

平成27年度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)			担当部局庁	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	平成27年度	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				
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	被災地及びその周辺地域で生産・加工された農林水産物等(以下「被災地産食品等」)が風評に惑わされることなく選択されるよう、官民連携の下、広く国民にPRすることにより、消費者の被災地産食品等の消費拡大を促す。							
事業概要 (5行程度以内。別添可)	被災地産食品等が風評に惑わされることなく選択されるよう、被災地食品等の品質等の魅力を、生産者・事業者等の姿や思いと併せて消費者に対し効果的に訴求するとともに、企業・団体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、被災地産食品等の消費拡大を推進する。							
実施方法	委託・請負							
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	126	126	86	80	-	
		補正予算	▲38	▲36	▲9	-	-	
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-	
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-	
		予備費等	-	-	-	-	-	
	計	88	90	77	80	0		
	執行額	88	90	77				
執行率(%)	100%	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 27年度
	平成27年度において、右記成果指標を平成26年度実績比で10%向上させる。	首都圏を中心とした消費地において、本事業により被災地産食品等を購入した人の割合	成果実績	%	-	-	26	
		目標値	%	-	-	-	36	
		達成度	%	-	-	-		
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	
	新聞、雑誌、テレビ、交通広告延べ閲覧可能人数	活動実績	万人	6,948	4,498	8,572		
		当初見込み	万人	5,375	2,880	2,749	34,680	
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	
	執行額のうち広報活動費/新聞・雑誌・WEB延べ閲覧可能人数	単位当たりコスト	円	0.63	0.65	0.39	0.09	
		計算式	円/万人	44,100,000円/6,948万人	29,436,225円/4,498万人	33,530,000円/8,572万人	30,280,000円/34,680万人	
平成27・28年度予算内訳 (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				
	広報活動費	38	0	27年度で終了				
	官民連携拡大費	42	0					
計	80	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。	○	・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。 ・国は、「食べて応援しよう！」という被災地産農産物等の消費応援運動の普及を行い、民間は、こうした国の取組を踏まえ、被災地産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。	
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○		
	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。	○		
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。 ・平成26年度の単位当たりコストは、平成24年度・平成25年度と比較して減少しており、妥当な水準であると考えられる。 ・資金の流れの中間段階での支出は、事業効果を高めるために明確な役割分担の下、合理的に支出されていることを、事業完了後行う検査において確認した。 ・「食べて応援しよう！」という被災地産農産物等の消費拡大運動の普及を民間企業等と連携して展開するとともに、被災地農産物等の魅力や生産者の姿を効果的に消費者に伝え、被災地産農産物等の消費拡大等を図るための広報を、交通広告など、消費地である首都圏に集中的に訴求できるメディアを活用するなど、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・効果的に実施している。	
	受益者との負担関係は妥当であるか。	○		
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○		
	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)	○		
	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	○		
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	○	・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、26年度に実施した各種広告の閲覧可能人数(延べ)は約8,600万人である。 ・27年度も、首都圏交通広告等をはじめとした、消費者に対して被災地農産物等の消費を促す広報を展開。 ・成果物については、WEBサイトへの掲載や関連イベントで配布する等二次利用に努めている。	
	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。	○		
	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)	○	・本事業は、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。 ・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。	
	所管府省・部局名	事業番号		事業名
	復興庁	157		福島産農産物等戦略的情報発信事業
点検・改善結果	点検結果	・本事業は、被災地及びその周辺地域で生産・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。 ・また、メディア等を活用したPRIに加え、本事業の趣旨に賛同する企業・団体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、被災地産農産物等の更なる消費拡大を図っている。		
	改善の方向性	27年度において、被災地産農産物等の主な消費地である首都圏の消費者に対し特に注力して広報活動を実施するなど、引き続き、効果的かつ効率的な事業執行に努める。		

外部有識者の所見

目標がどの程度達成されたか等、本事業について総括を行うとともに、適切な進捗管理に努めること。

行政事業レビュー推進チームの所見

終了予定

事業の目的である被災地等で生産・加工された農林水産物等の消費拡大の促進が平成27年度中に達成される見込みであるため、当初の予定通り27年度で事業を終了することが適当である。

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

予定通り終了

事業の目的である被災地等で生産・加工された農林水産物等の消費拡大の促進が平成27年度中に達成される見込みであるため、当初の予定通り27年度で事業を終了し、平成28年度予算要求は行わない。

備考

関連する過去のレビューシートの事業番号

年度	事業番号	年度	事業番号	年度	事業番号
平成22年度	-	平成23年度	-	平成24年度	52
平成25年度	083	平成26年度	106		

復興庁
77百万円

農林水産省へ移替え

農林水産省
77百万円

【総合評価入札・委託】1社/2社

A 民間企業(1社)
77百万円

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(4社)
24百万円

1. 民間企業との連携拡大
2. 新聞、雑誌等取材、撮影、編集
3. 販売促進・普及啓発用ツール印刷
4. 効果測定

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
 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)
外部委託費	4社(人件費、取材、撮影、編集、ツール印刷、効果測定)	24			
広報掲載費	新聞、雑誌、WEB掲載費	34			
人件費	実務実施管理費	19			
計		77	計		0
B.株式会社コムブリッジ			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	12			
計		12	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	77	2	90%
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	株式会社コムブリッジ	推進活動を進める上での民間事業者等との連絡調整業務	12	-	-
2	株式会社綜研情報工芸	効果測定	5	-	-
3	星光社印刷株式会社	ツール印刷	3	-	-
4	有限会社シリウス	広報素材作成のための取材、撮影、編集業務	3	-	-
5					
6					
7					
8					
9					
10					