

ひょうご事業改善レビューシート

様式 1

レビュー項目 (事業名)	非住宅分野での木材利用促進 (ひょうごの森づくり・木づかい啓発推進事業)				部(局)	農林水産部				
					所管課	林務課				
					担当班	木材利用班				
					連絡先	078-362-9224				
開始年度	令和元年	終了年度	-	関連計画等	-					
事業区分	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 委託 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他( )				実施主体等	兵庫県木材業協同組合連合会等				
事業目的	「植える、育てる、利用する」の資源循環型林業サイクルを円滑に回し森林整備を推進するため、森林環境譲与税を活用し、県産木材の利用を促進									
事業概要	(1)「ひょうごの木の家」設計支援・建築促進事業【住宅分野】 県産木造住宅の設計費 [補助単価300千円・400千円] や、工務店による住宅展示・相談会の開催費を支援 [補助単価100千円×20回] (2)ひょうご木の街木質化推進事業【非住宅分野】 県民が利用する民間施設等(駅、商店街等の共有スペースなど)の木質化を支援 [補助上限2,000千円] (3)ひょうごの木づかい普及啓発【住宅・非住宅分野】 ①イベントの実施及びSNSやウェブサイトの運用等による県民及び市町、工務店等への普及啓発 ②県産木材の産地見学バスツアーや非住宅の木造設計を行う工務店・市町職員向け研修会の開催 ③非住宅の木造設計を行う建築士の育成支援									
これまでの改善状況	主に、以下の改善を実施(事業概要欄の番号と整合) (1)補助要件(県産木材使用率)の緩和[R3]、上乘せ補助の追加[R4] (2)補助要件(対象施設)の緩和[R4] (3)①広報媒体の追加…ひょうご木製品マスター制度、県公式Instagram[R3]、ウェブサイト開設[R4] ②産地見学バスツアーの対象拡大[R2]、非住宅木造建築研修会の内容を充実化[R3] ③非住宅施設の木造化を推進する建築士の育成[R5新規]									
業務フロー	(主なもの) 補助事業(本庁→兵庫県木材業協同組合連合会→工務店)									
事業に要するコスト	区 分		2年度決算額		3年度決算額		4年度当初予算額		5年度当初予算額	
	事業費①		40,162千円		50,480千円		76,590千円		76,210千円	
	経費内訳	報酬・賃金								
		委託料								
		補助金・交付金	40,162千円		50,480千円		76,590千円		76,210千円	
		貸付金								
		その他								
	(財源内訳)	(国庫)								
		(特定)								
		(起債)								
		(一般財源)								
	予算額② ※精算補正前の予算を記載		68,320千円		65,300千円		76,590千円		76,210千円	
	執行率((①/②)×100)		58.8%		77.3%		100.0%		100.0%	
	人件費③(a+b+c)		従事人員	0.3人	従事人員	0.4人	従事人員	0.4人	従事人員	0.4人
			2,987千円		3,948千円		4,164千円		4,482千円	
職員給与費	a	2,588千円		3,409千円		3,605千円		3,898千円		
賞与引当金繰入額	b	209千円		274千円		278千円		298千円		
退職手当引当金繰入額	c	191千円		264千円		281千円		286千円		
総コスト(①+③)		43,149千円		54,428千円		80,754千円		80,692千円		
[うち事業拡大分]		[0千円]		[0千円]		[0千円]		[0千円]		

# ひょうご事業改善レビューシート

様式 1

評価	指標名	区分	2年度	3年度	4年度	5年度	最終目標 【年度】	
			実績	実績	見込	目標		
評価	成果指標(アウトカム指標①) 県内製材工場の製品出荷量(千㎡) (ひょうご農林水産ビジョン2030)	目標	46	50	54	57	92	
		実績(見込)	34	47	(54)	(57)	【R12】	
		(単位当たりコスト) [うち事業拡大分]	(1,269千円)	(1,158千円)	(1,495千円)	(1,416千円)		
		達成率(見込)	73.9%	94.0%	(100.0%)	(100.0%)		
	成果指標(アウトカム指標②) 県内の素材生産量(千㎡) (ひょうご農林水産ビジョン2030)	目標	431	450	469	489	623	
		実績(見込)	489	527	(469)	(489)	【R12】	
		(単位当たりコスト) [うち事業拡大分]	(88千円)	(103千円)	(172千円)	(165千円)		
		達成率(見込)	113.5%	117.1%	(100.0%)	(100.0%)		
	指標	活動指標(アウトプット指標①) ひょうごの木の家設計支援事業執行額 (千円)【住宅分野】	目標	45,000	45,000	55,000	51,500	51,500
			実績(見込)	31,800	41,100	(49,600)	(51,500)	【年度毎】
			(単位当たりコスト) [うち事業拡大分]	(1千円)	(1千円)	(2千円)	(2千円)	
			達成率(見込)	70.7%	91.3%	(90.2%)	(100.0%)	
活動指標(アウトプット指標②) ひょうご木の街木質化推進事業執行額 (千円)【非住宅分野】		目標	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	
		実績(見込)	0	1,080	(6,281)	(12,000)	【年度毎】	
		(単位当たりコスト) [うち事業拡大分]	—	(50千円)	(13千円)	(7千円)		
		達成率(見込)	0.0%	9.0%	(52.3%)	(100.0%)		
終期設定	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)
	評価	<p>○有効性(評価指標に対する実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県民ニーズを的確に踏まえた事業か</li> <li>・ 民間での事業実施は見込めない事業か</li> <li>・ 指標・目標設定は適切か</li> <li>・ 活動実績は十分か</li> <li>・ 想定された成果を達成しているか など</li> </ul>	<p>「ひょうごの木の家設計支援事業」の実績は増加傾向で、県内の素材生産量や県内製材工場の製品出荷量の増加にも寄与していると考えられる。</p>
評価	<p>○効率性(最小のコストで最大の効果)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 業務改革に取り組んでいるか</li> <li>・ コスト削減の工夫を行っているか</li> <li>・ ICTや民間活力は活用しているか</li> <li>・ 受益者負担は適正か</li> <li>・ 財源確保の工夫を行っているか など</li> </ul>	<p>事業創設以降、啓発効果の向上を図るための見直しを、適時に実施している。</p>	

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 ○住宅分野での啓発事業は一定の実績があるが、非住宅分野での支援実績が低調 ○少子高齢化等に伴う人口減少により、住宅着工戸数の減少が見込まれる中、県内製材工場の出荷量目標を達成するには、非住宅分野での県産木材利用量のさらなる増加が必要であるため、啓発事業としての訴求力強化に向けた取組みを検討

外部委員会意見	・ 県産木材の利用促進を図るのであれば、兵庫の木を使いたいと思わせるようブランディング強化を図るべき。 ・ アウトカム指標は、県産木材の利用割合等とし、アウトプット指標は、イベント実施回数など行政側の努力に直結する指標を設定すべき。 ・ 脱炭素社会に向けた取組を進めているなか、県産木材を建材としての価値しか見ていないはもったいない。CO2排出企業を巻き込んだ森林整備を進めるための事業設計が検討できるのではないか。
---------	--

改善結果	
民間企業とともにブランディング化に向けた議論を進めるプラットフォーム「ひょうごの木」Creation Base”を設置し、以下の取組を実施することで新たな視点による「ひょうごの木」のブランディングを推進	
①「ひょうごの木」に関わる人々(森林林業や木材産業に関わる林業事業者、製材業者、工務店、木製品販売事業者)のストーリーの共有 ②魅力的な“新たな価値”の創出(例:「ひょうごの木」×「アート」=鑑賞物としての木の価値を創出) ③イベントやSNS等の効果的なタッチポイント※1の検討 ④ブランドコンセプト※2の検討 ※1 県民の方に感想を持たれる全ての接点 ※2 その言葉を聞くだけで、そのブランドが①誰に対してのものか②その特徴や魅力③優位性④利用のされ方などを想像できる“魅力的な言葉”	