

レビュー項目 (事業名)	食品ロス削減に向けたひょうごフードドライブの全 県展開				部(局)	環境部				
					所管課	環境政策課				
					担当班	政策班				
					連絡先	078-362-3156				
開始年度	令和2年度	終了年度	—		関連計画等	兵庫県地球温暖化対策推進計画(R4.3改定)				
事業区分	<input checked="" type="checkbox"/> 国補助事業 <input checked="" type="checkbox"/> 県単独事業									
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直執行 <input type="checkbox"/> 委託 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他(                      )				実施主体等		県			
事業目的	家庭で余っている食品をごみにせず、それを必要とする福祉団体等に寄附するフードドライブの取組を根付かせるため、「ひょうごフードドライブ」として普及啓発や新規参入者への補助を実施し、全県展開を図る									
事業概要	(1) ひょうごフードドライブ推進ネットワークの運営 (スーパー店舗や福祉団体とのマッチング、市町への支援、新規参入の拡大等) (2) 普及啓発(啓発資材の作成、広報等) (3) スタートアップ支援(経費補助、情報提供)									
これまでの改善状況	○回収拠点拡大に向けたスーパー、市町等への働きかけ強化 ○フードドライブ拠点マップの作成・公開 ○ひょうご1.5℃ライフスタイルの取組と連動した啓発活動 ○福祉部局との連携(福祉部の連携体制推進会議への参画、事業者開拓等)									
業務フロー	【フードドライブの流れ】 拠点での食品受付→フードバンク等による回収・運搬→フードバンク等での管理・仕分け→福祉施設等への配送→福祉施設等での食事提供・食品配布 【フードドライブの啓発】 ・webサイト等でのフードドライブ拠点店舗の周知 ・ひょうごフードドライブ推進ネットワーク間の情報共有 ・各種イベントなどでの啓発活動 等									
事業に要するコスト	区 分		4 年度決算額		5 年度決算額		6 年度決算額		7 年度当初予算額	
	事業費①		1,752 千円		2,604 千円		2,689 千円		2,864 千円	
	経費内訳	報酬・賃金	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円	
		委託料	832 千円		766 千円		2,172 千円		2,064 千円	
		補助金・交付金	4 千円		0 千円		12 千円		800 千円	
		貸付金	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円	
		その他	916 千円		1,839 千円		505 千円		0 千円	
		(財源内訳)	(国庫)	(873千円)		(972千円)		(1,108千円)		(1,032千円)
		(特定)	(0千円)		(0千円)		(0千円)		(0千円)	
		(起債)	(0千円)		(0千円)		(0千円)		(0千円)	
		(一般財源)	(879千円)		(1,632千円)		(1,845千円)		(1,832千円)	
	予算額② ※精算補正前の予算を記載		3,523 千円		3,172 千円		3,172 千円		2,864 千円	
	執行率((①/②)×100)		49.7%		82.1%		84.8%		100.0%	
	人件費③(a+b+c)		従事人員	0.0人	従事人員	1.2人	従事人員	1.2人	従事人員	1.2人
			0 千円		9,900 千円		10,464 千円		10,796 千円	
		職員給与費	a	0 千円	8,587 千円	9,119 千円	9,484 千円			
		賞与引当金繰入額	b	0 千円	713 千円	700 千円	713 千円			
	退職手当引当金繰入額	c	0 千円	600 千円	646 千円	600 千円				
総コスト(①+③)		1,752 千円		12,504 千円		13,153 千円		13,660 千円		

レビューシート(事業改善型)

様式 1

指標名		区 分	4 年度 実績	5 年度 実績	6 年度 実績	7 年度 目標	最終目標 【年度】	
評価	成果指標(アウトカム指標①) フードドライブ拠点数(拠点) ※R5まではスーパー店舗のみ R6よりコンビニ・市町村協実施拠点等を含む	目 標	200	250	450	500	650	
		実 績 ( 見 込 )	160	164	388	(388)	【R10年度】	
		(単位当たりコスト)	(11 千円)	(76 千円)	(34 千円)	(35 千円)		
		達 成 率 ( 見 込 )	80.0%	65.6%	86.2%	(77.6%)		
	成果指標(アウトカム指標②) 食品回収量(トン)	目 標	48	60	93	124	150	
		実 績 ( 見 込 )	63	67	59	(59)	【R10年度】	
		(単位当たりコスト)	(28 千円)	(187 千円)	(223 千円)	(232 千円)		
		達 成 率 ( 見 込 )	131.3%	111.7%	63.4%	(47.6%)		
	価値	成果指標(アウトカム指標③)	目 標					
			実 績 ( 見 込 )					
			(単位当たりコスト)	—	—	—	—	
			達 成 率 ( 見 込 )	—	—	—	—	
活動指標(アウトプット指標①) スタートアップ 支援事業補助件数(件) ※～R7: 補助額@25千円×32件 R8～: 補助額@50千円×15件		目 標	32	32	32	32	15	
		実 績 ( 見 込 )	1	0	1	(1)	【R10年度】	
		(単位当たりコスト)	(1,752 千円)	—	(13,153 千円)	(13,660 千円)		
		達 成 率 ( 見 込 )	3.1%	0.0%	3.1%	(3.1%)		
指	活動指標(アウトプット指標②) 啓発実施回数 (回)	目 標	15	20	25	25	25	
		実 績 ( 見 込 )	15	21	25	(25)	【R10年度】	
		(単位当たりコスト)	(117 千円)	(595 千円)	(526 千円)	(546 千円)		
		達 成 率 ( 見 込 )	100.0%	105.0%	100.0%	(100.0%)		
	活動指標(アウトプット指標③)	目 標						
		実 績 ( 見 込 )						
		(単位当たりコスト)	—	—	—	—		
		達 成 率 ( 見 込 )	—	—	—	—		
目標設定	有 ( ) ・ (無)							
改善基準								
自己評価	評価の視点		評価		目標に対する達成状況(総合的評価)			
	○有効性(評価指標に対する実績) ・県民ニーズを的確に踏まえた事業か ・民間での事業実施は見込めない事業か ・指標・目標設定は適切か ・活動実績は十分か ・想定された成果を達成しているか など		・子ども食堂や福祉施設等でのニーズは大きく、食品ロスの削減にもつながる不可欠な取組である。 ・大手スーパーへの積極的な働きかけにより実施拠点数は順調に増加。今後はコンビニや社協など対象範囲を拡げ、拠点拡大を図る必要がある。 ・新たに実施する企業にとっては、負担増(寄付食品の適切な管理や仕分け、引き渡し先との調整等)が課題となっており、現在のスタートアップ支援の補助では十分にカバーができていない。		・フードドライブの認知度が低い(R4.4消費者庁調査:認知度18.6%)ため、情報発信、啓発活動を強化するとともに、コンビニなど身近な店舗への協力を働きかけて回収拠点を拡大し、利便性の向上を図る必要がある。 ・スタートアップ支援事業は補助件数が少なく十分に活用されていない。今後はスタートアップに限らず、継続的な実施の支援につながる制度への見直しが必要である。 ・フードドライブの定期的・継続的な実施のためには、回収拠点における負担を軽減する支援策が求められる(経費補助、情報提供等)。 (※消費者庁による「食品寄附ガイドライン」において、食品の安全性確保への対応や受付・保管・配送などの管理体制の整備が新たに求められ、それに対応するための支援強化が必要。)			
	○効率性(最小のコストで最大の効果) ・業務改革に取り組んでいるか ・コスト削減の工夫を行っているか ・ICTや民間活力は活用しているか ・受益者負担は適正か ・財源確保の工夫は行っているか など		・推進月間を設け、県庁舎をはじめ店舗や他自治体でも回収キャンペーンを実施し、取組を強化。 ・県が、店舗(回収拠点)と福祉団体(配布先)の仲介役としてサポート。(マッチング、課題整理、合意文書等の手続き支援)					
評価	課題・今後の方向性 <input checked="" type="checkbox"/> 改善 <input type="checkbox"/> 他事業と統合 <input type="checkbox"/> その他 説明 ( 県下全域にフードドライブを浸透させるため、普及啓発の一層の取組強化を行うとともに、現在十分に活用されていないスタートアップ補助事業について補助対象や対象経費の見直しなど、あり方を含めて検討する。 )							
	<p>外部委員会の意見</p> <p>・昨年度に比べて拠点数は増加しているが、回収量は伸びていないことから、物価高やお中元お歳暮の贈答文化の変化により、家庭内の未利用食品が減少している可能性はないだろうか。認知度向上が回収量増加につながるかを検証してはどうか。</p> <p>・食品管理のルールが厳しいのなら、子ども食堂等の調理を伴う施設へ提供することでルールは緩和され、さらに認知が得られる可能性があるため、事業そのものの立て付けや普及啓発の方法を見直してみてはどうか。</p> <p>・金額と手間が見合っていない。一過性の補助ということは踏まえつつも、可能であるならば補助金額の増額を検討していただきたい。</p> <p>・参加を検討している団体或いは、現参加団体の今後の本事業への動機付けとして、極力手間をかけないようにしなくてはいけない。そのためにも、運搬・検品を協力してくれている福祉団体に補助金を出してはどうか。</p> <p>・うまくいっている地域とそうでない地域との地域差を分析していただきたい。成功事例を分析し、ゾーンを分けて地域ごとの仕組みやノウハウを横展開していくことが重要である。</p> <p>・事業の出発点となる県民からの持ち寄りの促進には、スーパーにおけるポイント付与などのインセンティブも検討してはどうか。また、子ども食堂との連携を前面に出した、子供たちの声などを活用した広報が県民にとっては効果的ではないか。</p> <p>・食品ロス削減という環境の観点と、福祉という観点を合わせ持つ事業のため、食品回収量に加え、子ども食堂等の福祉施設への提供数などもアウトカム指標に設定してはどうか。</p> <p>・ハード整備(拠点数拡大)に偏りがちで、拠点数増加が福祉団体の負担増につながる可能性があるため、限度の検討もしていただきたい。</p>							
改善結果								
<p>・スタートアップ支援事業を見直し、補助対象者・補助対象経費の拡充及び補助金増額を通じて、活動初期の運営費負担の軽減を図る。</p> <p>・新たにアドバイザーを派遣するなどにより活動団体の支援を充実するとともに、家庭からの効果的な未利用食品の回収促進を図る。</p> <p>・県民への動機づけに向けて、被支援者の声を動画やチラシなどで見える化し、広報の充実を図る。</p>								