

平成30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30年度	担当課室	政府広報室		大臣官房参事官 原典久、市川誠、小峰賢哉、寺内彩子		
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、政府全体の立場からテレビ、ラジオ、インターネット、新聞、雑誌等の媒体をその特性を踏まえて活用した広報活動により、広く国民に対して政府の重要施策の内容、背景、必要性等を周知することを目的として実施している。 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を図り、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)	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った上で選定し、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。 当事業では、国民が直面する喫緊の課題についてキャンペーンテーマによる広報を実施しており、必要に応じて効果的なクロスメディアで展開することにより、質の高い戦略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	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度要求		
		補正予算	-	-	-	-			
		前年度から繰越し	1,839	1,978	2,804	-			
		翌年度へ繰越し	881	1,185	957	1,518			
		予備費等	▲ 1,185	▲ 957	▲ 2,398	-			
		計	-	-	-	-			
	執行額	1,535	2,206	1,363	1,518	0			
	執行率 (%)	100%	99%	91%					
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合 (%)	83%	111%	44%					
	平成30・31年度予算内訳(単位:百万円)	歳出予算目	30年度当初予算	31年度要求	主な増減理由				
計		-	0						
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	27年度	28年度	29年度	中間目標	目標最終年度
					30年度	-	年度	-	年度
	<平成28年度まで>過去3年度の平均値を基準値として、基準値以上 <平成29年度から>民間会社も含めた全社平均値以上(平成29年度末時点)	テレビCMの理解度を測定指標として設定(平成29年度より)	成果実績	%	77.6	88.5	88.7	-	-
			目標値	%	77.9	79.4	78.6	78.6	-
達成度			%	99.6	111.5	112.8	-	-	
根拠として用いた統計・データ名(出典)	株式会社オリサーチ社の実施する調査「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	27年度	28年度	29年度	中間目標	目標最終年度
					30年度	-	年度	-	年度
	<平成29年度から>民間会社も含めた全社平均値以上(平成29年度末時点)	テレビCMの認知度を測定指標として設定(平成29年度より)	成果実績	%	-	-	25.2	-	-
			目標値	%	-	-	31.4	31.4	-
達成度			%	-	-	80.3	-	-	
根拠として用いた統計・データ名(出典)	株式会社オリサーチ社の実施する調査「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	27年度	28年度	29年度	中間目標 30年度	目標最終年度 -年度	
	<平成29年度から>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(平成29年度末時点)	新聞広告(記事下)の理解度を測定指標として設定(平成29年度より)		成果実績	%	-	-	89.4	-
目標値			%	-	-	83.6	83.6	-	
達成度			%	-	-	106.9	-	-	
根拠として用いた統計・データ名(出典)	㈱ビデオリサーチ社・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	27年度	28年度	29年度	中間目標 30年度	目標最終年度 -年度	
	<平成29年度から>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(平成29年度末時点)	新聞広告(記事下)の認知度を測定指標として設定(平成29年度より)		成果実績	%	-	-	69.6	-
目標値			%	-	-	66.7	66.7	-	
達成度			%	-	-	104.3	-	-	
根拠として用いた統計・データ名(出典)	㈱ビデオリサーチ社・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	27年度	28年度	29年度	中間目標 30年度	目標最終年度 -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(平成29年度より)		成果実績	PV	34,070,163	35,047,361	40,572,261	-
目標値			PV	29,781,969	34,670,163	35,547,361	40,572,261	-	
達成度			%	114	101	114	-	-	
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		
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	27年度	28年度	29年度	30年度 活動見込	31年度 活動見込	
	クロスメディア広報			活動実績	百万円	1,535	2,186	1,247	-
		当初見込み	百万円	881	1,185	957	1,518	-	
単位当たり コスト	算出根拠		単位	27年度	28年度	29年度	30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	30,700	54,650	41,567	30,360
		計算式	x/y	1,535百万円/5テーマ	2,186百万円/4テーマ	1,247百万円/3テーマ	1,518百万円/5テーマ		
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	2.政府広報・広聴による政府施策の理解、協力の促進							
	施策	①重要施策に関する広報							
	測定指標	定量的指標	実績値	単位	27年度	28年度	29年度	中間目標 30年度	目標年度 -年度
		重要施策に関する広報理解度(テレビ)		%	77.6	88.5	88.7	-	-
		定量的指標	目標値	%	77.9	79.4	78.6	78.6	-
			重要施策に関する広報理解度(新聞)	実績値	%	87.4	87.9	89.4	-
		定量的指標	目標値	%	77.5	81.3	83.6	83.6	-
			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	実績値	PV	34,070,163	35,047,361	40,572,261	-
	目標値	PV	29,781,969	34,670,163	35,547,361	40,572,261	-		
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係								
各種メディアを活用した効率的・効果的な広報の実施により、政府の重要施策に対する国民の理解と協力促進に寄与する。									

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。	○	世論調査において、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いう希望があるため、テーマと媒体特性を考慮し広く国民に対し、その内容、背景等を周知する必要がある。	
	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、政府の重要な施策に関し、広報を行うことであり、国が実施する必要がある。	
	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。	○	本事業は、政府広報を効率的に実施するうえで必要不可欠であり、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。	○	事業者の選定に当たっては、原則として総合評価入札により調達しているが、キャンペーンテーマによる広報の実施に当たっては、テーマに応じた効果的なクロスメディア展開のための企画が重要であることから、年間取扱業者を選定し、テーマごとに企画競争により調達している。	
	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。	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、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。	○	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)	-	-		
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	○	内外の政治状況や世論の動向の変化に合わせて、広報戦略を練り直すことが不可欠となり、それに伴い広報の実施時期が遅れ、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。		
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P2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。	○	広告実施にあたっては、原則として「政府広報オンライン」に誘導するとともに、成果物を「政府広報オンライン」に集約し、2次利用している。	
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)	○	政府広報で取り上げるテーマについては、各省で実施する広報を確認のうえ、重複のないよう実施している。 また、複数省庁にまたがるテーマについては、必要に応じ、関係省庁の施策をまとめて、一体的な広報を実施している。	
	所管府省名	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。キャンペーンテーマに係る広報の実施に当たっては、競争性が担保される仕組みが重要である。		
	改善の方向性	引き続き、経費の効率化に努めるとともに実施した広報の効率性・効果等を分析し、PDCAサイクルを着実に実施する。また、キャンペーンテーマに係る広報の実施に当たっては、競争性が担保される仕組みを検討する。		
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

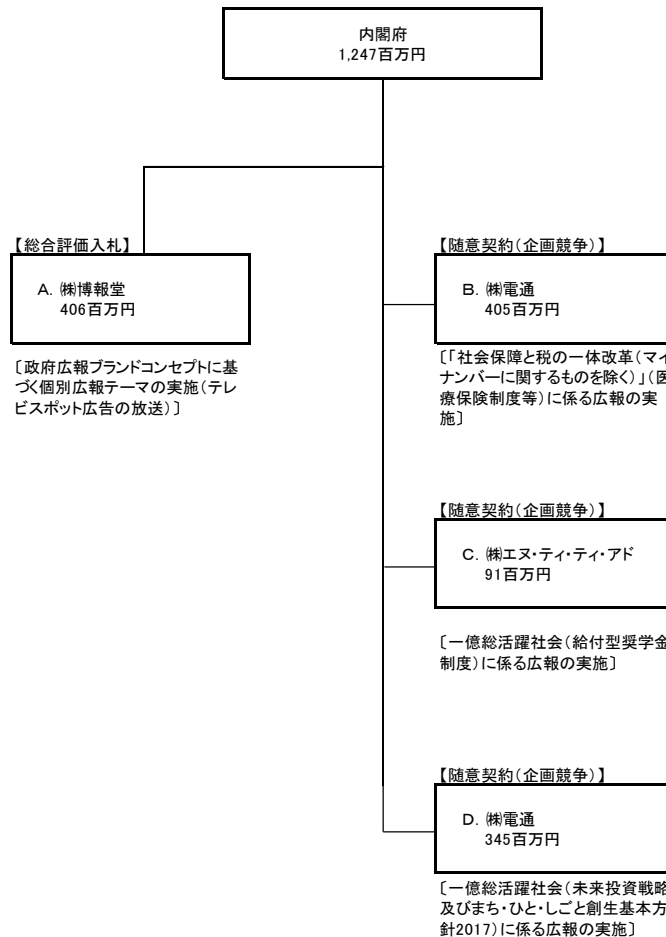
備考

- ・政府広報オンラインURL(<http://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。

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27年度	0008	平成28年度	0007		
平成29年度	内閣府 (0006)						

※平成29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
しているかについて補足する)
(単位: 百万円)

(注)端数処理の関係で内訳と合計が必ずしも一致しない。

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)博報堂			B.(株)電通		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
	制作・広告費	各種広報媒体の制作	406	発送費	チラシ等の発送	269
				印刷費	チラシ等の印刷	111
				広告費	インターネット広告の掲載	13
				制作費	各種広報媒体の制作	12
	計		406	計		405
	C.(株)エヌ・ティ・ティ・アド			D.(株)電通		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
制作・広告費	インターネット広告の掲載	34	広告費	新聞、雑誌、インターネット広告等の掲載	143	
制作費	インターネット広告等の制作	33	制作費	各種広報媒体の制作	121	
制作・発送費	ポスターの制作・発送	24	放送費	テレビスポット広告の放送	81	
計		91	計		345	
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)博報堂	8010401024011	政府広報ブランドコンセプトに基づく政府広報コミュニケーション戦略の構築等	406	一般競争契約 (総合評価)	3	--	

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)電通	4010401048922	「社会保障と税の一体改革(マイナンバーに関するものを除く)」「医療保険制度等」に係る広報の実施	405	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)エヌ・ティ・ティ・アド	7010701013722	一億総活躍社会(給付型奨学金制度)に係る広報の実施	91	随意契約 (企画競争)	2	--	

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)電通	4010401048922	一億総活躍社会(未来投資戦略及びまち・ひと・しごと創生基本方針2017)に係る広報の実施	345	随意契約 (企画競争)	2	--	

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