

施策評価調書(5年度実績)

					施策コード	Ⅱ-2-(2)		
政策体系	施策名	商業の活性化とサービス産業の革新	所管部局名	商工観光労働部			長期総合計画頁	87
	政策名	活力と変革を創出する産業の振興	関係部局名	商工観光労働部				

【Ⅰ. 主な取り組み】

取組No.	①	②
取組項目	多様化するニーズに対応した 商業・サービス業の振興	県産品の販路開拓・拡大による 物産振興

【Ⅱ. 目標指標】

指 標	関連する 取組No.	基準値		5年度			6年度	目標達成度(%)														
		年度	基準値	目標値	実績値	達成度	目標値	25	50	75	100	125										
i	①	H25、26 平均	30	57	57	100.0%	60															
ii	①	H23	309	393 (R2)	375 (R2)	95.4%	393 (R2)															

【Ⅲ. 指標による評価】

評価	理 由 等		平均評価
i	達成	販路開拓やトレンドを捉えた新商品の開発、業務効率化等、生産性の向上につながる取組を積極的に支援したことにより、目標値を達成した。	達成
ii	概ね達成	県産品の商談会等販路開拓に取り組み、またデータ等を活用した情報発信など生産性向上を図ったことで、目標値を概ね達成した。なお、サービス産業の労働生産性は、国が5年に1度行う経済センサスに基づく指標であり、R5年度の実績値は直近のR2年度実績の数値を記載している。	

【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	<ul style="list-style-type: none"> ・商業・まちづくりの分野で活動する次代を担う人材を幅広く対象とする研修を6回行い、交流・学びの場を提供した。 ・商店街を活用して地域課題を解決したい民間事業者とそのアイデアに取り組みたい商店街とのマッチングを2件支援し、民間事業者と商店街との関係性構築の契機を図ることができた。 ・地域の事業者と高校生でデジタルマーケティングを学ぶ「Googleマップ活用スクール」を6地域で開催し、事業者の8割以上が今後も活用できそうと答えるなど、事業者のデジタル活用意識が高まった。 ・第4弾となるプレミアム商品券発行支援により、全市町村で計132億円（プレミアム分を含む総額）を発行するなど、個人消費の下支えを行った。
②	<ul style="list-style-type: none"> ・フラッグショップ（坐来大分）を活用した出張販売や、展示会等を通じた県産品のPRにより、県外の認知度向上の取組を推進した。 ・海外の販路開拓では、越境ECやバイヤーとの商談会を活用したファーストステップ支援を実施した結果、新たに14社が本格的な取組を開始した。また、試飲・試食マーケティングや海外サポート補助金を通じ、事業者の海外展開準備を支援した。 ・商談機会確保のため、大都市圏のバイヤーとのオンライン商談会や、大都市圏等からバイヤーを招く展示商談会を開催したほか、大分フェアへの出展支援を通じ、取引機会と商品改良に向けた意見を得る機会を創出し、県内メーカーのレベルアップを図った。 ・公募により選定した10社の商品について、県産品の商品力向上を図るためのリブランディングを実施し、商品価値を高めた。

【Ⅴ. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(5年度事業)	事務事業評価	
		成果指標の達成率(%)	掲載頁
①	地域商業・コミュニティ機能活性化推進事業	105.0	212
	飲食店等デジタルマーケティング活用支援事業	108.5	212
	地域消費喚起プレミアム商品券支援事業	—	213
②	県産品販路拡大サポート事業	457.1	213
	フラッグショップ活用推進事業	103.6	213
	県産加工食品海外展開サポート事業	140.0	214

【Ⅵ. 施策に対する意見・提言】

<p>○大分県新長期総合計画策定県民会議 第2回元気部会(R5.11)</p> <p>・企業が海外への販路拡大に乗り出す際に、実際に海外で売れるのかを判断してもらえるようなテストマーケティングの機会をつくることも重要だと思う。</p>

【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
A	<ul style="list-style-type: none"> ・地域のコミュニティ機能の持続的発展のため、引き続き「まちづくり」を実践する人材の育成や商店街と民間事業者とのマッチング支援を行う。 ・サービス産業の労働生産性の向上に向けては、Web上の情報の質・幅を担保するためのデジタルマーケティング支援を行うことで、個店の売上向上と持続可能な地域商業の実現を目指す。 ・物産振興では都市圏のバイヤーとの商談会を開催するとともに、おんせん県おおいた応援店との連携を強化し、スーパー等でのフェア開催を通じ、県産品のPRと情報発信を促進する。また、拡大するEC市場に対応するため、県公式オンラインショップを活用した県産品販売を行う。 ・海外における販路開拓では、ジェトロ大分や大分県貿易協会等の関係機関との連携を強化し、国・地域別のバイヤー商談会の実施、海外展開経費への助成等を一丸となって切れ目ない支援を行う。また、県内の加工食品輸出高の約6割を占める酒類の更なる販路開拓に向け、九州各県と連携し、米国や香港で大分県産酒のプロモーションを実施する。 ・フラッグショップ（坐来大分）の活用では、物価高騰の影響を注視しながら、レストランやギャラリーを活用したイベントの開催や広報による効果的な集客を図り、フラッグショップのさらなる活用と情報発信機能の強化に努める。 ・リブランディングを実施した県産品等を、デスティネーションキャンペーン期間中に大分駅で宣伝・販売したほか、大分空港など県内各地で販売を実施する。