

別紙様式 テーマ1の提案に関する施策推進状況

テーマ1：「ものづくり産業を考える～奈良に興したいこんな産業～」

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
1 人材育成 1) 今日、明日、 未来の人材育成	① 企業外部リソースを活用した勉強会、グループ研究会への参加促進の仕組みとして、参加者にスキルポイントを発行し、年度単位で参加した社員の総合ポイントに応じた減税処置を行ってはどうか。	産業支援課	① 「産業活性化会議」において、研究テーマ毎のグループ化を図っているところであり、多数の企業が参加しています。平成22年度も引き続き実施していきます。
	② 経営相談員を活用し、中小企業後継者の計画的育成（経営承継円滑化法）の啓発と支援が必要だ。		② 地域力連携拠点である奈良県商工会連合会や奈良商工会議所の経営指導員と連携を図りながら支援しています。
	③ 学校教育レベルから仕事観（仕事の価値・楽しさ・興味）の育成プログラム（経済産業省のキャリア教育）の運用に当たり、現場教師と経験者との連携体制による支援する仕組みづくり（例として、ミニ・ミュンヘンのような取組）が必要だ。		③ 県内企業の技術者が県立工業高校や奈良工業高等専門学校を訪問し、実践的な技術教育を行う事業を今後とも推進していきます。
	④ 「伝統工芸」のスキルを『技能伝承』するためのノウハウを構築しマニュアル化することが必要だ。	商業振興課	④ 伝統工芸の振興に資する団体として、「奈良県産業共励会」と「奈良県工芸協会」があり、これらの団体が主体的に、技能伝承の取り組みを行う事に対して支援する。
2) 事業と人との出会い	① 経営者感覚を身に着けるスキルアップ策と共に、事業主との交流の場を計画的に展開させるべきだ。	産業支援課	① 平成21年度から奈良県産業活性化会議開催事業として、県内主要産業（機械、電機、プラスチック、繊維）の経営者との情報交流の場を設定しており、各産業の課題や今後の方針について、有効な意見交換の場としています。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
	②「乗せて、動き出したら、支える」を支援するサポーターと企業、行政の３者の連携強化が必要だ。	産業支援課	② 企業の事業化に向け、当課では産学官連携の取組を積極的に推進しています。
	③ 女性の就労の場を創出するためにテレワークの普及とキャリアデザイン及び子育て支援を行うべきだ。	雇用労政課	③ 平成１９年度より仕事と家庭の両立など女性の就労環境整備を含めた働きやすい職場づくりの推進の一環として「奈良県社員・シャイン職場づくり推進事業」を展開し、企業訪問等を行い法律で決められた基準以上の働きやすい職場づくりに積極的に取り組んでもらうよう啓発活動を行っています。 また、テレワークの普及については、女性労働の活用という面からも重要であると判断し、企業のテレワーク導入を支援する事業を平成２０年度より行っていますが、平成２２年度からは予算を拡張し、さらに支援することを予定しています。
３)事業がなければ自分でつくろう	① 誰にでも理解できる事業体評価指標を明確化し、若者が主体的に参画できる生活基盤の安定したソーシャルビジネス・コミュニティビジネス事業の構築が必要だ。	産業支援課	① 若者の創業を推進するため、県単独の補助制度を設けています。良質な事業計画の発掘を行っていきます。
	② ＮＰＯが県内で年間１００法人も誕生する今日、ＮＰＯ法人が奈良県の活性化に繋がるように、その運営・活動に関する「設立」、「活動」、「管理」、「情報」などの啓蒙・交流支援を行うべきだ。	協働推進課	② 奈良県内でＮＰＯ法人は、奈良県認証分が平成２１年１２月末現在３２９法人、内閣府認証分が６３法人で、計３９２法人が活動しています。本年は４月から１２月までに３２法人が設立されました。 奈良県では、くらしの向上を目標に様々な場で多様な主体間での協働を推進しながら、施策を展開していますが、中でもその協働相手の中核となる、ＮＰＯ法人について、設立や活動の支援等を行い、法人の運営基盤の強化を促進する事業を行っています。 「地域貢献活動助成事業」によりＮＰＯの活動支援を、「県とＮＰＯとの協働事業提案」により協働のためのモデル事業を実施し、「ＮＰＯ等と行政の交流セミナー」により行政とＮＰＯやＮＰＯ同士の交流を深め多様な協働のきっかけをつくる場の提供を行うなどの事業を実施していますが、加えて、平成２１年度よりＮＰＯ法人の運営力強化のための「マネジメントセミナー」の開催や、ＮＰＯの活動情報の広報を支援するために「ＷＥＢ版スマイルズ」を新たに開設しています。 なお、現在、「奈良県協働推進指針」を策定中であり、同指針に基づき、来年度以降、「①地域貢献活動への参画促進」「②地域課題の解決に取り組む団体の支援」「③協働を推進するための体制整備及び個別協働プロジェクトの推進」を３つの柱とし、各種施策を展開していくことを予定しています。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
	③ 県内に2箇所あるインキュベーションの積極活用の呼びかけと参画徹底を行うべきだ。	産業支援課	③ 年間2回の審査会を開催し、入居規模者を広く公募しています。現在、9社の有望な企業が施設に入居しており、平成22年度以降も引き続きインキュベーション施設への入居希望者を受け付ける予定です。
2 事業や技術の育成 1) 金-価値の循環と価値観の変容	① 価値創出による多くの成功事例をWeb上に公表し、他社に気付きを誘発させてはどうか。	産業支援課	① 奈良県企業情報発信サイト「ナビリンク」を構築し、県内の特色ある企業情報を紹介することで、県内企業同士はもとより、他府県企業との有機的マッチングを誘発しています。
	② 誇れる多様な技術（維持、活用、発展）が見えるようにし、他社の技術との融合により新たな価値のある技術を生み出す仕掛けとしての情報の整理（技術の棚卸しと発掘）を行ってはどうか。	産業支援課	② 奈良県企業情報発信サイト「ナビリンク」では、県内企業の特色ある技術を広く紹介しています。
	③ 企業のWebホームページ内容の充実を図り、企業間取引の促進ツールとなるよう支援してはどうか。		③ 奈良県企業情報発信サイト「ナビリンク」への参加を広く県内企業に呼びかけています。当サイトは公的機関の公式ホームページ上にあるため、リンクする企業のSEO対策に役立つと考えています。
	④ データに裏付けされたマーケティングの本質美を追求した広義のデザインを奨励してはどうか。		④ 優良なビジネスプランを事業化するための県の補助制度を活用し、成功事例の創出を図っています。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
	⑤ 消費優先経済の矛盾の壁を前にし、ユーザーの立場で「ものごと」を組み立てる基本姿勢の下に諸施策を計画し実行する。その一歩として、従来の蛸壺的価値観(※1)から脱却した新たな価値(※2)の創出に取り組むべきだ。 ※参考 1.『(NPO 法人アサザ基金の創設者)飯島氏は蛸壺（タコツボ）的な現状の社会で発生する課題は、断片的な対策では限界があり、視点を「総合化」することを説く。ソーシャル・イノベーション革命が目指す社会は、いきもの、人間の子孫、ともに暮らしやすい社会である。そのために、市民（生活者）のエネルギーを、「エンジン」（事業モデル）にて引き出す。』 2.新たな価値 - 売り手視点の4P（製品、価格、プロモーション、流通）から買い手視点の4C（顧客価値、顧客コスト、コミュニケーション、利便性）への視点で価値を創出すること。	産業支援課	⑤ 商品開発において、ついつい”川上”（技術、素材）思考になりがちであることから、市場を見据えた”川下”（消費者ニーズ）思考で「売れる商品づくり」に取り組むために、今年度、首都圏における人気セレクトショップを視察して、業界関係者（キーパーソン）のレクチャーを通じて市場ニーズを探りながら、常に時代の半歩先をいくデザインとマーケティング戦略を学び、自社製品の用途開発に活かしつつセレクトショップへの販路に繋げる取り組みを図っています。
2) 物-資源	観光産業の経済効果(税収に占める割合等)を数値化し県民のやる気を引き出す。 ① 観光関連の各施設、店舗のホームページを見てやってくる国内外のお客様の利便性と内容の質向上のため、ホームページ作成のガイドラインを定めてはどうか。	商業振興課	宿泊者数・客室数は全国最下位レベルですが、その分ポテンシャルは高く、指標が改善されれば、生み出される経済効果が大きいことを訴えることにより、県民のモチベーション向上を図っていきます。 ① 各施設・店舗のホームページは、国内外の観光客の利便性を考えれば、内容の質向上を図ることは重要です。 しかし、ホームページ作成は民民の契約が前提となることから、費用面等を勘案すれば、一律の基準を定めるガイドラインを各施設・店舗に義務づけることは困難であると考えます。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
	② 駅前商店街等メインストリートの景観は重要であり、個性あるまちづくりを住民と一体で作り上げるべきだ		② 駅前商店街等については、意欲を持って取り組む商店街を対象に、空き店舗を活用したチャレンジショップなど活性化に取り組んできたところです。 1年目は商店街、商工会議所・商工会、専門家、地域の学生などによる活性化協議会を立ち上げ、地域独自の活性化策を策定し、2年目、3年目に事業を実践します。 今後は、若手リーダーが策定した活性化プランを実践するなど、にぎわいづくりを継続して実施していきます。
	④ 消費の伸びない林業に対し、マンションでも一部屋は吉野杉の和室をつくることを提案。「和室は住宅の宝物」 ⑥ 材木は直接消費者が購入するものではなく、建築メーカーとのパートナーシップを強める中で、磨き丸太、乾燥建材の供給など付加価値を追求する事業者を支援してはどうか。	林政課	④ 県産材需要拡大を考える場合、和室、洋室に関係なく、木材の良さを積極的に生活に取り入れた、幅広い木材利用を提案し、県民の皆様に県産材の利用を進めていただくことが大切ではないかと考えています。 県では、産地の活性化や関係者の積極的な取り組みが不可欠であると考えており、関係事業者の県産材利用促進に向けた取り組みを支援しています。 また、奈良県地域認証材の利用促進や、歴史有る吉野材ブランドの再発信など、県産材需要拡大のための多様な施策の推進に取り組んでいます。 ⑥ 県では、安心で信頼性の高い県産材として、奈良県地域認証材の普及を支援しているところですが、その実施にあたっては、積極的に木造住宅を販売している工務店や、木材供給側の業界団体と密に情報交換を行っているところです。 また、平成21年度は、産直住宅のモデルケースとして、山側の十津川村と、住宅供給側の工務店等で構成する産直住宅供給ネットワークの活動を支援し、付加価値の高い県産材住宅の供給システムの構築を目指しているところです。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
3) 時間-無駄排除と整合	① 1.5 次産業プロジェクト 大和高原の気候にふさわしい農産物を食生活提案型直販所を媒体に、三ちゃん農業を脱する 1.5 次産業に高める目標を定め、民間、企業、大学、行政で構成するプロジェクトを推進する。 ② 産業拡大プロジェクト 近隣他府県の企業との連携も視野にコンカレントエンジニアリング発想で迅速な商品開発と流通を実現させる。 ③ 産業活性化プロジェクト 産業の発展には社会ニーズに合うシーズを生み出し、高める投資が必須であるが、長期的視野で地場産業の構造改革と活性化に取り組む。	産業支援課	① 国や県の農商工連携事業においては商工業者と農林水産業者が連携して新たな商品づくりを行う場合に、補助金交付等による支援を行っているが、農林水産業者は単なる材料提供でなく、高付加価値化を図ることが必要とされているので、県としても当該事業の推進を図っています。 ② 異業種が連携し、お互いの経営資源を活用して新商品開発を行う場合に、補助金交付等による支援を国が行っており、県としては案件発掘等、当該制度の有効活用の推進を図っています。 ③ 県の主要業種であるプラスチック、繊維、電機、機械の4分野において、企業、行政専門家による会議を開催し、今後の成長分野等についての検討など、活性化に向けた取組を行っています。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
	④ 新産業創出プロジェクト 観光の多様化・次世代医療産業集積プロジェクト（福島県）・ウェブデザイン村・動画コンテンツ発信、三方良しのC B・S B などのビジネスモデルを参考に新産業を創出。 以上4プロジェクトを奈良県地域産業活性化協議会（H20.11 開始：委員は、知事、市町村長、各地商工会議所会頭、業界団体会長等）で、地産地消を進める農商工連携や（産業クラスター）、商店街を拠点とした子育て支援、高齢者支援サービス事業などのソーシャルビジネス（地域クラスター）の育成のため、<u>「オープンイノベーション」と「ラスター」</u>の考え方を以て体制を明確にして推進してはどうか。（近畿経済産業局HP より）	産業支援課	④ 国では地域資源を活用して中小企業が取り組む新事業展開に対して補助金の交付を行っており、県も新事業を支援するための県単独の補助金制度を設けています。これらの制度に経営革新などの企業支援制度を活用し、新産業創出を推進しています。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
3 情報資源の育成	① 経済産業省が示す「暮らしぶりの向上と経済の活性化のため、日本人の感性を活用したものづくり・サービス活動を推進するにあたって取り組むべき事項」の「感性価値創造イニシアティブ」 http://www.meti.go.jp/press/20070522001/20070522001.html) を参考にし、自身のツールとして活用できるよう業界団体が率先してワークショップ形式で啓発し、成功事例を積み上げ広報を行う。 ② 『伝統工芸』を新たな視点で『経営資源』として「ものづくり産業」への見直しを行う。 ③ 『奈良ブランド』の創出・構築を前提として、一般県民、県外・海外観光客から、年代・世代別の『ならのイメージ調査・分析』を試み、人々の心に宿る「なら」を研究する。（例：『奈良の八重桜』名称の検証） ④ 定期的な観光事業施策、奈良の魅力商品の経済効果の計測データを共有しあうことにより、事業者、県民のモチベーションを高める。 ⑤ 県の有るべき姿としてのグランドデザインに基づき、シビックプライド（市民の誇り）となり得るブランドづくりを進め、その過程で生まれる事業名称、商品名称の使用要領のブランドマネジメントを行う。 （参照意見 319・320・328）	商業振興課	① 「感性価値創造イニシアティブ」を参考にした事業として、「感性価値創造塾」を（財）奈良県地場産業振興センターが実施しています。 ② 伝統工芸の技術を生かした新たな切り口による「モノづくり」を奈良ブランドとして提案する方策を検討していきます。 ③ 「はじまりの奈良」をテーマに、現在、平城遷都1300年祭が開催されている。しかし、それぞれの人々の心に宿る「なら」は、年代・世代や県民、県外・海外観光客によって異なる事が考えられます。 奈良ブランドの創出・構築にあたっては、消費者と価値観を共有し、広く共感が得られる製品開発を目指します。 ④ 定期的な観光事業施策や奈良の魅力商品の経済効果については、観光部局と協力を図り、データとして計測可能なものは、モチベーションの向上のためにも事業者・県民に広く広報するよう努めていきます。 ⑤ 奈良ブランド製品開発については、①使い手と作り手の双方が愛着を感じる、ロングセラーを目指す製品、②安全で安心な素材を使った製品、③首都圏の高感度な消費者に支持されている店舗での販売や、注目度の高い展示会等への出展が可能な製品を目指してブランドづくりを進めています。 その結果、開発された製品が奈良ブランドとして認定された場合「奈良らしくくらす」という呼称とロゴの使用を、商業振興課の管理の下に認めていきます。