

## 政権交代と政府広報の変化

川上和久

### 〈はじめに〉

平成 21 年 8 月 30 日に投開票された第 45 回衆議院議員選挙において、民主党は 308 議席という、一党としては最大の議席を獲得した。一方、自民党は結党以来、衆院選で第一党の座を明け渡したことがなかったにも関わらず、119 議席の惨敗を喫し、民主党に政権を譲り渡す結果となった。民主党は小選挙区で 221 議席を得たのに対し、自民党はその 3 分の 1 にも満たない 64 議席に過ぎなかった。

比例代表では、自民党は北関東・南関東・東京・東海・近畿ブロックでいずれもふたケタ得票率を減らし、比例で合計 55 議席。一方で、民主党は北海道・九州以外ではふたケタ得票率を伸ばし、比例で 87 議席を獲得した。

「政権交代」というキーワードが、政策の大胆な変化による社会変化を期待した多くの有権者に民主党への投票を促したわけだが、「子ども手当」や「公立高校の授業料無償化」「高速道路無料化」などの目玉政策だけでなく、「政権交代」に向けて、民主党をはじめとする野党は、さまざまな政策分野において、自公政権下においても、さまざまな政策の「否定」「変革」を企図してきた。「政府広報」も、その一つとしてあげられる。民主党をはじめとする野党は、実は、政権交代前に、政府広報における政権の問題点を、さまざまな形で追及してきており、既に、自公政権下においても、その影響は表れていた。

本稿では、民主党をはじめとする政権交代前の野党が、政府広報をどのよう

な形で問題にしてきたのかを、野党の質問主意書や政権交代期前後における政府広報の変化を手がかりに分析し、そして、政権交代が果たされたことによって、それが望ましい形に変化したのかについて、検証していきたい。

## 〈各省庁による政策広報の変化〉

政府による広報は、各省庁が行っている広報と、全体をとりまとめる形で内閣府政府広報室が行っている広報とがある。

各省庁が行っている広報としては、ホームページやパブリシティ、白書類の発行、メールマガジン等を通じた政策広報、都道府県を通じた都道府県や市町村への必要な政策の広報依頼、必要に応じた個別広報があるが、従来は、月刊・隔月刊など定期的な紙媒体による政策広報活動が一つの柱となっていた。これは、省庁が直接編集しているものもあれば、省庁が編集協力する形で、外郭団体等が編集・発行する形のものもある。しかし、その形態には変化が見られるようになった。

総務省では、総務省大臣官房政策評価広報課広報室が「総務省」を発行し、総務省の政策を周知しているが、これは、PDF版で見ることができる<sup>(1)</sup>。

他にも、情報通信行政について動向を周知するコンテンツが盛り込まれた「情報通信ジャーナル」など、編集協力して政策が広報されているものもある。

法務省の政策広報としては、法務省大臣官房秘書課広報室が発行している「法務省だよりあかれんが」がある<sup>(2)</sup>。

外務省は、紙媒体としては外務省関係者の調査研究の一端を執務参考に供するとともに、外務省関係者以外にも紹介するために「外務省調査月報」を発行しているが、海外事情や国際情勢、外交課題などをわかりやすく解説する「わかる！国際情勢」のコーナーを外務省HP上に設け、月ごとに更新している<sup>(3)</sup>。これは、紙媒体ではない。

## 政権交代と政府広報の変化

財務省は、予算・税制をはじめとする財務省の施策に関する解説記事・関連資料等を掲載する政策広報誌「ファイナンス」を発行している<sup>(4)</sup>。

文部科学省は、文部科学行政に関する重要な施策等について、広く国民へ情報を提供することを目的として、「文部科学広報」を編集・発行しているほか、文部科学省大臣官房政策課が直接編集し、大正9年に創刊された「文部時報」を前身として、約90年にわたって文部科学行政における重要施策の動向と取組を広報する総合政策広報誌「文部科学時報」を月刊で発行している<sup>(5)</sup>。

政権交代の影響で、編集・発行形態が変わったものもある。厚生労働省大臣官房総務課広報室の編集協力のもと、少子高齢化対策、地域福祉の充実をはじめ、労働条件、雇用対策など、厚生労働省が行っている社会保障の構造改革に関する国の施策を伝える「月刊厚生労働」は、編集・発行してきた財団法人労働問題研究会が、平成22年3月31日をもって解散した関係で、中央法規出版がその編集・発行業務を引き継ぎ、発行している。編集・発行業務を担ってきた財団法人労働問題研究会は、厚生労働省大臣官房総務課広報室所管の財団法人で、1966年に設立されたが、公益法人の事業見直しの一環として解散となったものである<sup>(6)</sup>。

農林水産省は、「消費者、農林水産業関係者、農林水産省を結ぶビジュアル・広報誌」として「AFF」を月刊で発行している<sup>(7)</sup>。

経済産業省の政策広報誌には「経済産業ジャーナル」があるが、「経済産業ジャーナル」は電子ブック化しており、経済産業省のホームページにアクセスすることによって、無料で閲覧することができる<sup>(8)</sup>。

国土交通省の広報誌「国土交通」は、国土交通省が編集協力する形で（社）建設広報協議会、（財）運輸振興協会、（財）国土計画協会、（財）北海道開発協会が編集・発行を行っていたが、平成21年3月に休刊となった。平成21年12月から、国土交通省大臣官房広報課編集発行する形で、隔月刊で復刊している。

## 政権交代と政府広報の変化

環境省は、最近の環境行政情報や、企業や個人の環境問題に対する先導的な取り組みを紹介し、国民一人ひとりが環境のことを考え、地球のためにできることを見つけ出すために役立つ情報を伝えることを目的に、広報誌「エコジン」を編集・発行している<sup>(10)</sup>。

防衛省は、編集協力し、扶桑社が編集・発行する防衛省唯一の情報誌「MAMOR」を平成21年9月から刊行しており、防衛の政策や自衛隊の活動を分かりやすく紹介し、国民とともに防衛を考える情報誌を目指している<sup>(11)</sup>。

このように、各中央省庁が政策を周知するために発行している定期刊行物は、所管する外郭団体に編集・発行を委託する形はほぼなくなっている。また、委託・発行した定期刊行物の買い取りも困難になってきている。これは、野党時代の民主党が、外郭団体との随意契約を含めた委託契約→発行した媒体の買い取りを通じて、税金が外郭団体に流れ、天下りを含めた外郭団体の維持が目的化しているという批判を展開したことも影響している。

今では、各省庁の広報も、一般競争入札の形で民間会社が編集・発行を受託するか、直接編集・発行する形になってきており、ここでも、政権交代によって、外郭団体が政策広報の編集・発行を担う形が困難になってきている傾向が読み取れる。

また、電子ブック化、PDFでコンテンツが読めるなど、脱紙媒体化も少しずつ進んでいるといえよう。政権交代によって、政府広報は、各省庁レベルでは、外郭団体に広報用の予算が流れるシステムが崩されたといえよう。

### 〈政府広報室による政策広報〉

各省庁が行っている広報活動だけでなく、政府全体の立場から政府の重要施策について、内閣官房内閣広報室の総合調整の下、各府省との連携を図りつつ、各種の媒体を活用した政府広報を行うとともに、政府施策に対する国民の意見、

要望を把握するための広聴活動を実施しているのが、内閣府政府広報室である<sup>(12)</sup>。

広報活動としては、テレビ・ラジオの番組やスポット、新聞・雑誌の広告など各種の広報媒体を活用するとともに、政府広報室の編集・協力による出版物やホームページ（政府インターネットテレビ・政府広報オンライン）を通じて、国民生活にかかわりの深いテーマについて紹介している。

また、広聴活動として、基本的な国民意識の動向や政府の重要施策に関する国民の意識を把握するための世論調査を実施するとともに、公募により選定した国政モニターから政府施策に関する御意見、御要望をお聴きする国政モニター制度を運営している。

この政府広報も、政権交代前からさまざまな変化を余儀なくされた部分があった。その理由の一つとして、民主党、社民党など当時の野党の国会議員が、政府広報のあり方について、費用対効果を中心として、国会で、質問主意書を提出するなどして質してきたことがあげられる。ここでは、政府広報に関わる質問主意書の中から、代表的なものをいくつか以下にあげる。

### 〈今野東代議士による質問主意書と答弁〉

平成 16 年 4 月 8 日に提出された、今野東代議士による質問第 72 号「政府広報に関する質問主意書」では、

政府広報は国民生活に様々な影響を及ぼすことから、適正を期するためその実情を明らかにする必要がある。よって次の事項につき質問するので、政府の所見等を明らかにされたい。

## 1 政府広報番組について

- 1 政府広報が果たしている役割をどのように評価しているか。
- 2 平成12・13・14年度におけるテレビ・ラジオの政府広報番組の各番組名・内容・放送局・放送実行概要・視聴率。

## 2 政府広報予算について

- 1 平成12・13・14年度における年度別政府広報予算。
- 2 政府広報を放送するテレビ局・ラジオ局との契約の方式。
- 3 平成12・13・14年度における年度別の政府広報に関する契約を行ったテレビ・ラジオ各放送局及びそれぞれの契約にかかった費用。
- 4 契約金額の算定基準の有無。あるならばその内容。ないのであればその理由。

という形で、政府広報の効果、予算の適切性が問われた。それに対し、小泉純一郎首相は、平成16年4月27日に、下記のような答弁書を送付している【一部抜粋】。

### 1の1について

政府広報（内閣府大臣官房政府広報室が実施する政府の重要な施策に関する広報をいう。以下同じ。）は、政府の重要な施策の内容、必要性等を広く国民に周知し、それらの施策に対する国民の理解と協力を得ることを目的とするものであり、政府と国民を結ぶ重要な役割を果たしているものと考えている。

### 1の2について

平成12年度から平成14年度までの各年度において、内閣府が放送料金を負担し政府広報として提供したテレビ番組及びラジオ番組に係る番組名、内容、

## 政権交代と政府広報の変化

放送局、放送日時並びに視聴率及び聴取率は、別表第1から別表第3までのとおりである。

別表1～3はここでは省略するが、代表的なものを以下にあげる

平成12年度 テレビ

テレビ東京他24局「IT列島ニッポン」平均視聴率0.9%

～日本テレビ他31局「今さら人に聞けない～大人のためのIT講座」

平均視聴率 6.1% 等 計11番組

ラジオ

FM東京他35局「中山秀征の愛してJAPAN！」等 計7番組

平成13年度 テレビ

テレビ東京他22局「大調査！なるほど日本人」平均視聴率 2.7%

～フジテレビジョン「キク？みる！」平均視聴率 6.6% 等 計9番組

ラジオ

TBSラジオコミュニケーションズ他6局「グッドモーニングジャパン」

等 計3番組

平成14年度 テレビ

テレビ東京他22局「シリーズ直間 構造改革待ったなし！」平均視聴率 1.6%

～フジテレビジョン「キク？みる！」平均視聴率 10.4% 等 計12番組

ラジオ

TBSラジオコミュニケーションズ他6局「グッドモーニングジャパン」

等 計4番組

## 2の1について

平成12年度から平成14年度までの各年度における政府広報関係予算の額は、平成12年度においては127億6,359万6千円、平成13年度においては113億5,769万7千円、平成14年度においては108億5,906万円である。

## 2の2について

政府広報に係る契約をテレビジョン放送局又はラジオ放送局と結ぶ場合には、内閣府から複数のテレビジョン放送局等に放送を予定している政府広報の趣旨、目的等を伝え、放送に関する具体的な企画案の提出を求めた上で、最も適切な企画案を選定しているところであり、当該企画案を提出したテレビジョン放送局等との間で随意契約により契約を締結している。

## 2の3について

平成12年度から平成14年度までの各年度における政府広報に係るテレビジョン放送局及びラジオ放送局との契約について、契約先のテレビジョン放送局等の名称及び契約金額は、別表第4のとおりである。

(別表第4省略、主な数字は

平成12年度は日本テレビ放送網株式会社11億2,800万円等総計32億9,600万円

平成13年度は日本テレビ放送網株式会社11億4,300万円等総計32億4,300万円

平成14年度は株式会社テレビ東京7億7,500万円等総計29億3,600万円)

## 2の4について

政府広報に係るテレビジョン放送局及びラジオ放送局との契約金額については、テレビジョン放送局等から企画案の提出を受ける際に併せて見積額の提示を受け、放送料金については各テレビジョン放送局又はラジオ放送局が定めた料金表を、番組の制作費については社団法人映像文化製作者連盟が作成した「映像製作費積算資料」を、それぞれ参考にしつつ契約先のテレビジョン放送局等と交渉し、決定している。

今野東代議士の質問からは、政府広報予算で組まれているテレビ、ラジオを通したさまざまな政策広報が、視聴率や聴取率の観点から、果たして国民全体



に有効に周知されているのかという疑念が提起されている。また、こういった答弁書から、自民党・公明党による連立政権のもとにおいても、政府広報関係予算の額は、費用対効果も勘案しながら、平成12年度の127億円台から平成14年度の108億円台へと、漸次削減されていたことが分かる。

### 〈長妻昭代議士による質問主意書と答弁〉

平成16年6月14日に提出された、長妻昭代議士による質問第174号「ムダな政府広報誌に関する質問主意書」では、以下の質問が為されている。

政府広報誌・紙と、それ以外の一部でも国庫負担で作成された広報誌・紙とに分けて、以下のそれぞれの質問に答弁願いたい。

- 1 発行部数の少ない順に1の広報誌等を発行元部署名、発行部数、年間経費とともにお示し願いたい。
- 2 機械的に配布する分を除き、自らの意思で希望して取り寄せて、購読している部数の、少ない順に1の広報誌等を発行元部署名、希望して購読されている部数、年間経費とともにお示し願いたい。
- 3 発行部数の減少幅の多い順に1の広報誌等を発行元部署名、減少部数、減少理由、年間経費とともにお示し願いたい。
- 4 年間経費の多い順に1の広報誌等を発行元部署名、年間経費、発行部数、希望して自ら取り寄せて購読されている部数とともにお示し願いたい。
- 5 アンケート調査で、広報誌等の満足度や必要性について調査している広報誌等をすべてお示し願いたい。
- 6 アンケート調査で、広報誌等の満足度や必要性について一度も調査していない広報誌等すべてに関し、発行元部署名、年間経費、発行部数、希望して取り寄せて購読されている部数をお示し願いたい。

## 政権交代と政府広報の変化

7 広報誌等の必要性について、すべての広報誌等の購読者にアンケート調査をして、ムダな広報誌等を廃止すべきと考えるがいかがか。

8 これまで1年の広報誌等の廃刊、新刊の年度ごとの件数をお示し願いたい。

9 発行部数は機械的に配布すれば、いくらでも維持できる。広報誌等のきちんとしたリストラが必要と考えるがいかがか。廃刊予定の広報誌等をお示し願いたい。廃刊の基準は。

以上、具体的質問の点を踏まえて、内閣の見解を問うものである。

これに対して、小泉純一郎首相は平成16年6月29日に、以下の答弁書を送付している。

### 1から6まで及び8について

お尋ねの点については、関係する情報を統一的に取りまとめた既存の資料等が存在せず、また、これについて新たに調査を行うこととする場合、調査の実施及び結果の取りまとめに要する作業が膨大なものとなるため、お答えすることは困難である。

### 7及び9について

お尋ねの「廃刊の基準」については、政府としてこれを統一的に定めたものは存在しないが、個別の「広報誌等」の発行の必要性等に係る見直しは、政府が行う広報の目的を効果的に達成するために、個別の「広報誌等」ごとに、その性格等を踏まえつつ、不断に行われるべきものであり、関係する省庁等において、お尋ねのアンケート調査の要否を含め、適切に判断し、対応しているものと考えている。

また、お尋ねの「廃刊予定の広報誌等」については、関係する情報を統一的に取りまとめた既存の資料等が存在せず、また、これについて新たに調査を行

うこととする場合、調査の実施及び結果の取りまとめに要する作業が膨大なものとなるため、お答えすることは困難である。

長妻代議士の質問に関しては、とりまとめが困難ということで、事実上、正確な答弁がなされなかったが、紙媒体広報の「廃刊」の基準などにも言及しており、広報効果という点で、効果が必ずしも期待できない広報、特に、紙媒体による広報を、広報効果が見られないものについてはスクラップしていく必要性を、政権交代前の野党側が強く求めていたことを象徴する質問主意書だったといえよう。

### 〈保坂展人代議士による質問主意書と答弁〉

平成18年の安倍内閣発足後、わずか2カ月で、小泉内閣のときに始まり、政府の広聴事業の一つの柱である「タウンミーティング事業」の不適切な予算支出が問題とされた。この問題についてはタウンミーティング調査委員会が設けられ、12月13日に最終報告が出された。筆者も、林芳正座長のもとで、タウンミーティング調査委員会の委員を務め、真相究明にあたったが、予算の不適切な支出について、厳しい指摘をする結果となった<sup>(13)</sup>。

こういった、政府の広報予算に対する厳しい眼が向けられていた状況をふまえ、平成18年12月8日に、保坂展人代議士が質問第223号「政府広報・内閣広報に関する質問主意書」を送付している。その内容は、以下の通りである【一部抜粋】。

「聖域なき構造改革」を掲げて5年5ヶ月、高支持率を誇った小泉内閣は「タウンミーティング」や「メールマガジン」などの手法で、国民との直接対話を重視する姿勢を打ち出した。ところが、衆議院教育基本法特別委員会で明らか

になった内閣府と広告代理店との高額契約と請求明細の内容は、あまりに「代理店言い値通りの大盤振る舞い」であり、到底国民の納得を得るものではない。

はたして、タウンミーティングだけが「コスト意識」のかけらもない無軌道な運営がなされていたのか。この際、年間百億円を超える内閣官房・内閣広報室ならびに内閣府・政府広報室の契約・支出を中心に検証がなされる必要がある。「聖域なき構造改革」「改革政権」のイメージを流布した内閣官房・内閣府の広報予算が、「改革の対象外」「聖域」となっていたのではないかと疑い、国民の血税を預かる内閣・政府に真摯な答弁を求めたい。

4 政府広報室の手がける「新聞・雑誌広告」の平成13年度から5年間の支出総額はいくらになるのか。過去5年間の支払額を見て、政府広報室と契約をした広告代理店の取扱額を上位3社のみ示されたい。また、広告出稿の場合は、ほとんどが入札による最低価格落札と聞いているが、随意契約となるのはどのような場合か。過去5年間の具体例と金額も明らかにされたい。

6 公開されている落札者等の公示を閲覧していると、平成18年1月27日1億3,833万7,448円、同年2月1日1億2,859万2,975円、2月14日2億5,565万4,294円、2月24日1億2,529万7,508円と多額の費用が『「構造改革の成果と挑戦」をテーマとする総合的かつ有機的な広報実施一式』を株式会社オリコムに、いずれも随意契約で委託している。「構造改革の成果と挑戦」と名づけられた総額6億4,788万2,225円の発注は、いったい何に費消されたのか明らかにされたい。

7 タウンミーティングの予算と執行のずさんさに批判が集中している。政府は、同事業の予算や開催のあり方を見直すのか。見直すのなら平成14年度以降の入札時の予定価格と落札率を開示するべきだが、どうか。また、代理店への支払いが過大だと認められるとき、過払い請求をするのか。

これに対して、平成18年12月19日に、安倍晋三首相は以下の答弁書を送付している。

#### 4について

お尋ねの「新聞・雑誌広告」のための平成13年度から平成17年度までの支出額は161億6,316万円であり、このうち上位3社は株式会社電通、株式会社博報堂、株式会社東急エージェンシーである。

また、広告出稿において随意契約とした理由は、広告代理店等から提案のあった企画が、内容表現等の点で優れており、当該企画を採用すべきであると判断したときには、当該企画に著作権が既に発生しており競争を許さないことから、会計法第219条の3第4項に規定する「契約の性質又は目的が競争を許さない場合」等に該当するためである。この随意契約の例としては、新聞広告については、平成16年度に環境保護と経済発展について実施した支出額6,526万円のもの、雑誌広告については、平成15年度に電子政府及び電子自治体について実施した支出額1,353万円のものなどがある。

#### 6について

お尋ねの「構造改革の成果と挑戦」についての委託は、テレビスポット、ラジオスポット、新聞、雑誌、中吊りポスター、駅貼りポスター、政府インターネットテレビ、インターネットバナー広告など複数の媒体を活用して広報を実施したものである。

#### 7について

「タウンミーティング」については、内閣府のタウンミーティング調査委員会から出された報告を受けて、契約方法、実施額等のあらゆる点について、今後の新しい運営の在り方を検討し、運営経費全体の節約なども含め、抜本的な改善を行ってまいりたい。

保坂展人代議士は、政府広報の問題点について、継続的に質問主意書を送っ

ており、平成21年2月4日提出の質問第90号でも、「広報予算等に関する質問主意書」として以下のような質問を行っている【一部抜粋】。

政府の政策を国民に浸透させていく事業として、広報、普及啓発、国民運動支援がある。内閣広報室の予算・社会保険料や税金の徴収率を上げるための予算の執行、食育や観光、省エネルギーや地球温暖化防止などが、その例として挙げられる。政府の広報、普及啓発、国民運動支援に係る予算であっても、国民の税金を使う以上、その執行によって所定の効果を上げなければ、国民の税金の無駄遣いということとなる。

従って、次の事項について質問する。

#### 1 広報予算等の効果について

政府として、広報、普及啓発、国民運動支援に係る予算の執行にあたり実施される、「テレビ・新聞などのメディアの使用」、「シンポジウムの開催」、「イベントの開催」について、それぞれ、

- (1) 予算執行にあたって、効果判定を行うことを組み込んでいるか。
- (2) 効果判定の基準を、どのように考え、また、定めているか。
- (3) 効果判定を、どのような手続きで、どのような組織で行っているか。

これに対し、麻生太郎首相は、以下のように答弁書を送付している。

#### 1 について

お尋ねの「テレビ・新聞などのメディアの使用」を始めとする広報等については、当該広報等に係る事業・施策の所管部局において、その事業・施策の性格に応じて必要な場合には、国民の理解度や満足度等の基準を設定して、当該広報等の実施後にアンケート調査を行うなどにより効果を把握しているところである。

## 政権交代と政府広報の変化

このように、聖域なき構造改革を謳いながら、政府広報予算については、聖域として「タウンミーティング」など新たな予算が生まれ、不適切な支出がなされているのではないか、という疑問が「タウンミーティング」の問題を奇貨として生まれ、政府広報の予算支出について、費用対効果、という観点だけでなく、随意契約による契約金額の妥当性などに厳しい眼が向けられるようになった。

また、政府広報が、事実上、選挙対策として利用されている側面についても指摘されるに至っている。

自公連立政権下で、保坂代議士をはじめとして、国会でも政府広報の、主に予算執行のあり方や、広報効果の点からみた適切な広報のあり方などが追及の対象となったため、政府広報室も、さまざまな見直しを行うようになっていくのである。

### 〈政府広報室による見直しの動き〉

政府広報室は、もともと、平成18年8月25日付財務大臣通知「公共調達の適正化について」に基づいて、広報の業務に関して総合評価落札方式及び企画競争を導入するに当たり、評価方法の作成や落札者の決定に学識経験者等の第三者の意見を反映させるため、また、広報の実績や効果等に関する意見を聴取するため、政府広報事業評価基準等検討会を平成18年12月から平成21年5月まで、10回にわたって開催し、政府広報の調達について、大幅な見直しを行った<sup>(14)</sup>。

表1は、平成20年11月7日に開催された第8回委員会において配布された資料で、平成18年度から平成20年度にかけての、政府広報媒体及び契約形態の見直しの経緯をまとめたものであるが、平成18年度においては、テレビ、ラジオ、新聞、インターネット、定期刊行物、海外広報、その他の媒体におい

政権交代と政府広報の変化

表1 政府広報媒体及び契約形態見直しの経緯 (平成18~20年度)

媒体等		平成18年度	契約形態	平成19年度	契約形態	平成20年度	契約形態	
テレビ	VHF	そこが聞きたい!ニッポンの明日 (CX 日8:55~9:00)	随意契約	そこが聞きたい!ニッポンの明日 (CX 日8:55~9:00)	企画競争	そこが聞きたい!ニッポンの明日 (CX 日8:55~9:00)	企画競争	
		新ニッポン探検隊! (NTV 日6:30~6:45)		新ニッポン探検隊! (NTV 日6:30~6:45)		新ニッポン探検隊! (NTV 日6:30~6:45)		
		キク!みる! (CX 金22:52~23:00)		キク!みる! (CX 金22:52~23:00)		キク!みる! (CX 金22:52~23:00)		
	特別番組	(年8番組) (土・日・祝日 1時間)	企画競争	(実施せず)	一般競争 (総合評価)	(必要に応じて実施)	一般競争 (総合評価)	
	スポット 広告	(年5本制作・5週間放送)	企画競争	(年5本制作・6週間放送)	一般競争 (総合評価)	(年4本制作・6週間放送)	一般競争 (総合評価)	
	BS CS UHF	定時番組	ニッポン Navi (CS日経 CNBC 水21:00~21:30) 政策対談 明日への架け橋 (CS朝日ニュースター 土21:30~22:00) ニッポン早わかり (TVK 土22:00~22:30)	随意契約	峰竜太のナッパ!ニッポン (BS朝日 月21:00~21:30) ドゥ!JAPAN (CS日経CNBC 水21:00~21:30) Just Japan (TVK 土22:00~22:30)	企画競争	峰竜太のナッパ!ニッポン (BS朝日 金21:30~22:00) MYJAPAN (CS朝日ニュースター 土21:00~21:30) Just Japan プラス (TVK 土22:00~22:30)	一般競争 (総合評価)
		定時番組	グッドモーニングジャパン (TBS 日 8:30~9:00) 小泉総理 ラジオで語る (ニッポン放送 第3土17:30~17:40)	随意契約	栗村智の HAPPY!ニッポン! (ニッポン放送 土7:00~7:30)	企画競争	栗村智の HAPPY!ニッポン! (ニッポン放送 土7:00~7:30)	一般競争 (総合評価)
	ラジオ	AM	中山秀征の愛して JAPAN! (FM東京 土 9:30~9:55)	随意契約	中山秀征の Beautiful Japan (FM東京 土9:30~9:55)	企画競争	中山秀征の Beautiful Japan (FM東京 土9:30~9:55)	一般競争 (総合評価)
		FM	中山秀征の愛して JAPAN! (FM東京 土 9:30~9:55)	随意契約	中山秀征の Beautiful Japan (FM東京 土9:30~9:55)	企画競争	中山秀征の Beautiful Japan (FM東京 土9:30~9:55)	一般競争 (総合評価)
	新聞	記事下広告	(月2~3テーマ程度)	原稿制作 掲載	企画競争 一般競争	一般競争 (年間契約化)	一般競争 (雑誌原稿制作と一本化)	一般競争 (総合評価)
突出し広告		(週2テーマ程度)	原稿制作 掲載	随意契約 一般競争	一般競争 (記事下広告と併せて年間契約化)	一般競争 (スポーツ紙も年間契約化)	一般競争 (総合評価)	
雑誌	広告	(月1~2テーマ程度)	原稿制作 掲載	企画競争 掲載	一般競争 (年間契約化)	一般競争 (年間契約化)	一般競争 (新聞記事下原稿制作と一本化)	
	動画像制作	政府インターネットテレビ 国内向け(月4~6番組程度)	企画競争	企画競争 (掲載の一部は年間契約化)	一般競争 (年間契約化)	一般競争 (年間契約化)	一般競争 (総合評価)	
インターネット	ホームページ	政府広報オンライン	一般競争	一般競争	一般競争	一般競争	一般競争 (総合評価)	
	モバイル端末 未サイト広告	ザ・ニュース (週3~4テーマ程度)	企画競争	企画競争	一般競争	一般競争	一般競争 (総合評価)	
	インターネット サイト広告	(随時実施)	随意契約	(四半期毎契約で年間通じて実施/週2テーマ)	一般競争	(週4テーマ)	一般競争 (総合評価)	
定期刊行物	Cabi ネット (年20号)	企画競争	Cabi ネット (フリーペーパー化)	一般競争 (総合評価)	Cabi ネット (月1回制作)	一般競争 (総合評価)		
	国内向け	時の動き(年12号) 「官報資料版」編集実務 政府刊行物月報(年12号)	随意契約	廃止 廃止 紙媒体は廃止 (HP上で情報提供)	— — —	— — —		
	海外向け	政府インターネットテレビ 海外向け(月1番組程度)	企画競争	「Highlighting JAPAN through images」 動画版を制作	一般競争 (総合評価)	(国内動画コンテンツから海外向けに適したテーマを採り、英語版を制作)	一般競争 (総合評価)	
海外広報	動画像制作	政府インターネットテレビ 海外向け(月1番組程度)	企画競争	「Highlighting JAPAN through images」 動画版を制作	一般競争 (総合評価)	(国内動画コンテンツから海外向けに適したテーマを採り、英語版を制作)	一般競争 (総合評価)	
	定期刊行物	Asia Pacific Perspective JAPAN+ The Japan Journal	随意契約	紙媒体廃止→電子書籍「Highlighting Japan (through articles/ images)」	企画競争	—	一般競争 (総合評価)	
その他	新聞折込	—	—	一般競争 (年5テーマ)	一般競争 (総合評価)	(年3テーマ程度)	一般競争 (総合評価)	
	中・高校生向け資料	政策学習資料 (年4テーマ)	企画競争	廃止	—	—	—	
	障害者向け資料	点字冊子・音声CD(年4回)	随意契約	(年間契約化)	一般競争 (総合評価)	—	一般競争 (総合評価)	
	ムービースポット	(TVスポットの転用 全国87箇所)	一般競争	(年間契約化)	一般競争	—	—	
	電光版ニュース	(全国8箇所)		廃止	—	—	—	
	屋外広告板	(全国11箇所) ※下半期契約分から一般競争		廃止	—	—	—	
	政府広報展示室	(東京タワー4階 日本経済ミュージアム)	—	(年間契約化)	一般競争	—	一般競争 (総合評価)	
海外テレビ番組・CM、 新聞広告、DVD等	(随時 年2テーマ程度)	企画競争	(必要に応じて随時実施)	一般競争 (総合評価)	—	一般競争 (総合評価)		



て、随意契約の形態が残っていたものの、平成20年度においては、随意契約はすべてなくなり、企画競争もしくは一般競争に移行している。

また、特に、紙媒体の「時の動き」「政府刊行物月報」「Japan+」「The Japan Journal」などが廃止となり、「脱紙媒体」が、政権交代前から顕著になっていたことがわかる。

### 〈政権与党内からの政策広報を抑制する動き〉

政権交代前に、このように、野党から政府広報に対して厳しい追及がなされ、随意契約から一般競争へ、同時に、紙媒体の縮小、予算の縮減傾向が続いていたわけだが、与党内からも、政策広報に対しての「切り込み」がなされていた。

自由民主党政務調査会「無駄遣い撲滅プロジェクトチーム」は、平成20年6月30日に「無駄遣い撲滅対策第一次緊急とりまとめ」を行っているが、その中で、広報経費についても以下の言及を行っている。

マスコミを通じた広報活動、広報誌、パンフレット、ホームページ、イベント等の開催を通じた広報経費については、1件500万円以上の経費を調査したところ、各省庁合計で約486億円が使用されていた。

各省庁の広報誌には、合計70億円が支出されていた【19年度実績】。また、ホームページについては、各省庁合計で50億円が支出されていた【19年度実績】。省庁間で額に大きな差があり、支出の効率性について精査が必要である。

さらに、「〇〇の日」「〇〇月間」「〇周年記念式典」「〇〇シンポジウム」「〇〇フォーラム」といったイベントに多額の経費が支出されている実態が明らかになった。

そして、今後の対応として、

広報経費、委託調査については、各省庁において、必要性をゼロベースで徹

## 政権交代と政府広報の変化

底して見直し、支出の優先順位を洗い直す。

各省庁の広報誌については、ホームページ等による情報提供に代替することなど、ゼロベースで廃止を含めて必要性を徹底的に見直す。

各省庁のホームページ作成業務については、原則として職員が更新作業を行い、地方部局のホームページは運営を本省と統合する。例外的に外部委託を行う場合でも競争入札を導入するなど、コストを下げる努力を徹底して行う。

「〇〇の日」「〇〇月間」「〇周年記念」等のイベントは、廃止を含めて必要性を徹底的に見直すとともに、極力簡素化する。また、イベント時の記念品（携帯ストラップ等）の配布は今年度中に撤廃する。

広報経費・委託調査費については、競争性のある契約方式を原則とする。

その上で、まず、平成20年度予算執行において、事業の統合による効率化や、パンフレット制作部数、調査内容・調査規模の精査等を行い、極力節約を図る。

さらに、平成21年度予算編成においては、現在、厚生労働省で4つある広報誌の買い上げ廃止を含めた全面的な見直し、ホームページの集約化、イベント、フォーラム等の広報及び委託調査の必要性のゼロベースからの精査により、支出を最大限縮減する。

等の方針が示された<sup>(15)</sup>。こういった、広報経費の見直しが与党からもなされた背景には、国土交通省が、道路特定財源等の予算で運営していた道路行政の広報などが、効率的でないなどの批判や、随意契約による予算執行に対する批判がマスコミによってなされたことがあろう。

政府による政策広報は、たとえば、厚生労働省による広報誌の買い上げ廃止などという具体的指摘も含めて、政権与党からも標的にされ、財団法人労働問題研究会の解散など、政権交代前からさまざまなリストラを余儀なくされてきたのである。

## 〈政権交代によって政策広報は変わったのか〉

政権交代前に、政府による政府広報のあり方を追及してきた民主党や社民党が、政権交代によって連立政権を構成するに至った。

しかし、政権交代前に野党が追及してきた「政府による政策広報の効率化」自体は、与党からも指摘されるどころとなり、あらかじめスリム化が達成されていたと言えよう。

政府広報室が唯一発行していた紙媒体の政策広報誌「Cabi ネット」は、平成 22 年 3 月をもって休刊となり、政府広報から紙媒体はなくなった。

また、一般競争が常態化したために、政府系の紙媒体広報の受注が大きな柱であった社団法人時事画報社は、解散となった。

実は、政権交代によって、「ムダを排除する」という政策目標については、政権交代前から、少なくとも政府広報についてはほぼ達成されていた、ということができる。政策評価に基づく「内発的な仕分け」が、既になされていた、ともいえる。

行政刷新会議などが、「事業仕分け」を行い、それによって、巨額のムダをあぶり出し、他の政策に用いる財源を確保する、という構図を政権交代前の民主党は描いていた。しかし、こと政府広報予算の縮減傾向を見る限りにおいて、その政策目標が政権交代前にある程度実現されていたことによって、当初企図した政策目標が必ずしも達成できない部分が出てきている。

だが、政府広報予算への切り込みを続け、「ムダの削減」を謳うだけでいいのであろうか。

政権交代がなされたということは、言うまでもなく、「子ども手当」「高速道路の無料化」「農家の戸別所得補償」「普天間基地移設に関する日米合意の再検討」など、重要な政策変更をとまなうものである。野党時代の民主党や社民党

## 政権交代と政府広報の変化

は、構造改革などの政策課題についての集中的な政策広報（総合企画広報）を問題としてきたが、それが皮肉なことに、今求められているともいえる。

政治が国民に対する説明責任を果たすためには、政権交代があった時にこそ、政策広報を強化して、国民に対して、なぜそのような政策変更がなされなければならないかの説明責任を果たさなければならない。

ところが、野党時代に、上述したような、政府広報のあり方に対する厳しい追及をしてきた手前、「振り上げた拳」を単に下ろすわけにはいかず、政権交代にともないその重要性が増した政策広報がないがしろにされ、紙媒体の全廃も含め、「縮減」が続けられているのが現状である。

広聴も、「タウンミーティング」が予算を大幅に縮減して「国民対話推進会議」による広聴事業に引き継がれたものの、政権交代によって廃止となり、PDCAサイクルの中に国民の声を反映していこうという、「タウンミーティング」の反省の上に立った理念のもとに運営していた広聴事業が行われなくなってしまった。

政策広報は、自前の媒体を通した広報だけでなく、パブリシティも重要な柱ではあるが、パブリシティは、メディアがその時々ニュース価値に合わせて編集することから、必ずしも、政府が伝えなければならない情報が伝わるとは限らない。政策広報の予算縮小は、過度なパブリシティ依存による情報の目詰まりを起こす可能性もある。このような形で、国民に対して政策を広報する手段のみを縮小させていくのは、国民に対して説明責任を果たしていくために望ましい形とはいえない。

もちろん、時代の変化に合わせ、広報効果を勘案しながらコミュニケーション手段を再検討することも必要である。

「政府広報オンライン」などをさらに拡充させ、ネット上で政府の政策について、より簡易にアクセスできる手段を模索し、それに対するアクセスを増やしていく努力を続けていくことが必要だが、テレビ、新聞などの既存の媒体も

活用しながら、シナジー効果で、政策変更について、十分な説明を周知していくことが、実は、これまで以上に求められているのではないだろうか。各省庁の政策広報を、「政府広報オンライン」にさらに集約し、ポータル化機能を強化すべきだろう。

国民は、政策広報を削減することを求めているのではないだろう。むしろ、これまでの制度に依拠した、広報効果に疑問がある広報のあり方を見直すことを求めているのであって、国民に対して説明責任を果たすような、効率的な政策広報について、むしろ渴望しているのではないか。

これからは、民間の感覚も取り入れながら、「ニュース価値の効率的提供」を、パブリシティと自前の媒体を組み合わせた広報で目指していくべきだろう。そのために必要であれば、広報予算の単純な縮減を見直し、PDCA サイクルをより徹底させつつ、むしろ、広報を拡充していくこともまた、政権交代以降の政権の課題であるともいえよう。

注

- (1) 総務省の広報誌・パンフレット  
[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/kouhoushi/index.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/kouhoushi/index.html)
- (2) 法務省の広報・報道・大臣会見  
[http://www.moj.go.jp/kaiken\\_index.html](http://www.moj.go.jp/kaiken_index.html)
- (3) 外務省の広報・出版  
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/index.html>
- (4) 財務省の広報誌「ファイナンス」のページ  
<http://www.mof.go.jp/finance.htm>
- (5) 文部科学省の出版物  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shuppan/main\\_b7.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shuppan/main_b7.htm)
- (6) 厚生労働省の広報・出版物  
<http://www.mhlw.go.jp/wp/publish/index.html>
- (7) 農林水産省の広報誌「AFF」  
<http://www.maff.go.jp/j/pr/aff/index.html>

## 政権交代と政府広報の変化

- (8) 経済産業省の刊行物・パンフレット  
<http://www.meti.go.jp/publication/index.html>
- (9) 国土交通省の広報誌「国土交通」  
<http://www.mlit.go.jp/page/kouhoushi.html>
- (10) 環境省の広報誌「エコジン」  
<http://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/index.html>
- (11) 防衛省の広報資料・刊行物  
<http://www.mod.go.jp/j/publication/kohoshiryo/index.html>
- (12) 内閣府政府広報室  
<http://www8.cao.go.jp/intro/kouhou/>
- (13) タウンミーティング調査委員会最終報告  
<http://www.cao.go.jp/kanbou/townchousa/20061213houkoku.html>
- (14) 政府広報事業評価基準等検討会  
<http://www8.cao.go.jp/intro/kouhou/kentoukai/index.html>
- (15) 自民党政務調査会・無駄遣い撲滅対策第一次緊急とりまとめ  
<http://www.jimin.jp/jimin/seisaku/2008/seisaku-019.html>