

平成28年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府28-2(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					
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。					
施策の予算額・執行額等	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	4,758	4,732	4,539	4,539
		補正予算(b)	1,899	1,837	1,976	
		繰越し等(c)	-881	-304	228	
		合計(a+b+c)	5,776	6,265	6,743	
執行額(百万円)	5,769	6,284	6,774			
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)						

測定指標	1.重要施策に関する広報理解度(テレビ)	基準値	実績値					目標値	達成
		25~27年度の平均	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	28年度	達成
		79.4%	73.2%	79.6%	81.0%	77.6%	88.5%	79.4%	
	年度ごとの目標値		-	-	78.5%	77.9%	79.4%		
測定指標	2.重要施策に関する広報理解度(新聞)	基準	施策の進捗状況(実績)					目標	達成
		25~27年度の平均	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	28年度	達成
		81.3%	75.7%	80.5%	76.1%	87.4%	87.9%	81.3%	
	年度ごとの目標		-	-	81.5%	77.5%	81.3%		
測定指標	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	基準	施策の進捗状況(実績)					目標	達成
		対前年度600,000ページビュー数	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	28年度	達成
		34,670,163	14,559,354	19,201,855	29,181,969	34,070,163	35,047,361	34,670,163	
	年度ごとの目標		-	-	19,801,855	29,781,969	34,670,163		

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) 3つの測定指標である、重要施策に関するテレビ及び新聞広告の広報理解度並びに政府広報オンラインのページビュー数が、共にそれぞれ目標値を上回ったことから上記判断とした。 平成28年度重要施策に関するテレビ及び新聞広告の目標値については、過去3年間(平成25年度から平成27年度まで)の実績値の平均以上とし、政府広報オンラインについては、対前年度60万PVの増加としている。

評価結果	<p>【平成28年度に実施した具体的施策】 政府広報室では、政府の重要な施策に関する国民に向けた広報を実施している。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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テレビCMでは、4月に「マイナンバー（持っているほうが、エエ！編）」、1月に「マイナンバー（身分証明書編）」、2月に「マイナンバー（新生活編）」と時期を3回にわけて実施し、認知と理解を求めた。高齢者詐欺についても、ターゲットを変えた内容（「高齢者詐欺（母親編）」、「高齢者詐欺（家族編）」、「高齢者（地域編）」）で理解を求めた。3月には「復興（福島の食編）」、「復興（東北の観光編）」を実施した。 ・新聞広告（記事下）では、4月に「サミット警備にご協力を」、6月に「ジカ熱に注意を」と「下請けかけこみ寺」、11月には「製品安全総点検」と「女性の人権・女性への暴力排除」と「高齢者の消費者被害対策」、1月に「マイナンバー（国民向け）」、2月に「マイナンバー（新社会人向け）」、3月に「マイナンバー（この春、新生活を始める皆さんへ）」と「年金制度改革」を掲載した。 ・ウェブサイトでは、スマートフォンユーザーの増加に伴いページデザインの対応を推進や国民の役に立つコンテンツをまとめた「お役立ち情報」の内容充実を努めた。 <p>【測定指標の分析】 ○測定指標1については、目標を達成した。 ・特に前年度より継続して広報を実施している「高齢者詐欺」で、訴求対象を高齢者本人だけでなく、その家族および周辺層にも広げたことにより、目標を上回った。 ・「マイナンバー（持っているほうが、エエ！編）」：77.4%「高齢者詐欺（母親編）」：94.2%「高齢者詐欺（家族編）」：96.8%「高齢者詐欺（地域編）」：95.1%「マイナンバー（マイナンバー／身分証明書編）」：79.4%「マイナンバー（マイナンバー／新生活応援編）」：81.6%「復興（福島の食編）」：93.3%「復興（東北の観光編）」：89.8% ○測定指標2については、目標を達成した。 ・特に「ジカ熱に注意を」や「製品安全総点検」などの新聞記事下広告において、メッセージを伝えやすいクリエイティブを工夫することにより目標を上回った。 ・「サミット警備にご協力を」：92.7%「ジカ熱に注意を」：95.4%「下請けかけこみ寺」：71.5%「製品安全総点検」：93.7%「女性の人権・女性への暴力排除」：92.2%「高齢者の消費者被害対策」：91.0%「マイナンバー（国民向け）」：86.5%「マイナンバー（新社会人向け）」：86.0%「マイナンバー（この春、新生活を始める皆さんへ）」：85.1%「年金制度改革」：84.7% ○測定指標3については、目標を達成した。 ・国民の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、より多くの人々が内容を理解できる広報展開に努めた。 ・また、スマホユーザーの増加に伴うページデザインのスマホ対応も推進し、あらゆるツールからスムーズに閲覧できるよう対応している。 ・政府広報オンラインの閲覧数は総ページビュー数35,047,361（目標比101.1%）</p>
	<p>【施策】 国民のニーズや効果的な広報時期を見極め、訴求ターゲットのライフスタイルやメディア環境の変化を把握し、マスメディア、インターネットメディアなど様々な媒体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。</p> <p>【測定指標】 ○測定指標1については、設定する目標値を過去3年間の実績平均値から、㈱ビデオリサーチ社の実施する調査「テレビCMカルテ」および「J-MONITOR」における、民間会社も含めた全社平均値（平成28年度末時点）などに変更する。</p>

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28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28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 原 典久	政策評価実施時期	平成29年8月
-------	-----------	--------	----------	----------	---------

【平成28年度 広報効果測定一覧 (テレビCM)】

添付1

TV-CM KARTE(テレビコマーシャルカルテ) 定型調査 (調査出典:ビデオリサーチ社による)

広報テーマ	放送期間	内容理解度 (認知者ベース)
マイナンバー(持ってるほうが、エエ！編)	平成28年4月16日 ~ 平成28年5月6日	77.4%
高齢者詐欺(母親編)	平成28年11月17日 ~ 平成28年11月23日	94.2%
高齢者詐欺(家族編)	平成28年11月17日 ~ 平成28年11月23日	96.8%
高齢者詐欺(地域編)	平成28年11月24日 ~ 平成28年11月30日	95.1%
マイナンバー(マイナンバーカード/身分証明書編)	平成29年1月23日 ~ 平成29年2月5日	79.4%
マイナンバー(マイナンバーカード/新生活応援編)	平成29年2月14日 ~ 平成29年2月27日	81.6%
復興(福島の食編)	平成29年3月6日 ~ 平成29年3月19日	93.3%
復興(東北の観光編)	平成29年3月6日 ~ 平成29年3月19日	89.8%

※1: 東京30km圏(東京・神奈川・埼玉・千葉)に居住する13~59歳の男女、約600人を対象にした訪問調査

※2: 内容理解度は、該当のテレビCMを見た人のうち「広告の内容が理解できましたか」という質問に対し、「非常によくわかった」「まあわかった」と回答した人の割合

理解度

88.5%

【平成28年度 広報効果測定一覧 (新聞広告)】

添付2

J-MONITOR 定型調査

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
■サミット警備にご協力を 平成28年4月8日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	読売	91.9%
			朝日	93.5%
サミット警備にご協力を 平均値				92.7%
■ジカ熱に注意を 平成28年6月12日	全国71紙	記事下全5段 モノクロ	読売	95.9%
			朝日	94.9%
ジカ熱に注意を 平均値				95.4%
■下請かけこみ寺 平成28年6月14日	全国70紙	記事下半5段 モノクロ	読売	66.8%
			朝日	76.1%
下請かけこみ寺 平均値				71.5%
■製品安全総点検 平成28年11月1日	全国70紙	記事下半5段 カラー	読売	91.5%
			朝日	95.9%
製品安全総点検 平均値				93.7%
■女性の人権・女性への暴力排除 平成28年11月11日	全国70紙	記事下全5段 カラー	読売	92.1%
			朝日	92.2%
女性の人権・女性への暴力排除 平均値				92.2%
■高齢者の消費者被害対策 平成28年11月17日	全国70紙	記事下全5段 カラー	読売	90.7%
			朝日	91.3%
高齢者の消費者被害対策 平均値				91.0%
■マイナンバー(国民向け) 平成29年1月23日	全国70紙	記事下全5段 カラー	読売	88.3%
			朝日	84.6%
マイナンバー(国民向け) 平均値				86.5%
■マイナンバー(新社会人向け) 平成29年2月14日	全国70紙	記事下全5段 カラー	読売	88.1%
			朝日	83.9%
マイナンバー(新社会人向け) 平均値				86.0%
■マイナンバー(この春、新生活を始める皆さんへ) 平成29年3月20日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	朝日	84.5%
			読売	85.7%
マイナンバー(この春、新瀬克を始める皆さんへ) 平均値				85.1%
■年金制度改革 平成29年3月29日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	朝日	85.3%
			読売	84.1%
年金制度改革 平均値				84.7%

記事下平
均値 87.9%

平成28年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府28-3(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	我が国のグローバルな活動を推進するため、親日感の醸成等を図るとともに、最近の我が国の領土・主権を取り巻く情勢等を踏まえ、事実関係に関する正しい認識を広め、我が国の基本的立場や政策に関する理解の浸透を図る					
達成すべき目標	米国をはじめとする主要国における政財官学のオピニオンリーダー等の間において、我が国への好感度を上げるとともに、事実関係に関する正しい認識を広め、我が国の基本的立場や政策に関する理解度を上げる					
施策の予算額・執行額等	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	1509	3,603	3,598	3,235
		補正予算(b)	601	980	872	
		繰越し等(c)	-29	-283	88	
		合計(a+b+c)	2081	4300	4,558	
執行額(百万円)	1992	4,252	4,471			
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)	経済再生に向けた取組:アベノミクスや「経済・財政一体改革」をはじめとする政府の取組についての国民の理解や世界への発信強化のため、内閣の基本方針について一層理解を得るよう、内外広報の積極的かつ効果的な展開を図る。(「経済財政運営と改革の基本方針2015」平27年6月30日閣議決定)					

測定指標	1.我が国に対する理解度	基準値	実績値					目標値	達成
		26年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	32年度	達成
		37.6%	-	-	37.6%	35.8%	61.0%	45.0%	
	年度ごとの目標値		-	-	-	38.8%	37.5%		
	2.我が国に対する好感度	基準	施策の進捗状況(実績)					目標	達成
		26年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	32年度	達成
52.0%		-	-	52.0%	48.5%	78.0%	60.0%		
年度ごとの目標		-	-	-	53.3%	50.6%			

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) 目標達成 (判断根拠) 昨年度から調査方法を変更し、比較対象国を増やして(4ヶ国⇒6ヶ国(米、英、独、仏、中、韓))、好感度、理解度の変遷を他の主要国との関係で相対的に捉えるようにするとともに、広報事業全体の効果測定を行う(平成27年度はTVCMのみを対象)こととした。あわせて、調査対象の範囲を見直し、回答の正当性の向上を図るため、回答の選択肢も変更した。このため、単純比較は出来ないものの、我が国に対する理解度・我が国に対する好感度は年度目標を上回る結果となったため、上記判断とした。
	施策の分析	【平成28年度に実施した具体的施策】 ・国際広報は、外務省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、アベノミクス(成長戦略)、地方創生、女性の活躍、働き方改革、対日直接投資、国際貢献、日米経済協力、歴史認識、領土・領海問題など、省庁横断的な官邸の重要事項について、国際理解を促進する取組を行った。 ・手法は昨年度に引き続き、官邸を司令塔として関係省庁と緊密に連携し、対象地域や対象層を見定めつつ、政府広報誌、ウェブサイトやSNS(Facebook, Twitter, Youtube等)といったオウンドメディアに加え、TVCMや新聞記事広告などのペイドメディアを通じた施策を行った。 ・とりわけ、デジタルメディア対策を強化し、ウェブサイトの改修を不断に進めるとともに、SNSの発信頻度を高め、特にFacebookについてはフォロワー数が全世界で約170万人を数えるまでに成長した。 ・広報活動の効果を高めるため、発信のタイミング・対象については総理外遊時を中心に戦略的に展開した。上記の広報手段の中から最も適切なツールを通じて総理欧州外遊(4~5月)、伊勢志摩サミット(5月)、ASEM(5月)、国連安保理(7月)、TICAD(8月)、G20(9月)、ASEAN(9月)、国連総会(9月)、インド・モディ首相訪日(11月)、APEC(11月)、アジア3か国・豪訪問(1月)時等に戦略的に広報活動を実施した。 【測定指標の分析】 ○測定指標1については、目標を達成した。 ・我が国の基本的立場や魅力について、効果的な発信タイミングを捉え、適切な広報素材を取り上げたことが主な要因として考えられる。 ○測定指標2については、目標を達成した。 ・我が国の基本的立場や魅力について、効果的な発信タイミングを捉え、適切な広報素材を取り上げたことが主な要因として考えられる。
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 引き続きあらゆる広報ツールを通じて、発信タイミングを意識しつつ、国際社会に対する日本の発信力を強化し、戦略的な国際広報を行う。なお、個別施策についてPDCAを実施しつつ、より効果的に実施することができるよう取り組む。 【測定指標】 ○測定指標1については、引き続き目標達成に努めることとする。 ・これまで順調に施策が進展してきたところ、引き続き我が国の基本的立場や魅力について、発信タイミングを意識した広報活動を実施する。また、米国/大卒以上、世帯年収\$5万以上に対するサーベイ調査を継続的に実施し、我が国への理解度と好感度を継続的に測定するとともに、調査方法の変更に伴い、適切な数値目標を設定する。 ○測定指標2については、引き続き目標達成に努めることとする。 ・これまで順調に施策が進展してきたところ、引き続き我が国の基本的立場や魅力について、発信タイミングを意識した広報活動を実施する。また、米国/大卒以上、世帯年収\$5万以上に対するサーベイ調査を継続的に実施し、我が国への理解度と好感度を継続的に測定するとともに、調査方法の変更に伴い、適切な数値目標を設定する。

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	米国/大卒以上、世帯年収\$5万以上に対するサーベイ調査
---------------------------	------------------------------

担当部局名	大臣官房政府広報室	作成責任者名	参事官 田口 芳郎	政策評価実施時期	平成29年8月
-------	-----------	--------	-----------	----------	---------