事　業　評　価　シ　ー　ト　に　つ　い　て

＜事業評価シートとは＞
新スリムシティさっぽろ計画の目標達成に向けた具体的な施策（計画本書P61～82に記載）に基づく各事業について、計画前半期の取組内容やその結果、事業の評価や課題などを整理し、計画後半期の方針を記載したもの。

＜懇話会委員に意見を頂戴したい内容＞
①＜事業の実施結果＞に基づく＜事業の評価・課題＞について
特に市が気づけていない課題などについて、専門的見地からご意見をいただきたい。
②＜今後の事業方針＞について
シートに記載している今後の方針について、より効果的なやり方や気をつけるポイントなど、専門的見地からご意見をいただきたい。

＜事業名＞
新スリム計画の施策に基づく各種事業は、市役所の予算を管理している「小事業」の中で実施されているため、事業名はその小事業名を記載しております。ただし、以下の例外があります。
例外１：小事業内で複数の事業があり、スペースの関係から記載しきれない場合は、事業名のあとにかっこ書きを追記し、分割して記載します。
例外２：計画に基づく一つの事業が複数の小事業に分かれており、小事業ごとに分けて書くと分かりにくい場合は、複数の小事業をまとめて記載します。その場合は「〇〇費、〇〇費」などと記載されております。

＜事業内容＞
事業の内容を記載。
複数の事業がある場合は、①、②など番号で分けて記載します。
なお、小事業の中には、新スリム計画に関係のない事業もありますが、その事業は記載しておりません。

＜事業の指標＞
事業の進捗状況や成果を測るために有効な指標があれば記載しております。
なお、目標を定められない、定めていない指標は、目標欄は「-」が記載されます。

＜対応するスリム目標＞
事業が新スリム計画のスリム目標に関係がある場合は、そのスリム目標を記載します。
対応するスリム目標がない場合は、「-」が記載されます。

＜対応施策＞
事業について、新スリム計画のどの施策に対応しているかを記載。
なお、事業によっては、複数の施策に対応したものがあり、ここは一番関連の深い施策を記載してあります。

＜他の施策（番号のみ）＞
対応する施策が複数ある場合は、その他の施策を施策にふられた番号で記載します。

＜各年度における具体的な取組内容とその実績＞
各年度で実施した取組内容やその実績を記載しております。
実績については、数値で示せるものは数値で記載しております。

＜事業費＞
上段が「小事業」全体の事業費となり、下段がこのシートに記載した事業における事業費となります。
例：「小事業」全体の事業＝1,000千円　（上段）
　　そのうち、〇〇事業＝500千円　（下段）

＜スリム目標への貢献度＞
スリム目標について、数値でその効果を示せる場合は、＜定量的評価＞に記載、数値で示せない場合は、＜定性的評価＞に記載。
数値で示せるとは、例えば廃棄ごみ量6万トンの減量という目標に対し、ある事業で0.5万トンの減量の効果が出たなど具体的に示せる場合は、定量的評価に記載となります。

＜達成状況＞
当該事業の目的や目標をどれほど達成できたかを右の選択肢から選び記載。選ぶことが困難な場合は「-」を記載。

＜今後の事業方針＞
事業の評価・課題を受けて、今後、どのように事業を進めていくかが記載されている。

ぽろ計画　事業評価シート

【事業の概要】

事業名		２Ｒ推進費（ごみ減量キャンペーン）		
事業内容（取組内容）		ごみの減量を進める上で特に重要なリデュースとリユースの推進を行う。 ・ごみ減量キャンペーンの実施		
事業の目的・目標		２Ｒに係る普及啓発事業を行うことにより、市民のごみ減量行動の促進を図る。		
事業の指標	指標１	生ごみの減量・リサイクルに取り組んでいる世帯の割合	目標	95%
	指標２	家庭から出る生ごみ量　（H28年度比で）	目標	1万ｔ減量
所管課		循環型社会推進課	関係課	―

【新スリム計画との関わり】

対応するスリム目標（最大２つまで）	ごみ排出量の減量目標	
	家庭から出る生ごみ量の減量目標	
対応するモニター指標	家庭から出る食品ロス量	
対応施策：大	施策１	２Rを推進するためのしくみづくり
施策：中	１－１	ごみ発生・排出抑制のための行動の実
施策：小	(1)	発生・排出抑制行動の習慣化の促進
他の施策（番号のみ）	1-2-(1)、(2)　1-3-(1)、(2)　2-1-(1)、(2)　4-3-(1)	

【各年度における具体的な取組内容とその実績】　数値で示せるものは数値

Ｈ３０	事業費 全 33,861 千円 内 (28,366) 千円	・啓発冊子配布：リユース促進72,909部、食品ロス削減啓発58,768部、期限表示情報提供45,632部、水切り啓発6,568部。 ・イベント：冷蔵庫整理や収納等のセミナーを実施し1,044人の参加。日本リユース業協会加盟店と連携しリユースショップ買取金額アップクーポンを4,617枚配布。 ・使用媒体：新聞・雑誌・フリペーパー広告、ラジオ、交通広告、映画館CM、Youtube、Facebook（40～50代ファミリー層をメインターゲットに選定）
Ｒ１	事業費 全 33,298 千円 内 (28,366) 千円	・啓発冊子配布：リユース促進80,349部、食品ロス削減啓発・期限表示情報提供94,740部、水切り啓発60,565部。 ・イベント：民間のイベントにブース出展し、整理収納アドバイザーによるステージトークショー等を実施。6,301人の来場。 ・使用媒体：[illegible]広告、Youtube、Facebook
Ｒ２	事業費 全 28,423 千円 内 (22,981) 千円	・啓発冊[illegible]情報提供159,723部、水切り啓[illegible] ・イベン[illegible] ・使用媒[illegible]、地下歩行空間壁面広告、Fac[illegible]
Ｒ３	事業費 全 27,194 千円 内 (22,741) 千円	・啓発冊子配布：リユース促進2,600部、食品ロス削減啓発19,438部、期限表示情報提供・水切り啓発16,972部、使い捨てプラスチック削減2,466部。 ・イベント（企画）：SNSハッシュタグキャンペーンの実施。48人の参加。 ・使用媒体：使用媒体：テレビ、ラジオ、インターネット広告、交通広告、地下歩行空間壁面広告、Facebook等（20～30代世帯をメインターゲットに選定）

※事業費　上段:小事業全体　　下段:実際の事業費　　小事業内に関係のない予算がある場合、違う数値となる

【自己評価】　※H30～R3を通して

	定量的評価（数値あり）	定性的評価（数値なし）
スリム目標への貢献度		家庭から出る食品ロス量は基準年（H28）翌年は増加し、その後啓発の効果により減少傾向にあったものの、新型コロナの流行という特殊な要因もありR3は増加（H28：19,443t→R3：21,833t）。一方生ごみの減量・リサイクルに取り組んでいる世帯の割合は高い水準を維持しており、本事業はごみの減量に一定程度寄与していると考える。
事業の実施結果（目的・目標の達成状況など）	達成状況　―　（◎：達成　〇：75%以上　▲：50%以上　×：50%未満　―：他）	・H30～R1は「食品ロス削減」と「リユースの促進」、R2～R3は「食品ロス削減」と「使い捨てプラスチック削減」に重点を置いた啓発を行った。 ・指標１は、H30は93.5%、R1は94.6%、R2は93.1%、R3は93.0%と高い割合を維持しており、指標２についても、本事業だけの目標ではないが、計画の基準年度であるH28の95,756トンからR3で94,954トンと減少傾向にあり、本事業の効果は出ていると考える。 ※指標１は「生ごみ減量・資源化に関する関心度・実践度等調査業務報告書」より
事業の評価・課題		・コロナ前までは民間のイベントにブース出展し、セミナーやトークショーの開催等を多く行っていたが、コロナ感染症拡大以降、ブース出展可能なイベントが減少。 ・ごみ減量キャンペーンキャッチコピーの認知度はH30は28.8%、R1は25.8%、R2は29.2%、R3は15.6%であり、R3は他の年と比較すると低い数値であったことから、結果を踏まえ、啓発手法の検討が必要。 ・また、啓発効果が必ずしもごみ減量には繋がっておらず、効果測定の方法も確立していないため、キャンペーンでの啓発によるごみ減量効果をどのように把握していくか検討する必要がある。
今後の事業方針（課題への対応や事業目標の設置）		・ごみ減量キャンペーンでの具体的な数値目標を設定し、目標達成に向けた効果的な企画提案を募り、メディア、交通広告、インターネット広告等、様々な媒体を使った普及啓発を行う。また、店舗でのポスター掲出依頼等、民間企業や団体と積極的に連携を図る。 ・キャンペーンでの普及啓発のほかにごみ減量の行動を市民に促していく取組について検討していく。

【懇話会の意見等】　懇話会で意見があった場合のみ記載する

意見・提案等	