

平成25年行政事業レビューシート

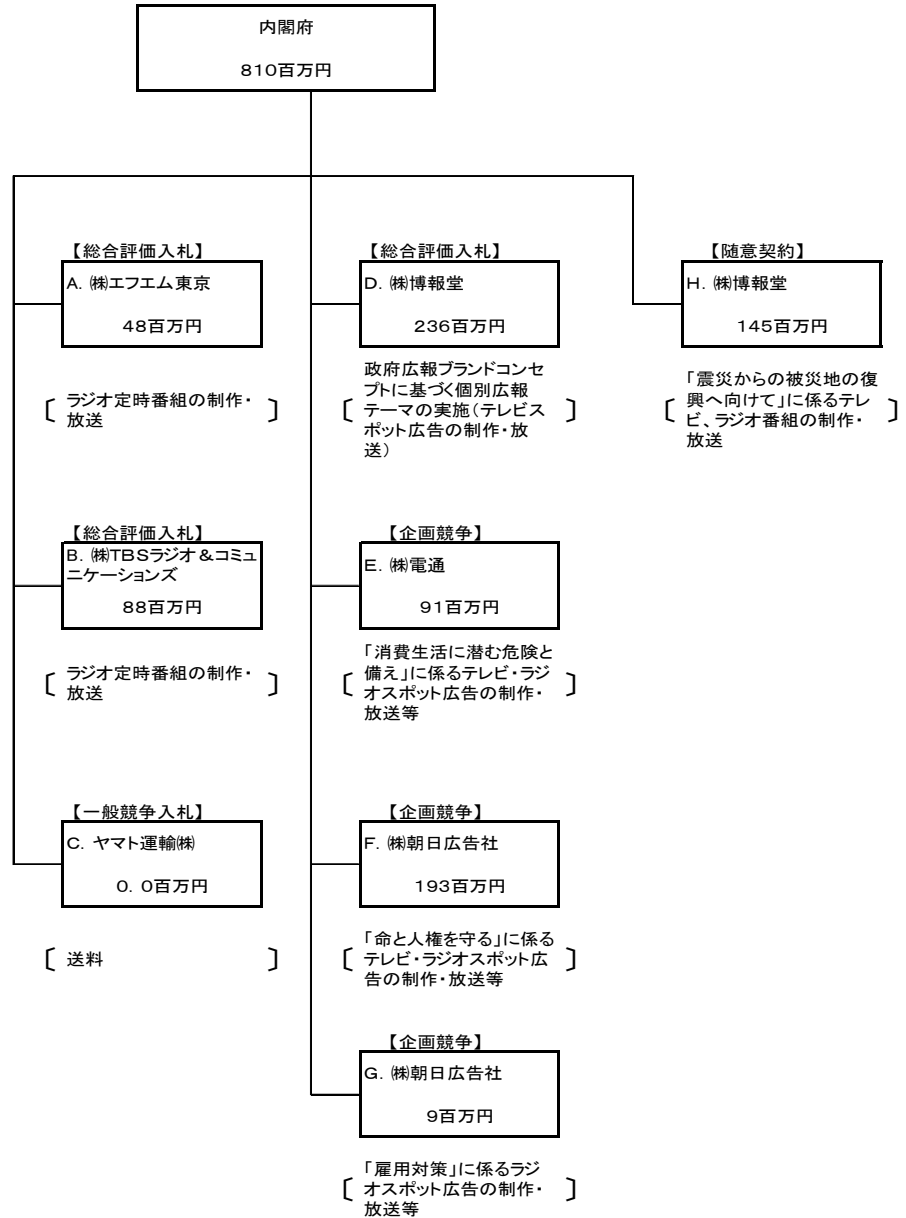
(内閣府)

事業名	放送諸費	担当部署庁	大臣官房	作成責任者				
事業開始・終了(予定)年度	昭和24年度	担当課室	政府広報室	官房参事官 植村悌明				
会計区分	一般会計	政策・施策名	2 重要施策に関する広報（政策2－施策①）					
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	内閣府設置法第4条第3項38号	関係する計画、 通知等						
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	政府の重要施策については、政府全体の立場から一体的に広報活動を行うことが必要である。 政府広報は、このような重要施策に関する広報を、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット等の媒体を政府の広報共同利用媒体として確保し、効率的・機動的・重点的に実施するものである。 そのうち放送諸費は、テレビ、ラジオにより実施する定時番組、テレビスポット等に要する経費である。							
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	広報テーマは各府省の希望を受けて、内閣官房及び各府省と協議調整を行った上で選定し、広報実施に当たっては、各府省が行う広報と役割を分担して実施している。 政府広報の媒体は、国民各層の幅広い認知を得ることが可能なテレビ・ラジオ、新聞・雑誌、インターネットなどのメディアを活用している。 テレビについては、視聴者に映像を通じて視覚的に、政府の施策をわかりやすく伝えることができる。ラジオについては、聴取者の行動状況に制約を受けずに情報を伝える媒体として有効である。政府広報においては、こうしたテレビとラジオのそれぞれの特性を活かしつつ、テーマごと、訴求ターゲットごとに媒体を使い分けたり、あるいは同じテーマで複数の媒体を併用して相乗効果を狙うなど、電波媒体をバランスよく活用しているところである。							
実施方法	☐ 直接実施 ☒ 委託・請負 ☐ 補助 ☐ 負担 ☐ 交付 ☐ 貸付 ☐ その他							
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			22年度	23年度	24年度	25年度	26年度要求	
	予算 の 状 況	当初予算	1,128	746	619	491	491	
		補正予算	0	0	0	0		
		繰越し等	0	0	0	0		
	計		1,128	746	619	491	491	
	執行額		627	452	810			
執行率 (%)		56%	61%	131%				
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	成果指標			単位	22年度	23年度	24年度	目標値 (年度)
	重要施策に関する広報 理解度	成果実績	%	90	74	72	75(25年度) 80(24年度) 80(23年度) 75(22年度)	
		達成度	%	120	93	90		
	重要施策に関する広報 満足度	成果実績	%	82	59	61	60(25年度) 70(24年度) 70(23年度) 65(22年度)	
		達成度	%	126	84	87		
	活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	22年度	23年度	24年度
テレビ(番組・スポット広告)		活動実績 (当初見込み)	百万円	559 (1,018)	294 (636)	595 (509)	— (382)	
				68 (109)	158 (109)	216 (109)	— (109)	
ラジオ(番組・スポット広告)								
単位当たり コスト	テレビ(定時番組)(72万円/1単位)		算出根拠	X=112百万円(テレビ番組のH24年度決算額) Y=156回(放送回数)				
	テレビ(スポット広告)(8,048万円/1単位)		算出根拠	X=483百万円(テレビスポット広告のH24年度決算額) Y=6本(広告本数)				
	ラジオ(定時番組)(34万円/1単位)		算出根拠	X=169百万円(ラジオ定時番組のH24年度決算額) Y=494回(放送回数)				
	ラジオ(スポット広告)(665万円/1単位)		算出根拠	X=47百万円(ラジオスポット広告のH24年度決算額) Y=7本(広告本数)				
平成25・26年度 予算内訳	費目		25年度当初予算	26年度要求	主な増減理由			
	(目)啓発広報費		491	491				
	計		491	491				

事業所管部局による点検						
	項目		評価	評価に関する説明		
国 必 要 投 入 の 点 検	広く国民のニーズがあるか。国費を投入しなければ事業目的が達成できないのか。		○	政府広報は、政府の重要施策について、広く国民の方々に、その内容、背景、必要性等を知っていただき、それらの施策に対する国民の理解と協力を得ることを目的としている。		
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。		○			
	明確な政策目的（成果目標）の達成手段として位置付けられ、優先度の高い事業となっているか。		○			
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。		○	事業者の選定に当たっては、一般競争を原則として、創意工夫のできる企画競争も活用しながら調達しており、競争性を確保しつつ、経費の効率化に努めている。		
	受益者との負担関係は妥当であるか。		－			
	単位当たりコストの水準は妥当か。		○			
	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。		○			
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）		－			
事 業 の 有 効 性	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。		○	一般競争や創意工夫のできる企画競争を活用し、各府省庁からの広報希望等を踏まえ、効果的な政府広報の実施に努めている。		
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。		○			
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。		○			
重 複 排 除	類似の事業がある場合、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）		○	広報実施に当たっては、各府省とも調整の上、各府省が行う広報と役割を分担して実施している。		
	事業番号	類似事業名	所管府省・部局名			
点 検 結 果	平成25年度予算において、放送諸費については、テレビスポット広告の削減により、前年度当初予算額から128百万円の減額を図っている。 契約に当たっては、上記評価を踏まえ、引き続き、一般競争入札を原則として経費の効率化に努めるとともに、媒体横断的に効率的・効果的な広報が実施できるよう、主要な広報テーマについては広報戦略等に係る企画競争を実施し、広報効果の確保を図っている。また、実施した広報テーマについては分析を行い、PDCAサイクルの実施を基本に引き続き効果的・効率的な広報に努めている。					
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						
現 状 通 り	引き続き、効果的・効率的な事業の実施に努めること。特に、予算の範囲内に収まるよう事業の実施について検討し、効率化をに努めること。					
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	実施した重点テーマの広報について分析を行い、PDCAサイクルの実施を基本に据え、引き続き効率的・効果的な広報に努める。					
備考						
政府広報オンラインURL (http://www.gov-online.go.jp/index.html)						
関連する過去のレビューシートの事業番号						
	平成22年	4	平成23年	0009	平成24年	0007

※平成24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)四捨五入の関係で、合計等は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.株エフエム東京			E.株電通		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	電波料	番組の放送料金	33	電波料	テレビ・ラジオスポット広告の放送料金	79
	制作費	番組の制作費	15	制作費	スポット広告の制作料金	12
	計		48	計		91
	B.株TBSラジオ & コミュニケーションズ			F.株朝日広告社		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	電波料	番組の放送料金	72	電波料	テレビ・ラジオスポット広告の放送料金	167
	制作費	番組の制作費	16	制作費	テレビ・ラジオスポット広告の制作料金	26
	計		88	計		193
	C.ヤマト運輸(株)			G.株朝日広告社		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
		送料	0.0	電波料	ラジオスポット広告の放送料金	8
				制作費	ラジオスポット広告の制作料金	1
	計		0.0	計		9
	D.株博報堂			H.株博報堂		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	電波料	テレビスポット広告の放送料金	214	制作費	テレビ・ラジオスポット広告の制作費	89
	制作費	テレビスポット広告の制作費	22	電波料	テレビ・ラジオスポット広告の放送料金	56
	計		236	計		145

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)エフエム東京	ラジオ定時番組の制作・放送	48	2	※

B.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)TBSラジオ & コミュニケーションズ	ラジオ定時番組の制作・放送	88	3	※

C.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	ヤマト運輸(株)	送料	0	2	※

D.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)博報堂	テレビスポット広告の制作・放送	236	2	※

E.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)電通	「消費生活に潜む危険と備え」に係るテレビ・ラジオスポット広告の制作・放送等	91	随意契約	-

F.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)朝日広告社	「命と人権を守る」に係るテレビ・ラジオスポット広告の制作・放送等	193	随意契約	-

G.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)朝日広告社	「雇用対策」に係るラジオスポット広告の制作・放送等	9	随意契約	-

H.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)博報堂	「震災からの被災地の復興へ向けて」に係るテレビ・ラジオ番組の制作・放送	145	随意契約	-

※ 落札率については、予定価格を公表していないため掲載していない。