

平成26年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府26-2(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				
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。				
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、国民の理解と協力の促進を向上する。				
施策の予算額・執行額等	区分	24年度	25年度	26年度	27年度
	当初予算(a)	4,156	3,953	5,052	4,732
	補正予算(b)	△1	1,000	1,899	
	繰越し等(c)	—	—	—	
	合計(a+b+c)	4,155	4,953	6,951	
	執行額(百万円)	4,135	4,935	6,060	
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	—				

測定指標	1. 重要政策に関する テレビCMの広報理解度 《放送諸費》 <small>平成26年度から放送媒体の測定指標として テレビCMの内容理解度を設定。 テレビCMカルテ調査(ビデオリサーチ社)利用。</small>	基準値	実績値						目標値	達成
		25年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	26年度	達成	
		77.5%	-	-	65.1%	77.5%	81.1%	78.5%		
		年度ごとの目標値	-	-	-	-	78.5%	-		
	2. 重要施策に関する 新聞広告の広報理解度 《出版諸費》 <small>平成26年度から出版媒体の測定指標として 新聞広告の内容理解度を設定。 J-MONITOR調査(ビデオリサーチ社・新聞社)利用。</small>	基準値	実績値						目標値	達成
		25年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	26年度	未達成	
		80.5%	-	-	74.1%	80.5%	75.4%	81.5%		
		年度ごとの目標値	-	-	-	-	81.5%	-		
	3. 重要施策に関する 政府広報オンラインの閲覧数 《インターネット事業費等》 <small>平成26年度からインターネット媒体の測定指標として ウェブサイト「政府広報オンライン」における 総ページビュー数を設定。</small>	基準値	実績値						目標値	達成
		25年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	26年度	達成	
		19,201,855	-	-	14,559,354	19,201,855	29,181,969	対前年度 600,000 ページビュー増		
		年度ごとの目標値	-	-	-	-	対前年度 600,000 ページビュー増	-		

目標達成度合いの 測定結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり
	(判断根拠)	重要施策の広報に関する測定指標のうち、テレビCMの理解度、政府広報オンラインの閲覧数の2つが目標達成しており、新聞広告の理解度も目標比93%であるため、「相当程度進展あり」とした。 1. テレビCMの理解度(テレビCMカルテ:ビデオリサーチ社):81.1%(目標比108%) 2. 新聞広告の理解度(J-MONITOR:ビデオリサーチ社・新聞社):75.4%(目標比93%) 3. 政府広報オンラインの閲覧数(総ページビュー数・実績数値):29,181,969(目標比147%)
施策の分析	(有効性、効率性)	<ul style="list-style-type: none"> 重要施策の広報について、各広報テーマごとに訴求内容や主な訴求対象を設定し、適切な企画方向性、媒体計画、表現案、実施時期等を検討し、広報戦略を推進した結果、国民への理解が相当程度向上しており、重要施策に関する広報戦略は、有効性及び効率性があると判断している。 広報の理解度は、全般的には、高まりつつあると判断できるが、各広報テーマ個別には、広報実施時の社会経済情勢や政策の複雑さが理解度の高低に影響していると思われる。
		<p>1. テレビCMの理解度は目標78.5%に対し、平均で81.1%(目標比108%)と目標を達成している。「振り込め詐欺等の被害未然防止:88.8%」「北方領土問題:87.4%」「防災共助:80.0%」が上回った一方、「社会保障と税の一体改革:76.5%」「マイナンバー:72.8%」がやや下回った。</p> <ul style="list-style-type: none"> 「振り込め詐欺等の被害未然防止」は、3年間継続して松平健氏を未然奉行のキャラクターに起用し、複数媒体を組み合わせたクロスメディア広報を実施し、さらに26年度には高齢者の周囲の家族や近隣の人たちへも訴求を拡大したことで、目標を達成した。 「北方領土問題」は、例年2月7日の北方領土の日に合わせて、関心の高まる時期に継続的に広報を行ってきていることもあり、目標を達成した。 「防災・共助」は、東日本大震災から4年目の3月に広報を行っている。25年度は住民自身の自助の大切さについて一定の理解を得たため、26年度はテーマを変えて地域コミュニティ等での共助が災害対策に重要であることを訴求し、目標を達成した。 「マイナンバー制度」は、世論調査(2月公表)で「内容まで知っていた」という回答者が28.3%と低い中、段階的に理解を高めるため、第一段階として上戸彩さんとマイナちゃんをキャラクターに起用し、広く訴求したことで理解度が72.8%に高まったが、目標には達しなかった。 「社会保障と税の一体改革」は、消費税率の引き上げ分はすべて社会保障の充実と安定化のために使われていることを訴求しているが、広報実施当時の社会経済情勢や政策内容から、成果の実感が十分に得られるには至らなかったことが考えられ、目標に達しなかった。 <p>2. 新聞広告の理解度は目標81.5%に対し、平均で75.4%(目標比93%)とやや目標を達成していない。「臨時福祉給付金/子育て世帯臨時特例給付金:86.2%」、「振り込め詐欺等の未然防止:92.4%」、「マイナンバー制度:82.2%」は上回った一方、「放射能の正しい知識:74.6%」、「社会保障と税の一体改革:52.7%」、「輝く女性応援会議:70.5%」、「女性の活躍促進(掲載3回平均73.2%)」が下回った。</p> <ul style="list-style-type: none"> 臨時福祉給付金/子育て世帯臨時特例給付金は、4月に実施された消費税率引き上げの負担を緩和するための臨時給付金を訴求し、担当省庁と連携して広報を行った結果、目標を達成した。 「振り込め詐欺等の未然防止:92.4%」は、新聞広告やテレビCM、折込チラシ等のクロスメディア広報を実施し、3年間継続して一貫性のあるイメージと分かりやすいメッセージを訴求し続けてきた結果、目標を達成した。 「マイナンバー制度」は、新しい制度であるため、テレビCMで広範な関心を高めた上、新聞広告で注目の高い見開きの記事下5段広告で、制度内容を説明するというクロスメディア広報の実施により、目標を達成した。 「社会保障と税の一体改革」は、消費税率の引き上げ分はすべて社会保障の充実と安定化のために使われていることを訴求しているが、広報実施当時の社会経済情勢や政策内容から、成果の実感が十分に得られるには至らなかったことが考えられ、目標値に達しなかった。 「放射能の正しい知識」では放射能に関する様々な科学的なデータや放射能による影響について専門家による講演の内容を訴求しているが、その内容が科学的数値も用いて専門的に伝えるものであることから、目標を達成しなかった。 「輝く女性応援会議/女性活躍促進」では、すべての女性が輝く社会へという機運や支援策を訴求したが育児休業のように理解度の高い内容もある一方、先進企業や地域貢献での活躍等、政策の対象者が限られる内容のものもあり、目標を達成しなかった。 <p>3. 政府広報オンラインの閲覧数は総ページビュー数2,900万超(目標比147%)と目標を大きく達成した。キャンペーン広報と連動した「特集」を制作したほか、テレビ、新聞等マスメディアとインターネット媒体を組み合わせたクロスメディア広報を推進したことや、国民のニーズや社会課題にタイミングを合わせて展開した「お役立ち情報」等のコンテンツ自体の強化とコンテンツへの誘導を強化したことが、効果的であったと考えられる。</p> <p>さらに、スマートフォンやタブレット等、多様化する閲覧方法への技術的な対応を進めてきたことも要因の一つであり、今後も対応を継続する。</p>

	<p>(課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> 重要施策に対する国民の理解と協力を促す広報については、ライフスタイルやニーズの変化に即した広報戦略に基づき、適切な時期に展開していくことが重要である。 若者層への広報効果を高めるため、広範な訴求対象に効果的であるクロスメディア広報戦略と合わせて、政府広報オンラインを軸に、キュレーションメディアやSNS等のインターネット媒体の新しい使いわれ方を取り入れた広報戦略にも取り組んでいく必要がある。 また、「社会保障と税の一体改革」「女性の活躍躍進」等の、新しい政策や取組みの導入段階である重要施策については、社会意識や気運の醸成の変化を見つ、その段階に応じた段階的、累積的な広報を展開する必要がある。 				
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国民にとって役立つ時期やニーズを見極め、メディア環境やライフスタイルの変化を把握し、マスメディア、インターネットメディア、様々な情報接点を組み合わせたクロスメディア戦略を推進し、より効果的な広報戦略を実施していく。 今後一層、国民の理解、気運醸成が必要な施策の広報については、訴求対象に合ったターゲット媒体活用や理解を得やすい表現の工夫をさらに検討していく。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主要媒体の「テレビCM」「新聞広告」の広報理解度、利用者が興味をもってアクセスを行うインターネット媒体の「政府広報オンライン」閲覧数を測定指標とする。 				
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、必要に応じて意見を求めながら、広報戦略の検討を随時行っている。				
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	<ul style="list-style-type: none"> 平成26年度広報効果測定一覧(テレビCM)〈テレビCMカルテ:ビデオリサーチ社〉添付1 平成26年度広報効果測定一覧(新聞広告)〈J-MONITOR:ビデオリサーチ社・新聞社〉添付2 				
担当部局名	大臣官房政府広報室	作成責任者名	参事官 後藤 一也	政策評価実施時期	平成27年8月

【平成26年度 広報効果測定一覧 (テレビCM)】

テレビCMカルテ 定型調査

平成27年6月1日現在

調査出典:ビデオリサーチ社 テレビCMカルテによる

広報テーマ	放送期間	内容理解度 (認知者ベース)
		内容が理解できたか
振り込め詐欺等の被害の未然防止	平成26年9月11日～24日	88.8%
社会保障と税の一体改革(成果のギャラリー編)	平成26年10月25日～31日	76.5%
北方領土問題(北方領土を描く編)	平成27年2月1日～7日	87.4%
防災(共助)	平成27年3月11日～18日	80.0%
マイナンバー	平成27年3月9日～31日	72.8%

平成26年度 政策評価における目標値	平成26年度目標値	平成26年度 実績値平均
テレビCMカルテ調査における広報理解度	78.5%	81.1%

添付2

【平成26年度 広報効果測定一覧 (新聞広告)】

J-MONITOR 定型調査

平成27年3月31日現在

調査出典:ビデオリサーチ社・新聞社 新聞広告共通調査プラットフォームによる

広報内容(掲載日)	新聞社数	広告段数	対象新聞	理解度
■臨時福祉給付金/子育て世帯臨時特例給付金 平成26年7月14日	全国70紙	全5段	読売	86.3%
			朝日	86.1%
2つの給付金 平均値				86.2%
■放射線の正しい知識 平成26年8月17日	中央5紙 + 福島民報 福島民友	全15段	読売	75.3%
			朝日	73.9%
放射線の正しい知識+危険ドラッグ 平均値				74.6%
■社会保障と税の一体改革 平成26年10月25日	全国70紙	全5段	読売	54.4%
			朝日	51.0%
社会保障と税の一体改革 平均値				52.7%
■輝く女性応援会議 平成26年10月29日	全国70紙	全15段	読売	68.7%
			朝日	72.3%
輝く女性応援会議 平均値				70.5%
■振り込め詐欺等の未然防止 平成27年1月30日	全国70紙	全5段	読売	93.2%
			朝日	91.6%
振り込め詐欺 平均値				92.4%
■マイナンバー制度 平成27年3月15日	全国70紙	見開き全5段	読売	82.3%
			朝日	82.1%
マイナンバー制度 平均値				82.2%
■女性の活躍促進(①育児休業編) 平成27年3月22日	全国70紙	全5段	読売	85.4%
			朝日	76.7%
女性の活躍促進①(育児休業編) 平均値				81.1%
■女性の活躍促進(②先進企業編) 平成27年3月23日	全国70紙	全5段	読売	76.3%
			朝日	75.7%
女性の活躍促進②(先進企業編) 平均値				76.0%
■女性の活躍促進(③地域貢献編) 平成27年3月24日	全国70紙	全5段	読売	67.0%
			朝日	58.4%
女性の活躍促進③(地域貢献編) 平均値				62.7%

女性の活躍促進
①~③平均

73.3%

平成26年度 政策評価における目標値	
J-MONITOR調査における広報理解度	81.5%

	理解度
平成26年度平均	75.4%

平成26年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府26-3(政策2-施策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					
施策名	国際広報の強化					
施策の概要	日本経済の再生に向けて、我が国企業のグローバルな活動を推進していくためには、国際場裏での日本理解の促進と親日感の醸成が重要。このため、対象地域や対象層を見定めつつ、官邸を司令塔として民間の力も活用し、あらゆる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					
達成すべき目標	国際世論に影響力を有する各界のオピニオンリーダー等をはじめとして、国際社会において事実関係に関する正しい認識と、我が国の基本的立場や政策に関する理解の浸透					
施策の予算額・執行額等	区分	24年度	25年度	26年度	27年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	-	500	1,509	3,603
		補正予算(b)	-	814	601	-
		繰越し等(c)	-	-	532	-
		合計(a+b+c)	-	1,314	2,642	-
執行額(百万円)	-	1,314	2,642	-		
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	「海外広報体制の強化:政府一体となった国際広報活動を強化することを目的に本年4月から開催されている「国際広報強化連絡会議」を最大限に活用し、クールジャパンやビジット・ジャパン、インベスト・ジャパン等の施策について各省庁の広報機会・コンテンツ等を共有するなど、海外広報を強化する。」(「日本再興戦略」H24.6.14閣議決定)					

測定指標	基準値	実績値					目標値	達成
		22年度	23年度	24年度	25年度	26年度		
我が国に対する理解度	-	-	-	-	-	37.6%	45.0%	-
	-	-	-	-	-	-	-	
年度ごとの目標値	-	-	-	-	-	-	-	-
我が国に対する好感度	基準値	実績値					目標値	達成
	-	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	32年度	-
年度ごとの目標値	-	-	-	-	-	52.0%	60.0%	-

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) 測定せず (判断根拠) 新規事業のため、平成26年度の調査結果を翌年以降の基準値とし、平成26年度の目標値は未設定としたため。
	施策の分析	(有効性、効率性) ・官邸を司令塔として民間の力(メディア等)も活用し、また、関係省庁とも緊密に連携し、政府一体となって、対象地域や対象層を見定めつつ、あらゆる広報ツールを通じて施策を行った。 ・国際広報は、外務省をはじめ各省庁により個別施策に必要な観点からそれぞれ実施されているが、領土保全、成長戦略、地方創生、女性の活躍など、いわば官邸の特命事項について、国際理解を促進する取組を行った(日本の国際貢献や地方創生等に関して計14本のTVCM等を制作・放映。政府広報誌を計8冊、電子書籍としてウェブ上で配信、配布用の印刷物として英語版を中心に、仏・西語合わせて累計33,000部を発行。延べ24名の実務者をアメリカの計16州29都市へ派遣し、草の根交流を実施、等。) (課題等) 常に変化する国際情勢や、メディア環境に迅速かつ柔軟に対応した、一層効果的な国際広報の実施。政府広報予算の執行にあたるPDCAのための、26年度の現状の分析を踏まえて、27年度の効果検証の更なる強化。
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 平成32年度の目標達成に向けて、引き続きあらゆる広報ツールを通じて、国際社会に対する日本の発信力の強化、戦略的な国際広報を行う。 【測定指標】 我が国のイメージ等に関するアンケート調査を行い、我が国への理解度と好感度を継続的に測定する。その際、効率的に効果を測定するため、引き続き、国際世論のインフルエンサーである米国、その中でも知識層(大学卒業以上、一定以上の世帯年収を有する層、と定義)を対象とすることとする。

学識経験を有する者の知見の活用	-
-----------------	---

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	-
---------------------------	---

担当部局名	大臣官房政府広報室	作成責任者名	参事官 金子 正志	政策評価実施時期	平成27年8月
-------	-----------	--------	-----------	----------	---------

平成26年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府26-4(政策2-施策③))

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	世論の調査					
施策の概要	世論調査の実施により、国民の基本的な意識の動向及び政府の重要施策に関する国民の意識を公正・中立・正確かつ適時に把握・公表、国政モニター制度により、政府の重要政策等に対する一般国民からの幅広い意見、要望などを聴取、及び国民対話により、国民の意見や提言を聴取し、政府施策の企画立案等に資する。					
達成すべき目標	広聴活動により把握した意識、意見、要望等の、政府施策の企画立案作業への反映等を図る。					
施策の予算額・執行額等	区分	24年度	25年度	26年度	27年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	158	158	160	160
		補正予算(b)	-	-	-	-
		繰越し等(c)	-	-	-	-
		合計(a+b+c)	158	158	160	
執行額(百万円)	145	155	152			
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	-					

測定指標	世論調査結果の各府省の審議会、白書などでの引用回数	基準値	実績値					目標値	達成
		26年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	26年度	
	18	23	13	27	23	39	調査件数以上	達成	
	年度ごとの目標値	当該年度調査件数(18)以上	当該年度調査件数(6)以上	当該年度調査件数(17)以上	当該年度調査件数(17)以上	当該年度調査件数(18)以上			

目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) 目標達成
	(判断根拠) 平成26年実施の世論調査について、審議会・白書などへの引用回数は、39件となった。目標値は18件であったことから、「目標達成」と判断した。
施策の分析	<p>(有効性、効率性)</p> <p>・世論調査については、各府省の要望に基づき、調査の企画・実施・報告書作成・公表までを政府広報室で行っている。調査テーマ選定に当たっては、関連する政策の重要性や利活用の予定を考慮している。調査結果は、各府省の審議会・白書等や広報活動等の資料として活用されており、「人口、経済社会等の日本の将来像に関する世論調査」の結果が「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」(平成26年12月27日閣議決定)に活用されたほか、「母子保健に関する世論調査」の結果が「少子化社会対策大綱」(平成27年3月20日閣議決定)における「施策に関する数値目標」に活用されるなど、それぞれの政策の企画立案作業等の基礎資料として有効的に機能していると考えられる。</p> <p>調査の実施に当たっては、民間の事業者を一般競争入札により決定しているが、個別調査毎の調達ではなく複数調査(2~3調査分)を一括して調達している。これにより、事務作業・手続き等の業務効率化が図れる他、委託業者としても準備事務が減るため、委託費用削減にも繋がっている。委託業者に対しては、業務打合せの他にも、担当社員へのヒアリングや監査(調査員指示集会への参加や調査員活動への同行、監査はがきの実施等)を行うことで、適切に調査が実施されるよう管理している。</p> <p>・国政モニター制度については、一般国民からの幅広い意見・要望等を聴取しており、インターネットを活用(平成24年度から開始)することで、公表を迅速化している。</p> <p>1200件を見込んでいた意見聴取件数は、平成26年度は2629件の提出があり、集められた意見・要望等は全て、施策の企画・立案及び実施のための参考資料となるよう毎月関係府省に送付し、意見・要望等の聴取ツールとして有効的であると考えられる。</p> <p>政府広報室では国政モニターによる意見・要望等のデータ収集及び、関係府省へのデータ提供までが主な業務となるが、重要施策への意見、誤解と見受けられる意見等については、回答を関係府省に依頼し、意見と併せてホームページ上で公表し、政府の政策の理解促進の役割も果たしている。</p> <p>(課題等)</p> <p>・内閣府の世論調査に関する有識者検討会からプリテストの原則実施や各省庁向けのマニュアル作成などの提言を受けており、こうした提言にできるだけ答えていくことが必要である。また、調査テーマの選定に当たっては、重点広報テーマと連携したテーマ選定も行っていくことが必要である。</p>
評価結果	

<p>次期目標等への 反映の方向性</p>	<p>【施策】 ・「骨太の方針」「日本再興戦略」等の政府の重要決定に盛り込まれた政策課題に係るテーマを選定するなどして、調査結果が有効に活用されるものとなるよう、重要政策を担当する各府省との連携を強化する。各府省の政策課題を把握し、企画段階での打合せや、調査テーマ・目的の共有、実施時期の検討など、調査テーマ選定に向けた準備を各府省と調整しながら進める。その際、上述の有識者検討会の意見を踏まえて、プリテストの原則実施や各省庁向けのマニュアル作成・意見交換の活性化などに取り組む。また、重点広報テーマと連携したテーマ選定も行っていく。 ・国政モニター制度により国民の意見・要望等を的確に把握し、速やかに関係府省に提供することで、各府省の施策の企画・立案及び実施に寄与する。</p> <p>【測定指標】 審議会や白書への引用といった利活用度は、各府省で世論調査結果が有効的に利用されたかどうかを評価することができるため、世論調査結果の引用回数を引き続き、測定指標とする。</p>
---------------------------	---

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・内閣府の世論調査実施における改善点の検討のため、有識者検討会を実施した(26年9月・26年12月・27年3月)。 ・世論調査の個票データの扱いに関する小委員会を実施した(26年6月)。</p>
------------------------	---

<p>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</p>	<p>平成26年度実施調査の各府省での活用状況(別添)</p>
----------------------------------	---------------------------------

<p>担当部局名</p>	<p>大臣官房政府広報室</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官事務代理 太田 哲生</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成27年8月</p>
--------------	------------------	---------------	--------------------------	-----------------	----------------

平成26年度実施調査の各府省での活用状況

別添

	調査主題	公表日	関係省庁	活用内容	活用日
1	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	「平成26年度 森林・林業白書」で活用	平成27年5月29日
2	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	「平成26年度 食料・農業・農村白書」での活用	平成27年5月26日
3	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	「平成26年度 水産白書」で活用	平成27年5月22日
4	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	「平成26年度 国土交通白書」で活用	平成27年6月30日
5	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	「平成27年版 厚生労働白書」で活用	不明
6	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	内閣官房「まち・ひと・しごと創生会議資料」への引用	平成26年9月19日
7	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	内閣官房「日本版CCRC構想有識者会議資料」への引用	平成27年2月25日
8	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	農林水産省「活力ある農山漁村づくり検討会資料」への引用(同検討会報告書「魅力ある農山漁村づくりに向けて」平成27年3月31日)	平成26年9月26日
9	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	農林水産省「食料・農業・農村政策審議会企画部会資料」及び「平成27年 食料・農業・農村基本計画(平成27年3月31日 閣議決定)」への引用	平成26年11月21日
10	農山漁村に関する世論調査	平成26年8月9日	農林水産省	総務省「地方のポテンシャルを引き出すテレワークやWi-Fi等の活用に関する研究会資料」への引用(同検討会中間とりまとめ(平成26年12月12日))	平成26年10月28日
11	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	「平成27年版 高齢社会白書」で活用	平成27年6月12日
12	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	「平成27年版 環境白書、循環型社会白書、生物多様性白書」で活用	平成27年6月5日
13	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	「平成27年版 自殺対策白書」で活用	平成27年6月22日
14	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	「平成27年版 観光白書」で活用	平成27年6月10日
15	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	「平成26年度 文部科学白書」で活用	平成27年6月26日
16	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	「平成26年度 科学技術の振興に関する年次報告(平成27年版科学技術白書)」で活用	平成27年6月16日
17	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	内閣府「経済財政諮問会議資料」への引用	平成27年2月12日
18	国民生活に関する世論調査	平成26年8月23日	内閣府(政府広報室)	厚生労働省「日本人の長寿を支える「健康な食事」のあり方に関する検討会資料」及び同検討会報告書(平成27年10月16日)への引用	平成26年10月6日
19	母子保健に関する世論調査	平成26年9月13日	厚生労働省	内閣府「新たな少子化社会対策大綱策定のための検討会資料」及び「少子化社会対策大綱」(平成27年3月20日閣議決定)への引用	平成26年12月12日
20	母子保健に関する世論調査	平成26年9月13日	厚生労働省	内閣府「暮らしの質」向上検討会第2分科会資料」への引用	平成27年4月2日
21	母子保健に関する世論調査	平成26年9月13日	厚生労働省	厚生労働省「健やか親子21」の最終評価等に関する検討会資料」及び「「健やか親子21(第2次)」について 検討会報告書(概要)」への引用	平成26年10月24日
22	環境問題に関する世論調査	平成26年9月20日	環境省	「平成27年版 環境白書、循環型社会白書、生物多様性白書」で活用	平成27年6月5日
23	環境問題に関する世論調査	平成26年9月20日	環境省	環境省「第四次環境基本計画の進捗状況の第2回点検結果」(平成26年12月16日閣議報告)への引用	平成26年12月16日
24	環境問題に関する世論調査	平成26年9月20日	環境省	環境省「エコリズム推進に関する検討会報告書」への引用	平成27年1月
25	人口、経済社会等の日本の将来像に関する世論調査	平成26年10月18日	内閣府政策統括官(経済社会システム担当)	「平成26年度 国土交通白書」で活用	平成27年6月30日
26	人口、経済社会等の日本の将来像に関する世論調査	平成26年10月18日	内閣府政策統括官(経済社会システム担当)	「平成27年版 厚生労働白書」で活用	不明
27	人口、経済社会等の日本の将来像に関する世論調査	平成26年10月18日	内閣府政策統括官(経済社会システム担当)	「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」(平成26年12月27日閣議決定)への引用	平成26年12月27日
28	人口、経済社会等の日本の将来像に関する世論調査	平成26年10月18日	内閣府政策統括官(経済社会システム担当)	内閣府「経済財政諮問会議専門調査会「選択する未来」委員会資料」及び同委員会報告書(平成26年11月28日)への引用	平成26年10月28日
29	人口、経済社会等の日本の将来像に関する世論調査	平成26年10月18日	内閣府政策統括官(経済社会システム担当)	国土交通省「国土審議会計画部会資料」への引用	平成26年10月24日
30	女性の活躍推進に関する世論調査	平成26年11月1日	内閣府(男女共同参画局)	「平成27年版 男女共同参画白書」で活用	平成27年6月19日
31	女性の活躍推進に関する世論調査	平成26年11月1日	内閣府(男女共同参画局)	「平成27年版 厚生労働白書」で活用	不明
32	女性の活躍推進に関する世論調査	平成26年11月1日	内閣府(男女共同参画局)	内閣府「男女共同参画会議計画策定専門調査会及び男女共同参画会議監視専門調査会資料」への引用	平成26年11月20日
33	がん対策に関する世論調査	平成27年1月17日	厚生労働省	厚生労働省「緩和ケア推進検討会資料」への引用	平成27年2月26日
34	がん対策に関する世論調査	平成27年1月17日	厚生労働省	厚生労働省「がん対策推進協議会資料」への引用	平成27年3月5日
35	がん対策に関する世論調査	平成27年1月17日	厚生労働省	厚生労働省「希少がん医療・支援のあり方に関する検討会資料」への引用	平成27年3月6日
36	基本的法制度に関する世論調査	平成27年1月24日	法務省	法務大臣閣議後記者会見での引用	平成27年1月27日
37	社会意識に関する世論調査	平成27年3月21日	内閣府(政府広報室)	「平成26年度科学技術の振興に関する年次報告(平成27年版科学技術白書)」で活用	平成27年6月16日
38	循環型社会形成に関する世論調査	平成26年7月24日	環境省	環境省「産業構造審議会産業技術環境分科会廃棄物・リサイクル小委員会容器包装リサイクルワーキンググループ及び中央環境審議会循環型社会部会容器包装の3R推進に関する小委員会 第14回合同会合資料」への引用	平成26年9月24日
39	水循環に関する世論調査	平成26年9月4日	国土交通省	国土交通省「水資源開発分科会調査企画部会資料」及び「今後の水資源政策のあり方について 答申」(平成27年3月27日)への引用	平成26年11月17日