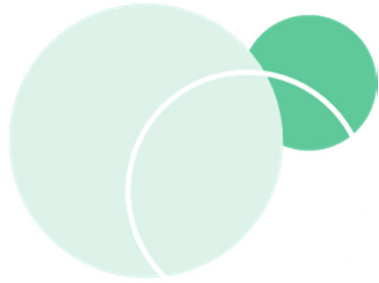


～奈良の地域創生を目指して～
奈良県の経済、産業を振興し、雇用促進と
しごと創生を図るためにどうすればよいか

- I 奈良県の産業興し**
- II 奈良県の雇用促進としごと創生施策の展開**

第6回 奈良県経済産業雇用振興会議
平成26年12月25日
奈良県





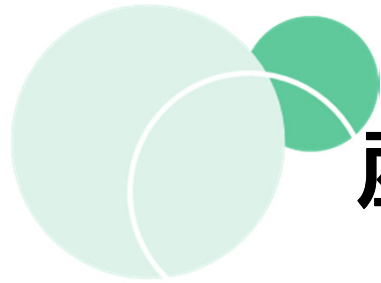
I 奈良県の産業興し

➤ リーディング産業3分野

「生活関連製造業」、「小売業」、「医療・介護・福祉」

➤ チャレンジ産業6分野

「宿泊産業」、「農業」、「料理・飲食業」、「漢方」、
「林業・木材産業」、「教育・研究・文化」



産業を興すためには

成果目標 → 行動目標 → 具体的取組 が順序

しかし、具体的取組の内容が固まらなると行動目標、成果目標を確立できない。

従って実際には、
具体的取組を構想し、実行して、結果を検証することから
開始する必要がある。

**具体的取組の構想 → 行動目標の確立 → 実行 →
検証 → 成果目標**



奈良県の産業を強くするために、奈良県の果たすべき役割は何か（**具体的取組の類型**）

1. 域外交易力の強化

○販路開拓支援

販路開拓

国内のみならず国外にも販路を開拓し、売上や収益の拡大を目指す取組の強化を促す

○新事業展開支援

新事業展開

既存の事業分野にとどまらず、新たな事業機会に意欲的に挑戦し、的確なマーケティングにより新市場を開拓することを支援する

○ブランド認証制度確立

ブランド認証
制度の確立

顧客や社会にとって価値があり、高い信頼を獲得できるブランドを構築し、それを維持する仕組みを構築する

2. 域内経済力・産業構造バランス力の強化

○研究開発支援

研究開発
支援

新技術の創出と実用化による新しい市場開拓を図るため、県内企業等が取り組む研究開発に支援する

○企業立地促進

企業の立地
促進

本県の特性を活かした産業集積の形成を図るため、持続的に県内産業へ刺激を与えるような企業の立地を促進する活動を積極的に行い、また、立地環境を整える

○人材育成・確保

人材育成
・確保

新事業展開やサービス水準の向上等を担う人材の量的・質的確保を体系的に推進する

○消費者へのアピール

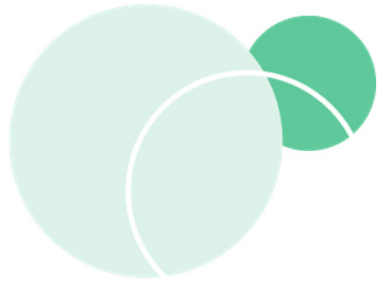
消費者へ
のアピール

県内・外の消費者や顧客に対し、奈良県の魅力について情報発信を積極的に行うことで、施策の周知と理解を図る

○県内経済循環促進

県内経済
循環促進

消費・投資・雇用が県内で循環する割合が高まるような施策を戦略的に展開する



3. 産業興し戦略

次ページ以降、前記の1. 2「**具体的取組の類型**」の産業興し各分野への適用のための構想をご紹介します。

1. 生活関連製造業の産業興し

県内では、生活関連分野の製造業(食料品、繊維、プラスチック)が、事業所、従業者数、製造品出荷額において大きなシェアを占めているが、域際収支は赤字。

この分野の域外交易力が強まれば、県経済に大きなプラス影響がある。

(1) 食料品製造業 [従業員数、製造品出荷額が、県内製造業で最多]

- ・景気変動の影響を受けにくく、安定して推移しているが、県内の食料資源の有効な活用が不十分であり、農業の生産拡大と食品加工業への接続が必要。
- ・関西圏に対しては貿易(域際収支)黒字だが、関西以外の地域に対しては赤字。

(2) 繊維製品製造業 [事業所数が県内製造業で最多]

- ・事業所数、従業者数、製造品出荷額は10年前(H14)と比較し、30%以上減少
- ・奈良は、国内最大の靴下の産地(国内シェア34.3%、短靴下類では58.7%)
- ・全国の靴下の輸入品率が年々増加しH25では82.4%。(H15では57.2%)。

(3) プラスチック製品製造業 [事業所数が繊維に次いで多く、全国でも第14位]

- ・製造品出荷額は、逡減傾向。従業員1人当たりの付加価値額が近畿で最も低い
- ・原油価格の高騰、短納期化、製品価格の下落など、経営環境は厳しく機能商品開発のための素材研究、技術開発等が求められている。

共通課題

- **新たな事業展開**への支援策の充実
- **研究開発**を促進させる支援策の充実
- **規模が小さくても世界に誇れる企業を支援**する仕組みづくり

(1) 食料品製造業

食品の素材生産、加工、製造、流通、販売を地域で一貫して行う体制が必要。

- よく売れる加工食品を開発するにはどうすれば良いか
- 奈良の農産物を加工食品として販売する良い方法はないか
- 加工食品に適した農産物を作るのはどうか

(2) 繊維製品製造業

産地ブランド力の向上、**高付加価値**商品の開発、国内外への**販路開拓**を支援する取組が必要。

- 産地ブランド力を高めるためにはどうすれば良いか
- 付加価値の高い新商品をどのように開発するのか
- 販売を促進する効果的な方法はないか

(3) プラスチック製品製造業

高付加価値商品の開発、国内外への**販路開拓**を支援する取組が必要。

- 付加価値の高い新商品をどのように開発するのか
- 販売を促進する効果的な方法はないか

新たな
事業展開
への支援

I クラウドファンディングを活用した支援

- ▶ 新事業展開にあたり、全国の投資家に呼びかけ、共感を得て、小口資金の投資を募るマイクロ投資の手法を導入して支援

II 海外販路開拓支援制度の創設

- ▶ 支援隊による海外進出支援
- ▶ 海外見本市に単独で出展し、販路を切り拓こうとする取組を支援

III 制度融資の拡充

- ① 創業系資金の返済期間延長(現行7年→10年)
- ② 女性や南部・東部地域で創業する方向けの資金の創設

研究開発
への支援

I 高付加価値獲得支援制度補助制度の拡充

- ▶ 新たに県内産の原材料を活用した「ご当地食品」の開発について、大企業も対象とし支援

II 技術研究組合を活用した研究開発の推進

- ▶ 異業種を巻き込んだ革新的イノベーションの創出、高付加価値商品の開発

生活関連製造
企業の立地促進

I 企業立地促進補助制度の充実

- ▶ 企業立地促進補助金の雇用要件緩和、企業活力集積促進補助金の充実

II 御所IC周辺における産業集積地形成事業の推進

- WEBサイトを通じて事業者が多くの個人から一口数万円ずつ「事業資金」を集める。
- 出資者の主な出資動機は「応援」や「共感」であるため、出資者自身が商品・サービスのファンとなり、資金調達と同時に、固定ファンの獲得につながる。

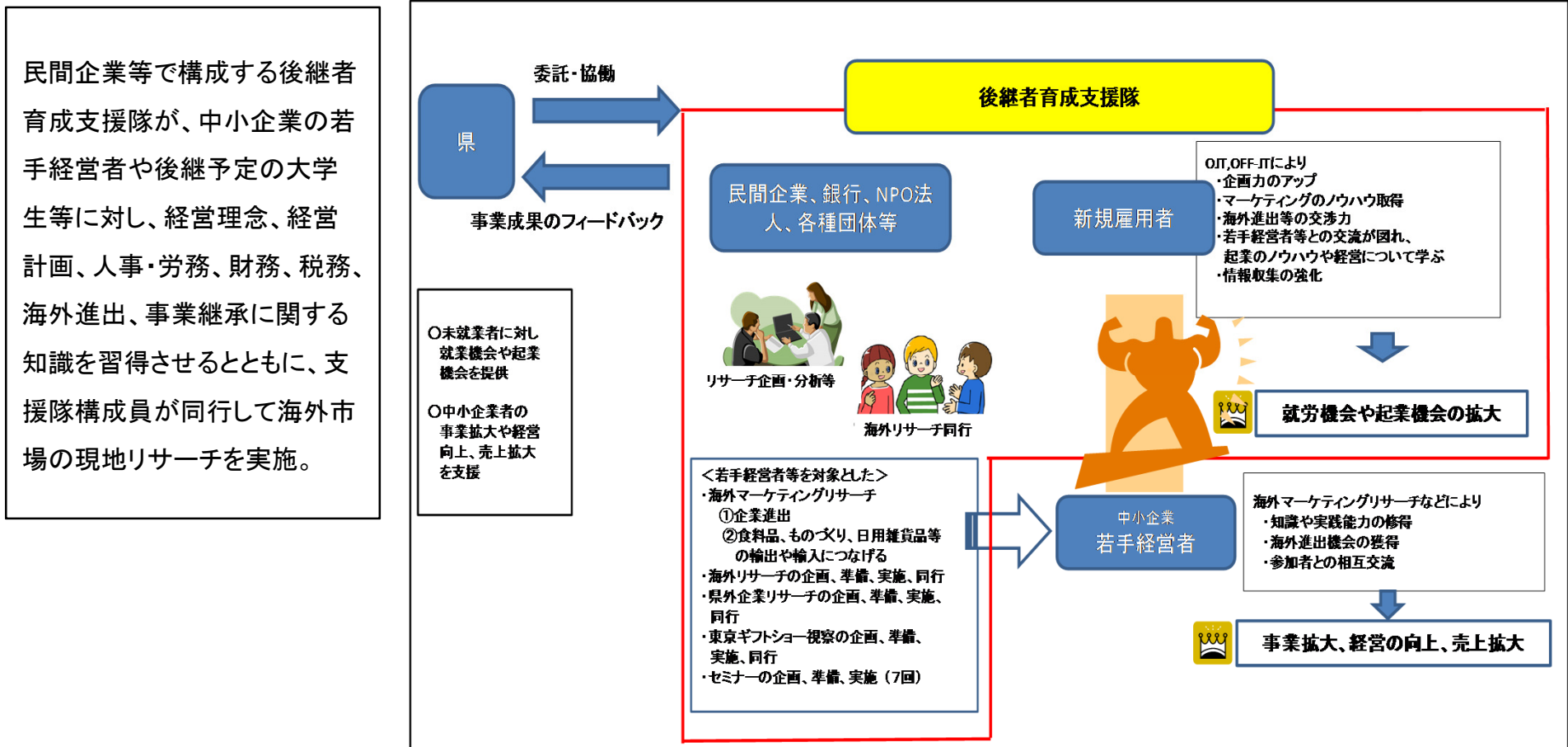
ミュージックセキュリティーズ(株)ホームページより



県内各地、様々な産業分野において、複数の民間機関が連携した、継続的雇用を支える「支援隊」活動を推進する。

中小企業若手経営者事業拡大支援事業

目的: 中小企業若手経営者や後継者の海外進出準備、事業拡大等を促進



制度概要

➤ 補助内容

- 県内産の原材料を活用した「ご当地食品」の開発及び機能性食品の開発に取り組みようとする企業に対し、開発等に係る経費の一部を補助

対象企業例

- 県内に事業所を有する大企業を対象に含める。
- 大企業(例)
 - ①タマノイ酢(株) 工場・中央研究所:大和郡山市 ※本社:大阪府
醸造酢、粉末酢、調味料等の製造販売
 - ②三和澱粉工業(株) 本社工場:橿原市
食品用加工澱粉、機能性素材等の製造販売
 - ③ハウス食品(株) 工場(大和郡山市)※本社:東京都及び大阪府
香辛食品(カレールー)、加工食品等の製造販売
 - ④敷島製パン(株) 工場(大和郡山市)※本社:愛知県
パン・菓子等の製造販売
 - ⑤UHA味覚糖(味覚糖グループ) 奈良工場(大和郡山市)※本社:大阪府
菓子・食品の製造販売

県内産原材料(例)

- ①「ご当地食品」原材料例
 - ・ヤマトポーク、大和肉鶏、大和牛
 - ・宇陀金ごぼう、大和いも
 - ・奈良の柿、梅、アスカルビー、大和すいか
- ②機能性食品原材料例
 - ・大和トウキ
 - ・大和マナ
 - ・吉野葛

これらの原材料
を使用した食品
の商品化

食料品製造業における製造品
出荷額等のアップ及び
県内産原材料の使用促進を目指す！

【課題】

県内の主要な地域産業(繊維産業やプラスチック産業)は、OEMや下請けが主であり、安価な海外勢に劣勢を強いられている。
→ 状況を打破するためには、高付加価値の製品開発による競争力の強化が必要不可欠。

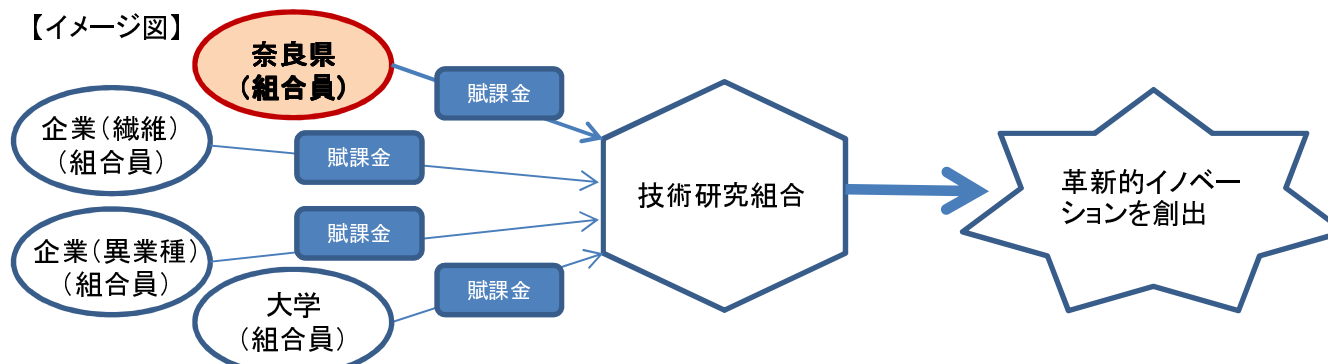
異業種間の製品開発

異業種間の協力なくしては生まれない
価値

プロジェクトの内容

- ① 奈良県のこれまでの主要な地域産業である繊維産業やプラスチック産業には、異業種も巻き込んでの革新的イノベーションの創出が不可欠である。
- ② そこで、県も賦課金の拠出をして、「繊維関連企業と異業種」或いは「プラスチック関連企業と異業種」などの地域異業種コンソーシアムが実現できるような研究課題を提案し、県内外の企業に広く呼びかけ、それに応じた企業と県が連携して「技術研究組合」を結成する。

【イメージ図】



【研究課題と連携企業の例】

○繊維分野と農業分野の連携

- ・柿渋を添加した抗菌靴下、抗菌マット等の開発

○プラスチック分野と住宅分野の連携

- ・床材等に適用できる燃えにくい木質プラスチックの開発

○中南和地域からの通勤圏内にある御所IC周辺に産業用地を造成、企業を誘致し、産業振興の強化と安定した就業の場を確保します。

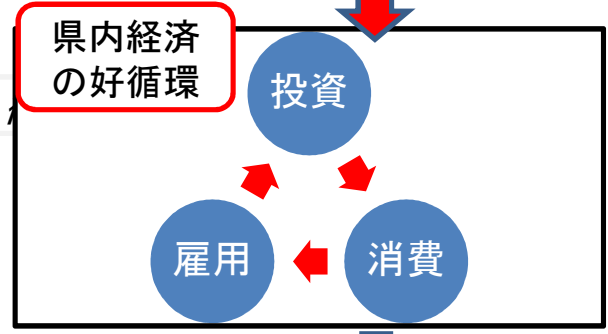
○中南和で自立的な地域経済構造を創るこのモデル的なまちづくり事業により、若年層を中心とした人口流出の阻止、U I ターンを促進します。



県内企業との取引拡大、雇用の創出効果が期待でき、県内に永く定着する企業を御所市と協力して誘致

【産業団地の造成計画案の概要】

- 開発面積 約 12 ha
- 分譲面積 約 8 ha
- 分譲の目標時期
(区画完成ごと) **平成29～32年度**



自立的な地域経済構造の構築

2. 小売業の産業興し

年間商品販売額が約1兆円、従業者数が約5万8千人とシェアが大きいですが、県外流出額が約4,000億円と大きく、県内消費を増加させ、域内での販売・消費の循環の拡大を目指すべき分野。

- (1) 奈良県の消費者の商品の目利き能力は高いものと思われるがその反面、小売業における県民1人当たり年間商品販売額は低い。(夜間人口1人当たり全国46位、昼間人口1人当たり43位)
- (2) 近年、大規模小売店舗の進出が続いており、売り場面積が増加すると、県外消費率は減少する傾向がみられる。
- (3) 「専門店」「中心店」の年間商品販売額が全国と比べて低く、売り場面積も少ない
- (4) 小売業態別県民1人当たり年間商品販売額を見ると、専門店とコンビニエンスストアが全国平均を大きく下回っている。
- (5) 取扱品目別に県民1人当たり年間商品販売額を見ると、衣料品等が全国に比べて低い。

○ **良い店**を増やす

消費者が魅力を感じるようなお店を県内に多く作るには、どうすれば良いか

○ **販売力**のレベルアップ

大型店舗のマーケティング力に個人店が負けないようにするにはどうすれば良いか

○ 買い物しやすい **まちづくり**

高齢の方や障害をお持ちの方でも買い物し易い環境を作るにはどうすれば良いか

店



良い店を増やす

I 魅力ある専門店、中心店づくりの推進

- ICTを活用した商店街活性化
- 魅力ある店舗づくりのためのセミナーや、首都圏での試験販売等の実施

II 大規模集客施設誘致の検討

- 他府県からの集客が見込める大規模集客施設(アウトレット等)の誘致に向け、立地条件、可能性、優遇制度等を検討

商品



販売力のレベルアップ

I 消費の誘発・喚起

- プレミアム商品券の発行

II 海外・首都圏プロジェクト

- 海外への販路の拡大
- 首都圏への販路拡大

III 奈良の土産物創出支援の推進

- 土産物創出事業の推進

環境



買い物をしやすい「まちづくり」

I 地域商業の活性化に向けた取組

- ① 支援隊によるまちのにぎわいづくり
- ② 商業活性化に向けた市町村や民間団体との協働事業の推進
 - ハード・ソフト面での支援
- ③ 駅周辺のまちづくり事業と連携した商業活性化の検討

既存のポイントカード運営会社のカードを、商店街のモデル地域で利用できるように整備を行い、顧客・地域のデータを取得することで、ニーズの把握と、顧客獲得への取り組みの効果検証を可能とする。



県【テーマ性の付加】

市町村【支援強化】

①目的

今年度発行総額34億5千万円となるプレミアム付き商品券を30万冊を発行し、好評を得た。[プレミアム15%、うち10%を県が負担]

来年度も県がプレミアム付き商品券を発行

②テーマ性を付加

来年度は、県外からの宿泊者(外国人観光者を含む)のリピートを促し、**宿泊客の増加につながるような工夫を加えて発行する。**



①目的

平成24年度から3ヶ年にわたり、地域単位の商品券の発行を支援してきたが、平成26年度については、消費税増税対策として、県発行のプレミアム商品券とともに、地域単位でも発行することで、消費マインドの醸成の一助となった。

平成29年に予定されている消費増税もふまえ、各地域で、地元商業の活性化、地元経済の活性化を目的に、プレミアム商品券を発行する場合に、補助金を交付することで、プレミアム商品券発行のインセンティブを与えると同時に、地域での消費拡大モデルをつくっていく。

②事業内容

市町村、商工会議所、商工会、商工会広域協議会等が発行する、地元商業活性化を目的としたプレミアム商品券に対し、予算の範囲内において、県が補助金を交付する。

③市町村支援強化

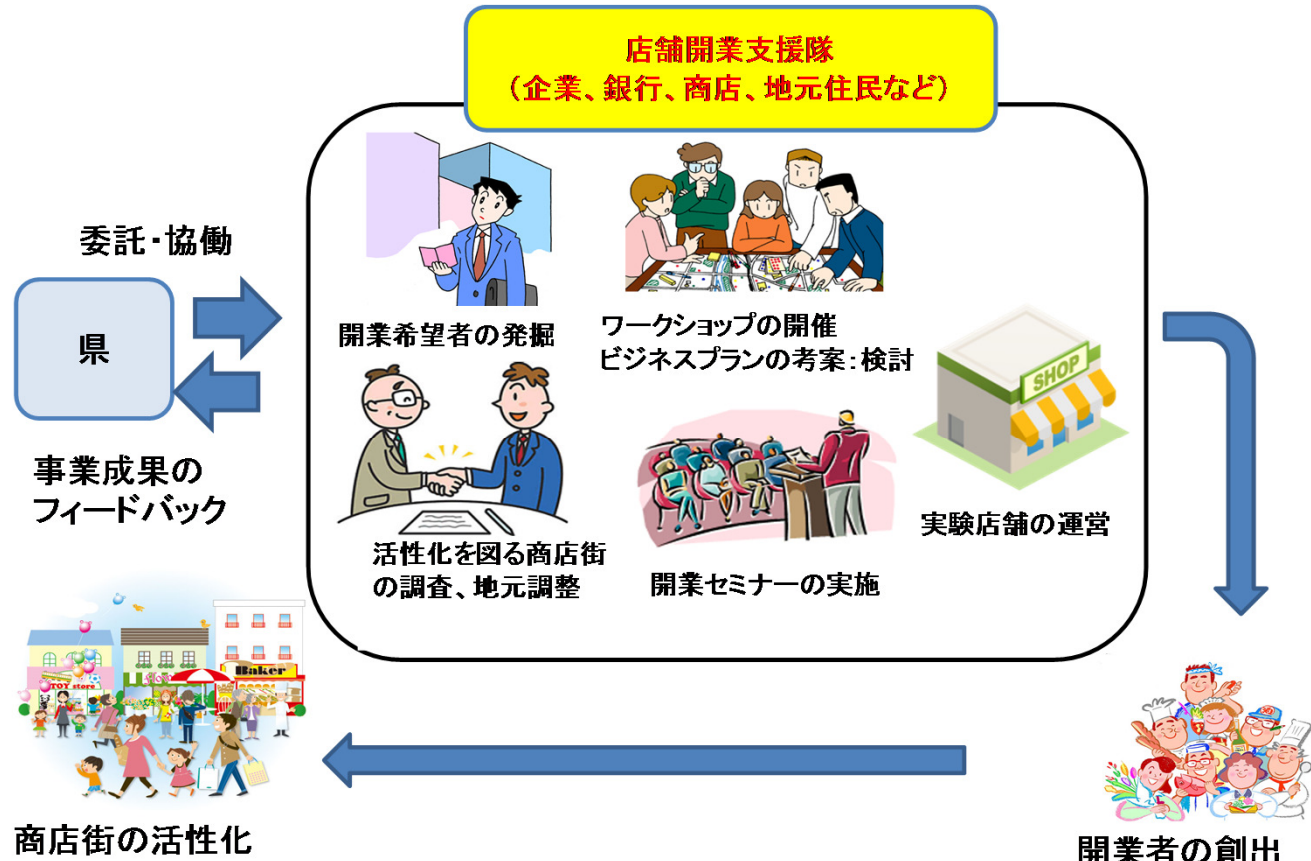
より多くの市町村等が参加でき、**地域を巻き込んだ取組**となるようにする。

県内各地、様々な産業分野において、複数の民間機関が連携した、継続的雇用を支える「支援隊」活動を推進する。

空き店舗活用起業支援事業

目的: 空き店舗家主の店舗賃貸に関する抵抗感軽減による、空き店舗解消促進。
新たな開業による商店街の活性化。

店舗開業支援隊が、未就業の女性、起業を目指している若年者、定年退職後の店舗開業に意欲的な高齢者を掘り起こし、商店街の空き店舗を活用した店舗運営など、開業に向けた実践的経験の場を提供。



3. 医療・介護・福祉の産業興し

(1) 医療

医療・介護分野は、高齢化社会の進展により、今後需要が急速かつ大幅に増加する分野である。

- (1) そのため、現在の医療・介護の提供体制を見直し、限られた医療資源を有効活用して、適切で質の高い医療を持続的に提供することが求められる。
- (2) 一方で、医療に対するニーズと医療提供体制の現状についての把握・分析する仕組みが確立していない。

- 県民に適切で質の高い医療を持続的に提供するため、需要(ニーズ)と供給のマッチングを図りつつ、効率的な医療提供体制をどのように整えるか
- 質の高いサービスを提供できる人材の育成と確保、また、働く者にとっても質が良い産業構造はどうあるべきか
- 限られた医療資源のなかで、必要なサービスを確保するため、提供するサービス間の連携を図る仕組みをどうつくるべきか

供給と需要の現状分析及び需給予測

- I 医療提供体制の現状分析・需給予測(ビジョンの策定)
- II 医療機能の見える化の充実(参加医療機関の割合増)

関係者が医療・介護・健康に関する情報を共有するためにICTを活用

- III **マイ健康カード**の普及(参加医療機関の割合増)

高度医療の充実

- IV 新奈良県総合医療センターの竣工
- V 県立医科大学附属病院E病棟の竣工

南和地域における医療提供体制の充実

- VI 南和広域医療組合南奈良総合医療センター等の開設

救急医療・周産期医療体制の構築

- VII 小児一次救急医療体制の確保(確保された市町村数の増)
- VIII ハイリスク妊婦の県内受入を支援(県内受入率の増)

在宅医療提供体制の構築

- IX 在宅医療提供体制の構築支援(協議会設置市町村の増)

医療従事者の確保

- X **勤務環境の改善**に取り組む医療機関を支援(離職率の減)

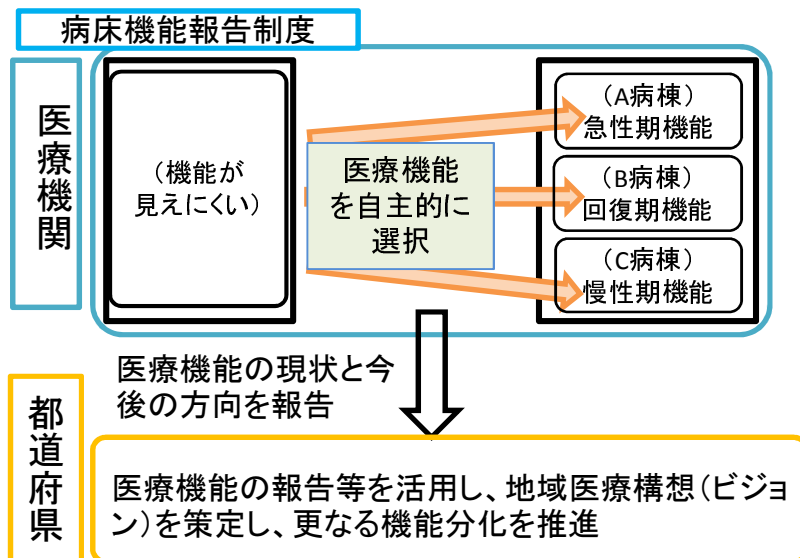
これからの更なる高齢化により、医療・介護サービスの需要が増大していく中で、国では「地域における医療・介護の総合的な確保を図るための改革」に着手し、都道府県は、医療機能の分化・連携を進めるため、地域ごとの医療機能の現状や将来の見通しを踏まえた上で、バランスのとれた医療機能ごとの必要量を示すビジョンを策定することとなった。

○病床機能報告制度

医療機関が、その有する病床において担っている医療機能の現状と今後の方向を選択し、病棟単位で、都道府県に報告する制度を設け、医療機関の自主的な取り組みを進める。

○地域医療ビジョン(ビジョン)の策定

都道府県は、地域の医療需要の将来推計や報告された情報等を活用して、二次医療圏等ごとの各医療機能の将来の必要量を含め、その地域にふさわしいバランスのとれた医療機能の分化と連携を適切に推進するための地域医療のビジョンを策定し、医療計画に新たに盛り込み、さらなる機能分化を図る。



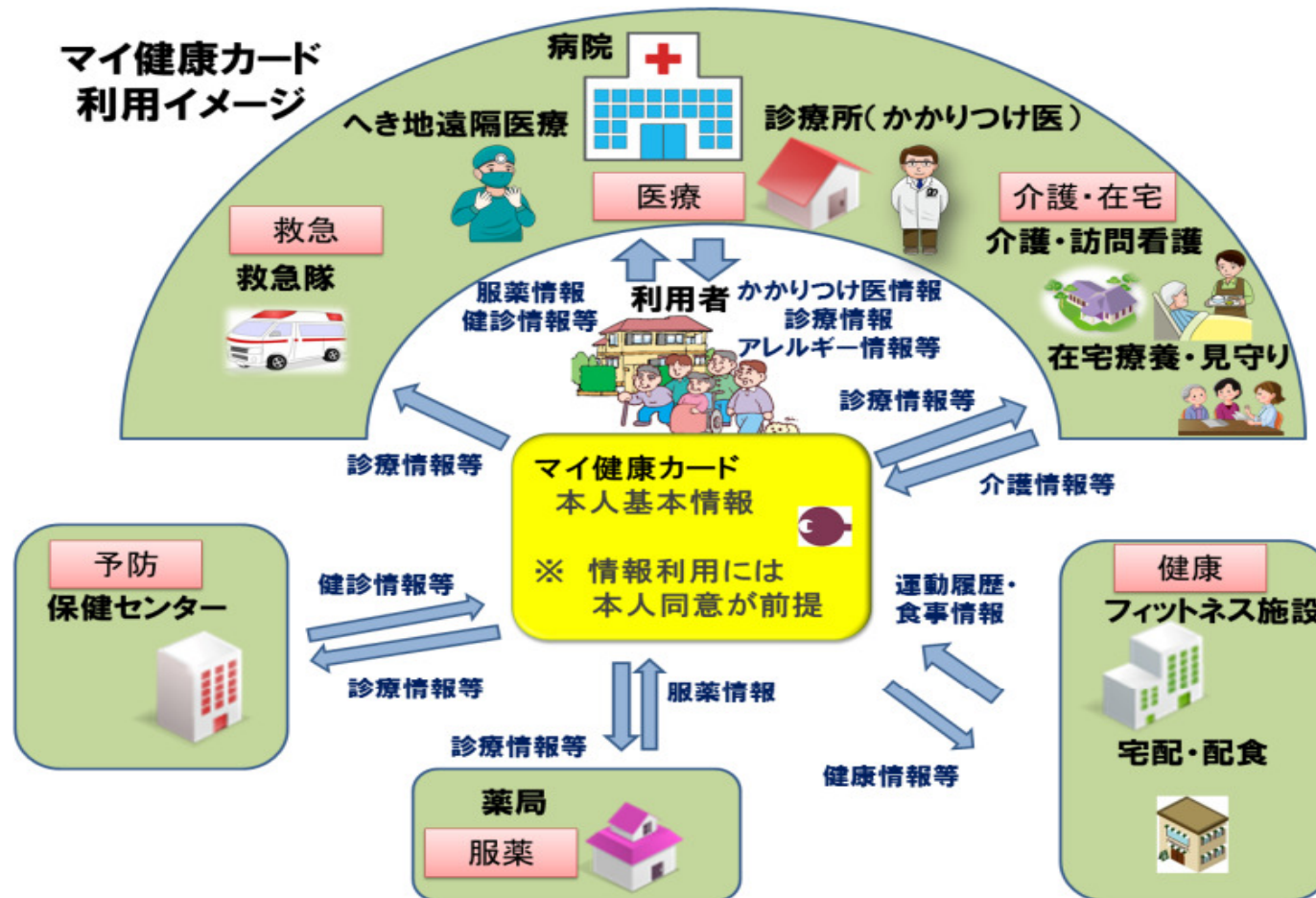
(地域医療構想(ビジョン)の内容)

1. 2025年の医療需要
入院・外来別・疾患別患者数 等
2. 2025年に目指すべき医療提供体制
・二次医療圏等ごとの医療機能別の必要量
(在宅医療・地域包括ケアについては市町村)
3. 目指すべき医療提供体制を実現するための施策
例) 医療機能の分化・連携を進めるための施設設備、
医療従事者の確保・養成等

【地域医療構想(ビジョン)策定の進め方について】

地域医療構想の策定にあたっては、限りある医療資源を有効に活用するため、医療の実績データを収集・分析することにより、将来の必要量を見据えた医療需給のマッチングを図る。構想の実現に向け、病院の機能分化を進め、適切で質の高い医療を提供する体制を構築するよう取り組むとともに、住み慣れた地域で自分らしい暮らしを続けることができるよう地域包括ケアシステムの構築を推進していく。

ICTを活用した医療・介護・健康づくり等の連携への取組



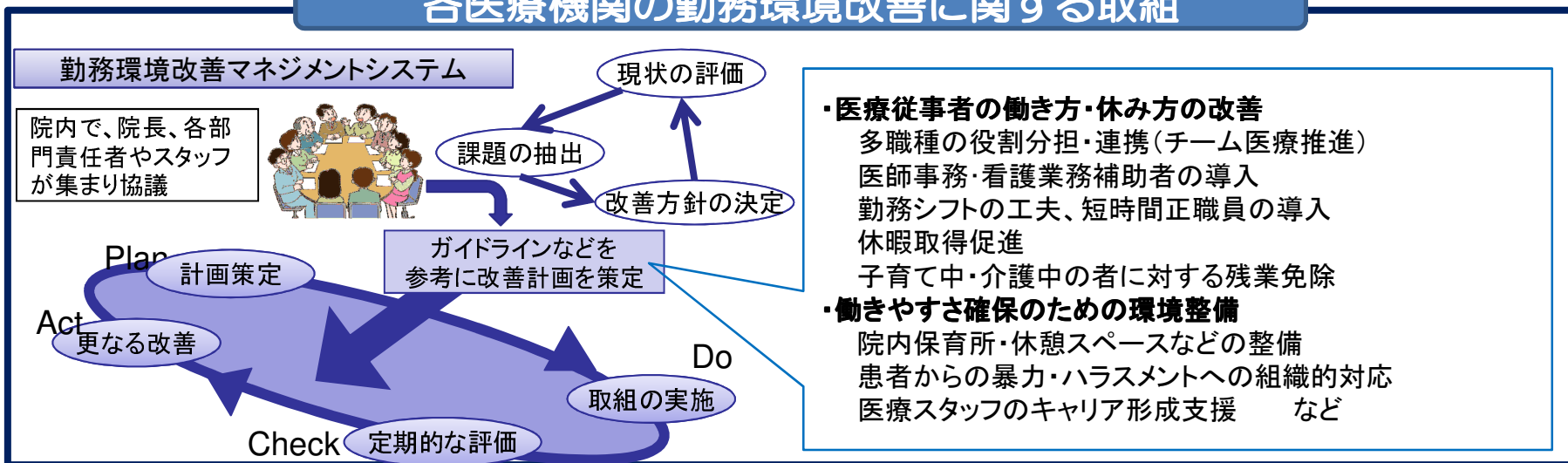
- 質の高い医療・介護の提供、きめ細やかな健康管理等、個人のニーズに合わせて、生涯にわたり県民の生活を支えるシステムを構築します。
- データの収集・分析により新たなヘルスサービスの創出や雇用の増大に繋がります。

医療従事者の勤務環境改善を促進するための拠点として、「奈良県医療勤務環境改善支援センター」を設置し、勤務環境改善に係る取組を行う医療機関に対し必要な支援を行うことにより、医療従事者の離職防止及び定着促進を図る。

業務内容

- 勤務環境改善に取り組む医療機関への個別支援・相談対応等
- 勤務環境改善に関する研修会
- 勤務環境改善を促進するための周知・広報

各医療機関の勤務環境改善に関する取組



専門家による支援、研修会等



医療勤務環境改善支援センター

医療労務管理アドバイザー

医業経営アドバイザー

地域の関係団体と連携した支援

3. 医療・介護・福祉の産業興し

(2) 介護・福祉

医療・介護・福祉分野は、「県内雇用」の面で大きく貢献しており、かつ、今後も雇用が伸びる分野である。しかし、

- (1) 超高齢社会をむかえ、今後ますます介護サービス利用者が増加し、自治体の財政を圧迫。効率的なサービス提供体制の構築が不可欠。
- (2) 介護・福祉人材が地域で不足している。離職率が高く、地域での雇用のマッチングや労働環境の改善が必要。
- (3) 高齢者、障害者等に対して、医療・介護・予防・住まい・生活支援を一体的に提供するサービス基盤の不足。

○介護を重要産業として捉える。

介護・福祉分野を多くの方の雇用の受け皿である産業としてとらえることはできないか。

○他の地域に抜きんでたサービス提供をする。

他の地域よりも**質の高いサービス**の提供のために何に重点を置くべきか。

○**人材の育成**を図る。

質の高いサービスを提供するための人材確保を行うにはどうすれば良いか。

地域包括 ケアシステム の構築

I 地域包括ケアシステムを支えるサービス基盤の整備

- 地域密着型サービス基盤の整備
 - ・小規模多機能型居宅介護事業所の整備
 - ・定期巡回・随時対応型介護事業所の整備

II 障害福祉サービスの充実

- 障害者グループホームの充実

III 認知症にやさしい地域づくりの推進

子育て支援 の充実

I 地域での子育て家庭に対する支援機能の強化

- 利用者支援の充実、地域子育て支援拠点の充実

II ひとり親家庭支援、児童虐待対策の充実

- 児童養護施設における家庭的養護の推進
- ひとり親家庭、児童養護施設の子どもを対象とした学習支援の充実

介護・福祉サービスを 支える人材の確保

I 参入促進を図る

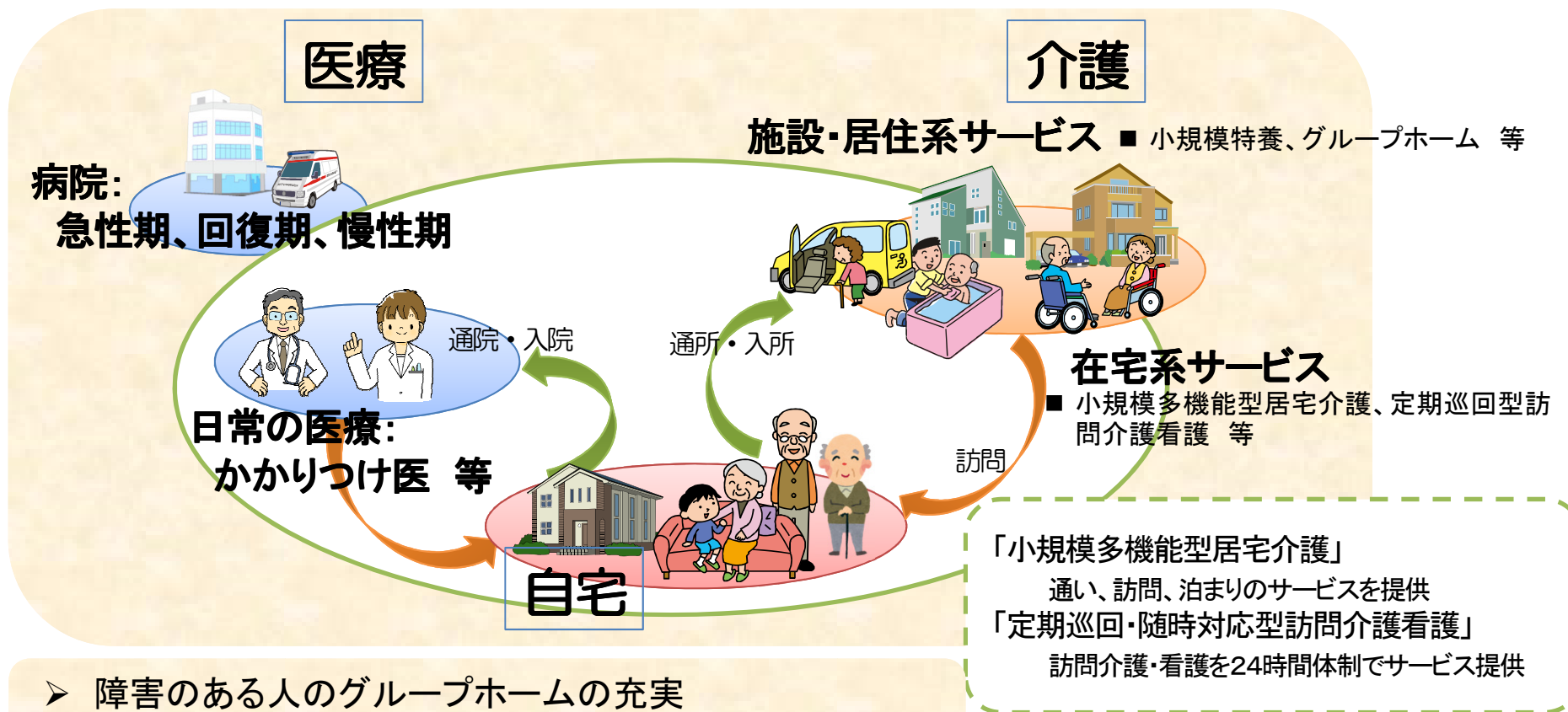
- 福祉・介護人材のマッチング、職場のイメージアップ

II 介護職員の離職率を改善させる

- 中小事業所の労働環境整備への支援
- 入職者のフォローアップ調査の実施、調査結果に基づく課題抽出と解決策検討

高齢者や障害者が住み慣れた地域で生活を継続できるようにするための基盤づくり

- 自宅で施設並みのサービス
 - 小規模多機能型居宅介護 の整備
- 24時間、随時訪問により在宅療養を支援
 - 定期巡回・随時対応型訪問介護看護 の整備



- 障害のある人のグループホームの充実
- 認知症にやさしい地域づくりの推進

- ◆子ども・子育て支援新制度においては、新たなメニューが創設されるなど、子育て支援サービスの量・質ともに充実される。
- ◆子育て中の親子や妊婦が、これらのメニューの中から一人ひとりに合ったサービスを適切に選択し利用できるよう、市町村における身近な場所での相談・援助を普及させるとともに、地域子育て支援拠点での親子交流や情報提供等を充実させ、地域における子育て家庭への支援の強化を図る。

取組内容

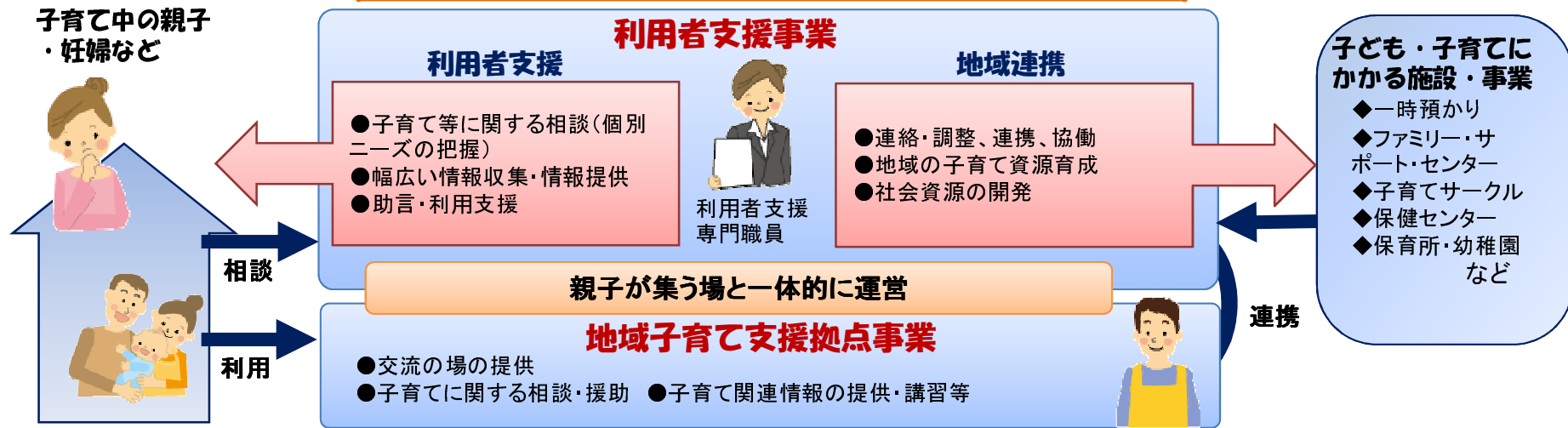
① 子育て家庭支援ネットワーク会議の運営

② 利用者支援専門職員の養成研修

③ 利用者支援事業普及のための研修

④ 地域子育て支援拠点事業充実のための研修

親子・妊婦を子育て支援サービスにつなぐ



支援の必要な子どもに対する地域における施策の推進

- ◆社会的養護が必要な子どもを家庭的な環境において安定した人間関係の下で育てることができるよう児童養護施設のケア単位の小規模化を推進する。
- ◆ひとり親家庭の子どもに対する学生ボランティア等による学習指導や児童養護施設の子どもが学習塾を利用した費用の支援を拡充する。

介護職員の離職率が高い

参入促進しているが離職するが多い

マッチングしても1, 2年で離職していく

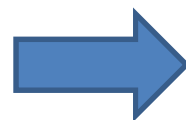
〈離職理由 第2位〉

・法人や施設・事業所の理念や運営のあり方に不満があったため
25.0%

働きやすい職場、働く者にとって質の良い職場という視点が必要

【課題】

いわゆる「3K」など労働環境の未整備、理念共有の不徹底などが原因で、勤め続けられないのでは？



定着率を高めるために

従来支援してきた雇用される側ではなく、雇用する側の労働環境に働きかける必要(人材確保のための労働環境改善)

新 中小事業所の労働環境の整備への支援(介護事業所向け)

・事業所の雇用管理支援

社会保険労務士、経営コンサルタントによる個別対応、アウトリーチ型の支援
雇用管理制度の導入支援と、雇用管理改善の実践の促進

新 離職理由の追跡調査し、課題抽出と解決策検討

・入職者フォローアップ調査

3年前の入職者に対して、離職の有無を確認。離職者に対して離職の理由を調査。併せて、離職事業所に対して実態調査を実施

・上記調査結果に基づき、課題抽出及び解決策を検討

介護職員確保推進委員会(仮称)の設置。