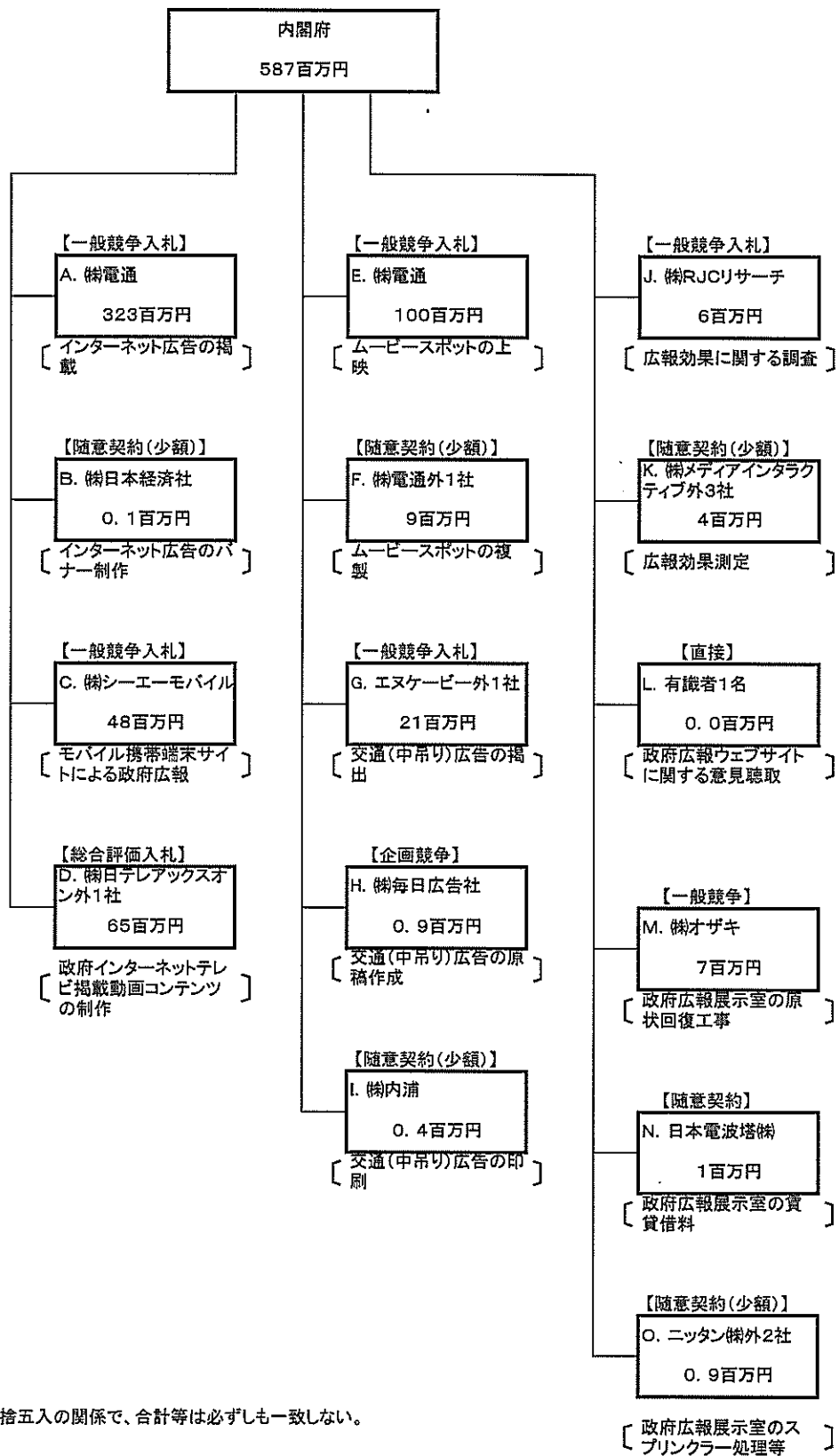


行政事業レビューシート (内閣府)

| | | | | | | |
|----------------------------|---|--|-------------------------|-------------|------|--------|
| 予算事業名 | 事業諸費 | 事業開始年度 | 昭和24年度 | 作成責任者 | | |
| 担当部局庁 | 大臣官房 | 担当課室 | 政府広報室 | 官房参事官 久保田 治 | | |
| 会計区分 | 一般会計 | 上位政策 | 政府広報・広聴による政府施策の理解、協力の促進 | | | |
| 根拠法令 (具体的な 条項も記載) | 内閣府設置法第4条第3項第38号 | | 関係する計画、通知等 | | | |
| 事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内) | <p>政府の重要施策については、政府全体の立場から一体的に広報活動を行うことが必要である。政府広報は、このような重要施策に関する広報を、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット等の媒体を政府の広報共同利用媒体として確保し、効率的・機動的・重点的に実施するものである。そのうち事業諸費は、インターネット等により実施するための経費である。</p> | | | | | |
| 事業概要 (5行程度以内。別添可) | <p>広報テーマは各府省の希望を受けて、内閣官房及び各府省と協議調整を行い、官房副長官を長とする政府広報戦略会議で重点広報テーマを選定している。また、広報実施に当たっては、各府省が行う広報と役割を分担して実施している。</p> <p>政府広報の媒体は、国民各層の幅広い認知を得ることが可能なテレビ・ラジオ、新聞・雑誌、インターネットなどのメディアを活用している。</p> <p>インターネット広告は、政府広報室が運営しているウェブサイト「政府広報オンライン」、「政府インターネットテレビ」及び各府省等ホームページに誘導するために有効な媒体である。</p> <p>モバイル広告は、伝えたいことを迅速に広報できる特性を持っており、新聞を読まない層等へのリーチを広げるために有効な媒体である。</p> <p>その他、ムービースポット、交通広告の実施及び政府広報全体の広報効果を図るために横断的調査を実施した。</p> | | | | | |
| 実施状況 | <p>平成21年度は、インターネットについては、新聞社系サイト等(7サイト)のテキスト広告を年間を通して掲出し、モバイル広告については毎週2～3テーマを掲出し、政府インターネットテレビ掲載動画コンテンツは約60本制作した。ムービースポットを全国60スクリーンで年間を通して上映(内容はテレビスポットを転用)し、交通(中吊り)広告を1回実施した。</p> <p>媒体における広報効果について調査を実施した。</p> <p>政府広報展示室を平成20年度末をもって廃止したことに伴う原状回復工事を実施した。 (平成22年度は、行政刷新会議事業仕分けの指摘を踏まえ、ムービースポットの廃止、インターネット広告の一層活用)</p> | | | | | |
| 予算の状況 (単位:百万円) | | 19年度 | 20年度 | 21年度 | 22年度 | 23年度要求 |
| | 予算額(補正後) | 242 | 772 | 690 | 751 | 751 |
| | 執行額 | 325 | 633 | 587 | | |
| | 執行率 | 134% | 82% | 85% | | |
| 総事業費(執行ベース) | 325 | 633 | 587 | | | |
| 自己点検 | 支出先・用途の把握水準・状況 | <p>インターネット及びモバイル広告については、広告掲載を確認するとともに、閲覧状況等の詳細報告書により確認している。平成21年度のインターネットテキスト広告クリック数は約190万件であり、モバイルの年間アクセス数は約1億4,000万件であった。</p> <p>また、モバイル広告については、テレビ、新聞、インターネットを見ない層であってもモバイルは定期的にチェックすることもあり、非正規雇用対策のために実施された「ワン・ストップ・サービス・ディ」の広報を行ったときに効果を発揮したという担当省庁からの意見もあったところ。</p> <p>政府インターネットテレビ掲載動画コンテンツについては、納品物の内容を確認してホームページに掲載。ムービースポットについては四半期ごとに上映実施報告書による実施状況及び動員数を確認。平成21年度動員数は約635万人であった。</p> <p>交通(中吊り)広告は、書類により掲出を確認するとともに、効果測定のための調査を行った。その調査結果を踏まれば、交通広告は、地方圏では、電車の利用率が低いため、大都市圏などに限定して掲出数・期間の工夫をすれば、一定の広報効果があると考えられる。</p> <p>事業諸費の経費で、紙媒体、放送媒体、インターネット媒体の横断的調査を行った結果、全媒体統合の理解度・満足度が、ともに目標値を超えており、政府広報の有効性は高いものとする。</p> <p>〈理解度/目標値:70%→調査結果:91.4%〉 〈満足度/目標値:60%→調査結果:83.3%〉</p> | | | | |
| | 見直しの余地 | <p>平成22年度予算において、行政刷新会議事業仕分けの指摘を踏まえ、事業経費については、ムービースポットを廃止するとともに、インターネット広告を一層活用することとしている。また、契約に当たっては、競争性のない随意契約は行わず、一般競争入札を原則として調達している。</p> <p>政府広報を更に効率的・効果的に実施していくため、広報効果についての調査を行うこととしている。</p> | | | | |
| 予算監視の所見率 | <p>政府広報予算のうち唯一増額した事項であるが、今年度の執行状況、効果等の分析・精査を踏まえ、更なる効率化を検討すべき。特に増額しているインターネット広告については、アクセス数以外も含めた広報効果を検証した上で、更なる効率化を検討すべき。</p> | | | | | |
| 補記 | <p>各広報テーマに有効な媒体により実施するよう政府広報予算全体で調整して執行しているため、各諸費ごとの執行率は100%を超える場合がある。</p> | | | | | |

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)



(注)四捨五入の関係で、合計等は必ずしも一致しない。

費目・使途
 (「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。
 使途と費目の
 双方で実情が
 分かるように記
 載)

| A.㈱電通 | | | K.㈱メディアインタラクティブ | | |
|--------------|--|-------------|-----------------|------------------------|-------------|
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | 費目 | 使途 | 金額 (百万円) |
| 広告料 | インターネット広告の掲載 (テキスト広告7サイト、パナー 広告1回) | 323 | | 広報効果測定(3回) | 1 |
| 計 | | 323 | 計 | | 1 |
| B.㈱日本経済社 | | | L.有識者1名 | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | 費目 | 使途 | 金額 (百万円) |
| | インターネット広告のパナー制作 | 0.1 | | 政府広報ウェブサイトに関する意 見聴取 | 0.0 |
| 計 | | 0.1 | 計 | | 0.0 |
| C.㈱シーエーモバイル | | | M.㈱オザキ | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | 費目 | 使途 | 金額 (百万円) |
| 広告料 | モバイル携帯端末サイトによる文 字広告の掲載 | 48 | 工事費 | 政府広報展示室の原状回復工事 | 7 |
| 計 | | 48 | 計 | | 7 |
| D.㈱日テレアックスオン | | | N.日本電波塔㈱ | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | 費目 | 使途 | 金額 (百万円) |
| 制作費 | 動画コンテンツの制作 | 60 | 借料 | 政府広報展示室の賃貸借料 | 1 |
| 計 | | 60 | 計 | | 1 |
| E.㈱電通 | | | O. ニッタン㈱ | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | 費目 | 使途 | 金額 (百万円) |
| 上映料 | ムービースポットの上映 | 100 | | 政府広報展示室のスプリンクラー 処理 | 0.5 |
| 計 | | 100 | 計 | | 0.5 |
| F.㈱電通 | | | | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | | | |
| 複製費 | ムービースポット素材の複製(9 回) | 7 | | | |
| 計 | | 7 | | | |
| G.エヌケーピー | | | | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | | | |
| 広告料 | 交通(中吊り)広告の掲出 | 11 | | | |
| 計 | | 11 | | | |
| H.㈱毎日広告社 | | | | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | | | |
| | 交通(中吊り)広告の原稿作成 | 0.9 | | | |
| 計 | | 0.9 | | | |
| I.㈱内浦 | | | | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | | | |
| | 交通(中吊り)広告の印刷 | 0.4 | | | |
| 計 | | 0.4 | | | |
| J.㈱RJCリサーチ | | | | | |
| 費目 | 使途 | 金額 (百万円) | | | |
| 調査費 | 広報効果に関する調査 | 6 | | | |
| 計 | | 6 | | | |

複数支出先ブロックの内訳

別紙

Dブロックの内訳

| 支出先 | 支出額 | 内容 |
|--------------|-------|--------------------------|
| (株)日テレアックスオン | 60百万円 | 政府インターネットテレビ掲載動画コンテンツの制作 |
| (株)共同テレビジョン | 5百万円 | |

Oブロックの内訳

| 支出先 | 支出額 | 内容 |
|---------|--------|-------------------|
| ニッタン(株) | 0.5百万円 | 政府広報展示室のスプリンクラー処理 |
| 日本通運(株) | 0.2百万円 | 政府広報展示室の什器備品運搬作業 |
| (有)創電社 | 0.1百万円 | 政府広報展示室の装置機器撤収 |

Fブロックの内訳

| 支出先 | 支出額 | 内容 |
|--------------|------|-------------|
| (株)電通 | 7百万円 | ムービースポットの複製 |
| (株)日テレアックスオン | 2百万円 | |

Gブロックの内訳

| 支出先 | 支出額 | 内容 |
|-----------|-------|--------------|
| (株)エヌケービー | 11百万円 | 交通(中吊り)広告の掲出 |
| (株)国連社 | 10百万円 | |

Kブロックの内訳

| 支出先 | 支出額 | 内容 |
|-----------------|--------|--------|
| (株)メディアインタラクティブ | 1百万円 | 広報効果測定 |
| (株)ビデオリサーチ | 1百万円 | |
| (株)スパイア | 0.8百万円 | |
| (株)毎日広告社 | 0.7百万円 | |