

施策名：商業・サービス業の振興

事業名	担当課・局・室名	ページ
おおいた地域資源活性化推進事業	工業振興課	2 / 12
IT人材育成支援事業	情報政策課	3 / 12
商店街魅力ある店づくり支援事業	商業・サービス業振興課	4 / 12
おおいた県産品イメージアップ事業	商業・サービス業振興課	5 / 12
県産品販路開拓事業	商業・サービス業振興課	6 / 12
フラッグショップ活用推進事業	商業・サービス業振興課	7 / 12
東アジアビジネス推進事業	商業・サービス業振興課	8 / 12
東九州海上物流拠点推進事業	商業・サービス業振興課	9 / 12
街なかにぎわいプラン推進事業	商業・サービス業振興課	10 / 12
個性的商店街づくり推進事業	商業・サービス業振興課	11 / 12
商業・サービス業人材育成事業	商業・サービス業振興課	12 / 12

事業名	おおいた地域資源活性化推進事業 (旧おおいた地域資源活性化基金運営事業)	事業期間	平成 20 年度～平成 30 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	工業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	(公財)大分県産業創造機構	現状・課題	本県には、豊かな農林水産物や醸造に代表される産地技術、温泉等の観光資源などの地域資源が多数あるが、その潜在的な強みが具体的な事業に繋がっていない。
	意図	基金を管理し、運用益による基金事業を円滑に実施する。		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
地域資源コーディネータの設置 おおいた地域資源活性化基金 活用支援事業	地域資源コーディネータの配置(1名) 地域資源活用助成事業の実施支援 基金管理職員配置(2名)	直接補助	(公財)大分県産業創造機構	総コスト	9,974	10,280	16,738	15,382
				事業費	4,974	5,280	11,738	10,382
				うち一般財源	4,974	5,280	11,738	10,382
				うち繰越額				
				人件費	5,000	5,000	5,000	5,000
職員数(人)	0.50	0.50	0.50	0.50				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	助成事業を2回公募し、14社に対して助成を決定し、コーディネーターによる商品開発から販路開拓に至るまできめ細かな助言など、農林水産物や鉱工業品などの地域資源を活用した中小企業者等の新事業展開を支援した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			基金助成事業採択件数(件)	13	14	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(30年度)	評価	備考
	おおいた地域資源活性化基金 助成事業による事業化件数 (累計)	目標値	7	9	11	13		達成	
		実績値	7	17	24				
		達成率	100.0%	188.9%	218.2%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	地域中小企業応援ファンド融資事業に係る都道府県に対する資金の貸付に関する規則第1条、第2条	おおいた地域資源活性化基金の事業実施及び基金の管理を行う(公財)大分県産業創造機構へ助成を行うものであり、県が実施する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・国の実施する事業(新連携・地域資源活用・農商工連携)の活用	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の当該年度実績値
			2,494 千円/件	2,092 千円/件	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	基金を適切に管理し中小企業の新分野への取組を支援していく必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発から販路開拓に至るまで、コーディネーターによる定期的な取組の確認 指導・助言を行うとともに、外部専門家の派遣などの支援策を講じる 		

事業名	IT人材育成支援事業	事業期間	平成 24 年度～平成 26 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	情報政策課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県内ITベンチャー企業経営者・技術者・学生	現状・課題	県内IT企業は、受注下請け型のソフトウェア開発が主体となっており、独自の創造力、発進力は弱い。しかし、IT投資の減少傾向、クラウドサービス等の新しいサービス提供に押され、受注型ソフトウェア開発は減少傾向にあり、新しいITサービスの提供などによる新規の顧客獲得が求められる。
	意図	県内IT企業の人材の育成支援		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
おおいたIT人材塾 IT人材能力向上研修	IT関連技術者向けのセミナー、プレゼンテーション(10回) 開発管理者向け開発プロセス等改善研修(2回) 委託先：公益財団法人ハイパーネットワーク社会研究所	全部委託	県	総コスト			23,281	13,279
				事業費			3,281	3,279
				うち一般財源			3,281	3,279
				うち繰越額				
				人件費			20,000	10,000
職員数(人)			2.00	1.00				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
		23年度	24年度	目標値	目標年度
県内IT技術者の交流によるビジネスマッチングの円滑化、トップレベルセミナーによる意識向上、プロジェクトマネージャーの技量向上が図られた。 また、参加者による自主的なコミュニティも形成された。	活動指標		29	20	26
	IT人材能力向上研修参加者数(人)				

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (26年度)	評価	備考	
		目標値			28	35				42
	IT人材塾の卒業生数(人)	実績値							概ね達成	
		達成率				96.4%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	業界団体等で実施も可能であるが、加盟企業に限定するなど対象が限られる。情報通信産業の市場規模は、全産業中で最大規模の約9.2%であり、経済波及効果も大きいため、県全体のIT産業の振興を図る必要があるため、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
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)	・受講率の向上を図るため、当日の欠席者に対し動画を配信	/	862 千円/人	総コスト / 成果指標の実数値

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	引き続き、IT企業の人材育成支援が必要であるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・第1期生(24年度)と第2期生(25年度)との交流を推進 ・自主的に形成されたコミュニティの支援 		

事業名	商店街魅力ある店づくり支援事業	事業期間	平成 23 年度～平成 25 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	商店街	現状・課題	現在、各商店街では消費者ニーズの多様化や大規模商業施設の郊外進出等により厳しい環境にある。このため、商店街の活性化には個店を魅力あるものへと高めていくことが求められているが、消費者ニーズに適応した店づくりによる取組みが図られていない。
	意図	売上高向上を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
個店経営研修に対する補助	商店街がアドバイザーを招聘して実施する研修経費の補助 ・商業理論研修 8回 ・実地研修 4回(参加店舗) ・全体研修 2回(導入説明、成果報告)	直接補助	商店街振興組合等	総コスト		5,745	5,719	7,224
				事業費		1,745	1,719	3,224
				うち一般財源		1,745	1,719	3,224
				うち繰越額				
				人件費		4,000	4,000	4,000
職員数(人)		0.40	0.40	0.40				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
		23年度	24年度	目標値	目標年度
個店経営研修を通じて店主等が店づくりのノウハウを習得するとともに、店舗内のレイアウトや外観、POP、おもてなしスペースの確保等の改善により消費者ニーズに適応した店づくりを進めることができた。これにより、来客数や売上げが増加するとともに、商店街全体の商業集積としての魅力向上が図られた。	実地研修参加店舗数(店)	27	25	30	25

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(25年度)	評価	備考
実地研修参加店舗の売上高対前年増加率の平均(%)				5	5	5	5		24年度の実績値がないのは事業完了後の1ヶ年の対前年当月比売上増加率により評価するため
				3					
				68.0%					

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	県内の複数地域で並行して実施することにより、講師との調整や研修内容の決定等を効率的に行うとともに、研修に取り組む商店街の情報共有を促進して研修を効果的に実施するため、本事業は県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			23年度	24年度	
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)	・講師の旅費が効率的となるよう日程を調整することにより、経費を節減	1,915 千円/%	千円/%	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	活動指標の実地研修参加店舗数が目標値に達していないため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・実地研修への参加を促進するため、参加店舗における取り組み内容及び成果に関する情報提供を実施 ・平成23～24年度は3地域の商店街が実施したが、平成25年度は5地域が実施予定であり、参加店舗は大幅に増加する予定 ・26年度は商店街振興に対するこれまでの実施事業内容と成果を総括的に評価した上で、見直しを検討 		

事業名	おおいた県産品イメージアップ事業	事業期間	平成 22 年度～平成 25 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産品（加工品）	現状・課題	県内には優れている県産品が数多くあるものの、商品パッケージや容量などについて消費者視点を持って開発しておらず、PR不足などから知名度が低く埋もれていることが課題。訴求力が強い商品を作るため、専門家などのアドバイスを通じて改良し、県産品全体のイメージアップを目指す。
	意図	県外におけるイメージを向上させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
専門家による商品発掘と販売	専門家の総合コーディネート及び販路開拓・拡大（新商品2種類開発） 委託先：㈱エデュウス 販路開拓・拡大の補助 （県内外小売店バイヤー等延べ約250社（者）への調査） 委託先：大分ブランドクリエイト㈱	全部委託	県	総コスト	30,785	29,304	19,365	21,131
				事業費	20,785	19,304	9,365	11,131
情報発信の強化	雑誌によるPR（2誌） 委託先：㈱エデュウス			うち一般財源	9,746	7,325	9,365	11,131
				うち繰越額				
				人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
				職員数（人）	1.00	1.00	1.00	1.00

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	「OITA AGURU」という統一ロゴによりブランド化された詰め合わせ商品を年間通して販売し、目標とした3,400個に対して、3,364個販売され概ね目標を達成した。なかでも、由布院高級旅館では好調な売れ行きを示した。これにより、県外観光客を中心に大分の上質なイメージを与えることができ、県産品のイメージアップが図られた。	活動指標	指標名（単位）		事業の実績		最終目標	
					23年度	24年度	目標値	目標年度
			商品調査数（個）		23	47	100	25
			メディア掲載数（回）		30	27	30	25

成果指標	指標名（単位）	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 （25年度）	評価	備考
	「OITA AGURU」販売数（個）	目標値	200	2,400	3,400	3,500	3,500		
	実績値	316	2,333	3,364					
	達成率	158.0%	97.2%	98.9%					

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	公平・平等性を保ち、一部地域に偏ることなく県内全域の商品の総合的なイメージアップを図るためには、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
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）	・委託先の自主雇用1名により商品発掘、開発（23年度までは緊急雇用制度を活用し2名体制）	97 千円/個	6 千円/個	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し（25年度）事業内容の拡充	方向性の判断理由	民間主体の取り組みが出来るよう、開発商品の販路開拓・拡大を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・民間主体の儲ける仕組みづくりを促進 ・坐来大分による首都圏ニーズにマッチした県産品の開発支援 ・首都圏の情報発信力の高い小売店内に大分県サテライトショップを設置 ・25年度は県産品販路開拓支援事業として統合 		

事業名	県産品販路開拓事業	事業期間	昭和 30 年度～平成	年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
					担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産品(加工食品等)	現状・課題	県内には、売り方次第で全国区になる可能性のある県産品が多数あるが、大都市圏まで流通していない。県産品の販路拡大・販売促進を図るためには、売れ筋動向を適切に把握できる百貨店・スーパー等のバイヤーとのマッチングの場や都市圏での試験販売を企画・開催することが課題となっている。
	意図	販路を拡大する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
県産品求評・商談会開催	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)	直接実施	県	総コスト	19,423	19,452	19,739	20,030
県産品商品評価・試験販売事業	加工食品の商品評価と試験販売 委託先：(有)良品工房	全部委託		事業費	4,423	4,452	4,739	5,030
				うち一般財源	4,423	4,452	4,239	4,530
百貨店・量販店との連携事業	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) 委託先：(公社)大分県物産協会	一部委託		うち繰越額				
			人件費	15,000	15,000	15,000	15,000	
				職員数(人)	1.50	1.50	1.50	1.50

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	東京・大阪・福岡等の都市圏から120社、253名の百貨店等のバイヤーと県内74社の食品関係事業者が参加して実施した「大分県産品求評・商談会2013」では、多くの商談を行うことにより県産品の販路開拓とともに商品レベルの把握等を行うことができた。また、イオンやボンラパスの大分県産品フェア等では、販売を通じたPRに加え、事業者が消費者の反応や訴求方法を学ぶ機会を創出した。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
	指標名(単位)		23年度	24年度	目標値		目標年度					
		県産品求評・商談会出展事業者数(社)		91	74							
成果指標	指標名(単位)		達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考		
	商談件数(件)		目標値	140	160	160	160		達成			
			実績値	300	221	238						
			達成率	214.3%	138.1%	148.8%						

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	商談会の開催時には、県内全域から事業者を募り、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。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・求評・商談会に(公社)大分県物産協会等が参画しバイヤーの掘り起こしを効率化(H21～) ・求評・商談会において(公財)大分県産業創造機構と共同開催し経費を削減(H20～) ・金融機関や商工団体とも連携し、出展者やバイヤー募集を実施(H23～)	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			65 千円/件	83 千円/件	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)効率化の推進	方向性の判断理由	民間との共同により効率化を図ることができるため
改善計画等	・県内金融機関及び商工団体と連携し、新たな出展事業者とバイヤーを発掘するとともに、経費負担やフォローアップへの関与等も順次提案		

事業名	フラッグショップ活用推進事業	事業期間	平成 18 年度～平成 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	首都圏のマスコミ、バイヤー、消費者等	現状・課題	首都圏における県産品などの認知度が低く、販路などが開拓されにくいいため、坐来大分が首都圏における県内情報発信や県産品評価収集の拠点となっている。
	意図	おおいたブランドを確立する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
総合連絡調整 広報・情報発信	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など 委託先：大分ブランドクリエイティブ(株)	直接実施 一部委託	県	総コスト	51,240	52,261	47,676	47,605
物産・人材育成	県産食材調査や生産現場指導 商品開発等を目的とした県産品のチャレンジ展示など 委託先：大分ブランドクリエイティブ(株)	一部委託 一部委託 全部委託		事業費	39,240	40,261	35,676	35,605
				うち一般財源	39,240	40,261	35,676	35,605
				うち繰越額				
運営	行政目的達成のために設置したショップの家賃負担	直接実施		人件費	12,000	12,000	12,000	12,000
			職員数(人)	1.20	1.20	1.20	1.20	

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	雑誌や新聞、ネットなどで紹介され、大分の食材や郷土料理、加工品等が高い評価を得て、大分のイメージアップが図られた。また、旬の県産食材を使用したメニューを毎月変更し、顧客から得た反応を現地にフィードバックしたほか、地域フェアや農林水産物等の商談会の開催を通じて参加者からアドバイスを得るとともに、新たな取引が開始された。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
	情報誌等掲載回数(回)		23年度	24年度	目標値		目標年度					
		119		123								
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考			
	坐来大分のレストラン・ディナー来客数(人)	目標値	10,774	10,500	11,000			概ね達成				
		実績値	10,274	10,691	10,115							
		達成率	95.4%	101.8%	92.0%							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	おおいたブランドの確立 大分の素材を活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 挑戦する人材育成など県下全域での取組であり施策目標の達成には、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			5千円/人	5千円/人	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	坐来大分を通じた大分県の観光や食等の情報発信が概ね順調に推移しているため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・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などの活用策を実施 ・首都圏向けに各種PRを単発で行うより、引き続き、坐来大分を拠点に情報発信や収集を実施 		

事業名	東アジアビジネス推進事業	事業期間	平成 19 年度～平成 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産品	現状・課題	国内では、少子高齢・人口減社会が到来し需要縮小が進む中、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の市場を開拓していくことが課題となっている。
	意図	販路を開拓し定番化させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
日中経済協会上海事務所内駐在員配置 海外見本市出展	中国ビジネスを展開する県内企業等を支援 香港フードエキスポ(8社 17商品)、韓国フードウィーク(2社 9商品)、上海見本市・商談会(9社、25商品) 委託先：(公社)大分県物産協会	直接実施	県	総コスト	38,988	40,094	47,284	43,860
		一部委託		事業費	28,988	30,094	37,284	33,860
うち一般財源	25,944			26,005	29,228	33,860		
うち繰越額								
海外向けインターネットモール出展	海外向けのインターネットモールへの出展を委託 委託先：(公社)大分県物産協会	全部委託		人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.00

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	原発事故により各国が輸入規制を行う中、県産品の安全・安心をPRできた。中国、タイに加え、24年度からは香港、韓国の見本市に出展。売買契約が成立するなど、新しい販路の開拓ができた。 海外向けインターネットモールの出展により、海外への消費者への直接販売の下地ができた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			23年度	24年度	目標値	目標年度			
			海外見本市出展者(社)	4	19				
成果指標	指標名(単位) 海外の見本市出品品目数(品目)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考
		目標値	15	15	30	30			
		実績値	32	18	51				
		達成率	213.3%	120.0%	170.0%				

22年度までは活動指標、成果指標ともフェアへの参加者数、フェアへの新規輸出品目数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	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、行政と企業等が一体となって市場開拓を行う必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・見本市の出展、取引のフォローを民間に委託	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,218 千円/品目	927 千円/品目	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	輸出量の安定と拡大のためには、継続的な取組が必要であるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・海外のバイヤー等との商談をフォローアップし、継続的な取引を推進 ・為替の状況や対外交の状況を総合的に判断し、臨機応変に取組内容を判断 		

事業名	東九州海上物流拠点推進事業	事業期間	平成 5 年度～平成 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	船社等企業	現状・課題	寄港便も少なく、東南アジア・台湾・香港などからのダイレクト航路がないため利便性が低く、東九州における国際物流拠点としての機能強化ができていない。
	意図	大在コンテナターミナルの利用を増加させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
ポートセールス	船会社を訪問し、既設航路の維持と新規航路の誘致活動を実施 荷主企業を訪問し、他県の港を利用している荷主には大分港大在コンテナターミナルの利用促進と、大在コンテナターミナルを利用している荷主には貨物集荷の継続と増加を要請(延べ108社)	直接実施	県	総コスト	13,302	18,314	18,780	20,080
				事業費	4,302	10,314	10,780	12,080
				うち一般財源	4,302	10,314	10,780	12,080
				うち繰越額				
				人件費	9,000	8,000	8,000	8,000
職員数(人)	0.90	0.80	0.80	0.80				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	円高の影響等により、大分港大在コンテナターミナルにおける外貨及び内貨の実入りコンテナ貨物取扱量は1,024TEU減少したが、輸入コンテナ補助金制度により、約2,000本の輸入コンテナを増加させた。 (TEU：20フィートコンテナ換算)	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			ポートセールス延べ訪問企業数(社)	128	108			

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考
	コンテナ貨物取扱量(TEU)	目標値	34,000	35,300	36,350			達成不十分	目標値、実績値とも1月～12月実績
		実績値	34,343	32,200	31,176				
		達成率	101.0%	91.2%	85.8%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	本県の重要な産業インフラであるコンテナターミナルの活用促進を図ることにより、貿易及び産業の振興に繋げていくという公益的観点から県が主体となり、行政と企業等が一体となってポートセールス活動を行うことが必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・他事業で収集した情報を活用	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			387	602	
			円/TEU	円/TEU	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	さらなる貨物取扱量の増加等を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 船会社の航路見直しの動きや、県外港との貨物獲得競争が激しくなる中で、新規荷主の発掘や航路の維持拡充に向け、より効率的・効果的なポートセールス活動を実施 輸入コンテナ助成制度を活用し、コスト競争力の強化と利便性向上により、貨物取扱量を増加 		

事業名	街なかになぎわいプラン推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	商店街	現状・課題	現在、各商店街では消費者ニーズの多様化や大規模商業施設の郊外進出等により厳しい環境にある。このため、従来の手法と異なる斬新なプランを広く公募し、その事業化を支援することで中心市街地の魅力や集客力を向上させ、商店街の活性化を図る。
	意図	来街者を増加させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
街なかになぎわいプランの公募 採択プランの実行に対する補助 採択プランの実行委託	商店街になぎわいを創出するプランの公募(応募数15件) 採択プラン実行経費補助(一般枠2件、学生枠3件) 採択プラン運営委託(一般枠1件) 委託先：商工会等	直接実施 直接補助 全部委託	県 団体、学生グループ 県	総コスト	12,567	14,704	15,496	21,034
				事業費	5,567	8,704	9,496	15,034
				うち一般財源	3,679	4,055	3,937	4,607
				うち繰越額				
				人件費	7,000	6,000	6,000	6,000
職員数(人)	0.70	0.60	0.60	0.60				

[事業の成果等]

事業の成果	プランの公募により商店街に対する関心が高まるとともに、芸術文化施設の来場者に対して、周辺商店街への回遊を図る取り組み等の採択プランの実施により商店街への誘客が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			採択したプランの数(件)	4	5	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考
	プランの実施による商店街への誘客数(人)	目標値			4,350			達成	平成24年度はプラン公募の際に集客予測の項目を設け、成果指標の目標値を設定
		実績値	1,760	4,651	4,372				
		達成率			100.5%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	各商店街にて消費者ニーズの多様化や大規模商業施設の郊外進出等により厳しい環境が取り巻く中、従来の手法とは異なる斬新なアイデアを県内の一般や学生から広く募集・選定し、商店街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。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・公開プレゼンテーションによる二次審査と表彰式を同日に実施し、経費を節減	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			7千円/人	3千円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	柔軟なアイデアを積極的に活用するとともに、学生の商店街との関わりを促進するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・プランの募集内容に、「地域産品を使った新商品開発又は地域の文化や芸術等を活用した新しい取り組み」という必須項目を追加 ・26年度は商店街振興に対するこれまでの実施事業内容と成果を総括的に評価した上で、見直しを検討 		

事業名	個性的商店街づくり推進事業	事業期間	平成 20 年度～平成 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	商店街	現状・課題	地域商業を取り巻く環境が厳しさを増している中、商店街は地域資源の活用や域外への情報発信等による商店街活性化の必要性を認識しているが、資金やノウハウが不足しており、積極的な取組が図られていない。
	意図	住民ニーズや地域の特色を活かした個性的なものにする		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
個性的商店街づくり研究会事業	研究会の開催(1団体)	直接補助	商店街等商業関係団体	総コスト	7,756	6,719	6,654	8,534
個性的商店街づくり支援事業	魅力ある個店づくりや個性ある商店街づくりに対するソフト事業補助(6団体)	直接補助	商店街等商業関係団体	事業費	2,756	1,719	1,654	4,534
商業実践アドバイザー派遣事業	意欲ある商店街のチャレンジ活動に、実践的なアドバイザーを派遣(1団体)	直接補助	商店街等商業関係団体	うち一般財源	2,756	1,719	1,654	4,534
				うち繰越額				
				人件費	5,000	5,000	5,000	4,000
				職員数(人)	0.5	0.5	0.5	0.4

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	それぞれの地域の特色を活かした取り組みやイベントを実施した結果、商店街への集客の向上が図られている。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			研究会の開催数(団体)	1	1			
			個性的商店街づくり支援数(団体)	3	6			
			商業実践アドバイザー派遣数(団体)		1			

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考
			目標値	6	7	6			
個性的商店街づくりを实践する商店街及び商業者グループ数(団体)	実績値		8	4	8			達成	
	達成率		133.3%	57.1%	133.3%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	県内各地の意欲ある団体が行う取組を選定し、商店街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。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
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)	商店街や商工会議所と連携し、研究会の会場費を抑えるなどの経費の削減を図っている。	970 千円/団体	832 千円/団体	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	商店街活性化には従来の取り組みに加え、広範囲からの集客促進に向けた新たな取り組みが必要とされているため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 汎用性は高いが抽象的であった認定要件を、より具体的に商店街振興に活用できるよう改正 26年度は商店街振興に対するこれまでの実施事業内容と成果を総括的に評価した上で、見直しを検討 		

事業名	商業・サービス業人材育成事業	事業期間	平成 15 年度～平成 年度	上位の施策名	商業・サービス業の振興
				担当課・局・室名	商業・サービス業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	商業・サービス業従事者	現状・課題	後継者不足が深刻化している商店街をはじめとした中小小売業を取り巻く環境は大変厳しい中にもかかわらず、社会経済の変化に柔軟に対応し、地域商業の活力向上に向けて中心となって取り組むスケールの大きい商業者が育っていない。
	意図	地域商業のリーダーを育成する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
21世紀商業創造スペシャリスト養成事業 豊の国商人塾25周年シンポジウム	「豊の国商人塾」の開催(6回開催) 全国各地で活躍する商人塾関係者や商業者、自治体関係者等が一堂に会したシンポジウム(1回開催)	直接補助	大分県商店街振興組合連合会	総コスト	5,709	5,709	6,721	4,709
		直接補助	大分県商店街振興組合連合会	事業費	2,709	2,709	3,721	2,709
				うち一般財源	2,709	2,709	3,721	2,709
				うち繰越額				
				人件費	3,000	3,000	3,000	2,000
		職員数(人)	0.30	0.30	0.30	0.20		

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	新たに35名が豊の国商人塾に入塾し、一年間のゼミナール等を通じて、地域商業リーダーとして必要な心得を習得した。また、25周年を記念したシンポジウムを開催したことで、卒業生も含めた多様なネットワークの構築が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			23年度	24年度	目標値	目標年度			
			公開ゼミナールの参加人数(人)	37	550				
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考
	卒業生の累計(人)	目標値	609	639	675	710		達成	
		実績値	609	645	680				
		達成率	100.0%	100.9%	100.7%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	県内全域を対象とした有意な商業・サービス業従事者の育成とネットワークづくりを図るためには、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・県商店街振興組合連合会及び塾生の会(卒業生の運営する組織)が商人塾を自主的に運営	22年度	24年度	総コスト/ 商人塾塾生数 (H22:30人、H24:35人)
			190 千円/人	192 千円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の縮小	方向性の判断理由	25周年シンポジウムが終了したため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 豊の国商人塾創立25周年を迎えた平成24年度は、「塾生の会」と25期生の塾生を中心に、全国から参加者を集めて、通常の公開ゼミナールを拡大した商人塾サミットを開催 平成25年度は通常規模のゼミナール、公開ゼミナールを開催 		