

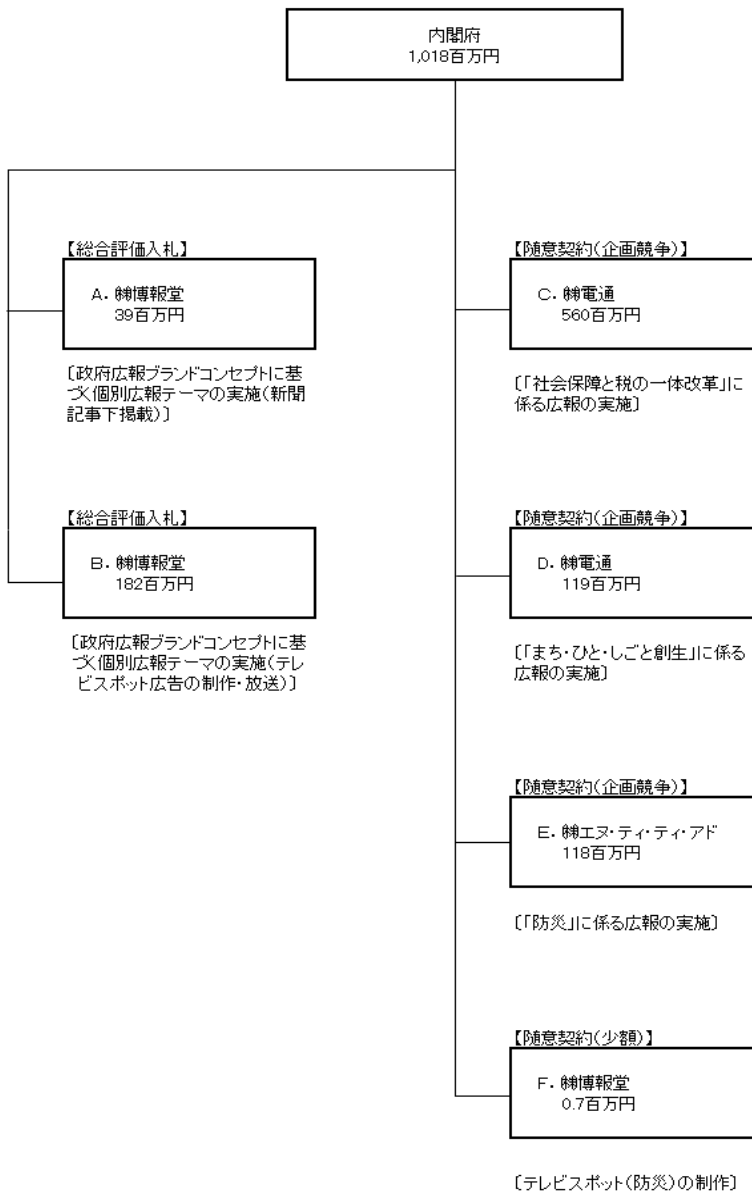
平成27年度行政事業レビューシート (内閣府)

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	平成27年度	担当課室	政府広報室			官房参事官 三浦 健太郎
会計区分	一般会計			政策・施策名	2 重要施策に関する広報 (政策2-施策①)			
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	-			
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)	国民が直面する喫緊の課題については、政府広報を通じて緊急かつ一層の周知徹底を図ることにより、各施策を円滑に実施していく必要がある。特に、「社会保障と税の一体改革」、「地方創生」、「防災」、「女性活躍促進・成長戦略」の各テーマについては、平成26年度後半の重要施策であり、各府省の行う広報と連携しながら、官邸主導の下、各媒体を効果的に活用するクロスメディアの手法を用いた戦略的な広報の展開を図る。							
事業概要 (5行程度以内。別添可)	「社会保障と税の一体改革」、「地方創生」、「防災」、「女性活躍促進・成長戦略」の各テーマについて、新聞、雑誌、テレビ、インターネット等の各種媒体の活用や広報プロモーション活動等により、国民全般に対し重点的かつ丁寧に説明する広報を実施する。(詳細別添)							
実施方法	委託・請負							
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			24年度	25年度	26年度	27年度	28年度要求	
	予算 の 状 況	当初予算	-	-	-	-		
		補正予算	-	1,000	1,901	-		
		前年度から繰越し	-	-	-	881		
		翌年度へ繰越し	-	-	▲ 881	-		
		予備費等	-	-	-	-		
	計		0	1,000	1,020	881	0	
	執行額		-	1,008	1,018			
執行率 (%)		-	101%	100%				
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	24年度	25年度	26年度	目標最終年度 - 年度
	重要施策に関する広報理解度(平成25年度まで)	成果実績	%	-	82			
		目標値	%	-	75			
		達成度	%	-	109%			
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	24年度	25年度	26年度	目標最終年度 - 年度
	重要施策に関する広報満足度(平成25年度まで)	成果実績	%	-	79			
		目標値	%	-	60			
		達成度	%	-	132%			
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	24年度	25年度	26年度	目標最終年度 - 年度
	対前年度600,000ページビュー増 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(平成26年度より)	成果実績	%	-	19,201,855	29,181,969		
		目標値	%	-	-	19,801,855		
		達成度	%	-	-	147%		
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							<input type="checkbox"/> チェック	
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	24年度	25年度	26年度	27年度活動見込
	クロスメディア広報		活動実績	百万円	-	1,008	1,018	
			当初見込み	百万円	-	-	-	
単位当たり コスト	算出根拠			単位	24年度	25年度	26年度	27年度見込
	クロスメディア広報 金額/テーマ数		単位当たり コスト	万円	-	33,613	25,438	
			計算式	/	-	1,008百万円/3テーマ	1,018百万円/4テーマ	
平	費目	27年度当初予算	28年度要求	主な増減理由				

成 27・28 年度 予 算 内 訳 (単位：百万円)	(目)啓発広報費	-		
	計	0	0	

事業所管部局による点検・改善					
項目		評価	評価に関する説明		
国費投入の必要性	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。		○	政府広報は、政府の重要施策について、広く国民の方々に、その内容、背景、必要性等を知っていただき、それらの施策に対する国民の理解と協力を得ることを目的としている。	
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。		○	同上	
	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。		○	同上	
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。		○	事業者の選定に当たっては、一般競争を原則として、創意工夫のできる企画競争も活用しながら調達している。	
	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。		○	事業者の選定に当たっては、一般競争を原則として、創意工夫のできる企画競争も活用しながら調達しており、競争性を確保しつつ、経費の効率化に努めている。	
	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。		-	-	
	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。		○	広報に当たっては、テーマにあわせて、より効果的に訴求できる媒体を選定して調達している。	
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)		-	-	
事業の有効性	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		○	事業者の選定に当たっては、一般競争を原則として、創意工夫のできる企画競争も活用しながら調達しており、競争性を確保しつつ、経費の効率化に努めている。	
	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか		○	成果目標を達成している。	
	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。		○	一般競争や創意工夫のできる企画競争を活用し、効果測定も行いながら、各府省庁からの広報希望等を踏まえ、効果的な政府広報の実施に努めている。	
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。		○	同上	
関連事業	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。		○	各府省庁からの広報希望等を踏まえた、効率的な政府広報の実施に努め、「政府広報オンライン」へより多くの国民からのアクセスが図られるなど、効果的な広報を展開した。	
	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)		○	広報実施に当たっては、各府省とも調整の上、各府省が行う広報と役割を分担して実施している。	
	所管府省・部局名	事業番号	事業名		
点検・改善結果	点検結果	契約に当たっては、上記評価を踏まえ、一般競争入札を原則として経費の効率化に努めるとともに、媒体横断的に効率的・効果的な広報が実施できるよう、主要な広報テーマについては企画競争を実施し、広報効果の確保を図っている。また、実施した広報については分析を行い、PDCAサイクルの実施を基本に引き続き効果的・効率的な広報に努めている。			
	改善の方向性	-			
外部有識者の所見					
行政事業レビュー推進チームの所見					
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況					
備考					
関連する過去のレビューシートの事業番号					
平成22年度	-	平成23年度	-	平成24年度	-
平成25年度	-	平成26年度	0008		

※平成26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。



(注)四捨五入の関係で、合計等は必ずしも一致しない。

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)

A.㈱博報堂

E.㈱エヌ・ティ・ティ・アド

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。費目と使途
 の双方で実情が
 分かるように記
 載)

費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
広告料	新聞(記事下)広告の掲載	39	制作費	インターネット広告の制作	2
			広告料	インターネット広告の掲載	63
			広告料	映画スポット広告の上映	36
			制作費	新聞(記事下)広告の制作	1
			制作費	雑誌広告の制作	0.6
			制作費	ポスター・チラシの制作	8
			送料	ポスター・チラシの発送	7
計		39	計		117.6
B.(株)博報堂			F.(株)博報堂		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
電波料	テレビスポット広告の放送	170			
制作費	テレビスポット広告の制作	11		100万円未満のため省略	
計		181	計		0
C.(株)電通			G.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
電波料	テレビスポット広告の放送	435			
制作費	テレビスポット広告の制作	32			
広告料	新聞(記事下)広告の掲載	26			
制作費	新聞(記事下)広告の制作費	12			
制作費	雑誌広告の制作費	2			
広告料	屋外広告の掲載	3			
制作費	インターネット広告の制作	6			
制作費	パンフレット制作・出演料等	43			
計		559	計		0
D.(株)電通			H.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
広告料	新聞(記事下)広告の掲載	89			
広告料	新聞(記事下)広告の配信費	22			
制作費	新聞(記事下)広告の制作費	8			
計		119	計		0

費目・使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

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)博報堂	政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広報テーマの実施(新聞記事下掲載)	39	1	-

B.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)博報堂	政府広報ブランドコンセプトに基づく個別広報テーマの実施(テレビスポット広告の制作・放送)	182	1	-

C.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)電通	「社会保障と税の一体改革」に係る広報の実施	560	企画競争3	-

D.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)電通	「まち・ひと・しごと創生」に係る広報の実施	119	企画競争3	-

E.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)エヌ・ティ・ティ・アド	「防災」に係る広報の実施	118	企画競争3	-

F.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)博報堂	テレビスポット(防災)の制作	0.7	随意契約	-
支出先上位10社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			<input type="checkbox"/> チェック		

「社会保障と税の一体改革」、「地方創生」、「防災」、「女性活躍促進・成長戦略」の各テーマについて、新聞、雑誌、テレビ、インターネット等の各種媒体の活用や広報プロモーション活動等により、国民全般に対し重点的かつ丁寧に説明する広報を実施する。

1) 社会保障と税の一体改革(主にマイナンバー)に関する広報

社会保障・税番号制度(マイナンバー制度)は、平成28年1月以降、社会保障、税、災害対策の手続で番号の利用が開始される。マイナンバーの通知、制度の開始を控え、国民に更に十分な理解を深めていただくための広報を実施する。

2) 地方創生に関する広報

少子高齢化の進展に的確に対応し、それぞれの地域で住みよい住環境を確保して、将来にわたって活力ある社会を維持するため、国民が地域の課題を共有するとともに、課題を克服し前向きに地域社会を形成するための気運を醸成する。

3) 防災に関する広報

平成26年度は、土砂災害、噴火、地震など、各地で大規模災害が発生しており、災害に備える行動が今まで以上に必要となっているだけでなく、共助への取組の必要性も増している。このため、共助の取組の重要性など、国民の災害に備える意識の一層の底上げを図り、「防災」へのアクションへとつなげる。

4) 女性活躍促進・成長戦略に関する広報

「女性が輝く社会」の実現のため、施策や先進的な取組を周知するだけでなく、国民一人ひとりに意識改革をもたらす気運を醸成すべく、「女性の活躍」に向けた取組が社会の中で自走することを促進する仕組み作りを行う。