

令和4年度行政事業レビューシート (消費者庁)

令和4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22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 大森 崇利
会計区分	#REF!								
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	#REF!				主要経費	#REF!			
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について理解が深まるようにリスクコミュニケーションを行う。 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に取り組む。								
実施方法	#REF!								
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求		
	予算 の 状 況	当初予算	35	28	42	63			
		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	28	42	63	0		
	執行額		36	17	39				
	執行率(%)		100%	61%	93%				
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)		103%	61%	93%				
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由				
	消費者政策調査費		40						
	非常勤職員手当		18						
	委員等旅費		2.5						
	職員旅費		1.8						
	諸謝金		0.6						
	計		63	0					
活動内容 (アクティビティ)	消費者を対象に、双方向の意見交換会や正確な情報提供(啓発資材の作成・提供等)を行う。特に、食品中の放射性物質のテーマを重点的に行う。								
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	意見交換会への参加	参加者数	活動実績	人	14,061	8,486	12,712	-	-
			当初見込み	人	12,000	8,000	8,000	12,500	-
単位当たり コスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4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	3,642,857	1,203,157	3,946,546	-	
			計算式	円 / 回	25,500,000/7	4,812,629/4	23,679,276/6	-	

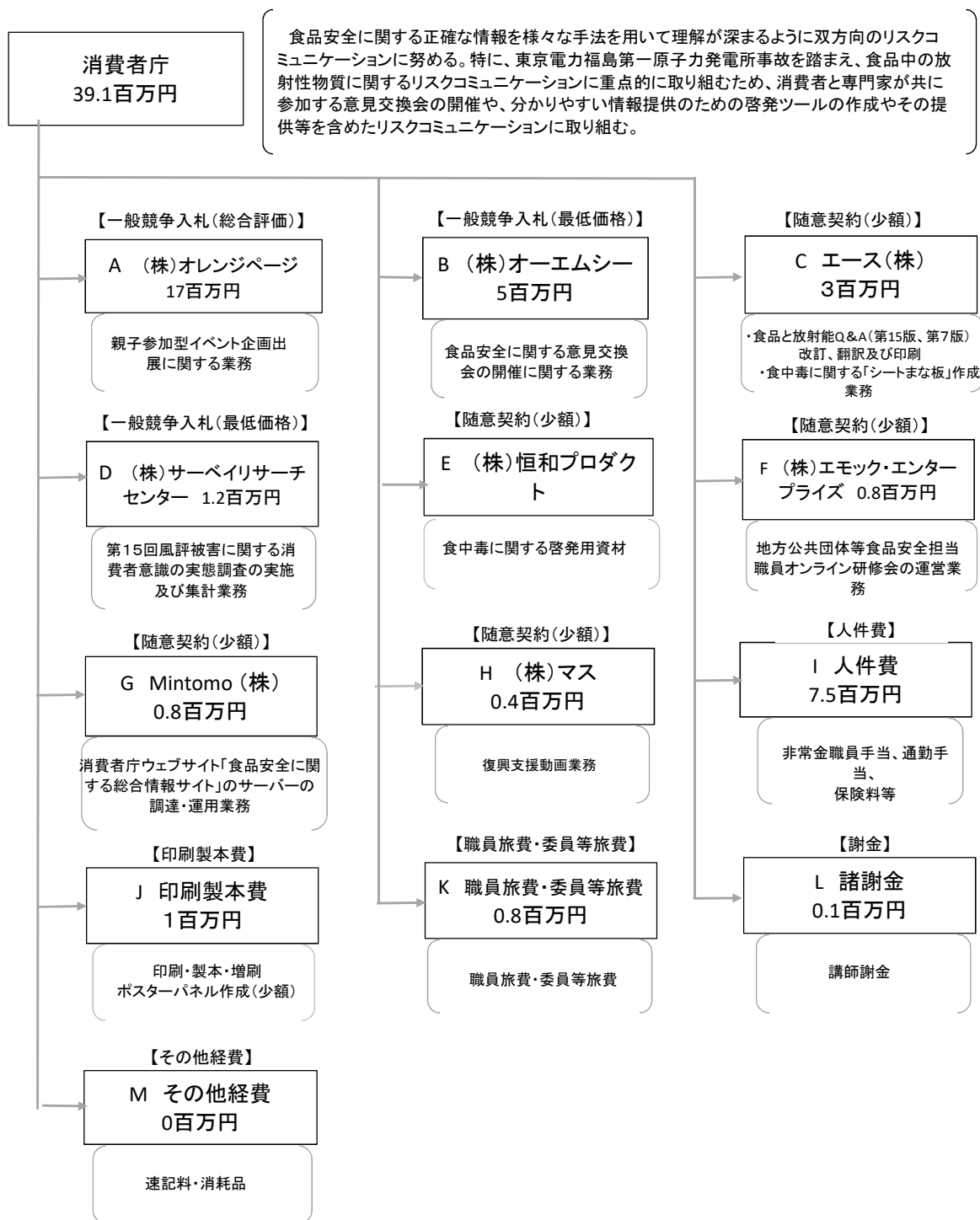
活動目標及び活動実績 (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込	
		啓発資料(パンフレット、リーフレット)の配布	配布数	活動実績	冊	45,510	19,707	25,875	－	－	
				当初見込み	冊	－	－	－	－	－	
単位当たりコスト		算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
		啓発資材(パンフレット、リーフレット)の作成印刷経費／配布数		単位当たりコスト	円	53.2	81.8	112.7	－		
				計算式	円 / 冊	2,422,440/45,510	1,612,380/19,707	2,915,000/25,875	－		
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	令和元年度	令和2年度	令和3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	%	91.4	93.7	93.2	－	－	
				目標値	%	80	80	80	80	－	
				達成度	%	114	118	117	－	－	
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参加者アンケート結果									
活動目標及び活動実績 (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込	
		食品中の放射性物質に関する福島県外で開催される意見交換会への参加	参加者数	活動実績	人	7,515	5,576	10,602	－	－	
				当初見込み	人	8,000	5,000	5,000	9,000	－	
単位当たりコスト		算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	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大半が福島県との共催であって、支出される請負業務費以外の謝金、旅費、借料等は、自治体側の規程にのっとった支払や実費支給のため、当方で単位当たりコストを算出することはできない。		単位当たりコスト	－	－	－	－	－		
				計算式	/	－	－	－	－		
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	令和元年度	令和2年度	令和3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	%	10.7	8.1	6.5	－	－	
				目標値	%	12.5	10.7	8.1	6.5	－	
				達成度	%	117	132	125	－	－	
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)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	
政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	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		政策評価書URL	※後ほど追記					
	新経済・財政再生計画改革工程表2021				取組事項	該当箇所					
		分野:									
		(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL:									
		該当箇所									

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。				○	社会情勢を鑑みテーマを選定している。また、消費者が食品安全に関する正しい情報に接し理解を深めることで、自らの判断により消費行動をとることができるようになり、社会のニーズを反映している。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。				○	食品安全に関する規制・基準は国が設定しており、理解浸透や疑問等の払拭は国の責任で行う必要がある。
	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。				○	契約については、一般競争入札を基本とし、競争性を確保している。また、随意契約となる場合であっても、三者の相見積りをとるなどの手続を行い、競争性の確保に努めた。一者応札となった契約については、入札公告の方法や日数の決定は庁内の手続にのっとり適正に行っており、競争性の確保の点において妥当である。
	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。				有	
	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。				-	-
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。				○	複数者の見積りをとり、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。				○	真に必要な業務の支出に限定している。
	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。				○	真に必要な業務の支出に限定している。	
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理解度は高く、また意識調査における「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6.5%と、調査開始以来最も低い値となり目標と実績のかい離は見られない。
	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。				○	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。				○	おおむね見込みに適合した実績となっている。
	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」、「食品と放射能Q&Aミニ」、「健康食品Q&A」等を意見交換会の参加者や希望者に配布しているほか、意見交換会の資料や議事録をウェブサイトに掲載し、参加できない消費者も活用できるよう措置している。
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)				○	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、各リスク評価、管理機関の取組の総合としてもたらされる食品の安全について、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、それぞれの担務であるリスク評価、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なっている。
	事業番号		事業名			
			リスクコミュニケーション実施経費(食品安全委員会)			
			食品安全に関するリスクコミュニケーション事業(厚労)			
点検・改善結果	点検結果	・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、消費行動に活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を実施することで、成果実績においても目標を達成した。 ・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。				
	改善の方向性	・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。				

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				
<p>(参考)</p> <p>○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</p> <p>○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/</p> <p>○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</p> <p>(過去の公開プロセス関係)</p> <p>○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</p> <p>○公開プロセスの結果及び取りまとめコメント：</p> <ul style="list-style-type: none">・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。 <p>○対応状況</p> <ul style="list-style-type: none">・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23年度	0037			
平成24年度	0012			
平成25年度	0014			
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3年度	2021 消費 20 0020			

※令和3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。

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・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）	A.(株)オレンジページ			B.(株)オーエムシー		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費 そ その他	親子参加型イベントにおける食品の安全等 に係る消費者啓発～企画出展に関する業 務	17	雑役務費 そ その他	消費者庁が全国において開催する食品安 全～意見交換会の開催に関する業務	5
	計		17	計		5
	C.エース(株)			D.(株)サーベイリサーチセンター		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	印刷製本費	「食品と放射能Q&A(第15版)」改訂及び 印刷	0.9	雑役務費 そ その他	第15回風評被害に関する消費者意識の実 態調査の実施及び集計業務	1.2
	雑役務費 そ その他	「食品と放射能Q&Aミニ」(第7版)の英訳・ 中国語訳・韓国語訳及び編集業務	0.7			
	印刷製本費	「食品と放射能Q&Aミニ(第7版)」の改訂 及び印刷	0.4			
	消耗品費 そ その他	食中毒予防に関する啓発用「シートまな板」 の作成業務	1			
	計		3	計		1.2
	E.(株)恒和プロダクト			F.(株)エモック・エンタープライズ		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費 そ その他	食中毒予防に関する啓発用資材(クリアフ ァイルバッグ)作成	0.9	雑役務費 そ その他	地方公共団体等食品安全担当職員オンライ ン研修会の運営業務	0.8
	計		0.9	計		0.8
	G.Mintomo(株)			H.(株)マス		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費 そ 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」サイト運用保守業務	0.8	雑役務費 そ その他	復興支援動画編集業務	0.4
	計		0.8	計		0.4
費目・使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)オレンジページ	9011101034118	親子参加型イベントにおける食品の安全等に係る消費者啓発～企画出展に関する業務	17	一般競争契約 (総合評価)	3	--	

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	消費者庁が全国において開催する食品安全～意見交換会の開催に関する業務	5	一般競争契約 (最低価格)	3	--	

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	エース(株)	6011501006529	「食品と放射能Q&A(第15版)」改訂及び印刷	0.9	随意契約 (少額)	-	--	
2	エース(株)	6011501006529	「食品と放射能Q&Aミニ」(第7版)の英訳・中国語訳・韓国語訳及び編集業務	0.7	随意契約 (少額)	-	--	
3	エース(株)	6011501006529	「食品と放射能Q&Aミニ(第7版)」の改訂及び印刷	0.4	随意契約 (少額)	-	--	
4	エース(株)	6011501006529	食中毒予防に関する啓発用「シートまな板」の作成業務	1	随意契約 (少額)	-	--	

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)サーベイリサーチセンター	6011501006529	第15回風評被害に関する 消費者意識の実態調査の 実施及び集計業務	1.2	一般競争契約 (最低価格)	1	-	-

E

	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)恒和プロダクト	4122001014194	食中毒予防に関する啓発 用資材(クリアファイルバッ グ)作成	0.9	随意契約 (少額)	-	-	-

F

	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)エモック・エン タープライズ	2010401005495	地方公共団体等食品安全 担当職員オンライン研修会 の運営業務	0.8	随意契約 (少額)	-	-	-

G

	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	Mintomo(株)	2010801022578	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」サイト運用保守業務	0.8	随意契約 (少額)	-	-	-

H

	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	復興支援動画編集業務	0.4	随意契約 (少額)	-	-	-