

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（国際）			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 松本 好一朗		
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）	国内外における我が国企業の経済活動の活性化、企業や技術等の海外展開の推進や対直接投資促進等の積極的な発信を通じて、国際社会における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。								
事業概要 （5行程度以 内。別添可）	国際社会に対し、以下の手段を用いて広報を行っている。 ①海外テレビCM、SNS等による拡散等の実施 我が国の企業や技術等の海外展開の推進等、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。 ②今後の広報の実施を見据えた調査・分析及び提言 欧米主要各国の海外メディアが公開するデータを用いた調査・分析を行い、今後の広報機会の考察を加えた次年度以降の具体的なアクションを含む広報の戦略や計画を整理する。								
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	1,071	1,075	3,028	-	-		
		前年度から繰越し	880	621	1,068	-	-		
		翌年度へ繰越し	▲ 621	▲ 1,068	-	-	-		
		予備費等	-	-	-	-	-		
		計	1,330	628	4,096	0	0		
	執行額		1,327	621	1,747				
	執行率（％）		100%	99%	43%				
	当初予算+補正予算に対す る執行額の割合（％）		124%	58%	58%				
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
	令和3年度までに米国知識 層の我が国に対する好感度 80%	米国知識層の我が国に対 する好感度（％）	成果実績	％	76.5	78.1	77	-	-
			目標値	％	80	60	60	-	80
			達成度	％	95.6	130.2	128.3	-	-
根拠として用いた 統計・データ名 （出典）	米国知識層の我が国に対する好感度（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 活動見込	4年度 活動見込
	海外TVCM放送回数	活動実績	回	372	1,149	912	-	-	
		当初見込み	回	100	100	100	-	-	
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	
	海外TVCM 金額(x)／放送回数(y)		単位当たり コスト	万円	7.8	9.7	10.6	-	
		計算式	x/y	29百万円 /372回	112百万 /1,149回	97百万 /912回	-		

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							
	測定指標	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 - 年度	目標年度 3 年度
		我が国に対する理解度	実績値	%	56.6	56.9	59.6	-	-
			目標値	%	-	-	45	-	60
		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 - 年度	目標年度 3 年度
		我が国に対する好感度	実績値	%	76.5	78.1	77	-	-
			目標値	%	-	-	60	-	80
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係								
	昨年度に引き続き、国際情勢に応じた多様な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。								

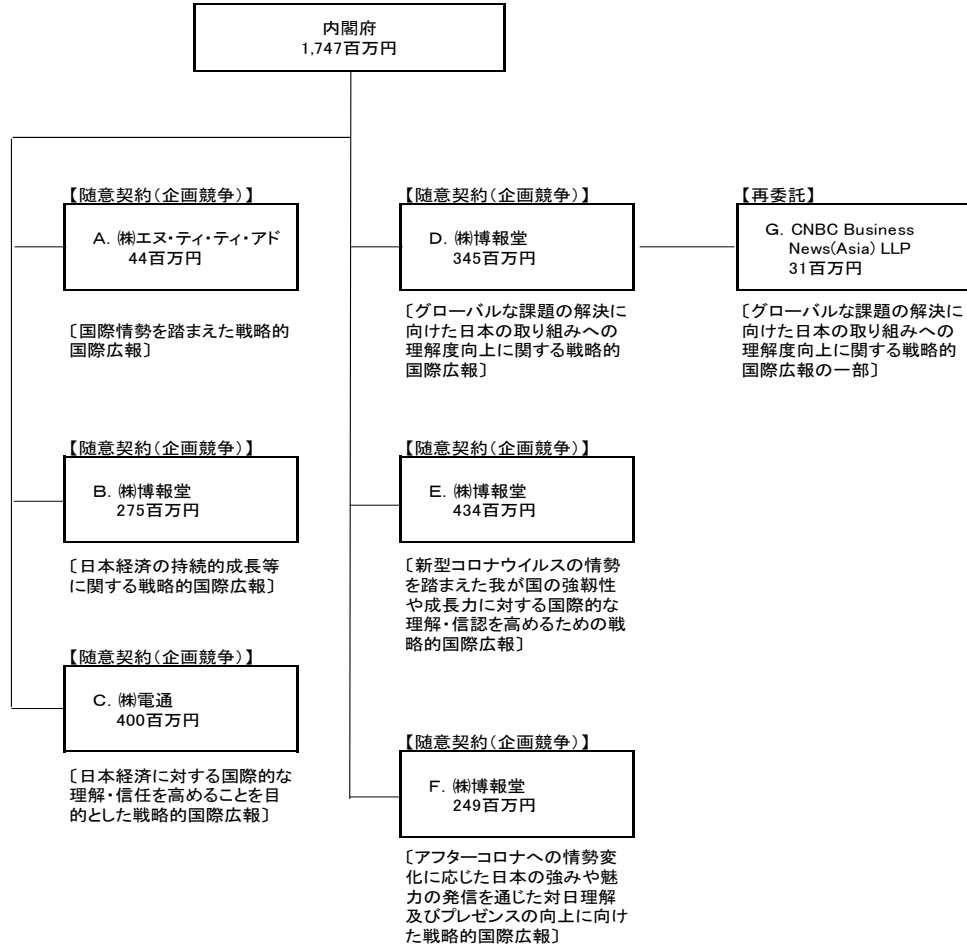
事業所管部局による点検・改善

	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。	○	国際社会に対し我が国の基本的立場や政策に関する理解の浸透を図る広報活動を通じ、我が国の国際社会における存在感を高め、日本企業のグローバルな活動の支援等を図ることは、グローバル化された国際社会の中で活動する機会が増大している今日の国民及び日本社会のニーズに即したものである。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	日本の魅力や日本の重要政策を広く国際社会に周知するため、施策の内容を熟知している国が主体となり、しかるべきタイミングで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。	○	対外発信力の強化はグローバル化された国際社会において喫緊の課題であり、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。	○	
	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	企画競争により調達していることから、競争性が確保されているため、妥当である。
	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。	○	企画競争により調達を行っており、競争性を伴った調達を行っていることから、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。	○	政府の重点テーマ等を踏まえ、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)	○	戦略的広報経費としては、新型コロナウイルス感染症に関する国内外の情勢の推移から、特に国内における感染症対策についての情報提供が一層重要となり、国内広報事業において当初想定していたよりも多くの経費が必要となったため。	
繰越額が大きい場合、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。	○	限られた予算で効率的に事業を行うため、海外TVCM放映回数や時間帯の決定にあたって、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。	○	概ね前年同程度の成果を達成している。
	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。	○	見込み以上の実績を達成している。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	成果物は、日本政府公式サイトJapan Gov等に掲載。

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)		○	外務省では政策広報については外交政策中心に、在外公館等も活用しつつきめ細やかな広報を行っていることに加え、人的交流の一層の推進の観点から広報を行っている。一方、当室では、日本経済に関する国際的な理解や信認の向上、地方創生、女性の活躍、働き方改革など、省庁横断的な重要事項について国際理解を促進する広報を行うなど、役割分担を行っている。
	所管府省名	事業番号	事業名	
	外務省	20 - 0108	海外広報	
点検・改善結果	点検結果	<ul style="list-style-type: none"> ・常に変化する国際情勢や、変化の激しいメディア環境及びトレンドを把握し、国や民間機関で行われている調査やメディア分析も随時踏まえながら、最適な広報手法を採用する必要がある。 ・論調分析を強化して国際情勢の変化に応じたタイムリーなものとし、定点観測調査にも当室が主要な訴求対象と考えるハイレベル層に特化した内容を盛り込み、それらの分析結果を踏まえて迅速な広報を行うなど、PDCAサイクルを強化し、事業の継続的な改善に努めている。 		
	改善の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・上記の変化に対応しながら同じ予算でより多くの成果を引き出すため、広報ターゲットの一層明確化・細分化や、適切なタイミングにおける広報効果の把握等、費用対効果が最大化されるよう取り組む。 ・国際広報事業の成果をPDCA調査によってターゲットごとに分析・評価しており、その結果、対日理解度や好感度の向上等に一定程度の効果を上げていることが分かっており、こうした調査結果を、翌年度事業の内容改善にも生かしていく。 		
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				
抜本的な改善の事業全体	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、海外TVCMの件数の増加とともに執行額も上昇傾向にあるため、競争性を高め単位当たりコストの低減にも努めること。			
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
現状通り	海外TVCMの実施については多くを一般競争入札に移行して競争性を高め、単位当たりコストの縮減に努めている。			
備考				
・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	0010			
平成27年度	0009			
平成28年度	0008			
平成29年度	0007			
平成30年度	0007			
令和元年度	内閣府 - 0007			
令和2年度	内閣府 - 0007			

※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表情が分かるように記載)

A.株式会社エヌ・ティ・ティ・アド			B.株式会社博報堂		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
制作費	広報誌の制作	21	制作・放送費	テレビCMの制作・放送	179
広告費	デジタル媒体への掲載	3	広告費	インターネット広告等の掲載	13
役務費	ウェブページ更新、印刷、アンケート調査等	16	制作費	インターネット広告等の制作	83
管理費	営業管理費	4			
計		44	計		275
C.株式会社電通			D.株式会社博報堂		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
制作費	オウンド動画の制作	167	制作・放送等	テレビ番組の制作・放送、インターネット広告の掲載	58
制作・広告費	記事コンテンツの制作・掲載	48	制作費	オウンド動画の制作	3
広告費	インターネット広告の掲載	145	制作・広告費	雑誌記事、音声番組、ウェブ用記事、動画の制作、インターネット広告の掲載	156
放送費	テレビCMの放送	31	制作・改修費	ウェブページの制作・改修	7
制作・改修費	ウェブページの制作・改修	5	役務費	PRコンサルティング事業	6
役務費	国際広報物の定性評価	4	放送費	テレビCMの放送	11
			広告費	インターネット広告の掲載	74
			外部委託	オウンド動画の制作の一部	31
計		400	計		346

E.(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)
制作・広告費	記事コンテンツの制作・掲載	144	制作・広告費	記事コンテンツの制作・掲載	123
制作・放送費	テレビCMの制作・放送	79	制作費	オウンド動画の制作	76
制作費	オウンド動画の制作	50	広告費	インターネット広告の掲載	13
広告費	インターネット広告の掲載	44	放送費	テレビCMの放送	11
放送費	テレビCMの放送	44	役務費	広報実施調査・分析	26
役務費	ウェブサイト改修、広報実施調査・分析	73			
計		434	計		249
G.CNBC Business News(Asia)LLP			H.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
制作費	オウンド動画の制作の一部	31			
計		31	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

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	株エヌ・ティ・ティ・アド	7010701013722	国際情勢を踏まえた戦略的国際広報	44	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	日本経済の持続的成長等に関する戦略的国際広報	275	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	㈱電通	5010401143788	日本経済に対する国際的な理解・信任を高めることを目的とした戦略的国際広報	400	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	グローバルな課題の解決に向けた日本の取り組みへの理解度向上に関する戦略的国際広報	345	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の情勢を踏まえた我が国の強靱性や成長力に対する国際的な理解・信認を高めるための戦略的国際広報	434	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	㈱博報堂	8010401024011	アフターコロナへの情勢変化に応じた日本の強みや魅力の発信を通じた対日理解及びプレゼンスの向上に向けた戦略的国際広報	249	随意契約 (企画競争)	2	--	

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	CNBC Business News(Asia)LLP	-	グローバルな課題の解決に向けた日本の取り組みへの理解度向上に関する戦略的国際広報の一部	31	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	