レビューシート（令和５年度レビュー対象事業：フォローアップ型）　様式３

ﾚﾋﾞｭｰ項目（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	□ 国補助事業　☑ 県単独事業				
実施方法	☑ 直執行　☑ 委託　☑ 補助　□ 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」Creation Base【住宅・非住宅分野】 民間企業とともに「ひょうごの木」のブランド化に向けた議論を進めるプラットフォームを設置し、多様な手法で「ひょうごの木」のブランディングを推進 （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、商店街等の共有ｽﾍﾟｰｽ等）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
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）
R5レビュー時の外部委員会意見	・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、県産木材の利用度合等とし、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のはもったいない。 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（改善状況 取組過程）	・今まで森林・林業と関わりのなかった企業やクリエイター等との協働により、森林や木材の多様で新たな価値を生み出し、県民への効果的なプロモーションを企画するプラットフォーム”「ひょうごの木」Creation Base”を令和６年度から立ち上げ、情報共有や意見交換を行った結果交流が生まれ、木で香り付けしたビールやウィスキー樽の制作等、様々な取組に繋がった。 ・「ひょうごの木」Creation Baseから生み出された異分野とのコラボ商品を活用したプロモーションを目的にひょうご木材フェア等を開催し、他機関が主催する県内のイベントだけでなく、東京都のイベントにも参画し、県内外での「ひょうごの木」の需要拡大に努めた。 ・「ひょうごの木」の魅力や利用意義を広くプロモーションするために動画を制作するとともに、普及冊子や公式ウェブサイト及び公式インスタグラムや街頭の大型ビジョン等、多様なメディアの活用による情報発信を行い、「ひょうごの木」を自然に選んで使う県民意識の醸成を図った。

事業に要するコスト

区分			５年度決算額	６年度決算額	７年度当初予算額	８年度当初予算額
事業費①			51,601 千円	60,817 千円	81,210 千円	81,482 千円
経費内訳		報酬・賃金				
		委託料				
		補助金・交付金	51,601 千円	60,817 千円	81,210 千円	81,482 千円
		貸付金				
		その他				
（財源内訳）		(国庫)				
		(特定)	(51,601千円)	(60,817千円)	(81,210千円)	(81,482千円)
		(起債)				
		(一般財源)				
予算額② ※精算補正前の予算を記載			79,510 千円	80,680 千円	81,210 千円	90,776 千円
執行率(((①/②))×100)			64.9%	75.4%	100.0%	89.8%
人件費③（a＋b＋c）			従事人員 0.4人	従事人員 0.4人	従事人員 0.5人	従事人員 0.5人
			3,300 千円	3,448 千円	4,499 千円	4,719 千円
	職員給与費	a	2,862 千円	2,956 千円	3,952 千円	4,104 千円
	賞与引当金繰入額	b	238 千円	250 千円	297 千円	312 千円
	退職手当引当金繰入額	c	200 千円	242 千円	250 千円	303 千円
総コスト(①＋③)			54,901 千円	64,265 千円	85,709 千円	86,201 千円

レビューシート（令和５年度レビュー対象事業：フォローアップ型）

様式３

	指標名	区　分	５年度実績	６年度実績	７年度見込	８年度目標	最終目標【年度】
評価指標	成果指標（アウトカム指標①） 非住宅建築物の県産木材使用割合（%）	目　標	26	30	34	37	50
		実績（見込）	21	30	(34)	(37)	【R12】
		（単位当たりコスト）	(2,614 千円)	(2,142 千円)	(2,521 千円)	(2,330 千円)	
		達成率（見込）	80.8%	100.0%	(100.0%)	(100.0%)	
	成果指標（アウトカム指標②）	目　標					―
		実績（見込）					【年度】
		（単位当たりコスト）	--	--	--	--	
		達成率（見込）	--	--	--	--	
	成果指標（アウトカム指標③）	目　標					―
		実績（見込）					【年度】
		（単位当たりコスト）	--	--	--	--	
		達成率（見込）	--	--	--	--	
	活動指標（アウトプット指標①） イベント実施回数	目　標	4	5	6	7	7
		実績（見込）	4	5	(12)	(7)	【年度毎】
		（単位当たりコスト）	(13,725 千円)	(12,853 千円)	(7,142 千円)	(12,314 千円)	
		達成率（見込）	100.0%	100.0%	(200.0%)	(100.0%)	
	活動指標（アウトプット指標②） 非住宅の木造化を推進する建築士数（木造建築士養成セミナー修了者）	目　標	20	20	20	20	20
		実績（見込）	17	15	(17)	(20)	【年度毎】
		（単位当たりコスト）	(3,229 千円)	(4,284 千円)	(5,042 千円)	(4,310 千円)	
		達成率（見込）	85.0%	75.0%	(85.0%)	(100.0%)	
	活動指標（アウトプット指標③）	目　標					―
		実績（見込）					【年度】
		（単位当たりコスト）	--	--	--	--	
		達成率（見込）	--	--	--	--	
標	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）
	○有効性（評価指標に対する実績） ・県民ニーズを的確に踏まえた事業か ・民間での事業実施は見込めない事業か ・指標・目標設定は適切か ・活動実績は十分か ・想定された成果を達成しているか　など	・これまで木材に関心の無かった層をターゲットに「ひょうごの木」の多様で新たな価値の情報発信を行うため、イベントの実施回数を増やし、県内外での「ひょうごの木」の需要拡大に努めた。 ・非住宅の木造化を推進する建築士向けセミナーを継続して実施していることから、木造建築に精通した設計者の増加に寄与していると考えられる。	B：ほぼ満足のいく実施状況 県民への効果的なプロモーションを企画するプラットフォームである「ひょうごの木」Creation Baseにおいてブランディングを行うとともに、イベント実施による普及啓発、木造建築に精通した設計者の育成を継続して行った結果、成果指標である非住宅建築物の県産木材使用割合は上昇傾向にある。
	○効率性（最小のコストで最大の効果） ・業務改革に取り組んでいるか ・コスト削減の工夫を行っているか ・ICTや民間活力は活用しているか ・受益者負担は適正か ・財源確保の工夫は行っているか　など	・「ひょうごの木」のブランド化を推進し、県内外での販路拡大に引き続き取り組むため、令和8年度からひょうご木づかいサポートオフィス内にブランド化を支援する窓口を設置した。 ・相談窓口には「ひょうごの木」の認知度向上に向けて、異業種の連携やイベント企画等、ブランド化に深い見識や経験を有する者をブランドアドバイザーとして配置し、必要に応じて派遣している。	

課題・今後の方向性

☑ 改善　□ 他事業と統合　□ その他

説明：非住宅分野での木材利用促進を継続して行うことが必要なことから、引き続き「ひょうごの木」のブランド化を推進し、県内外での販路拡大に努める。

外部委員会意見

・R5年度レビューで指摘したブランディング強化については、「ひょうごの木 Creation Base」の設置や異業種連携など、具体的な取組が進められており評価できる。
・また、非住宅建築物の県産木材使用割合も上昇しており、取組の成果が見られる。
・一方で、ブランド化や普及啓発の効果が県産木材需要の拡大にどの程度結び付いているかは引き続き検証が必要であり、非住宅分野での木材利用量の増加につながる取組をさらに進められたい。
・アウトカム指標の「非住宅建築物の県産木材使用割合」が令和5年度の21%から令和6年度の30%に上昇していることは、大きな成果だと考いえる。（「非住宅建築物の県産木材使用割合」の定義については、ミスリードすることが無いよう、注記するのが望ましい。
・県産木材の魅力を知ることによって、最終的には（補助金が無くとも）県産木材が使用されることが目標だと考えられるので、アウトカム指標として利用できなくとも、参考として県産木材の消費量を記載するのも良いと思う。
・県産木材の認知度や利用方法の広がりは数値化が難しく事業成果を測定しづらい為、定性的な成果（この事業の取り組みにより、波及した効果：例えば、県産木材でブランディングされた特産品の品種数や取扱店の増加、県産木材の出荷元への調査により判明した利用先の拡大等）を記載するのも有効であると考える。
・木造建築士養成セミナー修了者に県産木材の利用状況をアンケート調査することも、最終目標である県産木材利用の拡大状況を測るのには有効であると考える。