

平成25年行政事業レビューシート							(復興庁)	
事業名	農産物等消費拡大推進事業 (「食べて応援しよう!」官民連携推進事業)		担当部局	復興庁	作成責任者			
事業開始・終了(予定)年度	平成24年度～未定		担当課室	統括官付参事官(予算会計担当)	参事官 大野 秀敏			
会計区分	東日本大震災復興特別会計		政策・施策名	—				
根拠法令 (具体的な条項も記載)	—		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)	被災地及び周辺地域で生産・加工された農産物等が風評に惑わされることなく消費者に選択されるよう、広く国民にPRすることにより、消費者の当該農産物等に対する信頼を確保し、その消費拡大を促す。							
事業概要 (5行程度以内。別添可)	消費者の被災地等の農産物等に対する信頼を確保するための取組を新聞、雑誌等を通じてPRし、被災地及び周辺地域で生産・加工された農産物等の消費の拡大を推進するとともに、このような取組に賛同する企業等のネットワークを活用し、民間事業者の被災地応援フェア等の取組の拡大を図り、官民の連携による取組を促進する。							
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他							
予算額・執行額 (単位:百万円)	予算の状況	当初予算	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度要求	
		補正予算	—	210 (農林水産省計上)	▲ 38	—		
		繰越し等		0	—	—		
		計		210	88	126	86	
	執行額		210	88				
	執行率(%)		—	100%	100%			
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標			単位	22年度	23年度	24年度	目標値 (25年度)
	「食べて応援しよう!」に賛同する企業等による経済効果41億円		成果実績	億円	—	65 (68)	45 (41)	41
	(経済効果については、関連するフェア等による売上増加額より算出)		達成度	%	—	96%	110%	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	22年度	23年度	24年度	25年度活動見込
	新聞・雑誌・WEB延べ購読可能人数:2,880万人		活動実績	万人	—	21,485 (20,154)	6,948 (5,375)	— (2,880)
	関連するフェア等の延べ開催回数:59,400回・日 (延べ開催回数=フェア開催回数×1フェア当たりの開催日数)		(当初見込み)	回・日	—	37,962 (10,800)	76,945 (36,000)	— (59,400)
単位当たりコスト	0.63(円/人)		算出根拠	執行額(88,200,000円)のうち広報活動費(44,100,000円)÷新聞・雑誌・WEB延べ購読可能人数(6,948万人)=0.63(円/人) ※ 23年度の単位あたりコストは、0.98(円/人) ※ 23年度は、2.1億円の執行額全額が広報活動費であったことから、同一条件で比較するため、24年度も執行額のうち広報活動費を単価算出根拠とした。				
平成25・26年度予算内訳	費目	25年度当初予算	26年度要求	主な増減理由				
	広報活動費	44	42	新聞、雑誌の広報費を縮減し、SNS等を活用した新たな広報を取り入れ2百万円減額したほか、官民連携拡大費についても見直しを行い38百万円減額し、全体として40百万円の減額とした。				
	官民連携拡大費	82	44					
計	126	86						

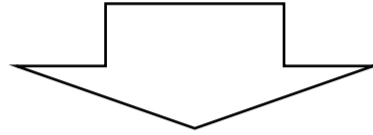
事業所管部局による点検									
	項目	評価	評価に関する説明						
国 必 要 投 入 の	広く国民のニーズがあるか。国費を投入しなければ事業目的が達成できないのか。	○	・被災地等から、国が主導して被災地産農産物等の安全性を国民へ周知し、風評被害防止を図るよう要望されており、当該農産物等への信頼を回復することは、被災地等の農林漁業を再生させていくために不可欠なものである。						
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	・国は、「食べて応援しよう！」という被災地産品購入運動の普及を行うとともに、製品の安全性確保に関する情報を発信し、民間は、こうした国の取組を踏まえ、被災地で生産・加工された農産物等の販売促進を図るという役割分担となっている。						
	明確な政策目的(成果目標)の達成手段として位置付けられ、優先度の高い事業となっているか。	○							
事 業 の 効 率 性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。	○	・一般競争入札(総合評価方式)により事業実施者を選定するとともに、事業実施者との調整会議を隔週で開催することにより、進捗状況を厳正にチェックしている。						
	受益者との負担関係は妥当であるか。	○	・「食べて応援しよう！」という被災地産品購入運動の展開や、製品の安全性確保に関する情報を効果的に消費者に伝え、被災地産農産物等の信頼回復、消費拡大等を図るため、新聞、雑誌、WEB等複数のチャンネルを組み合わせながらターゲットを絞りつつ効率的に実施。なお、24年度から、TVCMによる広報を廃止し、コスト削減にも努めながら、効率的に実施している。						
	単位当たりコストの水準は妥当か。	○							
	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。	○							
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	—							
事 業 の 有 効 性	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	○	・被災地と地理的、経済的に結びつきの強い首都圏を中心に「食べて応援しよう！」に関する活動を実施しているところであり、24年度の経済効果は45億円である。						
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	・25年度からは、被災地の農家等の復興に向けた取組をPRしながら、消費者に対して被災地産品への関心を引き続き訴求。						
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	・成果物については、ウェブサイトへの掲載や関連イベントで配布する等2次利用に努めている。						
重 複 排 除	類似の事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。 (役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)	○	・本事業は、消費者の被災地等で生産・加工された農産物等に対する信頼を確保するための取組をPRし、当該農産物等の消費拡大を推進する事業である。						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>事業番号</th> <th>類似事業名</th> <th>所管府省・部局名</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>140</td> <td>福島産農産物等戦略的情報発信事業</td> <td>農林水産省食料産業局小売サービス課</td> </tr> </tbody> </table>	事業番号	類似事業名	所管府省・部局名	140	福島産農産物等戦略的情報発信事業	農林水産省食料産業局小売サービス課		・他方、福島産農産物等戦略的情報発信事業は、福島県の特産品にスポットを当て、出荷時期に合わせて戦略的かつ効果的にメディアやバイヤー等に訴求を行う福島県の取組を支援することを目的としている。
事業番号	類似事業名	所管府省・部局名							
140	福島産農産物等戦略的情報発信事業	農林水産省食料産業局小売サービス課							
点 検 結 果	<p>・本事業は、被災地及び周辺地域で生産・加工された農産物等が風評に惑わされることなく消費者に選択されるよう、官民が連携して広く国民にPRすることにより、消費者の当該農産物等に対する信頼を確保し、その消費拡大を促すものであり、被災地域の復興に資するものであることから国として実施すべき事業である。</p> <p>・また、新聞、雑誌等を通じたPRIに加え、本事業の趣旨に賛同する企業等のネットワークを活用し、民間事業者の被災地応援フェア等の取組の拡大を図ることにより、成果目標の達成に取り組んでいる。</p>								
外部有識者の所見									
<p>「事業全体の抜本的改善」</p> <p>○農産物に対する信頼度等の指標を設定し、風評被害対策全体としての目標を明らかにすべき。</p> <p>○広報の手法を随時効果的な手法に見直すとともに、他事業との連携も含め、風評被害対策全体の戦略を検討することが必要。</p>									
行政事業レビュー推進チームの所見									
事 業 全 体 の 抜 本 的 改 善	被災地及び周辺地域で生産された農産物等の消費拡大の取組を行うこととし、官民連携拡大費については、消費拡大に向けたツール作成、効果測定、企業への推進活動等の事業規模等の見直しを行うことが適当である。								
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況									
縮 減	26年度要求に当たっては、広報手法及び事業規模(官民連携拡大費)の見直しを行い、要求額を減額した(前年度比▲4,000万円)。併せて、事業の成果指標についても、より適切な指標に見直しを行うこととしている。 また、風評被害対策全体としては、復興庁が中心となり風評被害対策に係る関係省庁の施策全体を「原子力災害による風評被害を含む影響への対策パッケージ」としてとりまとめ、平成25年4月に公表し取り組んでいるところ。今後の原子力被災地域における風評被害の状況変化等を踏まえ、本対策パッケージも適宜フォローアップを行う。引き続き、関係省庁とも連携して、風評被害の克服に取り組んでまいりたい。								
備考									
関連する過去のレビューシートの事業番号									
	平成22年	平成23年	平成24年	52					

※平成24年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

復興庁

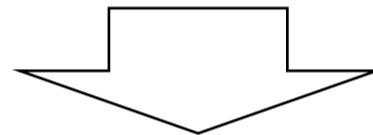
88百万円

農林水産省へ移替え



農林水産省

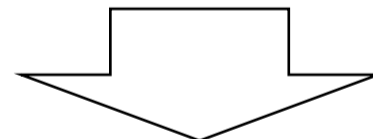
88百万円



【総合評価入札・委託】1社/3社

A 民間企業(1社)
88百万円

1. 各種媒体コンテンツ企画(新聞、雑誌、WEB等)
2. 再委託先等を含む事業の実施管理



【随意契約・委託】

B 民間企業(3社)
33百万円

1. 民間企業との連携拡大
2. フード・アクション・ニッポンHP掲載用素材制作
3. ツール制作

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)

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.株式会社 ジェイアール東日本企画			E.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
広告掲載費	新聞、雑誌、WEB掲載費	44			
外部委託費	株式会社3社(人件費、フード・アクション・ニッポンHP掲載用素材制作、ツール制作、印刷費)	33			
人件費	事務実施管理費	11			
計		88	計		0
B.株式会社 A (不同意)			F.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
推進活動費	人件費、事務局費	14			
計		14	計		0
C.			G.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
計		0	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

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	株式会社 ジェイアール東日本 企画	新聞、雑誌、WEB等を活用した東日本大震災の被災地復興の応援	88	3	70%
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	株式会社 A (不同意)	人件費、事務局費	14	随意契約	—
2	株式会社 B (不同意)	ツール制作、印刷費	11	随意契約	—
3	株式会社 C (不同意)	フード・アクション・ニッポンHP掲載用素材制作費	9	随意契約	—
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					