

食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 食品表示課				
	作成責任者	清水正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	005570	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(24) 食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度について、時代に即した適正化・充実を図るとともにこれを適切に運用するほか、食品表示制度を効果的に普及できるように消費者に対する戦略的な周知普及を行うことによって、一般消費者の利益の増進を図る。				
	現状・課題	時代に即した食品表示制度とするためには、消費者の食品表示の活用状況及び消費者から求められる政策ニーズを常に把握する必要がある。また、これらを踏まえ、見直された制度を安定的に運用するためには、監視業務に必要な公定検査法等を確立・整備する必要がある。さらに、時代に即して見直された本制度が消費者に広く知れ渡ることによって、本事業の目的の最大化が図られるものであり、表示事項一般に関する消費者へのセミナー等を通じた普及啓発を行い、制度の円滑な運用とその定着を図る必要がある。				
	事業の概要	①時代に即した食品表示制度への見直しを検討する際に必要となる、消費者の食品表示に対するニーズを把握するための調査の実施。（「食品表示に関する消費者意向調査」等の実施） ②食品表示制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を担保するために必要な公定検査法の開発。（食品表示制度の義務表示の対象となることが想定されるアレルギーの検査法の開発や遺伝子組換え食品の流通実態に即した検査法の改良等） ③流通する食品の表示実態及び食品表示に関する各種制度の実施状況の調査、これらを踏まえた制度内容の検証等 ④表示事項全般や各表示制度に関する消費者へのセミナーの実施や普及啓発資料の配布等				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号		第四条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和2年11月30日農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議決定（令和5年12月25日改定））		https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-36.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和5年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
・消費者基本計画工程表（令和2年7月消費者政策会議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf		
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

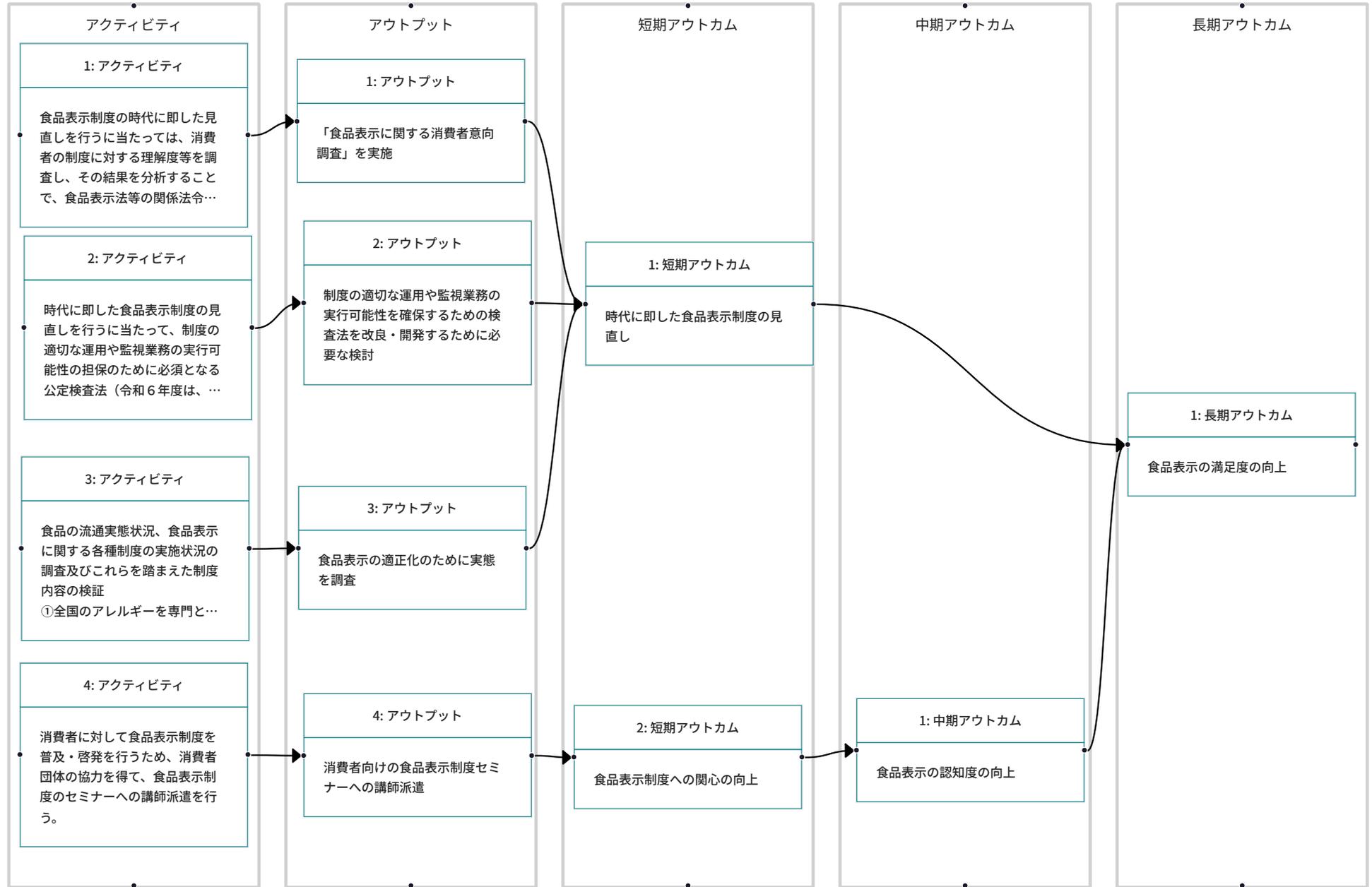
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		48,000	79,000	162,251	104,249	--
	当初予算		8,000	33,000	91,073	83,783	--
	補正予算		--	65,000	10,286	--	--
	前年度から繰越し		--	--	65,000	10,286	--
	予備費等		15,000	--	--	--	--
	計		23,000	98,000	166,359	94,069	--
	執行額		20,000	29,526	151,757	--	--
	執行率		87%	30.1%	91.2%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計		--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--	83,783	--
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">前年度から繰越し</div> --			--	10,286	--

主な増減理由	本事業の対象外となっている保健機能食品に関する事業の重要度が高まったため。	その他特記事項	--
--------	---------------------------------------	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

<p>アクティビティ</p>	<p>食品表示制度の時代に即した見直しを行うに当たっては、消費者の制度に対する理解度等を調査し、その結果を分析することで、食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握することが必要であるため、これらのデータを得るための「食品表示に関する消費者意向調査」を実施する。 なお、本調査は、消費者基本計画工程表（令和2年7月消費者政策会議決定）において、各種施策の効果を測定するための指標の根拠として位置付けており、継続的に実施する必要がある。</p>				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>「食品表示に関する消費者意向調査」を実施</p>	<p>活動指標</p>	<p>実施回数</p>	
	<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<p>実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）</p>	<p>--</p>	
	<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(回)</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1</p>
	<p>活動実績／成果実績(回)</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>「食品表示に関する消費者意向調査」から得られた情報を参考にし、時代に即した食品表示制度の見直し等につなげる。</p>				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 <p>この他、各種関係通知も改正。</p>	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 2-2-1-1

アクティビティ	時代に即した食品表示制度の見直しを行うに当たって、制度の適切な運用や監視業務の実行可能性の担保のために必須となる公定検査法（令和6年度は、遺伝子組換え対象農産物及びアレルギー表示の特定原材料）の改良・開発等を国の試験研究機関で実施。				
アウトプット	活動目標	制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を確保するための検査法を改良・開発するために必要な検討		活動指標	国立医薬品食品衛生研究所で検査・検討を行うテーマ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	2	2	2	--
 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度の企画・立案と並行して、制度の安定運用に不可欠な公定検査法を確立し、それを踏まえた制度改正を実施。				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 <p>この他、各種関係通知も改正。</p>	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1

<p>アクティビティ</p>	<p>食品の流通実態状況、食品表示に関する各種制度の実施状況の調査及びこれらを踏まえた制度内容の検証</p> <p>①全国のアレルギーを専門とする医師の協力のもと、「即時型食物アレルギーにより健康被害に関する全国実態調査」を実施し、その結果を公表</p> <p>②2023年度に改定した消費者基本計画工程表などにに基づき開催した、有識者からなる「令和5年度食品表示懇談会」の取りまとめに基づき、同懇談会の「食品表示へのデジタルツール活用検討分科会」及び「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」を開催</p> <p>③日本における分かりやすい栄養成分表示の取組として、日本版包装前面栄養表示の基本的な方向性等を検討するため、2023年度に開催した「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」の基本的な考え方についての取りまとめを踏まえ、「日本版包装前面栄養表示に関する検討会」を開催</p> <p>④2023年12月に公表された「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を踏まえ、令和6年5月に、消費者庁において「食品期限表示の設定のためのガイドラインの見直し検討会」を設置し、策定から20年が経過した本ガイドラインについて、事業者の期限表示策定や食品ロス削減の取組の実態調査を行い、海外における期限表示制度も踏まえ、食品ロス削減の観点と、食品の安全性の確保に関する国際的動向に配慮しつつ科学的知見に基づく観点から、有識者の意見を伺い検討</p>				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>食品表示の適正化のために実態を調査</p>	<p>活動指標</p>	<p>調査事業実施件数</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>	<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<p>実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）</p>	<p>--</p>	
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>各検討及び調査から得られた知見を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に資する時代に即した食品表示制度の見直しを実施。</p>				
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(件)</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>2</p>
	<p>活動実績／成果実績(件)</p>	<p>3</p>	<p>6</p>	<p>3</p>	<p>--</p>

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 <p>この他、各種関係通知も改正。</p>	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 4-4-2-1-1

アクティビティ	消費者に対して食品表示制度を普及・啓発を行うため、消費者団体の協力を得て、食品表示制度のセミナーへの講師派遣を行う。				
アウトプット	活動目標	消費者向けの食品表示制度セミナーへの講師派遣		活動指標	セミナーへの講師派遣回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	8	10	11	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体を介した消費者向けの食品表示制度のセミナーの開催に積極的に取り組むことで、消費者の食品表示制度の関心が高まり、食品表示制度に関心を持った消費者や事業者から当庁の関連するウェブサイトへのアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心の向上		成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	4,576,478	6,572,624	5,914,984	--
	達成率(%)	114.4	164.3	147.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の制度への関心が高まり、食品表示の認知度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度の向上		成果指標	食品表示の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	65	65	65	65
	活動実績／成果実績(%)	56.3	56.5	60.8	--
	達成率(%)	86.6	86.9	93.5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」も相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。
	普及啓発による食品表示制度の認知度の向上により、認知者を拡大した上で、最終的な消費者の満足度を向上することが重要である。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98	--
	達成率(%)	100	--

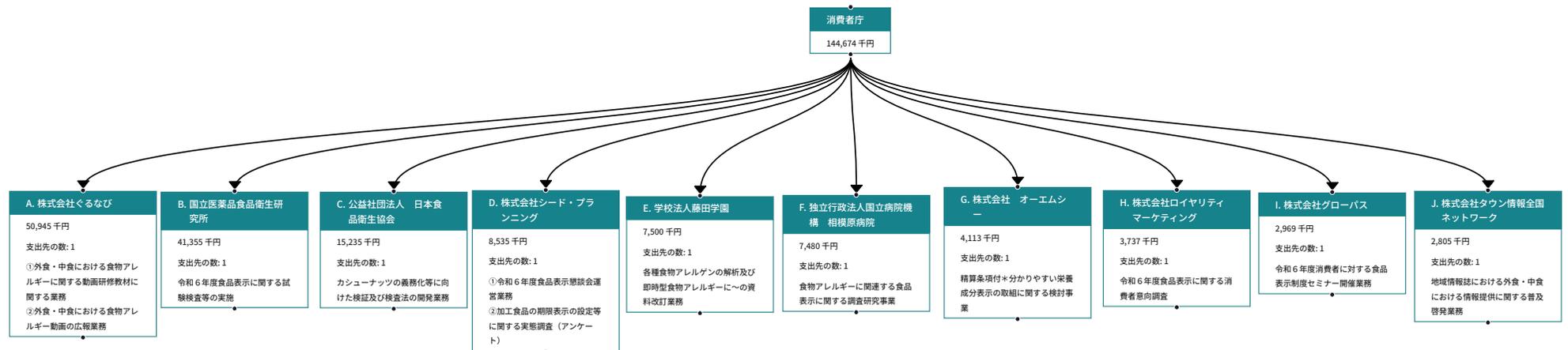
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>食品表示制度における課題については、消費者の意向等の調査を行った上で、様々な関係者を交えて制度の検討を行うことが必要であり、設定される表示基準に係る表示の適正性を監視するための検査法の開発等を行うことと併せて、優先度が高く、かつ国において実施する必要がある。</p> <p>また、成果物は制度の検討・担保をする上で十分に活用されており、有効性についても妥当であると評価できる。さらに、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。</p> <p>食品表示制度を効果的に普及啓発することは、消費者の安全・安心、健康づくりの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するために必要であることから、国費投入の必要性が認められ、かつ、成果実績は成果目標に見合ったものとなっていることから有効性についても妥当であると評価できる。</p> <p>また、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	<p>本事業の結果、食品表示に対する消費者における満足度は高い水準となっており、引き続き、この水準が維持できるよう適切に実施する。</p>		
	改善の方向性	<p>引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に実施するとともに、本制度の普及・啓発のために必要な事業を実施する。また、コロナ禍において定着した新しい生活様式に見合った普及・啓発の方策についても検討する。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	--	最終実施年度	2017
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	--	詳細	--
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	--		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	--			
公開プロセス・秋の年次公開検証(秋のレビュー)における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A 株式会社ぐるなび	50,945	1	①外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務 ②外食・中食における食物アレルギー動画の広報業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ぐるなび	50,945	1010001034565			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務 一般競争契約（総合評価）	49,955	3	95	--	
	外食・中食における食物アレルギー動画の広報業務 随意契約（少額）	990	1	--	--	
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B 国立医薬品食品衛生研究所	41,355	1	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施		
	支出先名	支出額	法人番号			
	国立医薬品食品衛生研究所	41,355	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施 その他(支出委任)	41,355	1	--	--	
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C 公益社団法人 日本食品衛生協会	15,235	1	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
公益社団法人 日本食品衛生協会	15,235	3011005000122				
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由		
カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務 随意契約（その他）(特命随契)	15,235	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。		

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D 株式会社シード・プランニング	8,535	1	①令和6年度食品表示懇談会運営業務 ②加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（アンケート）		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社シード・プランニング	8,535	9010001144299			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
令和6年度食品表示懇談会運営業務 一般競争契約（最低価格）	7,637	3	29	--	
加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（アンケート） 随意契約（少額）	898	1	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E 学校法人藤田学園	7,500	1	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務		
支出先名	支出額	法人番号			
学校法人藤田学園	7,500	4180005007630			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務 随意契約（その他）(特命随契)	7,500	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F 独立行政法人国立病院機構 相模原病院	7,480	1	食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業		
支出先名	支出額	法人番号			
独立行政法人国立病院機構 相模原病院	7,480	9999999999999			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業 随意契約（その他）(特命随契)	7,480	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

G	株式会社 オーエムシー	4,113	1	精算条項付*分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 オーエムシー		4,113	9011101039249		
契約概要(契約名)/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業 一般競争契約(最低価格)		4,113	5	30	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	株式会社ロイヤリティマーケティング	3,737	1	令和6年度食品表示に関する消費者意向調査	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ロイヤリティマーケティング		3,737	1011001058851		
契約概要(契約名)/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
令和6年度食品表示に関する消費者意向調査 一般競争契約(最低価格)		3,737	4	48	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
I	株式会社グローパス	2,969	1	令和6年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社グローパス		2,969	8030001128284		
契約概要(契約名)/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
令和6年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務 一般競争契約(最低価格)		2,969	6	79	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
J	株式会社タウン情報全国ネットワーク	2,805	1	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務	
支出先名		支出額	法人番号		

	株式会社タウン情報全国ネットワーク		2,805	7010001022168		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）		957	1	--	--
	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）		946	1	--	--
地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）		902	1	--	--	
費目・使途 （単位：千円）	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額	
--	--	--	--	--	--	
国庫債務負担行為等による契約 先リスト （単位：千円）	契約先名	契約額	法人番号			
--	--	--	--			

その他備考

--