

令和7年度 事後評価シート

【事務事業シート】

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		
		実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社	
		実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社	
		実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社	
		実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社	
	実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社		
	実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社		
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	7388 社		実績値	7982 社		実績値	8172 社		実績値	8372 社			
実績値	73												

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

当初,2 月補正	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次産業化を推進するため、農林漁業者等による新商品・サービスの 開発や販路開拓への支援を行う。							始期		2013					
									終期		2030					
	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	673 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	122.4 %		達成率	%	
		コ ス ト			最終現計 予算額	25406 千円		最終現計 予算額	28790 千円		最終現計 予算額	32188 千円		最終現計 予算額	千円	
					決算額	20061 千円		決算額	22691 千円		決算額	19041 千円		決算額	千円	
						繰越額	8641 千円		繰越額	千円						
						不用額	4506 千円		不用額	千円						
7 年 度	要因分析	要因														
		総括														
	見直し方向性	維持	既存の取組は継続しつつ、昨年度まで別事業で実施していたLFPの取組を本事業に統合し、6次産業化活動 支援事業として一本化することで、支援の一体性及び事業効果の向上を図る。 事業の終期を令和7年度から令和12年度とする。													

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

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、生産者や食品企業等多様な関係者が連携し、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	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	3 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	150 %	達成率	%
		コ ス ト		最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	10000 千円	最終現計 予算額	10000 千円	最終現計 予算額	千円
				決算額	千円	決算額	7683 千円	決算額	6809 千円	決算額	千円
					繰越額	千円	繰越額	千円			
					不用額	3191 千円	不用額	千円			

7 年 度	要因分析	要因								
		総括								
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たことから、この連携をさらに強固にし、成果の一層の向上を図る。								

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

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	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	96 %		実績値	%	
		ストック /フロー	フロー		達成率	%		達成率	101.1 %		達成率	101.1 %		達成率	%	
		コ ス ト			最終現計 予算額	13000 千円		最終現計 予算額	13231 千円		最終現計 予算額	13230 千円		最終現計 予算額	千円	
	決算額				12875 千円		決算額	13162 千円		決算額	13179 千円		決算額	千円		
							繰越額	千円		繰越額	千円					
							不用額	51 千円		不用額	千円					

7 年 度	要因分析	要因								
		総括								
見直し方向性	維持	7年度は前回（6年度）並みの238団体が出展し、地元プロスポーツ3種の体験コーナーの設置や「愛」あるブランドみかんの食べ比べ、スタンプラリーの拡充などの集客対策を講じた結果、来場者数も過去最高を更新しており、8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、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。								

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

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						
	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					
		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	10.5 億円		
		実績値	億円		実績値	10.3 億円		実績値	10.9 億円		実績値	12.8 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	128 %		達成率	%	
		コ ス ト			最終現計 予算額	13030 千円		最終現計 予算額	13030 千円		最終現計 予算額	13030 千円		最終現計 予算額	千円	
	決算額				13030 千円		決算額	13030 千円		決算額	13030 千円		決算額	千円		
							繰越額	千円		繰越額	千円					
							不用額	千円		不用額	千円					

7 年 度	要因分析	要因								
		総括								
	見直し方向性	維持	7年度のKPI実績は想定を上回る見込みであり、8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、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。							

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

当初,2 月補正	事 項	紅コレクション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	県オリジナル品種である「紅まどんな」「紅かんぺい」「紅プリンセス」の統一シリーズ「紅コレクション」に加えて、本県のかんきつ生産の主軸となる温州みかんのブランド力強化を通じて、県産かんきつ全体の認知度の底上げを図り、生産者の所得向上につなげる。							始期		2024					
									終期		2026					
	K P I	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	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	31.7 %		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	70.4 %		達成率	%	
		コ ス ト			最終現計	千円		最終現計	15000 千円		最終現計	28000 千円		最終現計	千円	
					予算額			予算額			予算額			予算額		
	決算額				千円		決算額	15000 千円		決算額	13000 千円		決算額	千円		
						繰越額	15000 千円		繰越額	千円						
					不用額	千円		不用額	千円							

7 年 度	要因分析	要因 首都圏でのイベントや店頭販促、カフェでのコラボスイーツ販売、SNSでの情報発信など、各種PRを行ったものの、紅コレクション等のブランド確立に注力するあまり、本来のターゲット層である首都圏の30～50代女性への訴求という視点がやや不足していたため未達成となった。								
		総括								
	見直し方向性	維持	紅プリンセスについては、ターゲット層を首都圏の30～50代の女性に絞り、各種SNSを通じた情報発信・情報拡散に取り組むとともに、ターゲット層が利用する店舗等での販促活動を重点的に実施するなどブランディングを推進するほか、引き続き、全農えひめと連携して紅コレクションのリレー形式による効果的なPRに取り組むことで、KPIの目標値を達成できると考えられることから、8年度の執行方法の見直しは想定していない。							

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

当初,2 月補正	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		2030				
	K P I	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		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	1.72 億円		
		実績値	億円		実績値	1.2 億円		実績値	1.2 億円		実績値	1.5 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	100 %		達成率	%	
		コ ス ト			最終現計	20322 千円		最終現計	14322 千円		最終現計	26509 千円		最終現計	千円	
	予算額						予算額			予算額			予算額			
	決算額				19706 千円		決算額	14322 千円		決算額	14322 千円		決算額	千円		
							繰越額	12187 千円		繰越額	千円					
						不用額	千円		不用額	千円						

7 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、8年度以降も輸出に取り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、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない								

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

当初,2 月補正	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ことで、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ほか、「えひめ食のアンバサダー」等の知見・人脈を活用し、生産者・料理人・消費者へ効果的なアプローチを展開することで、県産食材の更なる販売拡大を図る。							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	95 %		目標値	95 %		目標値	95 %	
		実績値	%	実績値	81.3 %		実績値	86 %		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	88.4 %	
		達成率		%								
	コ ス ト	最終現計	13930 千円		最終現計	8683 千円		最終現計	18293 千円		最終現計	千円
予算額				予算額			予算額			予算額		
決算額		12997 千円		決算額	7777 千円		決算額	7941 千円		決算額	千円	
						繰越額	9391 千円		繰越額	千円		
						不用額	961 千円		不用額	千円		

7 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組が必要。									
		総括									
	見直し方向性	維持	県産食材の消費拡大に向け、引き続き学校給食での県産食材活用の推進や新たに取り組を開始する「えひめ食のアンバサダー」等の知見・人脈を活用した県産食材の認知拡大など、地産地消の促進に資する取組を継続する必要がある、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。								

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

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、飲食店でメニューフェア開催を契機とした取引の定着につなげることで、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	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	2285 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	101.6 %		達成率	%	
	コ ス ト			最終現計	22417 千円		最終現計	15268 千円		最終現計	14977 千円		最終現計	千円		
				予算額			予算額			予算額			予算額			
決算額				22209 千円		決算額	15100 千円		決算額	14948 千円		決算額	千円			
										繰越額	千円		繰越額	千円		
										不用額	29 千円		不用額	千円		

	7 年 度	要因分析	要因							
			総括 大手飲食店紹介サイトや食品卸売事業者と連携して実施した大都市圏での愛媛メニューフェアの開催等の取組により、食品卸売事業者との新規成約件数は年々増加するとともに、引き続き県産品の取引を継続する大都市圏の飲食店も確実に獲得することができた。一方で、地方の生産者と大都市圏の食品卸売事業者との間では、「価格」や「送料」、「安定供給」等が障壁となり商談が成立しなかった事案もあり、令和8年度は、えひめ食のアンバサダー等の知見・人脈を活用した、県内シェフへの県産品活用メニューの提案や、生産者の交流機会の設定などを通じ、地産地消を推進するとともに、消費者や県外シェフに向けた効果的なPRを行うことで、県産品の販売拡大や生産者の所得向上につなげていく。							
	7 年 度	見直し方向性								

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

当初,2 月補正	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た県産食材の魅力発信を強化するイベントの開催など、国内外において本県の「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	2028						
	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					
		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	30800 万円		
		実績値	万円		実績値	4519 万円		実績値	11840 万円		実績値	21293 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	107.5 %		達成率	%	
		コ ス ト		最終現計	16997 千円		最終現計	32471 千円		最終現計	60666 千円		最終現計	千円		
	予算額					予算額			予算額			予算額				
決算額	16997 千円			決算額	32471 千円		決算額	28798 千円		決算額	千円					
					繰越額	31868 千円		繰越額	千円							
					不用額	千円		不用額	千円							

	7 年 度	要因分析	要因							
			総括							
	7 年 度	見直し方向性	維持	7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、今後も新たなイベントの企画や飲食店の情報発信力の強化、「活き・炊き・焼き」鯛めしを活用したプロモーションの展開等により、「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、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。						

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

11

当初

事 項	雑穀生産ステップアップ支援事業費（中予）										予算主管課		農産園芸課		
事 業 概 要	久万高原地域の特産物である雑穀を生産振興と新規需要の創出により「久万高原ブランド」として育成し、人を呼ぶ新たな観光資源として消費拡大を推進することで、地域農業の活性化を目指す。										始期		2025		
											終期		2027		
K P I	雑穀関連商品・メニューの販売額														
	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	千円		目標値	千円		目標値	1600 千円		目標値	2300 千円		
	実績値	千円		実績値	千円		実績値	千円		実績値	1603 千円		実績値	千円	
	ストック /フロー	フロー		達成率	%		達成率	%		達成率	100.2 %		達成率	%	
	コ ス ト			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	1700 千円		最終現計 予算額	千円	
				決算額	千円		決算額	千円		決算額	1309 千円		決算額	千円	
						繰越額	千円		繰越額	千円					
						不用額	391 千円		不用額	千円					
7 年 度	要因分析		要因												
			総括												
	見直し方向性		維持		令和7年度のKPIの実績はほぼ想定どおりの成果が出ており、次年度も現状の雑穀関連商品・メニューの販売促進に努めるとともに、新商品等の開発に取り組むことでKPIの目標達成につながると考えられることから、執行方法や予算の見直しは想定していない。										

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

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		1966		
											終期				
K P I	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	95 %		実績値	%	
	ストック /フロー	フロー		達成率	100 %		達成率	100 %		達成率	118.8 %		達成率	%	
	コ ス ト			最終現計 予算額	1173 千円		最終現計 予算額	1173 千円		最終現計 予算額	1173 千円		最終現計 予算額	千円	
				決算額	1125 千円		決算額	1139 千円		決算額	1119 千円		決算額	千円	
						繰越額	千円		繰越額	千円					
								不用額	54 千円		不用額	千円			
7 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の充実や、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。										

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

13

当初,2
月補正

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			
K P I	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	725 百万円		実績値	792 百万円		実績値	822 百万円		実績値	百万円	
	ストック /フロー	フロー		達成率	%		達成率	100.3 %		達成率	92.8 %		達成率	%	
	コ ス ト			最終現計 予算額	千円		最終現計 予算額	7214 千円		最終現計 予算額	12521 千円		最終現計 予算額	千円	
				決算額	千円		決算額	6888 千円		決算額	6223 千円		決算額	千円	
						繰越額	5924 千円		繰越額	千円					
								不用額	374 千円		不用額	千円			
7 年 度	要因分析	要因 県ブランド畜産物について取扱店等は着実に増え堅調な需要はあるものの、一部の畜産物で出荷頭数が伸び悩んだことから出荷額に影響し、未達成となった。													
		総括													
	見直し方向性	維持	7年度のKPIの実績は目標に到達しなかったものの、目標値に近い数値で成果が出ており、8年度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、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。												

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

14

当初,2
月補正

事 項	C L T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			
K P I	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	3540 m3		
	実績値	m3		実績値	2154 m3		実績値	2850 m3		実績値	3304 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	107 %		達成率	%	
	コ ス ト			最終現計 予算額	58376 千円		最終現計 予算額	77963 千円		最終現計 予算額	47131 千円		最終現計 予算額	千円	
				決算額	56958 千円		決算額	68602 千円		決算額	32491 千円		決算額	千円	
								繰越額	9481 千円		繰越額	千円			
								不用額	5159 千円		不用額	千円			
7 年 度	要因分析	要因													
		総括													
	見直し方向性	維持	7年度のKPIの実績は目標を達成しており、8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、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。												

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

15

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、ターゲット国（韓国・台湾・ベトナム）への輸出を強化するとともに、他県に先駆けてインドネシアにおいても県産材の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	
K P I	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	381 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	81.8 %	達成率	%		
	コ ス ト		最終現計 予算額	千円	最終現計 予算額	7778 千円	最終現計 予算額	8254 千円	最終現計 予算額	千円		
			決算額	千円	決算額	7720 千円	決算額	7920 千円	決算額	千円		
							繰越額	千円	繰越額	千円		
				不用額				334 千円	不用額	千円		
7 年 度	要因分析	要因 営業実績により昨年度より増加したものの、ターゲット国としている韓国及び台湾で成約額を伸ばすことができず、未達成となった。										
		総括										
	見直し方向性	維持	コロナ禍により一時輸出が中断していたが、営業を強化したことにより輸出額を順調に伸びていることから、更に木材輸出を進め、ターゲット国（韓国・台湾・ベトナム・インドネシア）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に加えて、令和7年度に現地木材調査を実施しているアメリカへの輸出も取組みを進めつつ、更なる成果の向上につなげる。									

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

16

当初

事 項	えひめ材住宅等普及啓発事業費										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、木材や木造建築物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、さらには非住宅の新築及び内装木質化に要する経費の一部を補助する。										始期	2026
											終期	2029
K P I	県産木材を活用した新築木造住宅・非住宅の建設棟数											
	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	300 棟	目標値	300 棟	目標値	310 棟	目標値	310 棟		
	実績値	300 棟	実績値	274 棟	実績値	205 棟	実績値	305 棟	実績値	棟		
	ストック /フロー	フロー	達成率	91.33 %	達成率	68.3 %	達成率	98.4 %	達成率	%		
	コ ス ト		最終現計 予算額	70373 千円	最終現計 予算額	55038 千円	最終現計 予算額	87776 千円	最終現計 予算額	千円		
			決算額	59360 千円	決算額	48152 千円	決算額	87552 千円	決算額	千円		
							繰越額	千円	繰越額	千円		
				不用額				224 千円	不用額	千円		
7 年 度	要因分析	要因 人口減少や物価高騰等の影響により県内の住宅着工戸数が減少している中、木造住宅は対前年比101.4%とやや増加したことや、非住宅分野を対象とした取組により、KPIの向上につながったと考える。										
		総括										
	見直し方向性	維持	7年度のKPIの実績はほぼ目標値並の成果が出ており、8年度以降は非住宅分野への取組を継続するほか、9年度は物価高騰の影響やニーズを踏まえた事業内容の見直しを行い、更なる成果の向上につなげる。									

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

17

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・販路拡大等に要する経費の一部を補助する。								始期	2010
									終期	
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	
	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	41 億円	実績値	億円
	ストック /フロー	フロー	達成率	97.6 %	達成率	83.7 %	達成率	93.2 %	達成率	%
	コ ス ト		最終現計 予算額	13710 千円	最終現計 予算額	13710 千円	最終現計 予算額	17365 千円	最終現計 予算額	千円
			決算額	13429 千円	決算額	13566 千円	決算額	15095 千円	決算額	千円
				繰越額	千円	繰越額	千円			
				不用額	2270 千円	不用額	千円			

7 年 度	要因分析		要因 県内企業と連携し、県外企業への訪問等を行った結果、昨年度より売上額は伸ばすことができたが、物価高騰の影響により住宅着工数の影響があり、目標が達成できなかった。							
			総括							
	見直し方向性	維持	令和7年度のKPIの実績は目標値を下回ったものの、取引量・成約額ともに増加しており、非住宅分野での木材需要の増加が見込まれることから、8年度の執行方法や9年度予算の見直しは想定していない。							

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

18

12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中、安定的な生産の回復を図るため、種菌及び燃油代の高騰分の一部を補助する。								始期	2025
									終期	2025
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	
	R 4 年 度		目標値	103 t	目標値	103 t	目標値	103 t	目標値	t
	実績値	103 t	実績値	100 t	実績値	71 t	実績値	77 t	実績値	t
	ストック /フロー	フロー	達成率	97.1 %	達成率	68.9 %	達成率	74.8 %	達成率	%
	コ ス ト		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	21799 千円	最終現計 予算額	千円
決算額			千円	決算額	千円	決算額	6340 千円	決算額	千円	
				繰越額	10642 千円	繰越額	千円			
				不用額	4817 千円	不用額	千円			

7 年 度	要因分析		要因 しいたけの発生時期に少雨・高温であったことや、高齢化に伴い生産者が減少したことから、生産量が減少した。							
			総括							
	見直し方向性	維持	令和7年度のKPIの実績は目標値を下回ったものの、燃油や資材等の価格高騰が長期化している現状では二ーズがあり、事業実施はKGI・KPIの達成に寄与するものでもあることから、令和8年度における事業の執行方法や令和9年度予算の見直しは想定していない。なお、R7.12月補正予算より、よりKGIの達成に直結する指標である「県産原木乾しいたけ生産額」に見直し、引き続き原木乾しいたけの安定的な生産の実現に取り組んでいる。							

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

19	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	61677 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	94.9 %	達成率	%	
		コ ス ト		最終現計 予算額	4048 千円	最終現計 予算額	3389 千円	最終現計 予算額	2862 千円	最終現計 予算額	千円	
				決算額	3827 千円	決算額	2881 千円	決算額	2645 千円	決算額	千円	
					繰越額	千円	繰越額	千円				
					不用額	217 千円	不用額	千円				

7 年 度	要因分析	要因 松山市の魚介類の支出金額としては、一昨年より引き続き減少しており、R7年度は、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に注力して事業を実施。今後も、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。								
		総括 目標値と比較して年々指標となる数値は減少している。健康志向の高まりなどから魚食の重要性が見直されており、学校給食における魚食教育等を通して、食習慣が身につけられる子供を含む若い世代への働きかけを効果的に行うことにより、家庭としての消費の増加を図ることができると考えられるため、令和7年度からは、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、事業を見直して実施。 すぐに指標数値の向上にはつながらなかったものの、今後も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									

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

20

当初,2 月補正	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、国内最大級の水産展示会「ジャパン・インターナショナル・シーフードショー（東京及び大阪会場）」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	5884 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	114.7 %	達成率	%	
	コ ス ト		最終現計 予算額	10164 千円	最終現計 予算額	10083 千円	最終現計 予算額	27286 千円	最終現計 予算額	千円	
			決算額	9893 千円	決算額	9262 千円	決算額	13740 千円	決算額	千円	
							繰越額	12648 千円	繰越額	千円	
							不用額	898 千円	不用額	千円	

7 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、現状の二ーズを踏まえると、8年度以降も当面同程度の事業効果を維持していくことが適当と考えられる。							

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

21

当初,2
月補正

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うほか、本県の特徴である多品種をアピールすることで、官民一体となって海外における愛育フィッシュの輸出拡大に取り組む。										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	188 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	126.2 %		達成率	%	
	コ ス ト			最終現計 予算額	32368 千円		最終現計 予算額	13867 千円		最終現計 予算額	55068 千円		最終現計 予算額	千円	
				決算額	28814 千円		決算額	10804 千円		決算額	21671 千円		決算額	千円	
										繰越額	30780 千円		繰越額	千円	
										不用額	2617 千円		不用額	千円	

7 年 度	要因分析	要因										
		総括										
	見直し方向性	維持	7年度のKPIの実績は魚価の急騰や円安等から、目標より高い成果が出ているが、8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、8年度の執行方法や、9年度予算の見直しは想定していない。									

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

22

当初,2
月補正

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	媛スマ事業における生産面及び販売面の課題検討や生産の安定化、知名度向上等の販売促進事業の実施など、生産から販売に至るまでを総合的に支援し、産業化を推進する。										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	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	30373 千円		実績値	千円	
	ストック /フロー	フロー		達成率	89 %		達成率	69 %		達成率	90 %		達成率	%	
	コ ス ト			最終現計 予算額	17670 千円		最終現計 予算額	17604 千円		最終現計 予算額	16069 千円		最終現計 予算額	千円	
				決算額	16577 千円		決算額	10250 千円		決算額	2818 千円		決算額	千円	
										繰越額	7802 千円		繰越額	千円	
							不用額	5449 千円		不用額	千円				
7 年 度	要因分析		要因 大口生産者の撤退及び、配付種苗の生残率が想定よりも低かったため、目標を下回った。												
			総括												
	見直し方向性	改善	生産体制の縮小を受け、取組みの期間を最長3年間（R7年度～）と定め、最後のテコ入れとしており、 ・生産面では、配付種苗の大型化や適切な給餌頻度の検討等の試験研究を行うことで、①引渡し後の生残率の向上や②飼料コスト 10%以上の削減、③種苗単価の引下げを図り、生産コストの低減を目指す。 ・販売面では、プロモーション活動を通じた知名度の向上に取り組む更なる需要喚起を図る。 今後、生産者や販売事業者の声にしっかりと耳を傾けながら、毎年度、課題解決の進捗状況を確認するなど、強い危機感を持って、産業化に取り組むこととしたい。												

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。

23

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、山梨県と連携してワークショップ等を実施するほか、国外にも販路を有する山梨県の宝飾業者との繋がりの下、県産真珠の認知度向上・販路拡大に取り組み、真珠養殖業者の経営安定を図る。								始期	2020	
									終期	2027	
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		
	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	2150 万円	
	実績値	680 万円	実績値	667 万円	実績値	2148 万円	実績値	2148 万円	実績値	万円	
	ストック /フロー	フロー	達成率	92 %	達成率	210.6 %	達成率	157.9 %	達成率	%	
	コ ス ト		最終現計 予算額	1623 千円	最終現計 予算額	2344 千円	最終現計 予算額	2465 千円	最終現計 予算額	千円	
			決算額	1469 千円	決算額	2272 千円	決算額	1859 千円	決算額	千円	
				繰越額	千円	繰越額	千円				
								不用額	606 千円	不用額	千円
7 年 度	要因分析	要因									
		総括									
	見直し方向性	維持	7年度のKPIの実績は、目標を上回る結果となり、8年度も、引き続き新たな仕向地の検討を行うことでKPIは目標達成すると考えられることから、8年度の執行方法の見直しは想定していない。								

※令和6年度までの予算・決算額は流用額及び前年度からの繰越額を含みません。