

施策評価調書(24年度実績)

施策コード Ⅱ-2-(5)

| | | | | | | |
|------|-----|----------------|-------|-------|---------|----|
| 政策体系 | 施策名 | 商業・サービス業の振興 | 所管部局名 | 商工労働部 | 長期総合計画頁 | 95 |
| | 政策名 | 活力を創造する商工業等の振興 | 関係部局名 | 商工労働部 | | |

【Ⅰ. 主な取り組み】

| 取組No. | ① | ② | ③ | ④ |
|-------|-------------|-------|---------|-------------|
| 取組項目 | 商業・サービス業の振興 | 物産の振興 | IT産業の振興 | 国際海上物流拠点の強化 |

【Ⅱ. 目標指標】

| 指 標 | 関連する取組No. | 基準値 | | 24年度 | | | 25年度 | 27年度 | 目標達成度(%) | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------------------|-----|-----|--------|--------|--------|--------|--------|----------|----|----|-----|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | 年度 | 基準値 | 目標値a | 実績b | b/a | 目標値 | 目標値 | 25 | 50 | 75 | 100 | 125 | | | | | | | | |
| i | 地域商業の活性化事業に取り組む商店街・商業者グループ数(団体) | ① | H23 | 7 | 14 | 14 | 100.0% | 21 | 35 | | | | | | | | | | | | |
| ii | 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) | ② | H20 | 0 | 11 | 24 | 218.2% | 13 | 17 | | | | | | | | | | | | |
| iii | 大分港大在コンテナターミナル貨物取扱量(TEU/年) | ④ | H16 | 27,289 | 36,350 | 31,176 | 85.8% | 37,400 | 38,000 | | | | | | | | | | | | |

【Ⅲ. 指標による評価】

| 評価 | 理 由 等 | | | | | | | | | | | | | | | 平均評価 | |
|-----|-------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|------|------|
| i | 達成 | 外部からの斬新なアイデアを取り入れた商店街の賑わいづくり、さらには意欲のある事業者やグループが知恵を絞り、創意工夫で進める個性的商店街づくりや魅力ある個店づくりなどの取組を支援し、目標値を達成した。 | | | | | | | | | | | | | | | 概ね達成 |
| ii | 達成 | 地域資源を活用し事業展開を行う企業に対し、研究開発や展示会出展への助成、セミナーの開催などの支援を行い、目標値を達成した。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| iii | 達成不十分 | 前年に比べ取扱量は減少しているが、外貿の輸出・輸入ともに増加している。目標値に対しては、円高の影響等により伸び悩んだため、達成不十分となった。 | | | | | | | | | | | | | | | |

【Ⅳ. 指標以外の観点からの評価】

| 取組 No. | 指標以外の観点からの評価 |
|--------|--|
| ① | ・商店街の個店及び商店街全体の商業集積としての魅力向上を図ることができ、商店街への誘客が図られた。 ・地域商業・サービス業をリードする人材を育成するため「豊の国商人塾」を開催した。(ゼミナール5回、25周年シンポジウム1回) |
| ② | ・(公財)大分県産業創造機構では、全国規模の展示会への出展を支援し、バイヤーなど多くの方々に県産品をPRした。 ・バイヤーとの商談や消費者の反応をリサーチする場を創出することにより、生産者のレベルアップと県産品の販路開拓が図られた。 ・大分フェア、求評・商談会を開催し、県内企業とバイヤーとの商談の場を設けることにより、販路開拓、拡大が図られた。 ・海外の見本市へ出展することにより、県産品の海外への販路開拓・拡大の足掛かりができた。 |
| ③ | ・IT関連技術者を対象に「おおいたIT人材塾」を開催し、セミナー及びプレゼンテーション研修を10回開催した。また、開発管理者向け開発プロセス等改善研修を2回開催した。 |
| ④ | ・延べ100社を超えるポートセールスを昨年度に引き続き実施し、可能性の高い企業への効率的な訪問を行った。 |

【Ⅴ. 施策を構成する主要事業】

| 取組 No. | 事業名(24年度事業) | 事業コスト(千円) | 25年度の実施状況 | 主要な施策の成果掲載頁 |
|--------|------------------|-----------|-----------|-------------|
| ① | 商店街魅力ある店づくり支援事業 | 5,719 | 継続 | 137 |
| | 街なかにぎわいプラン推進事業 | 15,496 | 継続 | 138 |
| ② | おおいた県産品イメージアップ事業 | 19,365 | 継続 | 139 |
| | 東アジアビジネス推進事業 | 47,284 | 継続 | 140 |
| ③ | IT人材育成支援事業 | 23,281 | 継続 | 136 |
| ④ | 東九州海上物流拠点推進事業 | 18,780 | 継続 | 141 |

【Ⅵ. 施策に対する意見・提言】

○第2回「安心・活力・発展プラン2005」推進委員会(H24.10)
・商店街については補助金を出しても売上が増えないというが、どれだけ人が来たかが重要。空スペースをコミュニティスペースとして活用したら良い。

【Ⅶ. 総合評価と今後の施策展開について】

| 総合評価 | 施策展開の具体的内容 |
|------|--|
| B | <ul style="list-style-type: none"> ・商店街が抱える諸課題に対応するため、引き続き、商店街の活性化や賑わいづくりへの支援に加え、魅力ある個店づくり研修に取り組む商店街を支援し、商店街の活性化と個店の売上向上を図るとともに、適宜アドバイザーを派遣するなどし、商店街の自主的な取組をフォローアップしていくものとする。 ・大消費地へのマーケットインを図るため、情報発信力を併せ持つ首都圏・関西圏等で活躍する商品の専門家のアドバイスを受け商品開発を行う。 ・首都圏の情報発信力の高い小売店内にて、厳選した県産品を販売することにより大分県全体のイメージアップを図る。 ・大分フェアや商談会を開催することで、県内の生産者と首都圏、関西、福岡の量販店のバイヤーとの接点を設け、県産品の販路開拓を継続する。 ・海外への販路開拓に意欲ある県内業者の掘り起こしと、見本市出展者へのフォローアップを図り、継続的な取引ができるようにする。 ・これまでに蓄積された訪問記録をもとに、より効果的・効率的なポートセールスを実施する。 |