

平成26年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・終了(予定)年度	平成24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	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	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	-				
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事故により、福島県産の農林水産物・加工食品の取引量の減少、取引価格の低下を招いている。このため、福島県の個々の農産物等にスポットを当て、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を行う取組に対する支援が不可欠である。この取組により、市場においてブランド力を回復し農産物等の取引を活発化させ、福島県の農林水産業を再生することを目的とする。							
事業概要 (5行程度以内。別添可)	福島県が主体となり、メディアを活用したPR活動、メディア関係者、バイヤー等の産地へのツアー、全国へのキャラバン隊の派遣等の各種PRイベント、民間団体・市町村へのPR事業支援等により、福島県産農産物・加工食品に対するメディアやバイヤー等の理解を促進する取組を柔軟かつ迅速に実施する。 【補助率:定額】							
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・請負 <input checked="" 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	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度要求	
		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	-	1,756	
	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)	成果指標		単位	23年度	24年度	25年度	目標値 (28年度)	
	福島県産農産物等(青果物)の東京都中央卸売市場における品目ごとの価格を震災前のH18～H22の同平均価格に回復	成果実績	%	-	-	95	-	
		目標値	%	-	-	-	100	
		達成度	%	-	-	95	-	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	23年度	24年度	25年度	26年度活動見込	
	(1)メディア向けセミナー開催回数 (2)全国キャラバン隊派遣回数 (3)民間団体・市町村へのPR事業支援の実施主体数	活動実績	(1) 回 (2) 回 (3) 団体	-	-	(1) 3 (2) 9 (3) 157	-	
		当初見込み	(1) 回 (2) 回 (3) 団体	-	-	(1) 4 (2) 9 (3) 160	(1) 2 (2) 11 (3) 272	
		算出根拠	単位	23年度	24年度	25年度	26年度見込	
単位当たりコスト	(1)セミナー費用総額÷開催回数 (2)全国キャラバン隊派遣費用総額÷派遣回数 (3)事業費総額÷事業実施主体数	単位当たりコスト	千円	-	-	(1) 21,980 (2) 1,654 (3) 1,717	(1) 1,058 (2) 1,526 (3) 1,736	
		計算式	千円/回	-	-	(1) 65,941/3 (2) 14,889/9 (3) 269,636/157	(1) 2,116/2 (2) 16,786/11 (3) 472,310/272	
平成26・27年度予算内 (単位:百万円)	費目	26年度当初予算	27年度要求	主な増減理由				
	マスメディアの活用		968	・海外におけるPRを積極的に取り組んでいくことから、新たな項目とし、海外展示会(ミラノ博を含む)等でのPR活動、積極的な販路回復、輸出促進等を重点的に実施する。 ・一般消費者向けに広く訴えかけるには、マスメディアの活用が必要不可欠である。瓦礫の撤去など新たな風評被害を未然に防止する観点から、新たに新聞シンポジウムを開催するなど福島県産農林水産物の「おいしさ」及び「安全性の取組」を重点的に発信していく。 ・試験操業の対象業種を増やししながら、今後の本格操業の再開に伴い流通量が増えていく水産物の安全対策について、キャラバン隊の派遣回数を増やすなど県内外におけるPRを重点的に実施する。				
	生産地におけるPR		33					
	市町村・団体等支援		445					
	県内外におけるPR		123					
	海外におけるPR		186					
	計	-	1,756					

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	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。		○	・原発事故による風評被害対策を行う事業であり、風評を払拭し、福島県産農産物等の取引量・価格を震災前の水準に回復させることを目指すもので、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。		○	・原発事故に起因するものであるため、国費を投入して実施しなければならない。		
	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。		○	・福島県産農林水産物の風評被害に対する理解促進を図るための事業であることから支出先の選定は妥当である。		
	受益者との負担関係は妥当であるか。		○	・復興に取り組む福島県全体の事業の一部であり、負担関係は妥当である。		
	単位当たりコストの水準は妥当か。		○	・企画競争と入札により事業を実施しており妥当である。		
	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。		○	・本事業の進捗、検証等を「新生！ふくしまの恵み発信協議会」で管理しており(当省担当課長オブザーバー出席)妥当である。		
事業の有効性	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。		○	・復興事業であり委託等では対応できないため補助事業として実施しており、最善の方法である。		
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。		△	・一部事業において当初見込みを下回った。		
重複排除	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。		○	・TOKIOのCM放映、電車の中吊り広告、ポスター等による宣伝効果により福島県産品の価格等が回復しつつある。		
	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、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			
	106	農産物等消費拡大推進事業	復興庁	・他方、農産物等消費拡大推進事業は、被災地の復興を応援する取組や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政府の取組をPRし、当該農産物等の消費拡大を推進する事業である。		
点検・改善結果	点検結果	<p>・平成26当初予算で要求していた福島発農産物等戦略的情報発信事業については、春野菜の出荷に先立つPR活動や市町村等が行う独自のPR活動の準備を26年2月から着手するとともに、年間を通じた契約締結により計画的に事業実施が出来るよう、26当初要求を全額前倒して25補正にて予算措置(福島県の既存基金への造成による)。</p> <p>・活動実績が一部見込みを下回った要因としては、予定していた農業体験交流ツアーへの参加申込者が最小催行人数(5名)に達しなかったこと、また、出展を予定していたイベントに参加出来なかった等の理由により、事業の実施が出来なくなったためと把握している。</p>				
	改善の方向性	<p>・26年度の福島発農産物等戦略的情報発信事業を効果的に実施するために、平成25年度に実施した事業の効果検証を適確に行う。</p>				
外部有識者の所見						
点検対象外						
行政事業レビュー推進チームの所見						
現状通り	<p>ブランド力を回復し農産物等の取引を活発化させ、福島県の農林水産業を再生することを目的とした復興に資する必要性の高い事業である。引き続き効率性に留意しつつ予算の執行を進めること。</p>					
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況						
現状通り	<p>引き続き効率的・効果的な予算の執行に努めていく。</p>					
備考						
関連する過去のレビューシートの事業番号						
	平成23年	-	平成24年	-	平成25年	140

A.福島県			E.福島県米消費拡大推進連絡会議		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
事業費	キャラバン隊派遣事業費	19	補助金	福島県産米の安全安心PR・消費拡大活動事業費	2
事業費	市町村・民間団体等支援事業費	277			
計		296	計		2
B.福島県原子力被害応急対策基金(福島県)			F.		
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
C.福島県米消費拡大推進連絡会議			G.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
委託費	事業委託費	71			
運営費	イベント運営費	0.2			
旅費	旅費	4			
謝金	物産大使等謝金	0.2			
作成費	資材作成費	3			
運搬費	通信運搬費	0.3			
保険費	保険料	0.002			
使用費	使用料	0.05			
賃借費	賃借費	0.1			
経費	試飲食等サンプル経費	2			
その他	その他	0.001			
計		80	計		0
D.(株)電通東日本福島営業所			H.		
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	1,181			
計		1,181	計		0

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)

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	キャラバン隊派遣、市町村・民間団体等支援事業	296	-	-

B.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	福島県原子力被害応急対策基金	メディア向けセミナーの開催、テレビ媒体、鉄道媒体、インターネットによる広報、バイヤー等の産地への招聘、首都圏プロモーション等事業	1,604	-	-

C.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	福島県米消費拡大推進連絡会議	福島県産米の安全安心PR・消費拡大活動の実施	80	公募159件 (応募者数)	-
2	ふくしま米需要拡大推進協議会	県外の実需者等に対する福島米需要拡大PR事業	10		-
3	二本松市	イベント活用によるPR活動事業	5		-
4	伊達市	メディア活用及びイベント活用によるPR活動事業	5		-
5	本宮市	イベント活用によるPR活動事業	5		-
6	郡山市	メディア活用によるPR活動事業・WEBによる広告	5		-
7	須賀川市	イベント活用によるPR活動事業・各地での須賀川市農産物の販売PR活動	5		-
8	喜多方市	県内外における県産農林水産物の販売・PR	5		-
9	全国農業協同組合連合会福島県本部	大規模消費地等におけるキャラバン隊によるPR活動	5		-
10	福島市	メディア活用によるPR活動事業	5		-

D.

	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	新生！ふくしまの恵み発信事業	1,181	5	1
2	(株)大広	「ふくしま新発売」復興プロジェクト事業	77	1	1
3	(株)企画室・コア	「がんばろう ふくしま応援店」等拡大事業	24	3	1
4	(株)ピーアールセンター	北海道事務所ももトップセールス事業委託	1	3	1
5	(株)ノヴェロ	北海道事務所 にら・しゅんぎく秋冬野菜プロモーション事業委託	1	3	1
6	(株)電通東日本福島営業所	イトヨーカドー木場店トップセールス事業	1	1	1
7	(有)オフィスデセオ	大阪事務所 大阪地区福島県産もも・きゅうりPR業務	1	3	1
8	東北産直プラザみちのく屋	名古屋事務所 第15回につぼんど真ん中祭り福島県ブース出展営業業務	0.5	1	1

E.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	福島県米消費拡大推進連絡会議	福島県産米の安全安心PR・消費拡大活動の実施	2	公募1件 (応募者数)	-