

1 産業構造の改革

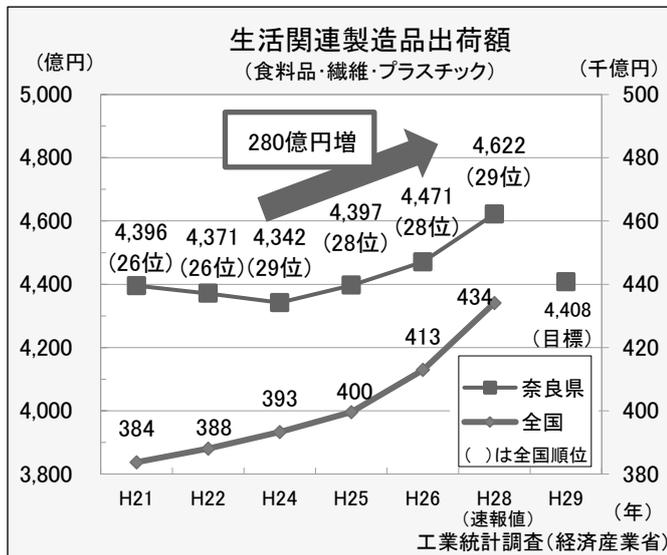
1 意欲ある企業・起業家への重点支援と 県内消費の拡大

目指す姿

新しい産業を創り、また地域産業を伸ばすための産業支援を行うことにより、「起業の促進」や「しごと創生」を図り、経済を活性化させることで、奈良で暮らし、奈良で働くことができ、経済が県内で好循環する社会を目指します。

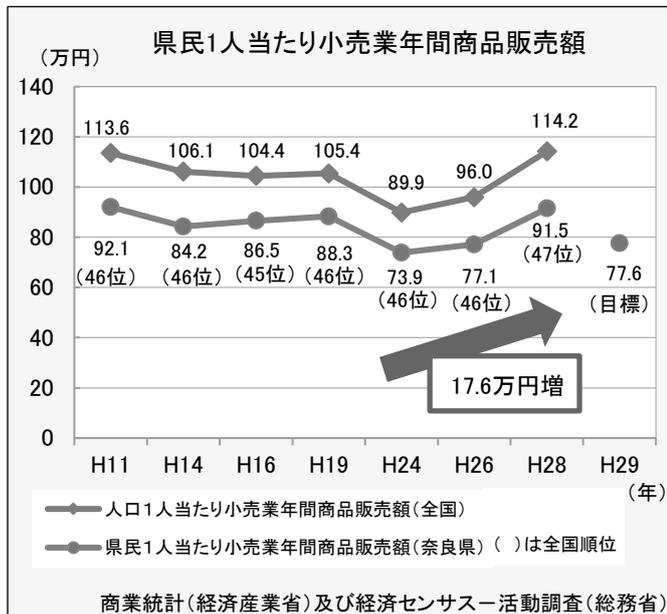
主担当部局(長)名
産業・雇用振興部長 中川 裕介

1. 政策目標達成に向けた進捗状況



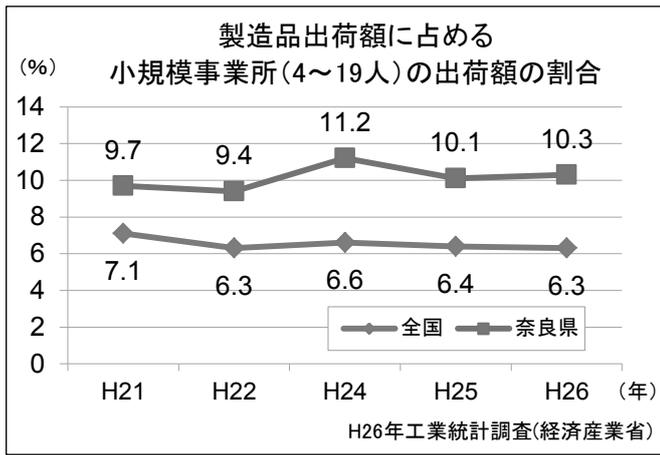
目標	平成29年までに、生活関連製造品出荷額を66億円アップします。(H29年目標額:4,408億円)(H24年:4,342億円)
成果	クラウドファンディング ^(注) を活用して新たなファンを獲得を目指す中小企業に対する支援や、海外販売拠点の立ち上げを目指す企業の支援を行うなど、付加価値の高い県内産業の体質強化に取り組むことにより、生活関連製造品出荷額(食料品・繊維・プラスチック)は、平成24年以降毎年増加し、平成28年速報値は4,622億円となり、目標の4,408億円(H29年)を上回りました。

(注)クラウドファンディング...インターネットを介して、投資の形態で出資者から小口の出資を募ることにより、企業が事業資金を調達する仕組み

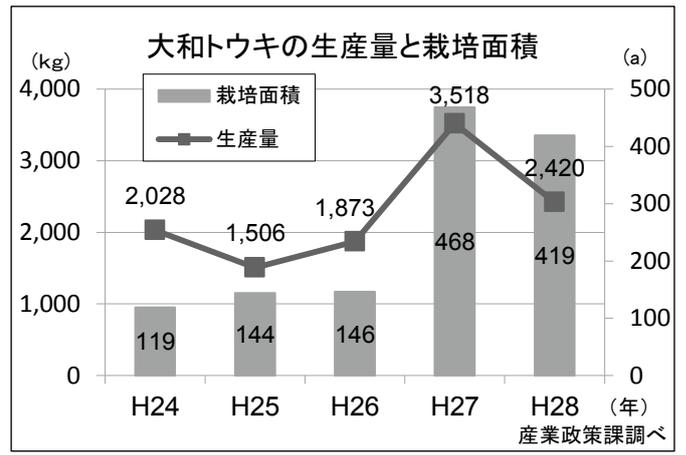


目標	平成29年までに、県民1人当たり小売業年間商品販売額を37千円アップします。(H29年目標額:776千円)(H24年:739千円)
成果	大規模小売店舗立地法に係る手続きを円滑に進め、平成27・28年度で大規模小売店舗が新規に22店舗オープンしたことや、観光消費額等が増加したことから、平成28年の県民1人当たりの小売業年間商品販売額は、平成24年から17万6千円増加し、91万5千円となり、目標の77万6千円(H29年)を上回りました。

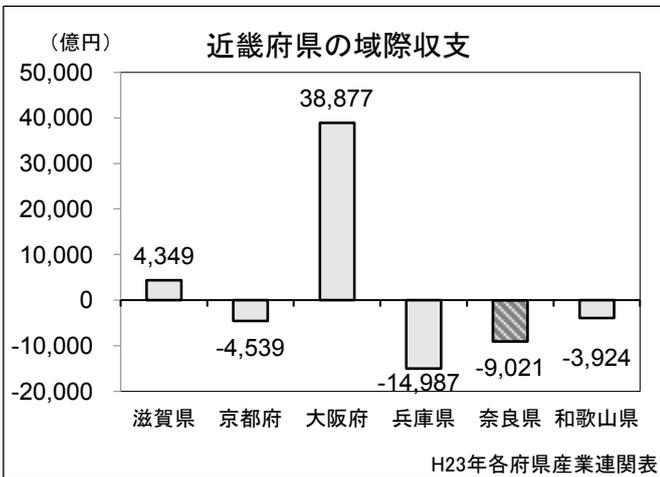
2. 現状分析



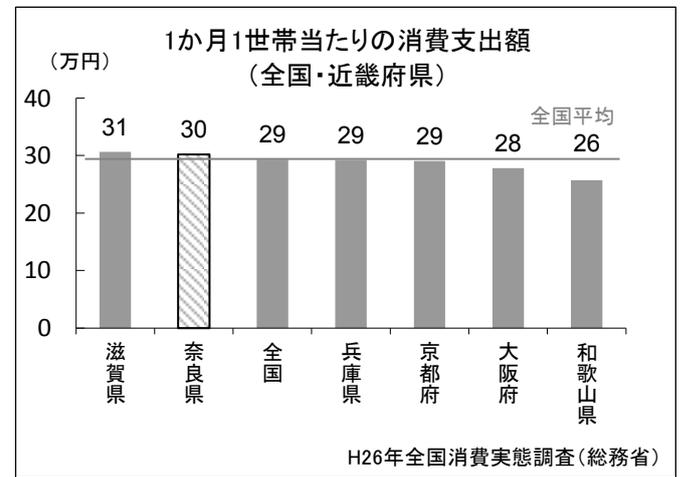
奈良県の製造品出荷額に占める小規模事業所(4~19人)の出荷額の割合は、全国と比べて大きくなっています。(→戦略1)



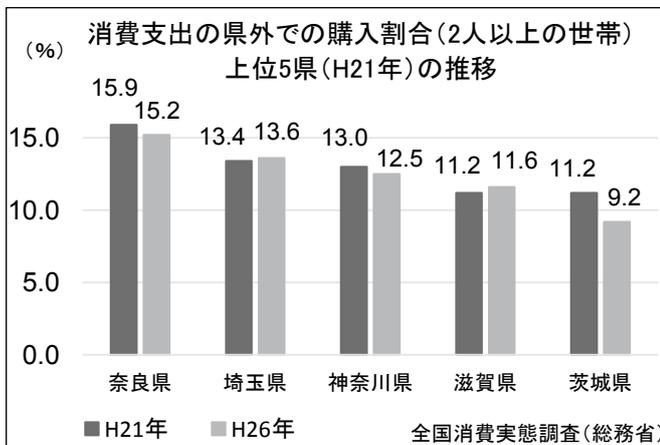
奈良県における大和トウキの生産量および栽培面積は、漢方のメッカ推進プロジェクトを開始した平成24年と比較して、増加傾向にあります。(→戦略1)



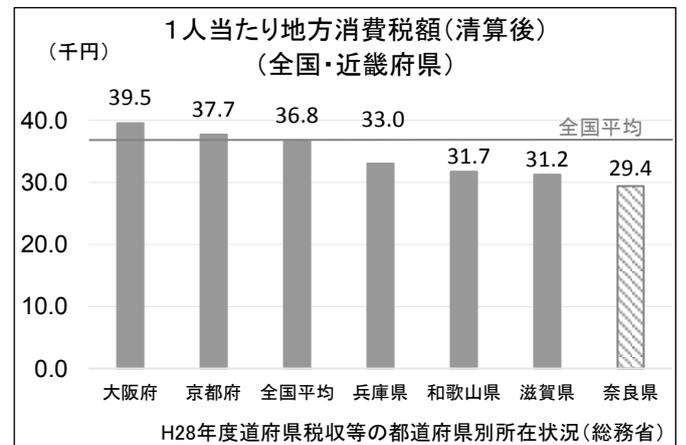
奈良県の域際収支(移輸入額-移輸出額)の赤字額は約9,000億円と、近畿府県の中でも高くなっています。(→戦略1)



奈良県の1か月1世帯当たりの消費支出額は302,206円と、全国や近畿他府県と比べて高く、全国第11位です。(→戦略2)



平成26年の消費支出の県外での購入割合は15.2%と、平成21年から0.7ポイント低下しているものの、引き続き全国1位となっています。(→戦略2)



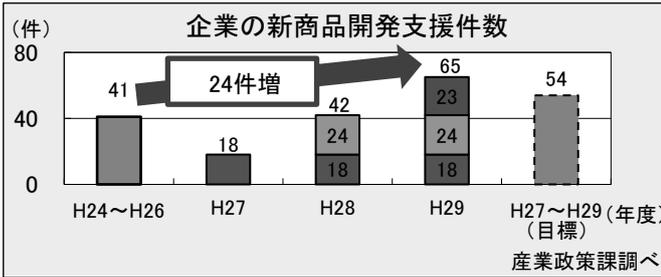
平成28年度の1人当たり地方消費税額(清算後)は29,408円(全国45位)となり、全国平均(36,768円)を大きく下回っています。(→戦略2)

3. 戦略目標達成に向けた進捗状況

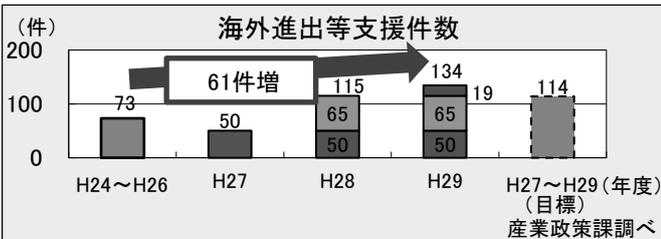
戦略1 意欲ある企業・起業家への支援とともに、リーディング分野、チャレンジ分野における産業を育成します。

主担当課(長)名 産業政策課長 三浦 康生

戦略目標	<p>①平成27年度から平成29年度までの3年間で、企業の新商品開発を54件支援します。(H24年度からH26年度:41件)</p> <p>②平成27年度から平成29年度までの3年間で、企業の海外進出等の取組114件を目指します。(H24年度からH26年度:73件)</p> <p>③平成28年度から平成32年度までの5年間で、重点研究に基づく企業との共同研究を延べ10件実施します。</p> <p>④平成27年度から平成29年度までの3年間で、ビジネスプランコンテスト入賞者を中心に、20人以上の起業家を輩出します。(H24年度からH26年度:23人)</p>
------	---



目標	平成27年度から平成29年度までの3年間で、企業の新商品開発を54件支援します。(H24年度からH26年度:41件)
成果	高付加価値獲得支援やクラウドファンディングによる支援に取り組み、平成29年度は、企業の新商品開発を23件支援し、平成27年度から平成29年度までの3年間で65件となり、目標の54件(H27~29年度)を上回りました。



目標	平成27年度から平成29年度までの3年間で、企業の海外進出等の取組114件を目指します。(H24年度からH26年度:73件)
成果	見本市・展示会等への出展支援等に取り組み、平成29年度は、海外販路拡大を19件支援し、平成27年度から平成29年度までの3年間で134件となり、目標の114件(H27~29年度)を上回りました。

主な取組指標等

高付加価値獲得、県産品のブランド力強化による販売促進(①,②)		
付加価値の向上や商品ブラッシュアップに取り組む企業への支援件数		
7件 (H24年度)	▲	8件 (H29年度)
14.3%		

首都圏・海外への販路開拓支援(②)		
国内外の見本市・展示会等への出展支援企業数		
13件 (H24年度)	▲	17件 (H29年度)
30.8%		

漢方のメッカ推進プロジェクト(①)		
大和トウキの生産量		
2,028kg (H24年)	▲	2,420kg (H28年)
19.3%		

中期研究開発方針に基づいた産学官連携体制による研究開発の推進(③)		
共同研究実施件数		
11件 (H24年度)	▲	19件 (H29年度)
72.7%		

意欲ある起業家の掘り起こしと創業支援ネットワークを通じた起業支援(④)		
ビジネスプランコンテストファイナリスト起業件数		
5件 (H24年度)	→	5件 (H29年度)
増減なし		

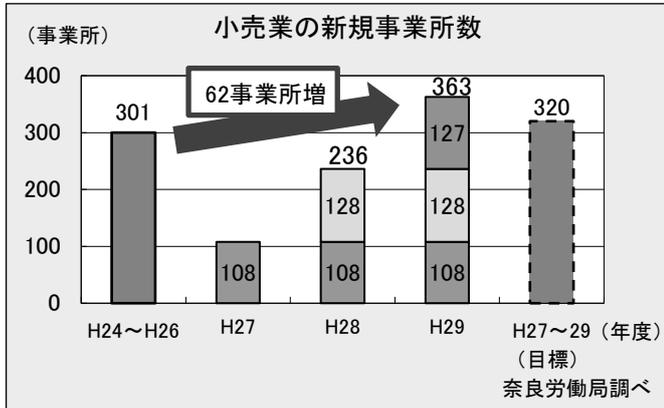
数値で表せない成果

県内企業の大勢を占め、奈良県経済の活性化に貢献する小規模企業の事業の成長発展または持続的な発展を促すため、平成29年4月に奈良県小規模企業振興基本条例を施行し、日々の経営向上に役立つ手引きを作成するなど、小規模企業の振興に取り組みました。(①,②,④)

県内企業の海外販路開拓を支援するため、平成30年秋のジェトロ(日本貿易振興機構)奈良貿易情報センターの開設に向けて取り組みました。(平成30年11月 ジェトロ奈良貿易情報センター開設予定)(②)

多様な分野の技術課題を抱えるものづくり企業や農林業への部局横断的な技術支援を行うため、県内公設試験研究機関の情報共有や共同研究等の実施に向けて取り組みました。(③)

戦略目標	①平成27年度から平成29年度までの3年間で、県から「魅力あるお店」の認定を受けた飲食店の数を12店舗増やします。(H24年度からH26年度:13店舗) ②平成27年度から平成29年度までの3年間で、小売業の新規事業所(新規雇用保険適用事業所)を320事業所増やします。(H24年度からH26年度:301事業所) ③平成27年度から平成29年度までの3年間で、まちづくりと連携した商業活性化に、3事例取り組みます。(H24年度からH26年度:0事例)
------	---



目標	平成27年度から平成29年度までの3年間で、小売業の新規事業所(新規雇用保険適用事業所)を320事業所増やします。(H24年度からH26年度:301事業所)
成果	新規開業希望者向けセミナーの開催や、創業支援資金(飲食店認定枠)融資制度の活用等により、平成27年度から平成29年度までの小売業の新規事業所は363事業所となり、目標の320事業所(H27~29年度)を上回りました。

主な取組指標等

店舗のブランド力の向上とプロモーションの強化(①)		
「魅力あるお店」による創業支援資金(飲食店認定枠)の活用件数		
7件 (H24年度)	▲ 57.1%	3件 (H29年度)

店舗のブランド力の向上とプロモーションの強化(①)		
奈良ブランド勉強会参加者の新商品開発件数		
25件 (H24年度)	▲ 2.8倍	71件 (H29年度)

県域外からの店舗の誘致や消費の取り込み(②)		
伝統工芸指定(国指定、県指定)品目数		
18件 (H24年度)	▲ 11.1%	20件 (H29年度)

県域外からの店舗の誘致や消費の取り込み(②)		
「おいしい奈良産」協力店舗数		
85店舗 (H24年度)	▲ 2.7倍	226店舗 (H29年度)

数値で表せない成果

県内飲食店において、奈良県産の食材等の活用により、特色ある店舗の魅力向上を図りました。(①, ②)

まちづくりと連携した商業活性化の取組により、地元市町と商工団体の機運醸成が高まり、地域が主体となる賑わいづくりへ展開し始めました。(③)

観光情報提供と消費促進の機能を盛り込んだ奈良県公式まち巡りアプリ「ならたん」において、県内全域の店舗情報の紹介とGPSを使って観光スポットや公共施設(道の駅等)を巡るデジタルスタンプラリーを実施することにより、観光客の周遊性が高まりました。(①,②)

4. 平成31年度に向けた課題の明確化

<政策目標達成に向けた主な進捗状況>

クラウドファンディングを活用して新たなファンの獲得を目指す中小企業に対する支援や、海外販売拠点の立ち上げを目指す企業の支援を行うなど、付加価値の高い県内産業の体質強化に取り組むことにより、生活関連製造品出荷額(食料品・繊維・プラスチック)は、平成24年以降毎年増加し、平成28年速報値は4,622億円となり、目標の4,408億円(H29年)を上回りました。

<戦略目標達成に向けた主な進捗状況>

高付加価値獲得支援やクラウドファンディングによる支援に取り組み、平成29年度は、企業の新商品開発を23件支援し、平成27年度から平成29年度までの3年間で65件となり、目標の54件(H27~29年度)を上回りました。

<奈良県の持っている強み>

- 1 地域の需要等を捉え適時に自由な発想による対応が可能で、独自の商品・サービスを有する小規模企業が多い
- 2 高い技術を備えたニッチトップ企業の存在
- 3 生活に関連した製造業(食料品、繊維、プラスチック等)や機械器具製造業の事業所が多い
- 4 本県由来の生薬があり、漢方・生薬製剤について文化的・歴史的に関わりが深い
- 5 歴史的資源や自然景観等の観光資源が豊富

<奈良県の抱えている弱み>

- 6 大規模な事業所が少なく、製造品出荷額の回復は全国に比べて遅い
- 7 下請け企業が多いことから、マーケティング力が弱く、自社ブランドや独自の販路を持つ企業が少ない
- 8 域際収支(移輸出額-移輸入額)はマイナスとなっており、内需型の経済構造となっている
- 9 海外市場に目を向ける企業が少ない傾向
- 10 県内の開業率(5.5%)は、全国平均(5.7%)より低い傾向
- 11 奈良県の労働生産性(7.4百万円/人)は全国平均(7.7百万円/人)より低い傾向

<奈良県への追い風>

- a 大企業を中心とした景気回復傾向
- b IoT技術の進展及び活用
- c 自動車・航空機需要の世界的な伸び
- d 地域ブランド・地域産品、地域社会ニーズに対する関心の高まり
- e 国における開業率向上の目標設定及び創業支援対策の充実
- f 高齢化の進展による健康志向の高まり
- g アジア・アセアン地域等の海外市場における中間・高所得者層の増加

<奈良県への向かい風>

- h 人口減少による国内需要の減少
- i 首都圏への人口集中
- j 景気回復が中小企業に及んでいない
- k 原材料費・電気料金等の高騰
- l 中小・小規模企業等の事業所数の減少
- m 中小・小規模企業等の人材不足と後継者不足の顕在化

<強みで追い風を活かす課題>

[重要課題]奈良の文化的・歴史的な資源を活用した漢方プロジェクトの推進(4,5,d,f)
・リーディング分野・チャレンジ分野における産業の育成(3,b,c,d)
[重要課題]企業の新商品・新サービスの開発支援の強化(1,2,b,c,d)
・産学官連携体制による研究開発の推進(2,3,4,b,c)

<強みで向かい風を克服する課題>

[重要課題]小規模企業の成長発展促進施策の強化(1,j)

<弱みを踏まえ追い風を活かす課題>

[重要課題]海外への販路開拓の強化(8,9,g)
[重要課題]OEM、下請けから自社ブランド・高付加価値化への経営体質の転換(6,7,11,c,d)
・IoTの活用促進や輸送用機械部品産業の育成等成長分野の強化(9,11,a,b,c)
・起業機運の醸成、起業家の発掘、若者・女性創業支援の強化(10,b,d,e)

<弱みを踏まえ向かい風に備える課題>

[重要課題]経営資源の有効活用による経営の効率化(6,7,11,j,k,l,m)
・首都圏への販路開拓の強化(8,h,i)
[重要課題]中小企業の事業承継支援(7,l,m)

5. 平成28年度の評価を踏まえ、平成30年度に向けて見直した課題、取組

見直した課題	見直した取組方針、見直した内容
リーディング分野・チャレンジ分野における産業の育成(戦略1,2)	奈良県産業・雇用に大きな効果をもたらすと考えられる分野の「産業興し」の取組の推進に加えて、各県内公設試験研究機関の情報の共有化や共同研究等を行うことで、多様な分野の技術課題を抱えるものづくり企業や農林業への部局横断的な技術支援を実施し、県内産業の活性化を図ることとしました。

6. 重要課題についての今後の取組方針

強みで追い風を活かす課題	今後の取組方針
奈良の文化的・歴史的な資源を活用した漢方プロジェクトの推進(戦略1)	漢方に関する本県ならではの蓄積を活かし、生薬の生産拡大、関連商品・サービスの創出等に総合的に取り組み、県内産業の活性化を図ります。
企業の新商品・新サービスの開発支援の強化(戦略1)	県内企業は、下請け、OEM生産で培った高い技術力を有しています。高付加価値のある自社ブランドとして、独自製品づくりの開発等を支援することで活性化を図ります。

弱みを踏まえ追い風を活かす課題	今後の取組方針
海外への販路開拓の強化(戦略1)	海外展開を目指す県内企業の裾野を広げるため、JETRO(日本貿易振興機構)奈良貿易情報センターを平成30年11月(予定)に設置し、海外展開支援体制の強化を図ります。
OEM、下請けから自社ブランド・高付加価値化への経営体質の転換(戦略1)	東京銀座の百貨店での常設店開業へと繋がった取組であるブランディングの手法を用い、自らの顧客(ファン)を増やしていく仕組み(プラットフォーム)の発展的な展開を推進します。

強みで向かい風を克服する課題	今後の取組方針
小規模企業の成長発展促進施策の強化(戦略1)	小規模企業振興基本条例を施行し、経営向上に向けて日々努力を続ける小規模企業の活力が最大限発揮されるよう、商工会議所や「よろず支援拠点」等関係機関と連携して環境整備を図り、小さくても強い企業・小さくても永く続く企業の振興を推進します。

弱みを踏まえ向かい風に備える課題	今後の取組方針
経営資源の有効活用による経営の効率化(戦略1)	「よろず支援拠点」との連携を深め、経営改善や経営の効率化等の相談機能を充実させ、県内企業における人材不足の解決や付加価値額及び生産性の向上に取り組めます。
中小企業の事業承継支援(戦略1)	公益財団法人奈良県地域産業振興センターと連携して事業承継ネットワークを構築し、後継者確保対策を必要とする中小企業に対し、事業承継の必要性の気づきを促し、より踏み込んだ承継支援を実施します。