※平成31年以降の表記は、新元号に読み替えることとする。

事業番号 0006

平成３１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３１年度	担当課室	政府広報室	大臣官房参事官 田中 駒子･加藤 喜仁･ 小山内 司
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。					
事業概要（5行程度以内。別添可）	国民全般に対し、国民が直面する喫緊の課題についてクロスメディア（新聞、TV、インターネット等の複数の広告媒体を組み合わせる手法）等の手法を用いて広報を行っている。 新聞広告は高齢者層で、インターネットは若中年齢層で高い接触率があるなど、広報媒体はそれぞれ特徴を有しているため、広報テーマの内容に応じて広報媒体を活用し、効果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）

		28年度	29年度	30年度	31年度	32年度要求
予算の状況	当初予算	－	－	－	－	－
	補正予算	1,978	2,804	1,850	－	
	前年度から繰越し	1,185	957	1,518	1,352	－
	翌年度へ繰越し	▲ 957	▲ 2,398	▲ 1,352	－	
	予備費等	－	－	－	－	
	計	2,206	1,363	2,016	1,352	0
執行額		2,186	1,247	1,975		
執行率（%）		99%	91%	98%		
当初予算＋補正予算に対する執行額の割合（%）		111%	44%	107%		

平成31・32年度予算内訳（単位：百万円）

歳出予算目	31年度当初予算	32年度要求	主な増減理由
－	－	－	
－	－	－	
－	－	－	
－	－	－	
－	－	－	
－	－	－	
計	－	－	

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	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標最終年度 － 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	テレビCMの理解度を測定指標として設定	成果実績	%	88.5	88.7	81.8	－	－
		目標値	%	79.4	78.6	78.5	78.5	－
		達成度	%	111.5	112.8	104.2	－	－

根拠として用いた統計・データ名（出典）

㈱ビデ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	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標最終年度 － 年度
民間会社も含めた全社平均値以上	テレビCMの認知度を測定指標として設定	成果実績	%	－	25.2	16.1	－	－
		目標値	%	－	31.4	30.6	30.6	－
		達成度	%	－	80.3	52.6	－	－

根拠として用いた統計・データ名（出典）

㈱ビデ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	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標最終年度 － 年度
	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	新聞広告（記事下）の理解度を測定指標として設定	成果実績	%	－	89.4	91.1	－	－
			目標値	%	－	83.6	83.7	83.7	－
			達成度	%	－	106.9	108.8	－	－
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	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標最終年度 － 年度
	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	新聞広告（記事下）の認知度を測定指標として設定	成果実績	%	－	69.6	73.5	－	－
			目標値	%	－	66.7	70.8	70.8	－
			達成度	%	－	104.3	103.8	－	－
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	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 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	成果実績	PV	35,047,361	40,572,261	24,036,134	－	－
			目標値	PV	34,670,163	35,547,361	40,572,261	24,036,134	－
			達成度	%	101	114	59.2	－	－
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	28年度	29年度	30年度	31年度活動見込	32年度活動見込
	クロスメディア広報	活動実績	テーマ	4	3	7	－	－
		当初見込み	テーマ	3	3	5	3	－

単位当たりコスト	算出根拠		単位	28年度	29年度	30年度	31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	54,650	41,567	28,214	45,067
		計算式	x/y	2,186百万円/4テーマ	1,247百万円/3テーマ	1,975百万円/7テーマ	1,352百万円/3テーマ

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価		
		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		単位	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標年度 － 年度
	重要施策に関する広報理解度（テレビ）	実績値	%	88.5	88.7	81.8	－	－
		目標値	%	79.4	78.6	78.5	78.5	－
	定量的指標		単位	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標年度 － 年度
	重要施策に関する広報理解度（新聞）	実績値	%	87.9	89.4	91.1	－	－
		目標値	%	81.3	83.6	83.7	83.7	－
	定量的指標		単位	28年度	29年度	30年度	中間目標 1 年度	目標年度 － 年度
	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	35,047,361	40,572,261	24,036,134	－	－
		目標値	PV	34,670,163	35,547,361	40,572,261	24,036,134	－

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、ニーズを反映したものといえる。
	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。
	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。	○	年間取扱事業者の選定については一般競争入札（総合評価）により調達し、テーマ毎の事業者選定については企画競争により調達していることから、それぞれ競争性が確保されているため、妥当である。 なお、競争性のない随意契約（緊急随意契約）が1件あったが、7月豪雨災害を受けた被災者向け緊急実施業務によるものである。
	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。	有	
	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。	○	一般競争入札（総合評価）及び企画競争により調達しており、競争性を確保することにより経費の効率化に努めていることから、妥当である。
	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に限定されている。
	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）	○	国内世論の動向の変化に合わせ、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。	○	成果目標を概ね達成している。
	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。	○	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。	○	成果物については、「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）	-	–

所管府省名	事業番号	事業名

点検・改善結果	点検結果	・テレビCMの認知度について、目標値に達していない。 ・調達については、一社応札・一者応募ではなく複数の事業者が参加しているが、より競争性を確保するため新規事業者の参加を促す必要がある。
	改善の方向性	・テレビCMの認知度を上げるため、インターネット等その他の媒体で実施している広報との相乗的な効果が生まれるよう、工夫をする。 ・新規事業者の参加を促すため、調達に当たっては、仕様書において訴求ポイントや訴求対象等をわかりやすく記載するなどの工夫をする。

外部有識者の所見
政府広報ウェブサイトへの国民の側からの(能動的な)アクセスとは違い、TV・新聞等の広報における国民の立場は受動的なものであることを考慮する必要があり、政府の施策の「周知」を目的とするならば、認知度ではなく、あくまで理解度をアウトカム指標とする必要があるように思う。

行政事業レビュー推進チームの所見	
現状通り	外部有識者からの所見も踏まえつつ、引き続き、効果的･効率的な事業の実施に努めることとし、効率的に執行した実績を概算要求に反映させること。

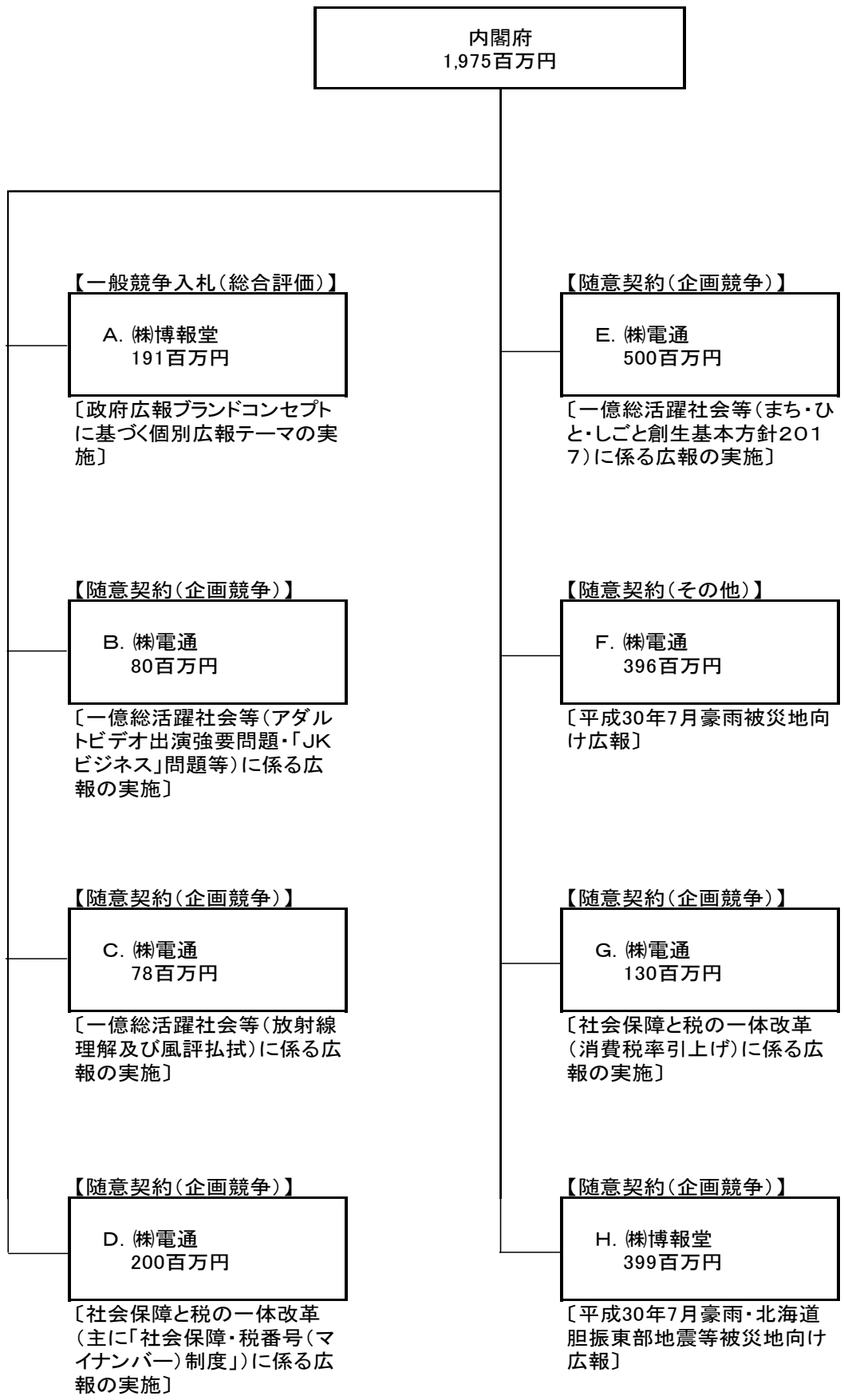
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況	
現状通り	引き続き、効果的･効率的な事業の実施に努め、次年度以降も効率的に執行した実績を概算要求に反映させる。

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	0006
平成30年度	内閣府　（　0006　）						

※平成30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）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・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）

A.㈱博報堂

費　目	使　途	金　額（百万円）
制作・広告費	各種広報媒体の制作	191
計		191

B.㈱電通

費　目	使　途	金　額（百万円）
広告費	雑誌、インターネット広告等の掲載	32
制作費	各種広報媒体の制作	31
役務費	企画、立案、その他の人件費等	12
制作・放送費	テレビ番組、ラジオ番組タイアップ等の制作・放送	5
計		80

C.㈱電通

費　目	使　途	金　額（百万円）
制作費	各種広報媒体の制作	47
制作・放送費	ラジオ番組の制作・放送	27
広告費	新聞広告の掲載	5
計		79

D.㈱電通

費　目	使　途	金　額（百万円）
放送費	テレビスポットの放送	198
制作費	テレビスポットの制作	2
計		200

E.㈱電通

費　目	使　途	金　額（百万円）
広告費	新聞、雑誌広告等の掲載	179
放送費	テレビ番組の放送	157
制作費	各種広報媒体の制作	153
役務費	企画、立案、その他の人件費等	11
計		500

F. ㈱電通

費　目	使　途	金　額（百万円）
広告費	新聞広告の掲載	308
放送費	ラジオスポットの放送	48
制作費	各種広報媒体の制作	41
計		397

G.㈱電通

費　目	使　途	金　額（百万円）
制作費	各種広報媒体の制作	107
広告費	インターネtット広告等の掲載	21
役務費	企画、立案、その他の人件費等	2
計		130

H.㈱博報堂

費　目	使　途	金　額（百万円）
放送費	テレビ・ラジオスポットの放送	173
制作費	各種広報媒体の制作	117
制作・放送費	テレビ番組、ラジオ番組の制作・放送	71
広告費	インターネット広告等の掲載	36
役務費	企画、立案、その他の人件費等	2
計		399

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	㈱博報堂	8010401024011	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	191	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	㈱電通	5010401143788	一億総活躍社会等（アダルトビデオ出演強要問題・「JKビジネス」問題等）に係る広報の実施	80	随意契約（企画競争）	2	－	－

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	㈱電通	5010401143788	一億総活躍社会等（放射線理解及び風評払拭）に係る広報の実施	78	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	㈱電通	5010401143788	社会保障と税の一体改革（主に「社会保障・税番号（マイナンバー）制度」）に係る広報の実施	200	随意契約（企画競争）	2	－	－

E

	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	㈱電通	5010401143788	一億総活躍社会等（まち・ひと・しごと創生基本方針2017）に係る広報の実施	500	随意契約（企画競争）	2	－	－

F

	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	㈱電通	5010401143788	平成30年7月豪雨被災地向け広報	396	随意契約（その他）	－	－	－

G

	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	㈱電通	5010401143788	社会保障と税の一体改革（消費税率引上げ）に係る広報の実施	130	随意契約（企画競争）	3	－	－

H

	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	㈱博報堂	8010401024011	平成30年7月豪雨・北海道胆振東部地震等被災地向け広報	399	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	