

- 新しいレビューシート導入※（内閣官房行革事務局）  
（行政事業レビューを通じて政府の活動にEBPMを導入。「政策意図や将来に向けた意思」を示すことに主眼。）
- 令和4年12月：一部事業で試行的に新しいレビューシート作成（政府全体：128、復興庁：4）  
うち、各府省庁数テーマを重点フォローアップ対象として選定 うち（政府全体：29、復興庁：1）  
→ 行革事務局等による支援を活用、改善に向けた取組を実施
- 令和5年度：新しいレビューシートを全事業に展開（政府全体：5,000、復興庁：140）
- 「各府省庁において優れた取組を「優良事業改善事例」として選定、各府省庁内において横展開」

※主な変更点：記載内容を検討する過程が自然と基礎的なEBPMの実践となることを意図して設計

- ・ 成果目標を短期・中期・長期に段階分け（事業の性質に応じて成果段階の数は弾力化）
- ・ 各段階の成果目標の設定理由、及び成果目標間のつながりを説明する欄を追加
- ・ 政策効果の点検結果を、これまでのチェックシート形式から、文章での説明方式（改善の方向性もあわせて）に変更 等

### 優良事業改善事例 → 風評払拭・リスクコミュニケーション強化事業

#### <改善点の概要>

- ・ アクティビティや成果目標の設定について、事業の目的や効果の発現経路を踏まえながら、ロジカルかつ具体的に記載
- ・ 目標設定 アウトプット&アウトカムのみ（「情報発信件数」と「福島県の製品の購入をためらう者の割合」）  
→ 短期アウトカム「情報発信の接触者数」、中期アウトカム「福島県の復興の現状等を理解する者の増加率」を追加、事業全体の効果を測定する指標として、新たにアンケート調査を導入。

#### <選定理由>

- ・ 可視化・数値化が難しい事業について、新しいシートの趣旨に沿った効果検証が可能となるよう、試行錯誤を繰り返し、成果目標の段階分けや、事業の効果の発現経路をより明確化。
- ・ 事業（情報発信）の実施前後における効果を定量的に実証できるよう、積極的な見直し（新たなアンケート調査導入）。

#### <選定プロセス>

- ・ 庁内のEBPM推進チームにおいて、新たなレビューシートの目的[記載内容の検討過程が自然とEBPM実践に]を踏まえ、シートの主要変更点である[アウトカムの段階分け]部分の積極的改善状況を検証し、本事業選定が適当との結論。

# 行政事業レビューシートにおける優良事業改善事例の選定

## 【参考：風評払拭・リスクコミュニケーション強化事業について】

### <事業名>

風評払拭・リスクコミュニケーション強化事業（国内外向け情報発信分） <予算額（R4年度当初：970百万円、R5年度要求：990百万円）>

### <事業の目的>

- ・福島第一原子力発電所の放射線事故に起因する風評の払拭のため、様々なメディア・コンテンツ等を活用し、放射線に関する基礎知識や福島の復興の現状及びALPS処理水の安全性に関し、国内外に向けて科学的根拠に基づいた効果的で分かりやすい情報発信を行うことで、国内外において福島県を中心とした被災地の復興状況、放射線及びALPS処理水に関する理解が進むこと、また、最終的には、以下を目的とする。

国内：福島県産品農林水産物の全国平均価格との乖離の解消、観光客数の震災前水準までの回復

国外：全ての国・地域における輸入規制が撤廃された結果、福島県産農林水産物の輸出量増加

### <事業の内容>

- ・東日本大震災及び原発事故からの被災地の復興と自立を促進する情報について、プル型の情報発信（復興庁ウェブサイトや公式YouTube等のオウンドメディアによるもの）とプッシュ型の情報発信（テレビ、新聞等のマスメディアやユーザ自らが情報発信を行うシェアメディア等のアードメディアによるもの）を効果的に組み合わせるなどして発信する。

国内：復興が進展している被災地の姿や、放射線に関する基本的な知識等を、様々なメディア・コンテンツ等（動画・チラシ・雑誌など）を活用して発信

国外：復興が進展している被災地の姿を各種メディア（動画・新聞広告）で発信するとともに、日本産品に対する輸入規制が残る国・地域に対して重点的に情報発信

特に、ALPS処理水に関しては、「ALPS処理水の処分に関する基本方針の着実な実行に向けた行動計画」（令和3年12月）等の内容を踏まえ、国民・国際社会の理解の醸成に向け、総力を挙げた正確な情報発信や国外に向けた戦略的な発信を実施

令和5年度行政事業レビューシート (復興庁)

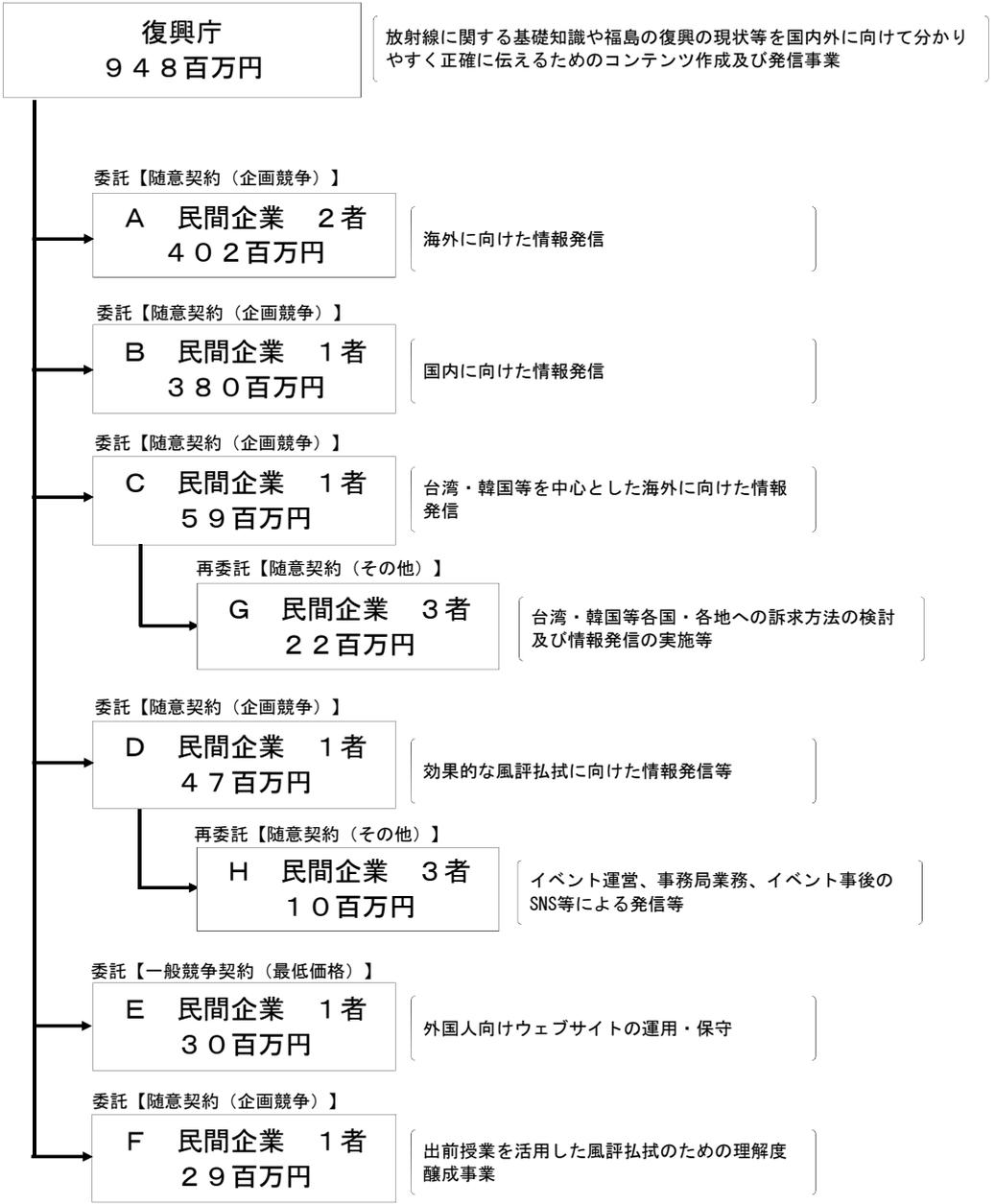
|                        |  |  |           |            |   |           |         |
|------------------------|--|--|-----------|------------|---|-----------|---------|
| 事業名                    | 風評払拭・リスクコミュニケーション強化事業(国内外向け情報発信分)  |  |           | 担当部局庁      | 復興庁   | 作成責任者     |         |
| 事業開始年度                 | 令和2年度  | 事業終了(予定)年度                               | 終了予定なし    | 担当課室       | 原子力災害復興班  | 参事官 末満 章悟 |         |
| 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)        | 福島復興再生特別措置法第57条 国民の理解と増進   |  |           | 関係する計画、通知等 | 「第2期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針(令和3年3月9日閣議決定)<br>「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月策定) |           |         |
| 政策                     | -  |  |           | 主要経費       | その他の事項経費  |           |         |
| 施策                     | -  |  |           |            |   |           |         |
| 政策体系・評価書URL            | -  |  |           |            |   |           |         |
| 事業の目的(5行程度以内)          | 福島第一原子力発電所(以下「原発」という。)の放射線事故に起因する風評の払拭のため、様々なメディア・コンテンツ等(動画・チラシ・雑誌など)を活用し、放射線に関する基礎知識や福島の復興の現状、及びALPS処理水の安全性に関し、国内外に向けて科学的根拠に基づいた効果的でわかりやすい情報発信を行うことで、国内外において広く福島県を中心とした被災地の復興状況、放射線及びALPS処理水に関する理解が進み、最終的には、国内においては、福島県産品農林水産物の全国平均価格との乖離が解消し、観光客数が震災前の水準まで回復すること、海外においては、全ての国・地域における輸入規制が撤廃された結果、福島県産の農林水産物の輸出量が増加することを目的とする。  |  |           |            |   |           |         |
| 現状・課題(5行程度以内)          | 放射線事故に起因する風評の払拭については、福島県産農林水産物の全国平均価格との乖離や教育旅行をはじめとした観光業の不振など、今もお風評被害が根強く残っている。また、令和3年4月にALPS処理水処分方針が決定され、5年8月にALPS処理水の海洋放出が開始されるなど、今後新たな風評の発生が懸念されている。<br>原発の放射線事故に起因する風評の払拭については、各関係省庁が連携しつつ取り組み、一定の成果を上げているものの、福島県産の農林水産物の価格は全国平均を下回るものもあり、また、同県産の農林水産物の輸出についても、7の国と地域において輸入規制が継続されているなどの課題がある。   |  |           |            |   |           |         |
| 事業概要(5行程度以内)           | 東日本大震災及び原発事故の被災地の復興と自立を促進する情報について、復興庁ウェブサイトや公式ユーチューブなどのオウンドメディアによるプル型の情報発信と、テレビ、新聞等のマスメディアやユーザ自らが情報発信を行うシェアメディアなどのアードメディアによるプッシュ型の情報発信を効果的に組み合わせるなどして発信する。<br>具体的には、国内に向けては、復興が進んでいる被災地の姿や、放射線に関する基本的な知識等を、様々なメディア・コンテンツ等(動画・チラシ・雑誌など)を活用して発信する。国外に向けては、復興が進んでいる被災地の姿を各種メディア(動画・新聞広告等)で発信するとともに、日本産品に対する輸入規制が残る国・地域に対して重点的に情報発信を行う。特に、ALPS処理水に関しては、「ALPS処理水の処分に関する基本方針の着実な実行に向けた行動計画」(令和3年12月)等の内容を踏まえ、国民・国際社会の理解の醸成に向けて、総力を挙げた正確な情報の発信や海外に向けて戦略的に発信することなどを実施する。 |  |           |            |   |           |         |
| 事業概要URL                | -  |  |           |            |   |           |         |
| 実施方法                   | 委託・請負  |  |           |            |   |           |         |
| 補助率等                   | -  |  |           |            |   |           |         |
| 予算額・執行額(単位:百万円)(インプット) | 予算の状況  | 当初予算(A)                                  | 令和2年度     | 令和3年度      | 令和4年度   | 令和5年度     | 令和6年度要求 |
|                        |  | 補正予算(B)                                  | -         | -          | -   | -         | -       |
|                        |  | 前年度から繰越し(C)                              | -         | -          | -   | -         | -       |
|                        |  | 翌年度へ繰越し(D)                               | -         | -          | -   | -         | -       |
|                        |  | 予備費等(E)                                  | -         | -          | ▲ 22  | -         | -       |
|                        |  | 計(F)<br>=(A)+(B)+(C)+(D)+(E)             | 469       | 973        | 949   | 950       | 982     |
|                        |  | 執行額(G)                                   | 467       | 971        | 948   | -         | -       |
|                        |  | 執行率(%)<br>=(G)/(F)                       | 100%      | 100%       | 100%  | -         | -       |
|                        |  | 当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)<br>=(G)/[(A)+(B)] | 100%      | 100%       | 98%   | -         | -       |
|                        |  | 歳出予算項目                                   | 令和5年度当初予算 | 令和6年度要求    | 主な増減理由(・要望額・予備費)  |           |         |
|                        |  | (項)                                      | 復興庁共通費    |            | ALPS処理水の海洋放出後の風評影響を最大限抑制するために必要となる国民・国際社会の理解醸成に向けた情報発信の充実に係る経費の増のため。                    |           |         |
| (目)                    | 復興政策調査費  | 950                                      | 982       |            |   |           |         |
|                        | その他  |  |           |            |   |           |         |
|                        | 計(A)   | 950                                      | 982       |            |   |           |         |

|  |  |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
|--|--|--|--------------------|---------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------------|------------------|
| <b>活動内容①</b><br>(アクティビティ)  | 妊産婦並びに乳幼児及び児童生徒の保護者を含む一般国民を主な対象とした国内における情報発信(動画コンテンツの配信、パンフレットの配布、イベントの実施等)を行う。<br>本事業は、様々な情報発信を組み合わせるなどして発信する「メディア・ミックス」の考え方にに基づき、前年度の状況や事業者からの企画提案を勘案して様々な手段を組み合わせるため、コンテンツごとにアクティビティを設定するのではなく、国内における情報発信全体をアクティビティとして扱う。   |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| ↓  |  |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| <b>活動目標及び活動実績①</b><br>(アウトプット)   | 活動目標<br>放射線に関する基礎知識、福島等の復興の現状、農産物の安全性、ALPS処理水等に関する情報発信   | 活動指標<br>情報発信件数                                     | 活動実績<br>当初見込み      | 単位<br>件 | 令和2年度<br>13         | 令和3年度<br>26         | 令和4年度<br>35         | 5年度<br>活動見込<br>-                    | 6年度<br>活動見込<br>- |
| ↓  | <b>成果目標①-1の<br/>設定理由<br/>(アウトプット<br/>からのつながり)</b><br>放射線に関する基礎知識、福島等の復興の現状、農産物の安全性、ALPS処理水等に関する情報発信を実施することで、国内における妊産婦並びに乳幼児及び児童生徒の保護者を含む一般国民が当該情報に接触する。情報発信の効果は質(情報発信による認識の変化)と量(どれだけの人に届いているか)が重要となる、まず「触れる」ことが効果の発現の前提となることから、短期アウトカムとして、接触者数を設定。  |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| <b>成果目標及び成果実績①-1</b><br>(短期アウトカム)  | 成果目標<br>必要な情報への接触  | 定量的な成果指標<br>本事業による情報発信の接触者数                        | 成果実績<br>目標値<br>達成度 | 単位<br>人 | 令和2年度<br>11,436,782 | 令和3年度<br>17,380,720 | 令和4年度<br>20,959,942 | 目標年度<br>6年度<br>-<br>11,000,000<br>- |                  |
| <b>成果実績及び目標値の<br/>根拠として用いた<br/>統計・データ名(出典)<br/>/定性的なアウトカムに<br/>関する成果実績</b> | 成果実績:委託事業からの報告書等<br>目標値:①消費者庁「風評被害に関する消費者意識の実態調査(第15回)」,②総務省統計局「人口推計(2019年)」<br>(算出方法)食品中の放射性物質の検査が行われていることを知らない人が約6割(①)いるなど、放射線に関する基礎知識や福島県の復興の現状等に関する情報が不足している。そのため、本事業の主な情報発信の対象となる年代(15歳~74歳)の9223万人(②)の約6割に相当する約5533万人に向けて5年間で情報発信することを目標として設定。   |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| ↓  | <b>成果目標①-2の<br/>設定理由<br/>(短期アウトカム<br/>からのつながり)</b><br>放射線に関する基礎知識、福島等の復興の現状、農産物の安全性、ALPS処理水等に関する情報に接触した一般国民の放射線に関する基礎知識が向上し、福島県の復興の現状等に対する理解が深まる。短期アウトカムで把握している接触者の認識の変化が目論見どおりとなっているか、「質」を確認するため、接触者の理解度を設定。<br>本事業の実施前後にアンケート調査を実施し、「福島県への認識がどのように変わったか、理解が進んだか」等、情報発信の効果測定する。   |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| <b>成果目標及び成果実績①-2</b><br>(中期アウトカム)  | 成果目標<br>放射線に関する基礎知識の向上、福島県の復興の現状等に対する理解  | 定量的な成果指標<br>放射線に関する基礎知識が向上した者及び福島県の復興の現状等を理解する者の割合 | 成果実績<br>目標値<br>達成度 | 単位<br>% | 令和2年度<br>-          | 令和3年度<br>-          | 令和4年度<br>-          | 目標年度<br>7年度<br>-<br>50<br>-         |                  |
| <b>成果実績及び目標値の<br/>根拠として用いた<br/>統計・データ名(出典)<br/>/定性的なアウトカムに<br/>関する成果実績</b> | 成果実績:アンケート調査により、事業実施前後で福島県への認識がどのように変わったか、理解が進んだか等を測定するため、事業実施前後に「福島県内の現状を正しく理解している・理解できたと思う」という質問項目を対象者に回答いただき、その割合を調査する。(令和5年度以降のアンケート調査の質問項目に追加予定。このため令和4年度以前の実績値は記載していない。)<br>目標値:本事業等により、被災地の復興状況や放射線及びALPS処理水に関する国民の理解が促進され、被災地に対してより肯定的なイメージが形成されることにより、風評の影響が払拭されることを目標として目標値を設定。(中期アウトカムは令和5年度の行政事業レビューから設定したものであるため令和4年度以前の目標値は記載していない。) |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| ↓  | <b>成果目標①-3の<br/>設定理由<br/>(長期アウトカム<br/>へのつながり)</b><br>質と量を備えた情報発信が行われることで、国民の放射線に関する基礎知識が向上し、福島県の復興の現状等を理解し、認識が変化することで行動の変容が起こり、放射性物質等を理由に福島県の製品の購入をためらう者が減少する。<br>ALPS処理水の放出による新たな風評が発生すると増加する、福島県の取組や他省庁の事業の影響により減少する等の外部要因が想定されるため、必ずしも本事業のみの効果と言えない面はあるが、事業の目的から鑑み、本目標・指標は重要なため設定する。  |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| <b>成果目標及び成果実績①-3</b><br>(長期アウトカム)  | 成果目標<br>放射性物質等を理由に福島県の製品の購入をためらう者がいなくなる  | 定量的な成果指標<br>放射性物質等を理由に福島県の製品の購入をためらう者の割合           | 成果実績<br>目標値<br>達成度 | 単位<br>% | 令和2年度<br>8.1        | 令和3年度<br>6.5        | 令和4年度<br>5.8        | 目標最終年度<br>12年度<br>-<br>0<br>-       |                  |
| <b>成果実績及び目標値の<br/>根拠として用いた<br/>統計・データ名(出典)<br/>/定性的なアウトカムに<br/>関する成果実績</b> | 成果実績:消費者庁「風評に関する消費者意識の実態調査(第16回)」<br>目標値:本事業等により、被災地の復興状況や放射線及びALPS処理水に関する国民の理解が促進され、被災地に対してより肯定的なイメージが形成されることにより、放射性物質を理由に福島県の製品の購入をためらう者の割合が減少することを目標として設定。  |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| <b>アウトカム設定について<br/>の説明</b>   | アクティビティ①について定性的なアウトカムを設定している理由   |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| -  | アクティビティ①についてアウトカムが複数設定できない理由   |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |
| -  |  |  |                    |         |                     |                     |                     |                                     |                  |

|   |  |   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
|---|--|---|---|------------|------------------|-------------------|--------------|------------------------|---------------------|--|
| <p><b>活動内容②</b><br/>(アクティビティ)</p>           | <p>特に輸入規制を実施している国・地域における一般国民を主な対象とした情報発信(外国語ポータルサイト、動画コンテンツの配信、記事広告の掲載、イベントの実施等)を行う。<br/>本事業は、様々な情報発信を組み合わせるなどして発信する「メディア・ミックス」の考え方にに基づき、前年度の状況や事業者からの企画提案を勘案して様々な手段を組み合わせるため、コンテンツごとにアクティビティを設定するのではなく、国外向け情報発信全体をアクティビティとして扱う。</p> |   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>↓</p>                                    |  |   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p><b>活動目標及び活動実績</b><br/>②<br/>(アウトプット)</p> | <p>活動目標</p>  | <p>活動指標</p>   | <p>活動実績</p>   | <p>単位</p>  | <p>令和2年度</p>     | <p>令和3年度</p>      | <p>令和4年度</p> | <p>5年度<br/>活動見込</p>    | <p>6年度<br/>活動見込</p> |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>福島等の復興の現状、農産物の安全性、ALPS処理水等に関する情報発信</p>  | <p>情報発信件数</p>   | <p>件</p>  | <p>-</p>   | <p>23</p>        | <p>24</p>         | <p>-</p>     | <p>-</p>               | <p>-</p>            |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果目標②-1の<br/>設定理由<br/>(アウトプット<br/>からのつながり)</p>  | <p>福島等の復興の現状、農産物の安全性、ALPS処理水等に関する情報発信を実施することで、特に輸入規制を実施している国・地域における一般国民が当該情報に接触する。情報発信の効果は質(情報発信による認識の変化)と量(どれだけの人に届いているか)が重要なところ、まず「触れる」ことで効果が発現することから、短期アウトカムとして、接触者数を設定。</p>   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果目標</p>  | <p>定量的な成果指標</p>   | <p>成果実績</p>   | <p>単位</p>  | <p>令和2年度</p>     | <p>令和3年度</p>      | <p>令和4年度</p> | <p>目標年度<br/>7年度</p>    |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>本事業による情報発信に係る接触者の増加</p>   | <p>本事業による情報発信の接触者数</p>  | <p>人</p>  | <p>-</p>   | <p>9,057,572</p> | <p>28,790,958</p> | <p>-</p>     | <p>1,320,000</p>       |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果実績及び目標値の<br/>根拠として用いた<br/>統計・データ名(出典)<br/>/定性的なアウトカムに<br/>関する成果実績</p>   | <p>成果実績:委託事業からの報告書等<br/>目標値:独ベルリン 人口366万人(2020年末(推定値))(出所:ドイツ連邦統計局)、仏パリ 人口218万人(2018年)(出所:フランス国立統計経済研究所)、中国北京市 常住人口 2,188万6,000人(2021年12月31日時点)(出所:北京市統計局)、韓国ソウル 人口941万人(2022年中位推計)(出所:統計庁)、香港 740万人(2021年末)(出所:香港政府統計処)、台湾 2,338万人(2021年末)(出所:内政部統計処)<br/>(算出方法)5年間に於いて、輸入規制を設けている主要な国・地域の首都等の住民の10%(660万人)が、福島等の復興の現状、ALPS処理水等に関する情報に接触することを目標として目標値を設定</p> |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果目標②-2の<br/>設定理由<br/>(短期アウトカム<br/>からのつながり)</p>   | <p>特に輸入規制を実施している国・地域における一般国民が当該情報に接触することで、放射線に関する基礎知識が向上し、福島県の復興の現状等を理解が深まる。短期アウトカムで把握している接触者の認識の変化が目論見どおりとなっているが、「質」を確認するため、接触者の理解度を設定。<br/>本事業の実施前後にアンケート調査を実施し、「福島県への認識がどのように変わったか、理解が進んだか」等、情報発信の効果を測定する。</p>   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果目標</p>  | <p>定量的な成果指標</p>   | <p>成果実績</p>   | <p>単位</p>  | <p>令和2年度</p>     | <p>令和3年度</p>      | <p>令和4年度</p> | <p>目標年度<br/>7年度</p>    |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>本事業による情報発信に係る接触者の東京電力福島第一原発の廃炉の状況や福島県の復興の現状等に対する理解</p>  | <p>本事業による東京電力福島第一原発の廃炉の状況や、福島県の復興の現状等を理解する者の割合</p>  | <p>%</p>  | <p>-</p>   | <p>-</p>         | <p>-</p>          | <p>-</p>     | <p>30</p>              |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果実績及び目標値の<br/>根拠として用いた<br/>統計・データ名(出典)<br/>/定性的なアウトカムに<br/>関する成果実績</p>   | <p>成果実績:アンケート調査により、事業実施前後で福島県への認識がどのように変わったか、理解が進んだか等を測定するため、事業実施前後に「福島県内の現状を正しく理解している・理解できたと思う」という質問項目を対象者に回答いただき、その割合を調査する。(令和5年度以降のアンケート調査の質問項目に追加予定。このため令和4年度以前の実績値は記載していない。)<br/>目標値:本事業等により、被災地の復興状況や放射線及びALPS処理水に関する国民の理解が促進され、被災地に対してより肯定的なイメージが形成されることにより、風評の影響が払拭されることを目標として目標値を設定。(中期アウトカムは令和5年度の行政事業レビューから設定したものであるため令和4年度以前の目標値は記載していない。)</p>    |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果目標②-3の<br/>設定理由<br/>(長期アウトカム<br/>へのつながり)</p>  | <p>質と量を備えた情報発信が行われることで、特に輸入規制を実施している国・地域における一般国民の放射線に関する基礎知識が向上し、科学的根拠に基づく正しい知識を習得することにより被災地の復興状況や放射線及びALPS処理水に関する理解が促進され、被災地に対してより肯定的なイメージが形成されることにより行動の変容が起こり、福島県産農産物の輸出量が増加する。<br/>景気変動や物価変動等の外部要因が想定されるため、必ずしも本事業のみの効果と言えない面はあるが、事業の目的から鑑み、本目標・指標は重要なため設定。</p>  |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>↓</p>                                    | <p>成果目標</p>  | <p>定量的な成果指標</p>   | <p>成果実績</p>   | <p>単位</p>  | <p>令和2年度</p>     | <p>令和3年度</p>      | <p>令和4年度</p> | <p>目標最終年度<br/>12年度</p> |                     |  |
|   | <p>福島県産農産物の輸出量の増加</p>  | <p>福島県産農産物の輸出量</p>  | <p>トン</p>   | <p>285</p> | <p>432</p>       | <p>319</p>        | <p>-</p>     | <p>600</p>             |                     |  |
|   |  |   | <p>達成度</p>  | <p>%</p>   | <p>95</p>        | <p>130.9</p>      | <p>88.6</p>  | <p>-</p>               |                     |  |
|   |  |   | <p>成果実績:福島県プレスリリース(令和5年4月27日)「令和4年度県産農産物の輸出実績について」<br/>目標値:被災地の復興状況や放射線及びALPS処理水に関する理解が促進され、被災地に対してより肯定的なイメージが形成されることにより、海外において福島県産農産物の需要が増加することを目標として設定。</p> |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
| <p>アウトカム設定についての説明</p>                       | <p>アクティビティ②について定性的なアウトカムを設定している理由</p>  |   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |
|   | <p>アクティビティ②についてアウトカムが複数設定できない理由</p>  |   |   |            |                  |                   |              |                        |                     |  |



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<br>（「資金の流れ」において<br>ブロックごとに最大の金額が<br>支出されている者について<br>記載する。費目と使途の双方で<br>実情が分かるように記載） | A.                             |   |             | B.                             |                                |             |
|--|--------------------------------|---|-------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------|
|  | 費目                             | 使途                                      | 金額<br>(百万円) | 費目                             | 使途                             | 金額<br>(百万円) |
|  | 事業費                            | 海外に向けた情報発信                              | 385         | 事業費                            | 国内に向けた情報発信                     | 380         |
|  | 計                              |   | 385         | 計                              |                                | 380         |
|  | C.                             |   |             | D.                             |                                |             |
|  | 費目                             | 使途                                      | 金額<br>(百万円) | 費目                             | 使途                             | 金額<br>(百万円) |
|  | 事業費                            | 台湾・韓国等を中心とした海外に向けた情報発信                  | 38          | 事業費                            | 効果的な風評払拭に向けた情報発信等              | 37          |
|  | 外注費                            | 台湾、韓国等各国・各地への訴求方法の検討及び情報発信の実施等          | 9           | 外注費                            | イベント運営、事務局業務、イベント事後のSNS等による発信等 | 7           |
|  | 外注費                            | 動画コンテンツ「ふくしま復興進行形」多言語化制作作業              | 9           | 外注費                            | WEBアンケート作成、広報アドバイザー業務等         | 2           |
|  | 外注費                            | 「情報発信活動の効果把握」に係る事後調査のうち、翻訳、実施（実査）及び集計作業 | 3           | 外注費                            | メディア向け事前・事後リリースの作成と発信等         | 1           |
| 計  |                                | 59                                      | 計           |                                | 47                             |             |
| E.   |                                |   | F.          |                                |                                |             |
| 費目   | 使途                             | 金額<br>(百万円)                             | 費目          | 使途                             | 金額<br>(百万円)                    |             |
| 事業費  | 外国人向けウェブサイトの運用・保守              | 30                                      | 事業費         | 出前事業を活用した風評払拭のための理解度醸成事業       | 29                             |             |
| 計  |                                | 30                                      | 計           |                                | 29                             |             |
| G.   |                                |   | H.          |                                |                                |             |
| 費目   | 使途                             | 金額<br>(百万円)                             | 費目          | 使途                             | 金額<br>(百万円)                    |             |
| 事業費  | 台湾、韓国等各国・各地への訴求方法の検討及び情報発信の実施等 | 10                                      | 事業費         | イベント運営、事務局業務、イベント事後のSNS等による発信等 | 7                              |             |
| 計  |                                | 10                                      | 計           |                                | 7                              |             |
| 費目・使途欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙2】に記載   |                                |   |             |                                |                                |             |
|  |                                |   |             |                                | チェック                           |             |

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<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
|----|----------------------|---------------|---|--------------|--------------|----------------|-------|---|
| 1  | 株式会社電通PRコンサルティング     | 2010001050792 | 海外に向けた情報発信                              | 385          | 随意契約(企画競争)   | 2              | 100%  | -   |
| 2  | 株式会社電通ライブ            | 4010001050790 | イスラエルにおける東日本大震災からの被災地復興に関する情報発信         | 17           | 随意契約(企画競争)   | 1              | 100%  | -   |
| B. | 支出先                  | 法人番号          | 業務概要                                    | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
| 1  | 株式会社電通               | 5010401143788 | 国内に向けた情報発信                              | 380          | 随意契約(企画競争)   | 3              | 100%  | -   |
| C. | 支出先                  | 法人番号          | 業務概要                                    | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
| 1  | 株式会社東急エージェンシー        | 6010401019178 | 台湾・韓国等を中心とした海外に向けた情報発信                  | 59           | 随意契約(企画競争)   | 4              | 100%  | -   |
| D. | 支出先                  | 法人番号          | 業務概要                                    | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
| 1  | 株式会社読売エージェンシー        | 1010001031728 | 効果的な風評払拭に向けた情報発信                        | 47           | 随意契約(企画競争)   | 2              | 100%  | -   |
| E. | 支出先                  | 法人番号          | 業務概要                                    | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
| 1  | 株式会社ビー・オー・スタジオ       | 7011001047196 | 外国人向けウェブサイトの運用・保守                       | 30           | 一般競争契約(最低価格) | 1              | 66.9% | 履行可能性に係る入札前審査において不備があった者があり、結果として一者応札となった。      |
| F. | 支出先                  | 法人番号          | 業務概要                                    | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
| 1  | 株式会社地域力活性化研究室        | 9220001009588 | 出前事業を活用した風評払拭のための理解度醸成事業                | 29           | 随意契約(企画競争)   | 2              | 100%  | -   |
| G. | 支出先                  | 法人番号          | 業務概要                                    | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等        | 入札者数<br>(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<br>(支出額10億円以上) |
| 1  | 株式会社JOINT ONE        | 2030002020470 | 台湾、韓国等各国・各地への訴求方法の検討及び情報発信の実施等          | 10           | 随意契約(その他)    | -              | -     | -   |
| 2  | 株式会社マクキャンエリクソン       | 7010401087967 | 動画コンテンツ「ふくしま復興進行形」多言語化制作作業              | 9            | 随意契約(その他)    | -              | -     | -   |
| 3  | 株式会社マーケティングアンドアソシエイツ | 6010001029791 | 「情報発信活動の効果把握」に係る事後調査のうち、翻訳、実施（実査）及び集計作業 | 3            | 随意契約(その他)    | -              | -     | -   |

H

|   | 支出先                 | 法人番号          | 業務概要                           | 支出額<br>(百万円) | 契約方式等     | 入札者数<br>(応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は<br>競争性のない随意契約となった<br>理由及び改善策<br>(支出額10億円以上) |
|---|---------------------|---------------|--------------------------------|--------------|-----------|----------------|-----|---|
| 1 | 株式会社つり人社            | 6010001023159 | イベント運営、事務局業務、イベント事後のSNS等による発信等 | 7            | 随意契約(その他) | -              | -   | -   |
| 2 | 株式会社ただいま            | 1010001112841 | WEBアンケート作成、広報アドバイザー業務等         | 2            | 随意契約(その他) | -              | -   | -   |
| 3 | 株式会社フロンティア・エンタープライズ | 1010001144463 | メディア向け事前・事後リリースの作成と発信等         | 1            | 随意契約(その他) | -              | -   | -   |