

		令和5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5年度	担当課室	政府広報室	大臣官房参事官 中島 薫、鎌田 修弘、杉本 昌英	
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	-		
政策	2. 政府広報			主要経費	その他の事項経費		
施策	2. 政府広報の戦略的な展開						
政策体系・評価書URL	<a href="https://www8.cao.go.jp/hyouka/r4bunseki/r4bunseki-1.pdf">https://www8.cao.go.jp/hyouka/r4bunseki/r4bunseki-1.pdf</a>						
事業の目的 (5行程度以内)	政府広報は、各府省庁と連携して、インターネット、テレビ、新聞、ラジオ等の様々な媒体を用いて、広く国民に対して政府の重要施策の内容、背景、必要性等を周知し、理解を促進することを目的としている。						
現状・課題 (5行程度以内)	新型コロナウイルス感染症対策に関する取組や物価高騰対策等、政府の取り組む重要施策は国民生活とも密接に関わっており、施策の実施に当たっては、国民の認知や理解の促進が必要不可欠である。よって、政府の重要施策の内容、背景、必要性等を国民に広く周知して、理解と協力を促進するためにインターネット、テレビ、新聞等の多様な媒体を組み合わせて、戦略的かつ効果的な国内広報を実施する必要がある。						
事業概要 (5行程度以内)	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各施策の内容をはじめとした喫緊の取組等について、広報テーマの内容に応じて、適切な層に効果的に訴求できるよう、テレビCMやインターネット広告などの高い接触率が見込める広報媒体を中心に、国内広報を実施している。その際、それぞれの広報媒体の有する特徴をいかながら、必要に応じて、クロスメディア(複数の広報媒体や統一感のあるクリエイティブを用いて、媒体同士による相乗効果を高める手法)手法により、戦略的かつ効果的な広報を実施している。						
事業概要URL	-						
実施方法	委託・請負						
補助率等	-						
予算額・ 執行額 (単位:百万円) (インプット)	予算の 状況	当初予算(A)	-	-	-	-	-
		補正予算(B)	9,430	4,936	3,069	2,808	-
		令和5年度第1次補正予算	-	-	-	2,808	-
			-	-	-	-	-
			-	-	-	-	-
			-	-	-	-	-
		前年度から繰越し(C)	1,598	7,512	4,936	1,687	-
		翌年度へ繰越し(D)	▲ 7,512	▲ 4,936	▲ 1,687	-	-
		予備費等(E)	5,044	-	-	-	-
		計(F) =(A)+(B)+(C)+(D)+(E)	8,560	7,512	6,318	4,495	-
		執行額(G)	10,780	7,511	6,323	-	-
執行率(%) =(G)/(F)	126%	100%	100%	-	-		
当初予算+補正予算に対する執行額の 割合(%) =(G)/[(A)+(B)]	114%	152%	206%	-	-		
令和5・6年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算項目		令和5年度当初予算	令和6年度要求	主な増減理由(・要望額・予備費)		
	(項)	-	-	-	-		
	(目)	-	-	-	-		
	計(A)	-	-	-	-		

<b>活動内容①</b> (アクティビティ)	テレビCMを放送し、国民に対して、政府の重要施策等の内容や必要性について周知し、施策等の理解と協力を求める。								
↓									
<b>活動目標及び活動実績①</b> (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
	全国の放送局を通じてテレビCMを放送	テレビCMのテーマ数	活動実績	テーマ	-	-	4	-	-
当初見込み			テーマ	-	-	5	8	-	
↓	<b>成果目標①-1の 設定理由</b> (アウトプット からのつながり)	政府広報におけるテレビスポットCMの認知度が、民間会社を含めた全社の平均値を上回ること、政府の重要施策が一定程度認知・理解されたと評価できるものと考えことから、成果目標として設定した。							
<b>成果目標及び成果実績①-3</b> (長期アウトカム)	成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5年度	
	テレビCMにおける民間会社も含めた全社平均値	テレビCMの認知度	成果実績	%	29.1	32.7	31.6	-	
			目標値	%	32.3	30.8	27.4	27.4	
達成度			%	90.1	106.2	115.3	-		
<b>成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績</b>	株式会社ビデオリサーチの実施する調査「テレビCMカルテ」								
<b>アウトカム設定について の説明</b>	アクティビティ①について定性的なアウトカムを設定している理由								
	-								
	アクティビティ①についてアウトカムが複数設定できない理由								
	テレビCMの放送を通じて政府の重要施策等の内容や必要性等を国民に周知し理解と協力を求めるアクティビティは、目標であるテレビCMの認知度の向上により、直接、定量的に評価できるため。								
<b>活動内容②</b> (アクティビティ)	テレビCMを放送し、国民に対して、政府の重要施策等の内容や必要性について周知し、施策等の理解と協力を求める。								
↓									
<b>活動目標及び活動実績②</b> (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
	全国の放送局を通じてテレビCMを放送	テレビCMのテーマ数	活動実績	テーマ	-	-	4	-	-
当初見込み			テーマ	-	-	5	8	-	
↓	<b>成果目標②-1の 設定理由</b> (アウトプット からのつながり)	政府広報におけるテレビスポットCMの理解度が、民間会社を含めた全社の平均値を上回ること、政府の重要施策が一定程度認知・理解されたと評価できるものと考えことから、成果目標として設定した。							
<b>成果目標及び成果実績②-3</b> (長期アウトカム)	成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5年度	
	テレビCMにおける民間会社も含めた全社平均値	テレビCMの理解度	成果実績	%	59.1	48	48	-	
			目標値	%	55.4	57.8	60	60	
達成度			%	106.7	83	80.9	-		
<b>成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績</b>	株式会社ビデオリサーチの実施する調査「テレビCMカルテ」								
<b>アウトカム設定について の説明</b>	アクティビティ②について定性的なアウトカムを設定している理由								
	-								
	アクティビティ②についてアウトカムが複数設定できない理由								
	テレビCMの放送を通じて政府の重要施策等の内容や必要性等を国民に周知し理解と協力を求めるアクティビティは、目標であるテレビCMの理解度の向上により、直接、定量的に評価できるため。								

<b>活動内容③ (アクティビティ)</b>		インターネット・SNS動画広告を掲載し、国民に対して、政府の重要施策等の内容や必要性について周知し、施策等の理解と協力を求める。									
↓											
<b>活動目標及び活動実績 ③ (アウトプット)</b>		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込	
		各種サイトにインターネット・SNS動画広告を掲載	インターネット・SNS動画広告のテーマ数	活動実績	テーマ	-	-	11	-	-	
				当初見込み	テーマ	-	-	5	12	-	
↓											
<b>成果目標③-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)</b>		政府広報におけるインターネット・SNS動画広告の視聴完了率が、過去の平均値を上回ること、政府の重要施策が一定程度認知・理解されたと評価できるものと考えられることから、成果目標として設定。									
<b>成果目標及び成果実績 ③-3 (長期アウトカム)</b>		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5年度		
		対前年度比	インターネット・SNS動画広告における視聴完了率	成果実績	%	-	-	8.8	-		
				目標値	%	-	-	6.7	6.7		
				達成度	%	-	-	131.3	-		
<b>成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績</b>		インターネット・SNS動画広告掲載業務の請負事業者による実施結果報告(政府広報室とりまとめ)									
<b>アウトカム設定について の説明</b>		アクティビティ③について定性的なアウトカムを設定している理由									
		-									
		アクティビティ③についてアウトカムが複数設定できない理由									
		インターネット・SNS広告の掲載を通じて政府の重要施策等の内容や必要性等を国民に周知し理解と協力を求めるアクティビティは、目標であるインターネット・SNS広告の視聴完了率の向上により、直接、定量的に評価できるため。									
<b>事業に関連する KPIが定められて いる関連決定等</b>		名称	-								
		URL	-								
		該当箇所	-								
<b>事業所管部局による点検・改善</b>											
<b>点検結果</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・アクティビティ①(テレビCMの認知度)及び②(テレビCMの理解度)について、認知度は目標を達成し、理解度は目標を概ね達成できた。認知度については、誰もが認知している者の出演や、イラストではなく実写での演出等、広告素材の工夫を行っており、目標達成に寄与したものと考えられる。他方、理解度については、新型コロナウイルスやマイナンバーカード等、テレビCMで実施したテーマについては、特に誤解がないように丁寧に説明を行うため、CM内の情報量が増加してしまうことが、目標を下回った一つの要因として考えられる。</li> <li>・アクティビティ③(インターネット・SNS動画広告における視聴完了率)について、目標を達成できた。スマホ画面で視聴することを想定した動画構成に編集する等、広告素材の工夫を行っており、目標達成に寄与したものと考えられる。</li> </ul>					<b>目標年度における効果測定に関する評価(令和6年度実施)</b>				
		-									
<b>改善の 方向性</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・各アクティビティについて、いずれも令和4年度の目標値を達成しているか、令和4年度の目標値を概ね達成しており、順調な進捗を示している。</li> <li>・全てのアクティビティについて、目標達成に向け引き続き取り組む。</li> </ul>									



内閣府  
6,323百万円

【一般競争入札（最低価格）】

A. 株式会社東急  
エージェンシー  
他  
(4社)  
6,124百万円

[ 年間広報媒体の調達業務 ]

【一般競争入札（総合評価）】

B. 株式会社東急  
エージェンシー  
他  
(2社)  
199百万円

[ 年間広告素材の制作業務 ]

【再委託】

C. 株式会社ダン  
スノットアクト他  
(4社)  
119百万円

[ 年間広告素材の制作業務の一部 ]

【再々委託】

D. 個人A他  
(1社・1個人)  
3百万円

[ 年間広告素材の制作業務の一部 ]

**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・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.			B.		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
広告費	年間広報媒体の調達業務	4,681	製作費	年間広告素材の制作業務	198	
計		4,681	計		198	
	C.			D.		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
製作費	年間広告素材の制作業務	119	製作費	年間広告素材の制作業務	3	
計		119	計		3	
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	株式会社東急エージェンシー	6010401019178	年間広報媒体の調達業務(テレビ・ラジオスポットCMの放送)	4,681	一般競争契約 (最低価格)	4	--	
2	株式会社電通	5010401143788	年間広報媒体の調達業務(インターネット広告(Yahoo!広告)の掲載)	876	一般競争契約 (最低価格)	4	--	
3	株式会社HELIOS	6010001088128	年間広報媒体の調達業務(インターネット広告(SNS広告及びニュースアプリ広告)の掲載)	422	一般競争契約 (最低価格)	6	--	
4	株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ	3010001035099	年間広報媒体の調達業務(新聞広告、ブロック紙・地方紙ウェブページ広告、ニュースサイトテキスト広告及び雑誌広告の掲載)	145	一般競争契約 (最低価格)	4	--	

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	株式会社東急エージェンシー	6010401019178	年間広告素材の制作業務(動画広告素材及び音声広告素材)	198	一般競争契約 (総合評価)	8	--	
2	株式会社ジェイアール東日本企画	7011001029649	年間広告素材の制作業務(新聞広告用素材、雑誌広告用素材及びインターネット広告用等素材)	1	一般競争契約 (総合評価)	7	--	

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	株式会社ダンスノットアクト	6010401043244	年間広告素材の制作業務(動画広告素材及び音声広告素材)の一部	108	その他	-	--	
2	UUUM株式会社	9011001095607	年間広告素材の制作業務(動画広告素材及び音声広告素材)の一部	9	その他	-	--	
3	株式会社たきコーポレーション	6010401067557	年間広告素材の制作業務(新聞広告用素材、雑誌広告用素材及びインターネット広告用等素材)の一部	1	その他	-	--	
4	株式会社東急エージェンシープロミックス	4010401024114	年間広告素材の制作業務(動画広告素材及び音声広告素材)の一部	0.2	その他	-	--	

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	個人A	-	年間広告素材の制作業務(動画広告素材及び音声広告素材)の一部	3	その他	-	--	
2	株式会社シュガー	9010401013979	年間広告素材の制作業務(新聞広告用素材、雑誌広告用素材及びインターネット広告用等素材)の一部	0.2	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	