

平成27年度行政事業レビューシート(復興庁)

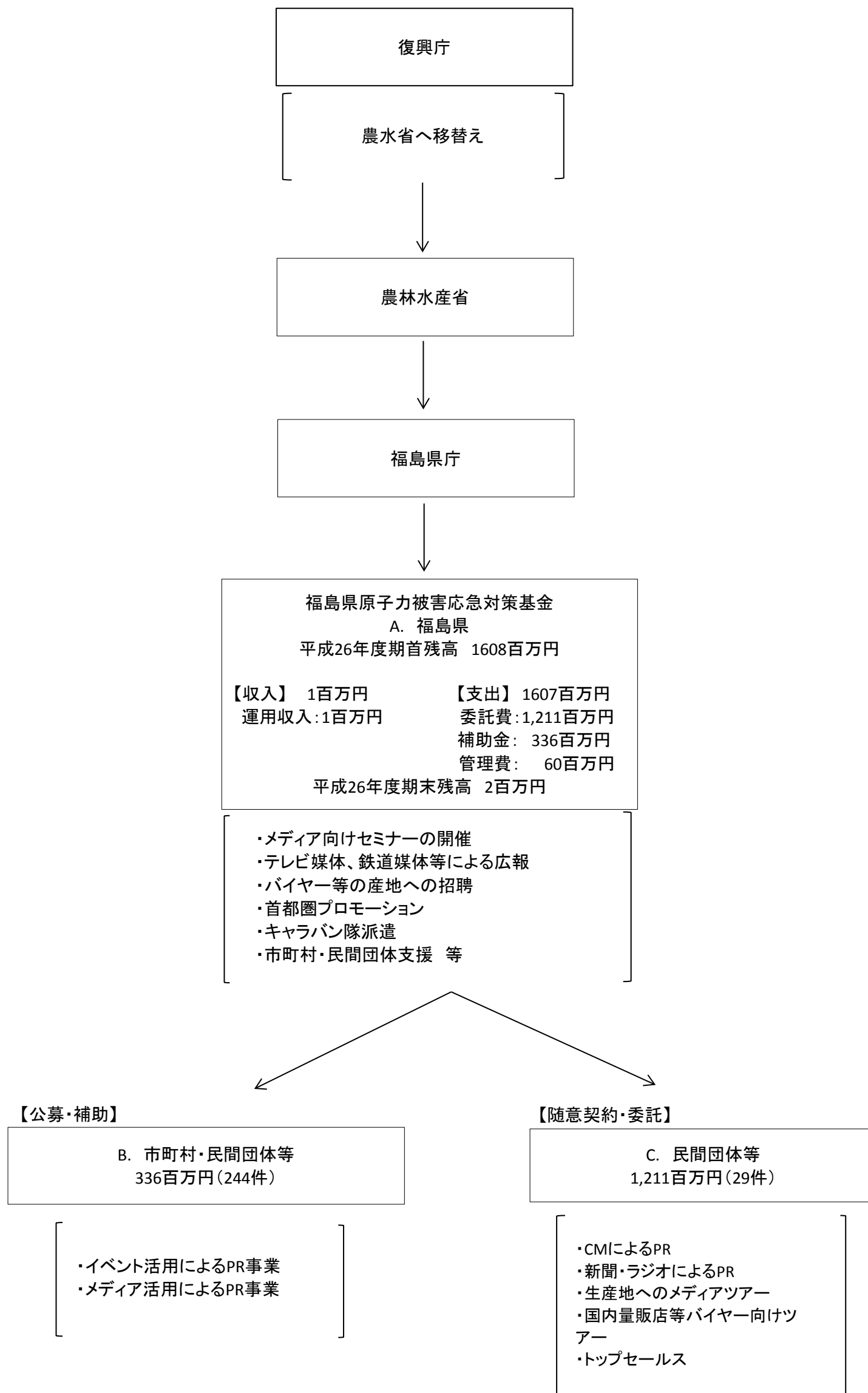
事業名	福島産農産物等戦略的情報発信事業			担当部局	復興庁	作成責任者		
事業開始年度	平成24年度	事業終了(予定)年度	終了年度未定	担当課室	統括官付参事官(予算・会計担当)	参事官	小瀬 達之	
会計区分	東日本大震災復興特別会計			政策・施策名	政策：復興施策の推進 施策：東日本大震災からの復興に係る施策の推進			
根拠法令(具体的な条項も記載)	-			関係する計画、通知等	-			
主要政策・施策				主要経費	食糧安定供給関係			
事業の目的(目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	東京電力福島第一原子力発電所(以下「原発」という)事故に伴う風評被害が、福島県産の農林水産物等の取引量の減少、取引価格の低下を招いている。このため、福島県産農林水産物等について、産地と連携しつつ出荷時期に合わせて、戦略的かつ効果的に訴求する取組を行うことにより、福島県産農林水産物等に対する正しい理解を促進し、国内外の市場におけるブランド力の回復、取引の活発化を図る。							
事業概要(5行程度以内。別添可)	福島県が実施主体となり、福島県産農林水産物等についてメディアの活用等による広報活動、福島県内の市町村・民間団体が行う取組への支援を行う。 【補助率：定額】							
実施方法	補助							
予算額・執行額(単位：百万円)		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度要求		
	予算の状況	当初予算	-	297	-	1,604		
		補正予算	1,299	1,604	-	-		
		前年度から繰越し	-	-	-	-		
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-		
		予備費等	-	-	-	-		
	計	1,299	1,901	0	1,604	0		
	執行額	1,299	1,900	-	-			
執行率(%)	100%	100%	-	-				
成果目標及び成果実績(アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	24年度	25年度	26年度	目標最終年度 - 年度
	きゅうり、アスパラガス、トマト、桃について、実施年度の福島県産の販売価格にかかる平年比(震災前5年間の平均販売価格との比)が、全国平均の平年比水準に達すること	きゅうり、アスパラガス、トマト、桃について、以下により算出した数値の4品目平均値 [販売価格の平年比(福島県)/販売価格の平年比(全国)](%)	成果実績	%	-	88.4	90.5	
			目標値	%	-	-	-	100
			達成度	%	-	88.4%	90.5%	
活動指標及び活動実績(アウトプット)	活動指標		単位	24年度	25年度	26年度	27年度活動見込	
メディア向けセミナー開催回数	活動実績	回	-	3	2			
	当初見込み	回	-	4	2	2		
活動指標及び活動実績(アウトプット)	活動指標		単位	24年度	25年度	26年度	27年度活動見込	
	民間団体・市町村へのPR事業支援の実施主体数	活動実績	団体	-	157	244		
		当初見込み	団体	-	160	262	262	
単位当たりコスト	算出根拠		単位	24年度	25年度	26年度	27年度見込	
	セミナー費用総額/開催回数	単位当たりコスト	千円	-	21,980	9,450	8,000	
		計算式	千円/回	-	65,941/3	18,900/2	16,000/2	
単位当たりコスト	算出根拠		単位	24年度	25年度	26年度	27年度見込	
	民間団体・市町村へのPR支援の事業費総額/事業実施主体数	単位当たりコスト	千円	-	1,717	1,378	1,588	
		計算式	千円/回	-	269,636/157	336,158/244	416,039/262	
平 成 2 7 ・ 2 8 年 度 予 算 内 ( 単 位 : 百 万 円 )	費目	27年度当初予算	28年度要求	主な増減理由				
	マスメディアの活用	820						
	生産地におけるPR	10						
	市町村・団体等支援	416						
	県内外におけるPR	236						
	海外におけるPR	122						
	計	1,604	0					

事業所管部局による点検・改善

項目		評価	評価に関する説明		
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。	○	・東日本大震災の被災地復興に必要な事業であり、国民のニーズにも合致する。		
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	・東日本大震災の被災地復興に必要な事業であり、国費を投入して実施しなければならない。		
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	・原発事故に伴う農林水産物等の風評被害対策として必要な事業であり、優先度は高い。		
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。	○	・原発事故に伴う風評被害の対策として実施する事業であることから、福島県への支出は妥当である。		
	受益者との負担関係は妥当であるか。	○	・東日本大震災の被災地復興に必要な事業であり、負担関係は妥当である。		
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	・単位当たりコストは25年度に比べて低くなっており、妥当である。		
	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。	○	・実施要領において事業毎に補助対象とする経費の範囲を定めている。		
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-		
	その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか	○	・民間団体等の行う事業計画を精査した上で支援を行う等効率的実施に努めている。		
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか	○	・成果指標の達成度は88.4%(25年度)から90.5%(26年度)となっており、目標に向けて着実な向上を見せている。		
	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。	○	・福島県産農林水産物等について、各産地の出荷時期に応じて情報発信を効果的に行うことが求められることから、福島県が個々の取組を統括して実施することが必要である。		
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	・一部の活動指標において活動見込みをやや下回ったが、事業を効率的に進めるため、支援対象を精査した結果であり、ほぼ見込みどおりの実績となっている。		
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	・首都圏、阪神圏等の消費者等を広く対象としたテレビコマーシャル、電車の中吊り広告、ポスター等が広報活動に活用された。		
関連事業	関連する事業がある場合、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、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。 ・他方、農産物等消費応援事業は、東日本大震災による被災地域全域及びその周辺地域を対象とし、被災地産農産物等に対する消費者の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。		
	所管府省・部局名	事業番号	事業名		
	復興庁		農産物等消費応援事業		
点検・改善結果	点検結果	風評被害の解消に向けては、福島県産農林水産物等に対する正しい理解の促進を図っていくための着実な取組が必要であることから、出荷時期等に合わせ戦略的に福島産農林水産物等の魅力を発信していく本事業の意義は大きい。なお、目標を早期に達成できるよう、現行の取組についてさらに効果的、効率的な方法を工夫していく必要がある。			
	改善の方向性	従来のメディア等を活用した取組の効率化を進めるとともに、より実質的な販売増加や価格回復に結びつけるための取組を推進していく必要がある。			
外部有識者の所見					
行政事業レビュー推進チームの所見					
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況					
備考					
関連する過去のレビューシートの事業番号					
平成22年度	-	平成23年度	-	平成24年度	-
平成25年度	140	平成26年度	158		

※平成26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。

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)



<b>費目・使途</b> (「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.福島県原子力被害応急対策基金(福島県)			E.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	基金	福島県原子力被害応急対策基金	1,604			
	計		1,604	計		0
	B. 福島県貿易促進協議会			F.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	事業費	県産品海外風評被害払拭事業	20			
	計		20	計		0
	C.(株)電通東日本福島営業所			G.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	事業費	新生!ふくしまの恵み発信事業費	828			
	計		828	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	福島県原子力被害応急対策基金(福島県)	メディア向けセミナーの開催、テレビ媒体、鉄道媒体等による広報、パイヤー等の産地への招聘、首都圏プロモーション、キャラバン隊派遣、市町村・民間団体支援等	1,604	-	-

B

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	福島県貿易促進協議会	海外における福島県産農林水産物等のPR活動(展示会への出展、量販店におけるPR活動等)	20	公募1件 (応募者数)	-
2	ふくしま米需要拡大推進協議会	福島県産米PR活動(キャンペーンクルー選考、県内外イベントにおけるPR)	13	公募3件 (応募者数)	-
3	福島県米消費拡大推進連絡会議	福島県産米需要拡大(ふくしま米懇談会、県内外イベントにおけるPR)	13	公募3件 (応募者数)	-
4	福島市	首都圏の主要路線における農産物PR、長崎国体における福島市産りんごPR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
5	二本松市	県内外イベント参加による二本松市産農産物のPR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
6	伊達市	県外イベント、店頭、駅前における桃及びあんぽ柿のPR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
7	本宮市	県外イベント参加による福島県産農産物の安全性PR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
8	郡山市	ウェブ広告を活用した郡山市産農産物のPR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
9	須賀川市	県外での物産展開催による須賀川市産農産物等のPR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
10	会津若松市	飲食店等における地元農産物を使用した商品開発、県内外におけるPRイベントの開催	5	公募37件 (応募者数)	-
11	喜多方市	首都圏の大学、市民を対象とした農産物モニターツアーの実施	5	公募37件 (応募者数)	-
12	南相馬市	南相馬市産農林水産物PRポスターの作成、新聞への広告掲載によるPR活動	5	公募37件 (応募者数)	-
13	福島県酪農業協同組合	県内外でのイベント開催による福島県産牛乳・乳製品のPR活動	5	公募10件 (応募者数)	-
14	全国農業協同組合連合会福島県本部	県内外でのイベントの開催、量販店でのPR活動、トップセールス等による県産農畜産物のPR活動	5	公募6件 (応募者数)	-

C

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)電通東日本 福島営業所	テレビを用いたPR、メディア向けセミナー・ツアー、会議運営等	828	随意契約	-
2	(株)電通東日本 福島営業所	電車、新聞、情報誌等を用いたPR、バイヤー向けツアー、量販店におけるPR活動等	113	随意契約	-
3	(株)大広	量販店におけるPR活動、消費者モニターツアー、「ふくしま新発売。」専用ウェブサイト運営等	83	随意契約	-
4	公益財団法人福島県観光物産交流協会	首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館」における情報発信等	28	随意契約	-
5	(株)大広	「がんばろうふくしま！」応援店プレゼントキャンペーン、「がんばろうふくしま！応援店」専用ウェブサイト運営、応援店を対象とした現地ツアー等	23	随意契約	-
6	(株)グレイン・エス・ピー	「天のつぶ」PR活動(県内旅館、飲食店等における利用促進、生産地ツアー)	14	随意契約	-
7	(株)コスモアトリエ	量販店におけるPR活動、県内料理番組とのタイアップ等	9	随意契約	-
8	土湯温泉ふくしまディスティネーションキャンペーン推進会議	地元食材を使用したメニュー開発、首都圏におけるイベント運営、農業体験ツアー等	8	随意契約	-
9	福島県旅館ホテル生活衛生同業組合青年部	レシピコンテスト、特産品プレゼントキャンペーン、ウェブサイト運営等	8	随意契約	-
10	特定非営利活動法人Power of JAPAN	ふくしまPR列車によるPR、福島産食材の魅力を伝えるPR冊子作成等	8	随意契約	-