

令和5年度 事後評価シート

【事務事業シート（政策的経費）】

1	当初	事項	県産真珠販売拡大事業費							予算主管課	水産課
	事業概要	アコヤガイ稚貝へい死による真珠生産量の減少が懸念される中、コロナ禍に適した対面とECを連動させたマーケティングによる販売拡大の取組みを支援する。								始期	R2
										終期	R7
	K P I	県関与真珠販売額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	680 万円	目標値	725 万円	目標値	770 万円	目標値	816 万円	目標値	万円
				実績値	667 万円	実績値	万円	実績値	万円	実績値	万円
				達成率	92.00 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計予算額	1,623 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額			1,469 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）</p> <p>真珠等の宝飾品は、従来、ECよりも店舗で購入するケースが多かったが、コロナ禍によりECが増加し、その後、5類移行により、店舗購入の傾向が戻ったことから、ECでの販売が目標値を下回ったと考えられる。</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。）</p>									
	見直し方向性	維持	<p>見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））</p> <p>5年度のKPIの実績は、目標を下回る結果となったが、5年度の取組みに加えて6年度は新たな取組みも実施することとしており、KPIは目標達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。</p>								
2	当初	事項	媛スマ産業化推進事業費							予算主管課	漁政課
	事業概要	媛スマ生産に係る課題検討、生産から販売促進までを総合的に支援することで、生産効率重視の媛スマの販売を更に推進するとともに、イメージ戦略的に重要な「伊予の媛貴海」クラスも積極的に生産誘導する。								始期	H26
										終期	R7
	K P I	媛スマ年間販売額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	51 百万円	目標値	56 百万円	目標値	202 百万円	目標値	264 百万円	目標値	317 百万円
				実績値	R6.10月頃判明 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
				達成率	- %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計予算額	17,670 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額			16,577 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）</p> <p>前年産種苗生産分より販売数量が増えており、KPIは概ね達成の見込み。</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。）</p>									
	見直し方向性	維持	<p>見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））</p> <p>5年度のKPIの実績はほぼ想定どおりの成果が出ており、今後の生産技術の向上により、KPIの目標達成は可能と考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。</p>								

3	9月補正	事項	愛育フィッシュ欧州輸出拡大事業費							予算主管課	漁政課
	事業概要	欧州での取引を拡大させるため、愛育フィッシュフェアを現地レストランで実施し、認知度の向上を図るとともに、フェアを通じて商品に興味をもったバイヤーとのオンライン商談会を適宜開催する。							始期	R5	
									終期	R5	
	K P I	欧州向け愛育フィッシュ年間輸出額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	2948 万円	目標値	6098 万円	目標値	10823 万円	目標値	万円	目標値	万円
				実績値	18721 万円	実績値	万円	実績値	万円	実績値	万円
				達成率	307.00 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	5,481 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	5,420 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績は想定以上の成果が出ており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

4	当初	事項	愛育フィッシュ輸出拡大事業費							予算主管課	漁政課
	事業概要	海外における愛育フィッシュの輸出拡大を図るため、ブリやマダイを軸に、漁業認証や新しい生活様式に適したカット商品など、マーケットインを主眼としたプロモーション活動に取り組む。							始期	H24	
									終期	R6	
	K P I	愛育フィッシュ年間輸出金額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R3年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	80 億円	目標値	102 億円	目標値	115 億円	目標値	129 億円	目標値	億円
				実績値	142 億円	実績値	億円	実績値	億円	実績値	億円
				達成率	139.22 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	32,368 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	28,814 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績は想定以上の成果が出ており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

5	当初	事項	県産水産物販路拡大支援事業費							予算主管課	漁政課
		事業概要	県内水産物の販路開拓を図るため、第25回ジャパン・インターナショナル・シーフードショーに愛媛県ブースを出展するとともに、大消費地を対象とした県産水産物の販売促進活動を行う。							始期	H25
			展示会出展による成約額（累計）							終期	R6
	K P I	KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値		目標値	3651 百万円	目標値	3983 百万円	目標値	4315 百万円	目標値	4647 百万円
			3319 百万円	実績値	4397 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
				達成率	120.43 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計予算額	10,164 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
			決算額	9,893 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円	
5 年 度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績は想定以上の成果が出ており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の大幅な見直しは想定していない。								

6	12月 補正 (追 加)	事項	県産水産物需要拡大事業費							予算主管課	漁政課
		事業概要	資材価格の高騰や、中国向け輸出停止の長期化、2024年問題によるコスト上昇など、より厳しい状況が続くことが懸念される県内漁業者支援のため、国内外への需要の拡大を図り、魚価の向上や経営の安定化を目指す。							始期	R5
			本事業の実施による県産水産物販売増加額（経過指標）※海面漁業・養殖業産出額							終期	R6
	K P I	KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値		目標値	3 %	目標値	%	目標値	%	目標値	%
			- %	実績値	3 %	実績値	%	実績値	%	実績値	%
				達成率	100.00 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計予算額	1,700 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
			決算額	1,699 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円	
5 年 度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	廃止	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） R5年12月補正予算事業であり、6年度まで実施する事業計画であるため、継続して実施。7年度については事業期間終了のため廃止の予定。								

7	当初	事項	魚食推進事業費							予算主管課	漁政課
		事業概要	県民や学校、国内外に対して本県の魚食を広く普及啓発し、県産水産物の消費拡大を図る。							始期	H22
										終期	R8
	K P I	家計調査における松山市(二人以上の世帯) 1世帯当たりの魚介類支出金額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R3.12	時点・期間	R5.12	時点・期間	R6.12	時点・期間	R7.12	時点・期間	R8.12
		現状値	69455 円	目標値	65000 円	目標値	65000 円	目標値	65000 円	目標値	65000 円
				実績値	67802 円	実績値	円	実績値	円	実績値	円
				達成率	104.31 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	4,048 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	3,827 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績はほぼ想定どおりの成果が出ているほか、より直接的にターゲットとする子供を含む若い世代への働きかけを行うよう、6年度については内容の見直して事業を実施しているところであることから、7年度予算の見直しは想定していない。								

8	9月補正	事項	県産牛乳消費拡大応援事業費							予算主管課	畜産課
		事業概要	物価高騰等による牛乳の消費減退の影響を受ける県内酪農家の経営安定を図るため、民間事業者と連携して県産牛乳の消費拡大キャンペーンやイベント等でのプロモーションを実施し、消費の底上げに取り組む。							始期	R5
										終期	R5
	K P I	冬期飲用牛乳の需要増加量									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間		時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	- トン	目標値	150 トン	目標値	トン	目標値	トン	目標値	トン
				実績値	263 トン	実績値	トン	実績値	トン	実績値	トン
				達成率	175.33 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	14,185 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	14,185 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。） 県内の消費者に対し、県産牛乳の消費意識向上及び牛乳の消費拡大を図るため、民間事業者と連携し、冬期のプレゼントキャンペーンやイベント等でのPR活動により需要を喚起し、県産飲用牛乳の需要を増加させることができた。令和6年度以降も、酪農情勢や消費動向により、必要に応じて牛乳の消費拡大に取り組みたい。									
	見直し方向性		見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））								

9	当初	事項	県産畜産物販売戦略デジタル化推進事業費						予算主管課	畜産課	
	事業概要	販売戦略のデジタル化を推進し、消費者へ効果的な情報発信と新たな販売チャンネルを構築することで、県産畜産物の実需創出を図り、本県畜産業の振興を図る。							始期	R3	
									終期	R5	
	K P I	ブランド畜産物の出荷額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	754000 千円	目標値	834000 千円	目標値	千円	目標値	千円	目標値	千円
				実績値	834000 千円	実績値	千円	実績値	千円	実績値	千円
				達成率	100.00 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	7,687 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	6,287 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。） 本事業実施により、あかね和牛・媛っこ地鶏のECサイトが本格運営が開始されたほか、SNS等を活用した知名度向上活動により、高付加価値化が進み、KGI実績値の向上に好影響を与えることができた。R6年度以降は、事業内容を見直し、リアルでの販売促進活動による実需向上を重視した取り組みを実施する。									
	見直し方向性		見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））								

10	当初	事項	営業戦略費						予算主管課	農政課	
	事業概要	愛のくに えひめ営業本部及び営業本部長の営業活動に係る経費							始期	H25	
									終期	-	
	K P I	商談会等への参加事業者数（全分野）									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	7388 社	目標値	7400 社	目標値	8000 社	目標値	8000 社	目標値	8000 社
				実績値	7982 社	実績値	社	実績値	社	実績値	社
				達成率	107.86 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	16,000 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	15,673 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績はほぼ想定どおりの成果が出ており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

11	当初	事項	6次産業化活動支援事業費						予算主管課	農政課	
	事業概要	農山漁村における6次産業化等を推進するため、農林漁業者の成熟度に合わせ、営業スキルの向上や地域の様々な事業者とのネットワーク構築、新商品開発等の取組み支援等を行う。							始期	H25	
									終期	R7	
	K P I	商品開発及び販路開拓等の支援を受けた6次化支援者商品の販売額（ストック）									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	H27～R4年度	時点・期間	H27～R5年度	時点・期間	H27～R6年度	時点・期間	H27～R7年度	時点・期間	—
		現状値	403 百万円	目標値	450 百万円	目標値	500 百万円	目標値	550 百万円	目標値	600 百万円
				実績値	484 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
				達成率	107.56 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	25,406 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
	決算額			20,061 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円	
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績はほぼ想定どおりの成果が出ており、現状ニーズを踏まえると、KPIは目標達成すると考えられることから、7年度予算の見直しは想定していない。								

12	当初	事項	えひめ花いっぱいプロジェクト開催費						予算主管課	農産園芸課	
	事業概要	県花き関連団体のイベントを一連のプロジェクトとして推進することにより、えひめ花まつりの趣旨を受け継ぎながら、各団体の横連携を強化し、花き関連団体が一体的に県内花き産業の振興を図るための県負担金							始期	R5	
									終期	R9	
	K P I	えひめ花いっぱいプロジェクト関連イベント参加後のアンケートで、「県産花きを購入している・今後購入したい」と思う割合									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	—	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	-	目標値	80 %	目標値	80 %	目標値	80 %	目標値	80 %
				実績値	80 %	実績値	%	実績値	%	実績値	%
				達成率	100.00 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	1,173 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
	決算額			1,125 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円	
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 県花き関連団体のイベント内容を充実や、えひめ花いっぱいプロジェクトへの新規加盟を進め、県産花きの購入意欲を高める機会を維持する。								

13	当初	事項	えひめの農林水産物販売拡大サポート事業費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	概要	県産農林水産物のブランド化や、県内外での販売拡大に取り組み、実需の創出を図る。							始期	H20
										終期	R7
	K P I	本事業の販売促進による売上額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	
		現状値	8.5 億円	目標値	9 億円	目標値	9.5 億円	目標値	10 億円	目標値	億円
				実績値	10.3 億円	実績値	億円	実績値	億円	実績値	億円
				達成率	114.44 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	13,030 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
	決算額			13,030 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円	
	5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）								
			総括（事業最終年度の場合、要記入。）								
見直し方向性		維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPI実績は想定を上回る成果が出ており、6年度以降も現状の取組みを推進することで、KPIの目標を達成できると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

14	当初	事項	えひめの食ブランディング事業費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	概要	一次産品全体のブランド価値を高めていくため、飲食関係団体等と連携し、県外客(BtoC)をターゲットにした「食」の体験とプロモーションにより本県が誇る豊富な食材の魅力発信を強化するイベントを開催し、「えひめ=食」のブランディングを図る。							始期	R5
										終期	R7
	K P I	県産食材メニュー販売額（イベント期間）									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	-	時点・期間	R5年度	時点・期間	R5~R6年度	時点・期間	R5~R7年度	時点・期間	
		現状値	- 万円	目標値	1800 万円	目標値	5400 万円	目標値	10800 万円	目標値	万円
				実績値	4519 万円	実績値	万円	実績値	万円	実績値	万円
				達成率	251.06 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	16,997 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
	決算額			16,997 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円	
	5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）								
			総括（事業最終年度の場合、要記入。）								
見直し方向性		維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度の実績見込みを踏まえ、6年度は予算額を増額するとともに、KPIの目標値を上方修正しており、今後もイベント規模の拡大やプロモーションの強化により、本県の「食」のファンを拡大することで「えひめ=食」のブランディングを図る必要があることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

15	当初	事項	えひめ・まつやま産業まつり開催費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	農林水産業をはじめとする地域産業の一層の発展を図るため、県と松山市等が連携して開催するための県負担金								始期	H23
										終期	
	K P I	えひめ・まつやま産業まつりの出展目的を達成した出展者の割合									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	93 %	目標値	93 %	目標値	95 %	目標値	95 %	目標値	95 %
				実績値	開催中止 %	実績値	%	実績値	%	実績値	%
				達成率	- %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計予算額	13,000 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額			12,875 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度は強風の影響により実施できなかったものの、出展予定者は200を超えており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

16	当初	事項	えひめ食材販路拡大パワーアップ事業費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	大都市圏の飲食店と県内生産者を効果的につなぐ本県オリジナルのマッチング支援を実施するとともに、食品卸売業者を通じて新たな飲食店を効率的に開拓し、県産食材の更なる販路拡大を図る。								始期	R3
										終期	R7
	K P I	県産食材の年間成約件数（大都市圏飲食店）									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	
		現状値	1172 件	目標値	1400 件	目標値	1700 件	目標値	2000 件	目標値	件
				実績値	1518 件	実績値	件	実績値	件	実績値	件
				達成率	108.43 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計予算額	22,417 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額			22,209 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度までの事業実績を踏まえ、6年度は食材カタログによるマッチング支援事業を廃止し、食品卸売業者による飲食店開拓を強化することとしており、今後も食品卸売業者による自発的な愛媛食材の営業活動を促進し、販路拡大を図る必要があることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

17	当初	事項	デジタルを活用した地産地消・食育推進事業費（東予）						予算主管課	食ブランドマーケティング課	
	事業概要		地場産品使用率が低い東予東部小学校において、地場産品を生きた教材として、GIGAスクール端末を活用した「地産地消と食育」に取り組み、幼少期の食育体験を通して、「食」と「農」を考えられる消費者の育成を図り、地場産品の利用率の向上を目指す。						始期	R5	
									終期	R6	
	K P I	東予地域の学校給食地場産品使用率県平均達成市町数									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R3年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値	2 市町	目標値	3 市町	目標値	5 市町	目標値	市町	目標値	市町
				実績値	4 市町	実績値	市町	実績値	市町	実績値	市町
				達成率	133.33 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト	最終現計予算額	1,904 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額	1,864 千円		決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円			
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績は想定以上の結果が出ており、6年度も同様の取組みによりKPIの目標達成は期待できることから、6年度の執行方向の見直しは考えていない。								

18	当初	事項	地産地消促進事業費						予算主管課	食ブランドマーケティング課	
	事業概要		学校給食での県産食材活用や未来を担う世代への意識啓発を推進するとともに、県内生産者と飲食店とのマッチング機会を創出し、地産地消の更なる促進を図る。						始期	H25	
									終期	R6	
	K P I	料理を作る際に、愛媛県産食材を意識して使用する県民の割合									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値	89 %	目標値	95 %	目標値	95 %	目標値	%	目標値	%
				実績値	81.3 %	実績値	%	実績値	%	実績値	%
				達成率	85.58 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト	最終現計予算額	13,930 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額	12,997 千円		決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円			
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。） 新型コロナが5類感染症に移行となったことを契機に、人流や県外産食材などの流通が活発になる中で、県産農林水産物の露出や関心が相対的に低下したことなどが考えられる。									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 学校給食県産食材利用促進事業：5年度はモデル構築に係る関係者からのヒアリング及び課題等の抽出を主に行っていたが、6年度は実現に向けて検討会を開催するなど、継続により事業が具体化していくことから、執行方法の見直しは想定していない。オドル野菜プロジェクト事業：R5～7の3カ年わたり、東予・中予・南予と事業を実施する予定としており、実施地区が増えることで、K P I の目標が達成できると考えられることから、執行方法の見直しは想定していない。								

19	当初	事項	県産かんきつPR強化事業費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	県産かんきつのブランド力強化と更なる消費拡大を図るため、全農えひめと連携したデジタルとリアルによる各種取組みを継続して展開する。								始期	R2
										終期	R7
	KPI	愛媛県産かんきつをすすんで購入する首都圏消費者割合									
		KPI種別	上がると良い指標	R5年度		R6年度		R7年度		R8年度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	
		現状値	46 %	目標値	50 %	目標値	55 %	目標値	60 %	目標値	%
				実績値	50.4 %	実績値	%	実績値	%	実績値	%
				達成率	100.80 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	10,000 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	10,000 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。） ※終期短縮（R7→R5）</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。） デジタルとリアルによる相乗効果により、大消費地における本県かんきつのプレゼンス向上を図ることができた。</p>									
	見直し方向性		見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））								

20	当初	事項	県産農林水産物輸出促進事業費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	日本の人口が減少し、国内市場が縮小していく中、更なる輸出促進を図るため、アジアや欧米をターゲットに、かんきつを中心としたプロモーションを強化するとともに、検疫条件等をクリアするための環境整備を支援することで、輸出の拡大を図る。								始期	H27
										終期	R6
	KPI	県関与かんきつ年間輸出額（輸出量）									
		KPI種別	上がると良い指標	R5年度		R6年度		R7年度		R8年度	
		時点・期間	R3年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値	1 億円	目標値	1 億円	目標値	1.2 億円	目標値	億円	目標値	億円
				実績値	1.2 億円	実績値	億円	実績値	億円	実績値	億円
				達成率	120.00 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	20,322 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	19,706 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。）</p>									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 各国における輸出拡大に向けた各種取組みにより、今後も県が関与する輸出額は拡大する見込みであり、6年度以降も輸出に取組む産地の後押しを図ることで、KPIの目標を達成できると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

21	当初	事項	首都圏まるごと愛媛PRキッチンカー運営事業費						予算主管課	食ブランドマーケティング課	
	事業概要	県産農林水産物のPR・販売機会を拡大するため、首都圏においてキッチンカーを活用した各種PR活動等を行い、販路拡大と愛媛ファンの獲得を図る。							始期	R4	
									終期	R6	
	KPI	首都圏配備のキッチンカー売上額									
		KPI種別	上がると良い指標	R5年度		R6年度		R7年度		R8年度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値	640万円	目標値	900万円	目標値	1020万円	目標値	万円	目標値	万円
				実績値	1254万円	実績値	万円	実績値	万円	実績値	万円
				達成率	139.33%	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	7,408千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	7,408千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度の実績見込みを踏まえ、6年度はKPIの目標値を上方修正し、これに伴い予算額（委託料）を減額する。6年度は、これまで以上にイベント出店の割合を拡充させることにより、売上の確保はもとより、本県の認知度向上とファン拡大を図り、7年度からは自走運営させることを目指す。								

22	当初	事項	えひめ材住宅普及啓発事業費						予算主管課	林業政策課	
	事業概要	県林材業振興会議との連携により、木材や木造住宅の良さを普及啓発する相談窓口の運営や県産材を利用する住宅等の新築やリフォーム等の支援を行う。							始期	H18	
									終期	R6	
	KPI	県産木材を活用した新築木造住宅建設棟数									
		KPI種別	上がると良い指標	R5年度		R6年度		R7年度		R8年度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値	300棟	目標値	300棟	目標値	300棟	目標値	棟	目標値	棟
				実績値	274棟	実績値	棟	実績値	棟	実績値	棟
				達成率	91.33%	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	70,373千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	59,360千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5年度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。） 人口減少のなか、エネルギー価格や物価高騰の影響により、建築資材価格が上昇し住宅価格が高騰したため、県内の住宅需要が低迷し、目標としていた建設棟数を達成出来なかった。○県内の新設住宅着工戸数の推移 R4：6,843戸⇒R5：6,234戸（-609戸）※木造、非木造込み○県内の木造住宅着工戸数の推移 R4：5,011戸⇒R5：4,733戸（-278戸）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度の実績は目標値を若干下回ったものの、ほぼ想定どおりの成果が出ており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標を達成するものと考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								

23	9月 補正	事項	原木乾しいたけ生産環境改善支援事業費				予算主管課	林業政策課			
		事業概要	燃油や資機材等の価格が長期的に高騰し、原木乾しいたけ生産者の経営に大きな影響を与えているなか、安定的な生産の維持を図るため、種菌及び燃油代の高騰分の支援を行う。				始期	R4			
							終期	R5			
	K P I	県産原木乾しいたけ生産量									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R4年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	103 t	目標値	103 t	目標値	t	目標値	t	目標値	t
				実績値	100 t	実績値	t	実績値	t	実績値	t
				達成率	97.09 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	8,929 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	5,950 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5 年 度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）</p> <p>生産者が減少するなか、高温と少雨の乾燥した気候の影響による不作が心配されたが、当該事業の実施により生産環境の改善を呼びかけた効果で、全国的に生産量が1割近く落ちこむなか、県内生産量は若干減少したものの、ある程度維持は図られた。○主要な産地（大洲市）のR5（5～10月）降水量 平年：907mm⇒R5：668mm</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。）</p> <p>しいたけ種菌や乾燥に必要な燃油代への補助を行った結果、生産者の生産意欲が喚起され、生産量の維持が図られた。全国的に収量が減少している影響で、取引価格は上昇しており、KGI実績値の確保に好影響を与えることが出来た。国の臨時交付金対象事業のため、財源が無くなり次第事業廃止となるが、引き続き生産者に対する生産環境の改善指導は続け、生産量の確保に務める。</p>									
	見直し方向性	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））									

24	当初	事項	愛媛県産材製品市場開拓促進事業費				予算主管課	林業政策課			
		事業概要	県産材製品市場開拓協議会が行う大消費地における販路開拓への支援を行うとともに、県産材を使用した新商品開発の支援を行う。				始期	H22			
							終期	R6			
	K P I	県関与国内県産木材売上額									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R3年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	39.3 億円	目標値	42 億円	目標値	43 億円	目標値	億円	目標値	億円
				実績値	40.58 億円	実績値	億円	実績値	億円	実績値	億円
				達成率	96.62 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト		最終現計予算額	13,710 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円
決算額	13,429 千円			決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円		
5 年 度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）</p> <p>人口減少や物価高騰等の影響により、新設住宅着工戸数が減少（R4：6,843戸⇒R5：6,234戸）し、木材需要が低迷したため、目標達成率は96.6%と100%を下回った。</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。）</p>									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））								
		5年度のKPIの実績は目標値を若干下回ったものの、高い水準で成果が出ており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標を達成するものと考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。									

25	9月 補正	事項	県産ヒノキの家づくり支援事業費				予算主管課	林業政策課			
		事業概要	エネルギー価格や物価高騰の影響を受け、県内住宅着工戸数が減少し、県産ヒノキ材の在庫が増大する中、需要創出により原木から製品までの流通を活性化させるため、県産ヒノキ材を使用する住宅の建築費用の一部を補助する。				始期	R5			
							終期	R5			
	K P I	県内向け県産ヒノキ材在庫量									
		KPI種別	下がるが良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R5.5	時点・期間	R6.3	時点・期間		時点・期間		時点・期間	
		現状値	1311 m3	目標値	1004 m3	目標値	m3	目標値	m3	目標値	m3
				実績値	1395 m3	実績値	m3	実績値	m3	実績値	m3
				達成率	71.97 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト	最終現計予算額	37,900 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額	37,900 千円		決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円			
5 年 度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。） 人口減少のなか、エネルギー価格や物価高騰の影響により、建築資材価格が上昇し住宅価格が高騰したため、県内の住宅需要が低迷したことにより、目標としていたKPIを達成出来なかった。○県内の新設住宅着工戸数の推移 R4：6,843戸⇒R5：6,234戸（-609戸）※木造、非木造込み○県内の木造住宅着工戸数の推移 R4：5,011戸⇒R5：4,733戸（-278戸）○ヒノキ材在庫量の推移 R5年平均1,339m3、R5.1～3月平均1,200m3、R6.1～3月平均1,395m3</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。） KPIの達成は出来なかったものの、想定していたヒノキ材を使用した木造住宅に対する支援件数（90件）は達成したため、本事業の実施により、新設住宅着工戸数の底上げとヒノキ材在庫量の増加抑制に貢献した。</p>									
	見直し方向性	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等））									

26	当初	事項	県産材輸出支援事業費				予算主管課	林業政策課			
		事業概要	本県の林業・木材産業の経営安定化を図るため、経済成長や人口増加等を背景に活発な木材需要のある海外に対して、県産材の販路開拓・拡大を推進するとともに、営業活動等への支援を行う。				始期	H25			
							終期	R8			
	K P I	県関与年間県産木材輸出額									
		KPI種別	上がるが良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	R2年度	時点・期間	R5年度	時点・期間	R6年度	時点・期間	R7年度	時点・期間	R8年度
		現状値	445 百万円	目標値	466 百万円	目標値	466 百万円	目標値	466 百万円	目標値	466 百万円
				実績値	296 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
				達成率	63.52 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト	最終現計予算額	14,080 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額	13,928 千円		決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円			
5 年 度	要因分析	<p>評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。） 木材価格が高騰したウッドショックの経験等から、国内では木材の利用を外材から国産材にシフトする傾向が続いており、これまで海外に輸出していた県内の大手製材業者も国内向けの流通を優先し、木材の輸出量が減少した。また、円安の影響により海外での売り上げが低下したことなどにより、K P I の目標を達成できなかった。○県関与営業実績（成約額：百万円） H25：23⇒H26：121⇒R元：414⇒R2：445（過去最大）⇒R3:306⇒R4：239⇒R5：296</p> <p>総括（事業最終年度の場合、要記入。）</p>									
	見直し方向性	<p>見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） R5年度の目標達成率が想定を下回ったことに加え、円安による売り上げ低下など、今後も同様の状況になることが危惧されるため、6年度からは主要ターゲット国をこれまでの5カ国（米国、中国、韓国、台湾、ベトナム）から3カ国（韓国、台湾、ベトナム）に絞り込み、アジアで人気の高いヒノキを中心とした木造軸組住宅の営業活動を行うとともに、現地有力企業との連携を強化することで、富裕層だけでなく純富裕層も視野に入れた新規顧客の掘り起しを行うことにより、更なる成果の向上につなげる。</p>									

27 当初	事項	CLT等建築物建設促進事業費								予算主管課	林業政策課
	事業概要	県の公共施設等木材利用推進方針等に基づき、県内で製造されるCLT（直交集成板）等県産材を活用した建築物の木造化や木質化を促進し、林業・木材産業の振興と脱炭素社会の実現を図る。								始期	H18
										終期	R6
	K P I	県内におけるCLT（木の板を繊維方向が直角に交わるように重ねて接着したパネル）使用量									
		KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
		時点・期間	H28~R4年度	時点・期間	H28~R5年度	時点・期間	H28~R6年度	時点・期間		時点・期間	
		現状値	1769 m3	目標値	2135 m3	目標値	2500 m3	目標値	m3	目標値	m3
				実績値	2154 m3	実績値	m3	実績値	m3	実績値	m3
				達成率	100.89 %	達成率	%	達成率	%	達成率	%
		コスト	最終現計予算額	58,376 千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	最終現計予算額	千円	
決算額	56,958 千円		決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円			
5 年 度	要因分析	評価年度（「達成率100%未満」の場合、要記入。）									
		総括（事業最終年度の場合、要記入。）									
	見直し方向性	維持	見直し内容の説明（維持・廃止・改善・大幅見直し（事業組替等）） 5年度のKPIの実績は目標を達成しており、6年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIは目標を達成すると考えられることから、6年度の執行方法や7年度予算の見直しは想定していない。								