

事業名	地域商業維持支援事業	事業期間	平成 20 年度～平成 24 年度	上位の施策名	商業・物産・サービス産業の振興
				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	地域の商店	現状・課題	旧町村部等を中心に、過疎化や高齢化に伴う購買力の低下により小売店舗の減少が進んでおり、住民ニーズにマッチした宅配サービスなどの拡大が望まれている。
	意図	住民ニーズに対応した商業機能を維持する		

[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					
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	24(実績)	
商工会等の宅配サービス事業費補助	商工会等が宅配サービス事業を実施するための体制を整備し、注文のあった商品を利用者に配達する経費を助成	間接補助	市町村	総コスト	9,099	10,430	7,785	5,849	
				事業費	3,099	4,430	3,785	1,849	
				うち一般財源	3,099	4,430	3,785	1,849	
				人件費	6,000	6,000	4,000	4,000	
				職員数(人)	0.60	0.60	0.40	0.40	

[事業の成果等]

事業の成果	地域が協働して宅配サービス事業に取り組むことで、宅配事業に加盟している商店の売上の増加と商業機能の維持が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			支援を実施した旧町村部等の累計(カ所)	8	9	10	24	

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考	
	宅配サービス事業の延べ利用件数(件)	目標値				4,480	1,860			
		実績値			3,268	3,648				達成不十分
		達成率				81.4%				

[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	地域の実情に応じた体制整備には市町村の主体的取組が不可欠であるが、立ち上がりは加盟店の手数料や利用者の年会費だけでは宅配サービス事業の経費を賄いきれないため、県の支援が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	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
			21年度	22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)	・事業開始から3年を経過した地域については補助を終了し、市町村事業・民間事業に移行	3 千円/件	2 千円/件	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の縮小	方向性の判断理由	過疎対策事業債等の活用により市町村が主体的に取り組む環境が整ったため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・宅配サービス事業者及び市町村に広報活動の強化等サービスの利用件数増加への取組を指導 ・新規採択の終了 ・市町村等の主体的な取組を促進するため宅配事業に関する研修会を開催 		

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・物産・サービス産業の振興
				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				
				20年度	21年度	22年度	23(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商品発掘・開発 (発掘商品数173、開発商品数20) 委託先：民間企業 商品発掘・開発の補助 委託先：民間企業 (商品調査：道の駅21、里の駅29、県内事業者約400社) 坐来大分ホームページの改修 委託先：民間企業	全部委託	県	総コスト			30,785	31,516
		全部委託		事業費			20,785	21,516
情報発信の強化	雑誌によるPR(2誌) 委託先：民間企業 サロンの開催(参加者32名) 委託先：民間企業	全部委託	県	うち一般財源			9,746	9,537
		全部委託		人件費			10,000	10,000
		一部委託		職員数(人)			1.00	1.00

[事業の成果等]

事業の成果	1社では難しい首都圏向けの商品について、「OITA AGURU」という統一ロゴによりブランド化し、小型化した商品を詰め合わせることで商品価値を高め新商品として大分空港や大分駅などで発売した。(17社20商品)この結果、各種メディアに取り上げられ、月200個の販売目標に対して、316個販売されるなど、県産品のイメージアップの向上が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			商品調査数(個)		21年度	22年度	目標値	目標年度	
			メディア掲載数(回)			173			
						6			
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(24年度)	評価	備考
	商品販売数(個)	目標値			200	2,400	2,400	達成	
		実績値			316				
		達成率			158.0%				

[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	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	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)	・商品発掘、開発の補助について緊急雇用制度を活用	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
				97 千円/個	

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	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"> ・県産品展示即売会の開催など商品改良、販路開拓への取組を強化 ・サロン開催数の増加 ・メディア向け「プレゼン食味会」の開催 		

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・物産・サービス産業の振興
				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	20年度	21年度	22年度	23(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
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	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(2社) 委託先：県物産協会	全部委託 一部委託	事業費	5,724	8,822	4,423		5,203
			うち一般財源	5,724	8,822	4,423		5,203
			人件費	10,000	10,000	15,000		15,000
			職員数(人)	1.00	1.00	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77社、142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2011」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)						21年度	22年度	目標値	目標年度	
								72	91			
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考			
	商談件数(件)	目標値	100	120	140	160		達成				
		実績値	125	146	300							
		達成率	125.0%	121.7%	214.3%							

[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	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	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	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～) ・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～)	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			126 千円/件	65 千円/件	

[総合評価]

方向性	見直し(23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"> ・約400社の総合スーパーや食品スーパー等が加盟する(社)新日本スーパーマーケット協会を通じてバイヤー招聘の協力を検討 ・県内金融機関と連携し、新たな出展事業者を発掘 		

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・物産・サービス産業の振興
				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				
				20年度	21年度	22年度	23(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 全部委託 直接実施	県	総コスト	60,937	61,163	51,240	52,388
				事業費	40,937	41,163	39,240	40,388
				うち一般財源	40,937	41,163	39,240	40,388
				人件費	20,000	20,000	12,000	12,000
				職員数(人)	2.00	2.00	1.20	1.20

[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	
		21年度	22年度	目標値	目標年度
人気TV番組をはじめ、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	情報誌等無料掲載回数(回)	62	84	

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23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		11,649	11,756	10,774	10,500			
		実績値		11,557	10,332	10,274				
		達成率		99.2%	87.9%	95.4%				

[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	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
			20年度	22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)	

[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・物産・サービス産業の振興
				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				
				20年度	21年度	22年度	23(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 (22年度活動実績114件)	直接実施	県	総コスト	37,995	37,793	38,988	43,075
中国上海向け輸出商談会	県に中国バイヤーを招へいし、県内企業との商談会を開催 (参加企業 31社)	直接実施		事業費	27,995	27,793	28,988	33,075
大分県フェア in 上海の開催	中国上海市の高級スーパーとの商談会・販促フェアを開催 (参加企業 25社) 委託先：中国のスーパー	一部委託		うち一般財源	26,557	26,185	25,944	33,075
九州物産展 in バンコク参加	バンコクでの九州物産展に参加 (参加企業 8社)	直接実施		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	中国市場については、新規輸出品の発掘から輸出量の拡大までバランスの取れた事業展開ができ、輸出品目の増加や定番商品化に繋がった。また、タイについても甘藷(かんしょ)の定期的な取引が開始され、今後の取引拡大が期待される。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			21年度	22年度	目標値	目標年度			
			中国商談会参加者(社)	14	31				
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考
	中国への新規輸出品目数(品目)	目標値	10	15	15	15		達成	
		実績値	35	15	32				
		達成率	350.0%	100.0%	213.3%				

[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	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	一部図っている(拡大可能)	・蓄積されたネットワークを活用し、多方面のバイヤーを低予算で招聘(H20～)	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,086 千円/品目	1,218 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	・大分県海外戦略に基づき、東アジアにおける県産品の販路拡大と定番商品化を促進		

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・物産・サービス産業の振興
				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	東南アジア・台湾・香港からのダイレクト航路がなく寄港便も少ないため荷主企業にとって不便である。既存航路を維持するとともに新規航路を誘致することなどによる、東九州における国際物流拠点としての機能強化が求められている。
	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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
ポートセールス	船会社を訪問し、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58社）	直接実施	県	総コスト	17,268	14,398	13,302	21,342
				事業費	7,268	4,398	4,302	13,342
				うち一般財源	7,268	4,398	4,302	13,342
				人件費	10,000	10,000	9,000	8,000
				職員数(人)	1.00	1.00	0.90	0.80

[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5,655TEU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		
			21年度	22年度	目標値	目標年度			
			ポートセールス訪問企業数(社)	60	58				
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23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	32,489	33,463	34,000	34,800		達成	
		実績値	31,737	28,688	34,343				
		達成率	97.7%	85.7%	101.0%				

[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	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	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	一部図っている(拡大可能)	・他事業で収集した情報を活用し効率化を図った	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			544 円/TEU	387 円/TEU	

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	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創設し、コスト競争力の強化と利便性向上により貨物取扱量の増加を図る 		

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・物産・サービス産業の振興
				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	地域資源を生かした取り組みなど、商店街自身による創意工夫ある取り組みに加え、従来の手法と異なる斬新なアイデアを持つ外部組織と協働することも商店街の活性化には有効である。
	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	20年度	21年度	22年度	23(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27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：NPO法人等	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	21,107
				事業費			5,567	15,107
				うち一般財源			3,679	4,522
				人件費			7,000	6,000
				職員数(人)			0.70	0.60

[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	
		21年度	22年度	目標値	目標年度
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、コミュニティ食堂の設置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	採択したプランの数(件)	4	4	24

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23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								この指標を選んだのは、プラン実施による誘客数がこの事業の成果を端的に示すものであるが、採択プランの内容により誘客数が異なるため目標の設定は困難である
		実績値			1,760					
		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	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
			20年度	22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)	・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		7 千円/人	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	外部と連携して実施したプランの事例を他地域に紹介し、取り組みを促進する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・実際の取組事例を周知することにより事業への取り組みを促進するため、第2次審査(公開プレゼンテーション)時に前年度採択事業の事例を発表 ・プラン公募の際に集客予測の項目を設けるなど成果指標の目標値設定を検討 		

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・物産・サービス産業の振興
				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	意欲ある商店街等においては、地域ニーズに適した魅力ある個店・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いるため行政の支援により先進事例を学ぶ研究会や実験的取組を推進する必要がある。
	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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
個性的商店街づくり研究会事業	研究会の開催 (2団体)	直接補助	商店街等商業関係団体	総コスト	5,519	4,730	7,756	9,184
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 (4団体)			事業費	2,519	1,730	2,756	4,184
商業実践アドバイザー派遣事業	実践的なアドバイザーの派遣 (2団体)			うち一般財源	2,519	1,730	2,756	4,184
				人件費	3,000	3,000	5,000	5,000
		職員数(人)	0.30	0.30	0.50	0.50		

[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、商店街の活性化が図られている。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			研究会の開催数(団体)		2			
			個性的商店街づくり支援数(団体)	4	4			
			アドバイザー派遣数(団体)		2			

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23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		2	3	6	7		達成	
		実績値		5	4	8				
		達成率		250.0%	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	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	一部図っている(拡大可能)	・県商店街振興組合連合会との共同により研究会を開催することで経費を削減	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,104 千円/団体	970 千円/団体	

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)効率化の推進	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	・新規事業「緊急雇用コミュニティ活動支援事業」の中で、国の事業の積極的な活用を推進		

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・物産・サービス産業の振興
				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	商店街の後継者不足が深刻化しているため、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事業者を育成し、さらに事業者間のネットワーク化を図る必要がある。
	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				
				20年度	21年度	22年度	23(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)	直接補助	大分県商店街振興組合連合会	総コスト	5,708	5,709	5,709	5,709
	塾生以外の事業者向けの公開ゼミナールの開催(1回開催)			事業費	2,708	2,709	2,709	2,709
				うち一般財源	2,708	2,709	2,709	2,709
				人件費	3,000	3,000	3,000	3,000
				職員数(人)	0.30	0.30	0.30	0.30

[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					
		21年度	22年度	目標値	目標年度				
新たに31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、塾生間のネットワーク化が図られた。	活動指標	豊の国商人塾塾生数(人)	28	31					
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考
		目標値	549	581	609	640			
	卒塾生の累計(人)	実績値	551	579	610			達成	
		達成率	100.4%	99.7%	100.2%				

[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	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	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
			20年度	22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	190 千円/人	184 千円/人	総コスト / 商人塾塾生数(H20:30人)

[総合評価]

方向性	現状維持	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のため
改善計画等	・卒塾生が立ち上げた「NPO豊の国商人塾」との連携強化により公開ゼミナール参加者拡大を推進		