

平成28年度行政事業レビューシート ( 内閣府 )

<b>事業名</b>	戦略的広報経費（国際）			<b>担当部局庁</b>	大臣官房		<b>作成責任者</b>			
<b>事業開始年度</b>	平成25年度	<b>事業終了 (予定)年度</b>	平成28年度	<b>担当課室</b>	政府広報室		官房参事官 金子 正志			
<b>会計区分</b>	一般会計									
<b>根拠法令 (具体的な 条項も記載)</b>	内閣府設置法第4条第3項第38号			<b>関係する計画、 通知等</b>	-					
<b>主要政策・施策</b>	-			<b>主要経費</b>	その他の事項経費					
<b>事業の目的 (目指す姿を簡 潔に。3行程度以 内)</b>	我が国の成長の源泉となる、日本各地域の多様な資源を活用した経済活動等の積極的な発信を通じて、国際社会での我が国への理解促進や成長力への信頼確保等を図るため、戦略的国際広報を行う。									
<b>事業概要 (5行程度以内。 別添可)</b>	重要広報機会を捉えて、以下のような地域の特性を生かした多様で力強い経済活動等の対外発信を強化する。 ①総理外遊時等に合わせた地方発信イベント等の実施 総理外遊時等の国際広報機会に、地方創生等の発信を行う。 ②海外テレビCM、SNS等による拡散等の実施 日本各地域の多様な資源を活用した経済活動等の取組を発信するCMの制作・放映、SNS広告等を使った拡散を行う。									
<b>実施方法</b>	委託・請負									
<b>予算額・ 執行額 (単位:百万円)</b>	<b>予算の 状況</b>	当初予算	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度要求			
		補正予算	814	601	980					
		前年度から繰越し	-	532	561	843				
		翌年度へ繰越し	▲ 532	▲ 561	▲ 843					
		予備費等	-	-	-					
		計	282	572	698	843	0			
	執行額	264	508	697						
執行率 (%)	94%	89%	100%							
<b>成果目標及び成 果実績 (アウトカム)</b>	定量的な成果目標	成果指標	単位	25年度	26年度	27年度	中間目標 年度	目標最終年度 28年度	29年度	
	平成28年度において、海外TVCMを370回実施する	海外TVCM 実施回数	成果実績	回	184	408	261	-	-	
			目標値	回	150	184	200	-	370	
			達成度	%	122	221	130.5	-	-	
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			
<b>活動指標及び活 動実績 (アウトプット)</b>	活動指標	単位	25年度	26年度	27年度	28年度活動見込				
	海外TVCM等	活動実績	百万円	86	128	151				
		当初見込み	百万円	272	186	240	120			
<b>単位当たり コスト</b>	算出根拠	単位	25年度	26年度	27年度	28年度活動見込				
	海外TVCM 金額/放映回数	単位当たり コスト	万円	47	31	58	32			
		計算式	/	86百万円 /184回	31百万円 /408回	151百万円 /261回	120百万円 /370回			
<b>平成28・29 年度予算内訳 (単位:百万円)</b>	歳出予算目	28年度当初予算	29年度要求	主な増減理由						
	-	-								
	計	0	0							

政策評価、経済・財政再生アクション・プログラムとの関係	政策	政府広報・広聴による政府施策の理解、協力の促進							
	施策	国際広報の強化							
	測定指標	定量的指標		単位	25年度	26年度	27年度	中間目標 年度	目標年度 年度
		我が国の基本的立場や政策に関する認知／我が国の基本的立場や政策に関する理解の浸透	実績値	-	-	-	-	-	-
	目標値	-	-	-	-	-	-	-	

本事業の成果と上位施策・測定指標との関係

対象地域や対象層を見定めつつ、官邸を司令塔として民間の力(メディア等)も活用し、あらゆる広報ツールを通じた国際社会に対する日本の発信力を強化し、戦略的な国際広報を行うことで、我が国の基本的立場や政策について正しい認識の促進及び理解の浸透を図る。

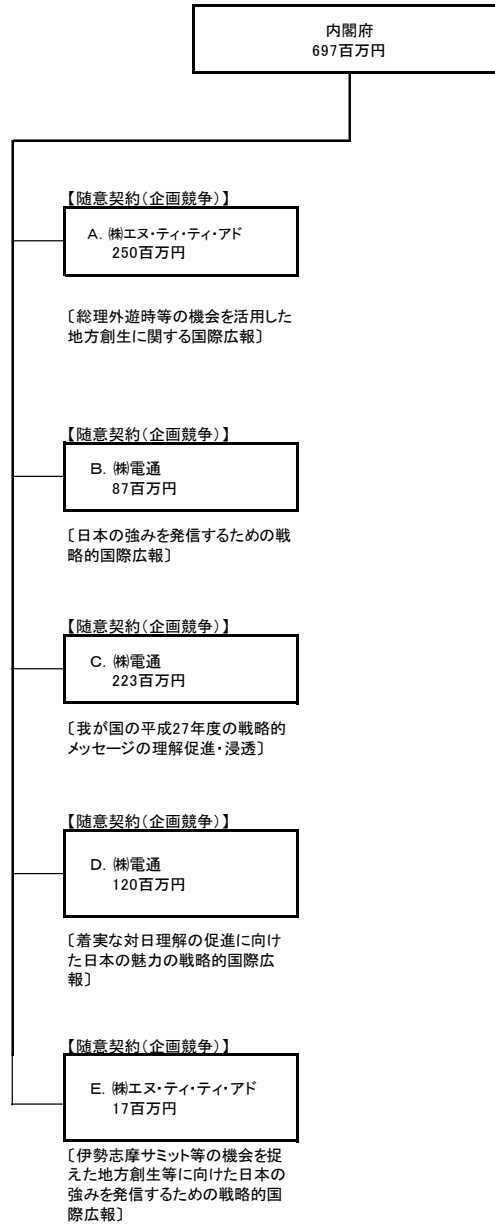
事業所管部局による点検・改善

	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、広くその内容、背景、必要性等を周知し、それらの施策に対する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。	○	日本の魅力や日本の重要政策に関する広報のため、日本政府が行うことが妥当である。	
	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。	○	対外発信力の強化は喫緊の課題であり、特に効果が高いと思われる事業を実施している。	
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。	○	キャンペーンテーマの広報に係る事業者の選定に当たっては、創意工夫のできる企画競争を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。	
	一般競争入札、総合評価入札又は随意契約(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。	○	事業者の選定に当たっては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。	○	真に必要な広報テーマ、訴求対象に即した媒体を選んで、効果的な政府広報を実施している。	
不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-		
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。	○	海外TVCM放映回数や時間帯の決定にあたって、より少ないコストで、より多くの視聴者にリーチすることができるよう、シミュレーション等を行っている。		
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。	○	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。	-	-	
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	本シートP1記載のとおり、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。	○	海外TVCM等は放映後、映像等を官邸の持つYoutubeアカウントで公開する等、継続的に活用されている。	
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)	○	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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広報戦略等に係る企画競争を実施し、広報効果の確保を図っている。</li> <li>・官邸を司令塔として民間の力(メディア等)も活用し、また、関係省庁とも緊密に連携し、政府一体となって、対象地域や対象層を見定めつつ、あらゆる広報ツールを通じて施策を行っている。</li> </ul>				
	改善の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常に化する国際情勢や、メディア環境に迅速かつ柔軟に対応し、同じ予算でより多くの成果を引き出すため、広報ターゲットを一層明確化・細分化する等、費用対効果が最大化されるよう取り組む。</li> <li>・政府広報予算の執行にあたるPDCAのための効果検証の更なる強化。</li> </ul>				
<b>外部有識者の所見</b>						
<b>行政事業レビュー推進チームの所見</b>						
<b>所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況</b>						
<b>備考</b>						
<b>関連する過去のレビューシートの事業番号</b>						
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	0010	平成27年度	0009	

※平成27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)



(注) 四捨五入の関係で、合計等は必ずしも一致しない。

A.(株)エヌ・ティ・ティ・アド			B.(株)電通		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
広告料	海外用TVスポットの放送等	200	制作費	海外用TVスポットの制作等	31
制作費	海外用TVスポットの制作等	32	調査費	情報収集、翻訳作業、分析作業等	30
PR関係費	総理外遊時における現地でのPR活動等	18	広告料	海外用TV番組の放送等	13
			作業費	アナログ映像のデジタル化等	13
計		250	計		87
C.(株)電通			D.(株)電通		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
広告料	海外用WEB広告、TVスポットの実施等	96	広告料	海外用テレビスポットの実施等	120
制作費	海外用WEB広告、TVスポットの制作等	67			
イベント費	シンポジウムの運営、セミナーの開催等	53			
作業費	公募作品の受付、整理作業等	7			
計		223	計		120
E.(株)エヌ・ティ・ティ・アド					
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
調査費	アンケートの実施、集計、分析等	17			
計		17	計		0

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	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)エヌ・ティ・ティ・アド		総理外遊時等の機会を活用した地方創生に関する国際広報	250	随意契約 (企画競争)	3	--	

B.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式	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)電通		日本の強みを発信するための戦略的国際広報	87	随意契約 (企画競争)	3	--	

C.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式	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)電通		我が国の平成27年度の戦略的メッセージの理解促進・浸透	223	随意契約 (企画競争)	3	--	

D.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式	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)電通		着実な対日理解の促進に向けた日本の魅力の戦略的国際広報	120	随意契約 (企画競争)	3	--	

E.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式	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)エヌ・ティ・ティ・アド		伊勢志摩サミット等の機会を捉えた地方創生等に向けた日本の強みを発信するための戦略的国際広報	17	随意契約 (企画競争)	3	--	

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