

事業コード	1010101	政策コード	11	政策名	その他政策						
事業名	地域の事業者応援キャンペーン事業	施策コード	01	施策名	その他施策						
		指標コード	01	施策目標(指標)名	その他施策関連事業						
部局名	あきた未来創造	課室名	あきた未来戦略課	班名	企画班	(tel)	1232	担当課長名	信田 真弓	担当者名	佐藤 良
評価対象事業の内容											
1-1. 事業実施の背景（施策目標の達成のためになぜこの事業が必要であったのか） 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う休業要請・営業時間短縮などの影響により、県内の宿泊業、飲食業及び県産品販売業などのサービス業を中心に景況が著しく悪化していることから、県内における経済循環を促し、早急に県内経済を回復させる必要がある。				5. 前回評価における指摘事項等							
				指摘事項							
1-2. 外部環境の変化及び事業推進上又は完了後に明らかになった問題点 新型コロナウイルス感染症の影響は長期化しており、県内経済は現在も大きな影響を受けている。県では、低所得世帯への経済支援や観光関連産業等の支援を実施しているところであるが、地域経済や地元事業者に精通した地域振興局においては、これらの支援制度の情報提供や県民に寄り添った丁寧な相談対応が今後必要となる。				指摘事項への対応							
				6. 事業の内容 事業概要及び推進状況							
2. 住民満足度の状況(事業終了後に把握したもの) 満足度を把握した対象 ■ 受益者 ■ 一般県民（時期： 年 月） 満足度の把握方法 □ アンケート調査 □ 各種委員会及び審議会 □ ヒアリング □ インターネット ■ その他の手法（具体的に 販売促進への参加事業者及び売り上げ ） 満足度の状況 本事業に対して県内の事業者472社に参加いただき、販売促進を実施した結果、間接的な売り上げを含めて約1億5千3百万円の売上げに繋がった。				県内8地域振興局ごとに地元事業者を支援する県産品販売促進策を実施するほか、販売促進に向けた全県的なキャンペーンとして展開するため、PR用チラシ、新聞広告、専用ウェブサイト等により、各種広報媒体を活用したPRを実施する。							
				事業費等							
3. 事業目的（どういう状態にしたかったのか） 急激な売上げの減少に直面している宿泊業や飲食業は地場の経済との結び付きが強いことから、その利用や消費が進むことによって、土産品などの県産品販売業者など幅広い業種への経済波及効果が期待できるため、県内における経済循環を一層促す消費喚起を図るPR事業を実施し、県内経済の回復を図る。				単位（千円）							
				内 訳		当初計画事業費		最終事業費			
4. 目的達成のための方法 事業の実施主体 県 事業の対象者・団体 県内の宿泊業、飲食業、県産品販売業など、新型コロナウイルス感染拡大により影響を受けた事業者 達成のための手段 各地域振興局が商工団体等と連携し、地域の特色を活かした地場産品の商品企画から、購入者に対するインセンティブ（景品・特典）の設定、それらの販売促進活動などを行う取組 庁内で実施している消費喚起策等を含めた取組に關し、「応援プロジェクト」としてのキャンペーンの展開（特設サイトの開設、新聞全面広告、ポスター・チラシ作成による広報、SNSによる情報発信）				地域の事業者応援キャンペーン		15,013		14,122			
						0		0			
						0		0			
						0		0			
						0		0			
						0		0			
				事業費計		15,013		14,122			
				財 源 内 訳	国 庫 補 助 金		0		14,122		
県 債		0			0						
そ の 他		0			0						
一 般 財 源		15,013			0						
当初計画及び最終の事業費比較											
				最終事業費 / 当初計画事業費 =(0.94)							

7．事業の効果及び課題の改善状況 県内8地域において、地域の特色を活かした県産品の販売促進策（スタンプラリーやカタログ販売など）を実施。本事業に対して県内の事業者472社に参加いただき、販売促進を実施した結果、間接的な売り上げを含めて約1億5千3百万円の売上げに繋がった。										所管課の評価 評価結果	
有効性の観点	住民満足度の状況 ○ a ● b ○ c 【b又はcの場合の分析】 本事業に対して県内の事業者472社に参加いただき、販売促進を実施した結果、間接的な売り上げを含めて約1億5千3百万円の売上げに繋がったことから、一定の住民満足度が得られたものと考え。									○ A ● B ○ C	
	事業の効果 適用の可否 ○ 可 ● 不可 ○ a 達成率100%以上 ○ b 達成率80%以上100%未満 ○ c 達成率80%未満 【b又はcの場合の理由】 飲食業や宿泊業をはじめ、県内各地域の事業者などサービス業全般の消費喚起を図るキャンペーン事業のため、効果を把握することは困難である。一方で、本事業に対して県内の事業者472社に参加いただき、販売促進を実施した結果、間接的な売り上げを含めて約1億5千3百万円の売上げに繋がったことから、一定の事業効果が得られたものとする。										
	事業の経済性の妥当性 適用の可否 ○ 可 ● 不可 ○ a 1.0～ ○ b 0.8～1.0 ○ c ～0.8 $\left[\frac{\text{事業終了後の効果}}{\text{最終事業費}} \right] / \left[\frac{\text{当初計画時の効果}}{\text{当初計画事業費}} \right] =$ 【評価への適用不可、又はb、cの場合の理由】 本事業は、各地域での消費喚起や地元事業者への資金循環など、地域に身近な事業者を応援することが目的であるため、地域経済や地元事業者の状況等に精通した地域振興局が主導となって事業実施することで、効率的に取組を進めることができた。										評価結果 ○ A 1.0～ ● B 0.8～1.0 ○ C ～0.8
	効率性の観点										
指標	指標名								指標の種類	総合評価	
	指標式								○ 成果指標 ○ 業績指標		
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ○ 非該当										
	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	01年度	02年度	全体		
	目標a	0	0	0	0	0	0	0			
	実績b	0	0	0	0	0	0	0			
	a / b								0%		
データ等の出典											
把握する時期 ○ 当該年度中 月 ○ 翌年度 月 ○ 翌々年度 月											
指標	指標名								指標の種類	総合評価	
	指標式								○ 成果指標 ○ 業績指標		
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ○ 非該当										
	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	01年度	02年度	全体		
	目標a	0	0	0	0	0	0	0			
	実績b	0	0	0	0	0	0	0			
	a / b								0%		
データ等の出典											
把握する時期 ○ 当該年度中 月 ○ 翌年度 月 ○ 翌々年度 月											
指標を設定することができなかった場合の効果の把握方法											
指標を設定することが出来なかった理由 飲食業や宿泊業をはじめ、県内各地域の事業者などサービス業全般の消費喚起を図るキャンペーン事業のため、効果を把握することは困難である。											
成果(見込まれる効果) 本事業に対して県内の事業者472社に参加いただき、販売促進を実施した結果、間接的な売り上げを含めて約1億5千3百万円の売上げに繋がった。											
政策評価委員会意見											
評価結果の類似事業への反映状況等(対応方針)											

終了事業事後評価判定点検表

(様式5 - 1)

(1)各評価項目の判定基準

観 点	評価項目	判定基準		配点	1次	2次	評価結果	
ア有効性	一 住民満足度等の状況	a	住民満足度等を的確に把握しており、満足度も高い	2	1		A:有効性は高い (4点) B:有効性はある (1～3点) C:有効性は低い (0点)	
		b	住民満足度等を把握しているが、手法が的確でない又は満足度が高くない	1				
		c	住民満足度等を把握していない	0				
	二 事業目的の達成状況	a	目標値に対する達成率が全て100%以上	2	1		1次 2次	
		b	a、c 以外の場合	1				
		c	目標値に対する達成率のいずれかが80%未満	0				
	計			4	2		B	
イ効率性	一 事業の経済性の妥当性	a	当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値(注)が全て1.0以上	2	1		A:効率性は高い (2点) B:効率性はある (1点) C:効率性は低い (0点)	
		b	a、c 以外の場合	1				
		c	当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値のいずれかが0.8未満	0			1次 2次	
	計			2	1		B	

(注)事業経済性の算定式

$$\left(\frac{\text{事業終了後の効果} / \text{最終事業費}}{\text{当初計画時の効果} / \text{当初計画時事業費}} \right)$$

上式で、効果とは事業の効果を把握するために設定した指標の実績値をいう。なお累積の実績値を設定している場合は、前年度からの差し引きによる「単年度増加分」を実績値として用います。

(2)総合評価の判定基準

総合評価の区分	判 定 基 準	総合評価	
A (妥当性が高い)	全ての観点の評価結果が「A」判定の場合	B	
B (概ね妥当である)	総合評価結果が「A」又は「C」以外の場合		
C (妥当性が低い)	全ての観点の評価結果が「C」判定の場合		