

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基金運営事業	工業振興課	2 / 12
組込みシステム開発支援事業	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	(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	21年度	22年度	23年度	24(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 管理事業	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(1名)	直接補助	(財) 大分県産業創造機構	総コスト	9,894	9,974	10,280	17,573
				事業費	4,894	4,974	5,280	12,573
				うち一般財源	4,894	4,974	5,280	12,573
				人件費	5,000	5,000	5,000	5,000
				職員数(人)	0.50	0.50	0.50	0.50

[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	
		22年度	23年度	目標値	目標年度
助成事業を2回公募し、13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。	基金助成事業採択件数(件)	15	13	15	30

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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(件、累計)	目標値				9	11		達成	
		実績値	2	7	17					
		達成率			188.9%					

[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	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(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	23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 総コスト/ 成果指標の当該年度実績値 (H21:2件、H23:10件)
			21年度	23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)	・国の地域資源活用事業を活用し事業支援体制を充実	4,947 千円/件	1,028 千円/件	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	今後とも地域資源活用型事業を支援していく必要があるため
改善計画等	・商品開発から販路開拓まできめ細かな支援を実施		

事業名	組込みシステム開発支援事業	事業期間	平成 21 年度～平成 23 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	県内企業	現状・課題	組込み製品における不具合の原因はソフトウェアに起因するものが多く、開発の課題として品質の向上や生産性の向上、開発期間の短縮などがあげられており、高いスキルを持った組込みソフトウェア技術者の育成が重要となっている。
	意図	組込みソフトウェア技術者を育成する		

[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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
技術研修	組込みソフトウェア技術者に対して、スキルアップを図る技術研修を開催(2回 受講者20団体24名) 委託先：(財)福岡県産業・科学技術振興財団	全部委託	県	総コスト	15,844	12,309	11,383	
				事業費	5,844	2,309	1,383	
				うち一般財源	5,844	2,309	1,383	
品質向上支援	組込みシステム開発を行っている企業等に対して、高品質な開発を実現するために、コード解析ツールによる支援を実施(2回 1社8名)	直接実施	県	人件費	10,000	10,000	10,000	
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	

[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	
		22年度	23年度	目標値	目標年度
スキルアップ研修には、組込み開発を手がけている企業、当該産業への参入を期待するIT企業やものづくり企業など、のべ24名が受講した。また、開発品質の向上に関しては、産業科学技術センターに導入したコード解析ツールを使った企業への支援を実施。これらの取り組みにより、県内の組込み分野の促進が図られた。	組込み技術者スキルアップ研修(人)	23	24		
	組込みスキル標準導入研修(人)	33			
	コード解析ツールによる技術支援(人)		8		

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(23年度)	評価	備考	
			目標値	50	30	30				30
			実績値	72	56	32				32
			達成率	144.0%	186.7%	106.7%				106.7%

[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	民間団体による実施が妥当	なし	当事業は、組込み開発を手がけている企業、組込み分野への参入を期待する地場IT企業やものづくり企業への支援を目的として技術研修等を実施してきたが、組込みソフトウェア技術者の育成や企業間の連携など、事業に一定の効果が得られたため、今後は、各企業における継続的な取り組みが妥当である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23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
			21年度	23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)	・組込みソフトウェアの技術研修は民間に委託	220 千円/人	356 千円/人	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(23年度末)	方向性の判断理由	事業に一定の成果が得られたため
改善計画等			

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おり、商店街の意欲的な事業者が行う消費者ニーズに適応した店づくりを促進する必要がある。
	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				
				21年度	22年度	23年度	24(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	7,246
				事業費			1,745	3,246
				うち一般財源			1,745	3,246
				人件費			4,000	4,000
				職員数(人)			0.40	0.40

[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	
		22年度	23年度	目標値	目標年度
個店経営研修を通じて商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改善等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	30	25

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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(%)	目標値				5	5			5
		実績値				12				
		達成率				240.0%				

[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	23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
			21年度	23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		479	総コスト / 成果指標の実績値
				千円/%	

[総合評価]

方向性	見直し(24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 ・25年度は、他の商店街振興策との体系的整理が必要 		

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 24 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。こうした商品では訴求力が弱いため、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につなげる必要がある。
	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				
				21年度	22年度	23年度	24(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 （発掘商品数30、ギフト2種類開発） 委託先：民間企業 販路開拓・拡大の補助 委託先：民間企業 （県内外小売店バイヤー等延べ約250社（者）への調査） 坐来・アマゾン通販の開始 委託先：民間企業	全部委託	県	総コスト		30,785	29,304	19,386
				事業費		20,785	19,304	9,386
情報発信の強化	雑誌によるPR（2誌） 委託先：民間企業 読者イベントの開催（参加者21名） 委託先：民間企業	全部委託 全部委託 一部委託	県	うち一般財源		9,746	7,325	9,386
				人件費		10,000	10,000	10,000
				職員数（人）		1.00	1.00	1.00

〔事業の成果等〕

事業の成果	指標名（単位）	達成度	事業の実績				最終目標	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
昨年度開発された「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2,400個に対して、2,333個販売され概ね目標を達成するとともに、要望の多かった箱詰めされたギフト商品も開発した。この結果、年間を通じて各種メディアに取り上げられ（昨年6件→今年30件）、県産品のイメージアップの向上が図られた。	活動指標							
	商品調査数（個）		173	23	100	24		
	メディア掲載数（回）		6	30	30	24		

成果指標	指標名（単位）	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 （24年度）	評価	備考
	「OITA AGURU」 販売数（個）	目標値			200	2,400	3,400		
	実績値			316	2,333				
	達成率			158.0%	97.2%				

〔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	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	23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	23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）	・商品発掘、開発の補助について緊急雇用制度を活用	97 千円/個	13 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（24年度）効率化の推進	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	・民間主体の儲ける仕組みづくりを促進		

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・開催する必要がある。
	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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
県産品求評・商談会開催 県産品商品評価・試験販売事業 百貨店・量販店との連携事業	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) 加工食品の商品評価と試験販売 委託先：民間企業 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(4社) 委託先：県物産協会	直接実施 全部委託 一部委託	県	総コスト	18,822	19,423	19,452	20,409
				事業費	8,822	4,423	4,452	5,409
				うち一般財源	8,822	4,423	4,452	5,409
				人件費	10,000	15,000	15,000	15,000
				職員数(人)	1.00	1.50	1.50	1.50

[事業の成果等]

事業の成果	東京・大阪・福岡等の都市圏から104社、178名の百貨店等のバイヤーと県内91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2012」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。						指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
	活動指標						県産品求評・商談会出展事業者数(社)		22年度	23年度	目標値	目標年度
									91	91		
成果指標	指標名(単位)		達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考		
	商談件数(件)		目標値	120	140	160	160		達成			
			実績値	146	300	221						
			達成率	121.7%	214.3%	138.1%						

[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	23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(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～)				21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
		・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削減(H20～)				129 千円/件	88 千円/件	
		・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～)						

[総合評価]

方向性	見直し(24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	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と、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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
総合連絡調整 広報・情報発信 物産・人材育成 運営	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：民間企業 坐来大分スタッフの研修 委託先：民間企業 県産食材調査や生産現場指導 委託先：民間企業 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：民間企業 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 一部委託 一部委託 一部委託 全部委託 直接実施	県	総コスト	61,163	51,240	52,261	47,850
				事業費	41,163	39,240	40,261	35,850
				うち一般財源	41,163	39,240	40,261	35,850
				人件費	20,000	12,000	12,000	12,000
				職員数(人)	2.00	1.20	1.20	1.20

[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		
			情報誌等無料掲載回数(回)	84	119	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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	11,756	10,774	10,500	11,000		達成	
		実績値	10,332	10,274	10,691				
		達成率	87.9%	95.4%	101.8%				

[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	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の広範な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	22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	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			6 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	坐来大分を通じた食のブランド化は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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
ジェトロ上海センター内駐在員配置	中国ビジネスを展開する県内企業等を支援 (23年度活動実績92件)	直接実施	県	総コスト	37,793	38,988	40,094	48,700
日本商品直送 in 中国出展	中国上海市での見本市に出展(参加企業4社) 委託先：(社)大分県物産協会			事業費	27,793	28,988	30,094	38,700
日本全国うまいものフェア参加	バンコクでの展示即売会に参加(参加企業3社)			うち一般財源	26,185	25,944	26,005	34,467
				人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.00

[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			
		22年度	23年度	目標値	目標年度				
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。中国市場については、輸入規制のためフェアにかえ、見本市を開催した。食品だけでなく宝飾品の売買も成立したほか、インターネット販売も行われた。タイについても新製品の菓子を販売するとともに甘藷(かんしょ)の定期的な取引が行われている。	活動指標 中国見本市出展者(社)	13	4						
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考
	中国の見本市出品品目数(品目)	目標値	15	15	15	30		達成	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
		実績値	15	32	18				
		達成率	100.0%	213.3%	120.0%				

[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	23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、インターネット販売支援を民間に委託	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			2,520 千円/品目	2,227 千円/品目	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	輸出量の安定と拡大のためには、継続的な取組と地域の拡大が必要であるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・24年度からは中国、タイに加え韓国、香港における見本市に出展 ・24年度からは個人取引の促進のため海外向けインターネット販売を支援(緊急雇用制度を活用) ・24年度からは小売業だけでなく、アジア各国で人気の高い日本食レストラン、居酒屋等の飲食業界への業務用食品の販路開拓 		

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	21年度	22年度	23年度	24(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128社)	直接実施	県	総コスト	14,398	13,302	18,314	20,442
				事業費	4,398	4,302	10,314	12,442
				うち一般財源	4,398	4,302	10,314	12,442
				人件費	10,000	9,000	8,000	8,000
				職員数(人)	1.00	0.90	0.80	0.80

[事業の成果等]

事業の成果	東日本大震災や円高の影響により、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2,143TEU減少したが、新設した輸入コンテナ補助金制度により、1,400本以上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	
							22年度	23年度	目標値	目標年度		
							ポートセールス延べ訪問企業数(社)	70	128			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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	33,463	34,000	35,300	36,350		概ね達成	目標値、実績値とも1月～12月実績			
		実績値	28,688	34,343	32,200							
		達成率	85.7%	101.0%	91.2%							

[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	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必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23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	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			502 円/TEU	569 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	街なかにぎわいプラン推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 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必要がある。
	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				
				21年度	22年度	23年度	24(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21件) 採択プラン実行経費補助(一般枠2件、学生枠2件) 採択プラン運営委託(一般枠2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	14,703	25,930
				事業費		5,567	8,703	19,930
				うち一般財源		3,679	4,054	4,758
				人件費		7,000	6,000	6,000
				職員数(人)		0.70	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、トマト料理提供店舗の開設等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		
			22年度	23年度	目標値	目標年度			
			採択したプランの数(件)	4	4	5	24		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(24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							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				
		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	広く一般や学生から斬新なアイデアを募集・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	23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	23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(24年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	若者の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	・学生枠の採択件数を増(2件→3件以内)		

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	郊外大型店に客足が集中する中で、商店街は大型店にはない地域ニーズに適合した魅力ある個店・商店街づくり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、先進事例を学ぶ研究会や集客イベントの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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
個性的商店街づくり研究会事業 個性的商店街づくり支援事業	研究会の開催 (1団体) 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 (3団体)	直接補助	商店街等商業関係団体	総コスト	4,730	7,756	6,719	9,034
				事業費	1,730	2,756	1,719	4,034
				うち一般財源	1,730	2,756	1,719	4,034
				人件費	3,000	5,000	5,000	5,000
				職員数(人)	0.3	0.5	0.5	0.5

[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	
			研究会の開催数(団体)	個性的商店街づくり支援数(団体)	22年度	23年度	目標値	目標年度
					2	1		
					4	3		

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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商業者グループ数(団体)	目標値		3	6	7	6		著しく不十分
実績値			4	8	4				
達成率			133.3%	133.3%	57.1%				

[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	23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
			21年度	23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。	1,183	1,680	総コスト / 成果指標の実績値
			千円/団体	千円/団体	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の縮小	方向性の判断理由	国事業との役割分担を図るため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 国の事業の積極的活用を推進 振興局と連携を図って、事業の周知、商店街のニーズの情報収集に努め、取り組みを促進 25年度は、他の商店街振興策との体系的整理が必要 		

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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
21世紀商業創造スペシャリスト養成事業 商人塾公開ゼミナール開設事業	「豊の国商人塾」の開催 (6回開催) 塾生以外の商業者向けの公開ゼミナールの開催 (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	5,709	9,731
				事業費	2,709	2,709	2,709	3,731
				うち一般財源	2,709	2,709	2,709	3,731
				人件費	3,000	3,000	3,000	6,000
				職員数(人)	0.30	0.30	0.30	0.60

[事業の成果等]

事業の成果	新たに37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やノウハウを習得するとともに、多様な業種の塾生間ネットワーク化が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			豊の国商人塾塾生数(人)	30	37	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考
	卒塾生の累計(人)	目標値	581	609	639	676		達成	
		実績値	579	609	646				
		達成率	99.7%	100.0%	101.1%				

[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	23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)	・商人塾を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)が自主的に運営	21年度	23年度	総コスト / 商人塾塾生数(H21:28人)
			204千円/人	154千円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	人材の育成には継続的な取組みが必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 豊の国商人塾創立25周年を迎える平成24年度は、「塾生の会」と25期生の塾生を中心に、公開ゼミナールを拡大した商人塾サミットを開催することにより、幅広い商業者ネットワークを構築し、翌年度以降の塾生数の拡大を推進 ※但し、商人塾サミットは平成24年度のみ 		