

令和2年度行政事業レビューシート (復興庁)

事業名	地域の魅力等発信基盤整備事業			担当部局庁	復興庁	作成責任者	
事業開始年度	平成30年度	事業終了(予定)年度	終了予定なし	担当課室	統括官付参事官(予算・会計担当)	参事官 増田 直樹	
会計区分	東日本大震災復興特別会計						
根拠法令 (具体的な条項も記載)	-			関係する計画、通知等	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災からの復興の基本方針(平成23年度7月29日 東日本大震災復興対策本部) 福島復興再生基本方針(平成24年7月13日 閣議決定) 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(平成25年4月2日) 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フォローアップ(平成25年11月22日) 風評対策強化指針(平成26年6月23日) 「復興・創生期間」における東日本大震災からの復興の基本方針(平成28年3月11日 閣議決定) 風評対策指針のフォローアップ(平成29年2月24日) 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略(令和元年12月20日) 		
主要政策・施策	-			主要経費			
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	被災12市町村を中心とする福島県について、民間団体などが行う地域の魅力の発信に対する支援や、産業復興(進出や再開に成功した企業)や生活基盤の再建が進んでいる状況をはじめとする復興の現状にかかる正確な情報発信を進めることで、風評被害の払拭や交流人口の増加を実現し、それにより民間企業等が安定的に事業を行うことができる環境の整備を後押しする。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	<p>(1)地域の伝統・魅力等発信支援事業(補助) 被災12市町村を中心とした地域の魅力や伝統等の発信により、交流人口の増加とそれを通じた地域の事業基盤の安定に資するような民間事業者・団体等の取組を支援(15~20件程度を想定)。</p> <p>(2)地域の魅力等発信に向けた基盤整備事業(委託) 被災12市町村を中心とした福島県の復興状況(例:新規進出または再開した企業、買い物環境をはじめとする生活基盤の回復)を正確に発信することで、風評被害の払拭につなげる。また、発信したコンテンツの効果測定等を通じて、有効な発信手段の選定を行う。</p>						
実施方法	委託・請負、補助						
予算額・執行額 (単位:百万円)	予算の状況	当初予算	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度	3年度要求
		補正予算	-	234	234	234	234
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-
		予備費等	-	-	-	-	-
		計	0	234	234	234	234
	執行額	-	186	206	-	-	
	執行率(%)	-	79%	88%	-	-	
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	#DIV/0!	79%	88%	-	-		
令和2・3年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	2年度当初予算	3年度要求	主な増減理由			
	地域の伝統・魅力等発信支援事業(補助)	194	194	-			
	地域の魅力等戦略的発信事業(委託)	40	40	-			
	計	234	234	-			
定量的な成果目標	定量的な目標が設定できない理由	定量的な目標が設定できない理由			定性的な成果目標と平成29~令和元年度の達成状況・実績		
	定性的な成果目標	風評被害の払拭や交流人口の増加による福島県に関する正確な情報発信基盤の整備を表す定量的な成果目標がないため、現時点で定量的な目標値を示すことは困難。			風評被害の払拭や交流人口の増加により、民間企業等が安定的に事業を行うことができる環境の整備を推進する。令和元年度は、21者の民間団体等の支援を実施した。		

の 設定 が 困 難 な 場 合	事業の妥当性を検証するための代替的な達成目標及び実績	代替目標	代替指標		単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度	
		本事業において補助事業者が開催するイベントや施設等、被災12市町村を中心とした福島県に訪問する人増加させる。	被災12市町村を中心とした福島県で開催されるイベントや施設等への来訪者数(補助事業者推定値)	実績	-	-	60,630	37,786	-	-	-
		目標値	-	-	140,000	140,000	-	-	-	-	
		達成度	%	-	43.3	26.9	-	-	-	-	
活動指標及び活動実績(アウトプット)	活動指標				単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込	3年度活動見込	
	被災12市町村を中心とした福島県で開催されるイベントや施設等への来訪者数(補助事業者推定値)	活動実績	-	-	60,630	37,786	-	-	-	-	
		当初見込み	-	-	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	
活動指標及び活動実績(アウトプット)	活動指標				単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込	3年度活動見込	
	被災12市町村を中心とした福島県の復興状況や魅力についてまとめたコンテンツの閲覧数	活動実績	-	-	2,870,000	1,788,773	-	-	-	-	
		当初見込み	-	-	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	
単位当たりコスト	算出根拠				単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込		
	執行額(円)/被災12市町村を中心とした福島県で開催されるイベントや施設等への来訪者数(人)	単位当たりコスト	円/人	-	-	2,482	3,982	1,383.2	1,383.2		
		計算式	-	-	1,383	1,383	193644000/140000	193644000/140000			
単位当たりコスト	算出根拠				単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込		
	執行額(円)/コンテンツの閲覧数	単位当たりコスト	-	-	12.5	20.5	13.3	13.3			
		計算式	-	-	16.1	16.1	40000000/3000000	40000000/3000000			
政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策	IV 中小・地域									
	施策	5 福島・震災復興									
	測定指標	定量的指標				単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 年度	目標年度 年度
			実績値	-	-	-	-	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-	-	-	-
			定性的指標	目標	目標年度	施策の進捗状況(目標)					
					-						
					-						
					-						
					-						
				-							
				-							
<p align="center">本事業の成果と上位施策・測定指標との関係</p> <p>本事業は、被災12市町村を中心とした福島県の伝統・魅力等の発信による風評被害の払拭や交流人口の増加に向けた取組を補助することで、民間主導により正確な情報が発信される基盤を整備する。 併せて、国自身も被災12市町村を中心とした福島県の復興状況や魅力を、国内外に対して戦略的かつ効果的に発信することで、正確な情報が発信される基盤を整備する。 なお、当該事業の趣旨は政府方針等に復興施策として位置づけられており、本事業を着実に推進することにより、福島第一原子力発電所事故からの復興に寄与する。</p> <p>(参考) ◆風評対策強化指針(平成26年6月23日) 「強化指針3. 風評被害を受けた産業を支援する」風評を受けた産業に対して、官民の力を結集して取り組み、被災地産品の販路拡大・新商品開発、国内外からの誘客促進等を図る。」 ◆平成28年度以降の復旧・復興事業について(平成27年6月24日 復興推進会議決定) 3. 各分野における今後の取り組み//(5)原子力事故災害からの復興・再生 「廃炉・汚染水対策を着実に進めるとともに、除染、中間貯蔵施設の整備及び除去土壌等の搬入の推進、放射線物質汚染廃棄物の処理を着実に進める。風評被害対策を着実に実施する。また、原子力損害への適切な賠償を進める。」 ◆「復興・創生期間」における東日本大震災からの復興の基本方針(平成28年3月11日閣議決定) 2. 各分野における今後の取り組み//(4)原子力災害からの復興・再開⑤事業・生業や生活の再建・自立に向けた取組の拡充 「風評被害の払しょくに向けて、「風評対策強化指針」においてこれまで講じた風評被害対策を継続的に検証し、一層の効果的取組を推進していく。」 ◆風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略(平成29年12月12日) 2. 食べてもらう//(2)伝えるべき内容//①福島県産品の「魅力」や「美味しさ」 3. 来てもらう//(2)伝えるべき内容//①福島県の旅行先としての「魅力」</p>											

新経済・財政再生計画改革工程表 2019	取組事項	分野:								
	(第一階層) KPI	KPI (第一階層)		単位	計画開始時 年度	元年度	2年度	中間目標 年度	目標最終年度 年度	
		成果実績								
		目標値								
		達成度	%							
	(第二階層) KPI	KPI (第二階層)		単位	計画開始時 年度	元年度	2年度	中間目標 年度	目標最終年度 年度	
		成果実績								
		目標値								
		達成度	%							
	本事業の成果と取組事項・KPIとの関係									

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。	○	官民合同チームによる約5000件の個別訪問で得られた、風評被害に関する事業者の生の声を踏まえた支援策としており、ニーズを的確に反映したものとなっている。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	国の避難指示等の対象となった被災12市町村の産業は、人口が大幅に減少し、極めて厳しい事業環境となっており、地方自治体や民間のみで対応することは困難。
	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。	○	「風評対策強化指針」(平成26年6月23日)で「強化指針3. 風評被害を受けた産業を支援する」風評を受けた産業に対して、官民の力を結集して取り組み、被災地産品の販路拡大・新商品開発、国内外からの誘客促進等を図る。」とされており、復興政策の中での優先度は高い。 また、「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」(平成29年12月12日)の2.(2)①や3.(2)①においても記載されており、復興政策の中での優先度は高い。
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。	○	一部の事業においては一者応札となったが、3名の外部審査員による評価により採択事業者を選定したため支出先の選定は妥当である。
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。	有	
	競争性のない随意契約となったものはないか。	無	
	受益者との負担関係は妥当であるか。	○	補助事業の執行に限らず、間接補助事業者の実施事業のブラッシュアップ、事業者同士のマッチング等を担当しており、負担関係は妥当。
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	補助事業については、採択にあたり、具体的な成果目標や事業終了後の方針なども見据えてもらうような仕組みとしており、コスト等の水準は妥当。 委託事業については、コンテンツの閲覧後の具体的な行動をの提案等を行うような仕様としており、コスト等の水準は妥当。
	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。	○	競争性を確保するため、直接補助事業者は間接補助事業者を公募によって選定する。また、間接補助事業者が委託及び外注を行う場合には、基本的に相見積もりにより競争性を確保しており、また相見積もりを行わない場合には、その要因及び選定理由を精査しており、支出の合理性を確保している。
	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。	○	事業採択や契約に当たって、費目・使途の妥当性を事務的にチェックすることとしている。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	
繰越額が大きい場合、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。	○	本事業の目的を達成するため最適な取組を検討し、事業の効率性及び有効性を高めるべく改善を図っている。	
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。	-	-
	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。	-	-
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	-	-
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	-	-
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)	-	-
点検・改善結果	点検結果	-	
	改善の方向性	-	

外部有識者の所見

より豊かな企画提案、周知活動の強化に努め、適切な進捗管理を行い、効果的・効率的な執行に努めること。

行政事業レビュー推進チームの所見

現状通り

事業の効果測定の方法を検討すること。

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

通り

事業の執行状況を勘案し適切な予算規模について精査しつつ、広報を行う対象を明確に設定し、常に効果の高い媒体・手段を用いるように意識する等効率的・効果的な予算の執行に努めていく。

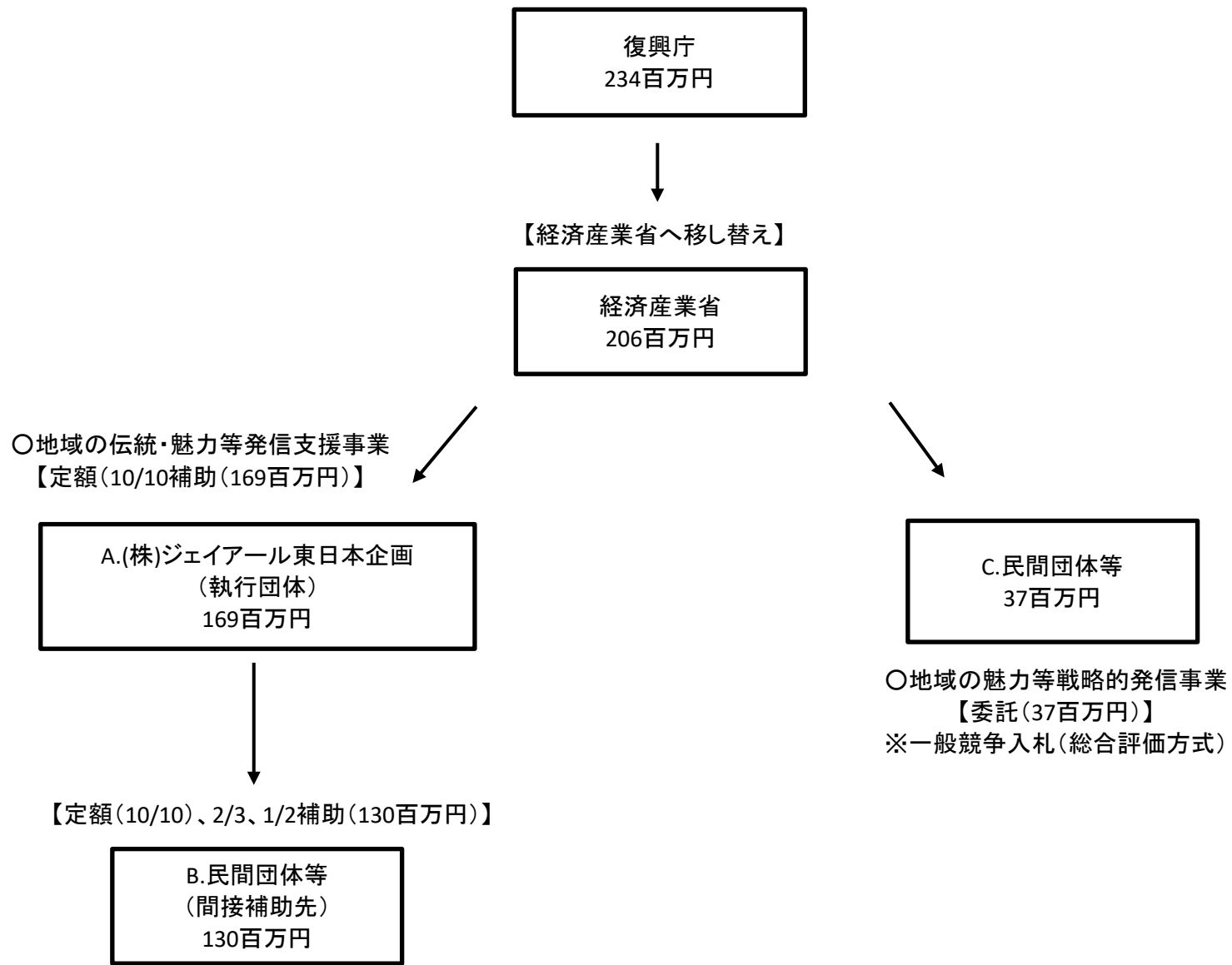
備考

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	
平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
平成30年度	新30-0010						
平成31年度	復興庁 (0134)						

※令和元年度実績を記入。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
しているかについて
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)ジェイアール東日本企画			B.株式会社夜明け市場		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	地域の伝統・魅力等発信支	補助金交付予定額	130	外注費	イベント運営費等	10
	業務管理費	人件費	15	その他	会場借料、輸送費等	0
	〃	広報費	9			
	〃	旅費	4			
	〃	補助員人件費	4			
	〃	外注費(HP制作等)	3			
	〃	謝金(アドバイザー派遣)	2			
	〃	委託費(業務サポート)	2			
計		169	計		10	
	C.(株)日経ビーピー			D.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	再委託費	業務委託	17			
	人件費	全体統括、補佐	2			
	その他	一般管理費、消費税	2			
	事業費	旅費、宿泊費	0			
	計		21	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	(株)ジェイアール東日本企画	7011001029649	地域の伝統・魅力等の発信や、交流人口増加のための取組を行う民間団体等(間接補助事業者)を支援。	169	補助金等交付	1	--	

B

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社夜明け市場	3380001020849	双葉郡檜葉町木戸川のいくらを契機とした浜通り水産資源復活を目的とするPR事業	10	補助金等交付	-	--	
2	飯館電力株式会社	8380001024705	飯館村のPR動画を作成、サイクリングイベントの実施	9	補助金等交付	-	--	
3	一般財団法人田村市滝根観光振興公社	8380005003424	ファミトリップを実施し、観光資源の磨き上げの実施。インフルエンサーを活用した海外への情報発信により交流人口の拡大を図る	9	補助金等交付	-	--	
4	テロワージュふくしま実行委員会		地域の食材と地域のお酒のマリアージュを開発、飲食店と連携し情報発信。	8	補助金等交付	-	--	
5	特定非営利活動法人ハッピーロードネット	4380005007809	震災・原発事故を経験した田高校生による「廃炉と産業・地域」など福島復興状況の情報発信事業	8	補助金等交付	-	--	
6	有限会社紺野機業場	7380002005705	「川俣シルク」をの魅力を発信するためのコンテンツの作成及び茶会の実施。	8	補助金等交付	-	--	
7	株式会社Jヴィレッジ	6380001016638	事業を再開するJヴィレッジにてスポーツフェスティバルやドローンの空撮コンテストなどのイベントを行い交流人口の増加をはかる。	7	補助金等交付	-	--	
8	相馬野馬追北郷騎馬会		重要民俗文化財である「相馬野馬追」の伝承のための体験イベントの実施やPR事業	6	補助金等交付	-	--	

9	トレ食株式会社	7010401138811	イベントの情報発信プラットフォームの作成およびそれを利用したスタンプラリーの実施。	6	補助金等交付	-	-	-
10	株式会社田村市常葉振興公社	1380001008012	観光施設を活かした交流人口拡大および周辺施設への周遊ルートの確立、YouTuberを活用した情報発信を実施。またインバウンドへ向けてタイ日本博へ出展。	6	補助金等交付	-	-	-

C

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社日経ビーピー	4010401060159	若手人材の定着を目的に福島県の就職環境等について、webページやSNSを通じて情報発信	22	一般競争契約 (総合評価)	3	-	
2	株式会社MATCHA	7011301020027	福島の復興状況の発信のため、多言語によるweb記事や動画、webページの作成	9	一般競争契約 (総合評価)	4	-	
3	株式会社文友舎	6010001200369	既存コンテンツを活かした福島の復興状況および地域の魅力を発信	6	一般競争契約 (総合評価)	1	-	