

事業番号 2021 - 消費 - 20 - 0020

令和3年度行政事業レビューシート ( 消費者庁 )

事業名	食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進			担当部局庁	消費者庁	作成責任者	
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	課長 鮎澤 良史	
会計区分	一般会計						
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	食品安全基本法第13条等 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(令和3年6月15日閣議決定) 第5章1(1)④ 消費者基本計画工程表(令和3年6月15日改定) I(1)④アエオ		
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、安心の確保のため、特に食品安全に関して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にすることである。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	食品安全に関する正確な情報を様々な手法を用いて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、東京電力福島第一原子力発電所事故を踏まえ、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むため、消費者と専門家が共に参加する意見交換会の開催や、分かりやすい情報提供のための啓発ツールの作成やその提供等を含めたリスクコミュニケーションに取り組む。						
実施方法	直接実施、委託・請負						
予算額・ 執行額 (単位:百万円)		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度要求	
	予算 の 状 況	当初予算	36	35	28	42	
		補正予算	-	-	-	-	
		前年度から繰越し	-	-	-	-	
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	
		予備費等	-	1	-	-	
	計	36	36	28	42	0	
	執行額	35	36	17			
執行率(%)	97%	100%	61%				
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	97%	103%	61%				
令和3・4年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和3年度当初予算	令和4年度要求	主な増減理由			
	消費者政策調査費	26					
	非常勤職員手当	13					
	委員等旅費	1					
	職員旅費	1					
	計	42	0				

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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	食品に関して消費者が自らの判断により合理的・自主的な消費行動を行うことができることが目標であり、このためには、消費者が正確なリスクに関する理解を深めることが必要であるところ、リスクコミュニケーション事業の中で重点を置いている「食品中の放射性物質」は、リスクに関する消費者の理解度を計る代表的な事例と言える。 リスクに関する理解が深まることで福島県産食品の購入をためらう人が減少していくものと考えられることからアウトカム指標として設定。		食品中の放射性物質に関するリスクの理解度 (福島県産食品の購入をためらう人の割合が前年度比で減少することにより、達成度は100%を上回る。)	成果実績	%	12.5	10.7	8.1	-
目標値				%	12.7	12.5	10.7	-	-
達成度				%	102	117	132	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	「風評被害に関する消費者意識の実態調査」(消費者庁が実施しているインターネットによる意識調査) 本アウトカム指標によって評価される施策は、「福島県産食品の購入をためらう人」の割合が前年度に比べて「減少」することにより、効果が出ていると評価されることとなることから、成果実績が前年度より減少すると達成度は100を超え、増加すると100を下回ることとなる。								
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	リスクコミュニケーションに参加することにより、食品の安全に対する理解度の向上を確認することは、中短期的な指標として有効なため、アウトカム指標とする。		関係省庁と連携して開催した意見交換会のアンケート結果から見る参加者の理解度(「内容について理解することができましたか」の間に「理解できた」「ほぼできた」と回答した人の割合)	成果実績	%	82.2	91.4	93.7	-
目標値				%	80	80	80	-	-
達成度				%	103	114	118	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	リスクコミュニケーション会場アンケート結果								
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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	食品中の放射性物質に関する意見交換会(①~③)の開催数 ①消費者庁、関係省庁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が共催 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	活動実績		回	136	111	79	-
当初見込み			回	75	75	75	75	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	「食品中の放射性物質に関する意見交換会」のうち、福島県等の被災地県以外での開催数	活動実績		回	47	53	35	-
当初見込み			-	-	-	-	-	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	意見交換会の開催数(食品中の放射性物質に関するものを除く。)	活動実績		回	35	43	22	-
当初見込み			回	4	4	4	4	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	冊子「食品と放射能Q&A」及び「食品と放射能Q&Aミニ」の配布率(=配布数/印刷数)	活動実績		%	100	100	100	-
当初見込み			%	100	100	100	100	-
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	冊子「健康食品Q&A」配布率(=配布数/印刷数)	活動実績		%	95.3	73.4	76	-
当初見込み			%	100	100	100	100	-
単位当たりコスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3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について、当該事業においては支出される請負業務費以外の謝金、旅費、借料等は、規程にのっとり支払や実費支給のため、コスト算出になじまず、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		-	-	-	-	-
計算式			/	-	-	-	-	
単位当たりコスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	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/請負業務費にて実施した意見交換会開催数	単位当たりコスト		円	3,374,571	3,642,857	1,203,157	-
計算式			円/回	23,622,000/7	25,500,000/7	4,812,629/4	-	
単位当たりコスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	「食品と放射能Q&A」及び「食品と放射能Q&Aミニ」の印刷経費/「食品と放射能Q&A」及び「食品と放射能Q&Aミニ」の配布数	単位当たりコスト		円	43.6	49.8	81.4	-
計算式			円/冊数	1,830,000/42,000	1,781,000/36,000	1,465,800/18,000	-	

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策	消費者政策の推進									
	施策	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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度
		食品中の放射性物質に関する理解度 (福島県産食品の購入をためらう人の割合)			実績値	%	12.5	10.7	8.1	-	-
					目標値	-	-	-	-	-	
		定量的指標				単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度
		意見交換会参加者の理解度(アンケート結果)			実績値	%	82.2	91.4	93.7	-	-
					目標値	-	-	-	-	-	
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係										
	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したり、消費者に正確な情報を分かりやすく発信したりすることで、消費者の安全確保のための施策の推進に寄与する。										
新経済・財政再生計画改革工程表 2020	取組事項	分野:	-								
	(第一階層) KPI	KPI (第一階層)				単位	計画開始時	2年度	3年度	中間目標	目標最終年度
					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	2年度	3年度	中間目標	目標最終年度
					成果実績	-	-	-	-	-	-
目標値					-	-	-	-	-		
			達成度	%	-	-	-	-	-		

事業所管部局による点検・改善

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	○	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実施する事業であり、国民や社会のニーズを反映している。									
	○	国において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。									
	○	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実施する事業は、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。									
	無	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。									
	○	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)									
○	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)										
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。									
	○	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)									
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>所管府省名</th> <th>事業番号</th> <th>事業名</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>内閣府</td> <td></td> <td>リスクコミュニケーション事業</td> </tr> <tr> <td>厚生労働省</td> <td></td> <td>食品安全に関するリスクコミュニケーション経費</td> </tr> </tbody> </table>	所管府省名	事業番号	事業名	内閣府		リスクコミュニケーション事業	厚生労働省		食品安全に関するリスクコミュニケーション経費
	所管府省名	事業番号	事業名								
内閣府		リスクコミュニケーション事業									
厚生労働省		食品安全に関するリスクコミュニケーション経費									
		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ところ、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である。一方、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、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なっている。									
点検・改善結果	点検結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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適切な活動及び成果であり、成果実績においても目標を達成した。</li> <li>・リスクコミュニケーション等に係る運営業務を外部委託する際には、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。</li> </ul>									
	改善の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の効率性について、一般競争入札を基本とした業者選定を行うとともに、真に必要な取組に限定し、効率的な予算執行に努める。</li> <li>・適時適切な業務が実施できるよう、実施内容を検討するとともに、各指標について検討を続ける。</li> </ul>									
外部有識者の所見											
行政事業レビュー推進チームの所見											

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

備考

(参考)

- 食品と放射性物質に関するリスクコミュニケーション等について（開催実績等）  
[https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding\\_food\\_and\\_radiation/r\\_commu/#ris-top](https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/r_commu/#ris-top)
- 食品と放射能に関する消費者理解増進の取組  
[https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding\\_food\\_and\\_radiation/](https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/)
- 食品安全に関する取組  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_safety/food\\_safety/index.html#risk\\_communication](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/index.html#risk_communication)

(過去の公開プロセス関係)

- 実施年:平成30年度、レビューシート番号:消費者庁(0017)、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
- 公開プロセスの結果及び取りまとめコメント:
  - ・現在のアウトカム指標は長期的なものとなっており、消費者庁が実施している個々のリスクコミュニケーションにより、どの程度目標に近づいたかの判断が難しい。そこで、例えば、意見交換会への参加者に対するアンケートによるなど、どのような効果を求めるのかを明確にした短期的・中期的なアウトカム指標の設定が必要である。
  - ・個別の施策について、これまで様々な見直しが行われているが、その見直しによる効果の検証、また次の見直しにどのようにいかされたのかが不明確であり、全体として、施策の実施に計画性が求められる。
- 対応状況
  - ・定量的な成果指標として、個々のリスクコミュニケーションによって、どの程度目標が達成できたかについてより直接的に測ることができる指標(リスクコミュニケーション会場でのアンケート分析)を採用した。
  - ・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」において取りまとめた方針に沿って、計画的な事業展開を実施(福島県外でのリスクコミュニケーション開催の増加、食品中の放射性物質に関するもの以外のテーマでの開催数の増加等)。

関連する過去のレビューシートの事業番号

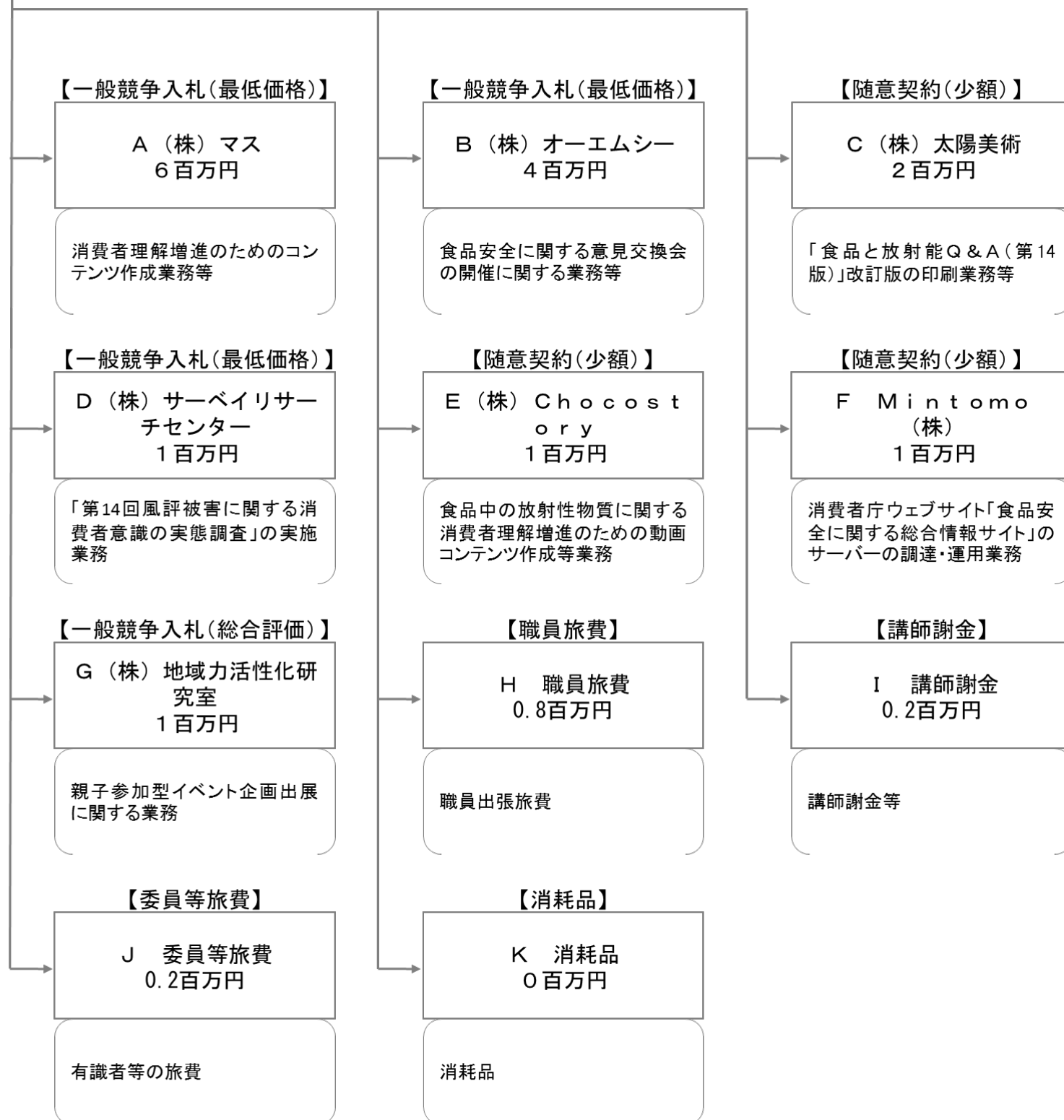
平成22年度	-			
平成23年度	0037			
平成24年度	0012			
平成25年度	0014	新24-0002		
平成26年度	0014			
平成27年度	0016			
平成28年度	0017			
平成29年度	0017			
平成30年度	0017			
令和元年度	消費者庁 - 0017			
令和2年度	消費者庁 - 0019			

※令和2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  
16.6百万円

食品安全に関する正確な情報を様々な手法を用いて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、東京電力福島第一原子力発電所事故を踏まえ、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むため、消費者と専門家が共に参加する意見交換会の開催や、分かりやすい情報提供のための啓発ツールの作成やその提供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)マス			B.(株)オーエムシー		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
	雑役務費 その他	消費者理解増進のためのコンテンツ作成業務	5	雑役務費 その他	食品安全に関する意見交換会の開催に関する業務	3
	雑役務費 その他	復興支援動画制作業務	1	雑役務費 その他	「食と放射能に関する説明会」のWeb配信業務	1
	計		6	計		4
	C.(株)太陽美術			D.(株)サーベイリサーチセンター		
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
	雑役務費 その他	「食品と放射能Q&A(第14版)」改訂版の印刷等	1	雑役務費 その他	「第14回風評被害に関する消費者意識の実態調査」の実施業務	1
	雑役務費 その他	「食品と放射能Q&Aミニ(第6版)」の改訂版の印刷等	1			-
	計		2	計		1
E.(株)Chocostory			F.Mintomo(株)			
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)	
雑役務費 その他	食品中の放射性物質に関する消費者理解増進のための動画コンテンツ作成等業務	1	雑役務費 その他	消費者庁ウェブサイト「食品安全に関する総合情報サイト」のサーバーの調達・運用業務	1	
計		1	計		1	
G.(株)地域力活性化研究室			-			
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)	
雑役務費 その他	親子参加型イベントにおける企画出展に関する業務	1			-	
計		1	計		0	
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)マス	4011001031938	消費者理解増進のためのコンテンツ作成業務	5	一般競争契約(最低価格)	2	--	
2	(株)マス	4011001031938	復興支援動画制作業務	1	随意契約(少額)	-	--	

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)オーエムシー	9011101039249	食品安全に関する意見交換会の開催に関する業務	3	一般競争契約(最低価格)	7	--	
2	(株)オーエムシー	9011101039249	「食と放射能に関する説明会」のWeb配信業務	1	随意契約(少額)	-	--	

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(第14版)」改訂版の印刷等	1	随意契約(少額)	-	--	
2	(株)太陽美術	6010601003790	「食品と放射能Q&Aミニ(第6版)」の改訂版の印刷等	1	随意契約(少額)	-	--	





I

	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	有識者A	-	講師謝金	0		-	--	
2	有識者B	-	講師謝金	0		-	--	
3	有識者C	-	講師謝金	0		-	--	
4	麴町税務署	-	講師謝金	0		-	--	
5	有識者D	-	講師謝金	0		-	--	
6	有識者E	-	講師謝金	0		-	--	
7	有識者F	-	講師謝金	0		-	--	

J

	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	有識者A	-	旅費	0		-	--	
2	有識者B	-	旅費	0		-	--	
3	有識者C	-	旅費	0		-	--	
4	有識者D	-	旅費	0		-	--	
5	麴町税務署	-	旅費	0		-	--	
6	有識者E	-	旅費	0		-	--	

K

	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)三省堂書店	7010001016830	書籍購入	0	随意契約 (少額)	-	--	