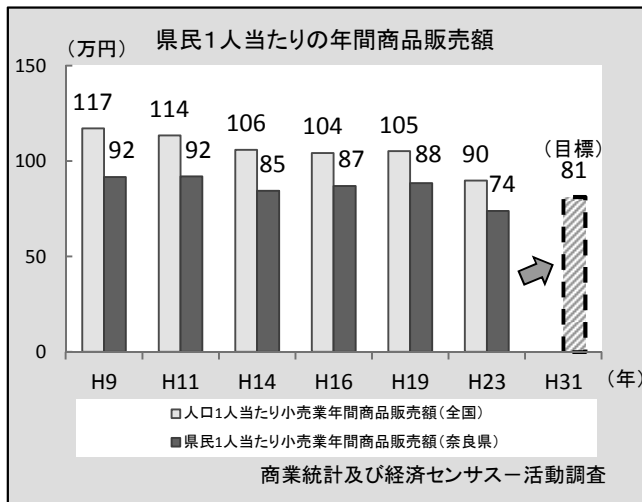


主担当部局(長)名	産業・雇用振興部長 森田 康文
関係部局(長)名	総務部長 野村 政樹、地域振興部長 一松 旬、観光局長 福井 義尚、健康福祉部長 土井 敏多、農林部長 福谷 健夫、県土マネジメント部長 加藤 恒太郎、まちづくり推進局長 金剛 一智

重点課題	I 経済の活性化 3 県内消費の拡大
------	-----------------------

目指す姿	地域特性を活かした商業集積など消費地としての魅力の向上を図るとともに、宿泊観光客を増加させる取組により、経済が好循環し消費が活発になる社会を目指します。
------	--

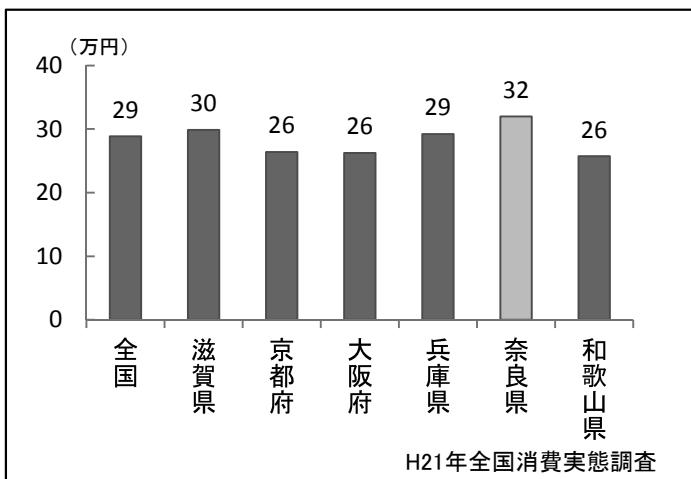
1. 政策課題の進捗状況



目標	県民1人当たりの年間商品販売額を、平成31年度までに10%アップします。(H24年経済センサス活動調査 奈良県:739千円 大都市近郊の類似5県(滋賀県、和歌山県、千葉県、埼玉県、神奈川県)の平均値:803千円)
取組	プレミアム商品券の発行や商業活性化の協働推進に取り組みました。
成果	<ul style="list-style-type: none"> 県内での消費を喚起するため、「生活応援せんとくんプレミアム商品券」を30万冊発行したことにより、試算上約12億円の経済効果がありました。また、商品券を発行する市町村等9団体に対する支援を実施しました。 商業活性化協働推進事業により商店街活性化の機運の醸成を図りました。

2. 現状分析

【1ヶ月1世帯当たりの消費支出額の比較(全国・近畿府県)】

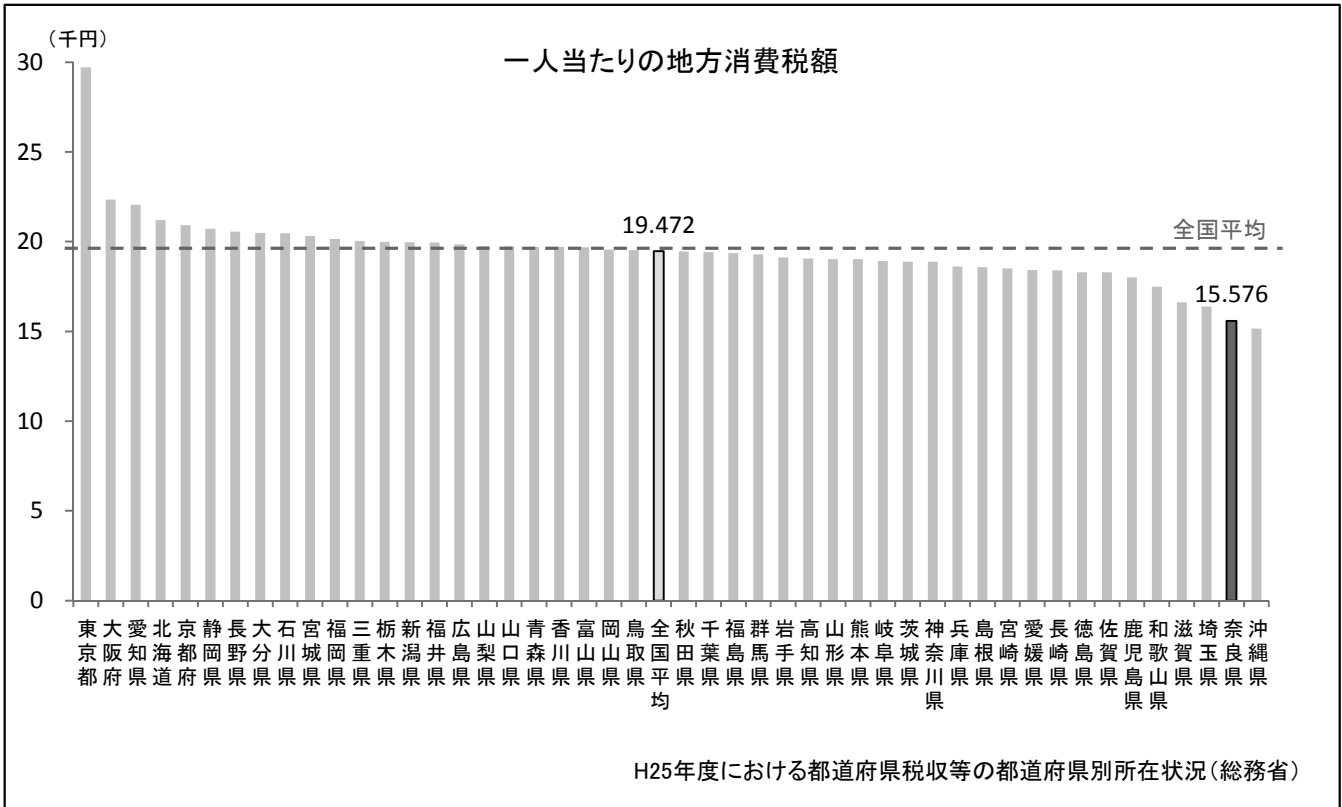


【1年間の消費額の試算(県全体)】

		県内消費	県外消費	合計
		(億円)(%)	(億円)(%)	(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	購入額	9,477	1,907	11,384
	比率	83.2	16.8	
サービス	支出額	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)

- ・奈良県の消費支出は319,932円と全国や近畿各府県と比べて高く、全国第3位となっています。
- ・年間県外流出額は、県全体で年間約4,000億円(23.5%)と試算しています。
(商品購入額の流出は1,907億円(16.8%)、サービスの流出は2,093億円(37.3%))
- ・商品購入での県外への流出額は、食料品類、身廻品、衣料品類の合計で、全体の約75%を占めています。



平成25年度1人あたり地方消費税額(清算後)は15,576円で、全国第46位となっており、全国平均(19,472円)を大きく下回っています。

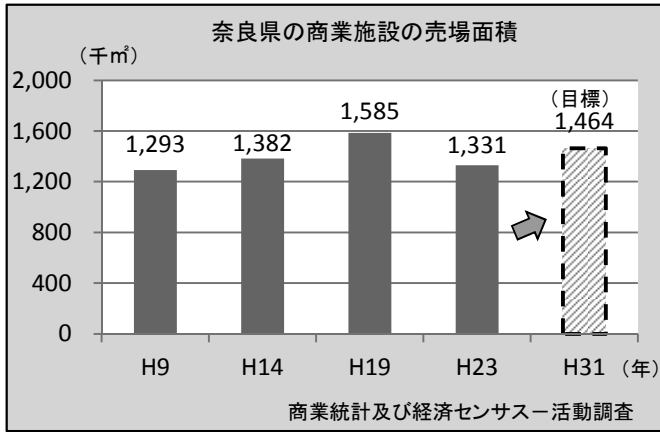
奈良県の持っている強み		内部(内的要因)	奈良県の抱えている弱み
目的達成のプラス要因	<ul style="list-style-type: none"> 1 消費支出額が全国第3位(H21年 1ヶ月1世帯当たり320千円) 2 貯蓄現在高が全国第2位(H21年 県民1世帯当たり貯蓄高18,991千円) 3 歴史的資源や自然景観などの観光資源が豊富 4 大阪都市圏に隣接し、交通の便も良い(県外より消費流入のポテンシャルあり) 5 ミシュランレッドガイドにおいて16軒が星を獲得 		<ul style="list-style-type: none"> 6 県外への年間消費流出額は、県全体で試算すると、合計約4,000億円 7 屋間人口が少ない 8 奈良の定番の土産物が少ない 9 県外就業率が全国で最も高い(29.9%) 10 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) 11 宿泊施設の施設数・客室数ともに少なく、客室数は全国で最下位 12 事業所数が少ない(49,725箇所 全国40位) 13 農業産出額が少ない(432億円 全国44位)
	<ul style="list-style-type: none"> a 古事記編纂1300年を契機とした、国民の記紀・万葉集への関心の高まり b 「歴女」ブームなど、歴史に関心のある消費者層の拡大 c 県内立地企業が増加 d 国の経済政策による景気の回復傾向 e 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 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 	外部(外的要因)	<ul style="list-style-type: none"> h 大都市圏に集中する大型のホテルや商業施設の立地 i 全国的な建設コストの高騰 j 消費税率の引き上げ
	奈良県への追い風		奈良県への向かい風
目的達成のマイナス要因			

3. 施策課題の進捗状況

戦略1 買い物環境を充実させ、消費地としての奈良の魅力向上を図ります。

主担当課(長)名 産業振興総合センター所長 村上 伸彦

戦略目標	▶商業施設の売場面積を平成31年度までに、10%アップします。 (H24年経済センサス活動調査 奈良県:1,331千㎡)
------	---



取組	魅力あるお店などの創業支援に取り組みました。
成果	魅力あるお店づくりセミナーを開催し、新たに4つのお店が創業されるとともに、大型商業施設としてイオンタウン富雄南(約12千㎡)が平成26年10月に開店しました。また、大規模小売店舗立地法に基づく新設届出が、平成26年度に7店舗(約32,000㎡)ありました。

主な取組指標等	平成24年度	平成25年度	平成26年度	担当課名
ターゲットを絞った世代別・地域別の消費拡大策の検討				
魅力あるお店づくりセミナー参加者数(人)	100	80	80	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(店)	6	4	4	産業振興総合センター
後継者育成塾の参加者数(人)	—	—	70	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]	87	92	101	マーケティング課
協定直売所「地の味土の香」の売り上げ(億円)	29.8	32.2	35.1	マーケティング課
消費税率引き上げに伴う消費落ち込みへの対策				
生活応援せんとくんプレミアム商品券の発行(冊)	—	—	300,000	産業振興総合センター

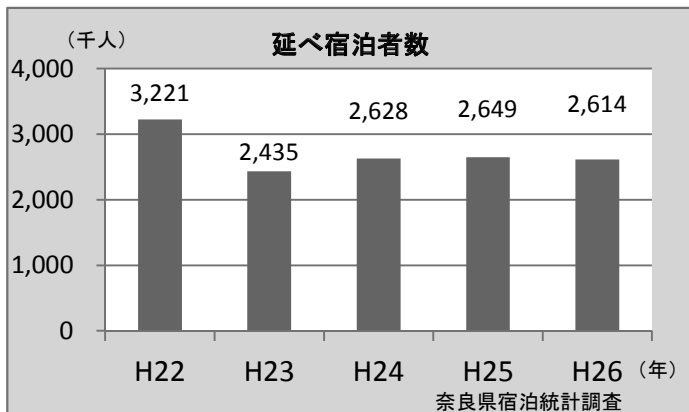
これまでの成果

- ・消費税率の引き上げに伴う消費の冷え込みを緩和するため、生活応援せんとくんプレミアム商品券を30万冊発行したことにより、試算上約12億円の消費喚起と消費流出抑制がありました。
- ・市町村版プレミアム商品券の発行支援を9箇所で実施しました。(市町村版プレミアム商品券発行総額:4億300万円)

戦略2 宿泊観光客の増加を図り、観光消費を活発にします。

主担当課(長)名 企業立地推進課長 大西 勇

戦略目標 ▶県営プール跡地へ良質ホテルを誘致します。
▶平成27年までに、延べ宿泊者数を300万人にします。
(H24年:宿泊観光客数263万人)



取組	ホテルを核とする賑わいと交流の拠点整備に取り組みました。(県営プール跡地活用プロジェクト)
成果	4つ星評価以上を有する良質な国際ブランドホテルの開業を条件として、平成26年度に優先交渉権者(事業者)を選定しました。
取組	奈良県への宿泊観光客の誘致活動を行いました。
成果	延べ宿泊者数は、平成26年4月から6月は消費税引き上げや夏場の天候不順により減少しましたが、秋以降は首都圏観光キャンペーン、冬期キャンペーン、海外でのプロモーションなどの取り組みにより前年同期と比較して増加に転じました。

主な取組指標等	平成24年度	平成25年度	平成26年度	担当課名
多様な宿泊施設の創出と宿泊施設の新たな魅力づくりを総合的に支援				
観光入込客数(推計)(万人)	3,429	3,547	(集計中)	観光産業課
宿泊施設・飲食店の創業や多角化を支援				
創業等の融資にかかる利子補給件数(件)	10	9	6	産業振興 総合センター 企業立地 推進課
新しい土産物の創出				
食のギフト「奈良まるごと便」インターネットストア取扱アイテム数(商品)	197	289	354	マーケティング課

これまでの成果

- ・県営プール跡地活用プロジェクトにかかるホテル事業者の公募を先行して実施し、森トラスト株式会社を優先交渉権者として選定しました。
- ・近年流行の簡易宿所(ゲストハウス)で、県が実施している制度融資を活用し、約90名(H22～H26年度)定員が増加しました。
- ・コンベンション誘致の活動(主要大学への誘致活動等)を強化したことにより、コンベンション支援件数は、平成24年度の248件(延べ宿泊者数:28,034人)から平成26年度は258件(延べ宿泊者数:29,873人)と約6.5%増加しました。

4. 平成28年度に向けた課題の明確化

＜政策課題の進捗状況＞
 ・県内での消費を喚起するため、「生活応援せんとくんプレミアム商品券」を30万冊発行したことにより、試算上約12億円の経済効果がありました。また、商品券を発行する市町村等9団体に対する支援を実施しました。
 ・商業活性化協働推進事業により商店街活性化の機運の醸成を図りました。

＜施策課題の進捗状況＞
 ・魅力あるお店づくりセミナーを開催し、新たに4つのお店が創業されるとともに、大型商業施設としてイオンタウン富雄南(約12千㎡)が平成26年10月に開店しました。また、大規模小売店舗立地法に基づく新設届出が、平成26年度に7店舗(約32,000㎡)ありました。
 ・県営プール跡地活用プロジェクトにおいて、4つ星評価以上を有する良質な国際ブランドホテルの開業を条件として、平成26年度に優先交渉権者(事業者)を選定しました。
 ・延べ宿泊者数は、平成26年4～6月は消費税引き上げや夏場の天候不順により減少しましたが、秋以降は首都圏観光キャンペーン、冬期キャンペーン、海外でのプロモーションなどの取り組みにより前年同期と比較して増加に転じました。

＜奈良県の持っている強み＞
 1 消費支出額が全国第3位(H21年1ヶ月1世帯当たり320千円)
 2 貯蓄現在高が全国第2位(H21年県民1世帯当たり貯蓄高18,991千円)
 3 歴史的資源や自然景観などの観光資源が豊富
 4 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)
 5 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＞
 6 県外への年間消費流出額は、県全体で試算すると、合計約4,000億円
 7 昼間人口が少ない
 8 奈良の定番の土産物が少ない
 9 県外就業率が全国で最も高い(29.9%)
 10 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)
 11 宿泊施設の施設数・客室数ともに少なく、客室数は全国で最下位
 12 事業所数が少ない(49,725箇所全国40位)
 13 農業産出額が少ない(432億円全国44位)

＜奈良県への追い風＞
 a 古事記編纂1300年を契機とした、国民の記紀・万葉集への関心の高まり
 b 「歴女」ブームなど、歴史に関心のある消費者層の拡大
 c 県内立地企業が増加
 d 国の経済政策による景気の回復傾向
 e 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
 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

＜奈良県への向かい風＞
 h 大都市圏に集中する大型のホテルや商業施設の立地
 i 全国的な建設コストの高騰
 j 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〕魅力ある商業施設の増加(1,2,c,f)
 ・奈良の魅力の収集と効果的な情報発信(3,5,a,b)
 ・海外からの訪問客の取り込み(3,4,d,e,g)

＜弱みを踏まえ追い風を活かす課題＞
〔重要課題〕県営プール跡地活用プロジェクトの推進(10,11,a,b,d,e)
 ・市町村公有地等への宿泊施設誘致(11,a,b,d,e,g)
 ・県の特産品のネット販売の促進(8,d)
 ・魅力ある県産品・土産物の開発と効果的なPRの実施(8,a,b,e)
 ・県産農産物の県内外における販路拡大(13,d)
 ・ターゲットを絞った世代別、地域別の消費拡大(6,b,e)

＜強みで向かい風を克服する課題＞
 ・多様な宿泊施設の創出支援(3,4,h,i)

＜弱みを踏まえ向かい風に備える課題＞
〔重要課題〕県内消費喚起につながる施策の実施(7,9,j)
 ・地域特性を生かした商業集積地等の形成(6,10,12,h)

5. それぞれの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
【重要課題】魅力ある商業施設の増加	魅力ある小売店や飲食店の創業のための支援など、県内で集客力のある商業施設の整備を支援します。
奈良の魅力の収集と効果的な情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・「記紀・万葉」に関する情報を収集整理し、ホームページ、プレスリリース等により幅広く情報発信します。 ・インターネットや大型ディスプレイ等を活用します。 ・「奈良まほろば館」を活用し、首都圏で情報発信します。 ・「せんとかん」を効果的に活用します。 ・JAならけんまほろばキッチン内観光案内所でのコンシェルジュによるタイムリーな情報発信を行います。
海外からの訪問客の取り込み	<ul style="list-style-type: none"> ・海外観光プロモーターによる切れ目のないセールス・マーケティングを行います。 ・富裕層市場を開拓します。 ・旅行商品コーディネーター及び奈良県ビジターズビューローにより着地旅行商品を造成します。 ・奈良にゆかりの深い東アジアや増加傾向にある東南アジア等ASEAN諸国を中心に、仏教や歴史文化、ゆかりなどを積極的に紹介します。 ・奈良に関心の高い欧米に、歴史・文化等に加え、食の魅力も発信します。
弱みを踏まえ追い風を活かす課題	今後の取組方針
【重要課題】県営プール跡地活用プロジェクトの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルを核とする賑わいと交流の拠点整備に向け、ホテル以外施設を公募選定する手続きを開始します。 ・事業用地の文化財発掘調査を進めるとともに、ホテル事業の優先交渉権者と契約を締結します。
市町村公有地等への宿泊施設誘致	これまでのホテル誘致活動のノウハウを活用し、市町村公有地等への宿泊施設誘致を支援します。
県の特産品のネット販売の促進	食のギフト「奈良まるごと便」インターネットストア取扱商品の拡大とPRを行います。
魅力ある県産品・土産物の開発と効果的なPRの実施	<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。 ・JR奈良駅アンテナショップ(奈良のうまいものプラザ)、奈良にぎわい味わい回廊でPRイベントを開催します。 ・奈良の土産物(菓子類)の充実方策を検討します。
県産農産物の県内外における販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・協定農産物直売所「地の味 土の香」ブランド力を向上します。 ・「奈良まほろば館」を活用した販路拡大、誘客、およびプロモーションの展開による販路拡大、誘客を図ります。 ・首都圏での県産農産物トップセールスを実施します。
ターゲットを絞った世代別、地域別の消費拡大	<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
多様な宿泊施設の創出支援	融資制度の活用や開業支援を積極的に行い、旅館、ホテル、簡易宿所の魅力向上及び新たな開業を促進します。
弱みを踏まえ向かい風に備える課題	今後の取組方針
【重要課題】県内消費喚起につなげる施策の実施	プレミアム商品券の発行に伴う効果などを検証のうえ、県内消費喚起につなげる施策を検討・実施します。
地域特性を生かした商業集積地等の形成	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力ある商業施設の立地・誘致など商業施設の整備等について検討・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について検討します。

6. 平成26年度評価において見直しを行った課題、取り組み

見直した課題	見直した取組方針、見直した内容
県内消費喚起につなげる施策の実施	「昼間人口が少ない」「消費税率の引き上げ」などの要因を踏まえ、新たに「県内消費喚起につなげる施策の実施」を課題と捉え、奈良県全域で使用できる商品券に加え、南部東部地域限定の商品券を発行しました。