

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

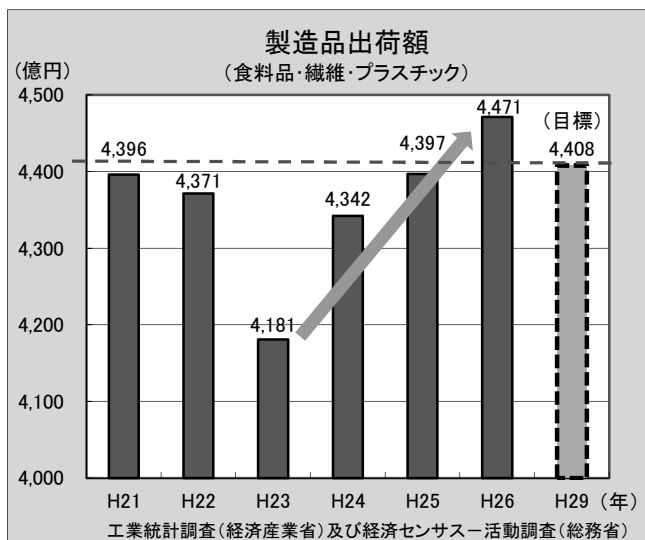
主担当部局(長)名
産業・雇用振興部長 中川 裕介

目指す姿

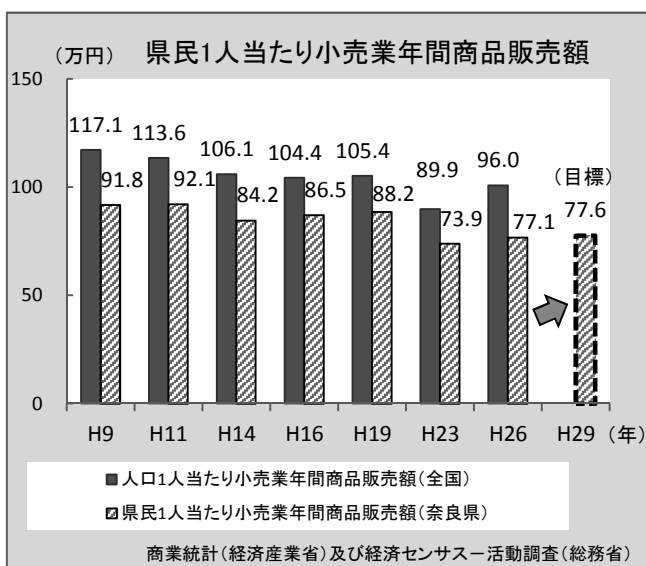
新しい産業を創り、また地域産業を伸ばすための産業支援を行うことにより、「起業の促進」や「しごと創生」を図り、経済を活性化させることで、奈良でくらし、奈良で働くことができ、経済が県内で好循環する社会を目指します。

関係部局(長)名:総務部長 辻本 浩司、地域振興部長 村田 崇、観光局長 森田 康文、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 榊田 斉志、農林部長 福谷 健夫、県土マネジメント部長 山田 哲也、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



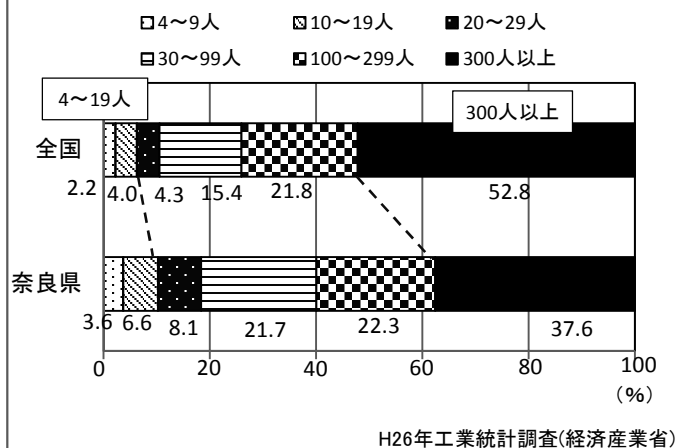
目標	平成29年度までに、生活関連製造品出荷額を66億円アップします。(H29年度目標額:4,408億円)(H24年度:4,342億円)
取組	クラウドファンディングを活用して新たなファンの獲得を目指す中小企業に対する支援、海外販売拠点の立ち上げを目指す企業の支援を行うなど、付加価値の高い県内産業の体質強化に取り組みました。
成果	製造品出荷額(食料品・繊維・プラスチック)は、平成23年以降毎年増加しており、平成26年は4,471億円となり、目標の4,408億円(H29年度)を上回りました。



目標	平成29年度までに、県民1人当たり小売業年間商品販売額を37千円アップします。(H29年度目標額:776千円)(H24年経済センサス活動調査 奈良県:739千円)
取組	・御所市、田原本町で地元の空き店舗を活用したチャレンジショップを実施するなど、空き店舗を活用したにぎわいづくりに取り組みました。 ・大規模小売店舗立地法に係る手続きを円滑に進め、平成28年度は大規模小売店舗(店舗面積1,000㎡超)が新規に10店舗オープンしました。
成果	平成26年の県民1人当たりの小売業年間商品販売額は、平成23年から3万2千円増加し、77万1千円となりました。

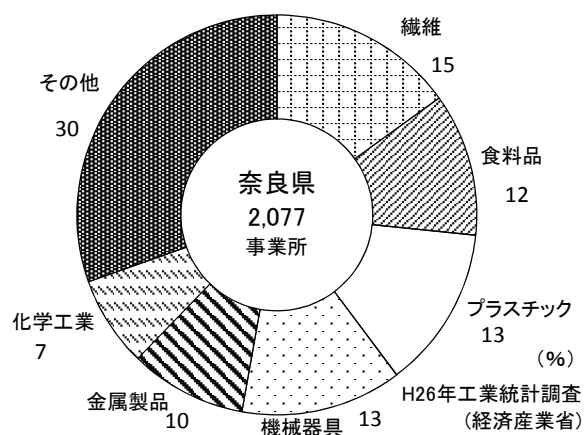
2. 現状分析

従業者規模別製造品出荷額の構成比



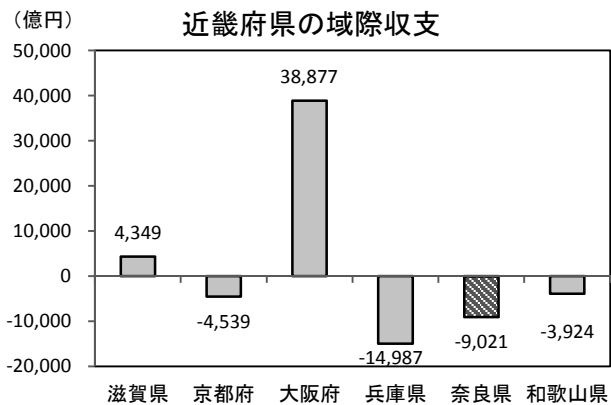
奈良県の製造品出荷額等に占める小規模事業所(4~19人)の割合は、全国に比べて大きく、大規模事業所(300人以上)では、小さくなっています。

産業分類別事業所数の構成比



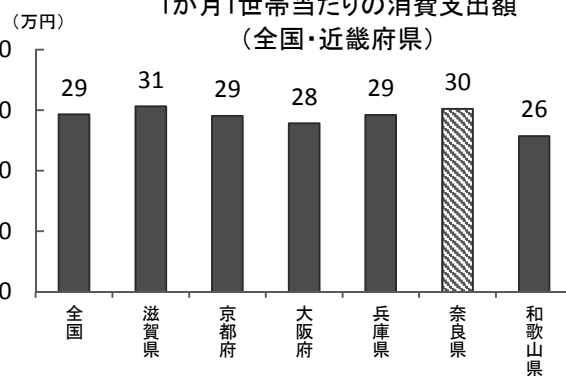
奈良県の製造業事業所数は、繊維・食料品・プラスチック・機械器具(※)の割合が大きくなっています。
※はん用、生産用、業務用、電気機械、輸送用機械器具の合計

近畿府県の域際収支



奈良県の域際収支(移輸入額-移輸出額)の赤字額は約9,000億円と、近畿府県の中でも高くなっています。

1か月1世帯当たりの消費支出額
(全国・近畿府県)



奈良県の1か月1世帯当たりの消費支出額は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。

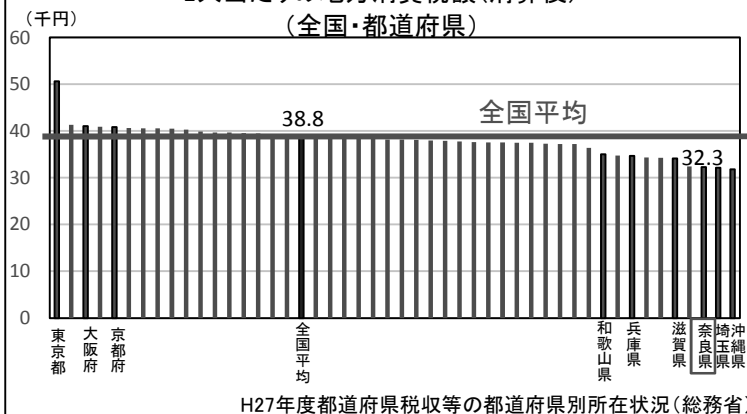
1年間の消費額の試算(県全体)

		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	—
A 商品購入額	消費額	9,477	1,907	11,384
	比率	83.2	16.8	—
B 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)

年間県外流出額は、県全体で年間約4,000億円(県外消費率23.5%)と試算しており、そのうち商品購入額の流出が1,907億円、サービスの流出が2,093億円となっています。また、県外での消費としては、大阪府、ついで京都府への流出が多くなっています。

1人当たりの地方消費税額(清算後)
(全国・都道府県)



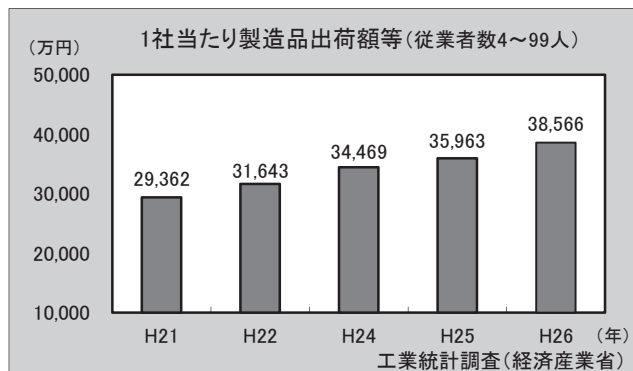
平成27年度の1人当たり地方消費税額(清算後)は32,275円となり、全国第45位(H26年度は46位)と全国平均(38,841円)を大きく下回っています。

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平成27年度から平成29年度までの3年間で、企業の新商品開発を54件支援します。 ②平成27年度から平成29年度までの3年間で、企業の海外進出を114件支援します。 ③平成27年度から平成29年度までの3年間で、技術研究組合を2組合設置します。 ④平成27年度から平成29年度までの3年間で、ビジネスプランコンテスト入賞者を中心に、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28年度は、企業の新商品開発を24件、海外進出を24件支援しました。また、ビジネスプランコンテスト入賞者から4人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人～99人未満)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26年度	平成27年度	平成28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	2	産業政策課
高付加価値獲得に向けた取組への支援(②)				
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)	7	11	8	産業政策課 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)	1,873	3,468	2,420	産業政策課
海外販路開拓に対する支援の拡充(②)				
国内外の見本市・展示会等への出展支援企業数(件)	13	19	20	産業振興総合センター
中期研究開発方針に基づいた産学官連携体制による研究開発の推進(③)				
共同研究実施件数(件)	20	24	25	産業振興総合センター
意欲ある起業家の掘り起こしと創業支援ネットワークを通じた起業支援(④)				
ビジネスプランコンテスト応募件数(件)	624	551	254	産業振興総合センター
制度融資を活用した女性・若者創業者への資金支援(④)				
女性・若者創業者に対する制度融資実施件数(件)	—	3	7	地域産業課

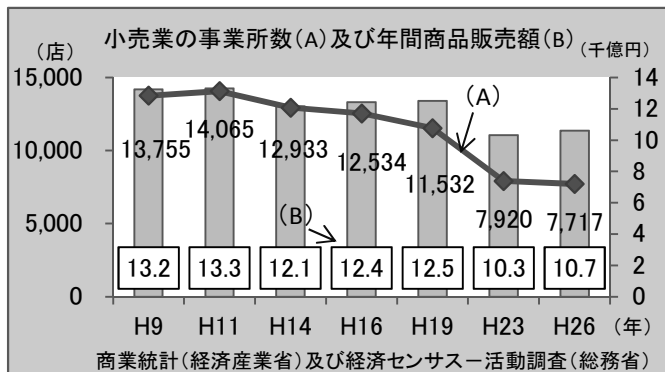
これまでの成果

- ・県内企業の大勢を占め、本県経済の活性化に貢献する小規模企業の事業の成長発展または持続的な発展を促すため、奈良県小規模企業振興基本条例を制定し、平成29年4月から施行しました。(①,②,④)
- ・海外輸出・進出の状況、ニーズ、今後の展望等に関する調査を実施したところ、過去に一度も輸出を行ったことがない企業が約7割という結果が出たことから、引き続き県内企業の海外展開支援の強化が必要です。(②)
- ・ビジネスプランコンテストでは、グループからの応募を可能とすることにより応募件数は減少しましたが、よりブラッシュアップされた質の高いプランの応募がありました。また、後継者の不在や事業承継に関する課題及びニーズを把握するため、後継者に関する実態調査を実施しました。後継者が決定している企業及び後継候補者がいる企業が約7割となっています。(①,②,④)

戦略2 魅力ある店舗や商品を増やし、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 前野 孝久

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



取組	新規開業希望者向けセミナーの開催や空き店舗を活用したチャレンジショップの実施等、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、大規模小売店舗が毎年新規に約10店舗出店しており、平成26年の年間商品販売額は平成23年から約350億円増加し、1兆660億円となりました。

主な取組指標等	平成26年度	平成27年度	平成28年度	担当課名
店舗のブランド力の向上とプロモーションの強化(①)				
「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)	2	5	2	産業振興総合センター
奈良ブランド勉強会参加者の新商品開発件数(件)	33	35	41	産業振興総合センター
首都圏へのSPA(製造小売)モデル構築事業への参加事業者数(事業者)	—	—	4	産業振興総合センター
県域外からの店舗の誘致や消費の取り込み(①,②)				
伝統工芸指定(国指定、県指定)品目数(品目)	19	19	20	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]	101	220	226	マーケティング課
小売業の新規事業所(新規雇用保険適用事業所)数(事業所)	118	106	128	産業振興総合センター
「魅力あるお店づくりセミナー」「商人塾」参加者の新規創業及びリニューアル数(店)	4	4	2	産業振興総合センター
空き店舗の利活用の促進(①,③)				
商店街等と協働で行う空き店舗活用数(店舗)	—	2	2	産業振興総合センター
消費につながるイベント等の集客に向けた取組の推進(①,③)				
奈良県公式まち巡りアプリ「ならたん」への参加店舗数(店舗)	—	—	127	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44店舗の飲食店が開店しました。(①,②)
- ・奈良県公式まち巡りアプリ「ならたん」を開発し、平成29年1月15日から2月28日まで奈良市内を中心に店舗等観光スポットの紹介やGPSスタンプラリーの実施等の社会実証を行いました。(①)
- ・御所市新地商店街、田原本町戎通りでまちづくりと連携して地元の空き店舗を活用したチャレンジショップを実施するなど、空き店舗を活用したにぎわいづくりに取り組みました。(実施期間及び来場者数:御所市)1月10日～3月23日、約10人/日、(田原本町)1月18日～3月24日、約25人/日)(③)

4. 平成30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、目標の4,408億円（H29年度）を上回りました。
・空き店舗を活用したにぎわいづくり等に取り組んだ結果、平成26年の県民1人当たりの小売業年間商品販売額は平成23年から3万2千円増加し、77万1千円となりました。

＜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28年度は、企業の新商品開発を24件、海外進出を24件支援しました。また、ビジネスプランコンテスト入賞者から4名の起業家を輩出しました。
・新規開業希望者向けセミナーの開催や空き店舗を活用したチャレンジショップの実施等により、平成26年の年間商品販売額は平成23年から約350億円増加し、1兆660億円となりました。

＜奈良県の持っている強み＞
1 地域の経済・雇用等を支える企業で働く人のうち中小・小規模企業の従業員の割合が全国より高い
2 独自の商品・サービスを有する小規模企業が多い
3 高い技術を備えたニッチトップ企業の存在
4 生活に関連した製造業（食料品、繊維、プラスチック等）や機械器具製造業の事業所が多い
5 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
6 消費支出額が全国11位（H26年：1か月1世帯当たり302千円）
7 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）
8 歴史的資源や自然景観等の観光資源が豊富
9 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）
10 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＞
11 大規模な事業所が少なく、製造品出荷額の回復は全国に比べて遅い
12 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
13 域際収支（移輸出額－移輸入額）はマイナスとなっており、内需型の経済構造となっている
14 海外市場に目を向ける企業が少ない傾向
15 県内の開業率（4.7%）は、全国平均（5.2%）より低い傾向
16 事業所数が少ない
17 県外就業率が全国で最も高く（H22年：22.9%）、昼間人口が少ない
18 県外への年間消費流通額は約4,000億円（試算）
19 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、通過型（日帰り）観光が多い）
20 県産工芸品の知名度不足

＜奈良県への追い風＞
a 大企業を中心とした景気回復傾向
b IoT技術の進展及び活用
c 自動車・航空機需要の世界的な伸び
d 地域ブランド・地域産品、地域社会ニーズに対する関心の高まり
e 国における開業率向上の目標設定及び創業支援施策の充実
f 高齢化の進展による健康志向の高まり
g アジア・アセアン地域等の海外市場における中間・高所得者層の増加
h 「歴女」ブーム等、歴史に関心のある消費者層の拡大
i 立地環境の向上を目指した道路網、交通アクセスの整備
j 免税店の増加
k 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
l（仮称）奈良県国際芸術家村の整備

＜奈良県への向かい風＞
m 人口減少による国内需要の減少
n 首都圏への人口集中
o 景気回復が中小企業に及んでいない
p 消費税率引き上げの影響、原材料費・電気料金等の高騰
q 中小・小規模企業等の後継者不足の顕在化
r 安価な外国製品の輸入増加

＜強みで追い風を活かす課題＞
【重要課題】奈良の文化的・歴史的な資源を活用した漢方プロジェクトの推進（5,d,f）
・リーディング分野・チャレンジ分野における産業の育成（4,b,c,d）
・企業の新商品・新サービスの開発支援の強化（1,2,3,b,c,d）
・産学官連携体制による研究開発の推進（3,4,5,b,c）
【重要課題】魅力ある商業施設の増加（6,7,i）
・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（8,9,10,h,i）
・増加傾向にある外国人訪問客の取り込み（8,9,10,h,i,j,k）

＜強みで向かい風を克服する課題＞
【重要課題】小規模企業の成長発展促進施策の強化（1,2,o）
【重要課題】県内消費喚起につなげる施策の実施（6,7,9,p,r）
・空き店舗の利活用の促進（6,7,8,m,q）

＜弱みを踏まえ追い風を活かす課題＞
【重要課題】海外への販路開拓の強化（13,14,g）
・OEM、下請けから自社ブランド・高付加価値化への経営体質の転換（11,12,c,d）
・IoTの活用推進や輸送用機械部品産業の育成等成長分野の強化（14,a,b,c）
・起業機運の醸成、起業家の発掘、若者・女性創業支援の強化（15,b,d,e）
【重要課題】ターゲットを絞った世代別、地域別の消費拡大（17,18,19,h,i,k）
・県産工芸品の効果的なPR（20,d,h,l）

＜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（11,12,o,p,q）
・首都圏への販路開拓の強化（13,m,n）
・中小企業の後継者確保施策（12,q）
【重要課題】地域特性を活かした商業集積地等の形成（16,17,18,19,p,r）

5. 平成27年度の評価を踏まえ、平成29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1,2)	本県産業・雇用に大きな効果をもたらすと考えられる分野の「産業興し」の取組の推進に加えて、近年導入・活用が進むIoTによりイノベーションにチャレンジする企業の創出・拡大や、自動車等輸送用機械に組み込まれる付加価値の高い高機能な中核部品を製造する企業の強化等について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
奈良の文化的・歴史的な資源を活用した漢方プロジェクトの推進(戦略1)	漢方に関する本県ならではの蓄積を活かし、生薬の生産拡大、関連商品・サービスの創出等に総合的に取り組み、県内産業の活性化を図ります。
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
海外への販路開拓の強化(戦略1)	海外展開を目指す県内企業の裾野を拡げるため、ジェトロ(日本貿易振興)の相談窓口を県内に設置できるよう働きかけるなど、海外展開支援体制の強化を図ります。
ターゲットを絞った世代別、地域別の消費拡大(戦略2)	県内事業者がブランド構築の手法を用いて企業価値を高めていける仕組みづくりを推進していきます。

強みで向かい風を克服する課題	今後の取組方針
小規模企業の成長発展促進施策の強化(戦略1)	小規模企業振興基本条例を施行し、経営向上に向けて日々努力を続ける小規模企業の活力が最大限発揮されるための環境整備を図り、小さくても強い企業・小さくても永く続く企業の振興を推進していきます。
県内消費喚起につなげる施策の実施(戦略2)	・市町村とのまちづくり連携協定を活用した県内消費喚起につなげる施策を検討します。 ・IoT技術を活用して、消費動向等のデータを取得・蓄積し、観光消費を促進します。

弱みを踏まえ向かい風に備える課題	今後の取組方針
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)	・魅力ある商業施設の立地・誘致等に向けて、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について検討します。