

# 平成29年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府29-2(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	<b>【施策の概要】</b> 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。					
	<b>【平成29年度に実施した具体的取組】</b> ・テレビCMでは、6月に「国民保護(弾道ミサイル落下時の行動)」、12月に「高齢者の詐欺被害防止」、1月に「ソサエティ5.0」と「マイナンバー」、2月に再度「高齢者の詐欺被害防止」、3月に「復興(福島の食)」と「復興(東北の観光)」をテーマとして放送した。 ・新聞広告(記事下)では、6月に「弾道ミサイル落下時の行動に関する広報」、7月に「国際平和協力法25周年」、8月に「高齢者医療制度」と「マイナンバー」、12月に「高齢者の詐欺被害防止」、1月に「マイナンバーカードの取得促進」、3月に「仮想通貨を利用する際の注意点」と「運転免許証の自主返納」、「AV出演強要・JKビジネス問題」をテーマとして掲載した。 ・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の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」の内容充実に努めた。					
施策の予算額・執行額 (単位:百万円)	区分	27年度	28年度	29年度	30年度	
	予算の 状況	当初予算(a)	4,732	4,539	4,539	4,587
		補正予算(b)	1,837	1,976	2,802	
		繰越し等(c)	-304	228	-561	
		合計(a+b+c)	6,265	6,743	6,780	
執行額	6,284	6,774	5,785	/		
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	定量的指標	1. 重要施策に関する広報理解度(テレビ) ※テレビCMカルテ全社平均	基準値	目標値	年度ごとの目標値					達成状況
			28年度	29年度	年度ごとの実績値					
			78.6%	78.6%	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	達成
					-	78.5%	77.9%	79.4%	78.6%	
					79.6%	81.0%	77.6%	88.5%	88.7%	
		2. 重要施策に関する広報理解度(新聞・記事下) ※J-MONITOR全社平均	基準値	目標値	年度ごとの目標値					達成状況
			28年度	29年度	年度ごとの実績値					
			83.6%	83.6%	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	達成
					-	81.5%	77.5%	81.3%	83.6%	
					80.5%	76.1%	87.4%	87.9%	89.4%	
		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	基準値	目標値	年度ごとの目標値					達成状況
			28年度	29年度	年度ごとの実績値					
			35,547,361	対前年度 500,000 ページ ビュー増	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	達成
					-	19,801,855	29,781,969	34,670,163	35,547,361	
					19,201,855	29,181,969	34,070,163	35,047,361	40,572,261	

評価結果	目標達成度の測定結果	(各行政機関共通区分) A 目標達成 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(PV)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。 (判断根拠) 平成29年度重要施策に関するテレビの目標値については「テレビCMカルテ」、新聞広告の目標値については「J-MONITOR」の全社平均値とし、政府広報オンラインについては対前年度50万PVの増加としている。
------	------------	---

評価結果	施策の分析	<p>【測定指標の観点からの分析】</p> <p>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> <p>(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。          ・「国民保護(弾道ミサイル落下時の行動):94.6%」、「高齢者の詐欺被害防止:93.1%」、「マイナンバー:78.9%」、「ソサエティ5.0:77.3%」、再度2月に実施した「高齢者の詐欺被害防止:95.8%」、「復興(福島の食編):94.0%」、「復興(東北の観光編):87.1%」。          ・特に「高齢者の詐欺被害防止」では、広報時期を親子が顔を合わせる年末に合わせて実施し、親子で「約束を決める」という分かりやすいキャッチフレーズで周知し、9割を超える理解度を得ることができ、目標を上回った。</p> <p>(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。          ・「弾道ミサイル落下時の行動に関する広報:90.4%」、「国際平和協力法25周年:81.5%」、「高齢者医療制度:85.2%」、「マイナンバー(マイナポータル電子申請利用開始):87.5%」、「高齢者の詐欺被害防止:93.3%」、「マイナンバーカードの取得促進:91.2%」、「仮想通貨を利用する際の注意点:91.4%」、「運転免許証自主返納:94.0%」、「AV出演強要・JKビジネス問題:90.3%」。          ・特に「マイナンバー」では、新聞記事下広告において掲載し「使ってみたらラクできた」のキャッチフレーズでターゲットそれぞれに合わせた具体的な利便性を周知したことにより、理解度が9割と目標を上回った。</p> <p>(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、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40,572,261(目標比114.1%)</p>
	次期目標等への反映の方向性	<p>【次期の施策の方向性について】</p> <p>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>【次期の測定指標の考え方について】</p> <p>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29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。</p> <p>【根拠とした統計・データ等】</p> <p>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」</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29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29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 田中 駒子	政策評価実施時期	平成30年8月
-------	-----------	--------	-----------	----------	---------

## 【平成29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

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	理解度	理解度目標値
国民保護(弾道ミサイル落下時の行動)	平成29年6月23日 ~ 平成29年7月6日	94.6%	78.6%
高齢者詐欺防止(母との約束編)	平成29年12月15日 ~ 平成29年12月28日	93.1%	
ソサエティ5.0(すぐそこに未来編)	平成30年1月3日 ~ 平成30年1月3日	77.3%	
社会保障・税番号制度 (マイナンバー 子育てお助けカード編)	平成30年1月18日 ~ 平成30年1月31日	78.9%	
高齢者詐欺被害防止(母との約束編)	平成30年2月15日 ~ 平成30年2月18日	95.8%	
復興(福島のお食編2018)	平成30年3月9日 ~ 平成30年3月21日	94.0%	
復興(東北の観光編2018)	平成30年3月9日 ~ 平成30年3月21日	87.1%	

理解度実績平均値	理解度目標値
88.7%	78.6%

## 【平成29年度 広報効果測定一覧 (新聞広告)】

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	理解度目標値	
■ 弾道ミサイル落下時の行動に関する広報 平成29年6月23日	全国70紙	記事下全5段 カラー	読売	94.2%	83.6%	
			朝日	86.5%		
				90.4%		
■ 国際平和協力法25周年 平成29年7月10日	全国71紙	記事下全10 段 モノクロ	読売	81.5%		
■ 高齢者医療制度 平成29年8月1日	全国70紙	記事下半5段 モノクロ	読売	85.1%		
			朝日	85.2%		
				85.2%		
■ マイナンバー(マイナポータル電子申請利用開始) 平成29年8月31日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	読売	89.6%		
			朝日	85.4%		
				87.5%		
■ 高齢者の詐欺被害防止 平成29年12月16日、平成29年12月17日	全国70紙	記事下全7段 カラー	読売	95.1%		
			朝日	91.5%		
				93.3%		
■ マイナンバーカードの取得促進 平成30年1月21日、平成30年1月22日	全国70紙	記事下全7段 カラー	読売	91.3%		
			朝日	91.0%		
				91.2%		
■ 仮想通貨を利用する際の注意点 平成30年3月17日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	読売	90.0%		
			朝日	92.8%		
				91.4%		
■ 運転免許証自主返納 平成30年3月21日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	読売	92.9%		
			朝日	95.1%		
				94.0%		
■ AV出演強要・JKビジネス問題 平成30年3月24日	全国70紙	記事下全5段 モノクロ	読売	89.8%		
			朝日	90.8%		
				90.3%		

理解度実績平均値	理解度目標値
89.4%	83.6%

# 平成29年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府29-3(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					
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。					
施策の概要	【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。					
	【平成29年度に実施した具体的取組】 ・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180万人を超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、総理ロシア・英国訪問(4月)、G7サミット(5月)、欧州訪問及びG20サミット(7月)、国連総会(9月)、APEC・ASEAN(11月)、欧州訪問(1月)時等の機会を活用し、戦略的・機動的な広報活動を実施した。					
施策の予算額・執行額 (単位:百万円)	区分	27年度	28年度	29年度	30年度	
	予算の状況	当初予算(a)	3,603	3,598	3,598	3,598
		補正予算(b)	980	872	0	
		繰越し等(c)	▲ 283	88	755	
		合計(a+b+c)	4,300	4,558	4,353	
執行額	4,252	4,471	4,265			
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」平成27年6月30日閣議決定)					

測定指標	定量的指標	1. 我が国に対する理解度	基準値	目標値	年度ごとの目標値					達成状況
			26年度	32年度	年度ごとの実績値					
			25年度	26年度	27年度	28年度	29年度			
			37.6%	45.0%	-	-	38.8%	37.5%	63.0%	未達成
					-	37.6%	35.8%	61.0%	60.5%	
測定指標	定量的指標	2. 我が国に対する好感度	基準値	目標値	年度ごとの目標値					達成状況
			26年度	32年度	年度ごとの実績値					
			25年度	26年度	27年度	28年度	29年度			
			52.0%	60.0%	-	-	53.3%	50.6%	80.0%	未達成
					-	52.0%	48.5%	78.0%	77.1%	

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) B 相当程度進展あり
		(判断根拠) 2つの測定指標で目標が達成されなかったが、いずれもおおむね目標に近い実績を示しており、現行の取組を継続した場合、最終目標年度である平成32年度における目標達成は可能であると考えられるため、「B 相当程度進展あり」と判断した。

評価結果	施策の分析	<p>【測定指標の観点からの分析】</p> <p>○分析方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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実施</li> <li>＋理解度:「日本政府の政策や取り組みを理解しているか」という問いに対して、「とてもそう思う」、「そう思う」、「どちらとも言えない」、「あまりそう思わない」、「まったくそう思わない」の選択肢を設置し、「とてもそう思う」、「そう思う」の回答者を集計</li> <li>＋好感度:「日本は好感が持てる国であると思うか」という問いに対して、「とてもそう思う」、「そう思う」、「どちらとも言えない」、「あまりそう思わない」、「まったくそう思わない」の選択肢を設置し、「とてもそう思う」、「そう思う」の回答者を集計</li> </ul> <p>・サーベイ調査は、平成28年度より、比較対象国を増やし(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、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。これに伴って、絶対値で見た時の数値がH28年度以降大きく変動している。</p> <p>○分析結果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・測定指標1、我が国に対する理解度</li> <li>＋おおむね目標を達成している。</li> <li>＋米国における理解度は、ほぼ前年同の数値となった。アジア各国との比較でも引き続き首位を維持しており、これは、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が主な要因として考えられる。</li> <li>・測定指標2、我が国に対する好感度</li> <li>＋おおむね目標を達成している。</li> <li>＋米国における好感度はほぼ前年同の数値となった。アジア各国との比較でも、他国を大きく引き離して首位を維持している。これは、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られたことが主な要因として考えられる。</li> </ul> <p>【外部要因等事前に想定できなかったことにより実績に与えた影響】</p> <p>平成29年度の実績は目標に届かなかったが、これは主として、米国の経済政策の動きや、それに伴う国際情勢の変化といった、事前に想定できなかった外部要因の影響によるものが大きい。一方、実績値としては目標の97%を達成するなど順調に推移しており、引き続き時宜に応じた機動的・戦略的な国際広報を推進していきたい。</p>			
	次期目標等への反映の方向性	<p>【次期の政策の方向性について】</p> <p>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。</p> <p>【次期の測定指標の考え方について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○測定指標1、我が国の理解度向上については、引き続き目標達成に努めることとする。</li> <li>・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。</li> <li>○測定指標2、我が国の好感度向上については、引き続き目標達成に努めることとする。</li> <li>・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。</li> </ul> <p>【根拠とした統計・データ等】</p> <p>米国/大卒以上、世帯年収\$5万以上に対するサーベイ調査</p>			
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30年8月