

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(内閣府1-3(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。										
	【令和元年度に実施した具体的取組】 -テレビCMでは、6月に「働き方改革(STOP! しわ寄せ発注! 編)」、「働き方改革(下請けいじめ防止編)」、7月に「オリパラ交通対策(大会本番を見据えた交通量削減・交通規制編)」、8月に「消費税(家計への影響を緩和するために編、引上げの必要性と増税分の使いみち編、景気への影響を緩和するために編)」、9月に「消費税(引上げに伴う対策編)」、10月に「即位の礼(外国元首・祝賀使節の来日等に伴う交通規制編)」、2月に「内閣府政府広報室新型コロナウイルス対策編」、「内閣府政府広報室新型コロナウイルス対策2編」をテーマとして放送した。 -新聞広告(記事下)では、4月に「AV出演強要・JKビジネス被害防止」、「即位の日と10連休の対応」、5月に「中堅企業等支援」、9月に「外国元首等の来日に伴う交通規制」、10月に「天皇陛下の「即位の礼」、12月に「台風第15号・第19号などで被災された皆さまへ」、2月に「行政手続きの効率化による中小企業の働き方改革」、「新型コロナウイルス電話相談窓口のご案内」をテーマとして掲載した。										
施策の予算額・執行額 (単位:百万円)	区分	29年度	30年度	令和元年度	令和2年度						
						予算の状況	当初予算(a)	4539	4,587	4,587	4,664
							補正予算(b)	2802	1,849	1,874	-
							繰越し等(c)	-1941	165	-245	-
							合計(a+b+c)	5400	6,601	6,216	-
執行額	5785	6,585	6,025	-							
施策に関係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	区分	主要な指標	測定指標	施策の実績・進捗状況								
				1. 重要施策に関する広報理解度(テレビ)	基準値	目標値	年度ごとの実績値				達成状況	
					30年度	令和元年度	27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	○
					78.5	75.2	77.6	88.5	88.7	81.8	73.1	
				【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。 ・放送媒体の主要メディアであるテレビについて、株式会社ニelsen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(令和元年度末時点)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)	基準	目標	施策の進捗状況(実績)				達成状況	
					30年度	令和元年度	27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	○
					83.7	83.9	87.4	87.9	89.4	91.1	90.1	
				【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、株式会社ニelsen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(令和元年度末時点)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	基準	目標	施策の進捗状況(実績)				達成状況	
30年度	令和元年度	27年度	28年度		29年度	30年度	令和元年度	○				
24036134	対前年度実績以上	34070163	35047361		40572261	24036134	34128451					
【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) ② 目標達成 (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。「働き方改革(STOP! しわ寄せ発注! 編)」73.3%、「働き方改革(下請けいじめ防止編)」90.0%、「オリパラ交通対策(大会本番を見据えた交通量削減・交通規制編)」88.8%、「消費税(家計への影響を緩和するために編、引上げの必要性と増税分の使いみち編、景気への影響を緩和するために編)」63.9%、「消費税(引上げに伴う対策編)」71.4%、「即位の礼(外国元首・祝賀使節の来日等に伴う交通規制編)」93.3%、「内閣府政府広報室新型コロナウイルス対策編」53.3%、「内閣府政府広報室新型コロナウイルス対策2編」51.1%。特に「即位の礼(外国元首・祝賀使節の来日等に伴う交通規制編)」では、国民の関心が高いテーマを取り上げ、また、国民にお知らせすべきポイントを整理し、映像とともにナレーションでわかりやすく伝えることにより、高い理解度を獲得した。 (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。「AV出演強要・JKビジネス被害防止」93.6%、「即位の日と10連休の対応」94.9%、「中小企業へのしわ寄せ防止」92.0%、「中堅企業等支援」72.0%、「外国元首等の来日に伴う交通規制」94.5%、「天皇陛下の「即位の礼」」96.0%、「台風第15号・第19号などで被災された皆さまへ」91.5%、「行政手続きの効率化による中小企業の働き方改革」79.6%、「新型コロナウイルス電話相談窓口のご案内」96.8%。国民の関心が高いテーマを取り上げ、また、国民にお知らせすべきポイントを整理し、イラスト等とともにわかりやすく表現することにより、多くのテーマで高い理解度を獲得した。 (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、目標を達成した。国民のニーズや社会情勢に合った広報テーマを選定し、効果的なタイミングと適切なメディア活用で広報展開するとともに、「政府広報オンライン」においても、より国民の理解が得られるよう、「消費税率の引上げ」等の広報テーマについて特集ページ等を作成するなどコンテンツの充実を図ることにより、「政府広報オンライン」の総ページビュー数が大幅に増加した(月平均280万ビュー(昨年度月平均200万ビュー))。 【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】 -	
	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、令和元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、株式会社ニelsenの実施する調査「テレビCMカルテ」 新聞は、株式会社ニelsenの実施する調査「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	令和元年度 広報効果測定一覧(テレビCM)添付1 令和元年度 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2年8月