

令和6年度 事後評価シート

【事務事業シート】

1	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	2013	
									終期		
	K P I	商談会・フェア等への参加事業者数（延数）									
		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	
			R 4 年 度	目標値	7400 社	目標値	8000 社	目標値	8000 社	目標値	8000 社
		実績値	7388 社	実績値	7982 社	実績値	8172 社	実績値	社	実績値	社
		ストック/フロー	フロー	達成率	107.9 %	達成率	102.2 %	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	14,400 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	13,761 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	6年度のKPIの実績はほぼ想定どおりの成果が出ており、7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、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。								

2	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、販売促進イベントの開催や多様な事業者とのネットワークの構築、新商品の開発、人材育成研修の開催等の支援を行う。							始期	2013	
									終期	2025	
	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									
		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	
			R 4 年 度	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	403 百万円	実績値	484 百万円	実績値	563 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
		ストック/フロー	ストック	達成率	107.6 %	達成率	112.6 %	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	28,790 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	22,691 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	6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、8年度予算の見直しは想定していない。								

3	当初	事項	6次産業化発フードビジネス創出事業費							予算主管課	農政課
	事業概要	6次産業化の推進により、加工食品等の商品力の強化と生産者の所得向上が図られた成果を基に、生産者と多様な主体が連携し、地域の核となる食品ビジネスを創出する。							始期	2024	
									終期	2026	
	K P I	本事業を通じた多様な主体の連携による食品ビジネス創出数									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
			R 4 年 度	目標値	0 件	目標値	1 件	目標値	2 件	目標値	3 件
		実績値	件	実績値	0 件	実績値	1 件	実績値	件	実績値	件
		ストック/フロー	ストック	達成率	0 %	達成率	100 %	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計 予算額	千円	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	
			決算額	千円	決算額	7,683 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要因分析	<p>要因 1次、2次、3次事業者が連携してビジネスアイデアを企画立案し、地域の中核となり得る新しい食品ビジネス（食品加工）を創出した。</p> <p>総括</p>									
	見直し方向性	維持	戦略会議等を通じて多様な主体間の連携が深化し、各者の強みを活かした商品開発がなされ、令和6年度の目標を達成したことから、令和7年度はこの連携をさらに強固にし、成果の一層の向上を図る。								

4	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に向け、県と松山市等が連携して開催するための県負担金							始期	2011	
									終期		
	K P I	出展目的を達成した出展者の割合									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
			R 4 年 度	目標値	93 %	目標値	95 %	目標値	95 %	目標値	95 %
		実績値	93 %	実績値	%	実績値	96 %	実績値	%	実績値	%
		ストック/フロー	フロー	達成率	%	達成率	101.1 %	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	13,231 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	13,162 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要因分析	<p>要因</p> <p>総括</p>									
	見直し方向性	維持	6年度は前回（4年度）を上回る245団体が出展し、鯛めし食べ比べやスタンプラリー企画の開催等の新たな取り組みを実施した結果、来場者数も過去最高を更新しており、7年度以降も現状のニーズを踏まえると、KPIの目標値を達成すると考えられることから、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。								

5	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	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	2008
										終期	
	KPI	本事業の販売促進による売上額									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	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	億円	実績値	10.3 億円	実績値	10.9 億円	実績値	億円	実績値	億円
		ストック/フロー	フロー	達成率	114.44 %	達成率	114.7 %	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	13,030 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	13,030 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	6年度のKPI実績は想定を上回る成果が出ており、7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、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。								

6	当初	事項	紅プリンセス等ブランド力強化事業費							予算主管課	食ブランドマーケティング課
	事業概要	令和7年3月に本格販売を控える「紅プリンセス」について、全農えひめとの連携により、紅まどんなや甘平との親子関係とリレー販売に焦点を当てた新発売発表会や販促イベント等を展開し、ブランド力の強化を図る。								始期	2024
										終期	2026
	KPI	県オリジナル品種の首都圏30~50代女性認知度									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	35 %	目標値	40 %	目標値	45 %	目標値	50 %
		実績値	%	実績値	31.8 %	実績値	38.4 %	実績値	%	実績値	%
		ストック/フロー	フロー	達成率	90.9 %	達成率	96 %	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	15,000 千円	最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	千円	
			決算額	千円	決算額	15,000 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年度	要因分析	要因 県オリジナル3品種「紅コレクション」の新たなプロモーション展開や、本格販売を迎えた「紅プリンセス」のお披露目発表会の開催など、各種PRを行ったが、「紅プリンセス」出荷量が限定的となったことから、未達成となった。									
		総括									
	見直し方向性	維持	「紅まどんな」「紅かんぺい」「紅プリンセス」の県オリジナル3品種を「紅コレクション」と命名し、親子関係とリレー販売を意識した新たなプロモーションを展開した結果、KPI実績は上昇したものの、「紅プリンセス」出荷量が限定的となったこともあり、目標を下回ることとなった。今後は、ターゲットに焦点を当てた情報発信に加えて、一体的プロモーションの強化を図ることで、KPIの目標値を達成できると考えられることから、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。								

7	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	2015	
									終期	2025	
	K P I	県関与かんきつ年間輸出額（輸出量）									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	1.1 億円	目標値	1.2 億円	目標値	1.5 億円	目標値	億円
		実績値	億円	実績値	1.2 億円	実績値	1.2 億円	実績値	億円	実績値	億円
ストック/フロー		フロー	達成率	120 %	達成率	100 %	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	14,322 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	14,322 千円	決算額	千円	決算額	千円		
6 年度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	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、7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、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない								

8	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を推進するとともに、未来を担う世代を対象とした農作業体験や食体験を通じて、本県が誇る県産食材への理解や親しみを深め、地産地消の更なる促進を図る。							始期	2013	
									終期	2027	
	K P I	愛媛県産食材を意識して使用する県民の割合									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	95 %	目標値	95 %	目標値	95 %	目標値	95 %
		実績値	%	実績値	81.3 %	実績値	86 %	実績値	%	実績値	%
ストック/フロー		フロー	達成率	85.6 %	達成率	90.5 %	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	8,683 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	7,777 千円	決算額	千円	決算額	千円		
6 年度	要因分析	要因 近年の原材料費の高騰等の影響を受け、県産農産物の価格も上昇傾向にあることも影響していると考えられる。引き続き継続的な取り組みが必要。									
		総括									
	見直し方向性	維持	<ul style="list-style-type: none"> 学校給食県産食材利用促進事業：学校給食への県産食材の利用に当たっては、実施主体である市町により体制や事情が異なることから、引き続き市町と連携し、事業を具体化していく必要があり、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カ年あたり、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、KPI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。 								

9	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	大都市圏の食品卸売業者を通じて、県産食材に感度の高い新たな飲食店を効率的に開拓するとともに、飲食店でのメニューフェアを開催し、県産食材の更なる販路拡大を図る。							始期	2021	
									終期	2025	
	K P I	県産食材の年間成約件数（大都市圏飲食店）									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	1110 件	目標値	1350 件	目標値	2250 件	目標値	件
		実績値	件	実績値	1518 件	実績値	1427 件	実績値	件	実績値	件
		ストック/フロー	フロー	達成率	136.8 %	達成率	105.7 %	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	15,268 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	15,100 千円	決算額	千円	決算額	千円		
6 年度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	7年度は、食品卸売事業者との連携を更に強化するとともに、新たに成果連動型委託契約を導入し、継続取引につながる飲食店の獲得に注力することとしており、今後も食品卸売事業者による営業活動を促進し、販路拡大を図る必要があることから、7年度の執行方法の見直しは想定していない。								

10	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	県産食材のブランド価値と本県の「食」のイメージを向上させるため、飲食関係団体等と連携して、県外向けに県産食材の魅力発信を強化する市場イベント等を実施し、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。							始期	2023	
									終期	2025	
	K P I	県産食材メニュー販売額（イベント期間）									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	4400 万円	目標値	11000 万円	目標値	19800 万円	目標値	万円
		実績値	万円	実績値	4519 万円	実績値	11840 万円	実績値	万円	実績値	万円
		ストック/フロー	ストック	達成率	102.7 %	達成率	107.6 %	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	32,471 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	32,471 千円	決算額	千円	決算額	千円		
6 年度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	6年度の県産食材メニュー販売額は想定を上回るなど、事業成果は順調に推移しており、今後もイベント規模の拡大や新たなインバウンド施策の実施、プロモーションの強化等により、「えひめ=食」のブランディングを推進する必要があることから、7年度の執行方法の見直しは想定していない。								

11	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や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	
										終期	
	KPI	首都圏配備のキッチンカー売上額									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	1200 万円	目標値	1440 万円	目標値	0 万円	目標値	0 万円
		実績値	万円	実績値	1254 万円	実績値	1510 万円	実績値	万円	実績値	万円
		ストック/フロー	フロー	達成率	139.33 %	達成率	104.9 %	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	5,416 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	5,416 千円	決算額	千円	決算額	千円	
	6 年度	要因分析	<p>要因</p> <p>総括 首都圏のオフィスやスポーツイベント等でのPR販売活動に際しては、出店場所の開拓や提供メニューの多様化、市町との連携等を進めたことで売上の確保はもとより、本県の認知度向上とファン拡大に一定の成果が得られ、7年度からの自走運営につなげることができた。</p>								
見直し方向性											

12	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		新居浜高専と連携し、地場産品使用率が低い東予東部の小学校におけるGIGAスクール端末を活用した「地産地消と食育」に取り組み、幼少期の食育体験により「食」と「農」を考えられる消費者の育成を図り、地場産品利用率の向上を目指す。							始期	2023
										終期	2024
	KPI	東予地域の学校給食地場産品利用率県平均達成市町数									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	3 市町	目標値	5 市町	目標値	0 市町	目標値	0 市町
		実績値	2 市町	実績値	4 市町	実績値	4 市町	実績値	市町	実績値	市町
		ストック/フロー	フロー	達成率	133.33 %	達成率	80 %	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	1,740 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	1,636 千円	決算額	千円	決算額	千円	
	6 年度	要因分析	<p>要因 未達成市は、地元農産物を出荷する生産者が少ないため達成できなかったが、現在、地元農産物の周年供給体制の構築についてJAと協議中。</p> <p>総括 ポータルサイト制作や農業体験の実施により、子どもたちの地産地消への関心を高めることができた。市町連携会により、給食における地場産品利用率向上に向けた課題を共有することができた。今後さらに市町連携について働きかけ、利用率向上を目指す。</p>								
見直し方向性											

13	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	1966
										終期	
	KPI	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	
			R 4 年度	目標値	80 %	目標値	80 %	目標値	80 %	目標値	80 %
		実績値	%	実績値	80 %	実績値	80 %	実績値	%	実績値	%
		ストップ/フロー	フロー	達成率	100 %	達成率	100 %	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	1,173 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	1,139 千円	決算額	千円	決算額	千円	
	6年度	要因分析	要因								
			総括								
		見直し方向性	維持	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。							

14	当初	事項	県ブランド畜産物実需加速化事業費							予算主管課	畜産課
	事業概要	県ブランド畜産物（愛媛あかね和牛、愛媛甘とろ豚、媛っこ地鶏）の各需要に対応した販売促進活動を実施し、実需の加速化を図る。								始期	2024
										終期	2026
	KPI	県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	
			R 4 年度	目標値	百万円	目標値	790 百万円	目標値	885 百万円	目標値	940 百万円
		実績値	705 百万円	実績値	百万円	実績値	792 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
		ストップ/フロー	フロー	達成率	%	達成率	100.3 %	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	7,214 千円	最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	千円	
			決算額	千円	決算額	6,888 千円	決算額	千円	決算額	千円	
	6年度	要因分析	要因								
			総括								
		見直し方向性	維持	6年度のKPIの実績は想定どおりの成果が出ており、7年度以降も現状のニーズを踏まえ、執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。							

15	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	林業・木材産業の振興と脱炭素社会の実現を図るため、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）など県産材を活用した建築物の木造化や木質化に要する経費の一部を補助する。								始期	2006
										終期	2026
	KPI	県内におけるCLT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	
		R 4 年 度		目標値	2135 m3	目標値	2586 m3	目標値	3089 m3	目標値	m3
		実績値	m3	実績値	2154 m3	実績値	2850 m3	実績値	m3	実績値	m3
		ストック /フロー	ストック	達成率	100.9 %	達成率	110.2 %	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	77,963 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	68,602 千円	決算額	千円	決算額	千円
	6 年 度	要因分析	要因								
			総括								
		見直し方向性	維持	6年度のKPIの実績は目標を達成しており、7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、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。							

16	当初	事項	県産ヒノキ等木材輸出促進事業費							予算主管課	林業政策課
	事業概要	本県の強みであるヒノキ材を主体とした県産材について、主要ターゲット国への輸出を強化するとともに新たな販路を開拓することにより、本県の林業・木材産業の経営安定化を図る。								始期	2013
										終期	
	KPI	県関与年間県産木材輸出額									
		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	
		R 4 年 度		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	239 百万円	実績値	296 百万円	実績値	277 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
		ストック /フロー	フロー	達成率	63.5 %	達成率	59.4 %	達成率	%	達成率	%
	コスト			最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	7,778 千円	最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	千円
				決算額	千円	決算額	7,720 千円	決算額	千円	決算額	千円
	6 年 度	要因分析	要因 アメリカ及び韓国においては新規取引も開始されたが、ベトナムの原木輸出について、輸出先の営業不振などから、R6.9月頃判明し、12月に開催したフェアに参加し、取扱が伸びず、未達成となった。								
			総括								
		見直し方向性	維持	R6年度の目標値を達成できなかったが、新規成約の増加やR7年度から韓国、台湾、ベトナムに加え、他県に先駆けてインドネシアをターゲット国へ人気の高いヒノキを中心とした商品展開を進めていくこととしており、更なる成果の向上につなげる。							

17	当初、2月補正	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を運営し、県産材を利用する住宅等の新築やリフォーム、外構施設の設置に要する経費の一部を補助する。	県産木材を活用した新築木造住宅・非住宅の建設棟数							始期	2006
										終期	2025
	K P I	KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
			R 4 年 度	目標値	300 棟	目標値	300 棟	目標値	棟	目標値	棟
		実績値	300 棟	実績値	274 棟	実績値	205 棟	実績値	棟	実績値	棟
		ストップ/フロー	フロー	達成率	91.33 %	達成率	68.3 %	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	55,038 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	48,152 千円	決算額	千円	決算額	千円	
	6 年 度	要因分析	<p>要因 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 R5：6,234戸⇒R6：5,281戸（-953戸）※木造、非木造込み ○県内の木造住宅着工戸数の推移 R5：4,733戸⇒R6：3,856戸（-877戸）</p> <p>総括</p>								
見直し方向性		維持	近年の物価高騰などにより、新築住宅においては新設住宅着工戸数は減少傾向にあるため、R7年度の事業内容を見直し、非住宅分野においても実施している。								

18	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や県産材を使用した新商品開発に要する経費の一部を補助する。	県関与国内県産木材売上額							始期	2010
										終期	
	K P I	KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度	
			R 4 年 度	目標値	42 億円	目標値	43 億円	目標値	44 億円	目標値	45 億円
		実績値	35 億円	実績値	41 億円	実績値	36 億円	実績値	億円	実績値	億円
		ストップ/フロー	フロー	達成率	97.6 %	達成率	83.7 %	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	13,710 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	13,566 千円	決算額	千円	決算額	千円	
	6 年 度	要因分析	<p>要因 住宅着工数減の影響や万博向けの特需の終了に伴うCLTの出荷量減少とともに、取引価格が低下したことにより、目標達成率が100%を下回った。</p> <p>総括</p>								
見直し方向性		維持	R6年度のKPIの実績は目標値を下回ったものの、取引価格が影響を及ぼしたことであることから、R7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、7年度の執行方法や8年度予算の見直しは想定していない。								

19	6月補正	事 項	県産ヒノキの家づくり等支援事業費							予算主管課	林業政策課
	事 業 概 要	物価高騰等の影響で県内住宅着工戸数が減少する中、本県が全国に誇るヒノキの新たな需要創出と流通活性化により、林業・木材産業への影響緩和を図るため、県産ヒノキ材を使用した建築費用等の一部を補助する。								始期	2023
										終期	2024
	K P I	事業実施による県産ヒノキ原木使用量									
		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	
			R 4 年 度	目標値	m3	目標値	1040 m3	目標値	m3	目標値	m3
		実績値	m3	実績値	m3	実績値	1105 m3	実績値	m3	実績値	m3
		ストック/フロー	ストック	達成率	%	達成率	106.3 %	達成率	%	達成率	%
	コ ス ト		最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	53,120 千円	最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	千円	
			決算額	千円	決算額	52,750 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要 因 分 析	要因 総括 KPIも達成でき、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。									
		見直し方向性									

20	当初	事 項	えひめ魚食消費拡大事業費							予算主管課	漁政課
	事 業 概 要	県内の子どもや若い世代を対象に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	2010
										終期	2026
	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	
			R 4 年 度	目標値	65000 円	目標値	65000 円	目標値	65000 円	目標値	65000 円
		実績値	65197 円	実績値	67802 円	実績値	63799 円	実績値	円	実績値	円
		ストック/フロー	フロー	達成率	104.3 %	達成率	98.2 %	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	3,389 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	2,881 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要 因 分 析	要因 松山市の魚介類の支出金額としては、昨年よりも減少したものの、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R6年度は実施しており、今後は継続的な働きかけにより、消費増加を図ることができると考えられる。									
		見直し方向性 維持 6年度のKPIの実績は、想定より下がっており、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るべく、7年度の事業を見直して、実施していく必要がある。									

21	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26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	2013
										終期	2027
	K P I	展示会出展による成約額（累計）									
		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	
			R 4 年度	目標値	3651 百万円	目標値	3983 百万円	目標値	5128 百万円	目標値	5527 百万円
		実績値	3319 百万円	実績値	4397 百万円	実績値	4762 百万円	実績値	百万円	実績値	百万円
		ストック/フロー	ストック	達成率	120.43 %	達成率	119.6 %	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	10,083 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	9,262 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	KPIの実績は順調であり、現状のニーズを踏まえると、7年度以降も当面同程度の事業を維持していくことが適当と考えられる。								

22	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		ブリとマダイを軸に、漁業認証や新しい生活様式に適合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を行い、本県の特徴である多品種をアピールすることで、海外における愛育フィッシュの輸出拡大を図る。							始期	2012
										終期	2027
	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	
			R 4 年度	目標値	142 億円	目標値	146 億円	目標値	149 億円	目標値	153 億円
		実績値	118 億円	実績値	142 億円	実績値	151 億円	実績値	億円	実績値	億円
		ストック/フロー	フロー	達成率	139.22 %	達成率	103.4 %	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	13,867 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	10,804 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年 度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	6年度のKPIの実績は想定より高い成果が出ており、7年度以降もマーケットインを主眼としたプロモーション活動を行うほか、本県の特徴である多品種をアピールすることで、KPIは目標達成すると考えられる事から、7年度の執行方法や、8年度予算の見直しは想定していない。								

23	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	2014	
									終期	2027	
	K P I	媛スマ年間販売額									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	79000 千円	目標値	202000 千円	目標値	33750 千円	目標値	67200 千円
		実績値	69945 千円	実績値	69945 千円	実績値	139350 千円	実績値	千円	実績値	千円
		ストップ/フロー	フロー	達成率	89 %	達成率	69 %	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	17,604 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	10,250 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年度	要因分析	<p>要因 斃死により生産量が想定ほど伸びなかったこと、餌止めにサイズがそろわず出荷魚の単価が安くなったため、最終的に、目標の6～7割程度の達成率となった。</p> <p>総括</p>									
	見直し方向性	改善	事業環境の悪化及びこれに伴う生産者の撤退、生産量の減少を踏まえ、出荷目標を下方修正（R8 66,000尾→R10 26,000尾※計画期間も延長）するとともに、生産効率の向上に向けた研究等に集中的に取り組む。								

24	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	アコヤガイ稚貝のへい死に伴う真珠養殖業者の収入減少が懸念されるなか、山梨県とも連携して県産真珠の認知度向上に取り組むほか、対面とECを連動させた販売拡大の取組みを支援し、真珠養殖業者の経営安定を図る。							始期	2020	
									終期	2025	
	K P I	県産真珠販売額									
		KPI種別	上がるの良い指標	R 5 年度		R 6 年度		R 7 年度		R 8 年度	
			R 4 年度	目標値	725 万円	目標値	1020 万円	目標値	1360 万円	目標値	万円
		実績値	680 万円	実績値	667 万円	実績値	2148 万円	実績値	万円	実績値	万円
		ストップ/フロー	フロー	達成率	92 %	達成率	210.6 %	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	2,344 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	2,272 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6 年度	要因分析	<p>要因</p> <p>総括</p>									
	見直し方向性	維持	6年度のKPIの実績は、目標を上回る結果となり、6年度の実績に加えて7年度は新たな仕向地の検討を行うこととしており、KPIは目標達成すると考えられることから、7年度の執行方法の見直しは想定していない。								

25	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
										終期	R6
	K P I	本事業の実施による県産水産物販売増加額									
		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	
			R 4 年度	目標値	3 %	目標値	130 百万円	目標値	%	目標値	%
		実績値	- %	実績値	3 %	実績値	185 百万円	実績値	%	実績値	%
		ストック/フロー	フロー	達成率	100 %	達成率	142.3 %	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	53,406 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	49,371 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6年度	要因分析	<p>要因</p> <p>総括 県内小売キャンペーンではお魚獲レカ等の反響もあり参加店舗数が想定を上回る(予定20店舗→実績111店舗)ほか、トップシェフと連携した商品開発を通じて県産水産物の更なる魅力発信と継続取引を促すことができた。また、海外での展示会出展では関係企業の多くが商談機会を得ることができ、販路開拓・拡大のきっかけとなった。このことから、目標値(130百万円)を上回る実績(185百万円)となった。</p>									
	見直し方向性										

26	12月補正(追加)	事項	農林水産物物流対策モデル実証支援事業費							予算主管課	農政課
	事業概要		「物流の2024年問題」への対策として、県産農林水産物の安定的な流通の確保に向けた輸送効率化のモデル実証に取り組む農林水産団体を支援することにより、本県農林水産物の競争力の強化を図る。							始期	R5
										終期	R6
	K P I	補助事業者のうち、輸送効率化に向けた輸送方法の見直しを行った事業者の割合									
		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	
			R 4 年度	目標値	件	目標値	10 件	目標値	件	目標値	件
		実績値	- 件	実績値	件	実績値	14 件	実績値	件	実績値	件
		ストック/フロー	フロー	達成率	- %	達成率	140 %	達成率	%	達成率	%
	コスト		最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	23,500 千円	最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	千円	
			決算額	千円	決算額	21,674 千円	決算額	千円	決算額	千円	
6年度	要因分析	<p>要因</p> <p>総括 農産物では標準仕様パレット対応や荷役時間短縮等の検証、木材製品ではJ R貨物や船舶への転換の検証、水産物では活魚車輸送の産地での集荷効率化を検証したほか、輸送効率化に資する設備整備し、柑橘や水産物の出荷のピークとなる冬季も特に支障なく輸送できた。令和7年度以降は、民間主導により当事業の実証結果の横展開を図り、輸送効率化を進める。</p>									
	見直し方向性										

27	12月 補正 (追 加)	事 項	えひめの食応援事業費						予算主管課	食ブランドマーケティング課	
	事 業 概 要	原油価格・資材等の物価高騰の影響を受けた生産者や消費者を支援するため、県内の農産物直売所で使用できる県独自のプレミアム付き商品券の発行とともに、消費拡大のプロモーションを実施し、県産農林水産物の需要喚起や消費を下支えする。							始期	R 5	
									終期	R 6	
	K P I	事業参加「農産物直売所」の売上額（1店舗あたりの利用期間（2.5か月）の平均売上額）									
		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	
			R 4 年 度	目標値	万円	目標値	2431 万円	目標値	万円	目標値	万円
		実績値	2026 万円	実績値	万円	実績値	9994 万円	実績値	万円	実績値	万円
		ストック /フロー	フロー	達成率	- %	達成率	411.1 %	達成率	%	達成率	%
	コ ス ト	最終実績 予算額	553,040 千円	最終実績 予算額	553,040 千円	最終実績 予算額	千円	最終実績 予算額	千円	最終実績 予算額	千円
		決算額	千円	決算額	478,577 千円	決算額	千円	決算額	千円	決算額	千円
6 年 度	要因分析	要因									
		総括 完売には至らなかったが、県下全域57店の店舗で購入できる使いやすさをアピールし、利用期間の売上は対前年比で9%増となり、産直市巡りを創出することができた。また、不参加の店舗が小規模店だったことも達成率を高めた。									
	見直し方向性	改善									