

令和3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	令和3年度	担当課室	政府広報室	大臣官房参事官 坂本 真一・加藤 喜仁・ 小坂 伸行			
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、各府省庁と連携して、テレビCM、インターネット広告、新聞広告等の様々な広報媒体を用いて、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)	新型コロナウイルス感染症対策や経済対策に盛り込まれた施策などの喫緊の取組等について、クロスメディア(様々な広報媒体を用いて、媒体同士による相乗効果を高める手法)により、戦略的かつ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)			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度要求		
	予算 の 状 況	当初予算	-	-	-	-	-		
		補正予算	1,850	1,874	9,430	-	-		
		前年度から繰越し	1,518	1,352	1,598	7,512	-		
		翌年度へ繰越し	▲ 1,352	▲ 1,598	▲ 7,512	-	-		
		予備費等	-	-	5,044	-	-		
	計		2,016	1,628	8,560	7,512	0		
	執行額		1,975	1,272	10,780	-	-		
	執行率 (%)		98%	78%	126%	-	-		
	当初予算+補正予算に 対する執行額の割合 (%)		107%	68%	114%	-	-		
令和3・4年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和3年度当初予算	令和4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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 3 年度
	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	%	81.8	73.1	59.1	-	-
			目標値	%	78.5	75.2	55.4	-	55.4
			達成度	%	104.2	97.2	106.7	-	-
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 3 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	%	16.1	12.2	29.1	-	-
			目標値	%	30.6	30.2	32.3	-	32.3
			達成度	%	52.6	40.4	90.1	-	-
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度
							- 年度	3 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	%	91.1	90.1	88.2	-	-
		目標値	%	83.7	83.9	84.7	-	84.7
		達成度	%	108.8	107.4	104.1	-	-
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度
							- 年度	3 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	%	73.5	69.3	57	-	-
		目標値	%	70.8	68.8	70.4	-	70.4
		達成度	%	103.8	100.7	81	-	-
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標最終年度
							- 年度	3 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	24,036,134	34,128,451	41,892,865	-	-
		目標値	PV	40,572,261	24,036,134	34,128,451	-	41,892,865
		達成度	%	59.2	142	122.8	-	-
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度	4年度	
						活動見込	活動見込	
クロスメディア広報		活動実績	テーマ	7	3	6	-	-
		当初見込み	テーマ	5	3	7	6	-
単位当たり コスト	算出根拠	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込		
クロスメディア広報 金額(x)/テーマ数(y)		単価	万円	28,214	42,400	179,667	125,200	
		計算式	x/y	1,975百万円/7テーマ	1,272百万円/3テーマ	10,780百万円/6テーマ	7,512百万円/6テーマ	
政策評価、 新経済・財政再生計画との関係	政策	2. 政府広報						
		施策	2. 政府広報の戦略的な展開					
	定量的指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度
						- 年度	3 年度	
	重要施策に関する広報理解度(テレビ)	実績値	%	81.8	73.1	57.5	-	-
		目標値	%	78.5	75.2	56.5	-	57.5
	定量的指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度	
						- 年度	3 年度	
	重要施策に関する広報理解度(新聞)	実績値	%	91.1	90.1	88.2	-	-
		目標値	%	83.7	83.7	84.7	-	84.7
定量的指標	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度		
					- 年度	3 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	24,036,134	34,128,451	41,892,865	-	-	
	目標値	PV	40,572,261	24,036,134	34,128,451	-	41,892,865	
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、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。	○	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。
	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	なお一部、競争性のない随意契約で調達されているが、新型コロナウイルス感染症対策に係るテレビスポットCMの放送業務等の緊急実施業務によるものである。
	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。	○	原則として一般競争入札(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)	○	広報テーマに関する、政府の施策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。	○	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の理解度について、目標値に達したものの、前年度よりも数値が減少した。認知度については、目標には達しなかったものの、前年度の数値を大きく改善することができた。 ・インターネット広告におけるテーマの厳選や広告クリエイティブについて、デザインやキャッチコピーの工夫などにより、「政府広報オンライン」の総ページビュー数が大幅に増加した。
	改善の方向性		・テレビCMの認知度・理解度を向上させるため、認知度については、訴求対象者の目を引くようなクリエイティブを制作する。理解度については、短時間に訴求ポイントをわかりやすく伝えられるよう、内容を検討する。また、インターネット広告をはじめ、他の媒体とも連携し相乗効果が生まれるようにする。

外部有識者の所見

点検対象外

行政事業レビュー推進チームの所見

抜本的な改善の全体

当事業と同じ政府広報室の事業である「出版諸費」の公開プロセスの結果を踏まえて、政府広報室全体の事業単位について抜本的に見直すことが必要。また、一部の案件については、競争性のない緊急な措置で随意契約を行っていることから、出来る限り競争性を確保するよう努めること。

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

執行等改善

- ・必要に応じ仕様書を見直す等により、更なる競争性の確保に努める。
- ・メディアの動向の現状やコストパフォーマンス、実施した広報の効果等の分析を踏まえつつ、媒体の選定等をより効果的なものにしていく。

備考

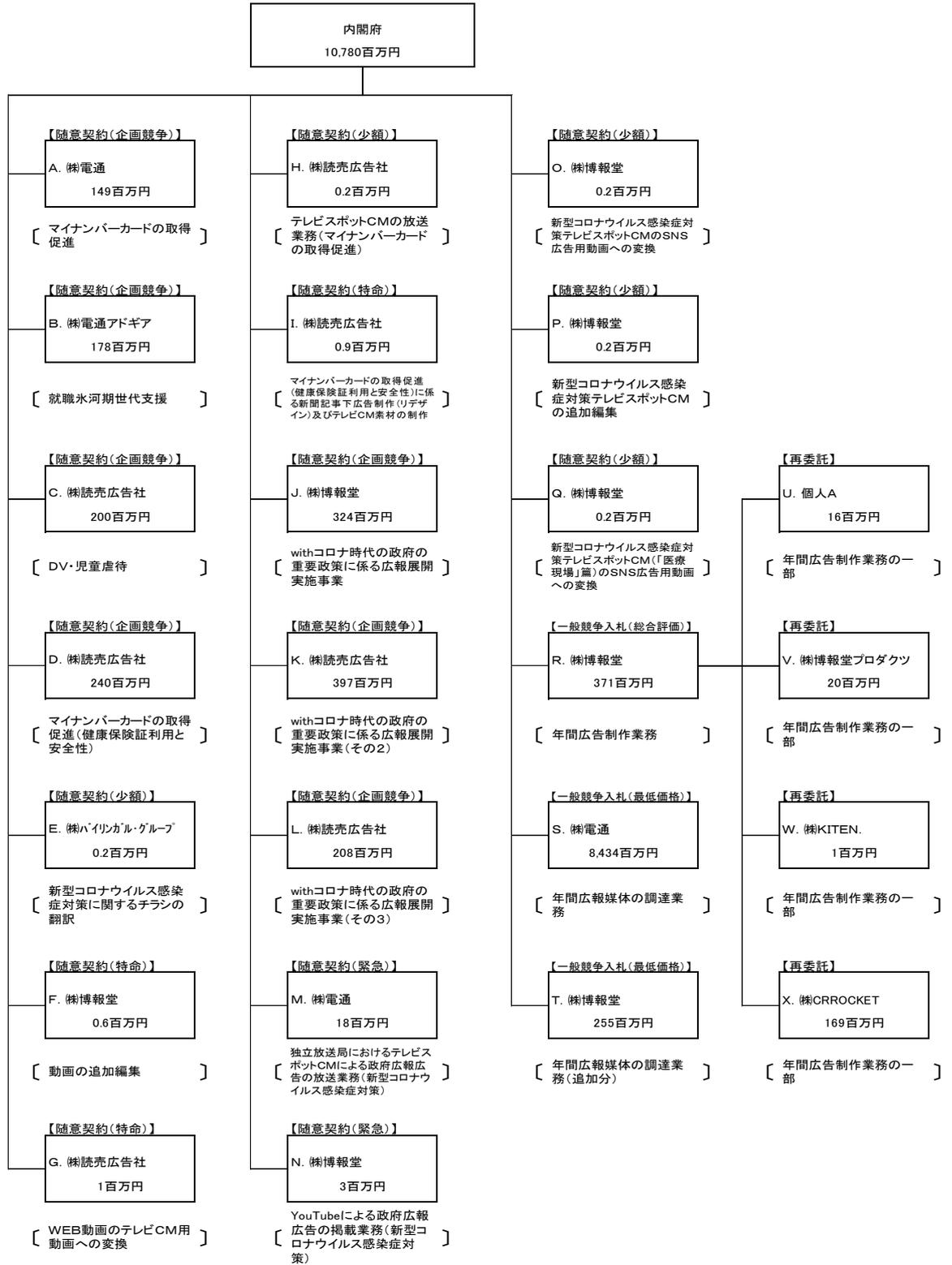
- ・政府広報オンラインURL (<https://www.gov-online.go.jp/index.html>)
- ・落札率は、他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していない。

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	0006			
令和元年度	内閣府 - 0006			
令和2年度	内閣府 - 0006			

※令和2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・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.(株)電通			B.(株)電通アドギア		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	制作費	テレビスポットCMの制作等	40	制作・広告費	インターネット広告の制作及び掲載等	151
	広告費	ラジオスポットCMの放送	8	その他	イベント等の実施	9
	制作・広告費	交通広告の制作・放送等	52	企画・運営費	政府広報オンライン特集ページの制作・運営	18
	その他	タイアップ企画の実施	43			
	企画・運営費	政府広報オンライン特集ページの企画・運営	6			
	計		149	計		178
	C.(株)読売広告社			D.(株)読売広告社		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
制作費	ウェブ動画の制作等	44	制作費	新聞記事下広告の制作等	139	
制作・広告費	ウェブ広告の制作・掲載	108	制作・広告費	雑誌広告の制作・掲載等	50	
企画・運営費	政府広報オンラインキャンペーンページの企画・運営	9	企画・運営費	政府広報オンライン特集ページの制作・運営	15	
その他	タイアップ企画の実施等	39	その他	PRイベントの実施等	36	
計		200	計		240	
G.(株)読売広告社			J.(株)博報堂			
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)	
役務費	ウェブ動画の変換	1	企画・運営費	シンポジウム・パネルディスカッション運営、ライブ配信、リモート配信機材等	217	
			制作・広報費	特設サイト掲載用コンテンツ制作、事前/事後広報の企画実施等	107	
計		1	計		324	

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	(株)電通	5010401143788	マイナンバーカードの取得促進	149	随意契約 (企画競争)	2	--	

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)電通アドギア	1010001139760	就職氷河期世代支援	178	随意契約 (企画競争)	4	--	

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)読売広告社	3010401076255	DV・児童虐待	200	随意契約 (企画競争)	4	--	

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)読売広告社	3010401076255	マイナンバーカードの取得促進(健康保険証利用と安全性)	240	随意契約 (企画競争)	-	--	

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	㈱ハイリカル・グループ	2010001026479	新型コロナウイルス感染症 対策に関するチラシの翻訳	0.2	随意契約 (少額)	-	-	

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	㈱博報堂	8010401024011	動画の追加編集	0.6	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	㈱読売広告社	3010401076255	WEB動画のテレビCM用 動画への変換	1	随意契約 (その他)	-	-	

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	㈱読売広告社	3010401076255	テレビスポットCMの放送 業務(マイナンバーカードの 取得促進)	0.2	随意契約 (その他)	-	-	
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	<input checked="" type="checkbox"/>

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)	K.(株)読売広告社			L.(株)読売広告社		
	費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
	企画・運営費	シンポジウム会場費、運営費、リモート拠点の準備等	163	企画・運営費	会場費・運営人件費、映像・音響機材等	93
	制作・広報費	広報の企画、制作および実施(新聞、TVCM,web広告)	234	制作・広報費	CM制作・放送費、web広告・掲載費等	115
計		397	計		208	
M.(株)電通			N.(株)博報堂			
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)	
放送費	テレビスポットCMの放送	18	広告費	YouTube広告の掲載	3	
計		18	計		3	

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)	R.(株)博報堂			S.(株)電通		
	費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
	制作費	年間広告の制作	164	広告費	年間広報媒体の調達	8,434
	外部委託	各種年間広告の制作の一部	207			
	計		371	計		8,434
	T.(株)博報堂			U.個人A		
	費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
	広告	年間広報媒体の調達(追加分)	255	制作費	年間広告の制作の一部	16
	計		255	計		16
	V.(株)博報堂プロダクツ			W.(株)KITEN.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)	
制作費	年間広告の制作の一部	20	制作費	年間広告の制作の一部	1	
計		20	計		1	
X.(株)CRROCKET						
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)	
制作費	年間広告の制作の一部	169				
計		169	計		0	

I

	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	㈱読売広告社	3010401076255	マイナンバーカードの取得促進(健康保険証利用と安全性)に係る新聞記事下広告制作(リデザイン)及びテレビCM素材の制作	0.9	随意契約 (その他)	-	-	

J

	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	withコロナ時代の政府の重要政策に係る広報展開実施事業	324	随意契約 (企画競争)	7	-	

K

	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	㈱読売広告社	3010401076255	withコロナ時代の政府の重要政策に係る広報展開実施事業(その2)	397	随意契約 (企画競争)	5	-	

L

	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	㈱読売広告社	3010401076255	withコロナ時代の政府の重要政策に係る広報展開実施事業(その3)	208	随意契約 (企画競争)	4	-	

M

	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	独立放送局におけるテレビスポットCMによる政府広報広告の放送業務(新型コロナウイルス感染症対策)	18	随意契約 (その他)	-	-	

N

	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	YouTubelによる政府広報広告の掲載業務(新型コロナウイルス感染症対策)	3	随意契約 (その他)	-	-	

O

	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	新型コロナウイルス感染症対策テレビスポットCMのSNS広告用動画への変換	0.2	随意契約 (少額)	-	-	

P

	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	新型コロナウイルス感染症対策テレビスポットCMの追加編集	0.2	随意契約 (少額)	-	-	

Q

	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	新型コロナウイルス感染症対策テレビスポットCM(「医療現場」篇)のSNS広告用動画への変換	0.2	随意契約(少額)	-	-	

R

	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	年間広告制作業務	371	一般競争契約(総合評価)	3	-	

S

	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	年間広報媒体の調達業務	8,434	一般競争契約(最低価格)	4	-	

T

	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	年間広報媒体の調達業務(追加分)	255	一般競争契約(最低価格)	3	-	

U

	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	個人A	-	年間広告制作業務の一部	16	その他	-	-	

V

	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	㈱博報堂プロダクツ	4010601035588	年間広告制作業務の一部	20	その他	-	-	

W

	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	㈱KITEN.	2011301017366	年間広告制作業務の一部	1	その他	-	-	

X

	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	㈱CRROCKET	4010401146841	年間広告制作業務の一部	169	その他	-	-	