

平成24年行政事業レビューシート

(外務省)

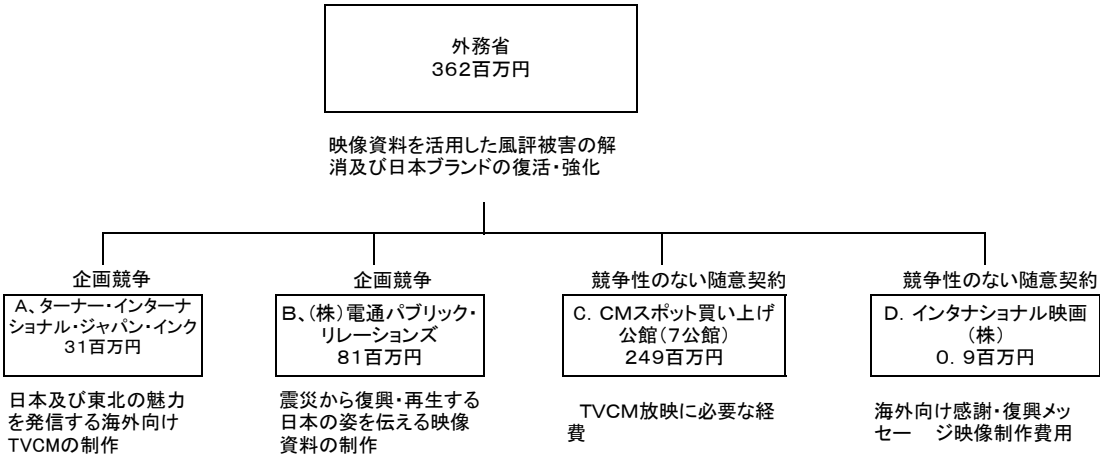
事業名	日本及び東北の魅力を発信する海外ＴＶＣＭ等の作成事業			担当部局庁	外務報道官・広報文化組織			作成責任者	
事業開始・終了(予定)年度	平成23年度補正予算			担当課室	広報文化外交戦略課			課長 米谷 光司	
会計区分	一般会計			施策名	Ⅲ－１ 海外広報，文化交流				
根拠法令 (具体的な条項も記載)	外務省設置法第4条 外務省組織令第3条及び第24条			関係する計画、通知等					
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	復興する日本のイメージを世界に発信し，日本ブランドの復活・強化等を図る。								
事業概要 (5行程度以内。別添可)	安全・復興や東北(祭り，文化，食，観光等)等をテーマにした映像資料，著名人等を活用したメッセージ映像等を多言語で作成し，在外公館や外国テレビ局での上映や配布，インターネットでの配信等に活用するとともに，日本及び東北の魅力が伝わるようなCMを作成し，主要国で放映することにより，日本ブランドの復活・強化等を図る。								
実施方法	☐ 直接実施 ☒ 委託・請負 ☐ 補助 ☐ 負担 ☐ 交付 ☐ 貸付 ☐ その他								
予算額・執行額 (単位：百万円)			21年度	22年度	23年度	24年度	25年度要求		
	予算の状況	当初予算	—	—	—	—	—	—	
		補正予算	—	—	363	—			
		繰越し等	—	—	—	—			
		計	—	—	363	—	—		
	執行額		—	—	362				
	執行率(%)		—	—	99.8				
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標				単位	21年度	22年度	23年度	目標値 (年度)
	復興する日本のイメージを世界に発信することによる日本ブランドの復活・強化			成果実績	%	—	—	62.5%減(23年4月の前年同月比)が4.4%減(24年3月の前々年同月比)にまで回復	
	訪日外国人旅行者数の前年同月比			達成度	%	—	—	93%	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標				単位	21年度	22年度	23年度	24年度活動見込
	映像のテレビ放映			活動実績 (当初見込み)	国			全世界 (25)	— ()
単位当たりコスト	(CM作成) 10百万(円/1本)			算出根拠	30百万円/3本				
平成24・25年度予算内訳 (単位：百万円)	費目	24年度当初予算	25年度要求	主な増減理由					
	計	—	—						

事業所管部局による点検			
	評価	項目	評価に関する説明
目的・状況・予算の	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	風評被害防止のための情報発信は「東日本大震災からの復興の基本方針」(平成23年7月29日東日本大震災復興対策本部)等でも明記されており、高いニーズがあり、国自ら実施すべき事業である。
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業となっていないか。	
	—	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	
資金の流れ、費目・使途	○	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	映像資料を活用して全世界に情報発信するという事業目的を実施するにあたって必要最小限の費用で最大限の効果を得られるよう、企画競争を実施して事業者を選定した。
	○	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	
	—	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	—	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	
	○	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	
活動実績、成果実績	○	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	TVCMは世界各国のビジネス関係者や指導者層の視聴率が高い海外の有力メディアを活用して英語版を全世界に放映するとともに、風評被害対策重点国(中国、韓国等)については、現地で視聴率の高いテレビ局でも現地語で放映を行った。また、在外公館による東日本大震災後1年に際したレセプションでの上映及びインターネットでの配信を行うことにより、世界の幅広い層に日本の魅力を発信することができた。事業実施にあたっては関係省庁会議で事前に情報共有を行い、適切な役割分担や相乗効果が得られるよう努めた。
	○	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	
	○	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	
	○	類似の事業があるか。その場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか。 ※類似事業名とその所管部局・府省名 内閣府政府広報室	
	○	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	
点検結果	世界各国のビジネス関係者や指導者層の視聴率が高い海外の有力メディアを活用して全世界でCMを放映するとともに、風評被害対策重点国(中国、韓国等)については現地で視聴率の高いテレビ局で現地語版TVCMで放映を行った。また、併せて、在外公館による東日本大震災後1年に際したレセプションでの上映やインターネットでの配信を行うことにより、世界の幅広い層に日本の魅力を伝えることができた。		
予算監視・効率化チームの所見			
		—	
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点(概算要求における反映状況等)			
		—	
補記 (過去に事業仕分け・提言型政策仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載)			
関連する過去のレビューシートの事業番号			
平成22年行政事業レビュー		平成23年行政事業レビュー	16

個別事業名：

※平成23年度実績を記入

資金の流れ
(資金の受け
取り先が何を
行っているか
について補足
する) (単位:
百万円)



個別事業名：

費目・使途 (「資金の流れ」 においてブロックごとに最大の 金額が支出されている者について 記載する。費目と使途の双方 で実情が分かるように記載)	A. ターナー・インターナショナル・ジャパン・インク			E.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	制作費	海外向けTVCM制作費	29			
	消費税	消費税	2			
	計		31	計		0
	B. (株)電通パブリック・リレーションズ.			F.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	制作費	映像コンテンツ制作費	63			
	複製費	DVD, Bカム等の複製費	3			
	WEB制作費	WEB版制作費	4			
	管理費	管理費	7			
	消費税	消費税	4			
	計		81	計		0
	C. ニューヨーク総領事館			G.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	放映費	全世界での英語版CM放映費用	120			
	放映費	米国での英語版CM放映費用	30			
	計		150	計		0
	D.			H.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	計		0	計		0

個別事業名:

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	ターナー・インターナショナル・ジャパン・インク	日本及び東北の魅力を発信する海外向けTVCMの制作	30	19	企画競争
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

B.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)電通パブリック・リレーションズ	震災から復興・再生する日本の姿を伝える映像資料の制作	81	8	企画競争
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

C.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	ニューヨーク総	全世界及び米国での英語版CM放映費用	150	随意契約	
2	韓国大	韓国での韓国語版CM放映費用	30	随意契約	
3	中国大	中国での中国語版CM放映費用	28	随意契約	
4	香港総	香港での広東語版CM放映費用	15	随意契約	
5	ベトナム大	ベトナムでのベトナム語版CM放映費用	15	随意契約	
6	マレーシア大	マレーシアでのマレー語版CM放映費用	10	随意契約	
7	米国大	米国でのラジオCM放映費用	2	随意契約	
8					
9					
10					

D.

	支 出 先	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	入札者数	落札率
1	インタナショナル映画(株)	海外向け感謝・復興メッセージ映像制作費用	0.9	随意契約	
2					
3					
4					
5					
6					