

平成21年度事務事業評価シート (20年度実施事業分)

| | | | | | | | | | | |
|--------------------|---|---|---|--------|---------------------------------------|---|--|--|-------------|--|
| 事業番号 | | 10 02 09 | 中期総合計画主要施策番号 | | 2-04,2-05 | | 担当課 | 部・課 | 林務部 信州の木振興課 | |
| 事業名 | | 首都圏への信州の木情報発信事業 | | | | 内線 | | 3273 | | |
| | | | | | | E-mail | | ringyo@pref.nagano.jp | | |
| 事業の概要等 | 事業の目的 | 首都圏等の大規模消費地での長野県産材の利用拡大を図るために普及啓発活動を行う。 | | | | | | | | |
| | 事業の必要性 | 【現状(事業の目的との間にどのようなギャップがあるか)】 首都圏等における長野県産材の認知度が低いため、利用が少なく、県外に向けた製品の販売量が県全体の販売量の20%程度に留まっている。 【原因分析(ギャップが発生している原因は何か)】 首都圏等では住宅等の需要が多いものの、ニーズの把握や長野県産材の情報提供や普及がほとんどなされていなかった。 【課題の特定(事業の実施により解決しようとする課題は何か)】 ・首都圏等における県産材の認知度のアップと、情報を適正に伝えるための効果的な普及啓発が必要である。 ・首都圏等のニーズにマッチした新製品の開発や、県産材を利用した住宅着工につなげる必要がある。 | | | | | | | | |
| | | 事業内容 | | | | | | | | |
| | | 県産材販路開拓協議会が行う、首都圏で建設される長野県産材住宅に対して40万円分の木材製品の提供やその住宅を拠点としての情報発信の取り組み、また、新製品の開発や県産材情報をダイレクトに首都圏に発信する展示会、意見交換会、森林工場見学会の実施を支援する。(補助率:[国]1/2、[県]1/6) | | | | | | | | |
| | 実施期間 | H19 ~ | | 根拠法令等 | 森林・林業・木材産業づくり交付金実施要綱、木材関係事業補助金交付要綱(県) | | | | | |
| 成果と達成状況 | 事業の目指す成果 | | 達成度(期待どおり)の判定基準(H20) | | | 達成状況 | | 評価 | | |
| | 県内で製造、販売されている県産材製品の認知度を高め、首都圏等の大消費地への販売を増加させる。(H27年度目標:50棟) | | ・首都圏等において9棟の住宅に木材製品を提供する。 ・新製品を開発し新たな需要を開拓する。 | | | ・首都圏等において木造住宅等を建設する工務店に対して県産材をPRするため、9棟の住宅に木材製品の提供を行った。 ・新製品を2アイテム開発し、新たな需要が開拓された。 | | a.期待以上 b.期待どおり c.やや下回る d.期待以下 | | |
| 事業コスト | 区 分 | | 単位 | 19年度 | 20年度 | 21年度(当初) | 20年度の概要 | | | |
| | 最終予算額 (A) | | 千円 | 3,000 | 3,000 | 2,400 | 国庫・県単 | | 国庫・県単 | |
| | 決 算 額 (B) | | 千円 | 3,000 | 3,000 | | 実施方法 | | 補助 | |
| | B(H21はA)のうち一般財源 | | 千円 | 750 | 750 | 600 | 歳出節別内訳等 | | 補助金:3,000 | |
| | 概 算 人件費 | 従事する職員数 | 人 | 0.25 | 0.25 | 0.25 | (単位:千円) | | | |
| | 概算人件費 (C) | | 千円 | 1,785 | 1,787 | 1,787 | | | | |
| 概算事業費 (B(H21はA)+C) | | 千円 | 4,785 | 4,787 | 4,187 | | | | | |
| 事業実績 | 内 容 | | 単位 | 19年度 | 20年度 | 21年度(予定) | 左記以外の20年度の実績 | | | |
| | 展示会・製材工場見学会等の実施 | | 回 | 5 | 7 | 7 | 新製品:カラムツサイディング(外壁材) 2種類 | | | |
| | 県産材住宅の建設への木材支援 | | 棟 | 7 | 9 | 9 | | | | |
| | 新製品の開発 | | アイテム | 2 | 2 | | | | | |
| 事業の課題 | 区 分 | | 判 定 ・ 説 明 | | | | | | | |
| | 事業のニーズの変化 | | 増加 | 横ばい | 減少 | 判定の説明 | 自然素材へのニーズは首都圏でも高まりつつあり、地球温暖化防止への意識も強まっている。 | | | |
| | 県の関与を見直す余地 | | 余地なし | 当面余地なし | 余地あり | | | | | |
| | 有効性を高める余地 | | 余地なし | 当面余地なし | 余地あり | | | | | |
| | 効率性を高める余地 | | 余地なし | 当面余地なし | 余地あり | | | | | |
| | 課題の総括 | | さらに首都圏の消費者との情報交換を高めて、より品質の高い製品の提供やニーズに合致した製品開発が必要と思われる。要求される製品ニーズは数年で変化していくため、継続的な情報収集が必要である。 | | | | | | | |