

事業名	地域商業維持支援事業	事業の目的	地域社会が商業機能を維持し、地域住民の日常生活の利便性を確保するため、商工会や地域商業者団体等が行う宅配サービス事業を市町村と協働で支援する。	事業期間	平成20年度 ） 平成24年度
-----	------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
商工会等の宅配サービス事業費補助	県	市町村 県民 団体	商工会等が宅配サービス事業を実施するための、職員を雇用し注文のあった商品を利用者に配達する経費の助成	決算額		3,099	4,430	6,992	
				財 源 内 訳	国庫支出金				
					一般財源		3,099	4,430	6,992
					職員数(人)		0.60	0.60	0.50
				人件費		6,000	6,000	5,000	
				合計		9,099	10,430	11,992	

[事業の成果等]

地域が協働して宅配サービス事業に取り組むことで、宅配事業に加盟している商店の収入の増加と利用者の日常生活の利便性が向上した。

[成果指標・実績]

(単位：地域)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (24年度)	評価	備考
活動指標	支援を実施する旧町村部等の数	目標値		7	10	10	10	達成不十分	
		実績値		7	8				
		達成率		100.0%	80.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図れない (見直し困難)		37千円/人	21年度決算額合計 / 利用者数(284名)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による 実施が必要	地域の実情に応じた体制整備には市町村の主体的取り組みが不可欠であるが、立ち上がりは加盟店の手数料や利用者の年会費だけでは宅配サービス事業の経費を賄いきれないため、県の支援が必要である。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の拡充
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・宅配サービス事業対象地区の拡大 ・市町村に働きかけ利用者を確保

事業名	中心市街地商業チャレンジ活動支援事業	事業の目的	個性的な商店街づくりや魅力ある個店活動に意欲のある団体や個人がチャレンジショップを開設し、中心市街地における商店街機能の再生を図れるよう開設経費の一部を助成するとともに、アドバイザーの派遣等を実施する。	事業期間	平成21年度 ～ 平成24年度
-----	--------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
チャレンジショップ開設支援	県	県民団体	チャレンジショップを開設するために必要な什器備品等の経費を助成(7店舗)するとともに、店舗運営等のアドバイザー派遣(3店舗)、出店者の集団研修会(1回)を実施	決算額			4,164	
				財源内訳	国庫支出金			
商業実践アドバイザー派遣	県	県民団体	意欲ある商店街等のチャレンジ活動をより深化、具現化させるために実践的なアドバイザーを派遣(3カ所)	一般財源			4,164	
				職員数(人)			0.60	
				人件費			6,000	
				合計			10,164	

[事業の成果等]

新規開業を志す人材によりチャレンジショップが開設されたほか、実践アドバイザーの助言を受けることにより意欲ある商業者が今後の店舗改善等に関するヒントを得ることができた。

[成果指標・実績]

(単位：カ所)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(年度)	評価	備考
成果指標	チャレンジショップ出店者数及び実践アドバイザー派遣対象者数	目標値			12			達成不十分	
		実績値			10				
		達成率			83.3%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・研修会講師の派遣日程を他団体主催行事の日程と調整し、必要となる経費を節減	1,016千円/カ所	21年度決算額合計 / 出店者数及び派遣対象者数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	県内各地の商店街から意欲のある団体や個人が行う取り組みを選定し、中心市街地の活性化を支援するため、本事業は県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	・商店街の活性化に結びつくプランを学生や企業などから広く公募する事業(街なかにぎわいプラン推進事業)へ組替え

事業名	県産品販路開拓事業	事業の目的	県産品の販路開拓が促進されるように、商品評価や商談会を開催するとともに、大手量販店と連携し、大分県フェア等を実施する。	事業期間	昭和30年度 平成 年度
-----	-----------	-------	---	------	-----------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
県産品求評・商談会開催 県産品試験販売・消費者評価 展示会出展 工芸品展示商談会 百貨店・量販店等との連携	県	生産者等	県内外の百貨店や量販店等のバイヤーを招聘した県産品求評・商談会の開催(年1回) 首都圏卸事業者へ委託し、加工食品の商品評価と試験販売「大阪食博覧会2009」への出展支援(2社) 坐来大分を活用した工芸品の展示商談会の開催(20社) 量販店等が実施する大分県フェアへの商談会開催と販売促進支援活動(3社)	決算額	2,814	5,724	8,822	5,203	
				財源内訳					
				国庫支出金					
				一般財源	2,814	5,724	8,822	5,203	
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.50	
				人件費	10,000	10,000	10,000	15,000	
合計	12,814	15,724	18,822	20,203					

[事業の成果等]

東京・大阪・福岡などから59社109名の百貨店、量販店等のバイヤーを招聘して実施した「大分県産品求評・商談会2010」には、県内各地から70社の食品関係事業者が参加した。その他の事業においても流通現場の最前線にいるバイヤーや都市部の消費者との接触により、商品レベルや訴求方法などを学び、販売促進・販路開拓が図られた。

[成果指標・実績]

(単位：社)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (年度)	評価	備考
活動指標	商談会等出展事業者数	目標値	60	60	60	75		達成	
		実績値	64	58	72				
		達成率	106.7%	96.7%	120.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・県産品求評・商談会において、(財)大分県産業創造機構と共同開催し経費を節減	261千円/社	21年度決算額合計 / 商談会等出展事業者数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	商談会の開催時には県内全域の製造業者をとりまとめ、県内外から多くのバイヤーを招聘する必要があるため、県で事業を実施することが適当である。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 効率化の推進
改善計画等	・展示会出展事業を廃止し、長期的取引が図られる事業を集中的に実施

事業名	フラッグショップ活用推進事業	事業の目的	おおいたブランドの確立や大分の素材を生かした魅力ある商品開発、農林水産物及び加工品の販路拡大等を図るため、「坐来大分」での情報発信や販路開拓を支援する。	事業期間	平成18年度 ～ 平成 年度
-----	----------------	-------	--	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
総合連絡調整 広報・情報発信	県	市町村等 消費者	運営等に関する協議 インターネット等を活用した大分情報の発信、坐来大分スタッフの研修	決算額	75,306	40,937	41,163	39,588
				財源内訳				
物産品育成 フラッグショップ運営	県	県内事業者 フラッグショップ	商品開発等を目的とした県産品のチャレンジ出展、生産現場指導 坐来大分の賃借料負担	諸収入				
				一般財源	75,306	40,937	41,163	39,588
				職員数(人)	3.00	2.00	2.00	1.20
				人件費	30,000	20,000	20,000	12,000
				合計	105,306	60,937	61,163	51,588

[事業の成果等]

大分の食材や料理等への高い評価による大分への好感度向上が図られ、首都圏を中心に62件のテレビや情報誌等に無料掲載された。旬の大分の食材PRのため毎月メニューを変更し、料理長等による現地への情報をフィードバックするとともに、地域フェアや農林水産物等の商談会の開催により坐来での使用がきっかけとなった新たな取引が開始された(16件)。物産品は60社127品目を販売、また、14の生産者が27品目の食材サンプルを坐来に提案した。

[成果指標・実績]

(単位：人)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成年度	評価	備考
活動指標	坐来大分の来客数	目標値	11,787	11,649	11,756	10,774		達成不十分	
		実績値	11,458	11,557	10,332				
		達成率	97.2%	99.2%	87.9%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・フラッグショップの運営については民間が実施	6千円/人	21年度決算額合計 / 坐来大分の来客数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	県全体を対象に①おおいたブランドの確立②大分の素材を生かした魅力ある商品開発③農林水産物及び加工品の販路拡大④挑戦する人材の育成などの広範な施策目標を達成するためには県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 食を通じた大分のブランド化は概ね順調に推移 県の施策目標は坐来大分を活用した商品開発や農水産物、物産の販路開拓及び地域資源等の情報発信による食観光の推進であることから活用策を実施

事業名	東九州海上物流拠点推進事業	事業の目的	大分港大在コンテナターミナルのコンテナ取扱量の増加を図り、東九州における物流拠点化を推進するため、ポートセールス活動を実施する。	事業期間	平成 5 年度) 平成 年度
-----	---------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
ポートセールスの実施	県	船会社 荷主	船会社、荷主を訪問し、大在コンテナターミナルの貨物集荷と利用促進を要請(訪問企業 延べ60社)	決算額	8,115	7,268	4,398	4,342	
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源	8,115	7,268	4,398	4,342
					職員数(人)	2.00	1.00	1.00	0.90
				人件費	20,000	10,000	10,000	9,000	
				合計	28,115	17,268	14,398	13,342	

[事業の成果等]

船会社や荷主に対するポートセールスを実施し、景気低迷により全国のコンテナ取扱量が約14%減少する中、大在コンテナターミナルの取扱量の減少を約10%にとどめた。

[成果指標・実績]

(単位：TEU)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (年度)	評価	備考
成果指標	大在コンテナターミナル貨物取扱量(TEU:20フィートコンテナ換算)	目標値	31,539	32,489	33,463	34,000		達成不十分	
		実績値	31,619	31,737	28,688				
		達成率	100.3%	97.7%	85.7%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・コンテナ取扱に係る様々な情報収集や分析が可能な(株)大分国際貿易センターに業務の一部を委託	502円/TEU	21年度決算額合計 / 貨物取扱量

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	平成20年の世界的な金融危機に伴う景気悪化によりコンテナ取扱量が減少し、既存船社も航路の見直しを迫られるなど新たな動きもあり、各港間では航路確保に向けての競争が激化している。こうした中で、既存航路の維持確保や、新規荷主の発掘による取扱量の増加を図るためには、県が主体となり、官民一体となって積極的にポートセールス活動を行うことが必要である。

[総合評価]

方向性	見直し(21年度) 効率化の推進
改善計画等	・コンテナ取扱に係る情報収集及び分析が可能であり、取扱量の増加対策や関連企業への利用要請が現場サイドで効率的に実行できる(株)大分国際貿易センターと共同で効率ポートセールス活動を実施

事業名	東アジアビジネス推進事業	事業の目的	高い経済成長により消費マーケットが拡大している東アジア地域における県産品の販路開拓と定番化を図るため、県内企業の海外への取組を支援する。	事業期間	平成19年度 ～ 平成 年度
-----	--------------	-------	--	------	----------------------

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
ジェトロ上海センター内駐在員配置 大分県フェアin上海の開催 タイKyushu Japan Food Fair参加 冬の日本全国食の縦断ツアー参加	県	県内企業	中国ビジネスを展開する県内企業を支援 県産品の消費拡大のため、中国上海市の高級スーパーとの商談会、販促フェアを開催 タイの市場調査等のため、バンコクでの物産展に参加	決算額	24,604	27,995	27,793	29,469	
				財源内訳	国庫支出金				
				諸収入	519	1,438	1,608		
				一般財源	24,085	26,557	26,185	29,469	
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.80	
				人件費	10,000	10,000	10,000	18,000	
合計	34,604	37,995	37,793	47,469					

〔事業の成果等〕

中国市場については、新規輸出品の発掘から輸出量の拡大までバランスのとれた事業展開ができ、輸出品目の増加や現地での定番商品化に繋がった。特に県産牛乳の直接取引による中国への初出荷が実現した。また、タイについても、乾しいたけの定期的な取引が開始され、今後の取引拡大が期待される。

〔成果指標・実績〕

(単位：品目)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(年度)	評価	備考
成果指標	中国への新規輸出品目数	目標値	15	10	15	15		達成	
		実績値	17	35	15				
		達成率	113.3%	350.0%	100.0%				

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・蓄積された人的ネットワークを活用し、多方面の国外パイヤーを低予算で招聘	2,520千円/品目	21年度決算額合計 / 中国への輸出品目数

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	県内の中小企業は単独で貿易を推進する体力に乏しいため、継続的な取引が実現するまでの間は県が商談の場やプロモーションの機会を県内企業に提供するなど、官民一体となって市場開拓を行う必要がある。

〔総合評価〕

方向性	現状維持
改善計画等	・海外戦略に基づき、東アジアにおける県産品の販路拡大と定番商品化を促進

事業名	商業・サービス業人材育成事業	事業の目的	商業・サービス業従事者が、消費者ニーズの多様化等により厳しさを増す商業環境にあって、地域商業の活力向上を図るリーダーとなるよう、人材育成事業等を実施する。	事業期間	平成15年度 ） 平成 年度
-----	----------------	-------	---	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
豊の国商人塾設置支援 サービス産業人材育成	県商店街振興組合連合会 県	商業・サービス業従事者	「豊の国商人塾」の運営経費に対する一部助成 県内各地で実施したセミナーの開催経費に対する一部助成 接客サービス等に関する派遣研修 (株)大分ブランドクリエイティブ委託	決算額	3,012	2,708	3,119	2,709	
				財源内訳	国庫支出金				
					諸収入				
					一般財源	3,012	2,708	3,119	2,709
					職員数(人)	0.30	0.30	0.30	0.30
				人件費	3,000	3,000	3,000	3,000	
合計	6,012	5,708	6,119	5,709					

[事業の成果等]

28名が豊の国商人塾に入塾し、一年間ゼミナール等を行い、商業者間のネットワークの構築と商業・サービス業の人材育成が図られた。また、首都圏におけるサービス業の現場研修に1名を派遣し、研修生は現場で学んだ接客業務等を地元での業務に活かしている。

[成果指標・実績]

(単位：人)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(年度)	評価	備考
活動指標	豊の国商人塾塾生数及びサービス産業研修生数	目標値	30	30	32	30		概ね達成	
		実績値	34	32	29				
		達成率	113.3%	106.7%	90.6%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・商人塾は県商店街振興組合連合会と卒塾の会が自主的に運営	211千円/人	21年度決算額合計 / 商人塾塾生及び研修生総数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	県内全域と対象として商業・サービス業後継者の育成とネットワークづくりを図る本事業は、県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の縮小
改善計画等	・サービス産業人材育成事業を廃止

事業名	個性的商店街づくり推進事業	事業の目的	商店街や地域商業が活性化するように、事業者自らが意欲と創意工夫によって取り組む「魅力ある個店」「個性ある商店街づくり」に対し支援する。	事業期間	平成20年度 ～ 平成 年度
-----	---------------	-------	---	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
個性的商店街づくり支援	県	商店街振興組合等商業関係者	商店街等が行う「魅力ある個店づくり」「個性ある商店街づくり」に対する助成	決算額		2,519	1,730	3,184	
				財源内訳	国庫支出金				
					諸収入				
					一般財源		2,519	1,730	3,184
				職員数(人)		0.30	0.30	0.50	
				人件費		3,000	3,000	5,000	
合計		5,519	4,730	8,184					

[事業の成果等]

それぞれの店舗や地域の特徴を生かした取組を4団体が実施し、課題解決や活性化に取り組むことができた。

[成果指標・実績]

(単位：団体)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(年度)	評価	備考
活動指標	支援対象団体数	目標値		2	3	2		達成	
		実績値		5	4				
		達成率		250.0%	133.3%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・21年度に施行された地域商店街活性化法に基づく計画策定を推進し、国費を活用したアドバイザーの派遣等を実施	1,183千円/団体	21年度決算額合計 / 支援団体数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	県内各地の意欲ある団体が行う取組を選定し、商店街等の活性化を支援するため、本事業は県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の変更
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 国の事業対象とならないアドバイザー派遣事業を実施 商店街支援について、国・県・市町村の役割を踏まえ連携して事業を実施