

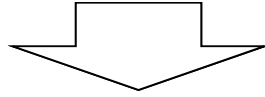
平成23年行政事業レビューシート (農林水産省)

事業名	食料自給率向上国民運動拡大推進事業		担当部局庁	大臣官房		作成責任者		
事業開始・終了(予定)年度	平成20年度～		担当課室	食料安全保障課		食料安全保障課長 水田正和		
会計区分	一般会計		施策名	② 国産農畜産物を軸とした食と農の結びつきの強化				
根拠法令 (具体的な条項も記載)	-		関係する計画、通知等	食料・農業・農村基本計画				
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	食料・農業・農村基本計画の食料自給率目標を達成するため、国民一人一人への普及・啓発、食品関連事業者等の食料自給率向上に取り組む企業等の広範な組織化を図る。							
事業概要 (5行程度以内。別添可)	上記の目的を達成するため、以下の3つの具体的テーマに重点化し、新聞、雑誌、Web等多様な手段を効果的に組み合わせた戦略的な広報活動を実施。 ① 米粉の消費拡大 ② 農業者と消費者をつなぐ取組の後押し(食と農の結びつきの強化) ③ 関連産業(環境、健康、観光)との連携による国産食材の消費拡大と6次産業化							
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 業務委託等 <input type="checkbox"/> 補助 <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	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度要求		
		当初予算	1,700	1,700	1,000	950	799	
		補正予算	△ 80	0	0	0		
		繰越し等	0	0	0	0		
	計	1,620	1,700	1,000	950			
	執行額	1,619	1,684	946				
執行率 (%)	100%	99.1%	94.6%					
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標		単位	20年度	21年度	22年度	目標値 (24年度)	
	推進パートナーによる経済効果 24年度経済効果854億円(推進パートナー7,000社)		成果実績	億円	-	-	665	854
	商品の売上については聞き取りが非常に難しく、また、公開不可能。このため、聞きとり可能な一部企業の売上から推進パートナー全体の売上を試算。		達成度	%	-	-	78	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	20年度	21年度	22年度	23年度活動見込	
	本事業の主旨に賛同し、国産農産物の販売促進活動を実施する推進パートナー数		活動実績 (当初見込み)	社・団体	1,050	3,017	5,446 (5,000)	- (6,000)
単位当たりコスト	173,620円/1社・団体		算出根拠	22執行額(945,532,158円)/推進パートナー数(5,446社・団体) 推進パートナー1社・団体あたり、活動を維持するために必要とされた経費。 なお、推進パートナー1社・団体あたりの売上は12,210,797円。				
平成23・24年度予算内訳	費目	23年度当初予算	24年度要求	主な増減理由				
	広報活動費	700	549	広報媒体について掲載頻度や制作内容の見直しによるコスト削減を行ったもの				
	国民運動推進費	230	230					
	効果測定費	20	20					
	計	950	799					

事業所管部局による点検			
	評価	項目	特記事項
目的・予算の状況	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業ではないか。	
	—	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	
資金の流れ、使途・費目	○	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	
	○	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	
	○	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	○	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。	
活動実績、成果実績	○	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	22年度においては、目的が類似する米の消費拡大予算が他部局にあったが、23年度において大括り化を行った。
	○	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	
	○	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	
	△	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となっているか	
	○	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	
点検結果	<p>・競争性を確保するため、一般競争入札(総合評価)9件、企画競争1件で委託先を選定している。また、21年度の事業仕分けを踏まえて、22年度予算額を大幅縮減(17億円→10億円)した中で効率的かつ効果的に事業を実施。</p> <p>・具体的には、限られた予算の中、実際の消費行動につなげることを目的として、3つのテーマに重点化するとともに、事業の実施に当たっては、国の広報活動に合わせた民間独自の活動の展開(国産品販売促進キャンペーン等)を働きかけ、予算以上の効果が上がるように努めた。</p> <p>・事務局、受託先を含めた担当者会議を月2回以上実施し、進捗管理を強化するとともに、費用・使途が真に必要なものに限定されているかを厳正にチェックした。</p> <p>・23年度においては、昨年の行政事業レビューにおける指摘を踏まえ、米消費拡大予算との大括り化、コスト削減(△50,000千円)、新たな目標設定と成果測定の設定を行ったところ。</p>		
予算監視・効率化チームの所見			
抜本的改善	<p>本事業は、広告掲載費等については、コストの更なる削減が可能と考えられる。また、日本型食生活の推進事業と目的が同様である。以上のことから「コストの削減」、「類似事業との整理統合」を行うべきであり、本事業としては「抜本的改善」とする。</p>		
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点(概算要求における反映状況等)			
<p>・23年度より、米消費拡大予算(日本型食生活の推進事業)との大括り化を実施</p> <p>・24概算要求において、広報媒体の掲載頻度や制作内容の見直しによるコスト削減を実施</p>			
補記 (過去に事業仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載)			
<p>○事業仕分け第1弾 単なる広報でなく、実際の消費行動につなげるべき</p>			

農林水産省

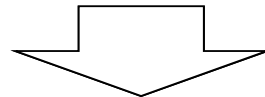
946百万円



【総合評価入札・企画競争】

A 民間企業(5社)
946百万円

- 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
- 3. 推進パートナー拡大業務



B 民間企業(39社)
418百万円

- 1. 新聞紙面制作 2. 雑誌紙面制作
- 3. Web制作 4. ポスター制作 5. Webサーバー管理
- 6. こども食料セッション運営
- 7. 報道分析 8. 商標登録 9. 備品リース

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)

A.株式会社 電通			E.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
外部委託費	株式会社27件 新聞、雑誌、WEBのコンテンツ作成、 各種ツール作成等	304			
広告掲載費	新聞、雑誌、WEB掲載等	272			
管理費	事業実施管理費	47			
人件費	事務局運営、企業連携活動	88			
計		711	計		0
B.株式会社 A (不同意)			F.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
調査費	報道状況分析	20			
人件費	推進/パートナー拡大、イベント運営	39			
計		59	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

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	株式会社 電通	フード・アクション・ニッポン推進本部事務局運営	230	4(企画)	100%
		戸別所得制度の普及	66	7	74%
		テレビCMを活用した米粉の消費拡大	133	5	87%
		テレビCM以外を活用した米粉の普及	242	5	89%
		生物多様性に配慮した食品の消費拡大	34	3	84%
		こども食料セッションの運営	7	5	20%
2	株式会社 エヌケーピー	フード・アクション・ニッポン アワード2010の開催及び受賞企業・団体の広報	137	4	68%
3	株式会社 ヘッドライン	音楽イベント及び応援団を活用した若年層に向けた米粉普及・啓蒙、及び情報発信	36	5	89%
4	株式会社 アサツー ディ・ケイ	病院、スポーツ及び美容と連携した国産農産物の消費拡大	35	7	87%
5	株式会社 JTB首都圏	観光産業と連携した国産農産物の消費拡大	27	7	68%

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 A	推進パートナー拡大、イベント管理・運営、報道状況分析	59	随意契約	-
2	株式会社 B	ウェブデザイン、制作、及び運営	54	随意契約	-
3	株式会社 ぐるなび	フード・アクション・ニッポン アワード2010の運営、外食店における国産農産物の販売促進、WEB広報、流通・小売店頭キャンペーン	47	随意契約	-
4	株式会社 C	推進パートナー拡大、ホテル・旅館・道の駅における国産農産物の販売促進	42	随意契約	-
5	株式会社 D	事業の工程管理、経済効果の分析	30	随意契約	-
6	株式会社 E	販売促進用ツール印刷	22	随意契約	-
7	株式会社 電通	新聞、雑誌コンテンツ作成	19	随意契約	-
8	株式会社 F	印刷、映像素材プリント	18	随意契約	-
9	株式会社 NEEDS	フード・アクション・ニッポン アワード2010の運営補助、各種販売促進ツールデザイン、流通・小売店頭キャンペーンのリサーチ企画・制作	15	随意契約	-
10	エイベックス・ライヴ・クリエイティブ株式会社	a-nationイベント制作、アーティストコラボ協力、及びフードエリア出展者協力	14	随意契約	-