

令和4年度第2次補正予算行政事業レビューシート							( 内閣府 )		
事業名	戦略的広報経費（国内）			担当部局庁	大臣官房		作成責任者		
事業開始年度	平成25年度	事業終了 (予定) 年度	令和4年度	担当課室	政府広報室		大臣官房参事官 坂本 真一・安藤 繁・小坂 伸行		
会計区分	一般会計								
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	内閣府設置法(平成11年7月16日法律第89号)第4条 第3項第38号			関係する 計画、通知等	-				
主要政策・施策	-			主要経費	その他の事項経費				
事業の目的 (目指す姿を簡潔 に。3行程度以 内)	政府広報は、各府省庁と連携して、インターネット、テレビ、新聞、ラジオ等の様々な媒体を用いて、広く国民に対して政府の重要施策の内容、背景、必要性等を周知し、理解を促進することを目的としている。								
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	新型コロナウイルス感染症対策や経済対策に盛り込まれた各施策の内容を始めとした喫緊の取組等について、必要に応じてクロスメディア(様々な広報媒体や統一感のあるクリエイティブを用いて、媒体同士による相乗効果を高める手法)により、戦略的かつ効果的な広報を実施している。								
実施方法	委託・請負								
予算額・ 執行額 (単位:百万円)	予算 の 状 況	当初予算	-	-	-	-			
		補正予算	1,874	9,430	4,936	3,069			
		令和4年度 第2次補正予算				3,069			
		前年度から繰越し	1,352	1,598	7,512	4,936			
		翌年度へ繰越し	▲ 1,598	▲ 7,512	▲ 4,936	-			
		予備費等	-	5,044	-	-			
		計	1,628	8,560	7,512	8,005			
	執行額	1,272	10,780	7,511					
	執行率 (%)	78%	126%	100%					
	当初予算+補正予算に対す る執行額の割合 (%)	68%	114%	152%					
令和4年度第2次補 正予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和4年度 第2次補正予算	主な増減理由						
	啓発広報費	3,069							
	計	3,069							
活動内容 (アクティビ ティ)	テレビCM、インターネット広告、新聞広告等の様々な広報媒体を用いて、国民に対して、政府の重要施策等の内容や必要性等について周知し、施策等の理解と協力を求める。								
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	複数の広報媒体を組み合 わせ、効率的・効果的な広 報を実施	クロスメディア広報	活動実績	テーマ	3	6	1	-	-
			当初見込み	テーマ	3	7	6	10	-
単位当たり コスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	
	クロスメディア広報 金額(x)/テーマ数(y)		単位当たり コスト	万円	42,400	179,667	751,138	80,050	
			計算式	x/y	1,272百万 円 /3テーマ	10,780百万 円 /6テーマ	7,511百万 円 /1テーマ	8,005百万円 /10テーマ	
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度
	民間会社も含めた全社平均 値以上	テレビCMの理解度を測定 指標として設定	成果実績	%	73.1	59.1	48	-	-
			目標値	%	75.2	55.4	57.8	-	57.8
			達成度	%	97.2	106.7	83	-	-

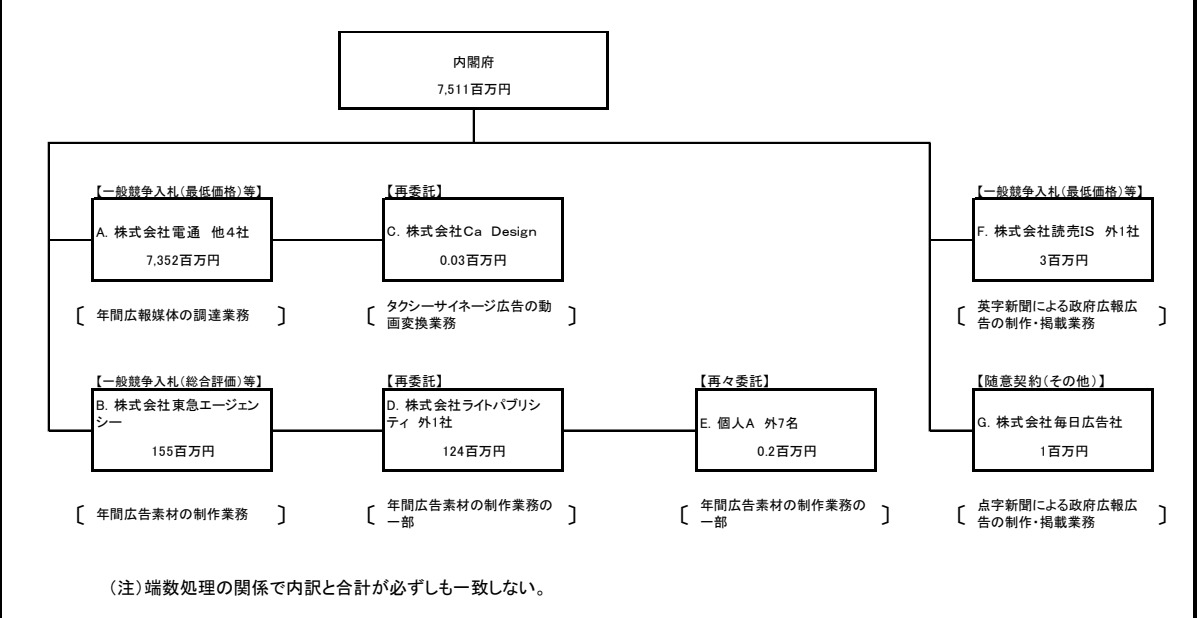
根拠として用いた統計・データ名 (出典)		株式会社ビデオリサーチの実施する調査「テレビCMカルテ」									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度		
	民間会社も含めた全社平均 値以上	テレビCMの認知度を測定 指標として設定	成果実績	%	12.2	29.1	32.7	-	-		
			目標値	%	30.2	32.3	30.8	-	30.8		
			達成度	%	40.4	90.1	106.2	-	-		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)		株式会社ビデオリサーチの実施する調査「テレビCMカルテ」									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度		
	新聞広告(記事下)における 民間会社も含めた全社平均 値以上	新聞広告(記事下)の理解 度を測定指標として設定	成果実績	%	90.1	88.2	90	-	-		
			目標値	%	83.9	84.7	84.8	-	84.8		
			達成度	%	107.4	104.1	106.1	-	-		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)		株式会社ビデオリサーチ・新聞社が実施する調査「J-MONITOR」									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度		
	新聞広告(記事下)における 民間会社も含めた全社平均 値以上	新聞広告(記事下)の認知 度を測定指標として設定	成果実績	%	69.3	57	83.4	-	-		
			目標値	%	68.8	70.4	72	-	72		
			達成度	%	100.7	81	115.8	-	-		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)		株式会社ビデオリサーチ・新聞社が実施する調査「J-MONITOR」									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度		
	対前年度 実績以上	ウェブサイト「政府広報オン ライン」における総ページ ビュー数	成果実績	PV	34,128,451	41,892,865	34,236,997	-	-		
			目標値	PV	24,036,134	34,128,451	41,892,865	-	34,236,997		
			達成度	%	142	122.8	81.7	-	-		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)		「政府広報オンライン」における総ページビュー数 (政府広報室調べ)									
成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載								チェック			
政策 評価 書 URL 該当箇所	政策	2. 政府広報									
	施策	政策評価書 URL	https://www8.cao.go.jp/hyouka/h31_besshi-2.pdf ※リンク先の施策名は第6次計画に基づくものが記載されている。								
		該当箇所	P3								
<b>事業所管部局による点検・改善</b>											
国 費 投 入 の 必 要 性	項 目				評 価	評価に関する説明					
	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。				○	テレビ、新聞、スマートフォン等の媒体により、医療・年金・介護、防災、教育・子育て、景気・経済対策、税制、防犯などのテーマについて、政府広報において取り扱ってほしいとする世論調査結果などを踏まえた事業となっている。					
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。				○	政府広報は、国の重要施策について、内容・背景・必要性等を広く国民に周知するため、施策の内容を熟知している国が主体となり、適時・適切なテーマを取り上げ、広報を実施する必要があることから、国以外の者に委ねることはできない。					
政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。				○	本事業は、政府の重要施策や基本方針に関する国民の理解増進のために必要不可欠であり、優先度の高い事業である。						

事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。	○	執行額の大半を一般競争契約及び随意契約(企画競争)による調達が行われており、それぞれ競争性が確保されていることから、妥当である。 なお一部、競争性のない随意契約で調達されているが、点字新聞への広告掲載など、いずれも特定の事業者のみ実施可能な案件における特命随契に限られる。
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。	無	
	競争性のない随意契約となったものはないか。	有	
	受益者との負担関係は妥当であるか。	-	-
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	原則として一般競争契約及び随意契約(企画競争)により調達されており、競争性を確保することにより経費の効率化に努めていることから、妥当である。
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	○	再委託、再々委託については範囲や必要性が妥当であると確認できたものに限って承認しており、資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっている。
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	○	各府省庁からの広報希望等を踏まえ、真に必要な広報テーマ、訴求対象に即した媒体に限定されている。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	○	新型コロナウイルス感染症の感染状況の変化等により、広報戦略を練り直すことが不可欠となり、年度内に事業を完了することが困難となったため。	
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	-	-	
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	概ね成果目標に見合った実績を達成している。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	-	-
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	概ね見込みに見合ったものとなっている。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	成果物については、「政府広報オンライン」に集約し、広く公開している。
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)	-	-
	事業番号	事業名	
<b>備考</b>			
<p>・政府広報オンラインURL (<a href="https://www.gov-online.go.jp/index.html">https://www.gov-online.go.jp/index.html</a>)</p> <p>・落札率は、他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していない</p>			

関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	-			
平成24年度	-			
平成25年度	-			
平成26年度	0008			
平成27年度	0008			
平成28年度	0007			
平成29年度	0006			
平成30年度	0006			
令和元年度	内閣府	-	0006	
令和2年度	内閣府		0006	
令和3年度	2021	府	20	0006

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

**資金の流れ**  
 (資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)  
 (単位: 百万円)



**費目・用途**  
 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と用途の双方で実情が分かるように記載)

A. 株式会社電通			B. 株式会社東急エージェンシー		
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
広告費	年間広報媒体の掲載業務	6,679	外部委託	年間広告素材の制作業務の一部	124
計		6,679	制作費	年間広告素材の制作業務	32
			計		156
D. 株式会社ライトパブリシティ			F. 株式会社読売IS		
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
制作費	年間広告の制作業務の一部	123	広告費	英字新聞への政府広報広告の制作・掲載業務	2
計		123	計		2
G. 株式会社毎日広告社					
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
制作・掲載費	点字新聞への政府広報広告の制作・掲載業務	1			
計		1	計		0

費目・用途欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙2】に記載  チェック

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社電通	5010401143788	年間広報媒体の調達業務(テレビ・ラジオスポットCMの放送及び電車内ビジョンスポットCM)	3,966	一般競争契約(最低価格)	5	--	
2	株式会社電通	5010401143788	年間広報媒体の調達業務(インターネット広告の掲載)	2,712	一般競争契約(最低価格)	8	--	
3	株式会社博報堂	8010401024011	年間広報媒体の調達業務(新聞広告、ブロック紙・地方紙ウェブページ広告及び雑誌広告の掲載)	637	一般競争契約(最低価格)	4	--	
4	株式会社毎日広告社	2010001029960	街頭ビジョン広告を活用した広報の実施	25	一般競争契約(最低価格)	4	--	
5	株式会社HELIOS	6010001088128	アプリ広告を活用した広報の実施	9	一般競争契約(最低価格)	5	--	
6	株式会社サイバーエージェント	4011001034156	タクシーサイネージ広告を活用した広報の実施	3	一般競争契約(最低価格)	5	--	
7	株式会社電通	5010401143788	電車内ビジョンスポットCMの放映素材差替業務	1	随意契約(その他)	-	--	

B

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社東急エージェンシー	6010401019178	年間広告素材の制作(動画・音声)	149	一般競争契約(総合評価)	7	--	
2	株式会社東急エージェンシー	6010401019178	年間広告素材の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)	5	一般競争契約(総合評価)	4	--	
3	株式会社東急エージェンシー	6010401019178	広告素材の撮影業務	1	随意契約(その他)	-	--	

C

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社Ca Design	2011001123167	タクシーサイネージ広告掲載のための動画変換費	0	その他	-	--	

D

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ライトパブリシティ	2010001060180	年間広告の制作(動画・音声)の一部	119	その他	-	--	
2	株式会社ライトパブリシティ	2010001060180	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	4	その他	-	--	
3	UUUM株式会社	9011001095607	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0.2	その他	-	--	

## E

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	個人A	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
2	個人B	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
3	個人C	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
4	個人D	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
5	個人E	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
6	個人F	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
7	個人G	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	
8	個人H	-	年間広告の制作(新聞広告、雑誌広告及びインターネット広告等)の一部	0	その他	-	--	

## F

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社読売IS	6010001031723	英字新聞による政府広報広告の掲載業務	2	一般競争契約 (最低価格)	3	--	
2	株式会社東急エージェンシー	6010401019178	英字新聞による政府広報広告の制作業務	0.4	随意契約 (少額)	-	--	

## G

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社毎日広告社	2010001029960	点字新聞による政府広報広告の制作・掲載業務	1	随意契約 (その他)	-	--	
支出先上位10者リスト欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙3】に記載							チェック	