

「秋のレビュー」（１日目）
広報に関する事業

平成 25 年 11 月 13 日（水）

内閣官房 行政改革推進本部事務局

○出席者

司 会：藤城行政改革推進本部事務局次長

評価者等：太田評価者（とりまとめ）、上山評価者、河村評価者、永久評価者、水上評価者

府省等：経済産業省、外務省、独立行政法人国際交流基金、財務省主計局

○藤城次長 広報に関する事業を始めさせていただきたいと思います。全体 90 分ではありますが、もう 60 分でやりましょうということで、説明も簡潔に、それは質問の方も、お答えになる方も是非御協力をお願いいたします。まず、経産省さんの事業の関係ですが、事務局説明、2 分、いや 1 分でお願いします。

○事務局 総合エネルギー広聴・広報教育事業ということでございます。目的は、エネルギーに関する知識の普及を図るため、エネルギーに関する広報・教育媒体の作成・配布や学校のエネルギー教育活動の支援等を行うということで、主に 3 つの事業、エネルギー政策の広報・教育媒体の作成、配布というものでパンフレットの普及教材をつくるもの。

2 つ目がエネルギー教育実践校への支援ということで、学校に 3 年間と 1 年間の教育活動の支援ということをし、アンケート調査を実施して効果を測定するものであります。エネルギー教育推進会議が実施する 3 番目のものでございますが、そういった全国ブロックで推進会議を開催し、シンポジウム等も開催して普及活動を行うものであります。

これについては、広報に関する事業といたしまして、議論をしていただければということで、論点の方の資料を見ていただければと思いますけれども、これについては、広報事業の目的とビジョンが明確になっているか、目的とビジョンに合った適切な成果指標が設定されているか。広報主体の役割分担を含め、費用対効果の高い、広報手段、内容、方法がとられているか、といった点から議論いただければと思います。

○藤城次長 それでは、今の論点のポイントに対するお答えを、できれば中心にごく簡潔によりしくお願いします。

○経済産業省 経済産業省の岩瀬と申します。よろしくお願いします。本日は 3 点、論点提示いただきましたので、それをふまえて御説明したいと思います。

まず、第 1 点目の目的、ビジョンです。本事業は、エネルギー広報に関する事業ですが、エネルギー問題というのは、我々の日常生活や経済活動に大きなインパクトをもつ重要なものです。資源の乏しい我が国が、どのようにエネルギーを安定的に確保していくのか、これは国民一人一人に関係することです。また、特に 3.11 以降は、節電の協力をお願いするのですとか、電気料金の引き上げを行うといったような事柄が日常生活の隅々にまで入り込んできております。したがって、国民の理解と協力を得ていく

ということが、今まで以上に必要になっておりまして、その意味でも、教育や広報の重要性は引き続きあると思っております。本事業の目的でございますが、このようなエネルギー問題に対して、国民に対して、広く正しい知識の普及を図っていくこと、これが目的でございます。そしてビジョンというのは、こういった活動を通じて、国民がエネルギー問題について正しく十分にインフォームされた状態となり、それによってエネルギー問題を自ら問題として考え、判断する素地を培ってもらうということを展望するものであります。

そして、次の論点で示されている、アプローチそれから成果指標の適切さといったことでございますけれども、これにつきまして、私どもが認識している課題と取組の方向性について、御説明したいと思います。経済産業省配布資料を御覧いただければと思います。

まず、第1点目の広報・教育媒体の作成・配布事業でございます。この事業では、作成した広報パンフレットや学校教育用の教材を企業や教育の現場で活用してもらっておりますけれども、課題としては、発信法が紙媒体が主体であって、いきわたらせる広がりには制約があるのではないかという点でございます。このための対応策としては、まず、あらゆる媒体や情報をホームページに掲載することによって、誰もがダウンロードできるようなワンストップ的な提供方法を準備していけないかということ。それから加えて、対面による説明の場というのも活用して、広い方々に深く理解していただけないかということを考えております。

成果指標につきましては、広報の効果を測定するためという観点からは、コンテンツの重要度に関する調査を行って指標とできないかということを考えております。

2点目のエネルギー教育の実践校事業でございます。この事業では、選定されたモデル校で、創意工夫のある深みのあるエネルギー教育を行っていただいているという自負がございます。実際、学校の先生方へのアンケートでは、生徒会自らが節電や節水の運動を行うようになったというような行動面での変化があったというような積極的な評価の声をいただいております。しかし、充実した教育がモデル校にとどまってしまっていて、他に広がっていかないのではないかということが課題として考えられるのではないかと考えております。この対応の方向性としては、まずモデル校で実践された経験やノウハウを共有するための仕組みを強化することが重要ではないかと。そのためには、ノウハウや成果をウェブに掲載するといったことに加えて、次に申し上げます、推進会議のメカニズムをフルに活用して、モデル校に選定されなかった学校や、事業が終了した学校へのサポートを行うといったことができないかと検討しております。

3点目のエネルギー教育推進会議事業でございますが、この推進会議事業では、全国を5ブロックに分けて、地域特性のある教材開発や、教員研修などを行ってまいりました。前に申し上げました実践校事業との連携が不十分であったということが課題だと思っております。したがって、対応の方向性としては、推進会議の機能を見直して、実践校事業の展開を推進するための機能を強化していくということが考えられるのではないかと。具体的には、実践校事業の成果を吸い上げて、地域の校長会や、教科研究会といったものと連

携して、成果の共有とサポートを行っていくことはできないか。そして成果指標としては、横展開の推進ということが主眼であるならば、その実数をカウントしてみるということも考えられるのではないかというふうに思っております。御説明は以上です。

○藤城次長 ありがとうございます。それではもう3ついっぺんに議論しましょう。どなたからでもどうぞ。太田さん。

○太田評価者 まず、確認なのですが、レビューシートの2枚目、3枚目ページを見ますと、ここで書かれているようには、ここしばらく使われていないという理解でよろしいでしょうか。

○経済産業省 事業そのものということですか。

○太田評価者 はい。

○経済産業省 確かにレビューシートの1枚目を見ていただきますと、23年度、24年度は、実績はバーになっております。これちょっと特殊事情がございまして、平成23年に3.11の地震が発生しました。本事業、エネルギー政策に関する広報事業でありますので、実は3.11以降にエネルギー政策を見直すという議論ございました。広報の元になる政策を今見直している最中なものですから、それが定まるまでは、広報は一旦ストップしようというような話がございまして、23年度24年度はバーになっていると、そういう事情がございました。

○太田評価者 予算そのものは、別の用途に使われたということですか。

○経済産業省 23年度は、執行することはできずに、不用としてお返ししております。それから24年度は、別の形で執行しておりますが、ちょうど今から一年前に国民的議論の推進ということがございまして、これはエネルギーや環境の革新的な戦略について、国民的議論を行いながら政策決定をしていくという動きがございまして、これはいってみれば、国民の方々に対して、情報を提供し、意見を聴取し、政策を考えていくということでございますから、いってみれば、この予算の広聴・広報の対象の一つと考えられますので、昨年度は国民的議論のための活動として、使ったということでございます。

○太田評価者 これは直接、目標としては大きくは関連しているということですが、事業の目的を文字どおりに解しますと、エネルギーに関する広報・教育媒体の作成・配布、学校のエネルギー教育活動の支援等ということといたしますと、予算としては、やや無理に

ずれているような印象を受けまして、予算統制としてきちんときていないのではという印象を受けたんですが、いかがですか。

○経済産業省 この点も、目的が国のエネルギー政策に対する広聴・広報でございますから、ちょっと繰り返しになりますけれども、昨年の国民的議論の際にも国民の方々に情報を提供し、そして意見を聴取し、政策決定を行っていくという範囲の仕事でございますから、この意味では、広聴・広報、本予算の事業目的に合致するものだという判断で執行したということでございます。

○太田評価者 この辺、余り言っても仕方がないと思いますけれども、この場合、小中高、学校のエネルギー教育活動の支援等ということです、かなり性格が違うのではという印象を持ちました。

○藤城次長 続きまして、永久先生お願いをいたします。

○永久評価者 これ広報のために3つやっているってことですね。まず1つ目からなんですけども、これ、パンフレット2万8,000部というと、ちょうど新書の初版の刷り部数くらいあるんですよ。そうすると本当に極めて小さくて、日本全国に普及しなきゃいけないと、ミリオンセラーにしなきゃいけないような感覚ですから、これでみんなに広く行き渡るのかなとそういう疑問がありますが、この2万8,000部、誰に対象としているのかということと、副教材1万部というのは、普通の単行本の初版くらいの刷り部数。これも極めて少ないと。これだけの小さい部数だけで、どれだけの効果を期待しているのかというのが1つです。さらに、これ刷ったら全部読む訳じゃないですね。読んでいるかどうかの確認はできてないというふうに思うんですけれども、それが1つ目です。

2つ目、それでホームページにするというお話ありましたが、ホームページにまとめて情報載つけりゃ、全部誰もみんなが見るという話ではないですね。それをビューアーを増やすので、みんな一生懸命頑張る訳ですけども、それに対する対策というのはどういうことをお考えなのかということ。エネルギーの、まあじゃあ、これ一個だけにします。

○藤城次長 簡潔にお願いします。

○経済産業省 はい。

まず1点目、パンフレットは誰に対して配布されているかということですけども、概ね学校関係者、先生や生徒たちに対して、約1万弱、それからセミナーなどを通じて、企業の方々に配布されているのが、1万5,000くらい、それから残りが役所や公的機関に置いて執務参考資料ですとか、あと御説明のための媒体、御説明のための材料として用いら

れているとそういうような用いられ方をされています。それから読んでいることの確認は、どうされているかということでございますけれども、一応パンフレットを配布する際に、アンケート用紙はつけて配っております。

ただ、アンケートの回収自体は、必ずしも多くないというのは厳然たる事実でありまして、相当低いです。パーセントにしたらそんなもんだと思います。ここは、やはり反省すべき点がありまして、必ず、まず紙媒体だけじゃなくて、ホームページを通じて、より広く流布するということ申し上げましたけれども、そうした際にホームページの中に、例えば反応をお聞きするような、必ずアンケートのページを設けたりとか、自由記述でもって中身についてコメントいただくとか、そういうことを検討できないかと。あとただ単にホームページに情報を置くだけじゃなくて、なんとかpull型じゃなくて、push型にできないか。そんなことを案としては考えられないか。

○永久評価者 まだその段階だということ。

○経済産業省 まだその段階です。

○太田評価者 念のためお聞きしますが、これPDFファイルをウェブに置いていらっしゃるということですか、現状は。

○経済産業省 教育用の媒体については、現在置いておりません。

○太田評価者 置いていらっしゃらないと、この政策の。

○経済産業省 パンフレットは、資源エネルギー庁のホームページに載っておりますけれども、教育用の媒体、これ結構分厚いものですから、そこまでは現在はやっております。

○太田評価者 いや、分厚いものほどPDFの方が適切かと思われそうですが。ダウンロード数とかページのビューとかは把握されていますか。

○経済産業省 このパンフレット自体は、年間5万ヒットくらい。

○太田評価者 5万ダウンロードですか。ページ自体を。

○経済産業省 なんといいんですか、ヒットされた、このPDFのところに至った数が、5万くらいと。

○藤城次長 はい、河村さんどうぞ。

○河村評価者 あのちょっと確認をお願いしたいんですけれども、そもそもの目的ってのは、これ、エネルギー教育というふうに書いてあるので、それで事業の概要にも小中高校というふうに書いてあるので、こういうお子様が対象ってことでよろしいですか。成人の教育ってのも含むんですか。

○経済産業省 この事業自体は、広報・教育に関する事業で、例えばこのパンフレットなんかは、必ずしも子供を限定にせずに、社会人にも読んでいただくような広報です。そこで教育については、対象は、やはり小中高校の生徒さん、ここを対象としております。

○河村評価者 であるならば、やっぱりそれを子供向けに理解を深めてもらうということと、それから大人も広く含めて、やっぱりやり方も違ってくるはずだし、それから成果の指標の取り方だって違ってくるはずですね。

例えば子ども向けにやるというんだったら、インターネットにPDFファイルを置いておいても、まあ御覧になるお子さんもいるかもしれないけれども、やっぱりちょっと効果期待薄まるんじゃないですか。やっぱりもっと直接的に、どれだけ働きかけるか。でも、もちろん予算の関係があるから、全部でやる訳にはいかないし、というのを、どうやって効果的にやるのかということを考えなくちゃいけないと思うんですね。多分、大人向けと子ども向けがあるならそこを分けて考えなきゃいけないということと。

それから、もうそもそもこのエネルギー、こうやって大変な状況になっていますけれども、何のためにやるのかというのは、これは要するに、パンフレットを読んでもらえばいいんですか。中身をわかってもらわなくていいんですか。これだけそれこそ原子力の話だってあるし、子どもがこの国でこれから生きていくときに、本当に国民全体で考えなきゃいけない問題を、よくまず現状を理解してもらわなきゃいけないですね。

どれにどれだけコストがかかって、3.11の後にどういうことがあって、どういう思いをしている人がいてってことをきちんと国が教えなきゃいけない。それがどれだけ子どもにわかったか、ということが、それもやっぱり一つの成果の指標として、きちんと把握すべきなんじゃないですか。だから、取り上げてほしい希望があるって、それはあった方がいいでしょうけど、それが成果の指標なのかなと。だから手段として、どれだけパンフレットを置いた、どれだけ学校でやったということも、まず中間段階で把握するとしても、やっぱり最終的には、それがどこまで伝わったかとか。やった学校だけじゃなくて、子ども全体に広くどう伝わったか。そうするとほかの媒体を使う必要がないかとか、色々でてくると思うんですが、いかがでしょう。

○経済産業省 必ずしも、御説明つけていなかったかと思いますが、この事業3本柱から構成されておりまして、まず、一本目の柱は、広報のためや教育のための媒体を作成して配布すること。で、二本目の柱が重要だと思っております、これは、エネルギー教育の実践校に対する支援です。これは、どういうことやっているかといいますと、エネルギー教育を希望する学校を募集で募りまして、選ばれた学校に対しては、かなり深みのある教育を学んでいただいています。例えば3年間かけて、小学校の4年生、5年生、6年生、3年かけて、一年あたり5、60時間ぐらいのエネルギーに関する授業を、それこそ社会科、理科、生活科それから総合学習、いろんな科目にまたがるような形でやっているということでもあります。

○藤城次長 次、上山さんに行く前に、ちょっとニコ動のコメントが2つたまったようです。シートを書きながらお聞きください。

○事務局 今の総合エネルギー広報につきましては、やはり内容から行くと電力会社が、やるということが本来なんじゃないか、もうやればいいんじゃないのかというのがありました。

それから、モデル校を選ぶということですが、やはりこれの選定基準というのが、大事なんじゃないかということで、これについて、どう選ばれているのかやはり知りたいという話がありました。

以上です。

○経済産業省 まず、電力会社がやるべきか否かという点ですが、電力会社でやっておられる広報も、ちょっと調べてみたことがあるんですけども、基本的には、やはり自分の営業している範囲内でのお客様に対する説明責任が中心であるというふうに思いました。それは例えば、自分の会社の電力料金のメニューの御紹介とか、あるいは発電所の立地地域に関する御説明とか、もちろんキッズページもございまして、その中で、発電のしくみとかそういったものも御紹介されておりました。

実は、私どものエネルギー広報事業は、国のエネルギー政策に関する事業でございますから、実は発電の仕組みといったような理科的なことではなくて、資源はどこから来るのかとか、我が国が資源確保のために、例えば資源外交のような形で頑張っているといったような、電力会社さんで必ずしもカバーされないようなことも含めて、エネルギー政策に関するベーシックなことをお伝えしているということをやっております。

○藤城次長

上山さん、それから永久さん。

○上山評価者 すみません。同じようなことをお聞きしたかったのですが。モデル校は何校くらい選ばれていらっしゃるのですか。

○経済産業省 はい。年間で100弱です。

○上山評価者 100弱。それは全国の小中高に対して、どのくらいの割合になられる。まあ生徒数でもいいですけども。

○経済産業省 日本全国で、小学校は約2万2,000校あると言われておりますので、従いまして、経験される学校としては、年間数十ですから、比率としては、それほど多くございません。

○上山評価者 それだけ。要はターゲットとしているところというのは、そういう狭いところに深く教育することをターゲットとされているのですか。それとも広く知識の普及と書いてあるので、広く普及を図るということであれば、やり方としては、必ずしも正しくないような気がするのですけれども。

○経済産業省 現状は、狭いところに深くという形でとどまっておりますけれども、ものすごい理想を言えば、できるだけ広いところに深くというのがやはり望ましいかと思えます。ただ、そこは、予算規模の関係からそこにとどまっているということでございます。

ただ、課題として、ちょっと申し述べさせていただいたんですけれども、この事業の対象者のみならず、事業の枠の外で自律的に成果が展開していったら、望ましいのではないかという問題意識がございまして、そのために推進会議を活用していくとか、モデル校として経験をした学校の成果をほかの学校に広げていけるのではないかとといったことを考え、検討しているところでございます。

○上山評価者 そうすると、むしろ先ほど、横に展開というので、校長会議とかでしていたのですけれども、文科省さんにお任せしてしまって、例えば社会の授業の中で、一時間なり二時間なり週に入れた方が、全般に広く広がりますし、かつ適切に時間を重ねていくということもできるのではないのでしょうか。

○経済産業省 そうです。推進会議、活用するということで、この資料で御説明させていただきましたけれども、もちろん校長会とか教科研究会を活用するという点では、文科省さんということもあろうかと思えますけれども、ただ、エネルギー教育そのものというのは、実は推進会議のメンバーも教育関係者だけじゃなくて、産業界の関係者、それからNPOの方もまじっておられますので、そういったところで、いろんな教育関係者、産業関係者、

含めたところで実施していく、総合的にやっていくのが相乗効果でるのではないかという問題意識は持っております。

○藤城次長 永久さん。

○永久評価者 だからエネルギー教育の学校におけるやつは、文科省とのタイアップというか一緒にやった方が絶対効率的なんだろうと思うんですけども。済みませんその前に、1つ確認なんですけども、目的はエネルギーに関する知識の普及を図るだけなんですか。

普及というのは、知ってもらっただけですね。で、例えば、わかりましたってだけで、さらにそれが何が重要なのかというのを理解して、さらにそれをアクションにして、動かすところまでが目的じゃないのかなと思うんですけど。例えば、節電するような行動をとるようにしていくというのが目的じゃないかと思うんですけども、それが書かれていないということは、これではそれは追及していないということですか。

○経済産業省 いや、これも実は一番最初に冒頭で申し上げたんですけども、目的というのは、目的とビジョンは何かということが最初の問いとして投げかけられておりまして。確かにこの事業では、情報を広く行き渡せると、ただ、それだけではダメで、国民の方々が、若い層も大人の層も十分にインフォームされた状態になって、エネルギー問題について自分で考えることができる素地をつくるというそういうところがビジョンであると。

○永久評価者 ビジョンと目的どう違うんですか。

○経済産業省 目的というのは、この事業を行うことによって、何をなされるか。で、ビジョンというのは、その目的が達成されたことによってどういう状態に持っていくか。

○永久評価者 目的を達成するための具体的戦略とか、その政策みたいなものがビジョンというものじゃないのかなと思うんですけども、目的は、知識の普及だけなんですね。

○経済産業省 いや、そういう意味では、普及させるだけじゃなくて。

○永久評価者 いや、だけなんですかって。違いますね。

○経済産業省 違います。

○永久評価者 実際に省エネとかなんかに対して、アクションをとって欲しいということですね。わかりました。そうすると、この3つというのが物すごい効率悪いやり方になっ

ているというふうに思うんですね。

先ほど言ったように、このパンフレットとか副教材とかなんかというのは、限定的な使われ方しかしてないし、全員には普及してないし。このエネルギーの教育でいえば、さっき言ったように、文科省と一緒にやるべきだろうし、さらに聞きたいのは、ブロックごとの推進会議なんですけど、これ何人来られて、どのような結果になったんですか。

○経済産業省 ブロックごとの推進会議、各ブロックごとで、教員の研修会とか、成果の発表会などをやっておりますけども、教員の研修会なんかですと、日本全国になりますけれども、計 67 回実施されて、参加された先生数は延べ 3,000 人です。

○永久評価者 それ先生だけなんですね。

○経済産業省 教員の研修会はそう。それから、あといわゆる出前授業のような形で専門家派遣もやっております、これは日本全国で 108 回実施して、集まった生徒が述べ 7,000 人超になります。

○永久評価者 これ全体として、何人にそういうことをやればいいというふうに思われているんですか。

○藤城次長 関連でどうぞ。

○太田評価者 その 2 つだけですか。

○経済産業省 推進会議の事業はそれだけではなくて、いわゆる交流会として、先生の方々の成果共有会というのもございます。

○太田評価者 それは何回開かれて、何人ぐらい参加されているんですか。

○経済産業省 先生同士の交流会は、各ブロックごとに年 1 回。

○太田評価者 今の数字のお話で、数千人、数千人って話なので、9,000 万円ですので、一人連れてくるのに一万円以上かかっている、数万円かかっているというような計算をふとしたもので、非常にコスト高ではないかと思ったんですが。どのように評価されますか。

○経済産業省 先生方の研修会は、研修会に参加する先生は、自分で来ていただきます。ですから、この事業で負担するのは、講師に対する謝金とか講師。

○太田評価者 トータル 9,000 万円という理解でよろしいんですね、その部分については。

○経済産業省 そうです。

○太田評価者 先ほど何千人何千人と仰いましたので、先生が来たの、3,000 人くらいですか。で、生徒さんは 7,000 人と仰いました、ちょっと数字が。

○経済産業省 そう。

○太田評価者 そうすると、かなり一人連れてくるのにコストがかかっているなという印象ですが。

○経済産業省 これ、研修会では、確かに先生に集まっていただいて、研修を施すということですが、来ていただく、参加される先生方は、自力で来ていただいています。

○太田評価者 トータルで 9,000 万円かかっていて、3,000 人の先生と、7,000 人の生徒さんに集まっていただいていると。そのほかの交流会というのは、特段、講師料以外は出ていないということ。

○経済産業省 はい。わかりました。

まず、推進会議の 9,000 万円の使い道は、この 2 つだということだとちょっと誤解が生じるかもしれませんので、推進会議、この 2 つ以外にもやっております。それは、今申し上げた出前授業とか、先生方の研修会に加えて、イベントものもやっております、作文コンクールですとか、あと年 1 回のエネルギー教育フェアというようなものもありまして、これ正に各地域からのモデル校に集まっていただいて、成果を発表し、共有していただくといったようなこともやっております、この推進会議事業自体が、複数のエレメントからなっております。ですから、先生を呼んだり、講習会をするだけで 9,000 万円が使われてしまっているということではない。

○太田評価者 例えばそのフェアの動員数というのは何人くらいなんですか。

○経済産業省 フェアの動員数は、確か約数千人。

○藤城次長 もう時間もかなりたっていますので、どうしてもという方がいらっしゃれば、30 秒くらいで質問していただきたいと思いますと思いますが、よろしいでしょうか。

では、とりまとめにちょっと時間かかりますので、もう外務省さんの事業のあれを始めていただいて、途中でとりまとめができたところで、お話をするというふうにちょっと効率的にさせていただきたいと思いますので、一旦ちょっと説明者の方、交代をしていただけますか。どうも、すみません、大変に時間が押して申し訳ありません、本当お待たせをしまして。

外務省さんの事業は、海外広報等の事業でございますけれども、事務局から説明を1、2分でいたしまして、そのあと論点について外務省さんの方から説明をもらいたいと思います。

○事務局 相手国の国民に直接働きかけ、自国の政策や社会等について、理解や好意を得て、外交目的の達成を図る広報文化外交は、ますますその重要性を増しているところでございます。海外での広報文化外交で主導的な役割を果たしている在外公館と国際交流基金の事業について、これから御検討いただきたいと思いますと考えております。

対象となる事業は、国際交流基金の運営費交付金、在外公館を通じた講演会やシンポジウム、セミナー等の各種広報事業、在外公館における各国国民の対日理解を促進し、親日感の調整を図るための文化交流事業の3事業です。

フリップを御覧いただけますでしょうか、対象となる事業の実施主体である在外公館と国際交流基金の文化交流事業等の目的、訴求対象、成果指標が整理されているところです。このような概念上の整理を踏まえて、在外公館と国際交流基金の文化交流活動の在り方について、これから2つの論点で御議論いただきたいと思いますと考えております。

論点フリップを提示していただけますでしょうか。

論点は2点です。在外公館、国際交流基金、それぞれの文化芸術交流事業等のPDCAサイクルは確立されているのか、文化芸術交流事業において在外公館及び国際交流基金のそれぞれに期待される役割は何かの2点でございます。

事務局からは以上です。よろしくお願いします。

○藤城次長 今のPDCAサイクル確立の話と、それから在外公館、国際交流基金のそれぞれの役割、ここを中心に可能であれば、3分くらいで御説明をお願いします。

○外務省 ありがとうございます。外務省の大臣官房参事官水嶋と申します。よろしくお願い申し上げます。お手元の資料、外務省配布資料を用意させていただいております。そちらに沿いまして、御説明をさせていただければと思います。

まず、資料の1枚目でございますが、今日の世界の外交におきましては、政府間の交渉等に代表されます、伝統的な外交だけではなくて、シンクタンク、有識者、または民間企業、NGO等の声、また、国民世論等が国際的な諸課題において、影響を与えるような状況になってきてございます。そういう意味でも、外国国民世論に直接働きかける、パブリック・

ディプロマシーの重要性が増していると認識してございます。

昨今の日本の経済状況、また新興国の台頭によりまして、日本のプレゼンスの相対的な低下が懸念されます一方で、近隣諸国や主要各国は、積極的な広報を展開してございます。例えば、中国や韓国は、全世界で母国語を普及するための取組を展開してございまして、国際交流基金の海外拠点が22か所であるのに対して、韓国の世宗学堂は90カ所、中国の孔子学院は1,000カ所を超える海外拠点に設置しているということでしのぎを削っております。こういった厳しい国際環境の中で、国際社会において、我が国への信頼、及び我が国のプレゼンスを維持、向上させ、我が国の外交力を高めるといううえで、パブリック・ディプロマシーは極めて重要だと考えてございます。

ページをおめくりいただければと思いますが、その中で、文化芸術交流でございますが、これは日本の多様な魅力を発信して、日本に対する好感度を高め、諸外国の国民との相互理解、相互信頼を増進する重要な手段だと考えてございます。

資料では、それぞれの事業の基本的な性格を記してございますが、限られた予算の中で、国の代表機関、司令塔でございまして在外公館と高い専門性と国内外のネットワークを有する国際交流基金、これはそれぞれの強みをいかして、役割を分担しながら、また、相互補完的に事業を実施しているということでございます。その中で連携をしながら、オールジャパンでの文化芸術交流を遂行して、外交上の効果の高い事業を実施しているということでございます。連携している例としては、例えば、本年3月にエチオピアで五回目のTICADの閣僚級準備会合というのを開きました。そこで、在エチオピア大使館において、国際交流基金の協力を得て、欧州から三味線の奏者を呼んできて、それで、現地の音楽家とのコラボをやったりして、アフリカ各国の閣僚の前で、日本の文化を御紹介し、連帯感と理解を高めたということもございます。

ページをおめくりいただきまして、もう1つの論点でございまして、PDCAサイクルでございまして。3枚目の資料は、外務省在外公館文化事業のPDCAサイクルでございまして。在外公館文化事業に関しまして、各公館が、毎年度、外交ニーズ、現地ニーズに基づきまして、広報文化交流事業方針というものを策定いたします。右上の方でございまして。それで、高い効果が得られる案件を優先的に採用して、在外公館文化事業の事業計画を策定したうえで、本省に送りまして、本省は限られた予算の中で、必要性の高い案件、効果が得られる案件を優先的に採用して、事業計画を査定してございます。各公館は、その個別事業の実施に当たりまして、実施のあと、参加者あるいは事業実施者のコメント、アンケート、あるいは、報道ぶりなどの評価を踏まえたうえで、事業実施報告書という形で提出をし、それから年度ごとに、1年間全部を総括した広報文化交流活動定期報告書を提出してございます。その中からグッドプラクティス、あるいは反省点、そういったものを整理して次年度以降の計画の立案に役立ててでございます。

ページをおめくりいただきまして、国際交流基金のPDCAサイクルでございまして。これにつきましては、毎年度外交ニーズ、あるいは前年度の業務実績評価の結果をふまえて、外

務省と協議をしながら地域、国別方針等の重点方針を策定します。これに則りまして、事業実施計画を策定してございます。事業を実施したあとは、事業対象者へのアンケート、報道件数、そういったようなデータを収集して、自己評価を実施する。それから基金では、各分野の知見を有する外部専門家の方の評価もいただきます。そして最終的な業務実績を個々まとめてございます。その業務実績報告は、外務省の独立行政法人評価委員会による評価、それから最終的には、総務省の政策評価、独立行政法人評価委員会による評価を受けます。その評価結果を翌年度の目標決定に反映させるということで、PDCAサイクルを回して、効果的な業務運営に努めているというところでございます。外務省といたしましては、国際広報事業、在外公館文化事業、それから国際交流基金の事業を重層的に、また効果的にうまく連携をして実施することを通じて、日本のプレゼンスの一層の強化に努めてまいりたいというふうに思っております。

よろしく願いいたします。

○藤城次長 ありがとうございます。それでは、2つの論点を一遍に議論をしましょう。どなたからでもどうぞ。

水上さん、どうぞ。

○水上評価者 これは具体的に、それぞれ特に在外公館とかでイベントをした場合には、かなりPDCA自体はしているという説明をされていましたが、具体的にはつまりアンケートをとっているということなんですか。

○外務省 はい、そうです。案件によりまして異なりますけれども、基本的には事業に参加した方に、アンケートをとれる場合には、参加をした結果どうだったのかといったことを出していただきまして、それをまとめて事後報告の参考にさせていただいております。

○水上評価者 これお金とってやるということはないんですね、基本的に。ただですね。

○外務省 はい。在外公館文化事業は基本的には無料でございます。

○水上評価者 無料でやったイベントで来た人にアンケートをとって、もちろんそれでもなおアンケートの結果が悪いということあるかもしれないけど、それはよっぽどという場合なんじゃないかなと思うんですが。アンケートをとる以外の検証の方法って何か考えられていますか。

○外務省 はい、先ほどちょっと御説明の中では触れましたけれども、アンケート、参加された方の感じたことということも1つございますけれども、来た人だけに在外公館の文

化事業の効果というものではなくて、それを通じて、日本をよく知ってもらい、日本の文化を知ってもらいということが目的でございますので、例えば、その事業をどれだけ報道でより広くの方に知っていただいたのかということも参考にさせていただいております。

○水上評価者 ではアンケートをとるということと、特に大きなイベントをやるような場合は、その報道の波及効果があったかみたいところが今検証手段になっているということとでいいですか。

○外務省 はい、そうでございます。

○水上評価者 その場合に、これ別にすごく責めているという訳じゃないですけど、一般にアンケートですと言ってPDCAを回しますと言うと、1件あたりの金額がすごく小さければ、アンケートの結果も良いかということになりがちだと。一方でアンケートだけでPDCAをしていると、客観的な指標がないだけに、つまりそれによってどれぐらい理解が深まったかってのがわかれば、堂々と5,000万ですと言えるかもしれないけれども、そういうのがない場合は、一個一個の単価がすごく低いものになるような気がするんですけども、そういう傾向はないですか。

○外務省 はい、そういった意味では、確かに1件当たりの効果というものはあると思いますが、実は在外公館文化事業は、どういうことで実施をしておりますかと申し上げますと、基本的に現地のリソース等を活用して行うということで臨んでございます。1件当たりの単価で申し上げますと、平均でいくと、大体1件10万円くらいの費用で回してございます。その中には、例えば、事前の広報のお金だとかあるいは会場の借料だとか、そういったものを含めて、大体平均でそれくらいのお金で回しております。

○水上評価者 1件当たり10万円という話をするときに、すごく細かい検証をするかどうかという議論はあるんですけど、何か金額が大きくなったときにより詳しい検証をするというような金額ごとの検証の仕方の違いは今ありますか。例えば、10万円以下のものについては、アンケートとればいいけど、それを超えた場合は、もう少し何かするとか。さらに、500万円を超えたらこんなことまでするとか、そういうものはありますか。

○外務省 そのような形のカテゴリーで分けることはしてございません。

ただ、先ほど申し上げた、アンケート、それから報道、それからあとは、実際にその事業に参加していただいているような方々、そういった方々の声も踏まえながら、ということとはさせていただいております。

○水上評価者 一旦お譲りします。

○藤城次長 はい、じゃあ河村さん、上山さん、太田さんと行きます。その後、永久さん。

○河村評価者 先ほどからアンケートというふうに伺っているんですけど、何を聞いていらっしゃるんですか。イベントにいらした方に何を聞いていらっしゃるんですか。

○外務省 基本的には、例えば事業をやったときに、その事業によって日本のことがよく理解できたのかというようなことだとか。ちょっとすみません、例えば、全体として、この事業はどうだったのかという話から始まって、それで今申し上げたような、日本の文化に対する理解が深まったのか、あるいは理解、日本の文化に対して、より興味は高められたのか、あるいは、同じようなイベントがあれば、参加をしたいのかとか、そういったようなことでございます。

○河村評価者 時間がないので。ありがとうございます。

ただ、伺っていると、無料のイベントでいらした方にそういう質問を聞くと、多分肯定的な答えが結構出てくると思うんですね。それも大事なことはあるんですけど。やっぱりそのイベントによって直接的などれだけ効果があったのかということも測っていただきたい。これだけ今いろんなITとかが発達して、それこそ電子メール使って申し込んだり、インターネットで申し込んだりするようなことができる時代で、一人一人の人を、例えば参加する前と後とかで捕まえることもできなくもないと思うんです。

アメリカの国務省が出している評価の指標というのを見たんですけど、ちゃんと事前、事後しばらく経ってから、ということで、把握をしていらっしゃる。そういうことはやればできるんじゃないかなとか、とにかく当日いらしてくださった方に、直後紙配るかなんかして書いてもらってというだけでは不足で、例えば昨年IMF総会があったときに、プログラム・オブ・セミナーズというものがあって、私も民間でも行けるので行きましたけど、ちゃんとアクセスを押さえられているので、事後でちゃんとアンケートがメールできます。いろんなことを聞かれてということが出来ますので、例えば、申し込みを受けた段階で、基本的な日本に対する関心がどれくらいあるかをさりげなく申し込みと一緒に聞いておく。

それで、終わった後にどれだけそのイベントを通じて理解が深まったかとか、そうするとどれだけ効果があったのかとか、イベントも色々やっていると聞きますね。伝統芸能もおありでしょうけど、そうではないのもなんか最近、東京なんかナイトとかそういうのもあるみたいですね。どう違うのかとか、そういうことをやっていけば、もっと有効な指標になるし、今後、いろんなイベント、どういうのをするかということを選択されるときにも参考になると思うんですが、どうでしょう。

○藤城次長 今のも御意見だと思うので、ちょっとお答えはまた後でまとめてもらって、

次は上山さん。

○上山評価者 すみません、イベントとかプランのところをお聞きしたいのですが、対日理解の増進とか、文化事業の交流ということになると、極めて広いですね。今、先ほどお話ありましたが、伝統芸能から東京クラブナイトですか、そういうのまで。これはいろんなことをやられるときに、どのような基準でやられているのですか。漠然と単純に文化ということで括ってしまうと、いろんなことに支出が散漫になってしまって、結局のところきちんとした効果が上がってこないということになりがちだと思うんですけども。より絞った形でのプランというのを立てられているかどうか、そのあたりの基準を教えてくださいなと思うんですけども。

○外務省 ありがとうございます。

先ほどのPDCAサイクルのところのプランのところで、広報文化交流事業方針というものを在外公館でそれぞれまず立てることになってございます。そこの中では、それぞれの現地のニーズ、そういったようなものをしっかりととらえて、今の関心はどこにあるのか、そういったようなものも踏まえて、では来年度はこういう方針でいこうということを在外公館の方でしっかりと立ててもらって、それをもとに翌年度の計画を立ててもらおうとそういったことをやってございます。

○上山評価者 抽象的にお聞きすると、さもなんか立派に聞こえるな。例えば、具体的なお話でいうと、先ほどのクラブのやつなんかは、現地のニーズというのは、どの辺を現地のニーズととらえてそのようなイベントにつながっていらっしゃるのですか。要は具体的なとらえ方というのをどういうふうにされているのか、そのところが問題だと思うんですね。

○外務省 例えば、先ほどちょっとお話に出ました、いろんなジャパンナイトのようなイベントというのは、どういう場合にやっているかと申し上げますと、国際会議があったり、あるいは、何かのイベントがあったりで、たくさん人が集まるときに、日本のためのイベントではないかもしれないけれども、そのために、そのときに来られた方に日本のことを知ってもらおうということで開催するケースというのは多いと思います。

○上山評価者 もう一点だけ。現地のニーズに合ったものということで言うと、効果測定って、それぞれ現地ごとで違った形になってくると思うのですが、そもそものプランのところで、まず現地のニーズを、正直よくわかんないところがあるんですけど今のお話だけだと、どのように拾われて、それでかつそのニーズに合った効果が出たかどうかというのは、かなり詳細に細かく、ケースバイケースでやられているという形になってくるのです

か。

○外務省 ちょっともう少し補足をさせていただきますと、例えばある国では、例えばもともと親日的であるという国があるといったときに、その中で、親日的ではあるけれども、その中で日本に対する関心が、例えば若者の間では、いわゆるクールジャパン、あるいは、アニメ、そういったものに非常に関心が高いと、もっと知りたいといったような状況があるといったときには、来年度はそういったものもターゲットにしながら、事業を組んでいこうというようなプランの立て方というものはしてございます。

○上山評価者 すみません。クールジャパンはクールジャパンで別途事業ありますね。

○外務省 クールジャパンの事業はございますが、だからそういう中で、ニーズに合わせて、例えばポップカルチャーのようなものを使いながら、事業を行うこともございますし、例えば映画を上映するときに、映画の題材をそういったものを中心に選ぶ、そういったようなこともやってございます。

○藤城次長 色々だとなってしまうと、文化芸術交流の範囲が広いという、多分御指摘に絡むんでしょうね。

永久さん、どうぞ。

○永久評価者 パブリック・ディプロマシーはとても重要だと理解しているつもりです。ただ、ディプロマシーというくらいですから、外交な訳ですね。これは、とりわけ、民主主義の国家においては、国民が、政治の方向性を決めるということになっていく訳ですから、ここをきっちりやるというのは、本当に外務省としては、極めて重要な役割だと思うんです。

そうすると、この色々変化している国際環境の中で、パブリック・ディプロマシーを全体的にどういう戦略でやっているかというような、そうしたものがまずなきゃいけないはずです。どの地域にどういうふうになってもらいたいのか。あるいは、例えば重要じゃない国があるかもしれない。今、我々の国益を守るためには、どこの国に対して重点的にやっていかなきゃいけないかというのは、そうした資源配分というものはあるはずなんですけども、それはあるんでしょうか。

○外務省 今仰られた点というのは、例えば、今ある国において、日本に対する風評被害が非常にあるとか、あるいは、別の地域において、別に国名とか地域名出すつもりはないんですけど、別の地域においては、そういう風評被害ということまでは、例えば地理的にあまりにも遠いんで、そういうふうになっていないとかいう状況のときにおいて、どうい

う国に、例えば、その分野における講師を派遣するですとか、どういう分野から人を招へいするですとかということは、当然考えながらやっております。

○永久評価者 それはどこで決めているんですか。

○外務省 それは本省の方で決めてございます。

○永久評価者 本省で決めて、どこどこにどれだけお金をかけるということは決まっている。毎年変わる。

○外務省 そう。はい、毎年変わります。

○永久評価者 それはどこに公表されている。

○外務省 予算の規模によってももちろん変わりますし、それから今ここで議論してございます文化事業だけではなくて、広報それからある意味、政策広報の部分もございます。そういうったときに、いろんな手段もございますので、例えば資料を作って、その資料を在外公館を通じて、在外公館から説明をさせるということもございますし、あるいは有識者の方に現地に行っていただいてということもございます。そういうったことを。

○永久評価者 いいです。それはどういう戦略があるかというのは、おそらく対外的に発表してもなかなか難しいものでしょうから、それはただ予算配分を見たらわかりますね。

○外務省 それは、ですからさっき申し上げたように、お金を使うものと使わないものというのがございますので。

○永久評価者 じゃあ、事業の多さとか、資源配分ですけど、お金はもちろん当然濃淡出ますね。それは見ればわかりますね。事業の数とか。

○外務省 はい。ですから、今、申し上げたように、在外公館というものがございますので。200 以上ございます。大使館、総領事館。ですから、我々は在外公館というものをやっぱり有効に活用するということは、まず第一にございますので、資料等をもちろん在外公館に送って、在外公館でいろんなことしている。

○永久評価者 いや、僕はそんな質問をしているんじゃないくて、濃淡がありますねと。それはちゃんと戦略性によって、濃淡を付けていると、イエスと言っていたらそれで

オーケーなんですけれども。

○外務省 それは年によって、重点がもちろん変わります。

○永久評価者 そうなると、対象国の国内における方法というものも変わってきますね。どれが一番効果的な方法なのか変わってきますね。それは必ずしもニーズではありませんね。

○外務省 そう。ですから、それは例えば、この国においては、政府が直接話すのではなくて、逆に政府でない外の方に言っていただいて、外の方が説明した方がいいんだということもございますし、そうじゃない場合もあると思いますので、色々国の事情に応じて、いろんなツールを使いながらやっている。

○永久評価者 でも、先ほどは、その対象国のニーズによって、いろんなイベントを考えていると仰っていた。

○外務省 そうです。文化交流事業。

○永久評価者 でもそれは、その次に来るくらいの話であって、つまりニーズが仮にあったとしても、それが本来的な戦略性とずれるものであるならば、そこにお金をかける必要はないのではないですか。

○外務省 ですから、それは全体のもちろんパブリック・ディプロマシーという中で、在外公館が考えている文化事業、これをやりたいといったものが、それから外れているということであれば、それは本省の方で予算を付けないということでございます。

○永久評価者 それはどういうふうにしてチェックされていますか。

○外務省 どういうふうチェックされているというのは、本省の方に先ほどの在外公館がそれぞれ作ります方針、それから事業計画というものが上がってまいります。それを、全体を見ながら、予算が限られていますので、その中でプライオリティーをつけて予算を配分していると。

○永久評価者 そのプライオリティーはあって、予算配分する訳ですから、効果が実証されなきゃいけませんね。どうやっていきますかという話が先ほどのお話で。先ほどの話でいうと、国務省でやっているやつ、もちろん御存知ですね。

○外務省 私は個人的には承知していません。

○永久評価者 調べをしていて、評価のシステムができていませんね。というか、満足度アンケート調査くらいで終わっていますね。先ほど河村さんからそういうお話があったときに、そこまではやってないですね。例えば経年的な好感度の変化だとか、例えば、これによって参加したイベントを誰々に伝えたとか、そうしたもののまではいっていませんね。

○外務省 若干補足いたします。アンケート調査というのが非常に前面に出てしまいましたが、そういうことも踏まえつつ、どういった効果があるということをABCDという段階評価をさせていただいております。

ただし、今御指摘のとおり確かに国務省のような経年的にどうなっていくかということをしきっとグラフ化しているというような例というものはないので、そこは若干改善の余地あるかもしれませんが、他方で、一年一年ごとにその国の評価というものをしてもらっていますので、違いというのはわかるのかなと思います。

○永久評価者 その国の評価ってどういうことですか。

○外務省 毎年年度ごとに、例えばアメリカならアメリカでやったことの広報事業の効果については、評価報告書を出してもらっています。

○永久評価者 だから、そのイディケーターというか、例えばアメリカの場合だと国務省は8つあるんですね。

○外務省 そこに関しては、他の例も見ながら、まだまだそこは我々自身も評価がもうちょっと明確な指標というのは考えた方がいいかもしれないなというところがありますので、そこはより改善させていきたいところです。

○永久評価者 なぜこんなことを言っているかといったら、僕は、外交における広報ってものすごい重要だと思うんですよ。だから金額も少ないと思う訳ですよ、よその国に比べたら。だとすれば、それもなかなかあげられない状況だったら、いかに効率的に効果的にやるかということをしきったりやらなきゃいけないはずであって、それが十分に見えてないところがとっても残念なんですよ。

○外務省 どうもありがとうございます。

○藤城次長 大変な応援演説ですから。

○外務省 ありがとうございます。先ほど委員の先生方からいただいた御指摘は、確かにそこまでは、我々まだできておりません。正にいろんな国も参考にしながら、先生方の御意見も伺いながら改善に努めてまいりたいと思います。

○藤城次長 ニコ動を御覧の皆さんのコメントをこれからちょっと紹介してもらいますけれども、今までの議論というのは、やはり大切なお金ですし、重要な政策ですから、ちゃんと戦略を持ってやっているのか、それともボトムアップでやっているのか、そこら辺はどうなのかなという見極めの問題と。

もう一つ、さっき国務省の話がありましたけども、アメリカはやはり、タックスペイヤーの意識がすごく強いし、それから多分、これはアンケートをとること自体が外交の状況を把握することにもきつとなるので、国務省は色々な観点から見ているんだと思うんですね。今日の話なんかも是非参考にして、そういうところができるかどうか、これは非常に重要なところだと思います。

では、ニコ動の御意見を。

○事務局 はい、まずやはりこういった事業をやることで、外国で細かい人脈をつくっていくということは、やっぱり意外に大事なんじゃないかというようなこと寄せられておりました。

それから、やはりこういった評価をする際には、引用記事数とか、そういったところも重要な要素になるんじゃないかというような話ありました。ということです。

○藤城次長 ありがとうございます。

コメント書きながら、太田さん。

○太田評価者 これは、非常に、特に在外公館の方の書かれているレポートを事前に頂いて拝見したんですが、額が非常に少額であるにも関わらず、非常に詳細なレポートが作られていて、比較的きっちり評価されているなという印象を持つんですが。同じことが国際交流基金さんの方でもされているということですか。どうもあがってきた例としては、在外公館さんのものが多いものですから。

○外務省 ちょっと基金からお答えさせてよろしゅうございますか。

○国際交流基金 国際交流基金のほうでも、同じように在外公館で実際に受け入れていただく場合も多いんですけれども、報告を受けています。それを先ほど御説明したように、

全体の件数であるとか、観客数といった定数だけではなくて、定量で評価できるようにということであるとか、国際交流の専門機関として中長期にどういう成果が出たかというようなことを、評価するようにしています。

○太田評価者 ちょっと事前にいただいた資料ですと、在外公館さん、きちっとされているよりは、少し緩やかなのかなという印象を持ったんですが、そういうことはないという理解でよろしいですか。

○国際交流基金 そうではないつもりであります。

○太田評価者 はい、あとこれ、アンケートをとるときに、基本的にアンケートはこれ、二択なんですか、三択なんですか。あるいは五択なんですか。

○藤城次長 では調べている間に、次の質問を。

○外務省 すみません、今、大体四択だとか、五択だとか。そういったような形。

○太田評価者 通常きた場合に真ん中に丸をする人が多いので、真ん中は良い方に入れないということで、上2つのみというふうにすると、例えば 100%というような数字は、もっとずっと下がるんじゃないかという印象を持ちまして、その辺のアンケートの聞き方、あるいは意識が高まりましたか、あるいは高まりませんでしたかというような両方聞くと。色々アンケートの取り方自体も、その筋の研究では、色々蓄積もあるようですので、工夫されるといいかなということと。

○外務省 はい、ありがとうございます。

○太田評価者 あとベンチマークとして、他国については把握されているんですか。既によその国と比べると拠点が少ないというお話ありましたが、同じ国の中で、よその国が似たようなイベントをした場合の動員数に比べて、多かった少なかったという議論はされているでしょうか。

○外務省 ちょっとそこまでは、多分動員数が何人だったのかとかいうことが公表されていれば、また別なんでしょうけれども、特にそこまで詳細にほかの国の事業の成果までは見ていないということです。

○藤城次長 21 時を回っていますので、本当に重要な質問だけお願いします。それで、ま

だデマケの話をちょっとやってないので、もしそういう質問があったらお願いします。シートを書きながらお願いします。

○河村評価者 その論点をやってないので、すみません、そこをお尋ねしようと思いました。先ほどの御説明で在外公館と基金との役割分担、これ基金で高い専門性とか長期的視点とか出てくるんですけども、まず拠点の数が違いますね。それで、重複しておありになるところ、もちろんありますね。基金があるところには、もちろん在外公館もあるはずで、そこら辺は具体的にどういうふうに分けてらっしゃるかということを御説明いただけませんかでしょうか。

○外務省 はい。在外公館は御案内のとおり、外交上必要な場所ということで、大使館それから総領事館というものが設置をされてございます。それで、在外公館は、大使館と総領事館合わせて 204、それからあとは事務所として、出張駐在官事務所というものも。

○河村評価者 文化芸術交流事業を行うときのデマケでもう御説明くだされば十分なんです。どういうふうに。

○外務省 それで国際交流基金の方は、21 カ国に 22 カ所でございます。ですから、そこは正に文化交流事業を進めていく重点の地域ということで、限られた予算の中で設置をしているということでございます。基本的には、先ほどの資料にありましたように、基金の事務所があるところにおきましても、大使館あるいは総領事館が司令塔として、その地域での文化交流事業の在り方等を主導しながら、ただ、国際交流基金はそういう専門性、あるいはネットワーク等を持ってございますので、そういった基金の強みといったところとも、うまく意見交換をしながら、その地域での文化交流事業の企画立案それから実施ということに努めているということでございます。

○水上評価者 あの、永久さんがさっきお話されたことすごく大事であると思う一方で、お話を聞く限りでは、今はパブリック・ディプロマシーされてないんじゃないかという理解をしているんです。

つまり、パブリック・ディプロマシーだと言うんだとしたら、当該対象国に対して、今はどういうふうな印象を持たれていて、それをどういうふうに変えたいと思っていて、それに対して、いくらを投下して、結果としてどうなったのかという検証がなされるのがパブリック・ディプロマシーですね。そういう意味での活動って少なくとも今の行政事業レビューシート見る限りではされてないと思うんですけど、されているんですか。されているんだとしたら、どの事業でされているんですか。

○外務省 パブリック・ディプロマシー全体の評価ということになりますと、正にこのレビューシートそれぞれが、これ事業でございますので、それを正に総合する形での評価ということになるんだと思います。

ですからそこは、なかなか形としては出ているものがございません。そこは先ほど申し上げましたように文化事業だけではなくて、広報の活動もやってございますし、様々な事業を通じて、全体のパブリック・ディプロマシーというものを進めているという。

○水上評価者 パブリック・ディプロマシー自体の成果検証というものは、実際行われているんですか。例えばどの国でもいいです。どの国にこういう印象を持って欲しいと思っていると。戦略的にこうだと、それに対してこうこうこういうアウトプットをして、実際どうなったということについては、現実にやられているんですか。

○外務省 はい、それは例えば、世論調査といったものを全ての国ではありませんけれども、例えば米国なんかでは、ずっと世論調査を継続してございます。そういう中で、出てきている数字等を見ながら、ちょっとこういうところで変化が見られるので、力を入れて政策広報をやろうとか、そういったことは、やらせていただいております。

○水上評価者 最後意見ですから、答えていただかなくていいのですが、パブリック・ディプロマシーと文化交流事業は厳密にはちょっと違う事業だと思うんですよ。文化交流事業というものは、ルーティンにやる話で、1件50万とか80万でやりましょうという話ですから、アンケートちゃんととりましょうねという議論。一方でパブリック・ディプロマシーというのは、政策実現するためには、もっと億単位だろうが10億単位だろうが、必要であれば、かけなければいけないという事業だから、全然性質が違うものだと思います。

その上で、基本的には行政事業レビューシートを見る限りでは、ここに出ているものは、あくまで文化交流事業だというふうに理解をしています。文化交流事業として見た場合には、10万円、20万円という話だとすると、今のアンケートで十分だと思うんですが、もうちょっと大きく金額がなってきた場合には、成果指標について、単にアンケートを取るだけでいいのかということについてやはり問題提起が必要だと思ひまして、そこについては、ちょっとシートに具体的にこんなもの tookたらどうですかというのを書いておきますので、是非参考にさせていただければと思います。

○藤城次長 では、上山さんどうぞ。

○上山評価者 すみません、評価シートを書かなければいけないのですけれども、ちょっと書けないので、教えていただきたいのですが、在外公館の役割と国際交流基金の役割のところ、ここ補完・連携と書いてある訳ですが、それぞれに事業計画とかは独立して立

てられている訳ですね。具体的には補完・連携というものは、どういう形で、司令塔とか書いていますけど、別に国際交流基金さんが在外公館文化事業の支配下にある訳でもない訳ですね。そうすると具体的な補完・連携、あるいはその重複の排除というのは、こういった形でやられているのでしょうか。

○外務省　そこは、この在外公館で先ほどございました方針といったものを作って、それから計画を本省に提出してくる訳ですけれども、基金の方でももちろんこちらの資料にございますように、次年度の方針を作り、計画を作ります。その関係では、基金が次年度の方針、それから計画を作るのに資するように在外公館で作ります事業方針、それから計画、そういったものは、基金の方にもしっかりと見せて、それで基金の方での方針と計画の策定の際に、しっかりとそれを踏まえてもらおうと、そういった形にさせていただきます。

もちろん、その地域の基金の事務所、それから在外公館、連携、連絡をとりながら、その方針がずれないようにそういった調整をしながら、翌年度の方針事業計画を作っていくということでございます。

○上山評価者　ばらばらでやっていって重ならないようにというぐらいのお話ですね。司令塔というのであれば、より司令塔的な役割をはっきりさせて、一律の系統だった計画のもとで両者が動いたほうがいいのではないかと思いますので、そういった意味でいくと、ここに一応こういった司令塔だの専門性だの書いていますけど、実際には、両者横に並んでいるだけで、あまり系統だって動いているというような形では現状はないというようなことになるのでしょうか。

○外務省　今、実際、御説明申し上げたのは、在外公館が司令塔として方針をまず作りますということで、その方針をしっかりと基金とも共有をして、基金が翌年度の方針を作る際には、それに沿った形で作れるように、うまく、もちろん重複がないようにというのも一つでしょうし、それからそうじゃなくて、連携をとったり、相乗効果が出るような方針、事業計画を立てられるようにということで、そういうタイミングでまず在外公館が作って、それを基金の方に提示をして、それで両者が調整しながら方針計画を作ると、そういうやり方をしてございます。

○上山評価者　ごめんなさい。調整のところをもうちょっとはっきりと教えて欲しいのですが、調整というのはあくまでも調整であって、在外公館、あるいは本省さんの方で、意図するところに沿って、やりなさいというような形の指揮命令系統ではない訳ですか。

○外務省　基金の事業をやるのに外務省なりがこれをやれ、これをやるなというところまではなっていないと思います。ですから、そのところは常日ごろからしっかりと方針等の情

報を共有しながら、その全体としては、外交的な目的を達成するためにということでございますので、それに反しないような、あるいはその相乗効果が出るような形での事業の計画策定、それから実施というものに心掛けているということでございます。

○外務省 補足なんですけれども、その年度当初に出します大使館の事業方針の中には、その全体的な基本方針の次に特にその中で国際交流基金の役割ということで、大使館としては、この地においては、この国際交流基金には、こういった役割を担って欲しいというのは、実は、この事業方針に入っております。それで、この事業方針を国際交流基金と共有することで、国際交流基金は、そういう各公館から上がってきました事業方針を踏まえた上で、自分たちの事業方針を作成しているという形になっております。

それから、先ほどありました拠点があるところなんですけれども、これは本省からの指示で、平成 23 年の政策提言型仕分けで、特に拠点があるようなところは、その基金の役割と在外公館の役割をしっかりとすべきだというふうに指摘を受けましたので、それを踏まえて、年度の始まる前に本省の方からの指示、各公館に対する指示として、在外公館文化事業の案件形成をするときには、必ず海外拠点との間でその案件が重複しないように、それからきちっとその役割をよく話し合って、事業をするようにということも、これははっきりと公電での形で指示しております。実際に中国なんかでは、その海外の拠点との話し合いというのは、1 週間に 2 度行っているとか、かなり緊密に連携をしておりますので、そのあたりの案件調査を行っているというのが実情でございます。

○藤城次長 もうとりまとめをしたいのですが、じゃあ永久さん、最後にどうぞ。

○永久評価者 あの今のデマケの話ですけど、それアドホックで決まっちゃいけない話で、基本的な役割分担というのはあるべきだと思うんですね。そんなの僕が言う話じゃないと思いますけども。例えばこういう基金の方でしたら、対象がまずは違うんだろうと、一般国民だろうし、そうしたところと、ある意味、漢方薬的な役割が求められるんだろうと思うし、在外公館はより直接的な政治に関わるというか、意思決定に直接関わるような人たちとのネットワークの構築とか、そうしたものが本来的な目的だと思うんですね。そこから派生した役割分担というものをやるべきであって、アドホックに決めちゃいけないし、そうしたところはできていると思うんですけども、今の説明の補足になっちゃうかもしれないんですけども、そうしたことをやっていただきたいなと思います。

○外務省 ありがとうございます。それはしっかりともう既にやらせていただいておりますし、確かに大使館でやる在外公館文化事業は、大使館が前面に出てやる価値のあるもので、あるいは大使館が前面に出なきゃいけないもの、そういったことでやってございますので、そこはしっかりとやっているつもりでございますし、引き続き、やらせていただけ

ればと思います。

○藤城次長 そのしっかりやっつてというのをどういうふうに具体化して見せてくれるかということなのでしょうね。気持ちとしてしっかりやっつてらっしゃるのは分かりました。あとは、しかし2つのデマケがどうも具体的な事業を見ていると、結構似通っていたり、ダブらないように調整していただいているというのは、非常にそこはちゃんとやっていたんだなと思いますが、ただ文化事業の内容を見てみると、結構同じようなことやっている地区もないことはないので、そうすると基金の専門性と、それから在外公館のさっき言ったみたいな話が、見えるような形になってくると、なるほどこれはしっかりということでしょうし、そのあたりを多分期待されているのかなと思いますね。

では、シートはだいたい出揃ったので、ここで、議論は一旦止めまして、このあと、とりまとめに入ります。で、さっきの経産省さんの関係のとりまとめが既にできつつあります。これからちょっと相談をしますので、その話をして、そのあと外務省さんのとりまとめを御報告させていただきたいと思います。なお、今ニコ動の方にコメントがまた来ているようですので、それをちょっと紹介してください。

○事務局 先ほどの1点目の事業と共通的な視点も入っていますけれども、やはり、予算を必ずしも削れということではないんじゃないかと。要は効果を上げるようにもっと頑張りたいと、そういう御意見が1つあります。

それから、やっぱり広報もこれはやっぱり効果の検証は非常に大事なんだけど、やっぱりなかなか一方で、真面目な話、これはちょっと難しいなという感想を持ったというものが寄せられていた方です。

以上です。

○藤城次長 ありがとうございます。

それでは、経産省の方のとりまとめについて、とりまとめ人の太田さんから、お話をします。お席が変わるのもあれなので、よろしければちょっとそこで聞いてください。

お願いします。

○太田評価者 総合エネルギー広聴・広報・教育事業ということで、広報に関する事業についてですが、まず第1の論点、「目的とビジョン」については、「明確」という方がゼロ、「明確とはいえない」という方が5名でした。次の論点、「成果の指標が適切か」という点については、「適切に設定」という方がゼロ、「適切に設定されているとはいえない」という方が5名でした。

「適切に設定されているとはいえない」を選択された方の改善点としては、「指標の変更」が5、「指標の追加」が2、「その他」がゼロ。第3の論点、「費用対効果の高い広

報手段が取られているか」という論点については、「取られている」という方がゼロ、「取られているとは言い難い」という方が5名でした。以上を踏まえまして、とりまとめとしては、どのような国民に何を知って欲しいか不明確であり、目的ビジョンが明確とは言い難い。

また、適切な成果指標が設定されているとは言い難い。エネルギー政策に関する認知、理解、行動までを目的とし、それに見合う成果指標を設定すべきではないか。広報主体の役割分担も含め、費用対効果の高い広報手段、内容、方法が取られているとは言い難く、学校でのカリキュラム化などで対応すべきではないかととりまとめさせていただきます。

○藤城次長　ありがとうございました。

では、今、外務省さんの方のとりまとめの準備をしていますので、この後で広報全体のちょっとコマがありまして、短い時間なんですけど、その事務局の説明をちょっとさせていただきます。では、どうぞ。

○事務局　成果指標に関する分析を当方の方でしました。広報につきましては、既に定量的な指標の設定になじまないというものもある中で、アクセスを評価するもの、ホームページのアクセスとかイベントへの参加者数で評価するもの。またアンケートで評価する、と。アンケートでよいと評価した割合とか、理解できた人の答えた割合等をとるものがあります。

あと、個別指標の設定型で、何々を何々%にするとか、経済効果〇〇円とか、そういったものを設定しているものもございます。具体的には、例えば内閣官房の内閣広報室経費であれば、首相官邸のホームページの総理外遊記録の映像の視聴件数、というものをとっている。

また、内閣府の政府広報につきましては、広報の理解度、満足度といったものをとっていると。復興庁におきましては、福島産の農産物につきましては、市場の価格動向など、どの程度回復しているかといったものを指標でとっているとといったような形で、このように具体的に指標を設定して、把握できるようなものも既にかなりレビューシートの中でも位置づけて取組まれているということでございます。

最後のセッションにつきましては、このような政府における広報において、どのような成果指標というものを設定して、具体的な広報の効果を把握していくかといったことについて、御議論をいただければということでございます。

以上です。

○藤城次長　成果指標が大事だというのは、さっきの国務省さんの話にもありましたし、それから、お互いにグッドプラクティスを参考にしながら、よりよくしていこうというお気持ちを大切にしながらやっていく必要があるんだと。そういう意味で、うちの事務局の

方でさっき調べた一例というものを御紹介させていただきましたけれども、これについて、御意見ございますか。

外務省のとりまとめができました。では、先にそちらを。

○太田評価者 外務省の広報に関する事業についてのとりまとめを御報告いたします。

論点1、「PDCAサイクルは確立されているのか」ということについては、在外公館については、「確立されている」がゼロ、「一部確立されている」という方が4名、「確立されているとは言い難い」という方が1名でした。「一部確立されている」という方で、一部にとどまる理由としては、「目的が明確でない」が1名、「適切な成果指標が設定されていない」が4名、「評価が反映されていない」が2名。「その他」ゼロ名です。

国際交流基金については、「確立されている」がゼロ、「一部確立されている」が4、「確立されているとは言い難い」が1名でした。「一部確立されている」という点で、一部にとどまる理由としては、「目的が明確ではない」が1名、「適切な成果指標が設定されていない」という方が4名、「評価が反映されていない」という方が2名でした。「その他」ゼロ名です。

第2の論点、文化芸術交流事業においては、「在外公館及び国際交流基金のそれぞれに期待される役割は何か」について。在外公館の役割については、「企画立案機能をいかした事業の重点化」が3名、「その他」が2名です。国際交流基金については、「専門性に基づく事業の重点化」が3名、「その他」が3名でした。

以上を踏まえまして、とりまとめコメントといたしましては、海外における在外公館、国際交流基金の文化交流事業ともPDCAサイクルが必ずしも十分に確立されていない。今後、戦略をもとに具体的な目標や重要地域を定めるべき、適切な成果指標を設定するとともに、個々の事業の評価については、例えば、米国の様々な評価手法を参考にすることや、事前と事後のアンケートをとること、アンケートは5段階程度にして中央値を評価に含めないこと等の取組が必要ではないか。

また、一定の規模以上のイベントについては、参加者等に対し、次回開催に向けた寄付を集めることや、次回有料化しても参加したいのかのアンケートを行う等の工夫を検討することが必要ではないか。在外公館及び国際交流基金の文化芸術交流事業の役割分担に関する説明が不十分であり、より具体的な役割分担が必要ではないか。在外公館は、当該国における企画立案の司令塔としての役割や、現地の政治的ネットワークの構築等に重点化する一方、国際交流基金は専門性をいかした事業に重点化するなど、両主体の役割分担の在り方を明確化するべきではないかととりまとめさせていただきます。

○藤城次長 ありがとうございます。では、以上をもちまして、外務省さんの事業についてのコマは終了いたします。

さっき始めました政府の横串的なところで、指標をどういうふうに活用していくかとい

うことについての自由討議のようなものを短い時間ではありますがやりたいと思いますが、いかがでしょう。

どうぞ。

○水上評価者　大きく広報について言うと、シートの中に、例えば論点2でどういうものが重要かみたいな話で、広報内容の質とか役割分担とかいうふうに色々あるんですけど。やっぱり私は基本的には費用対効果なんだと思います。もっと言うと、費用対効果が高い広告は、基本的に質が高い広告なんであって、政府の行う広告においては、芸術上のレベルが高いかどうかとかというのは、基本的には税金を払うという意味では関係ないので、政策目的とかの関係で費用対効果質が高い広告は、質が高い広告だというふうに、基本的に考えていいんだろうなという理解をしています。

その意味で考えたときに、広告とか広報というものについて、大きく2つ種類があるんじゃないかなというふうに思っていて、1つは具体的なイシューがあるもの、例えば今回で言うと、原発事故に関する風評被害を、一部特に誤解に基づくようなものについては払拭しなければいけないみたいな極めて具体的なイシューの問題ですし、例えば、はしかの予防接種を打って欲しいとかというのも、極めて具体的なイシューに対する問題だと思うんですね。そういうものについては、はしかであれば、実際に予防接種を受けた人は増えたのか、みたいな話が極めて明確な効果測定になるので、それで効果を測定するというのをやるべきなんだろうなと思います。

つまり、これは広報なのか、具体的な政策誘導なのかというところで、政策誘導型のものについては、政策が実現したかどうかということで基本的には考えればいいんだろうなというふうに思うんですが、広報と言ってしまった瞬間に、なんか完全に政策型なのに、そこが十分に検証されていないというものがあるんじゃないかというのは、1つの問題意識として持っていますが、永久さんなんかはいかがですか。

○永久評価者　広報って、僕は目的と目標を設定すれば、おのずといろんなものができてくるんだろうと思うんですよ。これ企業で考えると、要は目的ってきれいに決まっている訳ですね。これを売るとかこれを知ってもらおうとかってそういう訳で、その目的がクリアでないとまずいけないと思うし、さらにそれを図る、いわばだから目標、年間の目標とか月の目標とか、その目的に進んでいくための一つの目標みたいなものを設定すれば、あとはそれによっていろんなこと、それができたかどうか指標になる訳だから、それが確立されないと、なんか訳のわからないものになってしまうということだと思うんですよね。それで、それが上がるものもいい、さっき言ったように、クオリティのいい広報の仕方だし、それが上がらないのは悪い広報なんですよ。そのあたり、僕はもう目的と目標をきっちりと設定することが前提条件だというふうに思います。

○河村評価者 あの前ほどのエネルギーのところでも典型的に出てきたのかなと思いますけれども、広報事業をすることが目的になっちゃっている。それはちょっとどうなのかな、なんのためにするのか、事業をすることが目的になっているから、事業をどれだけしたか、パンフレットをどれだけ配ったか、イベントに何人来たか、だけになってしまうので、やっぱり何を伝え、何を理解して欲しいのか、それで、できれば行動を起こして欲しい訳ですよね。そこまでをちゃんと目標にそもそもきちんと掲げていただいて、いろんな広報事業あると思うんですけど。で、そういう目的だからこそ、きちんと適切な指標を設定していくというのが必要じゃないかなと思いました。

○上山評価者 私もやはり広報は目的を明確にするというのが、第1だと思います。なんとなく、やっているのでもやることも散漫になって、結局のところお金を使って、薄く広くただ、実際のところは効果があがらないということになっているのかなと思うので、本当にやりたいことに重点的にやりたいことが決まれば、当然やるべきことということも決まってくるはずなので、まずは目的のところを一番最初にきちんと明確にするということだと思います。

○太田評価者 基本的には具体的な行動を起こしてもらうための広報と、一般的に理解を深めてもらうための広報は明確に分ける訳で、行動を起こしてもらう場合は、行動で指標を図ればいいんですけども、普通に伝えるという理解を深めてもらうというものについては、物理的に紙を刷って配布するとか、人を具体的に集めるというのは、これは非常に効率が悪いという印象を持っておりまして。先ほどのパンフレットでも実際には2万8,000部ですか刷るんだけど、インターネットのダウンロードは5万あるということであれば、徐々にインターネット上に適切な情報を配布すると、置いておくという方に移っていくべきではないか。

少なくとも、理解を求めるような広報については、移っていくべきではないかと。特に政府の情報については、本当に見つけにくいです。公開されている情報であっても、リンクが切れていたり、どこに何があるのかということは、普通の人検索エンジンで探していくのは本当に大変なので、まず、公開されている情報だけでも、入口ポータルサイトのようなところで、適切に整理して、今ある情報を出すだけで、相当広報としては効果があるのではないかなというふうに考えております。

○上山評価者 あと、ターゲットをもっと明確にしなければいけないのかなという気がします。先ほどのエネルギーにしても然りだと思うのですが、結局どこにターゲットを絞っているのかよくわからないものが多いんじゃないかと。その結果、“全部”、結局、この言葉になっちゃう、“全部”散漫になってしまうと。目的とターゲットを明確にして、重点的な狙い撃ちをするということだと思います。

それによって、今、ウェブを使うという話もありましたけど、ターゲットによってはウェブよりも、もっと違った形のものが適切なものもあると思いますので、まずは、目的とターゲット。そのところを明確にすることが重要なのかなと思います。

○永久評価者 今のにも関連しているんですけども、ウェブが必ずしも効果的だって訳でもないんですね。ウェブ載っけちゃったら、なんかすごく納得しちゃいますけども、そこにいかに持ってくるかというような、そうした工夫というものも同時に必要で、そのあたり勘違いしないようにした方がいいかなと思いますけど。

○水上評価者 今の広報の議論をしながら、非常に難しいなと思っているのは、はしかみたいなものは、ある意味わかりやすく、予防接種を受けてくれないと国民みんな困りますというところで、国民の間にもあまり価値判断の差がないですね。一方で、国民の間にも価値判断の差があるものについて、特定の価値判断の側に広報をすることが正しいのかどうかという議論は、一方では結構重要な問題としてあると思うんですね。国民的に議論しきやいけないイシューについて、今の政府はこう思っていますというのに、じゃあどれくらいお金をかけて誘導するんですかという議論は、一方であると思うんです。

つまりそれは、パブリック・ディプロマシーみたいなものと国内広報みたいなものを区別するかどうか。外交的にいうと、かなり戦略的にこう思って欲しいというのガンガン打ち出すべきだって話はあるかもしれないけど、国内で同じことをやることには問題はないのかというところがあると思いますが、その点はどうなんですかね。

○永久評価者 僕は客観的なデータはきっちりとフェアに、何も脚色せずに出すべきだというのがまず1つです。それと同時に政府としては、やっぱりこれを政策として実現していきたいというものがあると思うんですね。それについて、政策誘導というか、世論に対して誘導的なことをするというのは、これはあり得ると思うんですよ。

ただ、ほかのメディアもある訳ですから、世論形成にそれだけが貢献する訳ではなくて、いろんなものが影響する訳ですから、そんなに心配することはないんじゃないかなって一方で思っていますけど。

○藤城次長 コメントが2つ来ているようです。

○事務局 本日最後になろうかと思いますが、やはりとりあえず問題となっているのは、縦割りの問題がやっぱり大きいんじゃないかという点。

それから省内で、もっとこの広報というものの位置づけ、地位が高まらないといけないんじゃないか。まだ低いんじゃないかという御意見がありました。

あす以降も引き続き御意見をお寄せいただきたくございます。よろしくお願いします。

今日はありがとうございました。

○藤城次長 広報の位置づけってなかなか難しいんですね。それは多分、ターゲットの明確性との関係で、やってもやらなくても同じだと思われてしまうと、そういう扱いになってしまいますし。他方、永久さんが仰ったみたいに非常に重要な側面、活かし方次第で非常に重要になるというところありますんで、その両方がきっとあるんだと思います。

コメントシートが今集まりつつあるということで、これで最後のとりまとめを今、しようと思っていますが、太田さん。

○太田評価者 媒体が色々あるということですけども、やはり本当に広い人に一方的にわりと単純な情報伝えるのであれば、TVとかそういったメディア有効で、かなり深い情報を出そうというときには、多分インターネットが重要で。ただ、あまり有効ではないと思われるのは、公共の場所に行くときよくパンフレットの棚があって、ずらっとパンフレット並んでいるけども、誰も取っていないという、そういう紙媒体というのは、やっぱり今後重要度は下がっていくのではないかというふうに考えます。

○水上評価者 広報をやるときに1つ、どのぐらいの政策テーマについてやるか、つまりたくさんの政策テーマについてちょっとずつ広報費を出すのか、政策テーマ自体はすごく絞ったうえで、もっとダンッとやるのかという選択と集中をどれくらいきかせるかというのは、予算という意味から広報を考えたときは、結構重要な側面なんだろうなというふうに思うんです。

そのことを考えるときに、ツイッターなんかでも意見があったという話ですけども、その選択と集中は、誰がイニシアティブを握ってやるんだということとの関係が非常に出てくるんだと思うんですが。広報はやっぱり非常に難しいのは、成果が検証できるだけの域値を超えない広報をすると、見かけ上は何の意味もないようにしか見えないということになりますね。だとすると、ある程度は選択と集中をきかせないと、検証しようがない広報になってしまう、というところは、1つポイントなんだと思うんです。

ただ、その場合にじゃあ何に選択と集中するのかというところがオープンかつある程度フェアでないと、何か特定の政策に誘導しているんじゃないかという議論になりかねない部分があるので、そこのバランスなのかなという理解をしていますけれども。選択と集中自体は必要なんじゃないかなという理解、今だとちょっとあまりに総花的に広報しているんじゃないかなという理解はあるんですが、そのあたりはどうですか。

○永久評価者 それで言うと、コントロールタワーというか、司令塔が必要で、その全体としての省庁横断的なコントロールタワーと、さらに各省庁でのタワーみたいなものが必要だと思うんですけども、そこに有機性とか整合性とかそうしたものをもたせていく必要

があると思うんですね。これなかなか企業でも色々なところで勝手にやっちゃうみたいな問題があるので、そのあたり、よりでかいところになる訳ですから、十分注意してやらなきゃいけないだろうと思いますけど。

○藤城次長　ありがとうございます。

それでは、ちょっと今、とりまとめの準備をしておりますので、少々お待ちください。

○太田評価者　あとは余計なことですけど、広告などですと、最近は、非常に絞ったターゲットを相手にインターネット上で広告をうっていくというようなことがありますけど、これ時間があるので、論点の提示というようなことなんですけれども、一定の特定の効果の高い層に限って広報を行っていくということ自体いかがお考えでしょう。

○永久評価者　その目的と目標によると思うんです。目的がその特定の対象をカバーするものであるならば、それにもっとも効果的なものを選べばいいだけの話であって、我々もよく色々考えるときに、それ誰に向かって言っているのかというのを聞く訳です。誰に聞いてもらいたいのか、それによって媒体も、例えば言葉の表現の仕方も中身も変えていきますね。それもだから目的がクリアになったならば、自ずと変えられるんだと思うんですね。

○太田評価者　例えば、はしかの予防接種の広報をはしかという言葉を検索エンジンで検索したターゲットに限って出す広報、効果は非常に高いように思いますが。

○水上評価者　そうです。あるいは特定の年齢の人がよく見るもの、例えばはしかなんかだと、ある特定の年齢層の人に特に打ってもらいたいというのがあるから、そういうターゲティングという議論はすごくあると思うんです。それが同時に一定の政治性と結びついたときにどうなるか。例えば、選挙の前に若者にだけ投票に行きましょうという広告をうつことがどうなのかというような議論をし始めると結構難しい部分があると思いますが。そこが比較的中立的なものであれば、選択と集中を図ること自体は、費用対効果からいけば正しいんじゃないかなというふうに私は思いますが、いかがですか。

○河村評価者　今仰ったように、はしかって検索エンジンにかけたら引っ掛かるかということ、国民の側からかけるアクションがまずなきゃいけないんですよ。それをもともとそういうことの予備知識もない人に子どもが病気になったら大変だからということで政府が広報するんだとすると、それは多分ちょっと手段が違うのかなと。予備知識のない人がはしかで検索エンジンにかけることはあまりないのではないのでしょうか。ほかの場合には有効なツールであるかもしれないんですけど、やっぱりそこはよく色々考えて、やった方が

いいかもしれない。インターネットで引っ掛かるというよりも、それこそ小児科のお医者さんのところに貼っておくとか、幼稚園とか保育園に貼っておく方がよっぽど効果があるかもしれないです。

○藤城次長 さあ、準備ができたようです。それではちょっととりまとめの皆さんに見ていただきましょう。もう席に集まっていたいで、一緒に見ていただいて。今回もかなり細かくコメントを書いていたので、それを盛り込みながら今準備をしています。

本当に遅くまで御覧をいただきありがとうございます。あすもまた 14 時からきつとレビューがあります。今日よりは時間配分きちんとやりたいと思いますので、またあすもよろしくお願いします。

それではまとまったようです。太田さんから発表をお願いいたします。

○太田評価者 はい、広報に関する事業全般についてですけれども、まず第 1 の論点、「広報事業の成果を図る指標の在り方」について、最低限設定すべき指標を複数選択していただきましたが、まず「認知度・到達度の広さ、伝える」というのが最低限の指標になるという方が 3 名、「理解度・満足度の深さ、伝わる」という方が、そこが最低限設定すべき指標であるという方が 3 名。「具体的な行動を起こす、変わる」という点に指標を設定すべきという方が 2 名でした。「その他」1 名。

次に第 2 の論点、広報事業の改善策について、特に必要と思われる改善策を複数選択でありまして、「役割分担、重複排除」という方が 2 名。「費用対効果」という方が 4 名、「広報内容の質」という方が 4 名、「広報対象の重点化」という方が 2 名、「その他」2 名でありました。これらを踏まえたとりまとめ案としましては、政府が行う広報関係事業については、広報をすることそれ自体を目的とすることなく、目的やターゲットを明確にしたうえで、最低限認知度・到達度等の広さを測る指標及び理解度・満足度等の深さを測る指標を設定すべきではないか。その上で、目的によっては、行動にまでつなげたかを指標として設定すべきである。その際、特に費用対効果、政府の広報の内容の質に重点を置いて行うことが必要ではないか。ホームページに一元的に載せることも重要だが、ただ載せるだけではなく伝わることを念頭において、広報を行うべき。検索が効率的にできるようにする必要がある。また司令塔において、効率的に行うべきではないか。これらのことは政府が行う広報関係事業全般について、今後の行政事業レビューの中で改善を進めていくべきではないかととりまとめさせていただきます。

○藤城次長 ありがとうございます。

本当に遅くまで今日はありがとうございました。また、インターネットを御覧の皆さん、遅くまでお付き合いいただきましてありがとうございます。また、明日もやりますのでよろしくお願いします。

それではこれでおしまいにします。