

I 経済の活性化

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

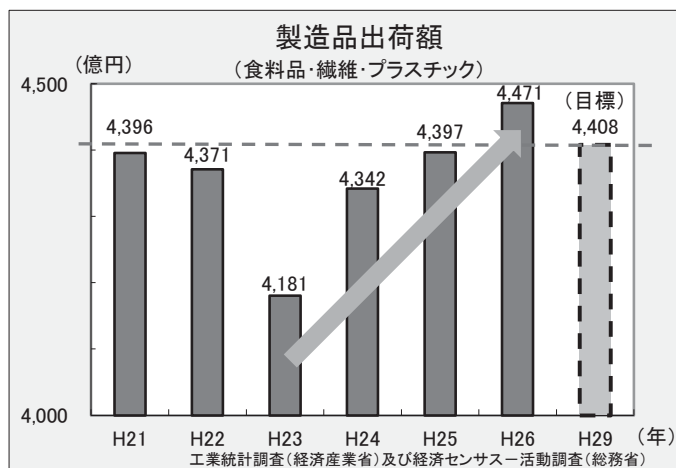
主担当部局(長)名
産業・雇用振興部長 森田 康文

目指す姿

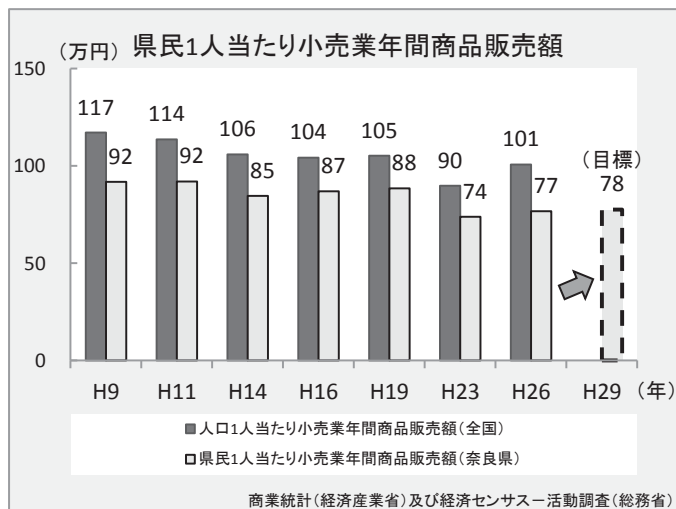
新しい産業を創り、また地域産業を伸ばすための産業支援を行うことにより、「起業の促進」や「しごと創生」を図り、経済を活性化させることで、奈良で暮らし、奈良で働くことができ、経済が県内で好循環する社会を目指します。

関係部局(長)名:総務部長 一松 旬、地域振興部長 村田 崇、観光局長 辻本 浩司、健康福祉部長 土井 敏多、こども・女性局長 福西 清美、医療政策部長 林 修一郎、くらし創造部長 中 幸司、農林部長 福谷 健夫、県土マネジメント部長 加藤 恒太郎、まちづくり推進局長 金剛 一智

1. 政策目標達成に向けた進捗状況

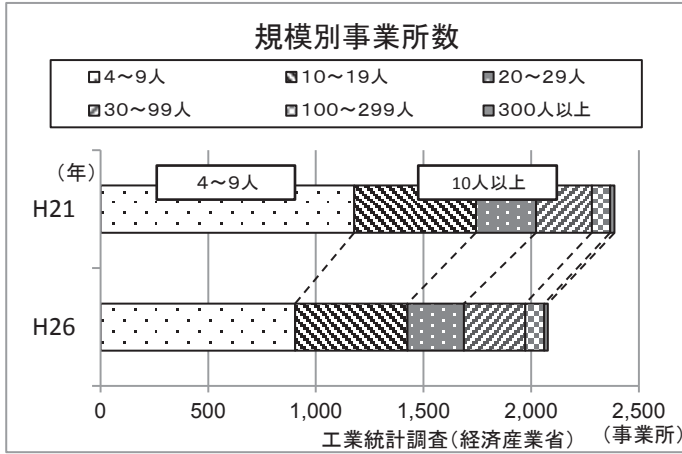


目標	製造品出荷額を平成29年度までに66億円アップします。(H29年度目標額:4,408億円)(H24年度:4,342億円)
取組	付加価値の高い県内産業の体質強化に取り組みました。
成果	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドファンディングを活用して新たなファンを獲得を目指す中小企業に対する支援、海外販売拠点の立ち上げを目指す企業に対する支援を行いました。 ・製造品出荷額(食料品・繊維・プラスチック)は、平成23年以降毎年増加しており、平成26年は4,471億円となり、目標の4,408億円(H29年度)を上回りました。

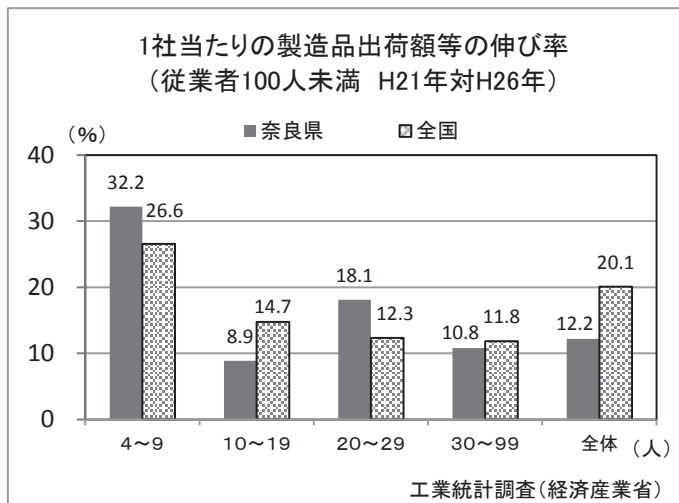


目標	県民1人当たり小売業年間商品販売額を、平成29年度までに37千円アップします。(H29年度目標額:776千円)(平成24年経済センサス活動調査奈良県:739千円)
取組	小売業の販売力のレベルアップに取り組みました。
成果	<ul style="list-style-type: none"> ・県内での消費を喚起するため、「せんとかんプレミアム商品券」を36万冊と「奈良県南部・東部地域プレミアム商品券」4万冊を発行したことにより、試算上約22億円の経済効果がありました。 ・県民1人当たりの小売業年間商品販売額は平成23年の74万円から回復し、平成26年は77万円となりました。

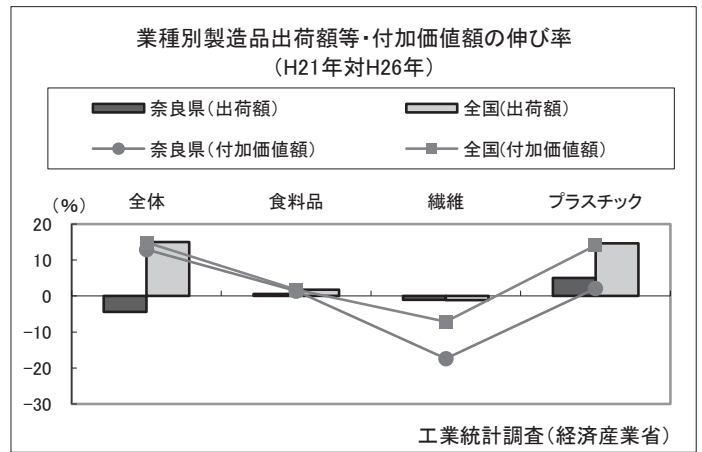
2. 現状分析



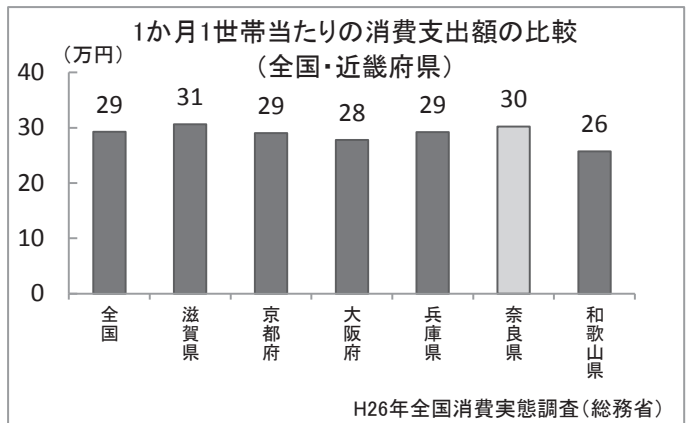
4人以上9人以下の小規模企業が減少しているものの、10人以上の企業は現状を維持しています。



従業員100人未満の事業所では、奈良県・全国ともに増加しています。4~9人、20~29人の事業所では、奈良県の伸び率が全国を上回っています。



奈良県の製造品出荷額は減少しているものの、付加価値額は増加しています。
※付加価値額: 生産活動によって新たに生み出された価値(製造品出荷額等-原材料費等)



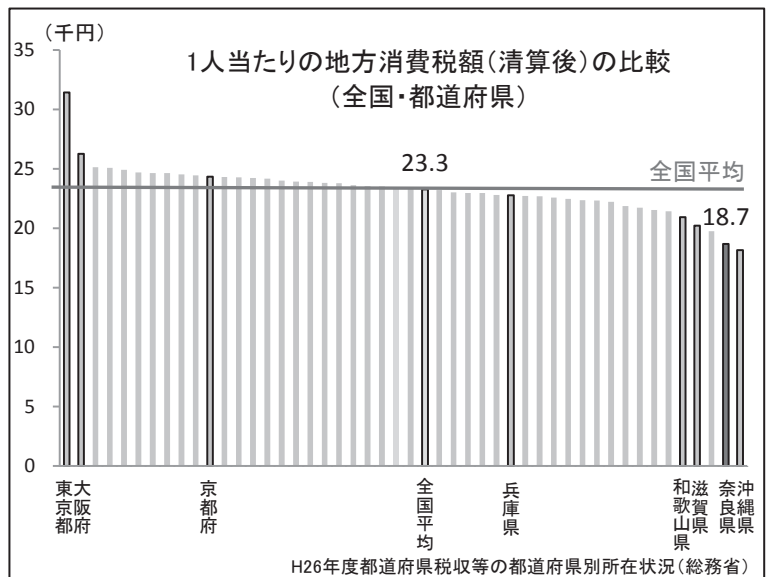
奈良県の消費支出額は302,206円と、全国や近畿各府県と比べて高く、全国第11位です。

1年間の消費額の試算(県全体)

		県内消費 (億円)(%)	県外消費 (億円)(%)	合計 (億円)
消費計	消費額	13,000	4,000	17,000
	比率	76.5	23.5	—
商品購入額	消費額	9,477	1,907	11,384
	比率	83.2	16.8	—
サービス	消費額	3,523	2,093	5,616
	比率	62.7	37.3	—

奈良県消費実態調査(H23年9月)(産業振興総合センター)

1年間の県外消費額は、約4,000億円(23.5%)と試算しています。(うち、商品購入額1,907億円(16.8%)、サービス2,093億円(37.3%))



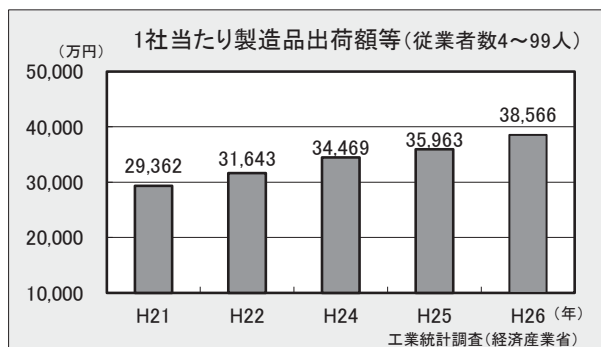
平成26年度の1人当たり地方消費税額(清算後)は18,668円となり、前年度と同様全国第46位で、全国平均(23,257円)を大きく下回っています。

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 林 成光

戦略目標	①企業の新商品開発に関して、平成27年度から平成29年度までの3年間で54件支援します。 ②企業の海外進出に関して、平成27年度から平成29年度までの3年間で114件支援します。 ③技術研究組合を平成27年度から平成29年度までの3年間で2組合設置します。 ④ビジネスプランコンテスト入賞者を中心に、平成27年度から平成29年度までの3年間で20人以上の起業家を輩出します。
------	--



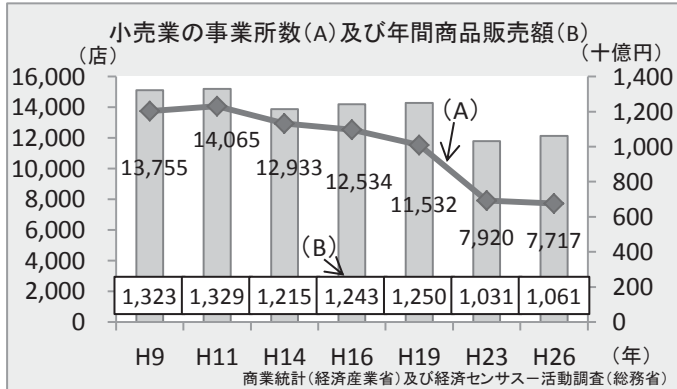
取組	リーディング分野、チャレンジ分野の産業の育成に取り組みました。(①,②,③,④)
成果	・平成27年度は、企業の新商品開発を18件、海外進出を20件支援しました。また、ビジネスコンテスト入賞者から5名の起業家を輩出しました。 ・企業の新商品開発支援や海外進出支援等に取り組んだ結果、1社当たりの製造品出荷額等(4~99人)は、平成21年以降毎年増加し、平成26年は3億8,566万円となりました。

主な取組指標等	平成25年度	平成26年度	平成27年度	担当課名
クラウドファンディングを活用した新事業展開への支援(①)				
クラウドファンディングを活用した新事業展開への支援件数(件)	—	—	2	産業政策課
海外販路開拓に対する支援の拡充(②)				
国際見本市、海外商談会等への出展支援企業数(件)	15	13	19	産業振興総合センター
高付加価値獲得支援補助制度の充実(①)				
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(件)	9	7	11	産業政策課・産業振興総合センター
技術研究組合を活用した研究開発の推進(③)				
先行モデル研究にかかる技術相談件数(件)	—	—	10	産業振興総合センター
意欲ある起業家の掘り起こし(④)				
ビジネスプランコンテスト応募数(件)	413	624	551	産業振興総合センター
漢方のメッカ推進プロジェクト(①)				
大和トウキの生産量(kg)	1,506	1,506	3,502	産業政策課
産学官連携による共同研究の推進(③)				
共同研究実施件数(件)	15	20	24	産業振興総合センター

これまでの成果

- ・クラウドファンディングを活用して新事業展開に取り組む企業を支援するため、14の金融機関と連携・協力して案件の発掘や計画のブラッシュアップ等を行い、2社を応援企業に認定しました。また、海外への販路拡大について、「ニューヨークNOW」への出展支援(5社)のほか、新たに海外見本市への単独出展支援(4社)、海外販売拠点の立ち上げ・テスト販売支援(2社)を行う等により、県内企業が積極的に海外をターゲットに市場拡大しています。(①,②)
- ・県内企業の支援体制の強化について、様々な経営課題を解決するための具体的なアドバイス、支援機関等の連携促進等を行う「よろず支援拠点」での相談件数が増加しています。(H26年度:1,253件→H27年度:3,358件)(①,②,③,④)
- ・17の重点研究テーマを設定し、奈良県中期研究開発方針をとりまとめました。(H28年3月)(③)

戦略目標	①県から「魅力あるお店」の認定を受けた飲食店の数を平成27年度から平成29年度までの3年間で12店舗増やします。 ②小売業の新規事業所(新規雇用保険適用事業所)を平成27年度から平成29年度までの3年間で320事業所増やします。(H23~25年度:291事業所) ③まちづくりと連携した商業活性化を図ります。
------	--



取組	消費地としての奈良の魅力向上に取り組みました。(①,②,③)
成果	小売業の事業所数は減少していますが、「魅力あるお店づくりセミナー」の開催やプレミアム商品券の発行等により、平成26年の年間商品販売額は1兆610億円で、平成23年から約300億円増加しました。

主な取組指標等	平成25年度	平成26年度	平成27年度	担当課名
良い店を増やす(①,②)				
「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(件)	4	2	5	産業振興総合センター
「魅力あるお店づくりセミナー」参加者の新規創業及びリニューアル数(店)	4	4	4	産業振興総合センター
小売業の新規事業所(新規雇用保険適用事業所)数(事業所)	99	118	106	産業振興総合センター
「空き店舗活用起業支援セミナー」参加者数(人)	—	—	110	産業振興総合センター
「おいしい奈良産」協力店舗数(店)[累計]	92	101	220	マーケティング課
販売力のレベルアップ(①,②)				
プレミアム商品券発行数(冊)	—	300,000	400,000	産業振興総合センター
奈良のおみやげもの(お菓子)認定数(品)	—	—	18	産業振興総合センター
買い物をしやすいまちづくり(③)				
商店街等と協働で行うチャレンジショップ実施地区数(地区)	—	—	3	産業振興総合センター

これまでの成果

- ・創業支援資金(飲食店認定枠)等を活用して、平成21年度から延べ42店舗の飲食店が開店しました。また、地元の空き店舗を活用したチャレンジショップを御所市、田原本町、吉野町で実施しました。(①,②,③)
- ・県内で消費を喚起するため、「せんとくんプレミアム商品券」36万冊と「奈良県南部・東部地域プレミアム商品券」4万冊を発行したことにより、試算上、約22億円の消費喚起効果、約9億円の県外消費流出抑制効果がありました。(②)
- ・お土産物としてもよく選ばれる奈良のお菓子の中から、長く愛されてきたものを公募し、WEBコンテスト等を通じて18品を認定の上、「奈良 菓子匠帖」を作成しました。(②)

4. 平成29年度に向けた課題の明確化

<政策目標達成に向けた進捗状況>
 ・付加価値の高い県内産業の体質強化に取り組んだ結果、平成26年の製造品出荷額(食料品・繊維・プラスチック)は4,471億円となり、目標額の4,408億円(H29年度)を上回りました。
 ・小売業の販売力のレベルアップに取り組んだ結果、県民1人当たりの小売業年間商品販売額は平成23年の74万円から回復し、平成26年は77万円となりました。

<戦略目標達成に向けた進捗状況>
 ・リーディング分野、チャレンジ分野の産業の育成に取り組み、平成27年度は、企業の新商品開発を18件、海外進出を20件支援しました。また、ビジネスコンテスト入賞者から5名の起業家を輩出しました。
 ・企業の新商品開発支援や海外進出支援等に取り組んだ結果、1社当たりの製造品出荷額等(4~99人)は、平成21年以降毎年増加し、平成26年は3億8,566万円となりました。
 ・小売業の事業所数は減少していますが、「魅力あるお店づくりセミナー」の開催やプレミアム商品券の発行等により、平成26年の年間商品販売額は1兆610億円で、平成23年から約300億円増加しました。

<奈良県の持っている強み>
 1 国の計画認定を受けて新事業展開を図る企業の割合が、全国平均より高い
 2 多様な市場ニーズに対応可能な、独自の高い技術を備えた企業が存在
 3 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
 4 消費支出額が全国11位(H26年:1か月1世帯当たり302千円)
 5 貯蓄現在高が全国6位(H26年:県民1世帯当たり貯蓄高17,849千円)
 6 歴史的資源や自然景観等の観光資源が豊富
 7 大阪都市圏に隣接し、交通の便も良い(県外より消費流入のポテンシャルあり)
 8 ミシュランレッドガイドにおいて16軒が星を獲得

<奈良県の抱えている弱み>
 9 県全体の製造品出荷額等は、一部の業種を除いて減少傾向
 10 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
 11 国内市場が縮小している中、海外に販路を有する企業が少ない
 12 起業への意欲が醸成されつつあるものの、依然県内における起業が少ない
 13 県内の大学数が少なく若手技術者・経営者の育成及び確保が難しい
 14 事業所数が少ない
 15 県外就業率が全国で最も高く(H22年:29.9%)、昼間人口が少ない
 16 県外への年間消費流出額は約4,000億円(試算)
 17 大阪都市圏に隣接し、交通の便も良い(県内の消費が流出しやすく、また通過型(日帰り)観光の要因)
 18 定番の土産物が少ない

<奈良県への追い風>
 a 国の施策とあいまった海外販路拡大気運の高まり、IoT技術の活用
 b 国等の起業・創業支援施策の充実
 c IoT技術に対する関心の高まり
 d 歴史ブームを契機とした奈良の注目度の高まり
 e 立地環境の向上を目指した道路網、交通アクセスの整備
 f コンビニエンスストアのマーケット拡大と、潜在的な奈良県への出店意欲
 g 免税店の増加
 h LCCの普及、ビザ発給要件の緩和並びに円安による外国人観光客の増加傾向

<奈良県への向かい風>
 i 中小企業の後継者不足の顕在化
 j 原材料費の高騰、円高の影響
 k 原油価格上昇の懸念
 l 電気料金値上げによる県内企業等への影響
 m 安価な外国製品の輸入増加
 n 消費税率の引き上げ

<強みで追い風を活かす課題>
[重要課題]リーディング分野、チャレンジ分野における産業の育成(2,3,a)
 ・奈良の文化的、歴史的な蓄積を活かした漢方プロジェクトの推進(3,d)
 ・企業の新商品・新サービスの開発支援(1,2,a,b)
 ・国内販路の開拓支援(1,2,b)
 ・産学官連携体制による研究開発の推進(2,c)
[重要課題]魅力ある商業施設の増加(4,5,e,f)
 ・奈良の魅力を活かしたリピーターの確保につながるもてなしの充実(6,7,8,d,e)
 ・奈良にゆかりの深い東アジアからの訪問客や増加傾向にある東南アジアからの訪問客の取り込み(6,7,8,d,e,g,h)
 ・奈良に関心の高い欧米からの訪問客の取り込み(6,7,8,d,e,g,h)

<強みで向かい風を克服する課題>
[重要課題]海外への輸出促進(2,3,j)
[重要課題]県内消費喚起につなげる施策の実施(4,5,m,n)

<弱みを踏まえ追い風を活かす課題>
[重要課題]OEM、下請けから自社ブランド化、高付加価値化への経営体質の転換(9,10,a,b)
 ※OEM(Original Equipment Manufacturer):他社ブランドの製品の製造
 ・県内事業者が取組可能な技術を活用した新産業の創出(他社との競合のない分野・製品づくり、ニッチトップ市場の開拓、IoTの活用)(11,c)
 ・起業機運の醸成、起業家の発掘・育成、女性・若者創業支援(12,b)
 ・県の特産品のネット販売の促進(18,d,f,g)
 ・魅力ある土産物の開発と効果的なPR(18,d,f,g)
[重要課題]ターゲットを絞った世代別・地域別の消費拡大(15,16,17,18,d,e,g)

<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(10,k,l)
 ・県内中小企業の後継者の確保(13,i)
[重要課題]地域特性を活かした商業集積地等の形成(14,15,16,17,m,n)

5. 平成26年度の評価を踏まえ、平成28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)	海外販路拡大気運の高まりや、IoT技術に対する関心の高まり、多様な市場ニーズに対応可能な独自の高い技術を備えた企業の存在等を踏まえ、首都圏・海外への販路拡大、グローバルニッチトップ企業の育成、IoTの活用促進等、「産業興し」各分野に共通する課題への取組を推進することとしました。

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
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)	リーディング分野、チャレンジ分野について、10年後の成果目標と1期3年ごとの行動目標の達成に向け、さらに効果的な施策を検討し、実施します。
魅力ある商業施設の増加(戦略2)	魅力ある小売店や飲食店の創業のための支援等、県内で集客力のある商業施設の整備を支援します。

弱みを踏まえ追い風を活かす課題	今後の取組方針
OEM、下請けから自社ブランド化、高付加価値化への経営体質の転換(戦略1)	OEM、下請けが中心の県内企業の経営体質転換の取組を支援するため、クラウドファンディング手法を活用して新事業展開を図る中小企業者を支援します。
ターゲットを絞った世代別・地域別の消費拡大(戦略2)	<ul style="list-style-type: none"> ・奈良ブランド製品の開発を支援し、県外(首都圏等)に向けて情報を発信します。 ・製品開発に取り組んだ事業者等を対象にフォローアップを実施します。

強みで向かい風を克服する課題	今後の取組方針
海外への輸出促進(戦略1)	海外展開を目指す県内企業の裾野を広げるため、ジェトロ(日本貿易振興機構)の相談窓口を県内に設置できるよう働きかける等、海外展開支援体制の強化を図ります。
県内消費喚起につなげる施策の実施(戦略2)	プレミアム商品券の発行に伴う効果等を検証のうえ、ハードとソフトのまちづくりと連携した県内消費喚起につなげる施策を検討します。

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します。
地域特性を活かした商業集積地等の形成(戦略2)	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある商業施設の誘致等により、新たな商業施設の整備等を検討・実施します。 ・まちの賑わいづくりに向けた空き店舗の解消や新店舗の誘致を促進します。