしょうか。その上で、この後、何年かにわたっては、やはりまだそれだけのニーズがあるのだという計算をされて

いらっしゃるのかどうかをお伺いしたいと思います。

○会計課長 広報室、お願いします。

○石田先生 補足しますと、要するに、政府広報をあなたは何で見ましたかというアンケートとかをしたことがありますか。私が考えられる非常に簡単なサジェスションがあるとすれば、そういうことになるかと思うのですが、そういったようなりサーチなどをされていらっしゃるでしょうか。

○説明者 政府広報独自の調査はやっておりまして、キャンペーンということで、重要な広報テーマについては、毎回、キャンペーンの事前と事後の調査をやっているところでありまして、そこで調査は行っているところでもあります。

○会計課長 その中で、どういうメディアを通じてそのキャンペーンに接触したかということ調べていますかということだと思います。

○説明者 自前でやったキャンペーンについての調査の中でも、政府広報について、どんな媒体で見ましたかというのは聞いて、数字は、私ども、内部としては持っております。

○会計課長 その数字を持っているわけですか。媒体別の数字を持っているというお答えですか。

○説明者 こういったテーマについてキャンペーンをやったときに、何でござらんになりましたかというのは、一応、聞いております。

○会計課長 公表して差し支えなければ、1つとか2つとか例を挙げて、こういうテーマであったらこうであったと、新聞が何パーセントとかいう数字があれば、御提示いただくのがよろしいのではないかと思います。

○説明者 去年やったゆう活の関係でありますけれども、手元の数字ではありますけれども、テレビCMが28%、個人向けの新聞広告が14.7%、ヤフージャパンのWeb広告が17%という感じでとってはおります。

○会計課長 それが、例えば、年齢層別とかにブレイクダウンできれば、より議論に資すると思いますけれども、ありますか。

○説明者 手元のが概括的なものでしかございませんので、ちょっとお答えできない状況でございます。

○会計課長 ほかに、先生方、コメントいかがでしょうか。南島先生。

○南島先生 それでは、ちょっと角度を変えまして、政策効果のお話がいろいろと注目されていたということだったと思いますけれども、まず私の考え方を申し上げたいと思いますが、政策効果を政府広報でどれだけ追求するのかという話も一方で確かにあるかもしれませんが、他方で、政府広報ですから、時を得て的確に、手段を最適なものを選んで広報していく必要がある。そちらのほうが第一義的であって、効果検証、説明責任は副次的なものだと思っております。それができているのかが一番の問題点だと思っておりますけれども、質問は3つあります。

1つは、180段から90段に、要するに新聞媒体が変更になったということで、実感として、

所感として結構ですが、大きく変わったなどか、今までできていたことができなかったなどか、それは政策効果の話だと思いますけれども、そういうことがあれば教えていただければと。今のお話に絡んでということです。

それから、2つ目が、マイナンバーでかなりの予算が使われたのですけれども、これについても、的確に届いたかどうかだったのか、そこをお伺いしたいと思います。

3つ目は、これはぜひお伺いしたいと思っている点ですが、例えば、子ども・子育て新制度についてですけれども、Webを見ましても、非常にわかりやすい内容になっておりまして、新聞等で引き込むというところと、Web上でもっと深い内容を知らしめるというところの機能分担みたいなものが、ひょっとしたらできていないのかなと、ちょっと心配になったのですけれども、その調整はされておられますでしょうか。最後のが一番聞きたいところですが、お答えいただける範囲でお願いいたします。

○会計課長 今、3点あったと思います。順番にお願いします。

○説明者 まず、1点目、記事下、180段から90段でありますけれども、大分持っている量が減りましたので、厳しいやりとりをしていると考えています。各省から記事下の広報をやしてほしいというのはかなり来ておるのですけれども、持っている量が少ないというのがありまして、まさに高齢者とか、重要テーマとか、そういったものに限定してやってきているというものでございます。

それと、2点目のマイナンバーについてですけれども、当初はマイナンバーを御存じない方が非常に多かったのですけれども、まず知っていただくというところから始めまして、複数回やったことによって、マイナンバーの内容と、どういう手続が必要なのかというのも順次理解していただくようになってきたと思っております。

あと、3点目の子ども・子育ての関係ですけれども、先生おっしゃるとおり、テーマと媒体の組み合わせをうまくやる必要があると考えておりまして、子ども・子育てについては、若いお母さん方が非常に多いと思いますので、そういった方々に対しては、新聞より、Webとか、そっちのほうにシフトしてやってきているものでございます。あとは、Webに載せるというのもありますけれども、政府広報オンラインというのがございまして、そこに詳細な情報を載せて、ネットのテキスト広告から誘導して見ていただくという取り組みはしているところでございます。

○会計課長 新制度の関係では、資料の16ページに雑誌などもあって、出版諸費という中ではそれも対象になっていると思いますけれども、そこらあたりも何か補足することがあれば、Webと新聞と雑誌をどういうふうに、例えば、新制度で使い分けていますとかいうのがあれば、御説明ください。

○説明者 新聞では広く一般に知っていただくということでやっているものでございます。若いお母さん方と、祖父母というのでしょうか、おじいさん、おばあさん方もいらっしゃいますので、そういった方には新聞でやるということと、若いお母さん方には、Webとか、あと、雑誌ということで、『日経ウーマン』ですとか『オレンジページ』、そういったメデ

ィアを使ってやっているというものでございます。

○南島先生 ありがとうございます。最後の点についてなのですけれども、要は、それぞれの特性があるので、機能分担をすると。Webのほうを見ていただきたいというのは、そこに詳しい説明が出てくるからであると理解するのですけれども、その調整はされていますでしょうか。総合調整についてという趣旨の質問なのですけれども、ひょっとして縦割りになっていませんかということを要は聞きたいわけですね。調整されていますでしょうか。

○説明者 テーマは各省から上がってきておりますけれども、それをただ受けるだけではなくて、どの媒体が適切か、こちらでも考えながら、相手省庁とやりとりをしながら媒体を選んでいく。あと、タイミングとか、そういうのを選びながらやっているというものでございます。

○南島先生 そうすると、子ども・子育てに対して、雑誌等に載せるようなポップでライトな記事ではなくて、もう少し踏み込んだ内容を掲載するよという調整は働きかけはされておられるということですか。そこまではされていないということですか。

○説明者 当然、掲載の内容は、各省になってしまうと、どうしても制度を細かく御説明しようになってしまうのですけれども、政府広報では、どう伝えるか、何を重点的に伝えるべきかというのがありますので、ポイントを絞って、伝わりやすくするための紙面のやりとりはやっておるところでございます。

○会計課長 石井先生、どうぞ。

○石井先生 素朴な疑問になってしまうのですけれども、今回の行政事業レビューの対象となったものは出版諸費であると捉えておりますが、今の議論は、3ページのグラフの推移で言うと、国際広報は今回、対象外という表現が適切かどうかあれですけれども、ブルーの部分、その他の国内広報経費というものも当然入ってきて、ここがミックスされて、どういうのが有効ですか、最も有効な手段は何だろうという議論になると思うのですけれども、この予算は、22億円と25億円と別に動いているものなのですか。素朴な疑問で済みません。

この議論を踏まえて、申し上げるまでもないと思うのですけれども、もちろん一体として捉えて、全体の中でどうやっていくのだということが当然大事になるのかなと思うのですけれども、この22億円と25億円が、言葉はあれですけれども、3年連続横ばいであるところにも非常に違和感を感じるころでございます。少し御説明いただければと思います。

○説明者 出版諸費以外の国内広報の部分でありますけれども、媒体別になっておりまして、1つは放送諸費ということで、テレビ、ラジオ、これが平成27年度ですと、執行額であれば42億円になってございます。それと、事業諸費でありますけれども、これが16億円ですか。インターネットのテキスト広告でありますとか、あるいは先ほど申しました重要広報テーマ、キャンペーンとやっていますけれども、ここはまとめて事業諸費ということで計上しているものでございます。

○会計課長 済みません、まだ質疑、議論の途中ではございますけれども、有識者の皆様におかれましては、評価結果、それから、コメントをコメントシートに記載いただきながら、引き続き御議論をお願いいたします。

○河野大臣 済みません、今のテレビ、ラジオは、結局、幾ら。

○説明者 済みません、ちょっと桁を間違えておりました。4.2億円であります。失礼しました。

○会計課長 伊藤先生、お願いします。

○伊藤先生 今回の対象の中の一つ大きい部分は新聞記事の広告で、その中でお聞きしたいのですが、12ページの記事下広告の実績というところがありまして、まず、この見方なのですが、例えば、1番のマタハラ対策で、全国、全5段で9,000万円ということは、71紙に出したものの合計が9,000万円と考えてよろしいですか。

○説明者 そのとおりです。

○伊藤先生 となると、下の2番目のほうは中央5紙で6,400万円。

○説明者 そのとおりです。

○伊藤先生 1回ですか、広告が掲載をされたのは。

○説明者 1回です。

○伊藤先生 かなり単価が違うなと思うのですね。1番のほうは71紙で9,000万円、単価にすると126万円ぐらいになるのですけれども、中央5紙になると急に1,000万円を超えてしまう。今、ある中央紙の新聞社の記事下料金を見ていると、朝刊で5段だと300万円ぐらいなのですね。その差はどういうところなのでしょう。

○説明者 私から申し上げます。ゆう活につきましては、昨年の場合、モノクロの値段とカラーの値段がございますので、中央5紙ということで、カラーでつくったものでございますね。

○河野大臣 でも、カラーのはカラーと別々書いてあるよ、これ。

○説明者 失礼しました。申しわけありません。見るところを間違えました。モノクロでございます。

○河野大臣 何でモノクロで1,000万円なの。

○会計課長 バックシートも含めて、資料、何かサポートできれば、お願いします。もし説明できれば、前のほうに座っていただいて。

○説明者 失礼しました。②の女性活躍、ゆう活でありますけれども、手元の資料では4色のカラーということで、記載漏れです。カラーでございましたので、その分、高くなっているということでございます。

○伊藤先生 ただ、カラーになると、8番、9番は1億3,200万円ですね。こっちは2,500万円とかになってしまいますけれども。

○説明者 8番、9番は全国ということで71紙であります。対しまして2番は15紙ということで値段が違うということでございます。

○会計課長 先生方、ほかにいかがでしょうか。石堂先生、お願いします。

○石堂先生 またちょっと違う視点からですけれども、資料の説明の中にも「ニーズ」という言葉が幾つか出てくるのですね。レビューシートの3ページの一番上の国費投入の必要性というところに、事業の目的の「国民や社会のニーズを的確に反映しているか。」に対して、その説明が、2～3行目、「政府の重要施策について、広く国民に対し、その内容、背景、必要性等を周知している。」と、ここは私、ある意味ではすれ違っていると思うのですね。聞いているのは、国民のニーズに合っているかを聞いているのですけれども、答えのほうは政府のニーズに合っているという答え方だと思うのです。要するに、広報するというのは、確かに政府がこれを知らせたいと思うことを知らせるという意味ではそうかなという気もするのですけれども、答えのほうは、いわばサプライサイドのニーズであって、ここで聞いている「国民や社会のニーズを的確に反映しているか。」という項目のほうは、いわばデマンドサイドのニーズを言っているような気がするのですね。

資料のほうも、例えば、1ページの②に「共同利用媒体としての機能」とありますけれども、その一番下に「広報ニーズへの柔軟な対応」とあって、この広報ニーズというのも、内閣府も含め、各省庁の広報ニーズという意味で使われているような気がするのですね。ですから、これまでやってきた広報について、国民がどう受けとめているかという調査が行われたのかどうかですね。私は、さっき言いましたサプライサイドのニーズばかり考えているのではないかというのが、媒体の選択においてもそうなってしまうのではないかと。最初にお伺いしたように、何で活字媒体の広報の金が下がらないのですかということも、それを政府の側がニーズとして捉えるからそうやっている、そのために変動がない原因ではないかと思うのです。広報全体に対して、国費等の必要性のところにあるように、国民や社会がどう捉えているかという調査はされたことがあるのですか。

○会計課長 政府広報室、お願いします。

○説明者 国民の側からのというのは、手元に資料がございませんので、お答えできませんけれども、ただ、ニーズとしては、政府広報ということで、政府の重要政策、あるいは法律で新しく制度ができたものとか、国民の皆様にご存知いただく必要があるものということで選んで行っているものでございまして、ちょっとすれ違いなのかもしれないのですけれども、そういったテーマを選定してやってきているものでございます。

○会計課長 ほかに。石田先生。

○石田先生 ちょっとまた視点が違うのですけれども、理解度というものを成果指標に持ってくるというときに、レビューシートの1ページ目の一番下にあるように、過去3年の平均値を基準値として基準値以上というふうに、平均値を持ってくるのはいかなる理由によるのか。実績に対して、きのうの自分よりもあしたの自分のほうがいいものを出したいというのはわかるのですけれども、本来でしたらば、国民に対して、どのぐらい理解してほしいのだということを設定して、それ以上を目指すべきではないのかという点が1点です。

あと、もう一点、また別の話になるのですけれども、レビューシートの2ページ目で、雑誌と視覚障害者向け資料なののですけれども、雑誌につきましては、平成27年度は活動実績が当初見込みよりも相当少ない。視覚障害者向けにつきましても、毎年、活動実績は当初見込みを下回っているという現状で、これをさらに今年度も維持されるということについては、どうして維持されることになるのか、御教示ください。

○説明者 まず、1点目の成果指標の関係でありますけれども、平成26年度に見直しをしまして、J-MONITORによる調査を行って、それをもとに成果指標を立てているものでございます。政府広報のテーマによって、国民の皆様を受け入れられやすいものと、なかなか理解を得にくいもの、社会保障とか、なかなか難しいテーマがございますので、テーマによって差があるということで、過去3年分の実績値ということで、その平均をとって指標としているのが現在の考え方でございます。

○石田先生 それに対しては、意見になりますけれども、どんな難しいものでも、正しく理解してもらいたいためのものが政府広報であって、難しいから理解度が足りなくていいという話ではないわけで、そうだとすると、難しいものがあつた年と、そうでないものを平準化すれば目標値になるというのはおかしな判断であって、広報としては、例えば、80%なら80%を目指したいということが本来の成果指標なのではないかと思えます。

済みません、あともう一個質問がありましたね。失礼しました。

○会計課長 もう一つは、雑誌とか、視覚障害者向けの資料の活動実績に関連しての御質問、どうぞ。

○説明者 視覚障害者向けの件でございますけれども、先生おっしゃったのは、ずっと平準化していくかという意味でございましょうか。

○石田先生 このところ、活動実績が当初見込みよりもかなり下回っているけれども、さらにこれを維持するのでしょうかという質問です。

○説明者 金額につきましては、競争入札で業者を決めていますので、やる内容については、このところ、大体同じような、音声CDと視覚障害者向けの展示、大活字資料という形でやっていますけれども、入札の結果でございまして、金額が下がっているということでございます。

○会計課長 済みません、途中ですけれども、コメントシートの御記入を終わられた方は、係の者が取りに伺いますので、お渡しいただければと存じます。

○河野大臣 例えば、相場が3,100万円だったり、雑誌の広告の相場が6,400万円を下回っているのだったら、当初見込みもそれに応じて下げてもいいのではないの。

○説明者 当初見込額は予算額になっておりますので。

○河野大臣 いやいや、要するに、予算計上しても、実績はずっと下がっているわけだから、予算額を下げたらどう。要するに、予算、使っていないでしょう。入札で予算をはるかに下回る2,900万円、3,900万円、3,100万円なのだから、4,300万円は要らないよね。

○石田委員 質問に質問をかぶせて申しわけないのですけれども、資料の22ページのとこ

ろに、視覚障害者向けのものに関しては、もともと予算も少ない中で、さらに削れという意味ではなくて、改善点で配布箇所を増加をしますと書いてあるのですけれども、視覚障害者向けの、『ふれあいらしんばん』ですとか、CDについてのアンケート結果を見ますと、余り聞かれていない、見られていないのではないかと。結局、施設に配られても、その先の利用者のところまで、実際届くところの段階で、なかなかアクセスされないまま、見に来た人には渡しますということだったりして、結局、渡されていないのではないかと。そのあたりも踏まえて、配布箇所をふやせばいいという話ではなくて、むしろテレビとか、ラジオとか、視覚障害者の方がアクセスしやすい媒体、あるいは今であれば、Webのほうももしかすると若い方などは使い始めているのだとするならば、視覚障害者のために使いやすい媒体をもっと選定すべきであって、CDとか、こういったものに拘泥するのはいかがかと思って、有効な予算の活用という意味において、無理やりこのところを予算を維持する必要はないのではないかと思ったのですけれども、そのあたりについて、何か、そうではないということがありましたら、御教示ください。

○説明者 毎回、利用状況について、秋頃に一旦アンケートいたしまして、先ほど先生おっしゃった、使われていないのではないかとというのは、ここ1カ月にこの資料を見ましたかということなのですけれども、これは年に6回発行しているものでございまして、そういったタイムラグ的なものも若干あるのではないかと考えておりますけれども、別途また配布に際しての必要枚数については、年末のときに各配布先に対して、来年度もこれは必要でしょうかということを確認の上、送ってほしいという要望を踏まえて数をつくっているものでございます。さらに、少しでも身近なところに配布箇所をふやしてほしいという要望があったものですから、ことし、公立図書館などの分を、県単位ではなくて、特別区だとか、政令指定都市のような大都市圏、視覚障害者の方も多い地域ではあるので、そういったところに実験的に入ってみるところでございまして。当然、それはニーズ等を踏まえながらやっていくものだと思っておりますので、そこは今年の結果等もまた見てまいりたいと思っております。

それから、ほかの媒体というお話でございましたけれども、アクセスするのに限られる方々でもあるのですけれども、同じものを政府広報オンライン内にも収納しておりまして、私どもの配布するものの中にも、同じものについては政府広報オンラインでも見ることができます、聞くことができますという形でフォローしておるのですけれども、全く新たなものは特に検討はしておりません。

○会計課長 ほかはいかがでしょうか。

コメントシートを今、集約しておりますので、引き続き御議論を続けていただければと思います。

今井先生、お願いします。

○今井先生 先ほど伺った質問に戻るかもしれませんが、数年間、出版諸費がほぼ同じということは、毎年、どうしても時期によって必要な業務があるのだと。そういうも

のを積み上げていくところなるという説明ならば、理解がもう少し進むと思うのですね。例えば、年度末にはこういう広報を打つべきであるという、毎年必ず起こるような需要に対して、かつ新聞を使っているということで、これをなくしてしまうと、国民にとって、ことはどうしたのだらうと思うと、そういう事態が想定されるのであれば、説明として大変納得できると思うのですが、外の人の評価ではなく、行政内部において、どういう組み方をしてこの予算を維持されているか。可能な範囲でそこが説明されると、よりわかりやすいと思うのですが、いかがでしょうか。

○説明者 新聞の突き出しは、1面の左側にある見出しというのでしょうか、そこで毎週、小さいスペースでお知らせするもの、定期的にやるということで確保しているものでございます。一方で、新聞の記事下でありますけれども、これは重要テーマに限って使っているものでありまして、例えば、昨年であれば、年金情報の流出とか、急遽広報して皆様にお知らせしなければいけないという場合に、なかなかテレビは確保できなくて、緊急でお知らせする手段としては、ある程度の情報量が確保できて、伝えやすいものとしては新聞記事下がありますので、緊急情報をお知らせするためのものということで確保しているものでございます。

○会計課長 ちょっと時間も押しているようですので、ここまでの質疑、議論を踏まえまして、ここから石堂先生に取りまとめ役をお願いして、評価結果、それから、取りまとめコメントについて御議論をいただければと思います。まず、票数の分布、それから、コメントシートに記載された主なコメント読み上げの後、皆様で御議論いただきまして、最後に評価結果、それから、取りまとめコメントを石堂先生から発表いただきたく存じます。よろしく願いいたします。

○石堂先生 今、紙をいただいたばかりで、なかなか難しいのですが、まず、評価のほうは、6人中5人までが事業全体の抜本的な改善が必要であるという御意見でありまして、お1方が事業内容の一部改善ということでございます。したがって、全体の意見といたしましては、事業全体の抜本的な改善が必要であるということが結論的に言えるかと思えます。

あと、個々の意見につきましては、表現はいろいろございますけれども、結局、各種あるメディアのどれをどう使うかということについての分析が足りないのではないかと。したがって、今の出版諸費にある金額についても合理的な根拠が示されていないと言えるのではないかと。また、メディアの選択、個々の広告内容についても、その効果の測定ができていないと言えるのではないかとという御意見が強く出ているように思います。

あと、各委員の先生方、ほかに何かございますでしょうか。特になければ、取りまとめコメントとして私のほうで集約をさせていただきたいと思えます。私としては、情報手段が非常に多様化している中で、紙媒体による広報への国民のニーズをもうちょっと分析して取りかかる必要があるのではないかと。それを踏まえて、各メディア、各手段の位置づけの再検討が必要ではないかと。それぞれの場合において、もうちょっときちんとした効果の

測定がなされる必要があるのではないか。したがって、本件については、大幅な見直しが必要であると考えるところにいたしたいと思いますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○石堂先生 では、そういう内容で取りまとめとさせていただきます。

○会計課長 ありがとうございます。

以上で「出版諸費」についての公開プロセスを終了とさせていただきます。ありがとうございました。

(休憩)