

奈良県の地域資源等に関連する新しい取組みに対しての助成事業（実績報告）

【事業名】

奈良県の地域資源等に関連する新しい取組みに対しての助成事業（事業区分：A事業①）

【目的】〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉

〈課題認識〉

奈良県内における課題は下記の項目が挙げられており、県より企業誘致や雇用促進、観光振興など各担当部局がそれぞれの施策を打ち出しているが、それら支援施策の中でも地域固有の資源を活用した新事業展開への支援策は十分でないと考えられる。

- 県内消費率が低い
- 県民一人当たりの年間販売額が低い
- 県内就業率が低い
- 県内宿泊者数が少ない
- 人口減少と高齢化による活力低下
- 若者の就業の場の不足
- 農林業、地域産業の衰退

〈方向性〉

奈良県は神社仏閣をはじめ、歴史が深い地域資源を豊富に有している。また、豊かな自然が育む農産物等も多く存在している（豊かな自然環境、おいしい空気や水、豊かな森林資源、吉野材ブランド、世界遺産をはじめとする豊富な歴史・観光資源）。この豊富に存在する地域固有の資源を掘り起し、磨き上げていくとともに、それらを有機的に結び付ける知恵と努力が必要である。これらを後押しするため、当財団では県の支援施策の補完を行うべく中小企業地域資源活用等促進事業を実施し、県内企業の既存商品のブラッシュアップや新商品の開発、そして、それらの販路開拓支援を行う。

〈目標〉

奈良県の魅力的な商品やサービスを増やすことで、県内消費が増加するだけでなく、県外（主に首都圏）に販路を拡大することが可能となり、ブランド力強化にもつながる。地域ブランド力が高まれば奈良県の魅力が高まり観光客誘致にもつながると考える。地域の魅力を再発見あるいは創造し、多元的な情報発信などにより都市部との交流を進め地域のにぎわいと活力を高めていくべく、下記を目標として販路開拓支援や各年度毎の助成金交付を行う。

- 各助成事業者が事業終了年度から３年以内に事業化するよう全事業者にフォローアップを行う。
- 各助成事業者が事業化を達成した年の翌年度から３年間で年率３％の付加価値の向上を目指す。

【成果（結果）】 〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉

〈実施事業の内容・実績〉

本事業では、下記の2事業を実施した。

①新事業展開等助成金交付事業（中小企業地域資源活用等促進事業）

令和2年度から令和5年度にかけて行った助成金交付事業で、奈良県内に事業所を置く小規模事業者・中小企業者の地域資源活用等による新事業展開（新商品・新サービスの開発、販路拡大等）に係る経費の一部を助成することで、事業化を支援し、地域の活性化を図った。各年度毎に3社（計12社）を採択し、助成金を交付するとともに、当財団や他機関の支援をいかして事業化および販路拡大に向けての支援を実施した。

②新商品新サービス合同記者発表会

（Go To NARA 2021新商品＆新サービス合同記者発表会）

地域資源等を活用した新商品新サービスをマスコミ各社に対し広く効果的にアピールするための機会を設けるべく、その事前対策なども含めて全5回にわたり行った。最終第5回の合同記者発表会には、令和2年度、3年度の助成金交付事業の採択者4社を含む8社が記者発表を行い、マスコミ4社からの取材を受けた。結果、新たに商談につなげた事業者や、ここで得たマスコミへのアピール法を行い、テレビへの出演を果たした事業者もあった。

この合同記者発表会の事業は、翌年も別予算で実施し、助成金交付事業採択者1社を含む8社で記者発表会を行い、当日の様子はNHKでも放映された。

〈実施した結果生まれた新たな課題等〉

本事業を実施した令和2年度から令和5年度にかけては、新型コロナウイルスの流行やウクライナとロシアの戦争、中東の不安定化などから、人流の抑制、エネルギー価格の高騰など急激な社会情勢の変化が起きた時期であり、危機管理、事業継続計画の重要性がより認識された。そのような中、本事業を実施した結果生まれた新たな課題として以下が挙げられる。

- 中小事業者におけるブランド認知向上機会の創出
- WEBやSNSなどを利用した販売・広告の重要性が増したことによる専門的支援
- 越境ECなどを活用した新たな販路開拓
- 人手不足解消に向けた支援

【評価、数値の検証等】

〈目標（達成度）〉

- 3年以内の事業化（9社/12社）
- 事業化翌年度から3年間で年率3%の付加価値向上（0社/12社）

事業化については、既に9社が事業化しており目標の3年以内の事業化はほぼ達成している。残り3社についても事業化に向けて順調にすすんでおり、今後も支援を続けて事業化を目指す。ただし、付加価値向上はいまだ目標値が達成されておらず、今後は販売促進支援を行い目標達成に向けて支援を行う。

【今後の進め方（波及効果を含めて）をどうするのか】

本事業を実施したことで、新たに生まれた課題を踏まえた支援を実施していく。

- 首都圏販路拡大の支援
- 越境EC活用への支援
- デジタルマーケティング活用の支援
- よろず支援拠点との連携による、よろずコーディネーターの伴走も含めた専門的支援
- BtoBマッチングにより事業者の新事業展開を促進
- 専門家による事業化などのフォロー
- 地域自治体等とのマッチングによる地域活性化促進
- プレスリリースなどの広報支援、情報発信に関するフォロー
- 財団実施予定の商談会、展示会の参加案内
- 海外展開における各種支援を他団体と連携してフォロー

以上