

6. 料理・飲食業の産業興し

料理・飲食業の域際収支を見ると370億円の赤字となっている。これは県民の県外消費の影響が大きいですが、生活の場に身近な業種(店)という面もあり、魅力ある店が増えれば、県内での飲食消費を高める余地は大きいと考えられる。また、食料品製造業、農業などと連携して、事業を発展させる可能性も高い。

加えて、観光客を対象に、観光消費額の拡大に向けた取組みにより、域外からの収益をあげていくことも課題。

(1) 県内の人口千人あたりの飲食店の事業所数は、全国47位。

(2) 県内地域別の飲食店の事業所数は、ここ10年間ほぼ横ばい。

(3) 種類別では、専門料理店の事業所数が増加し、売上高も専門料理店が多い。

○おいしいレストランを増やす

県内に、特色のあるレストランを増やすにはどうすれば良いか

○調理・接客技術等、顧客満足の高いシェフ・スタッフを養成する

県内に美味しいレストランを増やすため、シェフやスタッフのレベルアップを図るにはどうすれば良いか

○情報発信等を行うことで、美味しいレストランを流行らせ、県内

外からの誘客により、賑わいを創出することはできるのか

特色



特色ある事業所を増やす

I 地産地消レストランの拡大

- 人材育成とメニュー開発等による起業・開業の促進
- 開業支援制度資金、魅力ある店づくりセミナー

II 食関連事業者による強みを活かした飲食店経営の促進

- 農業生産法人等による農村レストラン開設
- 食品関連事業者等による自社製品のレストラン活用

美味



養成・レベルアップ

I シェフ（農に強い食の担い手）の養成・レベルアップ

- なら食と農の魅力創造国際大学校における養成（H28年4月開校）
- 飲食関係者のネットワーク形成支援

II 県産食材活用に向けた美味しい食のコーディネート

- 産地訪問ツアー、商談会・交流会の開催

発信



情報発信による誘客

I 美味しい食の情報発信

- 地産地消レストラン登録制度の創設等、「美味しい店」の情報を調査、発信
- 奈良フードフェスティバル等のイベント開催
- 県アンテナショップの活用

県産農産物を活用した地産地消レストランの拡大・レベルアップに向けて、人材の育成、地産地消メニュー開発等を行う。

地産地消レストラン拡大事業（H26～27年度（H26年12月補正） 緊急雇用）

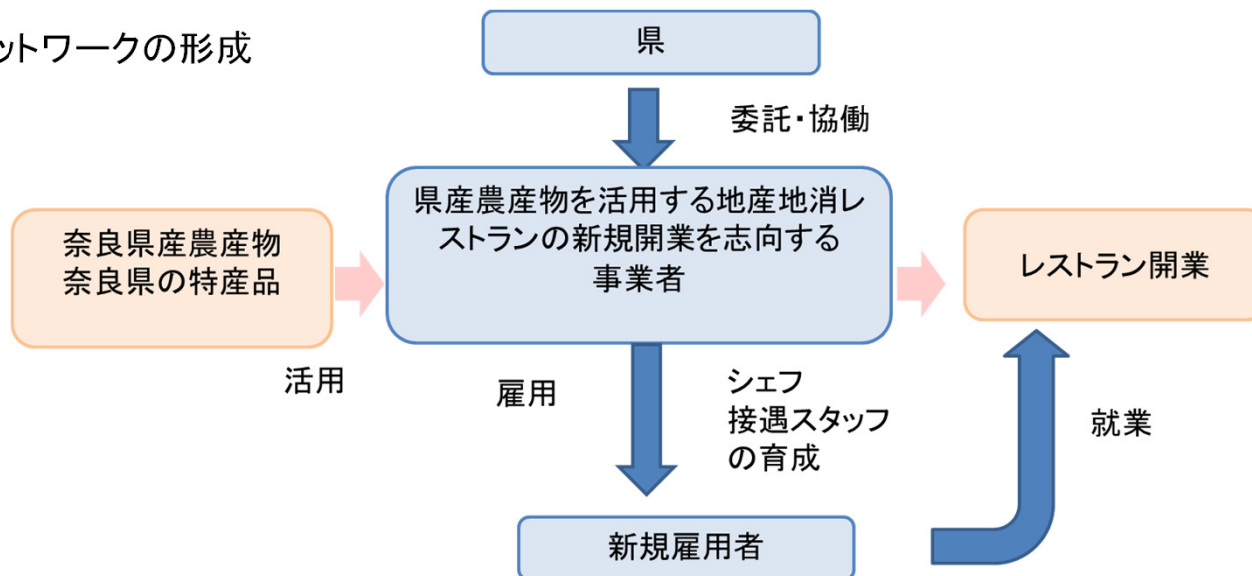
目的:

県民や観光客に大和野菜などの県産農産物の料理を食してその良さを知ってもらい、地産地消ネットワークを高めて需要の拡大を図るため、県産農産物の特徴を理解し、活用技術に精通した人材、もてなしの技術の高い人材を育成することにより、人材の就業や独立に繋げ、質の高い地産地消レストランの拡大と、地域産業の振興を目指す。

- ①県産食材に精通したシェフや、もてなしの技術の高い接客スタッフの育成
- ②県内生産者－流通－飲食店のネットワークの形成
- ③地産地消メニュー開発



料理の例 粟（奈良市）大和の野菜のフルコース



なら食と農の魅力創造国際大学校においてシェフの養成をし、シェフのレベルアップをめざす。

なら食と農の魅力創造国際大学校でのシェフ養成

目的:

県の農業大学校に新たな学科として、「フードクリエイティブ学科」を創設し、「農に強い食の担い手」として、高度な料理技術を持つとともに、もてなしの心でサービスができる人材を育成する学校を開設する。

①フードクリエイティブ学科の概要

開校時期:平成28年4月

設置場所:桜井市高家(安倍地区)

在学期間:2カ年 定員:20人/1学年

特徴:学校の敷地内に一般客がゆったりと美味しい料理を楽しめる宿泊施設を備えたレストラン(オーベルジュ)を設置し、授業の一環として、レストランの厨房での調理やフロアでの接客サービスなどの実践研修を行う。

②公開講座、短期研修の開催

- ・「食」と「農」をテーマとした一般県民を対象とした公開講座の開催
- ・実践オーベルジュにおける調理・サービスの短期研修の受入



南東側からの鳥瞰(イメージ)



実践レストラン(イメージ)

食のイベントを実施し、食関連産業の交流を図り、県民や観光客に、奈良に「食」ありの認識を高める。

奈良フードフェスティバルの開催

目的

県内外の多くの方々に、奈良の素晴らしい景観・雰囲気の中で、美味しい食を楽しんでもらい、県産食材の活用や食のネットワーク拡充を推進。食の魅力向上を図る。

また、メディアでの発信により、県産食材のブランド化を推進し、定着しつつある美味しい食の発展をめざす。



奈良フードフェスティバル シェフェスタ in 奈良



奈良フードフェスティバル シェフェスタ in 馬見
※馬見フラワーフェスタと同時開催

7. 漢方の産業興し

漢方は、奈良とのゆかりが深く、県南部地域を中心に良質な生薬が栽培され、奈良の配置薬業の礎を築いてきたが、中国産の安価な生薬に押され生産量は激減。しかし、近年、国産生薬の必要性が見直されつつある。漢方は裾野の広い産業であり、うまく「産業化」することができれば、本県らしい産業の活性化に繋がられる。

(1) 生薬の生産

- 生薬原料は、8割以上を中国からの輸入に頼っている
- 国内生産者の高齢化、安価な中国産の輸入により国内栽培が減少
- 大和（奈良県）の生薬は品質が良いと有名

(2) 漢方薬等の製造

- 中国の原料生薬の一部輸出規制、原料価格の高騰
- 医療用漢方製剤は、薬価が定められており、原料価格の高騰を製品価格に転嫁しにくい

(3) 漢方薬等の研究・臨床

- 生薬に関するエビデンスが科学的に確立していない
- 漢方に詳しい医師が少ない

(4) 漢方の普及

- 漢方薬に関する正確な情報が知られていない

○生産から販売までの一貫体制の構築を図る必要がある

薬用作物農家の経営を成り立たせ、かつ県産生薬の需要を増やすにはどうすれば良いか



ステージ1 (生薬の生産拡大)

(1) 薬用作物安定供給研究 開発

- ①ゲノム育種による優良品種の育成
- ②省力化技術、安定多収技術の開発



大和トウキの根(生薬)

(2) トウキ葉の安定生産技術の開発

- ①簡易ネットによる栽培法
- ②葉と根の安定生産技術
- ③植物工場におけるトウキ葉生産技術

(3) 薬草栽培に関わる人材の育成・確保



磯城野高校における栽培指導

ステージ2 (漢方薬等の製造)

(1) 川上川下のマッチング

- ①薬草を利用した商品開発の意向調査
- ②薬草生産農家と国産の薬草を求める企業とのマッチング

(2) 薬草を活用した商品開発の推進

- ①トウキ葉の成分分析、加工技術の研究
- ②トウキ葉活用コンソーシアム



(3) キハダ活用事前調査

- ①キハダの県内分布・植林可能地調査
- ②キハダ地産地消システム構築検討



キハダの内皮(オウバク)



陀羅尼助

ステージ3 (漢方薬等の研究臨床)

(1) 大和の生薬の薬効研究

- ①トウキ根単体利用のための研究
- ②トウキ根と葉の薬効成分の分析
(大和トウキブランド化のための評価指標、基準の選定)

(2) トウキ葉の安全性確認 ・トウキ葉の急性毒性試験等



大和トウキの葉

(3) 大和漢方医学薬学センター(県立医科大学)

- ①漢方外来の開設、
- ②漢方講座・セミナーの開催
- ③漢方研究の学内公募

ステージ4 (漢方の普及)

(1) 漢方のメッカプロモーション

- ①漢方のメッカPR事業
・漢方ファンクラブ
・漢方PRパンフレット作成
- ②漢方のゆかり再発見事業
・薬のゆかりを巡るツアー
・道の駅での漢方商品PR



森野旧薬園(宇陀市)



薬膳料理

(2) 漢方薬シンポジウム、 薬剤師向け研修会開催



漢方薬シンポジウム



研修会開催

8. 林業・木材産業の産業興し

森林面積が県土の77%を占めるなど、全国的に見ても森林資源が豊富で、県南部の「吉野林業地域」は全国有数の優良材生産地。

しかし、優良材ニーズが低迷、材価が下落、外材や安価な他県材が台頭



(1) 素材生産

高く売れるものを選んで出す林業が中心となっており、素材の安定供給が見込めない。森林所有者の生産意欲が低迷している。

(2) 製材・加工・流通

高級材中心の構造で小規模工場が大半。流通が複雑で高コストとなっており、競争力が弱い。

(3) 一般ユーザー、工務店・ハウスメーカー

木材に関する情報が不足。県産材を勧めるデザイナーや営業マン等も少ない。

○素材生産

素材生産力の強化を図るとともに、建築用材だけでなく、根元から枝まで全て搬出して多用途に供給する林業へ転換。

○製材・加工・流通

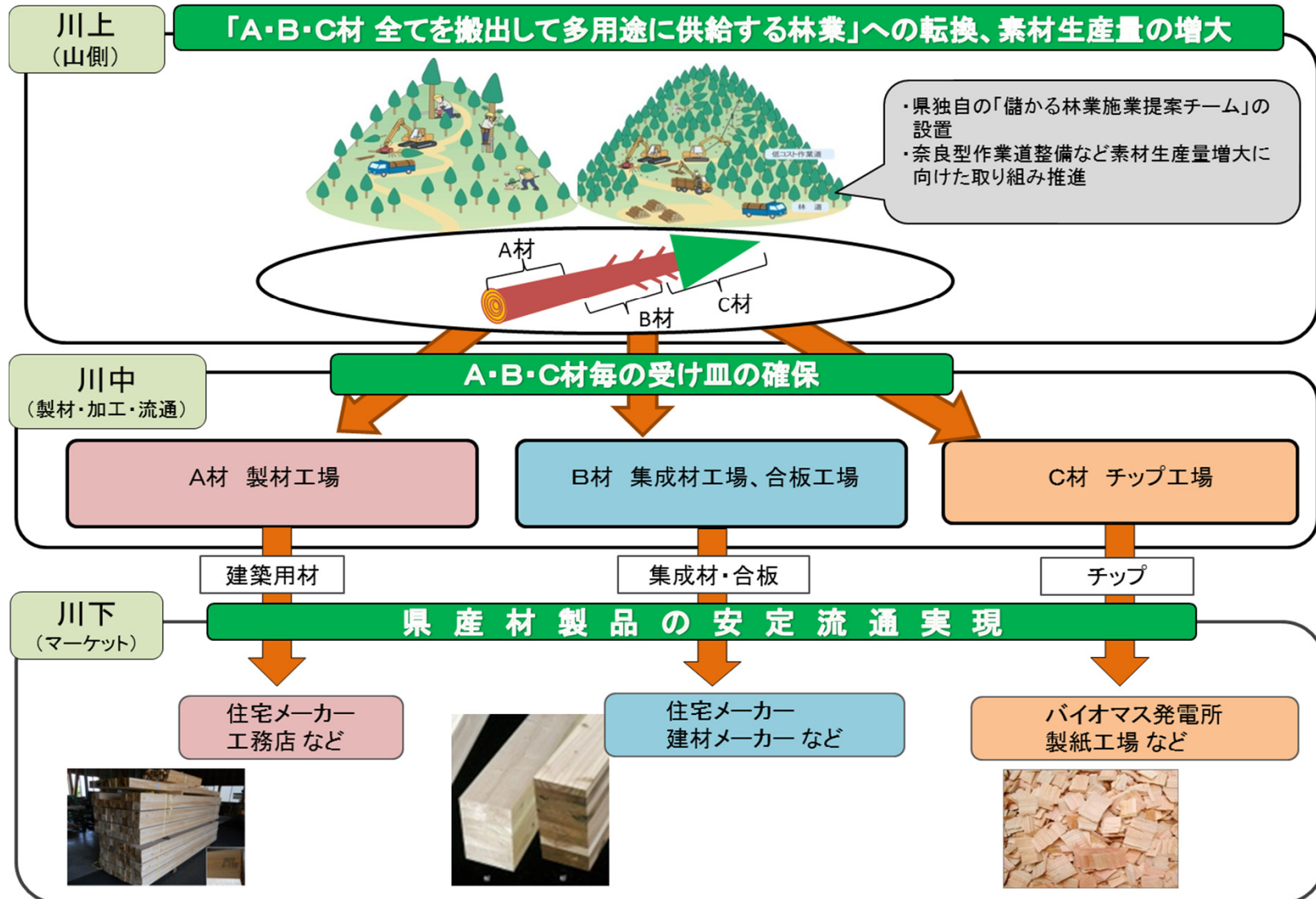
建築用材、ラミナ・合板用材、チップ用材などの受け皿の確保と競争力ある製材・加工・流通体制を構築。

○一般ユーザー、工務店・ハウスメーカー

県産材製品のブランド力向上と販路開拓、建材以外を含めた多用途での利用拡大を実現。

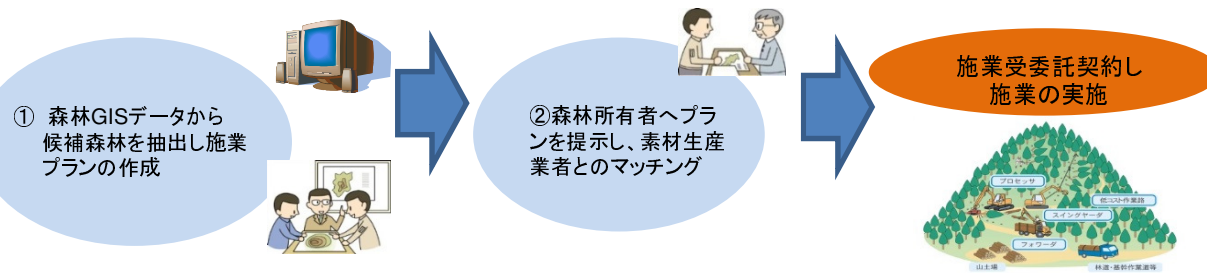
政策目標

- 「高級材を選んで出す林業」から「A・B・C材 全てを搬出して多用途に供給する林業」へ転換
- A・B・C材毎の受け皿の確保と製品の安定流通を実現する木材産業の構築



儲かる林業施業を新たに提案

〇県に儲かる林業施業提案チーム(10名)を設置し儲かる施業森林の掘り起こしを実施



素材生産拡大に向けた支援の充実

〇奈良型作業道の整備推進と架線集材施設の設置支援

・第1種木材生産林の奈良型作業道整備の重点支援、架線集材施設設置に係る経費補助

〇間伐材搬出支援(奈良県独自)の拡大

・間伐材の搬出・利用への支援をA材のみから、B・C材への拡大を検討



林業担い手の確保・育成

具体の取り組み

- ①新規就業者の研修実施
- ②素材生産力強化に向け、高性能林業機械の導入支援等の実施
- ③意欲的な一人親方素材生産事業者の事業連携・共同化支援の推進
- ④素材生産業への新規参入支援など



意欲的な素材生産業者

発掘・支援

県
(林業・木材産業振興プロジェクトチーム)

市町村

森林組合

A材 建築用材

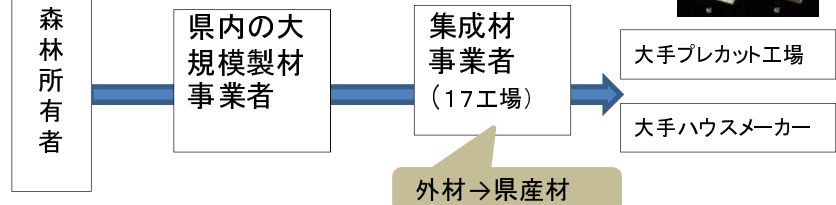
一般材

○大口取引を担っている「少品目低コスト型」の大規模生産工場と山側との安定取引の実現



B材 集成材ラミナ、合板用材

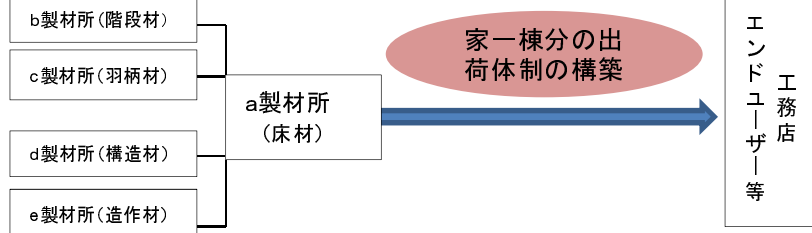
○県産材ラミナ用原木の安定流通体制の構築(現状90%外材)



高級材

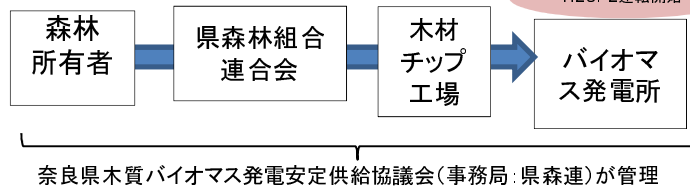
一般材

○小規模製材工場のネットワーク化成功事例をPRし、競争力のある「多品目流通体制」を拡大



C材 パルプ・チップ用材

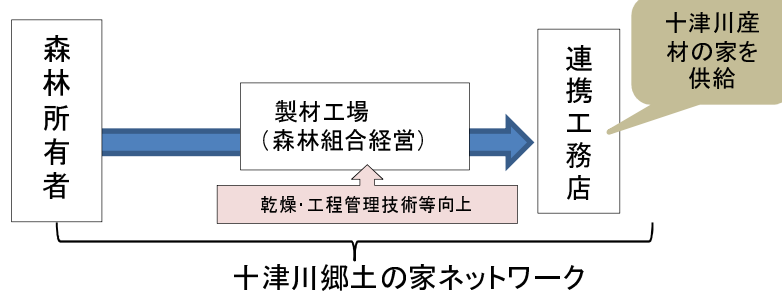
○H28年から運転スタートする木質バイオマス発電所への原木供給状況を把握・助言



一般材

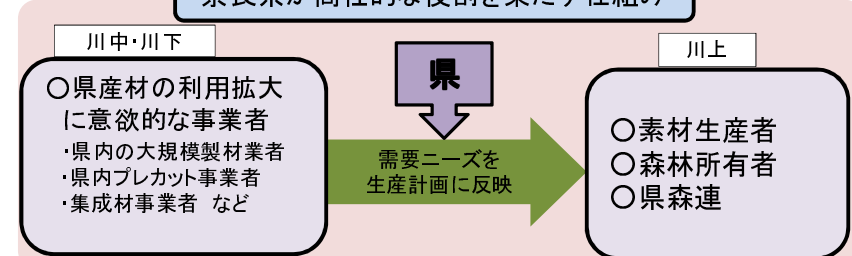
高級材

○素材生産・加工・流通・建築・販売促進を一貫して行う、低コストで安心できる「産直住宅」の取り組み拡大



A・B・C材

○川下・川中・川上をつなぐ木材需給量コーディネート機能の構築



県産材ブランド戦略の基本的方針：悪いものを取り除いて、ユーザーが求める良いものを供給し広めていく



1. ブランド力の強化と販路の拡大

- PR戦略の強化
 - ・奈良の木づくり運動推進月間(10月)によるPR
 - ・マーケティング専門家等が参画する「奈良の木PR戦略推進委員会」の設置
- 販路の拡大
 - ・首都圏における県産高級材のPR活動の展開 など



4. 新製品の開発・提供、建材メーカーでの製品化の拡大、流通価格の見える化の推進

- 森林技術センターの技術シーズを活かした製品開発
 - ・大手建材メーカー等との連携による吉野材フローリングや壁材等の新製品開発



2. 公共建築物や民間建築物への県産材利用の推進

- 農業大学校6次産業化施設、県立大学などで
- 一般住宅への県産材利用の推進
 - ・県産材使用住宅への助成 など



5. 奈良の木の魅力を発信する人材の育成

- 住宅販売営業マン等を対象とした「奈良の木の匠」養成塾の開催
- 川上・川中・川下交流研修会の開催
 - ・山側の事業者がエンド・ユーザーのニーズを学ぶ情報交換・研修会の開催 など



3. 木育の推進、暮らしの道具や土産物等への県産材利用の拡大

- 木育の推進
- 暮らしの道具や土産物の商品化推進、オフィス家具の普及・PRなど



6. 木質バイオマスエネルギーの利活用拡大

- 持続可能な「奈良県版木質バイオマス熱利用モデル」の構築 など

