

事業番号 2022 - 府 - 新22 - 0001

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	国内広報経費			担当部局庁	大臣官房		作成責任者		
事業開始年度	昭和24年度	事業終了(予定)年度	終了予定なし	担当課室	政府広報室		大臣官房参事官 坂本 眞一・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)	政府の取組について国民の一層の理解が得られるよう、インターネット、テレビ、新聞、ラジオ等を用いて広報を実施している。広報テーマの内容に応じて、対象となる国民に効果的・効率的に訴求できるよう、各媒体をその特徴を踏まえて活用している。特に重要な広報については、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。 なお、令和4年度より、放送諸費、出版諸費、事業諸費を統合し、国内広報経費とした。 ・変更前の事業名:放送諸費、出版諸費、事業諸費 ・変更前の事業番号:内閣府 2022-府-21-0002、内閣府 2022-府-21-0003、内閣府 2022-府-21-0004								
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	-	-	-	4,592	/		
		補正予算	-	-	-	▲ 3			
		令和4年度第2次補正予算	-	-	-	▲ 3			
		前年度から繰越し	-	-	-	-			
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-			
		予備費等	-	-	-	-			
		計	0	0	0	4,589			
	執行額	-	-	-	-				
	執行率(%)	-	-	-	-				
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	-				
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						
	非常勤職員手当	▲ 3							
	計	▲ 3							
活動内容(アクティビティ)	株式会社ビデオリサーチの実施する調査「テレビ視聴率調査」								
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
	テレビ定時番組(地上波放送)を放送	テレビ定時番組(地上波放送)の放送回数	活動実績	回	-	-	-	-	-
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	
	金額(x)/放送回数(y)		単位当たりコスト	万円	-	-	-	988	
			計算式	x/y	-	-	-	257百万円/26回	
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	目標最終年度
	同時間帯の放送実施局を含む地上波放送民放5社の平均以上	テレビ番組(地上波放送)の視聴率	成果実績	%	-	-	-	4年度	-年度
			目標値	%	-	-	-	7.7	-
			達成度	%	-	-	-	-	-
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「テレビ視聴率調査」								

活動内容 (アクティビティ)	新聞突出し広告を掲載し、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	
	新聞広告(突出し)を掲載	新聞広告(突出し)の掲載回数	活動実績	回	-	-	-	-	-	
			当初見込み	回	-	-	-	34	34	
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		
	新聞(突出し) 金額(x)÷掲載回数(y)			単位当たり コスト	万円	-	-	-	1,465	
				計算式	x/y	-	-	-	498百万円/34回	
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 4年度	目標最終年度 -年度	
	新聞広告(突出し)における民間会社も含めた全社平均値以上	新聞広告(突出し)の認知度	成果実績	%	-	-	-	-	-	
			目標値	%	-	-	-	64.1	-	
			達成度	%	-	-	-	-	-	
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新聞広告共通調査プラットフォームによるインターネット調査									
活動内容 (アクティビティ)	インターネット広告を掲載し、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	
	各種サイトにインターネット広告を掲載	インターネット広告の掲載回数	活動実績	回	-	-	-	-	-	
			当初見込み	回	-	-	-	580	578	
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		
	金額(x)÷掲載回数(y)			単位当たり コスト	万円	-	-	-	180	
				計算式	x/y	-	-	-	1,046百万円/580回	
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 4年度	目標最終年度 -年度	
	過去3年度の平均値以上	インターネット広告のクリック数	成果実績	数	-	-	-	-	-	
			目標値	数	-	-	-	16,956,808	-	
			達成度	%	-	-	-	-	-	
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	インターネット広告掲載業務の請負事業者による実施結果報告(政府広報室とりまとめ)									
活動内容 (アクティビティ)	テレビCMを放送し、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	
	全国の放送局を通じてテレビCMを放送	テレビCMのテーマ数	活動実績	テーマ	-	-	-	-	-	
			当初見込み	テーマ	-	-	-	5	7	
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		
	金額(x)÷テーマ数(y)			単位当たり コスト	万円	-	-	-	-	
				計算式	x/y	-	-	-	2,346百万円の内数/5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 4年度	目標最終年度 -年度	
	テレビCMにおける民間会社も含めた全社平均値以上	テレビCMの認知度	成果実績	%	-	-	-	-	-	
			目標値	%	-	-	-	30.8	-	
			達成度	%	-	-	-	-	-	
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」									

活動内容 (アクティビティ)		インターネット・SNS動画広告を掲載し、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	
	各種サイトにインターネット・SNS動画広告を掲載	インターネット・SNS動画広告のテーマ数	活動実績	テーマ	-	-	-	-	-	
			当初見込み	テーマ	-	-	-	5	7	
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		
	金額(x)/テーマ数(y)			単位当たり コスト	万円	-	-	-	-	
				計算式	x/y	-	-	-	2,346百万円の内数 /5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 4年度	目標最終年度 -年度	
	対前年度比増	インターネット・SNS動画広告における視聴完了率	成果実績	%	-	-	-	-	-	
			目標値	%	-	-	-	7.2	-	
			達成度	%	-	-	-	-	-	
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	インターネット・SNS動画広告掲載業務の請負事業者による実施結果報告(政府広報室とりまとめ)									
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	<input checked="" type="checkbox"/>	
政策 評価 書 の 策 略 的 な 展 開	政策	2. 政府広報		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。					
	施策	2. 政府広報の戦略的な展開		該当箇所	P3					
	事業所管部局による点検・改善									
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。					
事業 の 効 率 性	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。					
	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。			-						
	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。			無						
	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。			-						
	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。			-						
	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。			-						
	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)			-						
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。			-						
	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。			-						
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。			-						

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	

備考

・政府広報オンラインURL (<https://www.gov-online.go.jp/index.html>)
 ・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

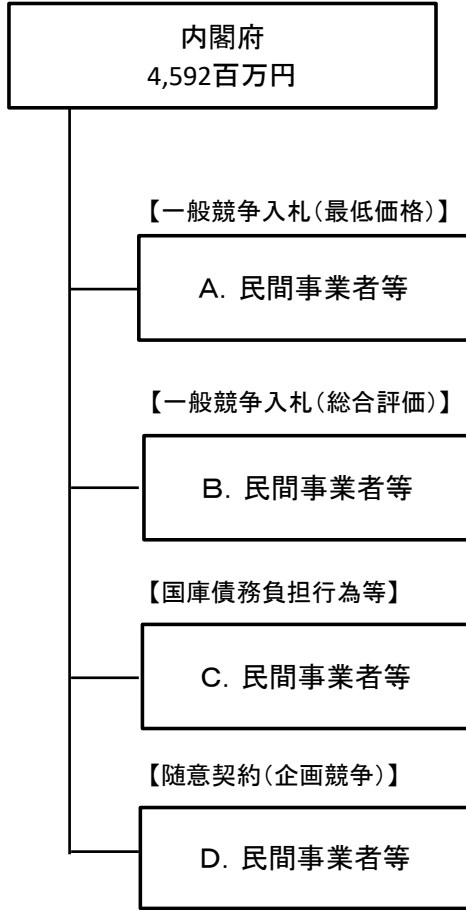
【令和3年度公開プロセス】
 評価結果: 事業全体の抜本的な改善
 ・平成28年度のレビューでの指摘事項を受けて、様々な対策が講じられてきたこと自体は理解するが、前回論議の焦点であった新聞の扱いについては多くの課題が残されており、メディアの動向の現状を踏まえ、更なる見直しが必要ではないか。その際には、最新のメディアごとのコストパフォーマンスも考慮することが必要である。
 ・また、現在行っている新聞広告の効果検証方法に限界があることは明白であり、新たな手法の採用を促したい。
 ・視覚障害者の対応は必要なものであるが、聴覚などの他の障害を持つ者、また、日本語の不自由な外国人等も含め、現在、いわば広報の死角になっている部分についても検討を加えるべきではないか。
 ・政府広報を全体として把握して施策を進めるべきものと、5年前にも指摘されたところである。事業の名称にこだわるものではないものの、今回、レビュー対象が「出版諸費」のみでありながら、資料・説明は放送諸費その他に及んだことから見ても、事業の立て方を見直すべきではないか。

対応状況の概要:
 ・新聞突出し広告について、メディアの動向の現状を踏まえ、令和4年度は年34回(予定ベース)に削減。
 ・新聞広告の効果検証方法について、令和3年度に調査対象者を新聞購読者以外にも拡充したインターネット調査を試行的に実施した。試行結果を踏まえ、調査コストも考慮しつつ調査設計の検討を進め、既存の調査を補完する、適切な効果検証手法の確立に努める。
 ・視覚障害のほか聴覚障害など他の様々な障害を持つ方、日本語の不自由な在日外国人、高齢者などのあらゆる方が必要とするときに、必要な情報に接することができるよう、アクセシビリティ及びユーザビリティに十分に配慮した政府広報を実施している。
 ・事業の立て方を見直すべきとの指摘を踏まえ、令和4年度予算では、令和3年度当初予算における放送諸費、出版諸費、事業諸費を統合し、国内広報経費とした。

関連する過去のレビューシートの事業番号

平成23年度	0009		0010		0012					
平成24年度	0007		0009		0012					
平成25年度	0003		0004		0006					
平成26年度	0003		0004		0006					
平成27年度	0003		0004		0006					
平成28年度	0003		0004		0005					
平成29年度	0002		0003		0004					
平成30年度	0002		0003		0004					
令和元年度	内閣府	-	0002	内閣府	-	0003	内閣府	-	0004	
令和2年度	内閣府		0002	内閣府	-	0003	内閣府	-	0004	
令和3年度	2021	府	20	0002	府	20	0003	府	20	0004

※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)

インターネット、テレビ、ラジオ、新聞等を用いた広報を実施
媒体の種類、時期、テーマ等に応じて様々な調達を実施予定

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		目標最終年度	
							4年度	年度	-	年度
新聞広告(突出し)における民間会社も含めた全社平均値以上	新聞広告(突出し)の理解度	成果実績	%	-	-	-	-	-	-	-
		目標値	%	-	-	-	80.1	-	-	-
		達成度	%	-	-	-	-	-	-	-
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新聞広告共通調査プラットフォームによるインターネット調査									
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		目標最終年度	
							4年度	年度	-	年度
テレビCMにおける民間会社も含めた全社平均値以上	テレビCMの理解度	成果実績	%	-	-	-	-	-	-	-
		目標値	%	-	-	-	57.8	-	-	-
		達成度	%	-	-	-	-	-	-	-
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」									