

平成29年度行政事業レビューシート (消費者庁)							
事業名	リスクコミュニケーション等の推進に必要な経費			担当部局庁	消費者庁		
事業開始年度	平成21年度	事業終了(予定)年度	終了予定なし	担当課室	消費者安全課	作成責任者 課長 野田 幸裕	
会計区分	一般会計						
根拠法令 (具体的な条項も記載)	食品安全基本法 食品安全基本法第21条第1項の規定に基づく基本的事項			関係する計画、 通知等	消費者基本計画 消費者基本計画工程表 施策番号1(4)①④⑥⑬		
主要政策・施策	-			主要経費	その他の事項経費		
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	消費者の安全・安心確保のため、各分野における施策の策定過程の公平性・透明性を確保するとともに、施策の推進に当たり、消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるよう、関係者が一堂に会し、双方向の意見交換会等を実施することを目的とする。特に、食品安全の分野にあっては、東京電力福島第一原子力発電所事故以降、食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションに重点的に取り組んでいる。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	食品安全に関し、時宜に適ったテーマを選定し、正確な情報を様々な手法を用いて提供し、理解が深まるように、双方向のリスクコミュニケーションに努める。 実施に際しては、「リスクコミュニケーション研究会報告書(平成29年2月)」に示された方向性に従い、引き続き、関係府省と連携し消費者にとってより分かりやすい情報発信等に努めることとし、食品中の放射性物質に関しては、開催地の重心を福島県から消費地へ移すほか、開催テーマに関しても、食品安全に関する施策策定や変更等があるもの、健康被害が生じているもの、その他消費者の関心が高いもの等の観点から選定する。さらに、多くの人が集まる日時場所での開催、地方公共団体や事業者等の多様な主体との連携・形式による取組を行う。						
実施方法							
予算額・ 執行額 (単位:百万円)		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度要求	
	予算 の 状 況	当初予算	29	39	34	35	55
		補正予算	-	-	-	-	-
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-
		予備費等	-	-	-	-	-
		計	29	39	34	35	55
	執行額	22	31	39			
	執行率(%)	76%	79%	115%			
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	76%	79%	115%				
平成29・30年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	29年度当初予算	30年度要求	主な増減理由			
	消費者政策調査費	28	49				
	職員旅費	3	3				
	委員等旅費	3	3				
	諸謝金	1	1				
	情報処理業務庁費	0	0				
	計	35	55				

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	26年度	27年度	28年度	中間目標	目標最終年度
								29年度	-年度
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	食品安全に係るテーマのうち、食品中の放射性物質に関し、被災地県産食品の風評被害に関する消費者意識の実態調査における福島県産食品の購入をためらう人を減少させる。	意見調査の結果から見る消費者の理解度 食品中の放射性物質に関するリスクの理解度	成果実績	%	17.4	15.7	15	-	-
			目標値	%	15.3	17.4	15.7	18	-
			達成度	%	-	-	-	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	「被災地県産食品の風評被害に関する消費者意識の実態調査」(消費者庁が半年に1回実施しているインターネットによる意識調査のうち、3月公表分)								
成果目標及び成果実績(アウトカム)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1】に記載								チェック	
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	26年度	27年度	28年度	29年度 活動見込	30年度 活動見込
	食品中の放射性物質に関する意見交換会等の開催数 ①消費者庁、関係府省等が主催する意見交換会 ②地方公共団体、消費者団体等と消費者庁の共催 ③地方公共団体・消費者団体等が開催する講演会等への講師派遣 ※平成25・26年度の活動実績については、東日本大震災復興特別会計の当該事業分を含む。		活動実績	回	99	100	100	-	-
			当初見込み	回	81	77	69	75	75
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	26年度	27年度	28年度	29年度 活動見込	30年度 活動見込
	食品中の放射性物質に関するコミュニケーター養成研修会(フォローアップ研修会)の開催数 ①消費者庁、地方公共団体等の共催 ②関係府省庁、地方公共団体等が開催する研修会への講師派遣 ※平成25・26年度の活動実績については、東日本大震災復興特別会計の当該事業分を含む。		活動実績	回	18	-	-	-	-
			当初見込み	回	15	-	-	-	-
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	26年度	27年度	28年度	29年度 活動見込	30年度 活動見込
	食品中の放射性物質に関する正確な情報提供ができる者として養成したコミュニケーターに対するメールマガジンの配信回数		活動実績	回	10	12	12	-	
			当初見込み	回	10	12	12	-	
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	26年度	27年度	28年度	29年度 活動見込	30年度 活動見込
	意見交換会(食品中の放射性物質に関するものを除く。)の開催数		活動実績	回	2	11	9	-	-
			当初見込み	回	4	8	4	4	4

		算出根拠		単位	26年度	27年度	28年度	29年度活動見込	
単位当たりコスト		食品中の放射性物質に関する意見交換会等について、当該事業において支出される請負業務費以外の謝金、旅費、借料等はコスト算出に馴染まないため、単位当たりコストを示すことはできない。	単位当たりコスト	円	-	-	-	-	
			計算式	/	-	-	-	-	
単位当たりコスト		食品中の放射性物質に関するコミュニケーター養成研修会(フォローアップ研修会)について、当該事業において支出される請負業務費以外の謝金、旅費、借料等はコスト算出に馴染まないため、単位当たりコストを示すことはできない。	単位当たりコスト	円	-	-	-	-	
			計算式	/	-	-	-	-	
単位当たりコスト		コミュニケーターへのメールマガジンを活用した情報提供等の各種支援については、上記意見交換会やフォローアップ研修会と同じ委託事業の中で実施しており、メールマガジンの配信回数に係るコストのみ切り分けて算出することが困難であり、単位当たりコストを示すことはできない。	単位当たりコスト	円	-	-	-	-	
			計算式	/	-	-	-	-	
単位当たりコスト		意見交換会に関し、事前調査、意識調査、分析等を含め開催に要した費用(※)／意見交換会開催回数 ※当該事業のうち、平成25・26年度は「健康食品」に関する意見交換会、平成27年度は食品安全に関する意見交換会の請負業務のコストのみを算出し、その他、個別に支出する謝金、旅費、借料等はコスト計算不能のため算出ししない。	単位当たりコスト	円	1,898,372	1,689,025	2,663,174	2,663,174	
			計算式	円 /回	3,796,744 /2	23,646,348 /14	31,958,085 /12	31,958,085□2	
政策評価、経済・財政再生アクション・	政策	消費者政策の推進							
		施策	(8)消費者の安全確保のための施策の推進						
	測定指標	定量的指標		単位	26年度	27年度	28年度	中間目標 - 年度	目標年度 - 年度
		14 意見交換会における参加者アンケートの結果からみる参加者の理解度(食品中の放射性物質に関する意見交換会)	実績値	%	83	85	79	-	-
			目標値	%	88	83	85	-	-
		定量的指標		単位	26年度	27年度	28年度	中間目標 - 年度	目標年度 - 年度
		14 意見交換会における参加者アンケートの結果からみる参加者の理解度(健康食品に関する意見交換会)	実績値	%	93	95	97	-	-
			目標値	%	96	93	95	-	-
	定量的指標		単位	26年度	27年度	28年度	中間目標 - 年度	目標年度 - 年度	
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係								
各分野における施策の策定過程の公平性・透明性を確保するとともに、施策の推進に当たり、消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるよう、関係者が一堂に会し、双方向の意見交換会等を実施することで、(8)消費者の安全確保のための施策の推進に寄与する。									

プログラムとの関係	経済・財政再生 アクション・プログラム	改革項目	分野:	-							
		(第一階層) KPI	KPI (第一階層)			単位	計画開始時 - 年度	28年度	29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	28年度	29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	%	-	-	-	-	-			
		本事業の成果と改革項目・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。	○	消費者に食品安全に関する情報を正確に理解し、主体的な消費行動をとることができるように実施する事業であり、国民や社会のニーズを的確に反映している。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	国が全国統一的な基準において意見交換・情報提供すべき事業である。
	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。	○	消費者が食品安全に関する情報を正確に理解し、主体的な消費行動をとることができるようにする事業は必要かつ優先度の高い事業である。
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。	○	請負事業について、一般競争入札を行うなどしており、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。	無	
	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。	○	国が実施する事業を民間に委託して行っているため負担関係は妥当である。
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	複数社の見積りを取り、単位当たりコスト等の妥当性を判断している。
	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。	○	運営委託等事業実施に必要なものに限定している。
	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。	-	-	
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。	○	成果目標に記載する意識調査のうち「放射性物質を意識し、福島県産食品の購入をためらう人」の割合は15%であり、調査開始当初からは約5ポイント減少した。一方で、安全性には何も差がないにもかかわらず、他の被災県産と比べ福島県産をためらう人の割合は高いことから、平易かつ正確な情報提供を引き続き行う必要があると考える。
	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。	○	職員旅費、委員等旅費について、効率性や経費削減の観点から、真に必要な業務に限定して執行している。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	意見交換会等の全体の開催数は、当初見込みを上回る実績となった。また、コミュニケーターに、ウェブサイトやメールマガジンを通じ、一斉に最新の情報提供等を行い、継続した活動が可能となるような支援策に取り組んだ。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	「食品と放射能Q&A」等を意見交換会の参加者へ配布するほか、希望者へ随時配布している。

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)		○	<p>食品安全基本法第21条第1項に規定する基本的事項にあるとおり、リスクコミュニケーションに係る関係省庁の事務の調整は消費者庁が担っている。</p> <p>なお、消費者庁が行うリスクコミュニケーションは、消費者が正確な情報を得て、理解を深め、自らの判断で行動することを目的としているもの。食品安全委員会及び厚生労働省が行うリスクコミュニケーションは、リスク評価、リスク管理措置について、国民の意見を反映させ、それぞれ公平性・透明性の確保を図る目的で行うものと考え。</p>
	所管府省名	事業番号	事業名	
	内閣府	0098	リスクコミュニケーション実施経費	
	厚生労働省	0354	食品安全に関するリスクコミュニケーション経費	
点検・改善結果	点検結果	<p>食品安全に関するリスクコミュニケーション事業は、消費者が正確な情報に接し、理解を深め、消費行動にいかすことができるように啓発を行う重要なものであり、事業の目的に沿った活動となっていることから、適切な活動・成果であると認められる。</p> <p>また、リスクコミュニケーション等に係る運營業務の外注については、作業が適切に実施されるよう評価・監督を行い、適切な活動となっていることを確認している。</p>		
	改善の方向性	適時適切なリスクコミュニケーションが実施できるよう、引き続き検討する。		
外部有識者の所見				
-				
行政事業レビュー推進チームの所見				
一部の内容改善	<ul style="list-style-type: none"> ○アウトカムに関し、ここ数年の推移を踏まえより高い目標を設定すべき。 ○リスクコミュニケーションの効果を適切に検証し、その手法の改善に努めるべき。 ○平成28年度に単位当たりコストが大きく増えていることの要因分析をすべき。 ○引き続き予算の効率化に向けた取組を行うべき。 			
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
執行等改善	<ul style="list-style-type: none"> ○アウトカムについては、ここ数年の推移を踏まえより高い目標に設定した。 ○平成28年度に実施した「食品に関するリスクコミュニケーション研究会」において検証してきた内容を踏まえ、食品中の放射性物質に関する意見交換会については、福島県中心から消費地へ重心を移すこととしている。 ○平成28年度の単位当たりコストが大きく増えているのは、新たに親子参加型イベントを実施したためである。 ○引き続き予算の効率化に向けた取組を行っていく。 			
備考				
<ul style="list-style-type: none"> ・「食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーション 平成28年度開催実績」: http://www.caa.go.jp/jisin/r_index.html#ris-top ・「食品安全に関するリスクコミュニケーション(意見交換会)」: http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/index.html#risk_communication 				

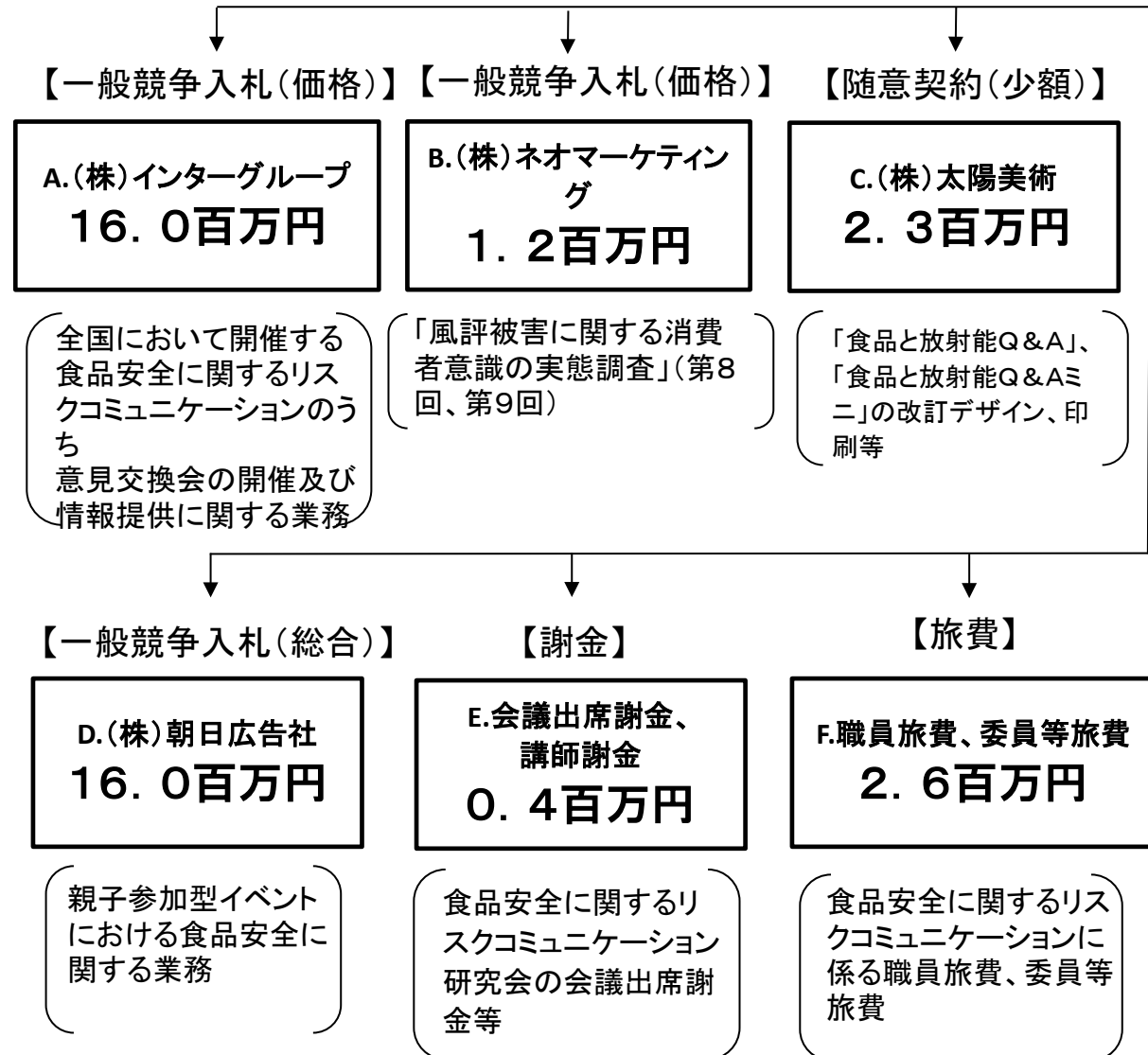
関連する過去のレビューシートの事業番号

平成22年度	-	平成23年度	0037	平成24年度	0012	
平成25年度	0014、新25-0002	平成26年度	0014	平成27年度	0016	
平成28年度	0017					

※平成28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。

**消費者庁
38.5百万円**

- ・食品安全に関し、時宜に適ったテーマを選定し、正確な情報を様々な手法を用いて提供し、理解が深まるように、双方向のリスクコミュニケーションに努める。
- ・特に、食品中の放射性物質に関しては、意見交換会や、地域において正確な情報提供ができる者(コミュニケーター)の各種支援等を含めたリスクコミュニケーションに取り組む。



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・用途 (「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。費目と用途の双方で実情が分かるように記載)	A.(株)インターグループ			B.(株)ネオマーケティング		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
	雑役務費	食品安全に関するリスクコミュニケーション及びコミュニケーターの各種支援に関する運営業務	16	雑役務費	風評被害に関する消費者意識の実態調査-追跡調査(第8回、第9回)-	1.2
	計		16	計		1.2
	C.(株)太陽美術			D.(株)朝日広告社		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
	印刷製本費	「食品と放射能Q&Aミニ」の印刷・製本	1	雑役務費	親子参加型イベントにおける食品安全に関する業務	16
	計		1	計		16
	E.会議出席謝金・講師謝金			F.職員旅費・委員等旅費		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
会議出席謝金	出席者A	0	職員旅費	職員A	0.3	
計		0	計		0.3	
費目・用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 (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)インターグループ	8120001060882	食品安全に関するリスクコミュニケーション及びコミュニケーターの各種支援に関する運営業務	16	一般競争契約 (最低価格)	3	58.9%	-

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)ネオマーケティング	4011001046358	風評被害に関する消費者意識の実態調査-追跡調査(第8回、第9回)	1.2	一般競争契約 (最低価格)	2	50.9%	-

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)太陽美術	6010601003790	「食品と放射能Q&Aミニ」の印刷・製本	1	随意契約 (少額)	3	-	-
2	(株)太陽美術	6010601003790	「食品と放射能Q&A(第11版)」の改訂版発行	0.9	随意契約 (少額)	3	-	-
3	(株)太陽美術	6010601003790	「食品と放射能Q&Aミニ(第3版)」の改訂版発行	0.5	随意契約 (少額)	3	-	-

D

	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)朝日広告社	2010001035026	親子参加型イベントにおける食品安全に関する業務	16	一般競争契約 (総合評価)	3	-	-

E

