

事業番号 000097

(事業名) 戦略的広報経費(国際)

(担当部局) 大臣官房政府広報室

－公開プロセスの評価結果－

<取りまとめコメント>

①成果指標に関して

アウトカム指標の設定に工夫の必要がある。長期・短期の視点、場合によっては説明責任に貢献できるアウトプット指標も検討されたい。

②事業の改善に関して

(広報戦略の)目標と(広報)手段との間に適切な目標・手段関係を、再度設定し直す必要がある。その関係を説明する判断材料として、「好感度」は不向きである。EBPMの観点から再検討されたい。

<外部有識者のコメント>

①成果目標に関して (ex. アウトカムが適切に設定されているか、事業の進捗や効果について成果目標に照らした点検及び改善が行われているか 等)

- ・オウンド動画を事業の一環として公開している以上、少なくともそれに対する反応について可能な範囲で確認し、短期アウトカムとして評価するべきではないか。
- ・現在のアウトカム指標は、本事業とは別の要素で数値が変動する指標ではないかと考えられる。難しいと思うが、より本事業の成果を直接的に表せる指標とすることはできないか。
- ・「好感度」は取組のゴールとしては重要であるが、過去の指摘内容は、「好感度」が一面的に過ぎており、コントロール可能ではないとするものであった。この処方箋として注目すべきは「アウトプット」なのではないか。例えば、「海外知識層」に訴求するためには、個別の広報手段について、いつ、どのようなタイミングで、どのような内容が注目されたのかというデータを基礎とした分析が必要となるはずである。
- ・長期的戦略という意味ではアウトカム指標が必要。ただし適切だと思われるアウトカムはそのつど変わる。この可能性があるのは、こうした広報戦略分野ではやむを得ない。柔軟な事業運営を、円滑に進めるという意味で、「アウトプット」できちんとした PDCA を回す必要もある。

②事業の改善に関して (ex. 同じ又はより少ない予算でより多くの成果を引き出す工夫はないか 等)

- ・本事業で取り組んでいる①～③ (広報手段: ①国際メディア・国内英字メディアへの出稿、②オウンド動画の制作、③日本政府が運用する媒体を通じた情報発信) が最も適切な手段かどうか判断できない。そもそもどのような広報戦略が設定されていて、様々な手法の中でなぜこの①～③の手段を選んだのかをもう一段明確にご説明いただけるとありがたい。
- ・広報の訴求力を上げていくためには、1つひとつの取組をよりミクロレベルで分析していくことがEBPMの観点からも重要ではないか。大事なノウハウや学びはミクロな取組にこそ宿るのではないだろうか。
- ・これまでのアウトカム中心の説明から、軸足をアウトプット中心へと切り替えていくことで好感度論議は相対化するのではないか。好感度論議は重要であるものの過度な拘泥は避けた方がよいかもしれない。
- ・補正予算の長所を活かし、状況に応じた有効な予算執行を心がけていただきたい。

③その他

- ・低執行率については、毎年の補正予算で措置された額を繰り越して翌年度にほぼ全額執行しているという実態として理解できるが、そのように補正ありきで予算措置することが望ましいかについては再検討されたい。
- ・外務省の海外広報事業との違いについては、国民に分かるように丁寧に説明した方がよいのではないか。
- ・補正予算の意義についても丁寧に説明した方がよいのではないか。