

政策評価調書（個別票1）

【政策ごとの予算額等】

（千円）

政策名		重要広報に関する広報				
評価方式		総合・実績事業	政策目標の達成度合い	相当程度進展あり	番号	2-①
		28年度	29年度	30年度	元年度	2年度概算要求額
予算 の 状 況	当初予算	4,539,170	4,539,135	4,586,509	4,587,219	6,235,512
	補正予算	1,976,005	2,802,365	1,848,893		
	繰越し等	228,345	-1,441,393	165,302		
計	6,743,520	5,900,107	6,600,704			
	<0>	<0>	<0>			
執行額		6,774,413	5,785,164	6,584,746		

政策評価調書（個別票1）

【政策ごとの予算額等】

(千円)

政策名		国際広報の強化				
評価方式		総合・実績事業	政策目標の達成度合い	相当程度進展あり	番号	2-②
		28年度	29年度	30年度	元年度	2年度概算要求額
予算 の 状 況	当初予算	3,598,016	3,598,076	3,598,242	3,601,694	4,738,871
	補正予算	872,424	0	1,071,432		
	繰越し等	87,830	755,385	259,071		
	計	4,558,270	4,353,461	4,928,745		
		<0>	<0>	<0>		
	執行額	4,471,103	4,265,081	4,854,066		

政策評価調書（個別票1）

【政策ごとの予算額等】

（千円）

政策名		世論の調査				
評価方式		総合・実績事業	政策目標の達成度合い		番号	2-③
		28年度	29年度	30年度	元年度	2年度概算要求額
予算 の 状 況	当初予算	160,426	160,426	160,426	160,426	176,236
	補正予算					
	繰越し等					
	計	160,426	160,426	160,426		
		<0>	<0>	<0>		
	執行額	138,774	160,606	158,477		

政策評価調書（個別票2）

政策名	政府広報・広聴による政府施策の理解、協力の促進					番号	2	(千円)	
	予 算 科 目						予 算 額		
	整理番号	会計	組織／勘定	項	事項	元年度 当初予算額	2年度 概算要求額		
対応表において●となっているもの	●	1	一般	内閣本府	政府広報費	政府広報の実施等に必要な経費	160,426	176,236	
	●	2							
	●	3							
	●	4							
	小計						160,426 <>の内数	176,236 <>の内数	
対応表において◆となっているもの	◆	1							
	◆	2							
	◆	3							
	◆	4							
	小計						<>の内数	<>の内数	
対応表において○となっているもの	○	1	一般	内閣本府	政府広報費	政府広報の実施等に必要な経費	< 8,188,913 >	< 10,974,383 >	
	○	2					< >	< >	
	○	3					< >	< >	
	○	4					< >	< >	
	小計						8,188,913 <>の内数	10,974,383 <>の内数	
対応表において◇となっているもの	◇	1					< >	< >	
	◇	2					< >	< >	
	◇	3					< >	< >	
	◇	4					< >	< >	
	小計						<>の内数	<>の内数	
合計						8,349,339 の内数	11,150,619 の内数		

政策評価調書（個別票3）

【見直しの内訳・具体的な反映内容】

政策名			政府広報・広聴による政府施策の理解、協力の促進				番号	2	(千円)
事務事業名	概要	整理番号	予算額			政策評価結果の反映による見直し額(削減額)	達成しようとする目標及び実績		
			元年度当初予算額	2年度概算要求額	増△減額		政策評価結果のポイント		
							概算要求への反映状況		
			該当なし。						
合計									

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府30-2(政策2-施策①))

政策名	政府広報・広聴による政府施策の理解、協力の促進					
施策名	重要施策に関する広報					
達成すべき目標	政府の重要施策に関し、その背景、内容等について広報を実施し、国民への周知と理解を促進する。					
施策の概要	【施策の概要】 政府の重要施策に関する広報において、各々のテーマに応じた適切な広報媒体、実施時期等を考慮して実施する。					
	【平成30年度に実施した具体的取組】 ・テレビCMでは、4月に「マイナンバーカード」(学生さんのお助けカード編)2種類、10月に「高齢者の消費者被害防止」、1月に「北海道胆振東部地震復興」全国向け「北海道観光誘致編」と「平成30年7月豪雨復興」全国向け「岡山・広島・愛媛観光誘致編」、3月に「東北の観光編2019」と「マイナンバーカードの普及促進」をテーマとして放送した。 ・新聞広告(記事下)では、7月に「再販防止」、10月に「里親制度」と「高齢者の消費者被害防止」、2月に「天皇陛下御在位30年」、3月に「北海道・岡山・広島・愛媛への観光」と「マイナンバーカードの普及促進」と「働き方改革」をテーマとして掲載した。 ・ウェブサイト「政府広報オンライン」では、政府の重要施策や国民の暮らしに役立つ記事情報を掲載したり、各テーマの広報内容を集約したポータルサイトとして機能した。					
施策の予算額・執行額 (単位:百万円)	区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
	予算の状況	当初予算(a)	4,539	4,539	4,587	4,587
		補正予算(b)	1,976	2,802	1,849	
		繰越し等(c)	228	-1,941	165	
		合計(a+b+c)	6,743	5,400	6,601	
執行額	6,774	5,785	6,585			
施策に係る内閣の重要政策 (施政方針演説等のうち主なもの)	-					

区分	主要な指標	測定指標	施策の実績・進捗状況										
			基準値	目標値	年度ごとの目標値			年度ごとの実績値			達成状況		
29年度	30年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度							
							測定指標	定量的指標	1. 重要施策に関する広報理解度(テレビ)	78.6	78.5	78.5	77.9
81.0	77.6	88.5	88.7	81.8									
【測定指標の定義及び選定理由並びに目標値(水準・目標年度)の設定の根拠】													
・国民からみて、広報内容をわかりやすく理解できるような広報物が作成されていたか等を知るため、広報内容を理解した度合いを測定指標とする。													
・放送媒体の主要メディアであるテレビについて、(株)ビデオリサーチ社のテレビCMに関する調査「テレビCMカルテ」における「内容理解度」(CM認知者ベース)を指標とする。目標値は「テレビCMカルテ」のデータにおける、全社平均(平成30年度末時点)を超える目標を設定する。													
2. 重要施策に関する広報理解度(新聞・記事下)	83.6	83.7	81.5	77.5	81.3	83.6			83.7	○			
	76.1	87.4	87.9	89.4	91.1								
	【測定指標の定義及び選定理由並びに目標値(水準・目標年度)の設定の根拠】												
	・国民からみて、広報内容をわかりやすく理解できるような広報物が作成されていたか等を知るため、広報内容を理解した度合いを測定指標とする。												
	・出版媒体の主要メディアである新聞(記事下広告)について、(株)ビデオリサーチ社の新聞広告に関する調査「J-MONITOR」における「広告理解度」(広告接触者ベース)を指標とする。目標値は「J-MONITOR」のデータにおける、全社平均(平成30年度末時点)を超える目標を設定する。												
3. ウェブサイト「政府広報オンライン」におけるページビュー数	40,572,261	対前年度実績以上	19,801,855	29,781,969	34,670,163	35,547,361	40,572,261	24,036,134	△				
	29,181,969	34,070,163	35,047,361	40,572,261	24,036,134								
	【測定指標の定義及び選定理由並びに目標値(水準・目標年度)の設定の根拠】												
	・インターネット媒体における効果を測定するため、政府広報の基幹媒体(政府広報における広報物からの誘導先及び広報物の最終格納場所)であるポータルサイト「政府広報オンライン」での、当該年度の総ページビュー数を測定指標とする。												

評価結果	目標達成度合いの測定結果	□ (各行政機関共通区分) ③ 相当程度進展あり (判断根拠)
	施策の分析	【測定指標の観点からの分析】 各広報テーマの訴求主題や主な訴求対象を明確にし、適切な企画方向性、媒体計画、表現案、実施時期等を検討。より効果的で効率的な広報を実施することにより、国民への周知と理解度を向上させることを目指した。 (1) 測定指標「重要施策に関する広報理解度(テレビ)」については、目標を達成した。「マイナンバーカード(学生さんのお助けカード)」2種類78.4%と77.2%、「高齢者の消費者被害防止」87.1%、「北海道胆振東部地震復興」全国向け「北海道観光誘致編」79.2%、「平成30年7月豪雨復興」全国向け「岡山・広島・愛媛観光誘致編」83.8%、「東北の観光編2019」83.1%、「マイナンバーカードの普及促進」83.7%。特に「高齢者の消費者被害防止」では、落語家の林家たい平さんが高齢者に分かりやすく語り掛けることによって自分事として関心を高め、9割近い理解度を得ることができ目標を上回った。 (2) 測定指標「重要施策に関する広報理解度(新聞)」については、目標を達成した。「再販防止」90.2%、「里親制度」93.5%、「高齢者の消費者被害防止」93.9%、「天皇陛下御在位30年」94.3%、「北海道・岡山・広島・愛媛への観光」89.8%、「マイナンバーカードの普及促進」92.3%、「働き方改革」83.7%。特に「マイナンバーカード普及促進」では、俳優の高橋英樹さんを起用し、各ターゲットの生活シーンに合わせたメッセージでカード取得の利便性や簡単さを周知したことにより、9割を超える理解度で目標を上回った。 (3) 測定指標「ウェブサイト「政府広報オンライン」におけるページビュー数」については、総ページビュー数24,036,134国民ニーズや社会情勢に合った内容・タイミングでネット広報を展開するとともに、キャンペーン広報においても、内容の充実を図るため特集ホームページを作成し、より多くの人が内容を理解できる広報展開に努め、月平均200万ページビューを獲得した。前年度から減少した要因としては、前年度は弾道ミサイル落下時の行動など国民が幅広く高い関心を寄せるコンテンツがあったことや誘引に効果があった媒体が廃止されたことなどが考えられる。
	次期目標等への反映の方向性	【次期の施策の方向性について】 引き続き推進 【次期の測定指標の考え方について】 測定指標1に関しては、引き続きテレビCMカルテの全社平均を目標値とし目標達成に努めることとする。 測定指標2に関しては、引き続きJ-MONITORの全社平均を目標値とし目標達成に努めることとする。 測定指標3に関しては、平成30年度実績以上に目標値を設定して目標達成に努めることとする。 【根拠とした統計・データ等】 テレビは、(株)ビデオリサーチ社の実施する調査「テレビCMカルテ」 新聞は、(株)ビデオリサーチ社・新聞社が実施する調査「J-MONITOR」
	学識経験を有する者の知見の活用	各界の「政府広報アドバイザー」に、必要に応じてご意見を伺いながら、より効果的な広報戦略の検討を行っている。
政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	平成30年度 広報効果測定一覧(テレビCM)添付1 平成30年度 広報効果測定一覧(新聞広告)添付2	
担当部局名	大臣官房政府広報室	政策評価実施時期 令和元年8月