

事業名	産業デザイン振興事業費			調査番号	68
細事業名	やまなしものづくりデザイン塾事業費	財務コード	100302		
担当部課室	産業労働 部 地域産業振興 課 宝飾・繊維 担当 (内線)	4712			

事業の概要

実施期間	始期 H17 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			結果、何に結びつけるのか
	県内中小企業の企業内デザイナー、製品設計担当者、商品企画担当者等	商品のデザイン及びマーケティング手法について高い知識や能力を身につけ、企業の商品開発やブランディングを牽引できる人材となっている			デザインの高度化による時代を生き抜く力強い産業の振興
内容	<p>「売れる商品」開発に不可欠なデザイン及びマーケティング手法を活用した商品開発の総合的な実務能力取得を図るためのセミナーを実施</p> <p>(平成27年度)</p> <p>コースA(全5回)「ものづくりとソーシャルデザイン」</p> <p>・身の回りの課題をクリエイティブな方法で解決する「ソーシャルデザイン」という考え方を中心に、ものづくりのあり方について学ぶ。</p> <p>コースB(全5回)「デザインの文法」</p> <p>・デザイン発想のルールを言語のように「文法」として体系化することで、誰もが「良いデザイン」を生み出せる方法論について学ぶ。</p> <p>コースC(全5回)「独創的な製品・サービスを生むデザインシンキング」</p> <p>・論理的思考だけでは得られない創造的なアイデアを生み出す手法を学ぶ。</p>				

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	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
活動指標	参加申込者数	目標	45	45	45	45	45	45
		実績(見込)	31	54	53	46	40	45
		達成率	68.9	120.0	117.8	102.2	88.9	
		達成区分	c	a	b	b	b	
成果指標	受講者のアンケート結果において、満足度を「良かった」または「まあまあ良かった」と回答した比率	目標	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
		実績(見込)	89.8	98.9	98.0	99.4	100.0	100.0
		達成率	89.8	98.9	98.0	99.4	100.0	
		達成区分	b	b	b	b	b	
決算(予算) 単位:千円		1,624	1,410	1,480	1,462	1,485	1,336	1,336

事業の評価(平成27年度の業績評価)

活動指標	b	評価	例年受講者の満足度は高く、意図した成果を上げている。
成果指標	b		

・「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。

見直しの必要性(平成29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 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 checked="" type="checkbox"/> その他(次のとおり)		
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"/> 成果向上は余り望めない
	説明	受講後に講座の内容を活かして自社ブランドを立ち上げた企業や、講師からのアドバイスをもとにパッケージを改善して売り上げを伸ばした事例があり、企業の商品開発活動の活性化に成果が上がっている実績がある。また、過去の受講者同士の交流により、新しい企業間コラボレーションによる製品開発の動きも出ている実績もあることから、今後も継続することでさらなる成果向上が見込まれる。		
見直しの余地	判定	<input type="checkbox"/> 見直す余地がある	<input type="checkbox"/> 見直す余地がある程度ある	<input checked="" 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 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	無	社会環境や市場の動向により、デザイン・マーケティング分野で必要とされる情報や能力は常に変化しているため、従来からそれらに応じて講座のテーマや内容の見直しを行い、効果の高い内容の講座を実施してきている。		

見直しの方向(平成29年度当初予算等での対応状況)

現行どおり	説明	
-------	----	--

・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、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。