

事業名	電波広報費	財務コード (事業)	003001
-----	-------	---------------	--------

細事業名	テレビ広報費
------	--------

担当部課室	知事政策 局 広聴広報 課 電波広報 担当 (内線)	1461
-------	----------------------------	------

I 事業の概要

実施期間	始期 S43 年度 ~ 終期 年度		
実施主体	県(直営)、県(委託)		
事業の目的	誰(何)を対象に 県民、県内の企業・各種団体等	その対象をどのような状態にして 県政の主要施策や山梨の魅力などについて の情報を適時に分かりやすく得ることができる	結果、何に結びつけるのか 県政等への正しい理解と行動
	事業の内容 ※主に23年度 <番組> ①YBS「やまなし元気ナビ」 毎週月曜日18:57~19:00 50回/年 ②UTY「山梨いまじん」 毎週水曜日19:55~20:00(H24年4月から18:55~19:00) 50回/年 ③NNS「県政特別番組」 随時、10分×3回/年(H24年度から3分×6回/年) <CM>放送時間:15秒 ①新規制作の場合 制作本数:2本/年、放映回数:1CMあたり140回=YBS70回+UTY70回 ②再使用の場合(過去に制作したCMを再放映) 使用本数:2本/年、放映回数:1CMあたり90回=YBS45回+UTY45回 計 460回/年 <スポット> OUY「県からちょっと」放送時間:1分、522回/年=月から金曜日の2回(11:27、23:59)		
根拠法令等			

II 事業の目標、実施状況等(事業実績及び成果の達成状況)

事業の実施状況と 目標の実現度	22年度		23年度		24年度	25年度	事業目標の考え方
	実績値	目標値	実績値	目標値	見込値	目標値	
活動指標	番組	104回	103回	103回	106回	104回	目標設定の考え方 年間放送回数
	活動指標達成率 (実績値/目標値)	100.0 %					
成果指標	I 視聴率(%) 平均 / 年	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	目標設定の考え方 高視聴率になることにより情報が伝達されていると推測されるため平均視聴率を成果指標とし、過去3年間の最高値を目標値として設定。
	番組「やまなし元気ナビ」	(9.1)	(9.1)	(9.9)	(9.9)	(9.9)	データの出典等 テレビ視聴率共同調査
	番組「山梨いまじん」	(7.3)	(7.3)	(6.4)	(6.4)	(6.4)	
	成果指標達成率 (実績値/目標値)	100.0 %					
決算額、予算額 (千円)	141,668		141,657		142,247	142,246	成果指標によらない成果
うち一財額	141,668		141,657		142,247	142,246	平成23年度における各都道府県広報番組の平均視聴率が6.3%であることから成果があがっているものと考えられる。また、県政モニターアンケート調査の「視聴したことのある番組(%)」について、「やまなし元気ナビ」・「山梨いまじん」の番組は、H22年度26.0%であったものがH23年度には33.1%に上がっていることから、より多くの情報が伝達されている。
所要時間(直接分)	6,584 時間		6,584 時間		6,584 時間	6,524 時間	
所要時間(間接分)	時間		時間		時間	時間	
所要時間計	6,584 時間		6,584 時間		6,584 時間	6,524 時間	
人件費コスト 単位:千円 (@2,021円×所要時間)	13,306		13,306		13,306	13,185	

III これまでの事業の見直し・改善状況

--

IV 活動量と成果の判断(平成23年度の業績評価)

(1) 事業は予定された活動量を上げているか。(「活動指標の達成率」等から、事業の活動量を判断)		
数値判定 H23年度 活動指標 達成率	活動量に係る 一次評価	活動量に係る一次評価の考え方 ※数値判定と一次評価とが異なる場合等に記入すること
b	b	

a: 予定を超えた活動量がある(120%以上)。 b: 予定どおりの活動量がある(80%以上120%未満)。 c: 予定したほど活動量がない(40%以上80%未満)。 d: 予定した活動量に著しく足りない(40%未満)。

(2) 事業は意図した成果を上げているか。(「成果指標の達成率」、「成果指標によらない成果」から事業の成果を判断)		
数値判定 H23年度 成果指標 達成率	成果に係る 一次評価	成果に係る一次評価の考え方 ※必ず記入すること
b	b	平均視聴率は目標に対して、達成率100%となった。 YBS・UTYの番組視聴率(平均/年)が、H18年度5.9%、H19年度4.2%、H20年度2.6%と低落傾向にあったため、平成21年度から放送時間帯変更と短尺化を実施した。このことにより、両番組とも視聴率が8%台に上がり、H23年度においても同レベルで推移している。また、平成23年度における各都道府県広報番組の平均視聴率が6.3%であることと比べ、高いレベルであることからより多くの県民に情報が伝達されている。このように、テレビ媒体は、本県の広報戦略で位置づけているメディアミックスを活用した広報推進の中で「きっかけづくり」として成果をあげている。 以上のことから意図した成果をほぼ達成していると考えられる。

a: 意図した成果を十分に上げている(120%以上)。 b: 意図した成果はほぼ上げている(80%以上120%未満)。 c: 意図した成果は十分ではないが、対象や方法の改善により成果の向上が見込める(40%以上80%未満)。 d: 意図した成果が十分でなく、成果を上げる方法も見あたらない(40%未満)。

V 見直しの必要性(平成25年度に向けた改善等の考え方)

一次評価(担当部評価結果)		
見直しの必要性	説明	IV以外の判断項目
有	平成24年3月に改定された山梨県広報戦略に基づき、メディアミックスによる機能強化に係る具体的な取り組みとしてYouTubeでの配信を実施するとともに、テーマの絞り込みなどを行う。	d

・「IV以外の判断項目」の欄

○必要性(a.目的の達成 b.新たな課題への対応 c.対象の変化 d.ニーズの変化 e.法律・制度の改正) ○官or民(f.民間等実施) ○官の役割分担(g.市町村等へ移管) ○効率性(h.外部委託 i.経費節減 j.類似事業と統合・連携 k.所要時間の縮減 l.プロセスの改善) m.その他

二次評価(担当部局再評価結果) ※行政評価アドバイザー会議(外部評価)での指摘事項を踏まえた担当部局による再評価		
見直しの必要性	説明	IV以外の判断項目
有	県広報番組に対する県民の関心をより一層高めるために、番組をyou tubeで配信するとともに、ホームページ・フェイスブック・ツイッター等の媒体を積極的に活用して番組のPRを行っていく。	d

・「IV以外の判断項目」の欄は、上記と同様とする。

VI 見直しの方向(平成25年度当初予算等での対応状況)

見直しの方向	具体的な実施計画等
改善済み	県広報番組に対する県民の関心をより一層高めるために、番組をyou tubeで配信するとともに、ホームページ・フェイスブック・ツイッター等の媒体を積極的に活用して番組のPRを行っている。

・見直しの方向は、「廃止」「一部廃止」「終期設定」「休止」「他事業と統合」「縮小」「拡大」「実施方法等の変更」「改善済み」の中から選択し、V見直しの必要性を踏まえ、具体的な実施計画等を分かりやすく記載すること。なお、見直しがない場合は、「現行どおり」と記載し、必要に応じてその理由を記載すること。

自主点検シート(事業の内容及び所要時間)に関する附属資料【様式2】

所属名: 広聴広報課

細事業名: 電波広報費

調書番号: 1

事業の内容を細分化した業務名	具体的な業務プロセス(手順)	業務の時期(フロー)	H23 所要 時間 (h)	H24 所要 時間 (h)	H25 所要 時間 (h)	縮減等 B-A	具体的な業務の見直しの内容	見直しに至った理由等 (または見直しなしの理由等)
1 ・県政番組 YBS「やまなし元 気ナビアイ」50本 ・県民情報番組 UTY「山梨いまじ ん」50本 ・県広報番組 CATV 6本	番組企画・構成業務	放送 3ヶ月前	3,392	3,392	3,392	0	なし	特に専門的な知識を要する部分等は既に外部委託済みであり、委託していない事務処理についても最短の所要時間で処理しており、これ以上の縮減は困難である。
	ロケハン	放送 3週前	636	636	636	0	〃	
	シナリオ(案)作成		—	—	—	—	外部委託済み	
	シナリオ(案)内容確認	放送 3週前	424	424	424	0	〃	
	ロケ実施		—	—	—	—	外部委託済み	
	ロケ立ち会い	放送 2週前	742	742	742	0	なし	
	編集		—	—	—	—	外部委託済み	
	番組紹介	随時	424	424	424	0	なし	
	手話入れ、完パケ実施		—	—	—	—	外部委託済み	
	最終確認等	随時	424	424	424	0	なし	
契約・支払い	4・7・10月 1月	32	32	32	0	なし		
(小計)			6,074	6,074	6,074	0		
2 テレビCM 新規 2本 テレビCM 再使 用 2本	事業選定等	4~5月	32	32	32	0	なし	企画から放送まで、最短の所要時間で処理しており、これ以上の縮減は困難である。
	仕様書作成業務	随時	48	48	48	0	〃	
	コンペ運営業務	随時	48	48	48	0	〃	
	撮影、ナレ入れ、試写、完パケ等実施		—	—	—	—	外部委託済み	
	上記最終確認	随時	64	64	64	0	〃	
	契約・支払い	随時	16	16	16	0	〃	
	事業選定業務	4~5月	16	16	16	0	なし	
	仕様書作成	随時	4	4	4	0	〃	
	契約・支払い	随時	16	16	16	0	〃	
(小計)			244	244	244	0		
3 ・スポット放送 UTY「県から ちょっと」522回	テーマ選定・原稿作成業務	毎月	250	250	190	▲ 60	広報テーマ等の共有	広報テーマ等の共有により原稿作成や校正に要する時間が短縮できる。
	契約・支払い	随時	16	16	16	0		
(小計)			266	266	206	▲ 60		
所要時間 (計)			6,584	6,584	6,524	▲ 60		

(留意事項)

- 1 事業を細分化した業務名は、事務事業を構成する業務ごとに細分化し、その業務名を記載すること。
- 2 具体的な業務プロセス(手順)は、できる限り多くのプロセスを記載すること。
- 3 業務の時期は、業務のフローがわかるように具体的な業務プロセスごとに記載すること。(毎月、四半期ごとの業務等は、その1サイクルの期間を記載すること。)
- 4 各年度の所要時間(計)は、事務事業自主点検シートのⅡ事業の目標、実施状況等の「所要時間計」と一致すること。
- 5 具体的な業務の見直しの内容は、わかりやすく簡潔に記載すること。(県民から見て分かりやすい表現とすること。)なお、見直しがない場合は、「なし」と記載すること。
- 6 見直しに至った理由または見直しなしの理由は、詳細に記載すること。(具体的な業務プロセスごと、または細分化した業務ごとに記載すること。)
- 7 適宜、業務内容に合わせ、行を加除して記載すること。(複数ページ可)

山梨県広報戦略(H24年3月改定)～概要

県の広報活動を取り巻く環境の変化

- 新たな行政運営形態(新しい公共)導入の動き
- 世界規模での地域間競争
- 情報量の飛躍的な増加、双方向コミュニケーション技術の進展
- 「第二期チャレンジ山梨行動計画」(広聴広報機能の強化)

反映

課題

- (1)東日本大震災の教訓(インターネット網寸断の教訓を生かした県民への伝達体制整備)
- (2)県HPに係る「WEBユーザビリティランキング2011自治体サイト編」の評価を踏まえた改善
- (3)テレビ放送の完全デジタル化を踏まえた情報伝達手法の見直し
- (4)首都圏における情報発信機能の更なる強化
- (5)パブリシティ広報(記者レクや資料配付など)に係る職員のスキルアップ等
- (6)メディアミックスを活用した効率的で質の高い広報の推進

検証

旧広報戦略(H22～23年度)

○広報事業

- ・東京事務所への広報官設置
- ・広報テレビ番組の短尺化、放送時間帯変更
- ・広報テレビ番組及びラジオ番組のWEB配信
- ・テレビCMの再使用開始
- ・広報番組の宣伝をねらいとしたメールマガジンの発刊
- ・ワンフレーズ新聞広告の導入
- ・公用車マグネットシートの導入
- ・(社)日本PR協会への加入

○広聴事業

- ・「県政ひざづめ談議」への参加者公募制導入

○報道事業

- ・職員研修向け「パブリシティ広報マニュアル」の改訂

山梨県広報戦略(H24～25年度)

基本戦略<1> 適時・的確で、わかりやすい広報の推進

- 災害発生時等における広報体制の見直し
 取り組みの必要性 大震災の教訓を生かした広報体制の見直し
 具体的な取り組み ソーシャルメディアの活用、スマートフォン向けHPの導入等災害に強い情報伝達機能の構築
- ホームページの改善
 取り組みの必要性 情報の陳腐化の解消、使いやすさの向上
 具体的な取り組み 各部署のホームページ管理者に対する情報の鮮度管理徹底、機能強化に係る調査研究と改善
- 地上デジタル放送への対応
 取り組みの必要性 情報量の増加や双方向コミュニケーション技術の進展等を踏まえた伝達手法等の検討
 具体的な取り組み データ放送による情報発信放送局の増加・テレビ広報番組の字幕対応化に係る調査研究と検討

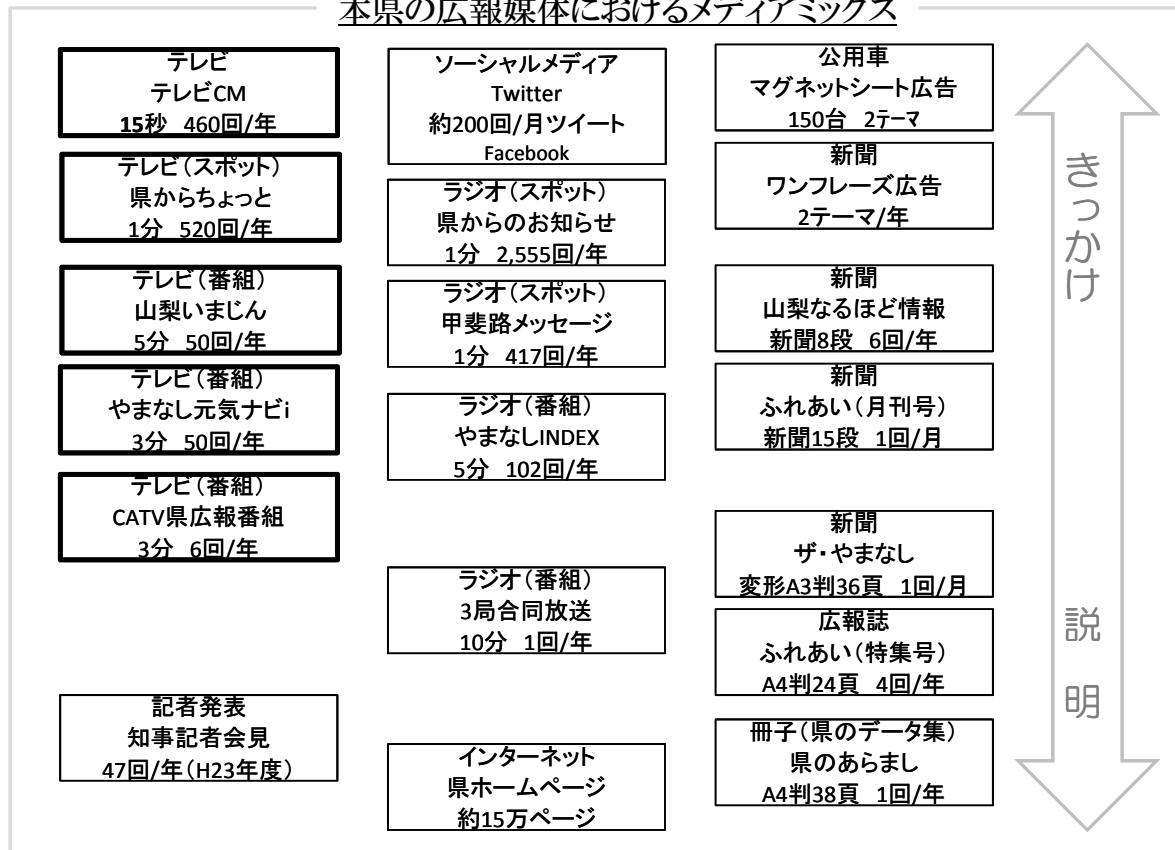
基本戦略<2> 国内外に向けての情報発信の強化

- 首都圏広報の強化
 取り組みの必要性 首都圏広報編集会議を中心とした全庁の体制整備
 具体的な取り組み 広告代理店を活用した的確なプレスリリースや取材対応、庁内の情報発信シーズ収集等
- パブリシティ広報の強化
 取り組みの必要性 適時適切な報道対応
 具体的な取り組み 職員向け広報マニュアルの周知徹底、助言を必要とする職員へのサポート体制の強化

基本戦略<3> メディアミックス手法を活用した広報の推進

- メディアミックスによる機能強化
 取り組みの必要性 各広報媒体の効果的組合せ、県政情報に出会う新たなきっかけづくり
 具体的な取り組み 番組のテーマ絞り込み・視聴者層明確化、広報媒体相互の連携性向上、ソーシャルメディアの活用
- 印刷による広報の見直し
 取り組みの必要性 広報誌の見読率の向上、各媒体の有用な組み合わせによる情報発信
 具体的な取り組み 県政だより「ふれあい」の全面リニューアル、発行日の調整など柔軟な運用
- 広報番組の見直し
 取り組みの必要性 番組の認知度向上、視聴のきっかけづくり
 具体的な取り組み 番組の内容見直し、テレビ等での番組紹介、YouTube等のソーシャルメディアの活用

本県の広報媒体におけるメディアミックス



県民の県政情報へのアクセス・イメージ

