

事業名	デザインセンター費			調査番号	69
細事業名	デザイン情報調査提供事業費	財務コード	228001		
担当部課室	産業労働 部 企業立地・支援 課 企業支援 担当 (内線)	4519			

I 事業の概要

実施期間	始期 不明 年度 ~ 終期 年度	
実施主体	県(直営)	
目的	だれ(何)を対象に	その対象をどのような状態にして
	本県中小企業のデザイナー及び企画担当者	産業デザインに関する最新の情報や広い知識を身につけ、デザイン開発力が向上する
結果、何に結びつけるのか	企業の製造品の高付加価値化から売上の向上	
内容	専門図書や学会誌、雑誌等を収集することに加え、全国のデザイン振興関係の展示会、学会等において最新の産業デザインに関する情報を収集するとともに、全国のデザイン振興機関と情報交換を実施する。これらの活動から得られた知見をもとに、①収集した図書・資料はデザインライブラリーとして公開、②企業の企画担当者等が新商品の発想に活用できる情報誌の作成配布、③技術相談や企業訪問時において情報の提示・活用、④さらに当センターで実施するセミナーや研修会でのテーマ設定や講師選定での活用など、様々な機会を通して最新適切な情報提供に努めている。	

II 事業の目標、実施状況等(事業実績及び成果の達成状況)

区分	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31(R1)年度	R2年度
活動指標	年間発行しているデザイン情報誌(6回)の配布数の合計(個別企業、関連組合、その他団体、商工指導団体、地場産業振興センター、商工会他)	目標	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080
		実績(見込)	1,182	1,188	1,188	1,110	1,074	1,080
		達成率	109.4	110.0	110.0	102.8	99.4	100.0
		達成区分	b	b	b	b	b	-
成果指標	収集した情報や知識を活用したデザイン支援により新製品企画に至った件数	目標	15	15	15	15	15	15
		実績(見込)	11	18	15	18	13	15
		達成率	73.3	120.0	100.0	120.0	86.7	100.0
		達成区分	c	a	b	a	b	-
決算(予算) 単位:千円		1,126	1,162	1,108	1,151	1,190	1,323	1,312

III 事業の評価(平成30年度の業績評価)

活動指標	b	評価	企業の企画担当部門等においてデザイン的な発想に活用出来る情報誌を、各月で毎月180カ所(年間延べ1080カ所)を目標に配布。
成果指標	b		産業デザイン情報の集約とともに、情報誌や技術相談、企業訪問等を活用して提供することにより、中小企業の製品開発におけるデザイン投資(発想)への重要性について理解と意識向上が図られ、デザイン開発力の向上につながっている。この事業による情報提供や技術支援を受けた企業が、実際の製品企画まで至った事例があり、意図した成果は上げているといえる。

・「活動指標、成果指標の達成率」から事業の活動量、成果に係る一次評価の考え方を記載すること。
 ・指標がない場合や指標を補足する必要がある場合には、指標によらない成果を用いて記載すること。

IV 見直しの必要性(令和2年度に向けた改善等の考え方)

見直しの必要性	判定	<input checked="" type="checkbox"/> 必要性が高い	<input type="checkbox"/> 必要性がある程度認められる	<input type="checkbox"/> 必要性が低い
	説明	<input type="checkbox"/> 社会経済環境の変化により、当該事務事業が解決すべき課題が増えている、増えることが予想される <input type="checkbox"/> 事業の拡大や充実を求める意見・要望が増えている <input type="checkbox"/> 法令等により、県が実施することが義務づけられている <input type="checkbox"/> 県が実施しないと、県民生活に深刻な影響が生じる <input checked="" type="checkbox"/> 民間が実施した場合、現在のサービス水準を維持することが、収益性や技術面で困難である。 <input type="checkbox"/> その他 ()		
有効性(成果向上)	判定	<input type="checkbox"/> 大幅な成果向上が可能	<input checked="" type="checkbox"/> 成果向上が可能	<input type="checkbox"/> 成果向上はあまり望めない
	説明	類似した製品やサービスが増える中、新しい発想で製品を考えたり、製品に差別化ポイントを付与したり、それらを商品の特長として消費者にアピールしなければならない。それには、最新のデザイン情報の収集及び公開が、有効な手段であり成果の向上が期待出来る。		
見直しの余地	判定	<input type="checkbox"/> 見直す余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 見直す余地がある程度ある	<input type="checkbox"/> 見直す余地がない
	説明	<input type="checkbox"/> 民間委託や指定管理者制度の活用など事業手法の見直しの余地がある <input type="checkbox"/> 業務の進め方や手続き(業務プロセス)を簡略化・簡素化する余地がある <input checked="" type="checkbox"/> サービスの対象、水準、内容を見直す余地がある <input type="checkbox"/> 実施体制(事業間・組織間の連携や事務分担など)を見直す余地がある <input type="checkbox"/> 投入したコストに見合った効果が現れておらず、効果向上やコスト削減を検討する余地がある <input type="checkbox"/> その他 ()		
その他	説明			
見直しの必要性	有	限定された予算で最大の効果を発揮するよう、企業訪問等により産業別に企業の現状や要望を把握し、適切な情報を送り届けるよう絶えず情報誌の発送先・内容やWEBページによる発信について精査を行い、対象企業の製品開発力の向上に結びつけていく。ただし、現状のスキームのみ見直しを図るため新たな予算措置は不要。		

V 見直しの方向(令和2年度当初予算等での対応状況)

実施方法等の変更	説明	担当で企業への訪問数の目標値(70以上)を設定して、各産業分野の現状と要望を把握する。その結果を情報誌の内容に反映させていく。
----------	----	---

・見直しの方向は、「廃止」「一部廃止」「終期設定」「休止」「他事業と統合」「縮小」「拡大」「実施方法等の変更」「改善済み」の中から選択し、IV見直しの必要性を踏まえ、具体的な実施計画等を分かりやすく記載すること。見直しがない場合は「現行どおり」と記載し、必要に応じてその理由を記載すること。