

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 / 15
国東七島イ生産体制整備促進事業	工業振興課	3 / 15
豊後大野さといも産地活性化推進事業	工業振興課	4 / 15
IT人材育成支援事業	情報政策課	5 / 15
街なかにぎわいプラン推進事業	商業・サービス業振興課	6 / 15
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	7 / 15
個性的商店街づくり推進事業	商業・サービス業振興課	8 / 15
商業・サービス業人材育成事業	商業・サービス業振興課	9 15
おおいたヘルスケア産業創出支援事業	商業・サービス業振興課	10 15
竹工芸品海外販路開拓事業	商業・サービス業振興課	11 15
県産品販路開拓支援事業	商業・サービス業振興課	12 / 15
フラッグショップ活用推進事業	商業・サービス業振興課	13 / 15
東アジアビジネス推進事業	商業・サービス業振興課	14 / 15
東九州海上物流拠点推進事業	商業・サービス業振興課	15 / 15

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	23年度	24年度	25年度	26(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	10,280	16,738	15,382	15,389
				事業費	5,280	11,738	10,382	10,389
				うち一般財源	5,280	11,738	10,382	10,389
				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、8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)	24年度	25年度	目標値	目標年度		
				14	8	14	30		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	9	11	13	15		達成	
		実績値	17	24	31				
		達成率	188.9%	218.2%	238.5%				

[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	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	25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	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			605 千円/件	496 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を実施 		

事業名	国東七島イ生産体制整備促進事業	事業期間	平成 25 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	工業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	国東七島イ	現状・課題	国内唯一の産地である国東地域の七島イ畳表は、生産体制の整備が遅れているため高い市場ニーズに応えられておらず、より高効率な製品供給体制の整備が求められている。
	意図	国東七島イ製品の生産体制を整備する		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
畳表全自動織機の機器整備 アドバイザー派遣	イ草用の全自動織機の七島イ向け改良（計4台） 織機の整備、製品のマーケティングやデザインの助言を得るため、専門家派遣を実施（計4回）	直接補助 直接実施	くにさき七島菫振興会 県	総コスト			5,246	
				事業費			3,246	
				うち一般財源			3,246	
				うち繰越額				
				人件費			2,000	
				職員数（人）			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	不具合による作業停止が多く生じる畳表の全自動織機を改良することで、生産効率の改善に繋がった。また、専門家を通じて製品の生産から販売にかけての助言を行うことで、生産者の育成を行った。	活動指標	指標名（単位）		事業の実績		最終目標		
					24年度	25年度	目標値	目標年度	
			整備織機数（台）			4			
			専門家派遣回数（回）			4			
成果指標	指標名（単位）	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成（年度）	評価	備考
	全自動織機1台に係る1日あたりの畳表生産数（枚）	目標値			10				25年度実績値がないのは、織機の本格運用開始が9月以降であるため。
		実績値							
		達成率							

[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	七島イは、かつて県内外のいたるところで栽培されていたものの、現在は国内で唯一の産地となった国東でも衰退傾向にあり、再生化に向けた生産体制整備、製品開発等に対し、県による支援が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	25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）	・工業高等専門学校と地場加工企業の連携を推進	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了（25年度末）	方向性の判断理由	織機の改良について、予定どおり単年度で完了したため
改善計画等			

事業名	豊後大野さといも産地活性化推進事業	事業期間	平成 25 年度～平成 27 年度	上位の施策名	ものづくり産業の振興
				担当課・局・室名	工業振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	中小企業者等	現状・課題	豊後大野市は県内有数のさといも産地（42ha）であり、葉たばこ転換の奨励を受け、面積は拡大見込み（23.5ha増加）であるが、生産者は出荷を個々で行っており、食品加工企業も育っていないことから市場価格のブレに対して脆弱で経営が安定しない。
	意図	さといも産地としてのブランドの確立		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
加工商品開発支援対策	商品企画開発、衛生・品質管理、展示会出展(4回)	間接補助	豊後大野市	総コスト			10,806	11,204
				事業費			806	1,204
				うち一般財源			806	1,204
				うち繰越額				
				人件費			10,000	10,000
				職員数(人)			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	さといもの加工品開発を担う地元の食品加工企業を選定するとともに、加工品の市場調査を実施し、食味調査や栄養分析を実施した。併せて、効果的なPRのための展示会の選定調査にも取り組んだ。						活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
										24年度	25年度	目標値	目標年度
								展示会出展(回)			4		
						加工用原料取扱い量(t)			10				
成果指標	指標名(単位)		達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(年度)	評価	備考			
	さといも加工品売上(千円)		目標値			5,000	25,000		達成				
			実績値			5,000							
			達成率			100.0%							

[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	市町村による実施が妥当	なし	

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	25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)	・農林水産部の品質の向上対策及び販売戦略の推進と併せて事業実施し、加工用原料の安定供給を確保	23年度	25年度	総コスト
				2	／
			千円/千円		成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	地元食品加工企業の育成は、緒についたばかりであり、商品開発支援の継続が必要であるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 平成26年度は、商品開発の可能性調査ではなく、具体的に商品を作り上げる支援を行い、トライ・アンド・エラーを試行 地域のブランドとして定着を図るために、市がまとめる振興策に対して、振興局と連携して助言 		

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、近年IT投資は減少しており、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	23年度	24年度	25年度	26(予算)	
おおいたIT人材塾 IT人材能力向上研修	セミナー、プレゼンテーション、グループワーク(全8回) プロジェクトマネジメント研修(2日間) 委託先：(公財)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	13,273	12,914
				事業費			3,281	3,273	2,914
				うち一般財源			3,281	3,273	2,914
				うち繰越額					
				人件費			20,000	10,000	10,000
				職員数(人)			2.00	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	県内IT技術者の交流によって、企業間連携ができ、SNSでの情報交換の活発化および仕事受注へつながったほか、学生においてはインターンシップ実施につながった。また、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。卒塾者による自主的なコミュニティの活動もみられた。						活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
	指標名(単位)		24年度		25年度			目標値	目標年度				
	IT人材塾の参加者(人)		41		48			50	26				
成果指標	指標名(単位)		達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(26年度)	評価	備考			
	IT人材塾の卒塾者数(人)		目標値		28	35	42	42	達成不十分	転勤や仕事の都合により、達成不十分となったが、卒塾基準(6/8回出席)を満たした者が29名となり、実数では24年度に比べ2名増となった。			
			実績値		27	29							
			達成率		96.4%	82.9%							

[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	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9.0%であり、経済波及効果も大きく、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	25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)	・欠席者に対するフォローとして、講座の動画をインターネットで配信し、受講者と同じ内容を後日受講できるようにしている。	24年度	25年度	総コスト / 成果指標の実数値
			862 千円/人	458 千円/人	

[総合評価]

方向性	廃止(25年度末)	方向性の判断理由	事業の再編を行い、より効果的な情報産業振興を図るため		
改善計画等	・引き続き、IT企業の人材育成支援が必要であるため、「おおいたIT人材塾」は、26年度から「情報産業振興事業」に組み入れて実施				

事業名	街なかにぎわいプラン推進事業	事業期間	平成 22 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	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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
街なかに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	商店街ににぎわいを創出するプランの公募（応募数23件） 採択プラン実行経費補助（一般枠2件、学生枠4件） 採択プラン運営委託（一般枠2件） 委託先：株式会社イーコンセプト NPO法人BEPPEU PROJECT	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	14,704	15,496	14,567	10,451
				事業費	8,704	9,496	8,567	4,451
				うち一般財源	4,055	3,937	4,176	4,451
				うち繰越額				
				人件費	6,000	6,000	6,000	6,000
				職員数(人)	0.60	0.60	0.60	0.60

※「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	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	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			採択したプランの数(件)	5	6	5	26	

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(26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	3,960			概ね達成	成果指標の目標値は、24年度からプラン公募の際に集客予測の項目を設け、設定している。
		実績値	4,651	4,372	3,711					
		達成率	100.5%	93.7%						

[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	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	25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	25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)	

[総合評価]

方向性	終了(26年度末)	方向性の判断理由	一定の成果が認められたため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 26年度から緊急雇用制度を廃止 26年度からプランを応募する際に、商店街からの同意書を提出することを公募要件に追加 事業開始を早めて事業効果を高めるため、26年度から募集期間及び審査期間を短縮 		

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 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	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]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
					コスト	23年度	24年度	25年度	26(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	6,753	5,896
					事業費	1,745	1,719	2,753	1,896
					うち一般財源	1,745	1,719	2,753	1,896
					うち繰越額				
					人件費	4,000	4,000	4,000	4,000
職員数(人)	0.40	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	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店舗がでてくるとともに、店主の意欲向上が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			24年度	25年度	目標値	目標年度			
			実地研修参加店舗数(店)	25	39	30	26		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(26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(%)	目標値	5	5	5	5			25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。24年度は4/24店舗が大幅に減少したため、平均値がマイナスとなった。
		実績値	3	-3					
		達成率	60.0%	-60.0%					

[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	25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)	・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	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,915		
			千円/%		

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	成果指標の売上高対前年増加率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 ・参加店舗によるグループ臨店指導 ・平成25年度にこれまで参加した店舗からなる「大分きりり会」を立ち上げ、相互の意見交換等を実施 		

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]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
個性的商店街づくり支援事業	商業実践アドバイザー派遣事業	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) 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(2団体)	直接補助	商店街等商業関係団体	コスト	23年度	24年度	25年度	26(予算)
					総コスト	6,719	6,654	6,889	10,280
					事業費	1,719	1,654	2,889	6,280
					うち一般財源	1,719	1,654	2,889	6,280
					うち繰越額				
					人件費	5,000	5,000	4,000	4,000
					職員数(人)	0.50	0.50	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	地域にある伝統や文化、歴史PRのための「妙林まつり」や、クイズを解きながら街中を回遊する「まちなかトレジャーハンティング」の開催など、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	
									24年度	25年度	目標値	目標年度
							研究会の開催数(団体)		1			
							個性的商店街づくり支援数(団体)		6	6		
					商業実践アドバイザー派遣数(団体)		1	2				
成果指標	指標名(単位)		達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(年度)	評価	備考		
	個性的商店街づくりを実践する商店街及び事業者グループ数(団体)		目標値	7	6	6	8		達成			
			実績値	4	8	8						
			達成率	57.1%	133.3%	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	25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)	・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経費を削減	23年度	25年度	総コスト
			1,680	861	/
			千円/団体	千円/団体	成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	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	・これまでの取り組みに加え、芸術文化ゾーン(大分県立美術館と大分県立総合文化センターを核とする地域)との連携を新たに追加するなど事業内容を拡充		

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	23年度	24年度	25年度	26(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」の開催(6回開催) 「商人塾キャラバン」の開催(2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	6,721	4,709	4,709
				事業費	2,709	3,721	2,709	2,709
				うち一般財源	2,709	3,721	2,709	2,709
				うち繰越額				
				人件費	3,000	3,000	2,000	2,000
職員数(人)	0.30	0.30	0.20	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28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。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			公開ゼミナールの参加人数(人)	550	54	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(年度)	評価	備考
	卒塾生の累計(人)	目標値	639	675	710	738		概ね達成	
		実績値	645	680	708				
		達成率	100.9%	100.7%	99.7%				

[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	25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(卒塾生の運営する組織)が商人塾を自主的に運営	23年度	25年度	総コスト/ 商人塾塾生数 (H23:36人、H25:28人)
			159 千円/人	168 千円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	商人塾キャラバンの事業効果を高めるため
改善計画等	・これまで各商店を対象に取り組んできた「商人塾キャラバン」の対象を、商店街単位に変更		

事業名	おおいたヘルスケア産業創出支援事業	事業期間	平成 25 年度～平成 27 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	中小企業	現状・課題	本県の豊かな温泉資源や、豊かな天然自然に育まれた食材などを活かしたヘルスケアを軸とした新たなサービス産業の創出に向けた機運の醸成が求められている。
	意図	健康ビジネスを創出する		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
研究会の開催	各専門家からなる健康ビジネス創出研究会を開催 研究会部会を3回開催 地域型サービス創出部会 委員8名 健康食普及部会 委員9名	直接実施	県	総コスト			11,747	12,001
				事業費			1,747	2,001
可能性調査に対する補助	健康ビジネスモデルの実現に向けて、可能性調査を実施する企業等を支援	直接補助	県内企業等	うち一般財源			1,747	2,001
				うち繰越額				
				人件費			10,000	10,000
				職員数(人)			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	大分県らしい健康ビジネスの創出に向けて、健康ビジネス研究会や可能性調査を実施し、今後、目指すべき方向性が示された。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			健康ビジネス創出研究会の開催回数		24年度	25年度	目標値	目標年度
						3	4	26

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	ヘルスツーリズムに取り組む地域数(地域)	目標値				1	3		達成
実績値					1				
達成率					100.0%				

[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	県内の地域資源や、民間企業の多種多様なサービスによる有機的な連携を図る必要があることから、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	25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	25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)	・研究会の開催を県庁会議室で開催することにより、経費を節減		11,747 千円/地域	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	具体的な健康ビジネスの創出を図るため
改善計画等	・平成25年度はどのような健康ビジネスがあるか調査し方向性を示すことが目的であったが、26年度はヘルスツーリズムの県内普及を推進		

事業名	竹工芸品海外販路開拓事業	事業期間	平成 25 年度～平成 27 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	大分の竹工芸品	現状・課題	経済産業省の伝統的工芸品に指定されている別府竹細工は、ライフスタイルの変化、安価な輸入品の流入などにより、取引額は減少し、県全体の竹産業の活力自体も失われつつある。
	意図	販路の拡大を図る		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
新製品(プロダクト品)の開発 米国での竹工芸品企画展の開催 補助 展覧会開催	米国市場に適合する新製品(プロダクト品)の開発 委託先：ニューヨーク近代美術館MoMAリテール日本担当 エージェント 米山 佳子氏 竹工芸品海外販路開拓事業補助金：運営費補助 県内竹工芸家等の作品展示・販売	全部委託	県	総コスト			11,800	11,800
				事業費			3,800	3,800
		うち一般財源						
		うち繰越額						
		人件費			8,000	8,000		
職員数(人)				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	米国で新製品の展示販売並びに県内竹工芸家等の作品展示を行い、国内外のブランドショップ等との取引が成立した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			24年度	25年度	目標値	目標年度			
			展示販売会実施回数(回)		2	3	27		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	販売金額(千円)	目標値			1,500	4,000	5,000	達成	
		実績値			3,500				
		達成率			233.3%				

[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	海外への販路開拓や継続的取引は、県による実施が最も効率的であり、他に代替可能な団体はない。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	25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)	・25年度からの開始事業であり、事業内容の殆どを民間委託や直接補助により実施	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
				3 千円/千円	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	成果指標の販売金額が初年度は大幅に目標をクリアしたため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・26年度は、新たなプロダクト品の開発、米国での竹工芸企画展の開催を計画 ・各取引先との商談、欧米でのパブリシティに関する取り組みを実施 		

事業名	県産品販路開拓支援事業	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	23年度	24年度	25年度	26(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	19,452	19,739	40,330	39,569
				事業費	4,452	4,739	15,330	14,569
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)	一部委託	県	うち一般財源	4,452	4,239	15,330	14,569
				うち繰越額				
イメージアップ事業	委託先：(公社)大分県物産協会 「OITA AGURU」のPR販売(5,444個) 全国誌掲載によるPR(料理通信)	一部委託	県	人件費	15,000	15,000	25,000	25,000
				職員数(人)	1.50	1.50	2.50	2.50

※「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118社、203名のバイヤーと県内79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2014」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			
			県産品求評・商談会出展事業者数(社)	24年度	25年度	目標値	目標年度		
				74	79				
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(年度)	評価	備考
	商談件数(件)	目標値	160	160	180	180		達成	
		実績値	221	238	203				
		達成率	138.1%	148.8%	112.8%				

[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	25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)	<ul style="list-style-type: none"> 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～) 	23年度	25年度	総コスト
			88	199	／
			千円/件	千円/件	成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(26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	<ul style="list-style-type: none"> 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 協賛、協力団体との業務分担の推進 25年度以降は、「県産品販路開拓事業」と「おおい県産品イメージアップ事業」を「県産品販路開拓支援事業」に統合 		

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]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
総合連絡調整 広報・情報発信	物産・人材育成	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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
					事業費	52,261	47,676	47,597	68,919
物産・人材育成	運営 内装等リニューアル事業	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	県	うち一般財源	40,261	35,676	35,597	56,919
					うち繰越額	40,261	35,676	35,597	56,919
					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)	24年度	25年度	目標値	目標年度						
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	10,500	11,000	11,000	10,000		達成不十分	景気は回復傾向にあるものの、坐来大分クラスの価格帯のレストランは来客数が低調な状態となっているため。		
		実績値	10,691	10,115	9,418						
		達成率	101.8%	92.0%	85.6%						

[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	①おおいたブランドの確立②大分の素材を活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	25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	23年度	25年度	総コスト
			5	5	／
			千円/人	千円/人	成果指標の実績値

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
日中経済協会上海事務所内駐在員配置 海外見本市等出展	東アジア地域へビジネスを展開する県内企業等を支援 おおいた产品展示商談会 in 湖北(5社、12商品) 委託先：(株)ネオマルスコーポレーション 日本の観光・物産商談会(台湾)(5社、6商品)、香港フードエキスポ(6社、14商品)、上海FHC CHINA(7社、12商品) 委託先：(公社)大分県物産協会 現地商社と連携したシンガポール「大分県銘品」フェア(21社、201商品)	直接実施 一部委託	県	総コスト	40,094	47,284	43,823	46,568
				事業費	30,094	37,284	33,823	36,568
				うち一般財源	26,005	29,228	33,661	36,568
				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	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、香港に加え、25年度はシンガポールの見本市等に出展し、売買契約が成立するなど、新しい販路の開拓ができた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			海外見本市出展者(社)		24年度	25年度	目標値	目標年度	
						19	44		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(年度)	評価	備考
	海外の見本市出品品目数(品目)	目標値	15	30	30	60		達成	
		実績値	18	51	245				
		達成率	120.0%	170.0%	816.7%				

[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	25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 ・現地商社等と連携した販売促進を実施	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			2,227 千円/品目	179 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 ・為替の状況や対日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 ・27年度以降の海外事務所事業のあり方の見直しについて検討 		

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	23年度	24年度	25年度	26(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 (25社)	直接実施	県	総コスト	18,314	18,780	18,400	13,780
				事業費	10,314	10,780	10,400	5,780
				うち一般財源	10,314	10,780	10,400	5,780
				うち繰越額				
				人件費	8,000	8,000	8,000	8,000
				職員数(人)	0.80	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	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が1,486TEU増加した。(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	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			ポートセールス訪問企業数(社)	77	25			

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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		35,300	36,350	37,400			達成不十分	目標値、実績値とも1月～12月実績
		実績値		32,200	31,176	32,662				
		達成率		91.2%	85.8%	87.3%				

[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	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利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	25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	25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)	・他事業で収集した情報を活用	569 円/TEU	563 円/TEU	総コスト / 成果指標の実績値

[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 27年度以降の東九州自動車道開通後の影響及び他港との連携を考慮したポートセールス活動について検討 		