

平成24年度事務事業評価シート（23年度実施事業分）

事業番号	09 01 02	中期総合計画主要施策番号	1-01,1-02,5-06			担当課	部・課	林務部森林政策課	
事業名	みんなで支える森林づくり推進事業 (森林づくり県民税・緊急雇用創出基金活用事業)					内線	3214		
						E-mail	rinsei@pref.nagano.lg.jp		
実施期間	H20 ~ H24	根拠法令等	みんなで支える森林づくり県民会議の設置及び運営に関する方針						
実施方法	県が直接実施							国庫・県単	県単独事業

事業概要等	目的 (必要性)	森林の有する多面的機能の役割、森林づくりの重要性等について県民等の理解を深め、森林づくりへの参加と協力を得るために、広報・普及啓発活動を行う。								
	対象	県民								
	目指すべき姿	県民は森林から年間約140万円の恩恵を受けている一方で、林業の採算性の悪化等の理由により手入れ不足の森林は増加しているため、間伐等を実施して森林の多面的機能を高度発揮させる必要がある。このため、公共事業としての森林整備の重要性について県民の理解を深めるとともに、県民自らが森林づくりに参加する新たな仕組みづくりを推進する。								
	事業内容	・県民等に対し、森林税の仕組みや事業内容について周知するとともに、森林づくりに対する意識の醸成を図る。(リーフレットやインターネット等の各種広報媒体による普及啓発、体験型森林づくりワークショップの開催) ・県民の代表等による第三者機関を設置し、地域ニーズの集約や森林税活用事業実施後の成果の検証等を実施する。(みんなで支える森林づくり県民会議、みんなで支える森林づくり地域会議の開催) ・納税者である県民・企業、税の徴収者及び事業主体である市町村、同議会に対してアンケート調査を実施し、調査結果を事業執行に的確に反映し、併せてH25年度以降の森林税のあり方の検討資料とする。(緊急雇用創出基金活用事業) (補助率:【県】10/10)								

事業コスト	区 分		単位	22年度	23年度	24年度(当初)	23年度事業費の主な内訳 ・報償費:3,142千円 ・旅費:458千円 ・需用費:544千円 ・役務費:1,034千円 ・委託料:1,953千円(緊急雇用創出基金) ・使用料:478千円(委託先:㈱こうそく)
	最終予算額 (A)		千円	6,405	7,891	8,815	
	決 算 額 (B)		千円	5,667	7,609		
	B(H24はA)のうち一般財源		千円	0	0	0	
	概 算 人件費	従事する職員数	人	2.18	2.18	2.18	
		概算人件費 (C)	千円	18,131	18,002	18,002	
概算事業費 (B(H24はA) + C)		千円	23,798	25,611	26,817		

事業実績	成果指標・活動指標内容	単位	22年度	23年度	24年度(見込)	左記以外のH23年度実績 ・信州・森林づくり応援ネットワーク(ブログ)・ツイッターを活用した情報発信(H23年度:約6万PV,記事数:約500) ・体験型森林づくりワークショップ等、地域単位でのイベント開催 ・ラジオ企画の実施(10月に集中的に番組・スポット放送を実施) ・大型商業施設におけるシンポジウム開催(11/23) ・その他(リーフレット作成・市町村広報誌等への情報掲載等) (主に会議の開催・PR等を行う事業であり、単位当たりコストを算出する必要性がないため)
	県民会議・地域会議の開催(活)	回	30	31	34	
	森林税の認知度(成)	%		75.8		
	森林税を活用した取組を通して森林への関心が高まった者の割合(成)	%		53.3		
	<効率指標(単位当たりコスト等)>					

事業の成果	事業の目標(H23)	事業成果・評価				評価区分
	これまでは、森林税導入への県民の理解を得るため、税の目的や仕組み等の広報が主体であったが、税導入から4年目のH23年度は、税の使い道や税活用事業の実績の周知に重点を置き、多様な媒体を活用して広報等を実施する。	・多様な媒体を活用した広報の結果、アンケート調査では税の認知度は2年前と比較して1.5ポイント、使途の認知度は5.0ポイント上昇し、税を活用した取組により森林への関心が高まった者が半数を超えるなど、着実に普及啓発の効果が現れている。 ・ブログの閲覧数は、県のブログの中で第3位であり、ツイッターのフォロワー数も約800人になるなど、情報発信の手法として定着しつつある。				b 期待どおり

事業の課題	区 分	判 定 ・ 説 明				
	事業ニーズの変化	増加	横ばい	減少	判定の説明 ・H23年度に実施したアンケート調査結果をみると、2年前の県政世論調査結果と同様に、女性・若年層(20～30代)の税の認知度が相対的に低く、引き続きターゲットを絞った効果的な広報を実施する必要がある。	
	県の関与を見直す余地	余地なし	当面余地なし	余地あり		
	事業改善(有効性・効率性)の余地	余地なし	当面余地なし	余地あり		

総合分析等	総合分析 (今後の課題、取組方針等)	・H24年度は現行の森林税の最終年度であることから、本事業により広く県民等の声を聞き、森林税の今後のあり方を検証する。 ・検証の結果、森林税が継続の方針となった場合には、本事業により次期森林税(案)への意見を広く募集するとともに、税の仕組みや使い道について様々な媒体を活用して広報する。	
	特記事項		