

## 予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：農林水産業費 項：林業費 目：県産材流通対策費

### 事業名 ぎふの木消費拡大総合対策事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

林政部 県産材流通課 木造建築推進室 販路拡大係 電話番号：058-272-1111 (内4366)

E-mail：c11545@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 12,334 千円 (前年度予算額： 12,394 千円)

#### <財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	12,394	3,409	0	0	0	0	0	0	8,985
要求額	12,334	4,050	0	0	0	0	0	0	8,284
決定額	12,334	4,050	0	0	0	0	0	0	8,284

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨(現状と課題)

・人口減少の流れの中、国内の木材需要は低迷しており、県内はもとより、県外、更には海外市場にも目を向けて、県産材の活用に取り組む必要がある。

・首都圏を始めとする大都市圏における新築住宅の木造率は全国平均を下回るが、木造住宅や非住宅建築物の着工戸数は岐阜県、愛知県を大きく上回っている。このことから、県産材住宅の拡大対象として期待が持てるため、首都圏や関西圏への岐阜県産材のPRを図っていく必要がある。

・関東圏、関西圏では、県産材製品の実物を確認することができないため、展示会にて県産材製品を直接紹介するとともに、普段から県産材を取扱う事業者の確保や、問い合わせに対応できる相談体制を構築する必要がある。

・国産材輸出は、平成25年より原木・製品ともに中国・台湾向けが令和元年まで増加したが、令和3年度は、新型コロナウイルス感染症やウッドショックによる国内需要の増加の影響により減少した。さらに輸出を促進するためには海外展示会への出展や現地の建築技術者の育成等を行う必要がある。今後、継続的な輸出を行うためには、アジアや新たな国への海外市場へ積極的な働きかけを継続的に行う必要がある。

### (2) 事業内容

#### ①ぎふの木県外消費拡大促進 (5,517千円)

東京・大阪・名古屋で開催される展示会への岐阜県ブース出展や、岐阜県単独による県産材展示会・商談会を開催することにより、現地企業との情報交換や県産材のPR活動を行う。※ぎふの木首都圏等消費拡大促進及びぎふの木県外消費拡大促進など国内の販路拡大事業を統合。

②県外県産材相談窓口等設置 (3,817千円)

首都圏や関西圏での県産材の相談窓口となる「ぎふの木相談窓口」を設置するとともに、窓口で相談対応や提案活動にあたる「ぎふの木コンシェルジュ」を認定し、県産材の販路拡大活動を行う。

③ぎふの木海外消費拡大促進(3,000千円)

(1)海外技術者育成経費(750千円)

海外の建築技術者を招へいし、県内で日本式木造軸組住宅に関する研修会を開催。

(2)海外住宅展示会出展経費(1,860千円)

県産材を海外でPRし販路拡大につなげるため、台湾等の展示会へ出展。

(3)輸出協議会運営経費(390千円)

海外への販路開拓に意欲的な事業者、金融機関、行政等で協議会を構成し、情報交換や課題の分析、新たな輸出先の可能性を検討。

(3) 県負担・補助率の考え方

①ぎふの木県外消費拡大促進

②県外県産材相談窓口等設置

県産材の東京・大阪・名古屋等の都市部への拡大促進に取り組む施策であり、県自ら実施することが妥当

③ぎふの木海外消費拡大促進

県産材の海外輸出に取り組む施策であり、県が先導的役割を果たし、事業を展開することが必要

(4) 類似事業の有無

なし

3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	150	③150千円
旅費	663	①272千円②98千円③293千円
消耗品費	234	①10千円②110千円③114千円
会議費	14	③14千円
役務費	108	②9千円③99千円
委託料	11,063	①5,235千円②3,600千円③2,228千円
使用料及び賃借料	102	③102千円
合計	12,334	

決定額の考え方

--

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

第4期岐阜県森林づくり基本計画（R4～R8年度）

### (2) 後年度の財政負担

令和7年度以降も継続予定

### (3) 事業主体及びその妥当性

#### ①ぎふの木県外消費拡大促進

品質・性能が確かな岐阜県産材の需要拡大を目的とした総括的な底上げ事業であることから、県自ら実施することが妥当。

#### ②県外県産材相談窓口等設置

県が直接関与することで信頼性が高まる。

#### ③ぎふの木海外消費拡大促進

過去に実績のない県産材の海外輸出に取り組む施策であり、県が先導的役割を果たし、事業を展開することが必要。

# 事業評価調書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか
- ・多くの県民や企業等が森林に触れ、親しみ、協働による森林づくりに参画する契機となる事業を実施することで林業及び木材産業の振興を図る。
- ・ぎふ性能表示材を活用した安全・安心な県産材住宅のPRを強化し、消費者の理解をより一層醸成する。
- ・首都圏等の旺盛な木材需要地でのPRにより、性能・品質が確かなぎふ性能表示材やJAS材の出荷増を目指す。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R2)	R4年度 実績	R5年度 目標	R6年度 目標	終期目標 (R8)	
					目標	達成率
①品質・性能が証明された木材製品出荷量 (千m <sup>3</sup> )	44	43	61	69	85	51%

### ○指標を設定することができない場合の理由

--

### （これまでの取組内容と成果）

令和 2 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ぎふの木フェスタ2020 新型コロナウイルス感染症の影響により中止</li> <li>・中京圏等の住宅関連展示会へ出展 愛知県：R2.11.21、22 WOODコレクション2020inあいち</li> <li>・岐阜県産材輸出推進協議会の開催</li> <li>・台湾における常設展示場の設置</li> <li>・日本と台湾間のオンラインセミナー・商談会の開催（R2.10.31）</li> </ul>
指標① 目標： - 実績： - 達成率： - %	
令和 3 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京、中京圏の住宅展示会へ出展 R4.1.18～2.15 WOODコレクション2022(オンライン開催：東京 リアル開催中止) 新型コロナウイルス感染症の影響により参加中止：ウッドワンダーランド Nagoya</li> </ul>
指標① 目標： - 実績： - 達成率： - %	
令和 4 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京、大阪、中京圏の住宅展示会へ出展 R4.8.24～26 JAPAN Rewood WOODコレクション2022(東京) R4.9.8～20 MOCTION(東京)岐阜県産材製品展示会 R4.10.1～2 WOODコレクション2022inあいち R4.11.9～10 非住宅木造建築フェア2022(大阪) R5.1.31～2.1 WODコレクション2023(東京)</li> <li>・東京で商談会実施 R4.9.16 新宿で開催(MOCTION展示会を活用)</li> </ul>
指標① 目標： 85千m <sup>3</sup> 実績： 43千m <sup>3</sup> 達成率： 51%	

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<p>・ <b>事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断)</b>            3：増加している 2：横ばい 1：減少している 0：ほとんどない</p>	
(評価)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県が推進する「ぎふ性能表示材」の利用増、県産材住宅の着工数増につながる事業であり、必要性が高い。</li> <li>・ 県外への販路拡大は、県の重要施策である品質・性能が確かな岐阜県産材の需要拡大の取組みである「ぎふ性能表示材利用促進」やJAS材普及に係る取組みであり、県が関与する必要がある。</li> <li>・ 国内住宅着工戸数の減少等に伴い、国内の木材需要低下が見込まれる中で、県産材の新たな販路を県外に見出す必要性は非常に高い。</li> </ul>
3	
<p>・ <b>事業の有効性(指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか)</b>            3：期待以上の成果あり            2：期待どおりの成果あり            1：期待どおりの成果が得られていない            0：ほとんど成果が得られていない</p>	
(評価)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 規模の小さいものの、県外への展開を考えている企業を含めて、県産材製品をPRすることが出来ている。</li> <li>・ 県産材製品を首都圏・関西圏のユーザーに直接アピールすることにより製品の魅力等を説明でき、商談が進んでいる。</li> <li>・ また、県が関与することで、企業間連携による、まとまった需要の創出につながっている。</li> </ul>
3	
<p>・ <b>事業の効率性(事業の実施方法の効率化は図られているか)</b>            2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</p>	
(評価)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 営業規模が小さい県内工務店に比べ、大規模な流通販路拠点を持つ企業と連携することにより、PRの効率化を図っている。</li> <li>・ 東京でのセミナーで長野県関連施設を活用したり、長野県が行うPR活動に岐阜県産材のPRも行うなど、長野県と連携し事業実施の効率化を図っている。</li> </ul>
2	

### (今後の課題)

<p>・ <b>事業が直面する課題や改善が必要な事項</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新設住宅着工戸数の伸びが期待できる首都圏及び中京圏をターゲットに、県産材製品の販路拡大を一層推進する必要がある。</li> <li>・ 県外販路拡大PRをステップアップさせるため、製品の買い付けの場である木材流通の拠点における新たなPR販売戦略により、需要拡大対策を図る必要である。</li> </ul>
--

### (次年度の方向性)

<p>・ <b>継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 継続して県産材をPRすることにより、首都圏を始めとする大都市圏における県産材利用の定着を図る。</li> <li>・ 木材の主要な展示会に出展し、「ぎふ性能表示材」の販路拡大に向けたPRを行うとともに、県産JAS材のPRを加えて行っていくことにより、県産材の品質・性能の高い製品の需要拡大の底上げを行う。</li> </ul>
--