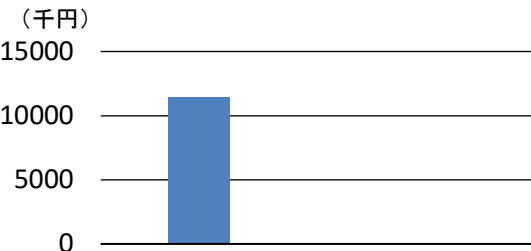
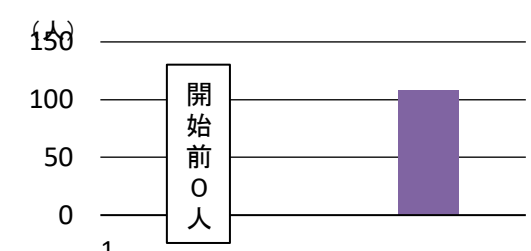
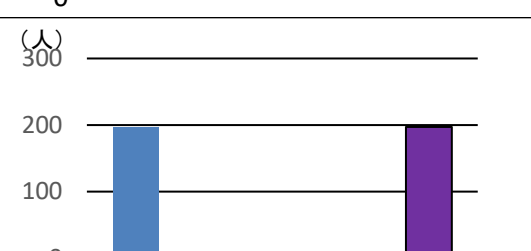
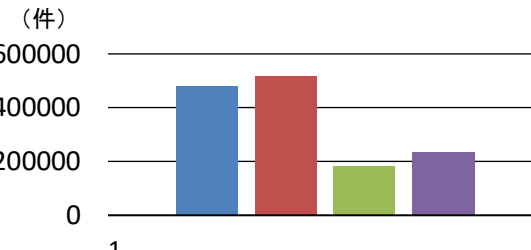
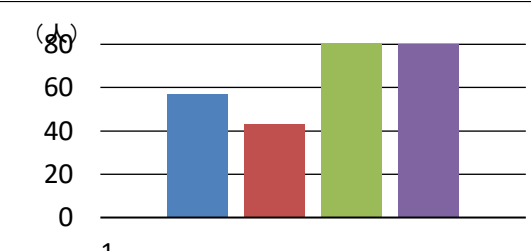
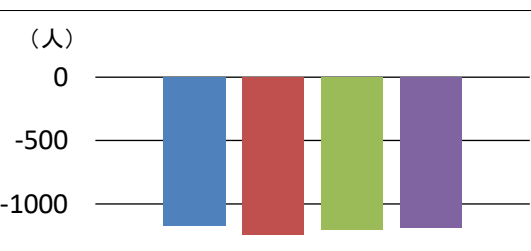
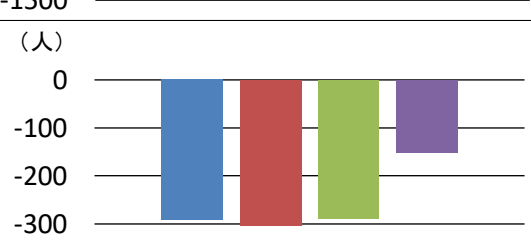
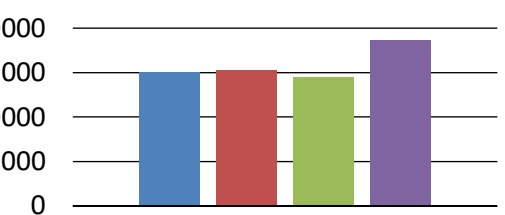
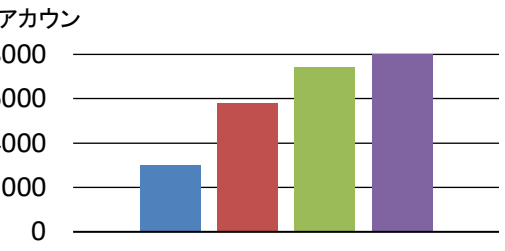
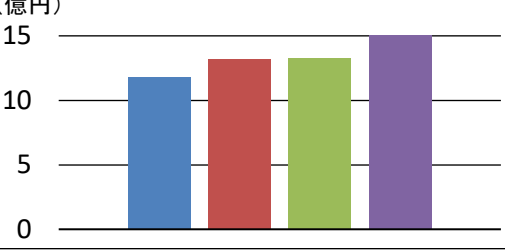
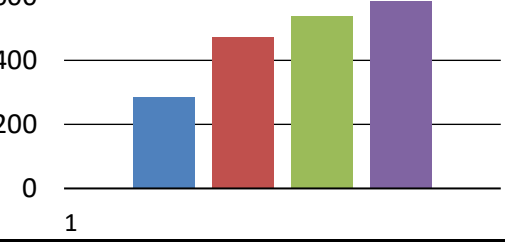
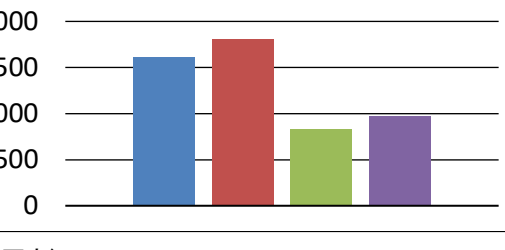
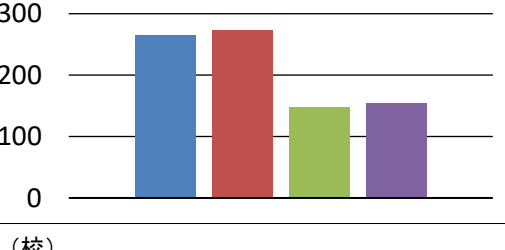
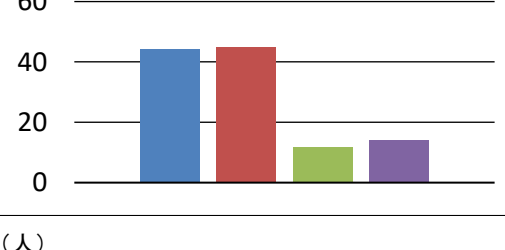
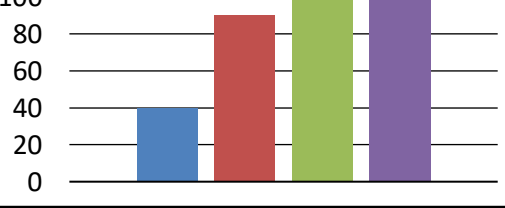


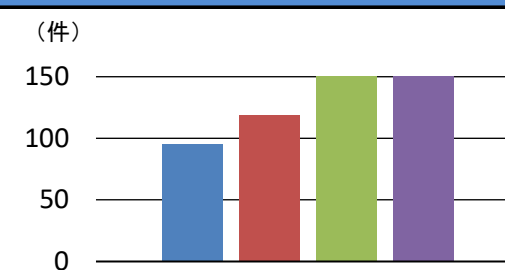
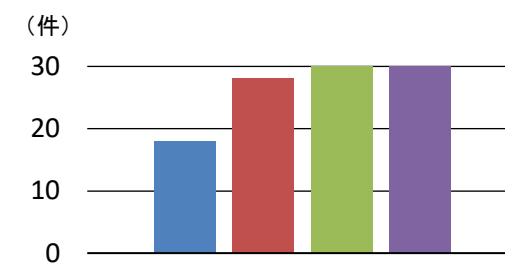
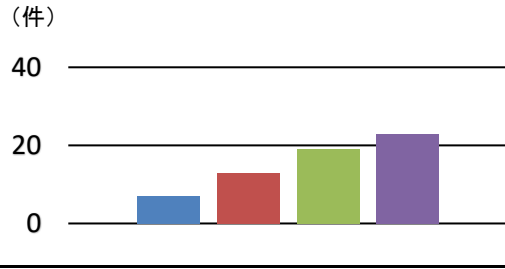
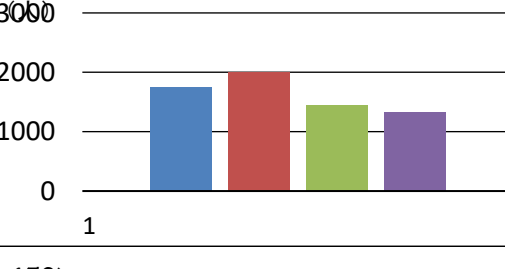
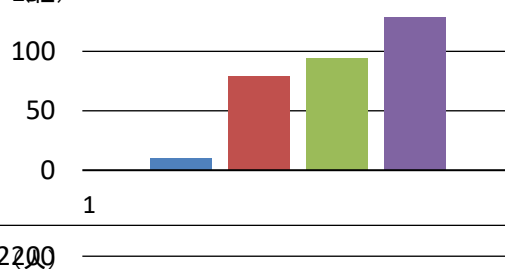
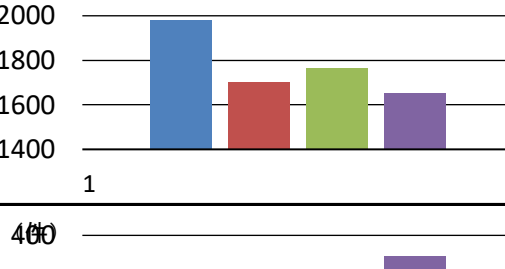
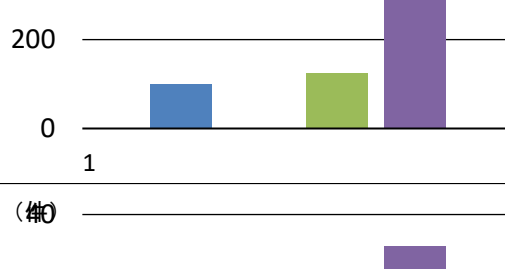
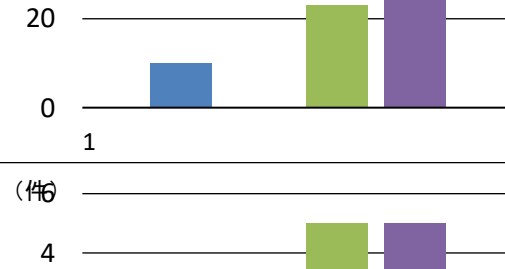
■ 地方創生推進交付金事業（令和1～令和3年度）の取組状況（国庫 1／2）

	交付対象事業の名称・概要	R3対象事業費 (単位：千円)	R3国費 (単位：千円)	本事業における重要業績評価指標（KPI）【増分】								実績【実数】		備考	外部有識者からの評価
				指標	目標			実績			達成率 (注)	効果	【凡例】 ■ 開始前 ■ R1 ■ R2 ■ R3		
					R1	R2	R3	R1	R2	R3					
1	〇サービスデザイン導入による「ここなら(奈良)ではの人づくり」プロジェクト 奈良県は豊富な歴史文化資源に恵まれ、観光地としての地域ブランド力は高い一方で、専門料理店の事業所数及び旅館・ホテル客室数は全国最下位である。歴史文化資源を活用した文化観光の振興に依存するだけでなく、現在の地域文化・産業などの分野において、サービスデザインの導入と実践を促進することにより、持続可能な「稼ぐ力」を持つ自立的な地域社会の形成を目指す。	82,112	41,056	従業員1人あたりの付加価値額			30 千円			- 千円	-	効果が あった		令和3年度実績未公表	・歴史・文化財を有する奈良県の良さを活かした観光客の誘引作戦が必要。 ・「買ってもらう・食ってもらう・来てもらう」取組を行い、「奈良県のファンを増やす」ことで、奈良県の地方創生につながると思う。
				地域デザイナー養成ワークショップ(主催／なら歴史芸術文化村)への参加者数			100 人			108 人	108%			令和4年3月21日開村に伴い、施設に対する注目度が高かったこと、講師の知名度が高かったことにより、目標を達成。	
				なら歴史芸術文化村でテストマーケティングされた商品数			5 件			2 件	40%			令和3年度開館日 令和4年3月21日～31日の11日間のため、目標未達成	
				マーケティング講座(主催／奈良県)受講者数			6 人			0 人	0%			新型コロナの感染防止の観点から、規模を縮小しての開催となったため、受講者数は増加なしである。	
2	〇地域と連携・協働で実現する奥大和地域の振興 奥大和地域は自然が豊か、新鮮な農作物も豊富、森林面積割合が多いという地域の特性を活かし本県南部・東部地域を「奥大和」としてブランディングの確立を目指す。	169,626	84,813	本県移住サイト「奈良にくらす」ホームページへのアクセス数	19,229 件	19,998 件	20,964 件	37,581 件	-337,695 件	53,078 件	-410%	効果が あった		R2年度よりウェブページを改修し常時SSL化することで計測方法が変更となったため、見た目の数は減少しているが、同一計測方法で比較するとR1年度65,927件に対して、R2年度180,610件、R3年度233,688件と増加している。	・南部地域振興のためにも、もっと南部地域の宿泊施設を整備してはどうか。 ・南部東部地域の観光入込客数は、コロナの影響で戦略策定時より減少しているが、奈良市の観光入込客数の減少幅と比べると小さなものになっている。旅行地域の分散化が進んだのではないかと。 ・東部地域の社会人口減少について、改善が見られる。南部地域との差はどこにあるのか。また、東部地域での成功事例を南部でも活かすことが必要。
				県南部地域・東部地域へ「転職・起業」で移住した人数	60 人	70 人	73 人	-14 人	77 人	50 人	56%			R3単年度は目標73名→実績50名と目標値には達しなかったが、毎年、着実な増加が続いている。	
				南部地域人口の社会増減	196 人	197 人	0 人	-76 人	39 人	18 人	-5%			社会減の幅は前年より小さくなったものの、転入、転出とも人の動きが少なくなったため、目標値には達しなかった。	
				東部地域人口の社会増減	72 人	72 人	0 人	-12 人	14 人	137 人	97%			社会減の幅は前年より小さくなったものの、転入、転出とも人の動きが少なくなったため、目標値には達しなかった。	

■ 地方創生推進交付金事業（令和1～令和3年度）の取組状況（国庫 1／2）

	交付対象事業の名称・概要	R3対象事業費 (単位：千円)	R3国費 (単位：千円)	本事業における重要業績評価指標（KPI）【増分】								実績【実数】		備考	外部有識者からの評価
				指標	目標			実績			達成率 (注)	効果	【凡例】 ■ 開始前 ■ R1 ■ R2 ■ R3		
					R1	R2	R3	R1	R2	R3					
3	〇魅力ある農業・林業の地域ブランドの確立による地域の交流・商流の活性化 人口減少の著しい本県の農山村の活性化を図るためには、近年産出額が伸び悩んでいる農畜産業、林業の産出額を増加させることが必要であることから、高品質な県産農林畜産物のブランド力を向上させ、農林畜産物の域外流通を増加することで、農畜産業、林業の産出額の増加を目指すし、農林業者が自走できる体制を構築する。	20,996	10,498	奈良県産材の単価	300 円/㎡	300 円/㎡	300 円/㎡	246.0 円/㎡	-796.0 円/㎡	4,113.0 円/㎡	395.9%	非常に効果的であった	（円/ 	R2からR3にかけて、県産材の需要が増え、木材生産量が増加傾向に転じ、単価も向上したことで目標を達成した。	・奈良県にうまいものなしと言われてきたが、最近では農産物のブランディングが進み、道の駅での売り上げも好調である。 ・県産木材単価について、目標値を上回る進捗となっているが、ウッドショックによる外的要因が大きいのではないかと。
				「奈良の木のこと」Facebookフォロワー数	1,600 アカウ ント	1,700 アカウ ント	1,700 アカウ ント	2,800 アカウ ント	1,628 アカウ ント	696 アカウ ント	102.5%		（アカウン 	Facebookのフォロワー数の伸びは鈍化したものの、着実に数値を伸ばしている。また、別のSNSであるInstagramフォロワー数も着実に伸びており、「奈良の木」をPRするための媒体として大いに寄与した。	
				東京中央卸売市場における奈良県産青果物の取扱金額	1.2 億円	1.0 億円	1.0 億円	1.4 億円	0.1 億円	3.4 億円	153.1%		（億円） 	BtoB、BtoCそれぞれの販路拡大に向けたPR事業等により、県産農産物のブランド力は向上しつつある。	
				木質バイオマスの熱利用量	50 t	50 t	16 t	190 t	66 t	46 t	260.3%		（t） 	県内の温浴施設において薪を活用したボイラーの熱利用が進み、目標値を達成した。	
4	〇大きな国際イベントを見据えた宿泊増加促進事業 誘客のための対外プロモーション強化と国際イベント誘致等発地の取組と、おもてなしの質の向上や案内機能強化等着地の取組の両輪を強化し、宿泊客の増加、県内周遊の促進を促す。奈良のファン・リピーターになっていたが、何度も奈良に訪れてもらうことで、一過性に終わらず、長く続く地域活性化を図る。	63,136	31,565	観光消費額	95.32 億円	95.32 億円	95.32 億円	193 億円	-981 億円	147 億円	-413%	効果があつた	（億円） 	新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減少した令和2年度の反動で、令和3年度は増加に転じたと考えられるが、令和元年以前と比べて大幅に減少している。	・富裕層向けの宿泊施設が増えてきて、コロナ後のインバウンド需要に期待できる。 ・世界的にオーバーツーリズムが課題となっている。地域住民との軋轢を生まないためにも、「観光客が何人来たか」より、スイスのように「ひとりの観光客が何泊したか」を測ることが重要だと考える。 ・歴史・文化財を有する奈良県の良さを活かした観光客の誘引作戦が必要。
				延べ宿泊者数	7.31 万人	7.31 万人	7.31 万人	8 万人	-125 万人	7 万人	-502%		（万人） 	県民を対象とした宿泊割引キャンペーンの実施や一時的な感染収束に伴う旅行需要の回復により、昨年度から増加しているものの、総数としては新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年以前と比べて大幅に減少している。	
				訪日教育旅行受入学校数	2 校	1 校	1 校	1 校	-33 校	2 校	-750%		（校） 	新型コロナウイルス感染症の影響により海外からの受入が困難である状況を踏まえ、WEB交流を実施（14校）。	
				地域通訳案内士の登録者数	28 人	27 人	0 人	50 人	10 人	1 人	111%		（人） 	令和元年度に実施した地域通訳案内士新規育成事業には多数の応募があり、目標としていた28名以上の地域通訳案内士を新規育成できたこともあり、目標数を達成した。	

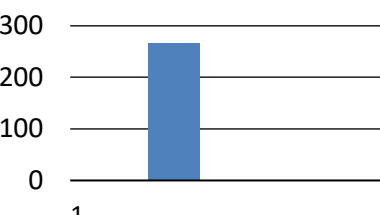
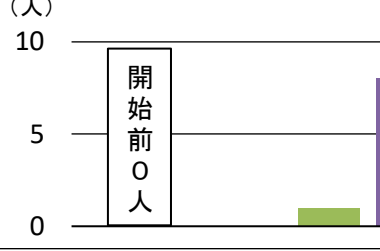
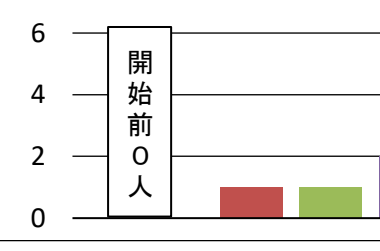
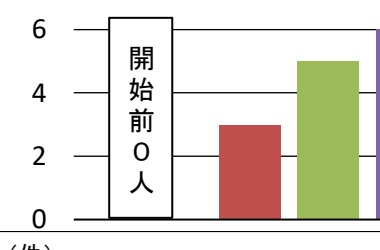
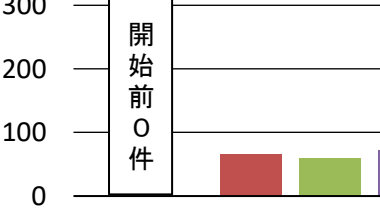
■ 地方創生推進交付金事業（令和1～令和3年度）の取組状況（国庫 1／2）

	交付対象事業の名称・概要	R3対象事業費 (単位：千円)	R3国費 (単位：千円)	本事業における重要業績評価指標（KPI）【増分】								実績【実数】			備考	外部有識者からの評価
				指標	目標			実績			達成率 (注)	効果	【凡例】 ■ 開始前 ■ R1 ■ R2 ■ R3			
					R1	R2	R3	R1	R2	R3						
5	○奈良の経済好循環加速化プロジェクト 奈良県経済の好循環を促進し、働きやすく、良く学べる地域社会を作るため、10年後を見据えた、産業競争力の涵養が必要である。また、県内に良質なしごとの場をつくり出し、県内での働く機会の増加、県内中小企業等の活性化についてさらに発展的に実施する。	69,392	34,696	世界に誇れる奈良ブランド構築と販路拡大における商談成約件数	50 件	50 件	70 件	24 件	49 件	64 件	81%	相当程度効果が あった		新型コロナウイルス感染症の為に、一部の事業の中止を余儀なくされた。	・企業誘致が進んでいることは大変良いことではあるが、外から呼び込むだけでなく、地元企業の育成にも力を入れていただきたい。 ・生産年齢人口を増やすことも、地方創生には重要。京奈和自動車等が整備されつつあるので、企業立地の更なる推進を期待したい。	
				本事業による新製品開発・新サービス開発支援件数	8 件	8 件	12 件	10 件	6 件	16 件	114%			コロナ禍での社会情勢の変化を商機と捉え、新商品の開発等に注力した事業に取り組んだ為		
				中期研究開発方針の重点研究に基づく企業との共同研究数	3 件	3 件	4 件	6 件	6 件	4 件	160%			県が先導的に研究を進め県内産業界に成果を普及する「ミッション型」研究に加え、県内企業の研究ニーズにより研究を進める「サポート型」研究を実施した為		
6	○新たな労働力の確保と働きやすい職場づくり 働き手の不足、雇用が不十分であることによって、企業の生産性を引き下げ、企業の成長を阻害することから雇用の確保を図る。特に学生を始めとする若者に対し、キャリア教育を通じて早期の時期から県内企業を知る機会を設ける。また、職場定着の観点から、働き方改革の普及促進に向けた企業の主体的な職場環境整備をサポートすることにより、柔軟な働き方、長時間労働の是正が促され、安定した雇用の確保を図る。	54,128	27,064	若年者の就職イベントの参加者数	367 人	209 人	324 人	238 人	-548 人	-127 人	-49%	効果が あった		令和元年度～3年度に予定していた複数のイベントが新型コロナウイルス感染症の影響により中止となり、イベントの参加者数が目標数を下回った。	・学生の県内企業への就職者数について、コロナの影響で減少していると分析しているが、賃金が大阪に比べて低い等、他の要因も考えられると思うので、さらに分析していただきたい。 ・奈良県社員シャイン職場づくり推進事業について、登録事業者数が増加傾向にあることは評価できるが、一定の年数で段階的に登録のハードルを上げていき、更にジェンダー平等、男女間格差の解消を企業に促すべきと考える。一度登録すればOKというだけでは登録した企業が発展していかないと思う。	
				県支援のもとに働き方改革に取り組む県内企業数	10 社	10 社	15 社	69 社	15 社	35 社	340%			働き方改革推進事業やICTを活用した新しい働き方推進事業等において、専門家派遣やワークショップ等について幅広く周知を行い、県内事業所の積極的な参加があったことから、目標数を大きく上回った。		
				県内の高校・大学等の県内企業への就職者数	39 人	41 人	41 人	-281 人	62 人	-109 人	-271%			県内の大学連合が実施していたインターンシップがコロナの影響で令和2年度～3年度実施できなかったこと等から目標数を下回った。このことから令和4年度県事業としてインターンシップ事業を実施した。		
7	○プロフェッショナル人材戦略拠点体制拡充事業 プロフェッショナル人材戦略拠点において、プロ人材の活用による県内中小企業の攻めの経営への転換や、経営改善意欲の喚起を重点的に進め、県内中小企業の着実な成長を支援しているが、人材不足を巡る状況が一層厳しさを増していくことから、その体制・機能の抜本的強化・拡充を図る。	16,904	11,066	プロ人材相談件数		30 件	35 件		25 件	229 件	391%	相当程度効果が あった		令和3年度から県産業会館(大和高田市)にプロフェッショナル人材戦略拠点分室を設置し、中南和地域の企業支援を強化したこと等から目標数を大きく上回った。	・県では様々な補助制度を作っていると思うが、その担当窓口が一目でわかるようにしていただきたい。 せつかく県が補助制度を創設しても、中小企業の経営者が気付かず、機会損失が起きている。	
				プロ人材成約件数		4 件	3 件		13 件	10 件	329%			令和3年度から県産業会館(大和高田市)にプロフェッショナル人材戦略拠点分室を設置し、中南和地域の企業支援を強化したこと等から目標数を大きく上回った。		
				後継者不足に課題を抱える企業への支援件数		5 件	5 件		2 件	0 件	20%			新型コロナウイルス感染症の影響で企業訪問ができない時期があったことから、目標数を下回った。		

■ 地方創生推進交付金事業（令和1～令和3年度）の取組状況（国庫 1／2）

	交付対象事業の名称・概要	R3対象事業費 (単位：千円)	R3国費 (単位：千円)	本事業における重要業績評価指標（KPI）【増分】								実績【実数】		備考	外部有識者からの評価
				指標	目標			実績			達成率 (注)	効果	【凡例】 ■ 開始前 ■ R1 ■ R2 ■ R3		
					R1	R2	R3	R1	R2	R3					
8	○「奈良にうまいものなし」を「奈良にうまいもの「あり」」へ。世界に認められる奈良の豊かな食の振興 食と観光の連携により、奈良県の美味しく豊かな食を内外に強く発信していくと共に、その食を支える特徴的、戦略的な食材を提供し、食と農に関する地域資源を活用して、地域の魅力をさらに向上させ、観光振興をはじめとした地域経済の活性化を図っていく。	81,542	40,771	奈良県の外国人旅行消費額		28.8 億円	28.8 億円		-216.9 億円	- 億円	-	効果が あった		R2は新型コロナウイルス感染症対策により訪日外国人観光客が激減したため。R3は新型コロナウイルス感染症の影響により調査が中止。	・奈良県にうまいものなしと言われてきたが、最近では農産物のブランディングが進み、道の駅での売り上げも好調である。 ・奈良県は日較差があるので米がおいしい。また、棚田は古都に合うし、観光にも結びつくので、活用できればよいと思う。 ・農業従事者が高齢化し、有機農業だと手作業の部分が多くなるので、農業のスマート化、省力化を進めないといけない。
				海外への県産農産物等の輸出額		6 億円	8 億円		155 億円	-85 億円	505%			成功事例からR2は輸出に取り組む事業者が増加し輸出額が増加したが、取引条件等を精査し取引を中止した事業者もありR3は輸出額が減少。	
				奈良県の農業産出額		2.7 億円	2.7 億円		-40.4 億円	- 億円	-			令和3年度の実績は令和5年3月に発表される予定。	
9	○海外に向けた漢方の消費拡大および薬用作物の高収益化プロジェクト 漢方県連商品の海外販路開拓に取り組むことで、需要が見込まれる商品の消費拡大を図り、海外から稼ぐ地域社会の実現に繋げる。また、薬用作物の高収益化に取り組むことで、生産者が収益を上げる仕組みを確立することにより、担い手の確保に繋げ、持続可能な地域社会を目指すとともに、福祉事業者の参画を促すことで障害者雇用の創出を図り、誰もが働ける地域社会の実現に繋げる。	21,104	10,552	企業・団体等による「大和トウキエキス」配合商品の出荷額		540 万円	270 万円		1,646 万円	1,368 万円	372%	非常に効果的 であった		県が主催した販路開拓の取組（見本市、販売会等）に「大和トウキエキス」配合商品販売している事業者が出展し、官民が連携したPRが実を結んだため	・「買ってもらう・食べてもらう・来てもらう」取組を行い、「奈良県のファンを増やす」ことで、奈良県の地方創生につながると思う。
				キハダの苗木の生産本数		0 本	500 本		130 本	20,000 本	4026%			キハダの付加価値を高める研究を進める県、キハダの産地化を目指す県内自治体、苗木を生産する事業者が連携し、キハダの植栽地が進んだため	
				漢方のメッカ推進協議会の生産者における障害者正規雇用者数		0 人	1 人		0 人	1 人	100%			県が農福連携を進めている漢方のメッカ推進協議会の生産者に、積極的な積極的な農福連携の啓発を進めたため	
				漢方のメッカ推進協会における海外展開商品数		0 商品	3 商品		0 商品	8 商品	267%			県が日本貿易振興機構に、漢方のメッカ推進協議会が販売している関連商品の海外販路拡大の相談をするとともに、事業者も積極的に当該団体に海外販路拡大のための相談をしたため	

■ 地方創生推進交付金事業（令和1～令和3年度）の取組状況（国庫 1／2）

	交付対象事業の名称・概要	R3対象事業費 (単位：千円)	R3国費 (単位：千円)	本事業における重要業績評価指標（KPI）【増分】								実績【実数】			備考	外部有識者からの評価
				指標	目標			実績			達成率 (注)	効果	【凡例】 ■ 開始前 ■ R1 ■ R2 ■ R3			
					R1	R2	R3	R1	R2	R3						
10	○新たな森林環境管理制度の導入と拠点整備 「森林環境の維持向上により森林と人との恒久的な共生を図る条例」に基づく、「森林環境の維持向上及び県産材の利用促進に関する指針」を策定し、新たな森林環境管理制度の運用を開始する。また、スイスの森林環境管理を参考に奈良県フォレスターアカデミーを開校し、森林の維持向上に関する専門的な知識を有し、実践できる技術・技能を備えた人材を育成する。	21,556	10,778	森林管理・林業担い手の数		0 人	0 人		0 人	0 人	-	-		この指標評価は、農林業センサスで年間150日以上林業に従事する者を対象としている。農林業センサスは10年に1回の調査であるため、開始前の実績は2015年調査値を使用し、事業後の実績は2025年調査値を使用する。そのため、現段階では、具体的な実績値は不明である。	・まだ事業効果を見ることはできないが、奈良県にとって重要な分野に関する事業であり、今後の成果を期待できる。	
				新たな森林環境管理制度の中核を担うスペシャリストの養成数		0 人	0 人		0 人	0 人	-			奈良県フォレスターアカデミーはR3年4月に開校した新しい林業大学校で、フォレスター学科(2年制)の第1期生は令和4年度末に卒業を迎え、17名の学生が卒業見込みである。	・最近の若者は脱炭素等、環境問題に関心が高いので、そういった観点から林業に関心を持ってもらい、担い手を増やしていくと良い。	
11	○東京圏からの県内就労促進パッケージ事業 過度な東京圏への一極集中の是正及び地方の担い手不足対策のため、UIJターンによる就業者・起業者の創出を図る。	5,700	3,800	本移住支援事業に基づく移住就業者数	7 人	7 人	5 人	0 人	1 人	7 人	42%	効果が あった		新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から移住者向けのイベントを東京で開催することができず、周知の機会が限られていたことから目標数を下回った。 R3年度はテレワーク要件が追加され、コロナによる働き方の変化も相まり東京圏からの移住者が増加し、目標値以上を達成している。	・生産年齢人口を増やすことも、地方創生には重要。京奈和自動車等が整備されつつあるので、企業立地の更なる推進を期待したい。	
				本移住支援事業に基づく移住起業者数	3 人	3 人	3 人	1 人	0 人	1 人	22%			新型コロナウイルス感染症の影響から、東京圏からの移住起業を手控えたため目標値を下回った。R3年度は、コロナによる社会構造や働き方の変化等も相まり、目標数には至らなかったものの前年度より増加している。		
	○起業家支援事業 東京への過度な一極集中の是正及び担い手確保のため、県内において起業する者に対し起業に必要な経費の一部を補助するとともに、起業に伴う伴走支援を行うことで本県経済を牽引するスタートアップ企業を創出し県内経済の活性化を図る。	9,000	4,500	本起業支援事業に基づく起業者数	3 人	3 人	3 人	3 人	2 人	3 人	89%			R2年度は起業家支援事業の交付決定者3名のうち、1名が辞退したため。 R3年度は目標値を達成。 コロナ禍における社会構造の変化を商機と捉え起業を志す者が増えたことが一つの要因と推測される。		
				マッチングサイトに新たに掲載された求人数	41 件	41 件	42 件	65 件	-6 件	13 件	58%			新型コロナウイルス感染症の影響から、企業が求人を手控えたため目標値を下回った。		