

# 甲府市産業ビジョン

—魅力があふれ人が集う活力あるまちの実現に向けて—



甲府市



## はじめに

美しい自然と古い歴史に恵まれた甲府市は、長きにわたり山梨県の県都として、政治・経済の中心的な役割を担い発展し続けてまいりました。

現在、産業を取り巻く環境は、少子高齢化による労働力人口の減少や経済のグローバル化、IoT、AI等の飛躍的な進化による技術革新など多様に変化しています。

さらに、本市ではリニア中央新幹線の開業や中部横断自動車道の開通などにより、大都市圏との時間や距離が縮まることで、ヒトやモノの流れも大きく変わろうとしています。

このような時代を迎えるにあたり、今以上に本市産業を振興させ、更なる地域活性化を図るためには、業種や業態を越えた連携等による地域が一丸となった総合的な取組が必要となることから、これまで進めてきた商工業、観光、農業など各産業分野の個別計画等の施策を強力に推進していくため、本市の産業分野全体における進むべき方向性を定めた「甲府市産業ビジョン」を策定いたしました。

本ビジョンは「稼ぐ力の向上」を産業全体の基本目標とし、本市産業の強みを活かし、新たな魅力を生み出す中で、産業間・関係機関の連携を促進し、その相乗効果を導き出すため、「特色ある地域産業の強化とブランディング」や「拠点機能を活かした産業振興」、「人的・知的資本の育成と活用」の3つの基本方針と、それに基づく9つの連携による取組の方向性を示しています。

「平成」から新たな時代への幕開けとなる本年、本市は開府500年という大きな節目の年を迎えました。

また、4月には中核市へと移行し、分権時代をリードする自治体としてふさわしい権限と責任を持ち、県都としてのリーダーシップを十分に発揮し、他自治体とも連携・協力しながら甲府圏域全体の活性化を一層推進し、地域全体を発展させるため、新たな一步を踏み出そうとしています。

今後は「魅力があふれ人が集う活力あるまち」の実現に向け、地場産業の基盤強化と市場拡大や立地優位性の活用、新産業の創出など、更なる地域産業の成長を図ってまいりますので、一層のご理解とご協力をお願いいたします。

結びに、本ビジョンの策定にあたりまして、貴重なご意見やご提言をお寄せくださいました市民の皆様をはじめ、多大なご尽力を賜りました策定委員の皆様、並びに関係各位に心から感謝を申し上げます。

平成31年3月



甲府市長 樋口 雄一

## 目 次

第1章 ビジョンの概要.....	1
1 策定の趣旨.....	1
2 位置づけ.....	1
3 計画期間.....	2
4 構成.....	2
第2章 ビジョンの基本目標.....	3
1 基本目標.....	3
2 目指す将来像(イメージ).....	4
第3章 本市産業の現状と課題.....	5
1 SWOT分析.....	5
2 現状と課題.....	6
第4章 ビジョンの基本方針.....	8
1 基本方針.....	8
2 体系.....	10
第5章 基本方針に基づいた連携による取組の方向性.....	11
基本方針A 特色ある地域産業の強化とブランディング.....	12
基本方針B 拠点機能を活かした産業振興.....	18
基本方針C 人的・知的資本の育成と活用.....	23
参考資料.....	27
1 各種データに見る甲府市の産業を取り巻く状況.....	28
2 用語解説.....	42
3 策定委員会名簿と策定経過.....	47

---

※本ビジョンで用いる「サービス産業」の定義について

サービス産業の定義にはいくつかあり、経済産業省編『サービス産業におけるイノベーションと生産性向上に向けて』によると、「サービス産業とは、いわゆる第三次産業を指すことがあり、この場合には、第一次・第二次産業以外の幅広い業種を含む。一方、対個人・対事業所サービス等といった狭義のサービス産業を指してサービス産業と呼び、これを政策対象とすることも多い。」とされていますが、本ビジョンでは広義の第三次産業の意味で用いています。

# 第1章 ビジョンの概要

## 1 策定の趣旨

本市では、総合的かつ計画的なまちづくりを進めるための指針として「第六次甲府市総合計画」を策定し、そのなかで産業分野における基本目標「魅力があふれ人が集う活力あるまち」を掲げ、商工業、観光、農業など産業別の個別計画等において取組を進めてきました。

こうしたなか、少子高齢化や人口減少、経済のグローバル化や ICT 化が進むなど、本市産業を取り巻く環境が大きく変わろうとしています。さらに、2027年にはリニア中央新幹線の品川・名古屋間が開業し、本市から品川まで約 25 分、名古屋までは約 40 分と大幅に移動時間が短縮し、将来的には大阪まで結ばれることにより、スーパー・メガリージョンが形成され、人の流れが大きく変わると見込まれています。

このような激動の時代を迎えるにあたり、本市の魅力や産業の競争力を高めながら「稼ぐ・稼げるまち」となるために、各産業分野や関係機関が連携し、一丸となって本市の産業振興に取り組んでいく必要があります。

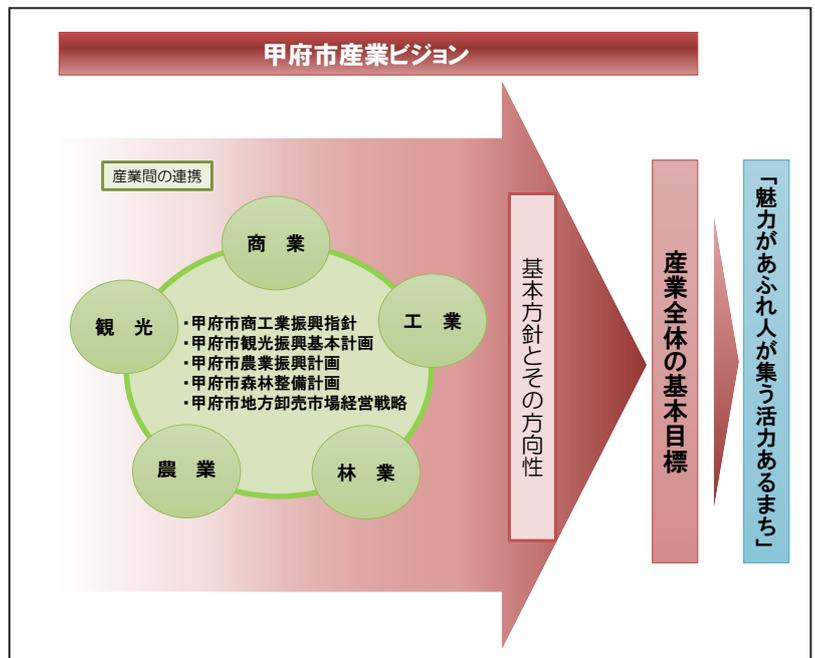
そこで、「第六次甲府市総合計画」に掲げた基本目標「魅力があふれ人が集う活力あるまち」の実現に向けて、各産業分野の個別計画等の施策を強力に推進していくための産業全体の方向性を示すことを目的とした「甲府市産業ビジョン」（以下「本ビジョン」という。）を策定します。

## 2 位置づけ

本ビジョンは「第六次甲府市総合計画」を上位計画とし、「甲府市リニア活用基本構想」等の関連計画や各産業分野の個別計画等を踏まえながら、10 年先の未来を見据えた産業全体の基本目標や基本方針、産業間・関係機関の連携による取組の方向性を示すものです。

本ビジョンは個別計画等に横串を通し、連携させ、新たな産業や企業等を創出するなど、各施策を効果的に推進する役割を持ちます。

また、各計画は本ビジョンを反映させながら施策・事業を展開し、見直しの時期に必要な応じて修正等を行います。



### 3 計画期間

2019年度から2028年度までの10年間とし、中間年度の2023年度には、5年間の取組状況や課題を踏まえ、見直しを行います。ただし、社会状況や環境変化へのスピーディな対応が求められることから、必要に応じて修正を行います。

### 4 構成

本ビジョンは、次の構成となっています。

第1章 ビジョンの概要

第2章 ビジョンの基本目標

第3章 本市産業の現状と課題

第4章 ビジョンの基本方針

第5章 基本方針に基づいた連携による取組の方向性

参考資料

## 第2章 ビジョンの基本目標

### 1 基本目標

今後 10 年の社会情勢や環境の変化を見据え、激動の時代に柔軟に対応し、本市産業が競争力を持った「稼ぐ・稼げるまち」となるため、産業全体で連携して取り組むべき新たな目標として「稼ぐ力の向上」を設定します。

人口減少等により地方の市場が縮小するなかで、本市が稼ぐ力を向上させるためには、全国や海外に市場を広げることが不可欠です。経済成長の基本セオリーともいえる、地域外から稼ぎ地域内で循環させる“自立的な地域経済構造”を目指しながら、グローバルに取り引きできる産業をつくることにより、「稼ぐ力の向上」を目指します。

### 産業全体の基本目標：稼ぐ力の向上

#### これからの産業振興の重要な視点：自立的な地域経済構造を目指す

産業振興の目的は、稼ぐ力を向上させることであり、雇用を維持しながら地域外から稼ぎ、それを地域内で循環させる産業構造により、地域経済を維持・発展させることといえます。

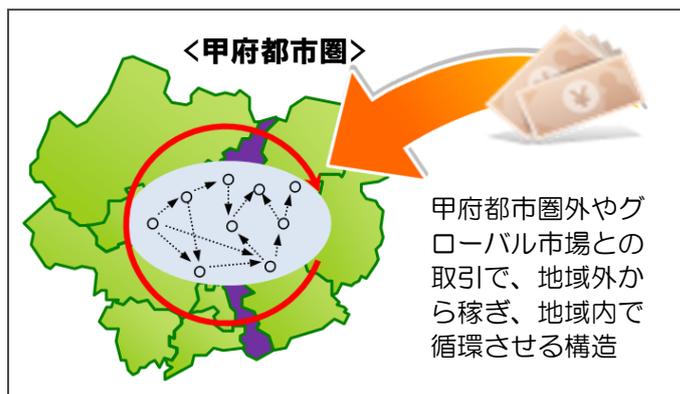
人口が減少するこの時代においては、地域内を市場とする閉ざされた経済活動では、縮小再生産を繰り返すだけで、地域を維持していくには限界があります。

本市でも少子高齢化や人口減少が進行するなか、近隣市場からだけでなく、地域外から広く稼ぎ、地域内での循環を高めることにより、自立した地域経済構造を構築することが重要です。

また、わが国はこれまで、東京一極集中型の産業構造を持ち、地方は大都市に人材を供給し、大都市が稼いだ利益が補助金・交付税等のかたちで地方に還元される相互依存型のモデルで成長してきました。

しかし、グローバル化や ICT 化が進むこれからの時代は、地方都市でも魅力ある仕事を創造し、人材を確保し、高い生産性を実現しながら、グローバル市場に向けて存在感を示すことができます。本市はすでに甲府都市圏の経済的な中核都市の役割を担っており、今後はさらに全国や海外へと市場を拡大させながら、交流拠点都市となることが重要です。

#### ●地域経済構造を強くする産業振興のセオリー



#### 甲府都市圏について

国土交通省が定める統計上の都市圏の定義に基づき、人口 10 万人以上で昼夜間人口比率が 1 以上の都市を中核都市として、その中核都市への通勤通学者が、全通勤通学者の 5% 以上又は 500 人以上である市町村を含む圏域をいう。  
(9 市 3 町：甲府市、山梨市、韮崎市、南アルプス市、北杜市、甲斐市、笛吹市、甲州市、中央市、市川三郷町、富士川町、昭和町)

## 2 目指す将来像(イメージ)



# 第3章 本市産業の現状と課題

## 1 SWOT分析

本ビジョンの基本目標「稼ぐ力の向上」の達成に向け、本市産業の強みと弱み、機会と脅威となる環境変化について、各種統計等の基礎分析、産業連関分析、関係者ヒアリング調査、トレンド分析等を行った結果をまとめます。

	強み	弱み
内部環境の特徴	<p><b>[都市の特徴]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 東京圏から近い</li> <li>➢ 鉄道、高速道路の結節点</li> <li>➢ 良質で豊富な水資源、長い日照時間、災害が少ないなどの自然条件と自然環境</li> <li>➢ 東京圏の災害にあまり影響を受けない</li> </ul> <p><b>[農業]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ぶどうやスイートコーンなどの産地</li> <li>➢ 農業産出額が増加傾向</li> </ul> <p><b>[製造業]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 宝飾品や印伝などの地場産業と技術が集積</li> <li>➢ 大手メーカーを支える技術力を持つ中小企業</li> </ul> <p><b>[サービス産業]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 公設卸売市場の開設</li> <li>➢ 小売店・飲食店等の集積がある</li> <li>➢ 金融・保険、医療、教育など都市型サービス業が発達</li> </ul> <p><b>[研究開発/人材]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 山梨県立宝石美術専門学校が国内唯一の公立の宝飾人材育成機関</li> <li>➢ 山梨大学が国内唯一のワイン専門の教育人材を輩出</li> <li>➢ 山梨大学が燃料電池実用化に向けた開発をリード</li> <li>➢ 外国人留学生が多い</li> </ul>	<p><b>[産業]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 製造業の割合が小さく、市外から稼ぐ力が弱い</li> <li>➢ 基盤産業であるサービス産業の規模が縮小</li> <li>➢ 集客力の高い観光資源（キラークンテンツ）が少なく、観光業（飲食、宿泊、小売等）が弱い</li> <li>➢ 富士山エリアを訪れる外国人観光客を呼び込めていない</li> <li>➢ ブランド力や発信力が弱い</li> </ul> <p><b>[都市基盤]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 誘致できる土地が限られている</li> <li>➢ 宅地化・都市化の進行による農地の減少</li> <li>➢ 宅地化・都市化の進行による製造拠点の市外移転</li> </ul> <p><b>[研究開発/人材]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 経営者の高齢化</li> <li>➢ 事業承継者の不足</li> <li>➢ 慢性的な労働力不足</li> <li>➢ 理工系の大学等が少ない</li> <li>➢ 学生の卒業後の流出</li> <li>➢ 大学・研究機関のシーズが活かしきれていない</li> <li>➢ 外国人の働く場が少ない</li> </ul>
	機会	脅威
外部環境の変化	<p><b>[市場]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ リニア中央新幹線開業や中部横断自動車道開通により、スーパー・メガリージョンが形成されることによる交流人口や物流の増加</li> <li>➢ H31 に中核市となり、健康都市として強化</li> <li>➢ 高齢化による医療・介護の需要増加</li> <li>➢ 訪日外国人観光客、FIT の増加</li> <li>➢ 五輪開催による地方への経済波及効果</li> <li>➢ 新興国の経済成長による市場拡大</li> <li>➢ 甲州ワインの世界的評価の高まり</li> </ul> <p><b>[技術進歩]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ IoT、ビッグデータ、AI、ロボットなど第4次産業革命による技術革新の進展</li> <li>➢ 燃料電池関連の自動車産業等への応用・実用化</li> </ul> <p><b>[人材]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 働き方の多様化による地方移住や二地域居住の促進</li> </ul>	<p><b>[市場]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 人口減少・低成長による国内市場の縮小</li> </ul> <p><b>[競争環境]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ リニア中央新幹線開業によるストロー化現象</li> <li>➢ 消費の郊外化（大型店進出）・在宅化（EC市場の拡大）</li> <li>➢ 新興国の製造技術進歩による競争激化</li> </ul> <p><b>[人材]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 生産年齢人口の減少による慢性的な労働力不足</li> <li>➢ デジタル人材の不足と地域偏在</li> </ul> <p><b>[雇用]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 第4次産業革命の技術代替による雇用機会の減少</li> </ul> <p><b>[自然環境]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 地球温暖化や自然災害の増加</li> </ul>

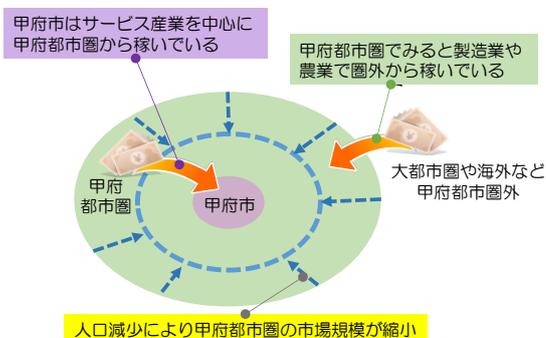
## 2 現状と課題

基本目標「稼ぐ力の向上」の達成に向けた、これからの産業振興の重要な視点「自立的な地域経済構造を目指す」に立って、SWOT分析の結果を踏まえ、本市産業の現状と課題を整理します。

### 【現状①】

- 農業や製造業の規模が小さく、サービス産業が生産額の8割近くを占める主要産業である
- 特に金融・保険、医療、教育といった都市型サービスが強い
- サービス産業は甲府都市圏をマーケットとしており、市場規模（人口）は年々減少が続いている
- 甲府都市圏外から稼げるサービス産業である観光業（飲食、宿泊、小売等）が弱い

#### ●甲府市と甲府都市圏の経済循環構造



#### 課題①

**主要産業であるサービス産業の市場を広げ、地域外から稼ぐ力を強化していくことが必要**

### 【現状②】

- 宝飾産業が世界的に固有の集積を成し、OEMを中心に海外輸出が活発。高齢化や後継者不足で産業規模は縮小傾向
- 日本ワイン発祥地としてのワイン造りをはじめ、印伝などの地場産業があり、世界的評価も高い
- 甲府都市圏における機械電子産業の集積の一角を成し、一部の製造技術や特定製品で世界トップクラスのシェアを持つ中小製造業の生産拠点があり、部品の輸出も伸びている
- 農業ではぶどうやスイートコーンなどの産地を形成
- 地場産業、地域産業のブランド化や情報発信の強化が課題

#### 課題②

**地場産業の集積や強い地域産業があり、本市固有の産業として、より価値を高めていくことが必要**

### 【現状③】

- リニア中央新幹線や中部横断自動車道などの高速道路等の結節点となるエリア周辺に工業団地や産業支援・研究機関、展示場施設が集まっている
- 良質な水や長い日照時間、自然災害が少ない、東京圏と近いが災害の影響をあまり受けないなど、企業立地に有利な点を持つ
- 企業誘致に活用できる土地が限られている
- リニア中央新幹線開業により品川から 25 分、相模原から 10 分、名古屋から 40 分で結ばれ、多様なニーズを持った都市生活者や外国人観光客など、交流人口の増加が見込まれる一方、ストロー化現象への対策も必要

#### 課題③

**交通結節点や東京圏から近いという強みを活かし、企業誘致や交流人口を獲得していくことが必要**

### 【現状④】

- 山梨大学は燃料電池をはじめ、クリーンエネルギー、発生工学など最先端技術の研究・開発をリードしているほか、ワインやクリスタルといった地場産業と関連のある研究機能を有している
- その他複数の大学や国内唯一の公立の宝飾専門学校「山梨県立宝石美術専門学校」があるなど、人財を輩出する都市という強みを持つ一方、専門人材が就職時に流出する傾向が強い
- 大学・研究機関の成果がビジネスにつながっていない

#### 課題④

**人財・知財を生み出し活かす都市として、産業をリードしていくことが必要**

## 第4章 ビジョンの基本方針

### 1 基本方針

本市産業の強みや環境の変化などによるチャンスを活かしながら、課題を解決するために、**産業全体が連携**して取り組むべき基本方針とその方向性を掲げます。これらの基本方針と方向性に基つき、各産業分野が施策を具体化するとともに、**関係機関が連携**して取組を進めていきます。

#### 基本方針A 特色ある地域産業の強化とブランディング

##### ➤ サービス産業の高度化

サービス産業分野でICT化を進めるなど、高度化や差別化を図り、甲府都市圏外からも選ばれ、稼ぐ力を持ったサービス産業に進化させることを目指します。

- ⇒
- ICT化等による生産性の向上と高付加価値化
  - 技術革新による他産業のサービス産業化への対応

##### ➤ 甲府ブランド・地域資源の価値創出と発信による観光の強化

農林業や商工業、地場産業など産業間が連携しながら本市の魅力を創出・発信し、甲府ブランドの獲得や観光入込客の増加を目指します。

- ⇒
- 甲府のマチ、モノのブランディングの強化
  - マーケティング・プロモーションの促進

##### ➤ 地場産業の基盤強化と市場拡大

経営者の高齢化や後継者不足等による地場産業の縮小を防ぐとともに、オリジナルブランドの展開等、より付加価値を高める戦略で地場産業の基盤強化と市場拡大を目指します。

- ⇒
- 宝飾産業や印伝など地場産業の高付加価値化による市場の拡大
  - 若手人材の確保や事業承継による経営基盤の安定化

##### ➤ 広域連携による移輸出拡大と地域内循環の向上

甲府都市圏内での産業間・事業者間の連携を促進し、市場拡大や新市場の創出を行うとともに、甲府都市圏内での取引を活発化させ地域内循環を高めることにより、強い地域経済構造を目指します。

- ⇒
- 甲府都市圏の製造業や農業の強みを活かした広域連携による移輸出の拡大
  - 甲府都市圏内の循環の促進

## 基本方針B 拠点機能を活かした産業振興

### ➤ 立地優位性の活用

東京圏からの近さや東京圏の災害にあまり影響を受けないなどの強みを活かし、企業や人に選ばれる都市となるための企業誘致等を目指します。

- ⇒
- 未来産業を見据えた企業誘致の強化
  - 研究開発機能やバックアップ機能、サテライトオフィス機能など本社機能の移転強化
  - ノマドワークや週末農業など二地域居住等の新たな都市ニーズへの対応強化

### ➤ 産業拠点機能の強化

リニア中央新幹線開業や中部横断自動車道開通をチャンスとし、ヒトやモノが集まる賑わいのある産業拠点となることを目指します。

- ⇒
- (仮称) リニア山梨県駅周辺の産業支援機能の充実
  - 世界中からヒトやモノが集まる産業拠点への進化

### ➤ 都市交流人口の獲得

スーパー・メガリージョンの形成により、人の流れが活発化することを踏まえ、ビジネスイベントの誘致やインバウンド対策等を通じて、交流人口の獲得を目指します。

- ⇒
- ビジネスイベントなどの誘致の強化
  - インバウンドへの対応強化

## 基本方針C 人的・知的資本の育成と活用

### ➤ 新産業の創出

人財・知財を既存産業の拡大やイノベーションによる新産業創出、未来産業化に活かすための産学官連携の仕組の構築を目指します。

- ⇒
- 産学官連携によるインキュベーションやオープンイノベーションの取組の強化
  - 様々な分野における研究シーズやテクノロジーの産業への積極的活用

### ➤ 産業人財の創出

市内で学んだ学生が活躍できる魅力的で元気のある産業や企業を育てるとともに、産業に多様な力を活かすための人材育成・マッチングの強化を目指します。

- ⇒
- 産学官連携による実効性の高い長期型キャリア教育や起業家教育を通じた産業人財の育成・確保
  - 若者、プロフェッショナル、女性、外国人など多様な人材の活用

## 2 体系

### 【基本目標】 稼ぐ力の向上

#### ■基本方針A

特色ある地域産業の  
強化とブランディング

#### ■基本方針B

拠点機能を活かした  
産業振興

#### ■基本方針C

人的・知的資本の  
育成と活用

### 【連携による取組の方向性】

#### 方向性1

##### サービス産業の高度化

- ・ ICT化等による生産性の向上と高付加価値化
- ・ 技術革新による他産業のサービス産業化への対応

#### 方向性2

##### 甲府ブランド・地域資源の価値創出と発信による観光の強化

- ・ 甲府のマチ、モノのブランディングの強化
- ・ マーケティング・プロモーションの促進

#### 方向性3

##### 地場産業の基盤強化と市場拡大

- ・ 宝飾産業や印伝など地場産業の高付加価値化による市場の拡大
- ・ 若手人材の確保や事業承継による経営基盤の安定化

#### 方向性4

##### 広域連携による移輸出拡大と地域内循環の向上

- ・ 甲府都市圏の製造業や農業の強みを活かした広域連携による移輸出の拡大
- ・ 甲府都市圏内の循環の促進

#### 方向性5

##### 立地優位性の活用

- ・ 未来産業を見据えた企業誘致の強化
- ・ 研究開発機能やバックアップ機能、サテライトオフィス機能など本社機能の移転強化
- ・ ノマドワークや週末農業など二地域居住等の新たな都市ニーズへの対応強化

#### 方向性6

##### 産業拠点機能の強化

- ・ (仮称)リニア山梨県駅周辺の産業支援機能の充実
- ・ 世界中からヒトやモノが集まる産業拠点への進化

#### 方向性7

##### 都市交流人口の獲得

- ・ ビジネスイベントなどの誘致の強化
- ・ インバウンドへの対応強化

#### 方向性8

##### 新産業の創出

- ・ 産学官連携によるインキュベーションやオープンイノベーションの取組の強化
- ・ 様々な分野における研究シーズやテクノロジーの産業への積極的活用

#### 方向性9

##### 産業人財の創出

- ・ 産学官連携による実効性の高い長期型キャリア教育や起業家教育を通じた産業人財の育成・確保
- ・ 若者、プロフェッショナル、女性、外国人など多様な人材の活用

## 第5章 基本方針に基づいた連携による取組の方向性

本章では、基本方針に基づき、各産業分野や関係機関が連携して取り組むことを前提に必要な取組の方向性を示しています。

各産業分野の連携については、産業ごとの個別計画で関連する施策が進められている場合は、その取組を踏まえながら新たな産業間の連携の可能性を示しています。

また、関係機関の連携については、産業のプレーヤーである事業者を中心に、地方公共団体、地域経済団体、産業支援機関、大学・研究機関などの連携による支援の方向性を示しており、各主体がそれぞれの役割や位置づけに基づき進めていきます。



## 基本方針A 特色ある地域産業の強化とブランディング

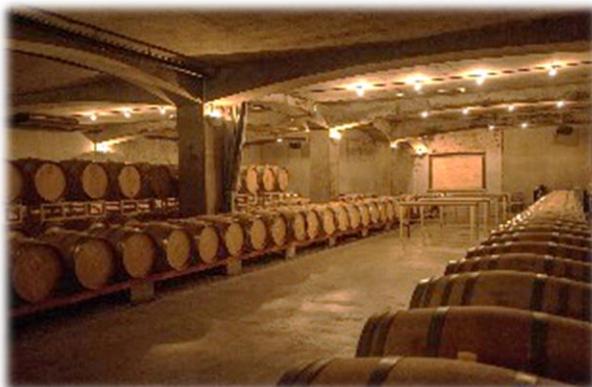
### 1 目的と概要

本市は県庁所在地、甲府都市圏の中核都市として発展し、行政機能のほか、金融、医療、教育、商業、各種サービス業など都市型の産業が集中しています。このような都市機能を持つ本市は、内需型のサービス産業が多くを占め、外需型の製造業や農業の割合が小さい産業構造となっています。内需型のサービス産業は本市を核とした通勤・通学圏である甲府都市圏を主なマーケットにしていると考えられ、これからの少子化・人口減少の局面において市場縮小という脅威を逃れ得ない状況です。この脅威を乗り越えとともに、リニア中央新幹線の開業による交流人口の増加というチャンスを活かしながら産業を維持・発展させるためには、甲府都市圏外から稼ぐ力を強化することが不可欠です。

そのために、サービス産業のターゲットを全国や海外に拡大し、広く観光客を取り込むとともに、外需型の製造業や農業をより強化していく必要があります。

そこで、1 つには主要産業であるサービス産業の付加価値や魅力を高め、ICT 化等を積極的に図りながら生産性を向上させるなど、競争力を強化し、甲府というまち全体のブランディングと連動して、都市生活者や観光客に選ばれるサービス産業となることが求められます。

もう 1 つには、本市にはジュエリーをはじめ、印伝、ワイン造りといった地場産業、風土に根ざした農業、山梨県の機械電子産業クラスターの一角を支える確かな製造業があります。これらの甲府らしいものづくりの強みや魅力を全国、海外に発信しながら、観光振興に地域の産業を活かすとともに、甲府都市圏という広域での産業間の連携を図り、自給率を高めながら効率化を進めることにより、甲府都市圏外から稼ぐ力を強化します。



## 2 取組の方向性

### 方向性1 サービス産業の高度化

#### 【考え方】

本市サービス産業の生産額上位 30 業種の従業者一人当たりの付加価値額（労働生産性）をみると、放送業や不動産取引業が上位となり、前回調査時より大きくその額を伸ばしています。業務の効率化や高付加価値化により、企業における付加価値額が上がり、生産性が大幅に向上したと考えられ、ICT 等の活用により、こうした業種を増やしていくことが重要となります。

一方、飲食店などの一人当たりの付加価値額が小さい業種は、生産性を上げていくことが課題となっています。こうした業種は非正規人材が多い傾向があり、特に労働力・人材不足が懸念されるため、ICT 等の活用により業務の効率化を図るとともに、従業者一人ひとりの意識やスキルを高め、人材を高度化していくことが必要です。

全国に比べ、8割の業種で一人当たりの付加価値額が低くなっており、サービス産業全般の底上げが求められます。

甲府市生産額上位 30 業種の従業者一人当たりの付加価値額

業種中分類名	全国		甲府市	
	2012年	2016年	2012年	2016年
放送業	1,133	1,372	924	1,232
不動産取引業	638	705	327	834
協同組織金融業	894	1,146	765	692
情報サービス業	589	747	425	585
機械器具小売業	492	558	694	572
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	873	811	393	572
専門サービス業(他に分類されないもの)	893	1,305	376	544
機械器具卸売業	737	868	442	543
物品賃貸業	648	773	527	510
映像・音声・文字情報制作業	642	754	426	510
その他の卸売業	569	764	430	490
飲食料品卸売業	583	666	370	470
繊維・衣服等卸売業	561	578	356	431
医療業	443	447	483	415
広告業	887	899	361	413
織物・衣服・身の回り品小売業	330	429	252	408
技術サービス業(他に分類されないもの)	440	560	391	395
学校教育	492	481	442	372
その他の小売業	315	359	284	369
社会保険・社会福祉・介護事業	405	107	650	333
不動産賃貸業・管理業	560	590	338	310
飲食料品小売業	238	263	178	294
宿泊業	224	321	143	291
娯楽業	390	503	133	260
その他の生活関連サービス業	360	428	233	237
その他の事業サービス業	262	327	228	203
その他の教育、学習支援業	191	212	221	188
洗濯・理容・美容・浴場業	164	186	174	181
政治・経済・文化団体	436	416	255	173
飲食店	137	170	140	157

単位：万円

- ・ 専門サービス業(他に分類されないもの)：法律事務所、行政書士事務所、デザイン業、著述・芸術家業、経営コンサルタント業など
- ・ その他の卸売業：家具・建具・じゅう器等卸売業、医薬品・化粧品卸売業、紙・紙製品卸売業 など
- ・ 技術サービス業(他に分類されないもの)：獣医療業、土木建築サービス業、機械設計業、写真業など
- ・ その他の小売業：医薬品・化粧品小売業、燃料小売業、書籍・文房具小売業 など
- ・ その他の生活関連サービス業：旅行業、冠婚葬祭業、物品預かり業など
- ・ その他の事業サービス業：建物サービス業、警備業、速記・ワープロ入力・複写業
- ・ その他の教育、学習支援業：社会教育(博物館、美術館、動物園など)、学習塾、教養・技能教授業(書道、音楽、外国語、スポーツなど)

出典：RESAS（内閣府）／経済センサスー活動調査（総務省・経済産業省）再編加工

社会変化のスピードが増すなか、シェアリングエコノミー、フィンテック、アグリテックなど、様々な産業がテクノロジーと融合し、かつてない新しいサービスが次々と生まれています。第4次産業革命の流れに乗り遅れることなく、IoT やビッグデータ、AI、ロボット等を活用し、サービス産業だけでなく、工業や農業においても、「モノからコトへ」のビジネスモデルの転換と新たな価値創造が求められています。

### 【視点1】 ICT化等による生産性の向上と高付加価値化

- ICT等により従業員の経験やノウハウを可視化し、業務プロセスの改善やスキルアップなどに活用し、生産性の向上を目指します。
- 労働力不足への対応として、キャッシュレス化や無人店舗、ロボットなどの技術で効率化を図り、労働生産性を高めます。
- 技術で代替可能な労働ではなく、高度な接客やデザイン、コンサルティングなど付加価値の高い業務を人が担うことで、より高品質なサービス産業を目指します。
- ビッグデータなどの顧客データを高度なマーケティングや新たなサービス開発に活用し、サービスの高付加価値化を目指します。
- 介護ロボットや医療・教育の遠隔サービスなど、ICT等を活用した新たな顧客サービスの開発や効率化を図り、顧客満足度を高め、全国から選ばれるサービスを目指します。

### 【視点2】 技術革新による他産業のサービス産業化への対応

- 工業や農業においてもIoT等により顧客データの収集や消費者との直接的なコミュニケーションを図り、ものづくりを進化させていきます。

## 方向性2 甲府ブランド・地域資源の価値創出と発信による観光の強化

### 【考え方】

観光は、市外から稼げる産業であるとともに、飲食、宿泊、小売、運輸、娯楽施設、観光資源開発など様々な産業分野を含む波及効果の大きな産業といえます。

本市には世界に誇れるジュエリーや印伝、ワインなどの独自性のある地場産業があるほか、ぶどうやスイートコーンといった農産物、昇仙峡を代表とする自然景観、武田信玄公にまつわる歴史・史跡など地域固有の資源に恵まれています。観光地としての知名度は必ずしも高くありません。

また、最近では観光の目的やスタイルが多様化し、著名な観光地を訪れるだけでなく、ワイナリーを巡るワインツーリズムが人気となるなど、モノだけでなくコトの体験や特定の目的を持った旅行が好まれています。

産業間の連携により、これらの豊富な資源（モノやコト）の磨き上げと一体的に甲府（マチ）のブランド化を図り、「ここにしかない価値」の発信によって、本市を目的に訪れる“甲府ファン”を獲得していくとともに、全ての人におもてなしの心で接していくことが重要です。

観光業を本市の成長に資する産業としていくためには、不足する人材を育成し牽引する担い手を確保することが重要です。

### 【視点1】 甲府のマチ、モノのブランディングの強化

- 歴史情緒あふれる城下町イメージをつくり、ユニバーサルデザインによる中心市街地の整備を進め、通年で歩いて楽しめる都市型観光を目指します。
- 昇仙峡などの自然や史跡、ジュエリー、印伝、ワインといった既存の地域資源を磨き上げ

るとともに、新たな資源の発掘により甲府の魅力をつくり続け、甲府でしか体験できないモノ・コトづくりにより、甲府ファン・リピーターの獲得を目指します。

- 農業や林業、医療など地域産業を観光に活用し、アグリ・ツーリズム、グリーン・ツーリズム、スポーツ・ツーリズム、ヘルス・ツーリズムといった新たな SIT (Special Interest Tour) ニーズに対応した観光商品の開発を進めます。
- 農と食を掛け合わせた付加価値の高いサービスや特産品の開発を進め、都市に近い田舎の良さや地元農産物を活かした豊かさの体験をプロデュースします。
- ワイン、ぶどう、ジュエリー、ヴァンフォーレ甲府など地域資源への愛着とシビックプライドの醸成を促し、マチやモノ・コトの価値創出の活動に主体的に参加する市民や事業者を増やす取組を進めます。
- 女性・シニア等の活躍促進を通じた宿泊業等の人材確保など、観光業を担う人材の育成・確保を進めます。
- 市内の子どもたちや高校生・大学生などが様々なかたちで観光に携わり、活躍する体験を重ねることで、地元への愛着や絆を強め、これからの観光業を担うおもてなしの心を持つ若者人材を増やします。

## 【視点2】 マーケティング・プロモーションの促進

- 観光客情報を効率的に収集できる仕組づくりや SNS 上のビッグデータ等の活用を進め、顧客分析とそれに基づく新しいサービスや商品の開発を目指します。
- リニア中央新幹線開業や中部横断自動車道開通を踏まえた重点ターゲットを定め、国内外の観光イベントへの参加やトップセールスにより、官民が一体となったシティプロモーションを進めます。
- リニアを活かしたプロモーションを開業前から進めます。
- ロケ誘致やポップカルチャーとのコラボレーション、まちなかイベント、SNS の活用など、多様な手法でのまちのプロモーションにより、本市の知名度の向上を目指します。
- 「(仮称) 甲府名山」を活用して「山の都 甲府」を県内外に PR し、誘客を進めます。

## 方向性3 地場産業の基盤強化と市場拡大

### 【考え方】

地場産業は本市の気候や風土に根付いた地域資源を産業活動に活かしており、他地域には容易に真似できない優位性を有する産業です。このような地場産業の他にない強みや蓄積された技術を未来へ継承し、時代変化に合わせて進化させたり、他産業へ応用させながら、市場拡大や新たな産業の創出につなげる産業振興策が求められます。

本市は水晶の産地として水晶工芸が発展した地理的・歴史的背景から、宝石研磨や貴金属加工の技術に支えられた世界でも誇れる宝飾産業の集積がみられます。国内のトップジュエラーや海外有名ブランドとの取引があるなど、OEM 生産では確固たる地位を築いています。こうした高い技術力を武器に、さらにデザインや企画力を高め、新しい時代のニーズやトレンドに対

応しながら高付加価値化を図り、自社ブランド展開や B to C 市場への参入により稼ぐ力を強化する必要があります。

しかし、バブル崩壊後は市場の縮小が続き、多くの中小企業等で経営者の高齢化や後継者・人材不足等の問題を抱え、本市の代表的な地場産業である宝飾産業の維持が難しくなっています。

同様の課題は、印伝など他の地場産業においても共通してみられ、経営基盤の安定化を図りながら、本市のアイデンティティと結びついた地場産業全体の維持・発展を図る必要があります。

### 【視点 1】 宝飾産業や印伝など地場産業の高付加価値化による市場の拡大

- 技術力とデザイン力を融合させた自社ブランド展開や店舗開発により、これまでの B to B 市場を拡大しつつ、さらに、B to C 市場への参入を進め、消費者における産地ブランド力の向上を目指します。
- JETRO など関係機関との連携により、地場産業の海外マーケット開拓を支援し、海外展開を進めるとともに、アジアを中心とした海外での知名度を高め、インバウンド獲得にもつなげます。
- 地場産業を支える高度なものづくり技術を他の製品分野等に応用し、異なる市場への参入や新産業の創出を進めます。
- 越境 EC の活用等により海外に直接地場産業をアピールし、販路の開拓を進めます。

### 【視点 2】 若手人材の確保や事業承継による経営基盤の安定化

- 子ども向けものづくり体験イベントの開催など、幼少期からの地場産業への理解と関心を高め、地場産業人財の育成を進めます。
- 山梨大学のワイン科学研究センターやクリスタル科学研究センター、山梨県立宝石美術専門学校など地場産業と関わる専門教育・研究機関との関係を深め、地場産業への大学生等の就業意識の醸成と就業機会の創出を進めます。
- 地場産業分野で起業にチャレンジする若手人材のスタートアップを支援できる体制の整備を進めます。
- 中小企業等が持つ技術や魅力を持続するため、事業承継・M&A におけるマッチングの効果的な仕組の構築を進めます。

## 方向性4 広域連携による移輸出拡大と地域内循環の向上

### 【考え方】

本市は、60万人が生活する9市3町の甲府都市圏の中核を担っており、圏内生産の約4割を生み出しています。本市と甲府都市圏の産業構造を比較すると、本市は第3次産業に特化しており、周辺市町には第1次産業と第2次産業が集積しています。このようにみると、本市は製造業や農業の生産地に囲まれた消費地という性格を有しており、甲府都市圏の発展が本市における消費増や人口増につながるものと考えられます。今後、リニア中央新幹線や中部横断自動車道、新山梨環状道路などが整備されることから、本市の消費地または、拠点としての性格は一層強まることが予想されます。

このため、本市は、甲府都市圏をはじめ県内及び周辺エリアとも連携し、市域を超えた産業振興を推進することが非常に重要です。

広域的に産業振興を図るうえでのアプローチには大きく2つあります。1つは、圏内の事業者が連携して市場拡大や新市場の創出を行い、移輸出を拡大すること。もう1つは、圏内において事業者間の製品やサービスの取引を活発化させ地域内循環を高めることです。

産業支援機関や金融機関と連携し、業界内の企業間あるいは異業種間でのマッチングを促すことで、本市だけではできない新たな付加価値の創出と地域内での資金循環を促進することが必要です。

### 【視点1】 甲府都市圏の製造業や農業の強みを活かした広域連携による移輸出の拡大

- 甲府都市圏の市町との連携を強化するとともに、中部横断自動車道の全線開通により、さらなる広域連携を推進し、農業や地場産業などの本市の地域資源を有効に活用することで、入込客数の増加を図るとともに消費拡大につなげます。
- 国内市場や海外市場への販売力を強化するため、甲府都市圏の生産者・食品メーカー・流通事業者・広域合併した農業協同組合・金融機関等が連携し、生産段階から流通・販売までを見据えたマーケティング活動を行う地産外商の仕組の構築を進めます。
- 次世代型輸送機器、バイオ・食品産業、スマート農業など国・県が設定する成長分野に挑戦する甲府都市圏内の中小製造業の学習・開発・受注等の共同活動を進めます。

### 【視点2】 甲府都市圏内の循環の促進

- 甲府都市圏内の店舗における地元住民の消費行動を促す仕組をつくることで、圏内で資金を循環させ、経済波及効果を高めます。
- 農業において生産性の向上を図るとともに、甲府都市圏内での原材料の調達率が低い食品加工業者などが、圏内で農産物を活用できるよう需要側と供給側とのマッチングの仕組づくりを進めます。
- 産学官金や異業種が連携して、中央自動車道沿線に集積している製造業の事業者間での共同開発・共同受注や取引の活発化を進めます。

## 基本方針B 拠点機能を活かした産業振興

### 1 目的と概要

本市はリニア中央新幹線開業に伴い（仮称）リニア山梨県駅が設置されるだけでなく、東西軸の中央自動車道に加え、長野県と静岡県を結ぶ中部横断自動車道の南北軸が開通予定であるほか、甲府都市圏を取り囲む新山梨環状道路、埼玉方面とを結ぶ西関東連絡道路の整備が進められ、また、本市と富士北麓を結ぶ幹線道路の整備も検討されています。このように本市は複数の交通結節点を有しており、ヒトやモノの流れのネットワーク拠点となり得る優位性を持っています。こうした強みを産業振興に存分に活かし、企業誘致や交流人口の獲得により稼ぐ力を強化します。

しかし、本市は地勢的に産業活動に利用できる土地が限られており、広大な工業団地を新たに開発し企業誘致を図るといった方策は転換期を迎えています。こうしたことから、東京圏からの近さや拠点性の高さといった本市の強みや特徴を十分に活かしながら、すでに始まっている技術革新や都市生活者のニーズの変化に柔軟に対応した新たな拠点機能を実装し、本市らしい企業誘致や交流人口・物流の増加を目指します。

本市周辺の道路の状況



出典：山梨県新山梨環状道路パンフレットを参考に独自作成

## 2 取組の方向性

### 方向性5 立地優位性の活用

#### 【考え方】

本市には企業誘致に活用できる土地が限られているという状況がある一方、中心市街地は空洞化が進み、空きビルなど遊休不動産が増加しています。これらの課題を強みに変えるため、広い土地が必要な製造設備等を伴う大型の企業誘致ではなく、オフィスビルに入居可能かつ、研究開発・企画・デザインなど高付加価値業務を担う部門を積極的に誘致する新たな未来型・都市型企業誘致策が必要です。

本市は山々に囲まれている地勢的な特徴から、他地域と風雨などの災害を共有しない強みを持っています。さらに、東京圏とは近いだけでなく、本市と東京周辺地域では地震のカテゴリーが異なると予測されており、互いに補完関係になり得るという強みを持っています。年々、地震や異常気象による災害が増加するなか、企業の災害対策が重視されるようになっており、IT 企業などの災害時のバックアップ機能を有したオフィスの設置といった新たな企業ニーズを掘り起こし、積極的に誘致を図っていく必要があります。

ライフスタイル・価値観の多様化が進み、モバイル端末を使ってオフィスに縛られずに自由な場所で働くノマドワーカーや、地方にサテライトオフィスを設置する企業の増加など、都市部を中心に働き方が変化してきています。また、拠点を都市部に置きながら、暮らしやすい地方にも住居を構えて週末農業を楽しむような二地域居住といった新たな住まい方も増えています。本市は東京圏から近いうえ、快適な都市機能と豊かな自然環境・農業環境が両立しており、こうした新たなニーズに適応しやすい都市といえます。自由な働き方や住まい方の願いを叶える東京圏から近くて便利な都市であることを訴求し、移住・定住や企業誘致を進めていきます。

#### 【視点1】 未来産業を見据えた企業誘致の強化

- 未来産業に関わる企業や人材の誘致を強化し、本市の大学・研究機関がリードする燃料電池やワイン科学などの技術や地場産業で蓄積されてきた技術などとの連携による新たな産業創出を目指します。
- 未来産業を中心に企業や人材のニーズをリサーチし、本市立地の強みや産業の特性、近隣の産業群との連携可能性等を踏まえ、本市への誘致を目指します。
- 本市への立地メリットや産業特性をアピールするための情報発信とシティプロモーションを進めます。

#### 【視点2】 研究開発機能やバックアップ機能、サテライトオフィス機能など本社機能の移転強化

- 東京圏との災害の住み分けという強みを重点的にアピールし、研究開発・企画部門やバックアップ機能を有したオフィス、サテライトオフィスなど本社機能の移転の提案活動を強化します。
- 東京圏の IT 産業などを中心にニーズの掘り起こしを進め、空きビルなど中心市街地の遊休不動産とのマッチングを行うほか、必要なインフラの整備を進めます。

### 【視点3】 ノマドワークや週末農業など二地域居住等の新たな都市ニーズへの対応強化

- コワーキングスペース、シェア農地等の活用による二地域居住機能を強化し、都市生活者に対して多様な働き方や生き方の豊かさを提案します。
- 民間主導の「甲府リノベーションまちづくり」の取組を中心に、これからの移住ニーズに合った付加価値の高いリノベーションと魅力あるまちづくりを進めます。
- 医療・福祉・教育などの行政サービスを充実させ、移住先・二地域居住先として選ばれるまちづくりを進めます。

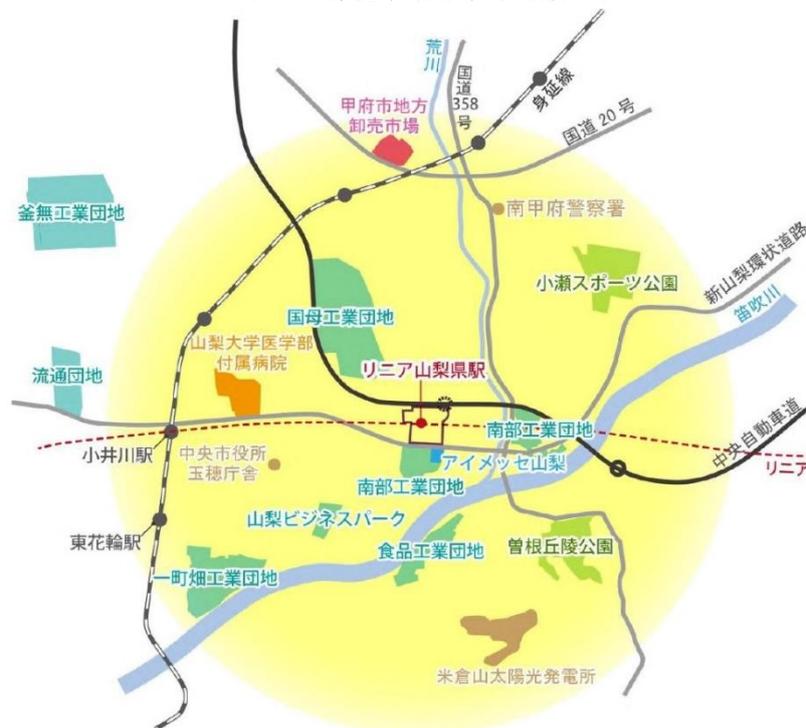
## 方向性6 産業拠点機能の強化

### 【考え方】

リニア中央新幹線の開業や中部横断自動車道、地域高規格道路の開通により、本市は多くの交通結節点となり、本市へのヒトやモノの流れが増加することが見込まれます。単なる通過点にせず、交通ネットワークの拠点であることの強みを発揮して産業の活性化につなげるためには、結節点の近くを産業拠点として機能させることが重要です。

(仮称)リニア山梨県駅設置予定のエリアは、やまなし産業支援機構や山梨県総合理工学研究機構、山梨県立産業展示交流館アイメッセ山梨、先端技術産業が集まる甲府南部工業団地などの工業団地、物流拠点である甲府市地方卸売市場が立地しており、もともと研究機関や産業集積のあるエリアです。(仮称)リニア山梨県駅設置を機に、県の整備方針や本市のリニア活用基本構想との整合及び必要な農地の保全を図りながら、現在の集積群を次世代型に進化させるとともに、リニア中央新幹線開業に合わせて新たな産業拠点の整備についても検討が必要です。

リニア環境未来都市の対象エリア



出典：山梨県リニア環境未来都市整備方針

### 【視点 1】 (仮称) リニア山梨県駅周辺の産業支援機能の充実

- (仮称) リニア山梨県駅周辺を広域交流拠点と位置づけ、本県の産業振興や観光振興の中心地として機能強化を進めます。特に、ものづくり産業や地場産業を牽引する研究開発拠点や情報発信・交流拠点の形成を促し、特色ある産業の研究や技術を目当てに国内外の研究者やビジネス客が集まる産業拠点となることを目指します。
- 地場産業の世界的な展示会・イベントの開催を強化し、アジアを中心とした海外からの集客を目指します。

### 【視点 2】 世界中からヒトやモノが集まる産業拠点への進化

- 高速交通網のインフラを武器に、巨大消費地・東京に向けたサプライチェーンの最終地として本市をアピールし、物流業者の誘致と活用を行います。
- ICT の活用により、物流拠点の統合化や無人化を進めるとともに、環境負荷の少ない次世代の物流拠点づくりを目指します。
- (仮称) リニア山梨県駅周辺に国内外から集まるビジネス客や観光客を対象に、本市の魅力ある食や農産物、土産物を知ってもらうためのイベント開催や農業、飲食、宿泊、小売など各分野一体となったサービスの拡充を進めます。



山梨県ホームページ

## 方向性7 都市交流人口の獲得

### 【考え方】

リニア中央新幹線の開業により、本市から品川まで 25 分、名古屋まで 40 分という近さになり、通勤・通学圏、商圈が拡大すると考えられます。また、中部横断自動車道の開通で静岡方面とつながることで、清水港や富士山静岡空港など、海・空の玄関からのヒトの流れも活発になると予想されます。こうした、東京圏や中京圏、静岡方面等からの本市へのヒトの流れを獲得し、産業につなげる方策が求められます。

大都市圏からのアクセスの良さを売りに、今後はビジネスイベントの誘致にも可能性が広がります。(仮称)リニア山梨県駅周辺の産業拠点を有効活用し、会議や研修会などの誘致を強化するとともに、国内外からのビジネス客が仕事の合間に楽しめる観光ツアーや交流事業等のエクスカージョンを実施することで、リピーターやクチコミによる交流人口の増加が期待できます。

わが国では東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年に訪日外国人 4,000 万人、2030 年には 6,000 万人という目標を掲げ、インバウンド対策を年々強化しています。県内では富士・東部圏域を訪れる外国人が圧倒的に多い状況ですが、リニア中央新幹線の開業を見据えて、本市においても外国人の誘客をさらに強化する必要があります。

現在は海外での本市の知名度は低く、昇仙峡や武田信玄公といった外国人が好むコンテンツや、日本産ワインや地元食材を使った和食、B 級グルメ等、食の魅力について SNS 等による効果的な情報発信を行うことにより、外国人観光客を増やすとともに、受入環境整備等のインバウンド対策を強化する必要があります。

### 【視点 1】 ビジネスイベントなどの誘致の強化

- (仮称)リニア山梨県駅周辺の産業支援機関や施設の集積を活かし、産学官が連携するなかで、地場産業などに関連する特色あるテーマや次世代型のテーマによる会議や研修会、学会、展示会などの誘致に向けた体制づくりを進めます。
- ビジネス客を対象としたエクスカージョンを開発し、本市の主要な観光地や食、産業の魅力をアピールしながら、ビジネスや観光でのリピート訪問につなげます。

### 【視点 2】 インバウンドへの対応強化

- 公共施設をはじめ、市内全体での Wi-Fi 環境や多言語による通訳ガイドシステムの導入、アプリを用いた観光情報の提供、キャッシュレス決済など、リニア中央新幹線開業を見据え、一体的な ICT の整備と多言語対応を目指します。
- 観光に関連する飲食・宿泊・小売・観光施設等の事業者への、多文化理解や多言語によるコミュニケーション力の向上を進めます。
- 他自治体や交通事業者などとの連携による、広域的な外国人向け周遊コースの開発を進め、富士山周辺などのインバウンドに強い観光地からの誘客を推進します。

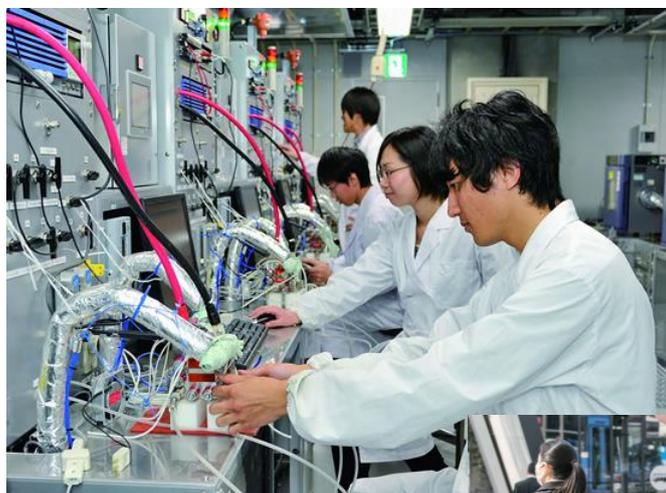
## 基本方針C 人的・知的資本の育成と活用

### 1 目的と概要

ビジネスを生み出し発展させるのは、人材や専門知識、人的ネットワークなどの人的・知的資本です。人的・知的資本の厚みはビジネスの発展の下地となる基盤であるため、産学連携や創業支援を下支えするコミュニティを構築することが重要です。

本市には複数の大学・専門学校等の教育機関、山梨県総合理工学研究機構などの研究機関等（知的資本）があり、そこに優れた人財（人的資本）が集積していることは、本市産業の大きな強みといえます。これらの集積を最大限に活用し、産学官に金融機関を加えたビジネス創出のプラットフォームを組織することや、大学発の企業ベンチャー育成などを関係機関が連携して取り組むことで、新産業の創出や既存産業の再生につなげ、本市で学んだ学生の定着化を図ります。

また、産業を取り巻く環境が大きく変化し、技術革新が加速していくなかで、本市産業も変化にスピーディに対応し、新しい価値を生み出し続ける必要があります。そのため、新しい産業の創出と育成は、産業政策上欠かすことのできない重要な視点です。未来産業を巡っては各国がしのぎを削っており、わが国も再び産業で世界のリーダーとなるべく未来産業の強化を図っています。こうした流れに乗り遅れず、本市の強みである人的資本・知的資本を十分に活用しながら、本市からイノベーションを生み出すための取組を進めます。



## 2 取組の方向性

### 方向性8 新産業の創出

#### 【考え方】

世界各国では、IoT や AI 等の新技術が牽引する第4次産業革命を推進するための国家戦略が立てられており、日本でも新技術を活用して産業構造の大転換を図り、経済を成長させるために、未来産業の創出・育成を強化しています。

未来産業を巡って国際競争が今後ますます激化し、既存の技術や製品の陳腐化の速度も増すと考えられ、本市産業振興も攻めの姿勢が必要です。また、ICT の発達により地方においても世界と戦える環境が整いつつあることから、本市からイノベーションを生み出すことも可能な時代になっています。

本市の強みである人的・知的資本を活用し、地域資源を活かした優位性のある本市産業に応用するなど、新たな成長産業を生み出していくことが求められています。また、甲府都市圏外から稼ぐという意味でも、新産業の創出は必要不可欠です。

#### 【視点1】 産学官連携によるインキュベーションやオープンイノベーションの取組の強化

- 新しい技術を活用し、新製品や新サービスを開発するベンチャー企業及び起業家が拠点として活用できる、オープンイノベーションを創発するインキュベーションオフィスなどの取組を進めます。
- 市内の農業・流通・建設・医療・介護等の産業や公共交通・防災などの業務等を IoT、AI、ロボット等のテストフィールドとして提供するとともに、先端企業との関係性を構築し、市内への誘致や市内企業との連携につなげます。

#### 【視点2】 様々な分野における研究シーズやテクノロジーの産業への積極的活用

- 甲府都市圏内の研究機関や企業が競争優位性を有する燃料電池・医療機器・航空・情報通信・電子機器等の新しい産業のシーズを活かした産学官連携のプラットフォームの構築を進め、アグリテック、ヘルステック、次世代モビリティなど未来産業の創出につなげます。
- 農業分野でビッグデータやロボット、センシング等の技術を活用するアグリテックを進め、高齢化による人手不足解消や生産性向上を目指します。
- ウェアラブルデバイスによる健康管理や IT を活用した遠隔診療など、医療・ヘルスケア分野において先進技術を導入するヘルステックを推進し、新しい価値を持った医療・福祉サービスを目指します。
- 「農業×デザイン」、「工業×教育」、「観光×ロボット」「医療×工業」など、従来の産業区分を超えた連携を促すための交流を進めます。

## 方向性9 産業人財の創出

### 【考え方】

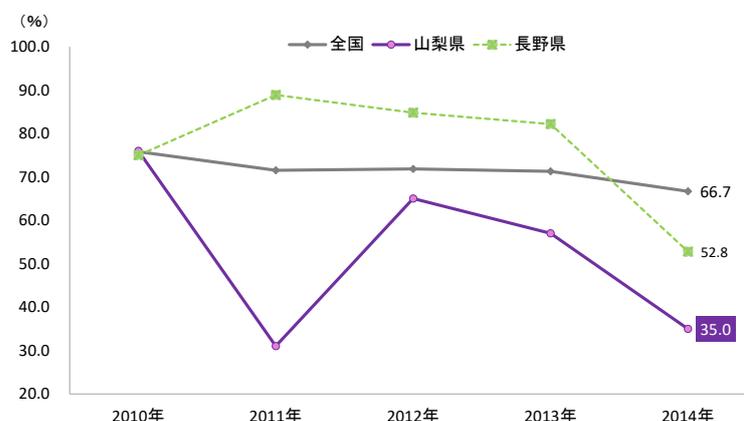
本市人口の社会移動をみると、大学等へ入学する年代である10代後半に流入超過になっており、人的資本の市内流入が見られますが、大学等を卒業し、就職する年代である20代前半に大きく流出超過となっています。また、地元就職率（山梨県全体）は35.0%と全国平均の66.7%を大きく下回っています。このことは大学進学を機に市内に流入した人材を地域に留めることができず、卒業と同時に人的資本の流出が起きていることを示しています。

さらに今後、リニア中央新幹線の開業により、こうした人口流出が加速するおそれがあります。人材の流出を防ぎ、本市産業の担い手として活躍してもらうためには、大学・専門学校で高等・専門教育を受けた学生たちが活躍したいと思える魅力的な就職先や起業機会の創出が不可欠です。

また、大学・専門学校においても、産学連携によって実効性の高い長期型キャリア教育や起業家教育、社会人の実践教育等を実施することにより、産業人財を育成・確保することが求められます。こうした産業界と教育研究機関相互の取組を通じて、産業人財の育成と人材を留められる魅力的な企業の集積を同時に進めていくことが重要です。

一億総活躍社会といわれるように、若者やプロフェッショナル、女性、シニア、外国人などそれぞれの感性や強みを活かした活躍を推進し、これからの労働力・人材不足に対応することが求められます。

地元就職率の推移



出典：RESAS（内閣府）／雇用動向調査（厚生労働省）、学校基本調査（文部科学省）  
※地元就職率＝当該地域に立地する大学等を卒業した人のうち、当該地域の企業等に就職した人数÷当該地域に立地する大学等を卒業し就職した人の総数

### 【視点1】 産学官連携による実効性の高い長期型キャリア教育や起業家教育を通じた産業人財の育成・確保

- 企業や製品・サービスについての情報提供や職場体験などのキャリア教育により、若者の地元企業への就業意識の高揚を目指します。
- 人事・給与制度の見直しや求人活動のレベルアップ等を進めることで、求職者から選ばれる魅力的な企業の増加を目指します。
- 大都市圏や海外で活躍するU・Iターン人材（地元出身人材、プロフェッショナル人材等）の市内企業等への転職や起業を誘導する仕組の構築を、移住促進・二地域居住促進とあわせて進めます。
- 若者や女性の感性を活かした起業の増加を目指します。
- 幼少期・高等教育期間・社会人という各成長段階に応じた起業家マインド醸成のための教育機会の確保を進めます。
- 稼ぐ農業の育成と拡大のため、プロファーマーの発掘を進めます。

### 【視点2】 若者、プロフェッショナル、女性、外国人など多様な人材の活用

- 女性、シニア、障がい者、外国人等の技能や専門性を高める従業者教育及び研修機会の提供を進めます。また、人材を安定的に雇用し、成果をあげるための事業者側の研修機会の提供も進めます。
- 攻めの経営にチャレンジイノベーションを起こすため、プロフェッショナル人材のノウハウの活用を進めます。
- 仕事と子育てを両立できる環境づくりによって、女性の就業等の活躍機会の増加を目指します。
- 産業人財として活躍し、地域社会と共生できる外国人の受入を進めます。
- 人材バンクや金融機関との連携により、中小企業・小規模企業の技術の承継、事業の継続を進めます。
- 中小企業・小規模企業の経営者及び後継者の確保・育成を進めます。

---

## 參考資料

---

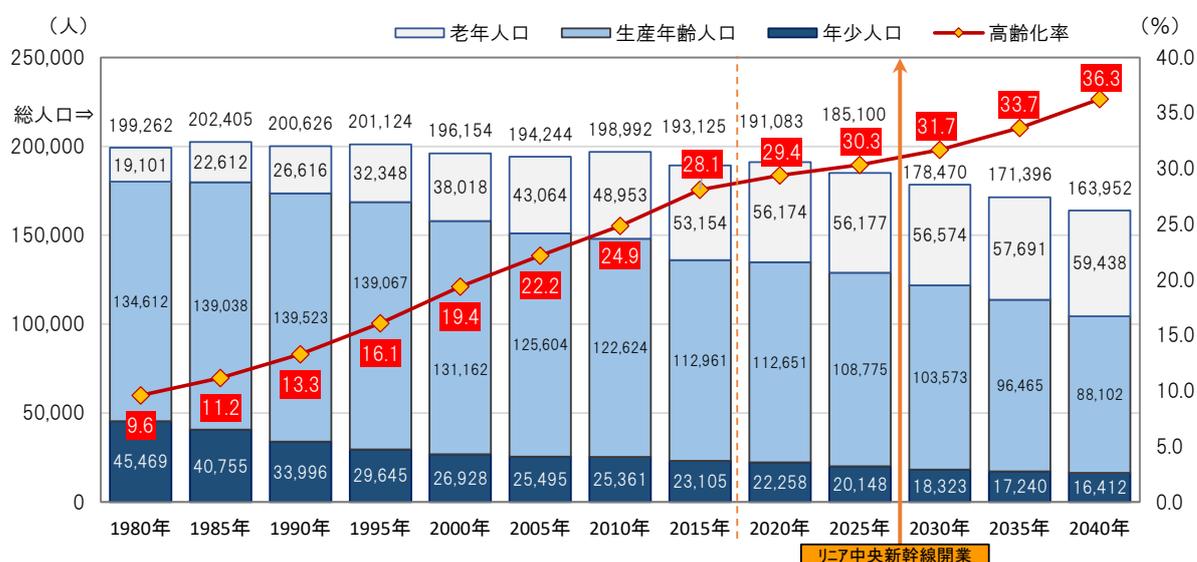
# 1 各種データに見る甲府市の産業を取り巻く状況

## (1) 本市産業を取り巻く環境変化

### 1) 産業を支える人口の状況

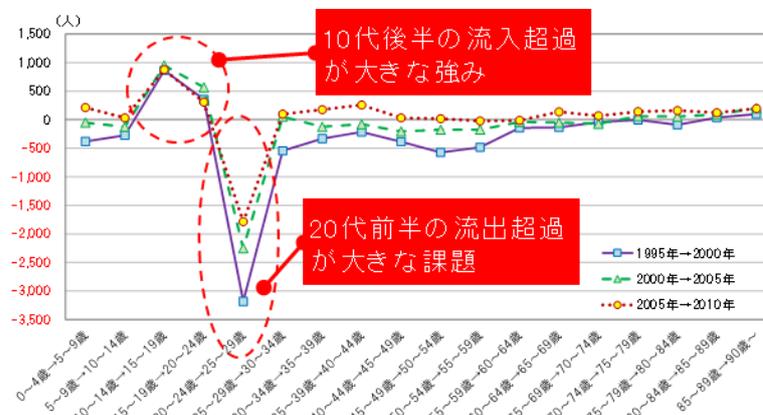
本市の総人口は2030年には17万8,470人となり、現在の18万8,406人（2019年3月1日現在／住民基本台帳）より1万人以上減少すると推計されています。生産年齢人口の減少が進むため、産業を支える労働力人口の縮小が懸念されます。また、本市の人口動態の特徴として、進学期の10代後半に流入があり、大学卒業・就職期にあたる20代前半で大きく流出していることがあげられます。市内で高等・専門教育を受けた人材の流出を防ぐ対策が必要です。

総人口・年齢3区分別人口の推移と推計



出典：国勢調査（総務省）、日本の地域別将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）  
 注：2015年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値、2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（2013年3月公表）に基づく推計値。2006年に甲府市と富士河口湖町に分割編入した山梨県上九一色村については、富士河口湖町に統合している。総人口には年齢不詳も含まれるので、3区分合算と総人口は合わないことがある。

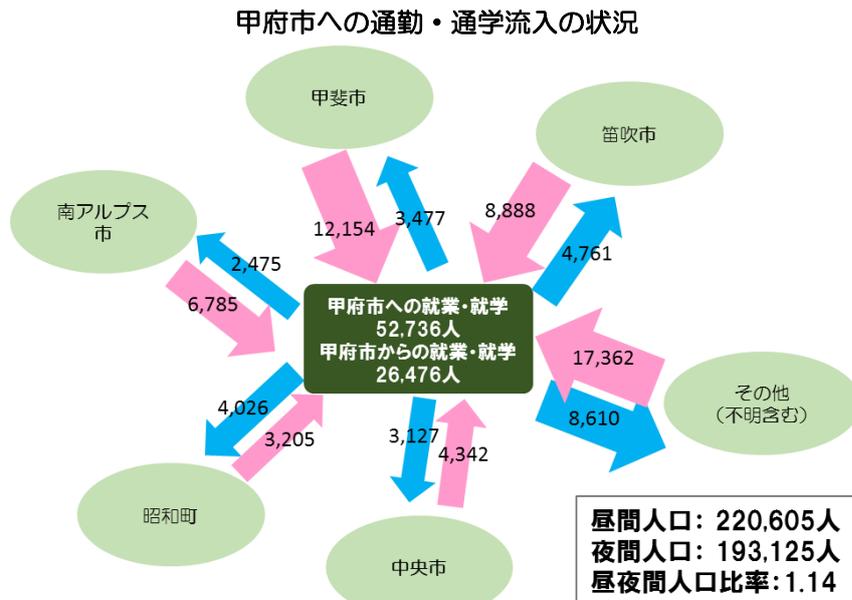
年齢別の社会移動の状況



出典：国勢調査（総務省）、都道府県別生命表（厚生労働省）

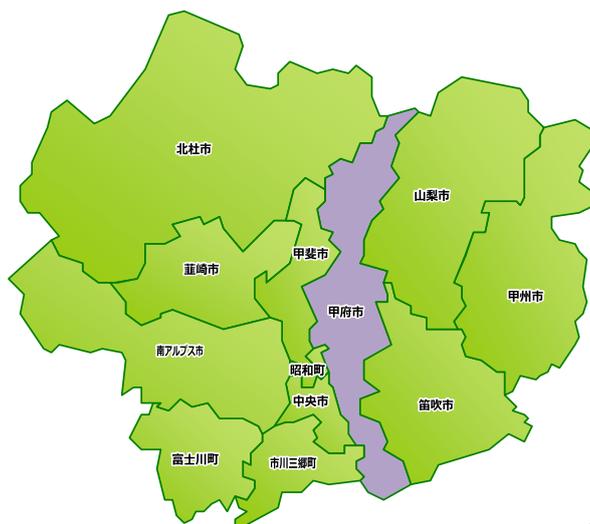
本市の昼夜間人口比率は1.14で昼間人口の方が夜間人口より多く、市外から市内に通う就業・就学者数が市内から市外への就業・就学者数を上回っています。特に甲斐市や笛吹市からの市内への流入規模が大きく、逆に昭和町は市内からの就業・就学者の方が上回る状況となっています。

本市は甲府都市圏の中核都市となっており、広域的な都市圏全体で労働人口を確保していく必要があります。



出典：平成 27 年国勢調査（総務省）

## ○甲府都市圏の概要



都市圏人口	63 万 2,097 人
総面積	2,278.51 km <sup>2</sup>
圏域内総市内生産額	2 兆 3,860 億円
圏域の産業別総生産額（割合）	
第一次産業	493 億円（2.1%）
第二次産業	7,967 億円（33.5%）
第三次産業	1 兆 5,288 億円（64.4%）

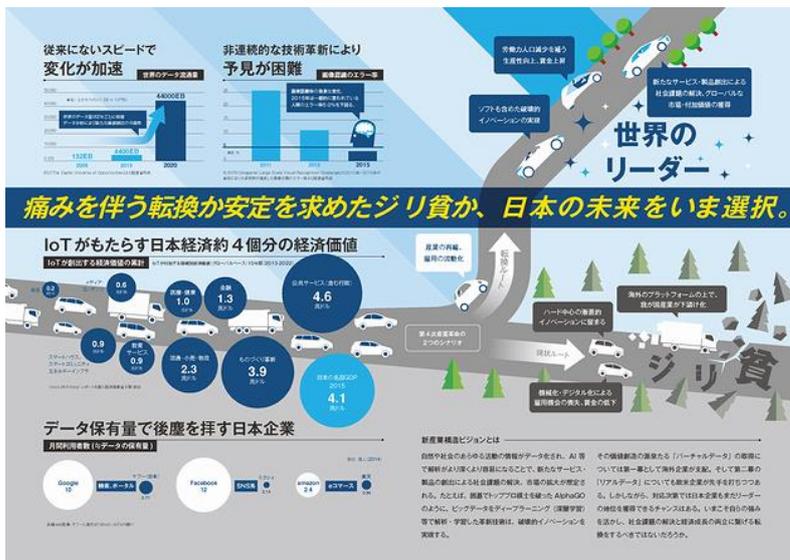
出典：平成 27 年国勢調査（総務省）  
平成 27 年度市町村民経済計算結果（山梨県）

## 2) 全国や海外における技術革新等の動向

IoT や AI 等が牽引する第 4 次産業革命といわれる世界的な技術革新のうねりと、アジアをはじめとする新興国の台頭により国際競争が激化するなか、わが国の世界経済におけるポジションは厳しさを増しています。国では「新産業構造ビジョン」や「未来投資戦略 2018」を発表し、IoT、ビッグデータ、AI、ロボットに代表される新技術を活用した新しい製品・サービスの創出や技術力向上を戦略的に進め、Society5.0（超スマート社会）の実現を目指しています。

本市においてもこうした潮流に乗り遅れず、時代変化に柔軟に対応しながら、産業の強みや地域特性を活かした強い産業基盤をつくることが求められます。

### 国の政策の方向性



- 第 4 次産業革命の位置づけを、日本にとって「痛みが伴う転換か、安定を求めたジリ貧か」の分かれ道としている
- 日本企業が競争力を取り戻し、再び世界のリーダーとなるべく、産業構造の転換を図ろうと、IoT、ビッグデータ AI、ロボット、等の技術力向上、活用促進など未来産業の創出・育成を推進している

出典：新産業構造ビジョン（経済産業省）

また、地球温暖化による異常気象や飢餓、貧困など地球規模での懸念材料も増えるなか、国連では「持続可能な開発目標（SDGs）」<sup>エスディジーズ</sup>を採択し、2016 年から 2030 年までの国際目標を掲げました。経済成長だけでなく、エネルギーや気候変動、不平等など、世界全体で取り組むべき 17 のアジェンダが示されています。

わが国も国際社会の一員として、これらの国際目標に沿って日本の SDGs モデルを構築し、実施方針を掲げて積極的に取り組むこととしています。



出典：「持続可能な開発目標」(SDGs) について（外務省）

### 3) 本市の立地環境等の変化

本市には中央自動車道や JR 中央線が東西に走り、東京圏と結んでいます。周辺を高い山々に囲まれていることから、災害時には陸の孤島となるリスクが指摘されることもありました。中部横断自動車道や西関東連絡道路の整備により、解消されつつあります。

今後は中部横断自動車道が静岡県まで開通し（2019 年度全線開通予定）、新山梨環状道路も整備され、さらに 2027 年にリニア中央新幹線が開業することにより、むしろ高速交通の結節点が複数あることが産業において大きな強みになると考えられます。

リニア中央新幹線と中部横断自動車道のルート



出典：山梨県企業立地ガイド（山梨県地域産業活性化協議会）

### ○リニア中央新幹線の開業による本市への影響

#### <プラスの影響>

リニア中央新幹線の開業は大都市圏を短時間で結び、かつてないスーパー・メガリージョンが形成されるといわれています。その影響により、途中駅として（仮称）リニア山梨県駅が設置される本市も大きな交流人口の増加が期待できます。高速道路網の充実と合わせて、本市がヒト・モノ・カネ・情報が集まるネットワーク拠点として機能することにより、居住人口の増加や企業の立地・進出の加速などの好影響をもたらす可能性があります。

### <マイナスの影響>

一方、アクセスが容易になることで、消費や人口が大都市圏に吸収され、地域経済の衰退を引き起こすストロー化現象のおそれもあります。例えば、北陸（長野）新幹線が開業した長野市では、首都圏との移動時間が短縮されたことから、支店・支所の引き上げが相次ぎ、事業所数が減少しました。

また、リニア中央新幹線開業による通学圏の拡大によって、本市の強みである学生の流入が減少する可能性があるとともに、卒業・就職の時期に起きている若い世代の流出がさらに加速するおそれもあります。

リニア中央新幹線の開業は人口減少時代における大きなチャンスであるとともに、こうしたリスクを回避するための産業振興政策が必要です。

#### 4) これからの約 10 年の展望～2030 年までの未来

本市産業に関わるこれから約 10 年における主な環境変化をまとめました。

##### **世界** 国際経済の勢力図が変化し、食料・エネルギー問題が深刻となる

- 新興国の経済成長が進む
- 中国が実質 GDP 世界一に
- グローバル化が一層進み、人、モノ、情報の動きが世界規模で加速
- 食糧やエネルギーの需要が増加
- 世界人口がアジア・アフリカを中心に、現在より 10 億人増加

##### **日本** 技術革新の進展とともに、人口減少が進み、労働力が大きく不足する

- 第 4 次産業革命が進む
- 働き方が多様化し、地方移住が進む
- 国際競争に対抗できない産業は淘汰される
- 少子高齢化の進行により生産年齢人口が 7,000 万人を下回り、労働力が不足
- 社会保障費が増大、医療介護ニーズが高まる

##### **甲府市** 少子高齢化のなか、リニア中央新幹線開業等によるヒト・モノの増加のチャンスを迎える

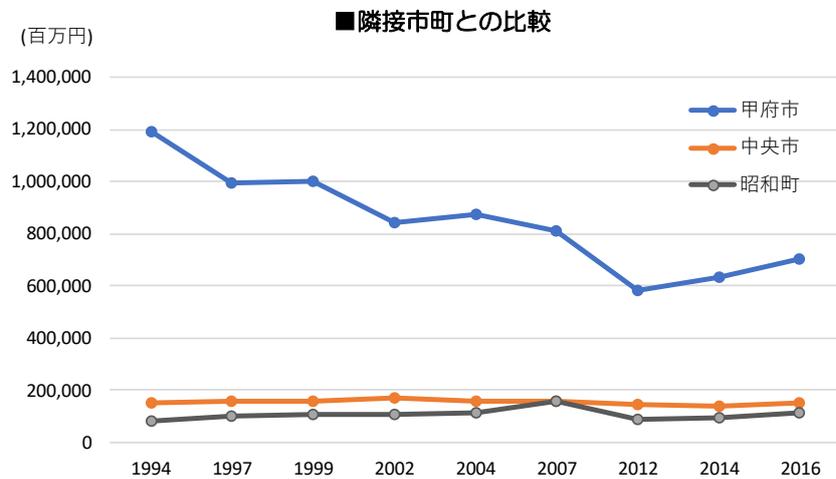
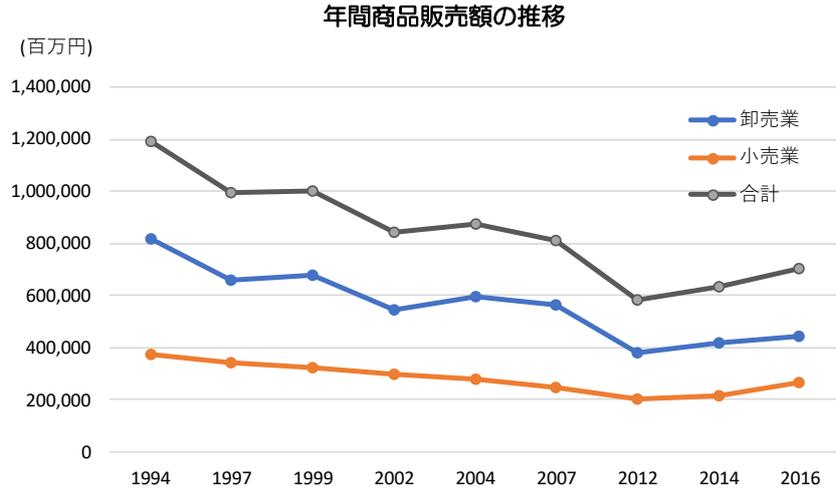
- リニア中央新幹線が開業し交流人口が増加
- 大都市圏からの移住者や二地域居住が増加
- 中部横断自動車道や地域高規格道路の開通により、物流・アクセスが向上
- 県内唯一の中核市となり、より質の高い都市サービスを提供
- 人口が現在より 1 万人以上減少
- 高齢化率が 3 割を超える

## (2) 本市産業の現状

### 1) 主な産業等の現状

#### ①商業

甲州商人という言葉があるように、本市はかつて問屋街が発達した商業のまちとして発展してきた歴史があります。年間商品販売額は卸売・小売業ともに減少が続いていましたが、近年再び増加傾向となっています。また、近隣の中央市や昭和町と比較し、本市の販売額は規模が大きいといえます。



出典：RESAS（内閣府）／商業統計調査、経済センサス（経済産業省）

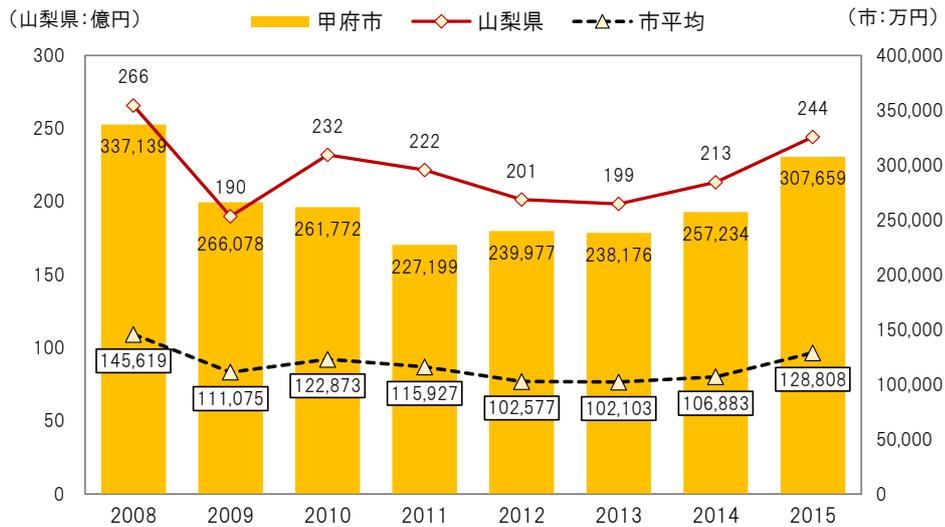
## ②工業

工業では、宝飾品や印伝、ワインといった地場産業の集積があるほか、一部の製造技術や特定製品で世界トップクラスのシェアを持つ中小製造業の生産拠点が存在しています。

工業全体でみると、製造品出荷額等がリーマンショック前の水準に戻りつつあり、県内他市平均より高い出荷額を保っています。

しかし、工業においても、経営者の高齢化と後継者不足、国際競争力の低下など、厳しい環境において市場維持・拡大するための経営基盤の強化が課題となっています。

### 製造品出荷額等の推移



出典：RESAS（内閣府）／工業統計（経済産業省）

### 甲府市の製造品出荷額等（2015年）

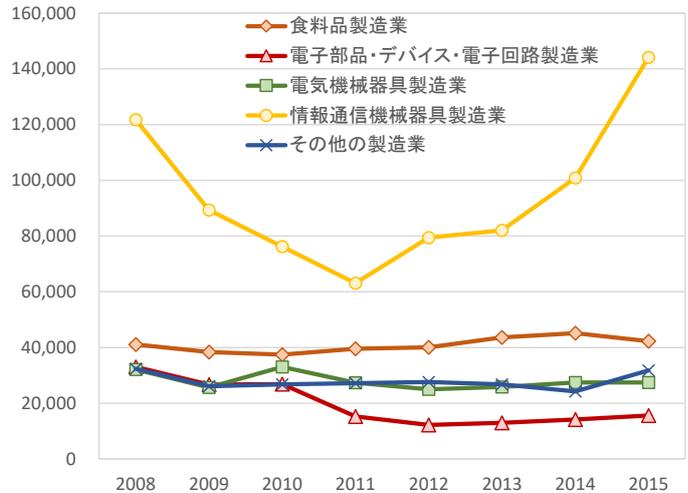
#### 甲府市の産業別（中分類）製造品出荷額等

順位	業種中分類名	製造品出荷額等 (百万円)
1	情報通信機械器具製造業	144,098
2	食品製造業	42,286
3	その他の製造業	31,792
4	電気機械器具製造業	27,448
5	電子部品・デバイス・電子回路製造業	15,564
6	プラスチック製品製造業(別掲を除く)	7,398
7	印刷・同関連業	7,341
8	生産用機械器具製造業	3,749
9	金属製品製造業	3,719
10	窯業・土石製品製造業	2,731
11	パルプ・紙・紙加工品製造業	2,683
12	業務用機械器具製造業	2,152
13	輸送用機械器具製造業	1,787
14	家具・装備品製造業	1,338
15	繊維工業	1,042
16	はん用機械器具製造業	680
17	飲料・たばこ・飼料製造業	442
18	木材・木製品製造業(家具を除く)	x
19	化学工業	x
20	ゴム製品製造業	x
21	なめし革・同製品・毛皮製造業	x
22	鉄鋼業	x

出典：RESAS（内閣府）／工業統計（経済産業省）

### 上位5産業の製造品出荷額等の推移

(百万円)

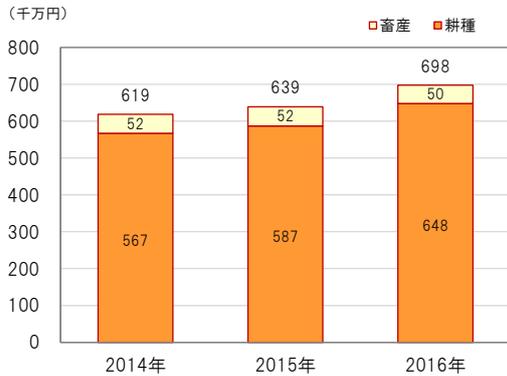


出典：RESAS（内閣府）／工業統計（経済産業省）

### ③農業

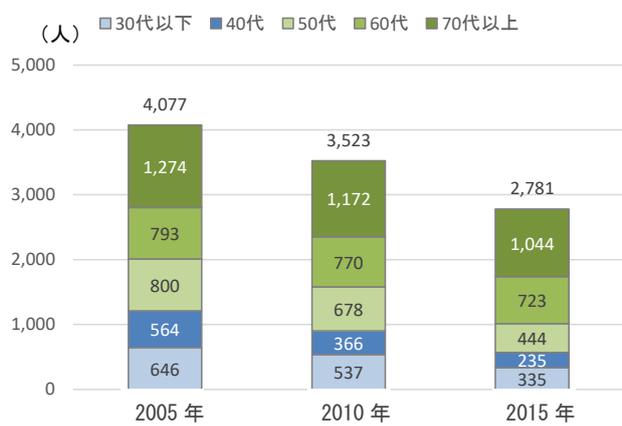
本市は恵まれた日照条件や水資源等を活かして、ぶどうや桃などの果樹、スイートコーンやなすなどの野菜の産地を形成してきました。しかし、近年、販売農家の減少や高齢化が進んでおり、人材の確保や都市化が進むなかでの産地の保全が課題となっています。

#### 農業産出額の推移



出典：市町村別農業産出額（推計）（農林水産省）  
 ※農林業センサス結果等を活用した市町村別農業産出額の推計結果

#### 年齢別販売農家の推移



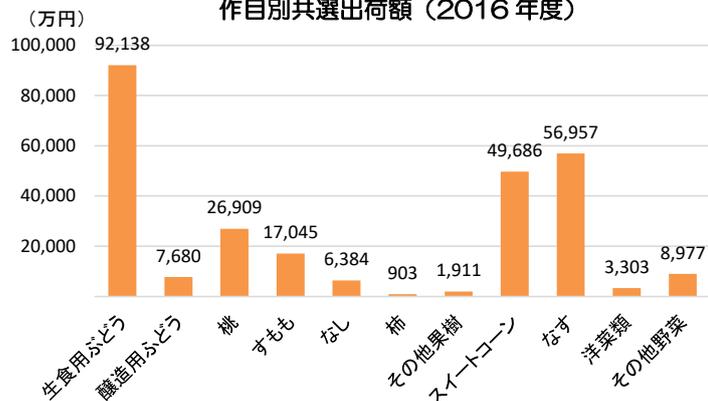
出典：農林業センサス（農林水産省）

#### 県内13市の比較

	甲府市	富士吉田市	都留市	山梨市	大月市	斐崎市	南アルプス市	北社市	甲斐市	笛吹市	上野原市	甲州市	中央市
総農家(戸)	2,088	791	1,012	2,232	930	2,027	3,554	4,612	1,360	4,060	946	2,665	975
順位	6	13	9	5	12	7	3	1	8	2	11	4	10
農業就業者数(人) (販売農家)	1,906	145	218	3,182	105	1,621	3,596	3,464	747	6,056	132	3,935	987
順位	6	11	10	5	13	7	3	4	9	1	12	2	8
経営耕地面積(ha) (販売農家)	799	76	105	1,206	29	959	1,580	2,462	352	2,457	42	1,482	464
順位	7	11	10	5	13	6	3	1	9	2	12	4	8
販売金額(万円) (農業経営体)	342,275	27,125	34,300	659,700	4,400	159,475	562,400	798,775	233,975	1,422,125	9,625	987,625	261,125
順位	6	11	10	4	13	9	5	3	8	1	12	2	7

出典：2015年農林業センサス（農林水産省） ※13市中、各項目上位7市に色付けをしている

#### 作目別共選出荷額（2016年度）

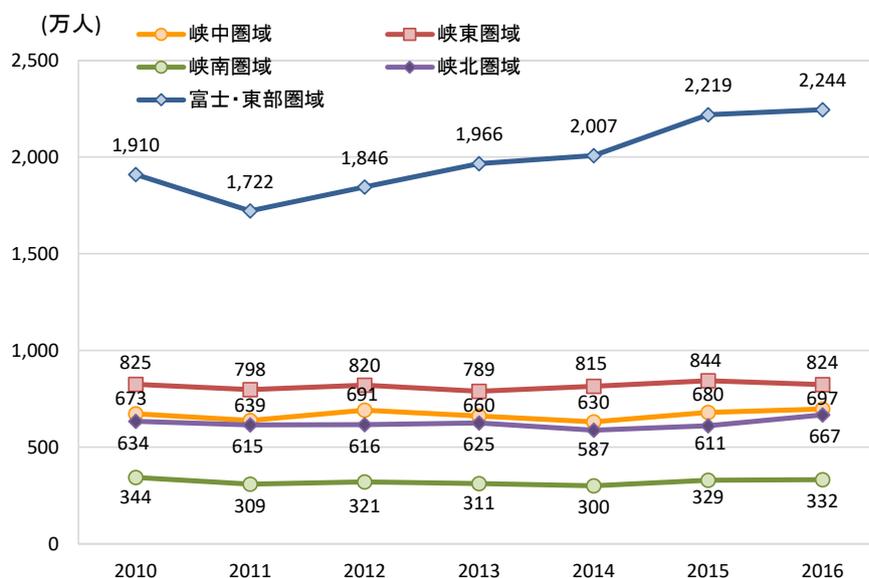


出典：JA 甲府市・JA ふえふき ※中道地区は JA ふえふきに出荷

#### ④観光

本市を含む峡中圏域の年間観光入込客数は600万人台で横ばい推移しており、県内では富士・東部圏域が一人勝ちの状況です。富士山という山梨県最大のキラコンテンツと連動させた広域的な観光振興を、他自治体と連携して取り組む必要があります。

県内圏域別 観光入込客数の推移



出典：山梨県観光客動態調査報告書（山梨県）

#### ⑤事業所・従業者の状況

本市の事業所数、従業者数は医療・福祉を除き、ほとんどの産業分野で減少が続く厳しい状況を迎えています。

甲府市内の事業所数・従業者数の推移

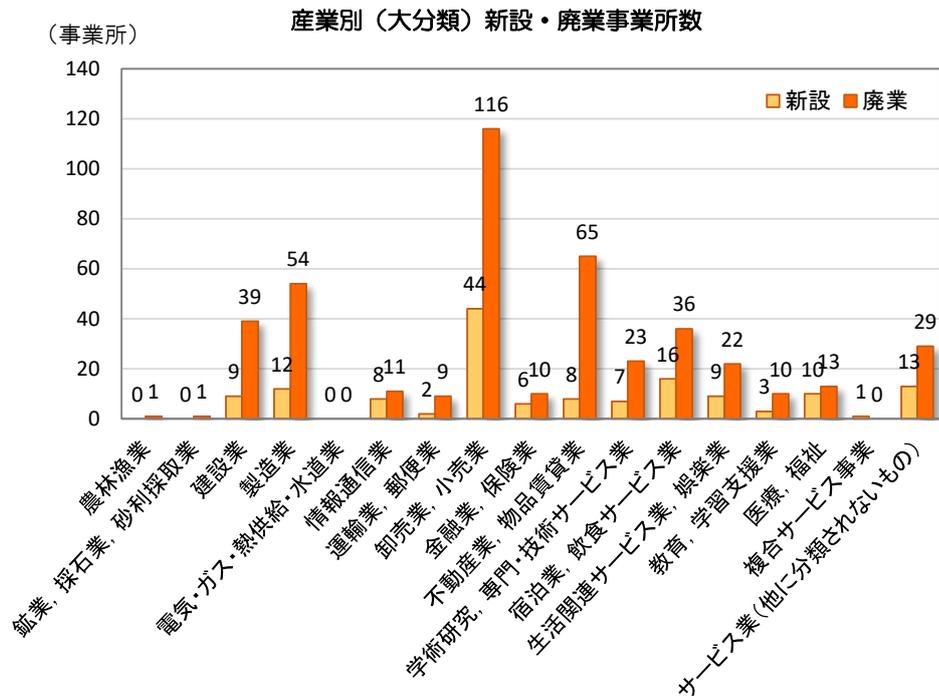
	事業所数				従業者数			
	2009年	2014年	2016年	増減率 (2016年/2009年)	2009年	2014年	2016年	増減率 (2016年/2009年)
農業、林業	20	20	13	65.0	268	178	132	49.3
漁業	1	1	0	0.0	33	4	0	0.0
鉱業、採石業、砂利採取業	2	3	1	50.0	2	6	1	50.0
建設業	888	811	763	85.9	6,848	6,396	6,172	90.1
製造業	1,020	865	802	78.6	13,435	11,052	10,536	78.4
電気・ガス・熱供給・水道業	11	11	7	63.6	978	938	388	39.7
情報通信業	163	137	132	81.0	2,483	2,166	2,176	87.6
運輸業、郵便業	144	141	131	91.0	3,885	3,843	3,805	97.9
卸売業、小売業	3,489	3,049	2,920	83.7	24,784	21,969	21,258	85.8
金融業、保険業	302	287	274	90.7	4,964	4,620	4,988	100.5
不動産業、物品賃貸業	947	868	767	81.0	2,930	2,515	2,644	90.2
学術研究、専門・技術サービス業	595	595	570	95.8	3,385	3,250	3,009	88.9
宿泊業、飲食サービス業	1,893	1,611	1,527	80.7	11,723	10,019	9,894	84.4
生活関連サービス業、娯楽業	1,151	1,040	1,000	86.9	4,757	4,340	3,873	81.4
教育、学習支援業	488	473	400	82.0	7,032	7,562	5,589	79.5
医療、福祉	763	878	865	113.4	12,757	15,615	14,444	113.2
複合サービス事業	70	55	57	81.4	488	351	356	73.0
サービス業(他に分類されないもの)	892	845	802	89.9	12,133	10,932	10,736	88.5
公務(他に分類されるものを除く)	91	82	-	-	4,882	5,478	-	-
合計	12,930	11,772	11,031	85.3	117,767	111,234	100,001	84.9

出典：経済センサス（経済産業省）

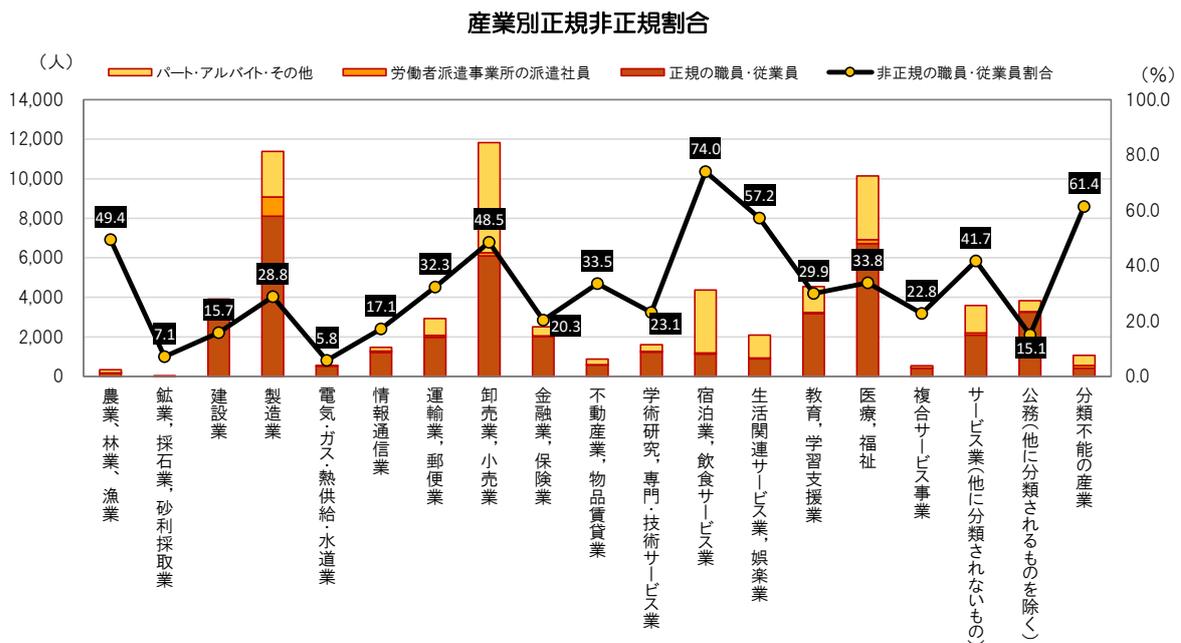
事業所の新設・廃業の状況をみると、全体的に廃業事業所数が新設事業所数を大きく上回っています。特に、卸売業・小売業の廃業件数が突出しています。

また、従業員の正規・非正規割合では、宿泊・飲食サービス、生活関連サービス・娯楽業、農林業、卸売業・小売業などサービス産業で非正規の従業員が多くなっています。

人材の確保や起業・創業、産業の誘致は喫緊の課題といえます。



出典：平成 28 年経済センサス活動調査（経済産業省）

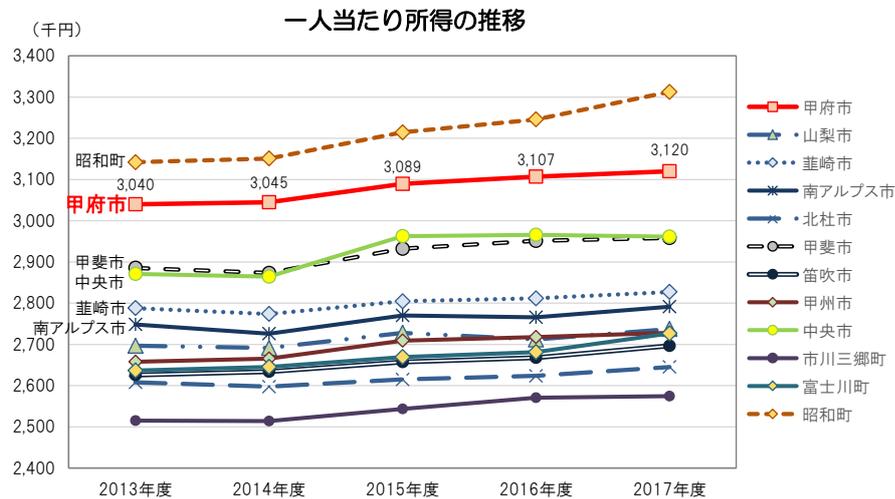


出典：平成 27 年国勢調査（総務省）

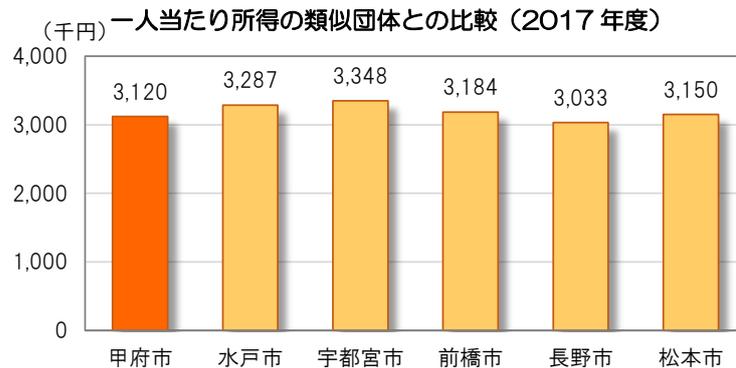
## ⑥市民の所得と消費の状況

甲府市の一人当たりの所得は緩やかに増加傾向にあり、2017年度は312万円です。甲府都市圏内では昭和町が最も高くなっています。甲府市の類似団体等と比較すると、ほぼ同水準です。

甲府市民の日常的な消費についてみると、利用店舗は大型店が86.5%と最も高く、買い物の場所は市内の自宅周辺及び大型商業施設のある昭和町で買い物する人が多くなっています。

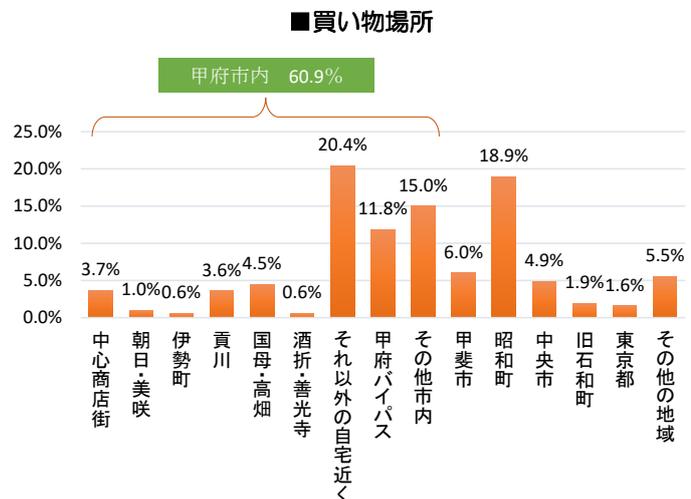
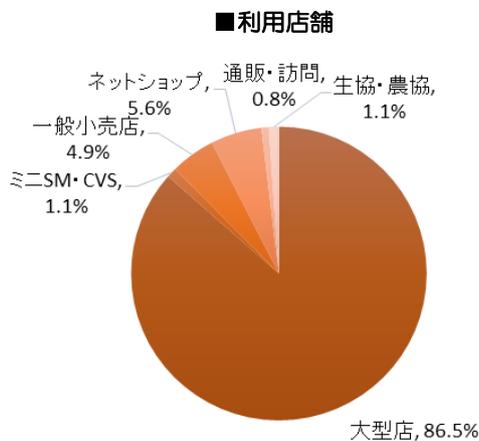


出典：市町村税課税状況等の調（総務省）



出典：市町村税課税状況等の調（総務省）

### 甲府市民の買い物動向



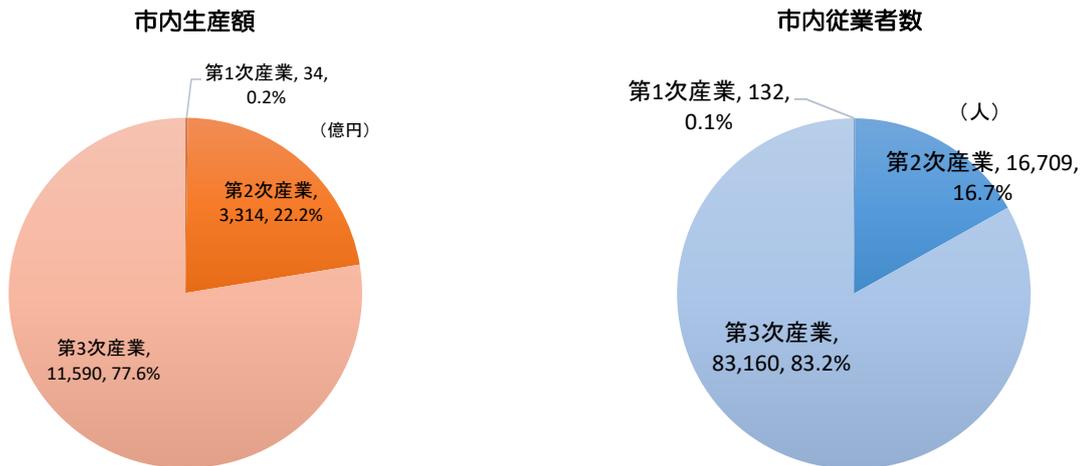
出典：平成28年度山梨県商圏実態調査（山梨県商工会連合会）

## 2) 産業の構造と特徴～産業連関分析より

山梨県産業連関表(平成 23 年)をもとに甲府市版産業連関表を作成し、詳細な産業ごとのお金の流れや特徴の把握を行いました。

### ①産業構造

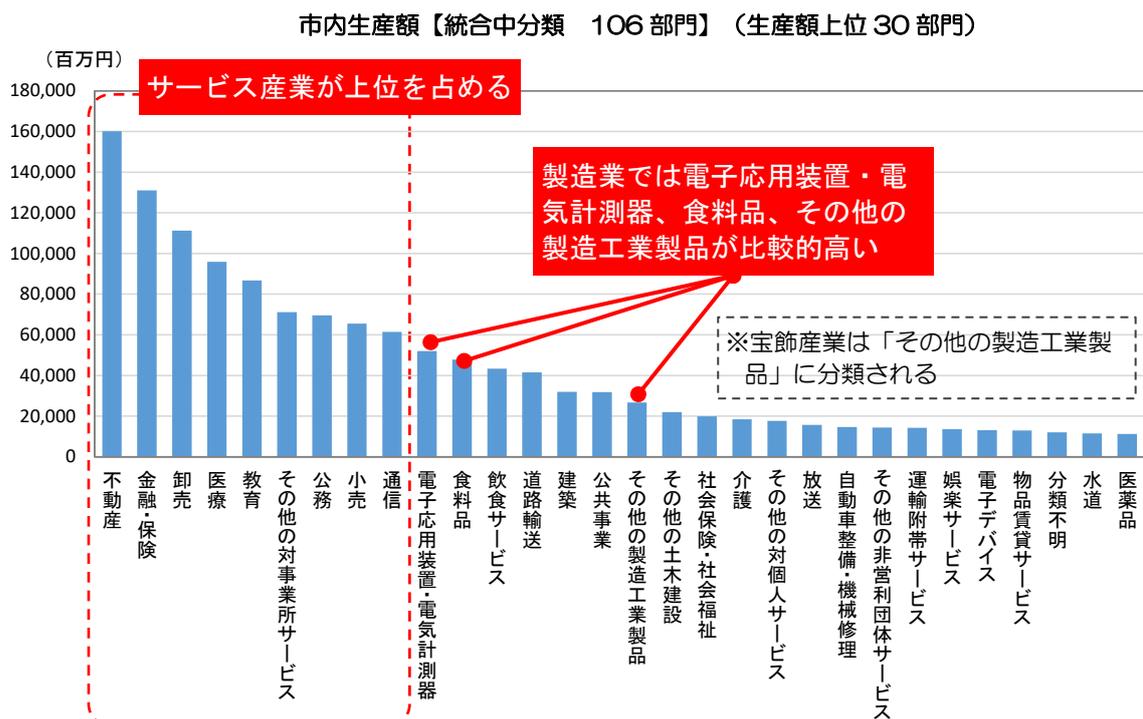
本市の産業構造をみると、生産額の 77.6%、従業者数の 83.2%を第 3 次産業が占めており、第 3 次産業が本市にとって欠かせない主要産業であるとともに、雇用吸収産業となっています。



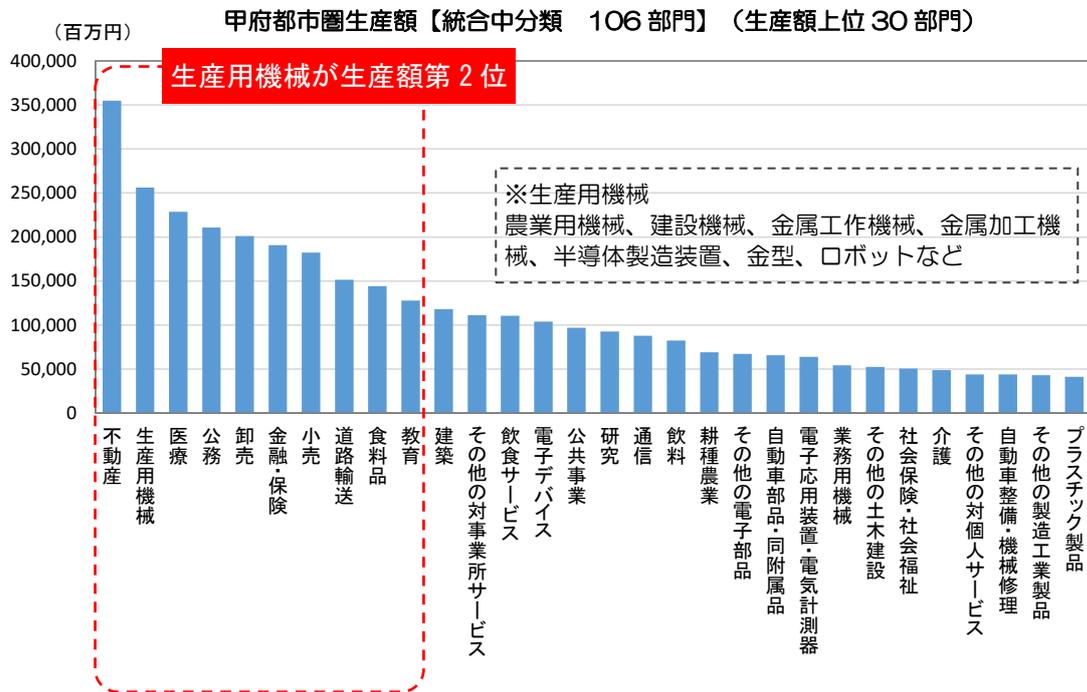
出典：平成 28 年経済センサス活動調査（経済産業省） ※事業所ベース  
 注：農林業、漁業の個人経営の事業所や農家、公務は含まれていない。  
 参考：農業就業人口 1,906 人／平成 27 年農林業センサス（農林水産省）

### ②生産額の大きい産業

本市産業の生産額は、不動産、金融・保険、卸売、医療、教育などサービス産業が上位を占めています。製造業のなかでは電子応用装置・電気計測器、食料品、その他の製造工業製品（宝飾産業を含む）の生産額が比較的高くなっています。

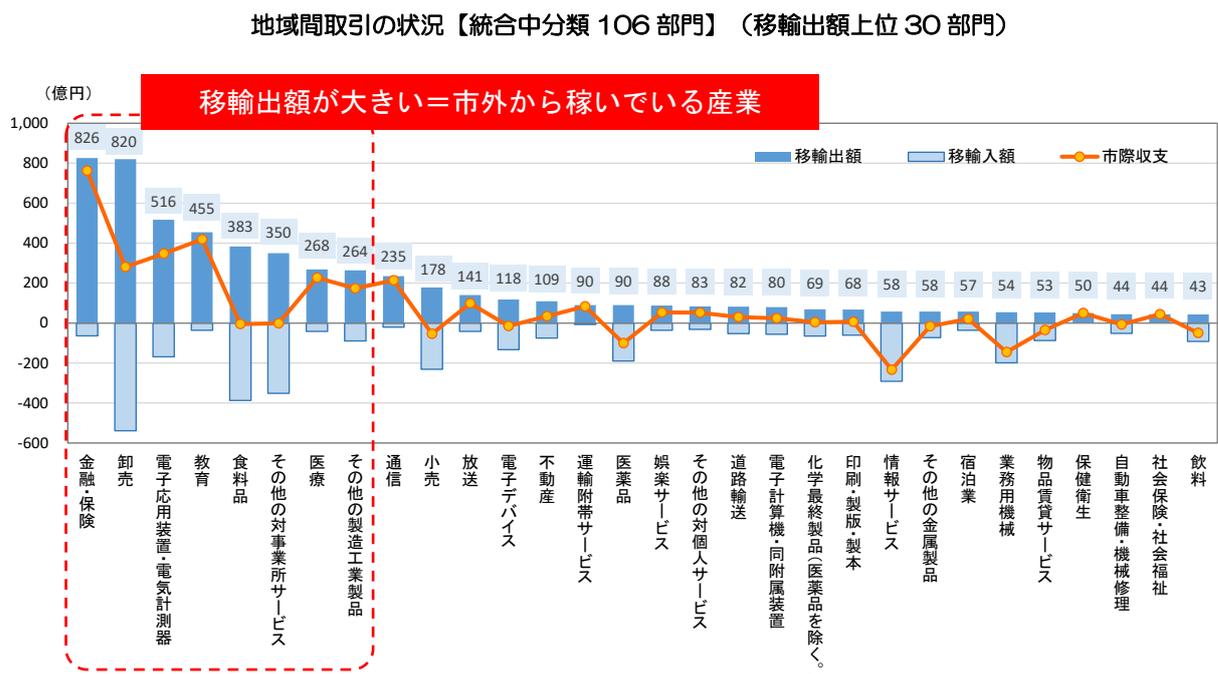


一方、甲府都市圏全体で生産額をみると、第2位の生産用機械をはじめ、食料品といった製造業分野が上位にあがってきています。



### ③市外から稼いでいる産業

移輸出額（市外に財・サービスを移輸出し、販売した額）の上位は、金融・保険、卸売、電子応用装置・電気計測器、教育、食料品、その他の対事業所サービス、医療、その他の製造工業製品の順で高く、サービス産業が多くなっています。このうち、卸売や食料品、その他の対事業所サービス部門は移輸入額（市外から財・サービスを移輸入し、購入した額）も大きくなっています。



#### ④一人当たりの粗付加価値額と特価係数

人口一人当たりの粗付加価値額を全国と比較し、特価係数でみると、電子応用装置・電気計測器（12.27倍）、その他の製造工業製品（5.09倍）の2部門が特に高くなっています。

	甲府市産業連関表産業分類 106部門	一人あたり粗付加価値額			甲府市	
		甲府市	山梨県	全国	対県	対全国
333	電子応用装置・電気計測器	74,935	92,945	6,107	0.81	12.27
391	その他の製造工業製品	48,624	28,096	9,562	1.73	5.09
642	保健衛生	23,957	7,075	7,498	3.39	3.20
592	放送	36,193	11,966	11,595	3.02	3.12
531	金融・保険	443,780	191,992	166,169	2.31	2.67
631	教育	375,339	164,998	148,738	2.27	2.52
591	通信	165,347	70,848	73,361	2.33	2.25
342	電子計算機・同附属装置	11,486	5,154	5,454	2.23	2.11
419	その他の土木建設	54,725	42,918	27,758	1.28	1.97
594	インターネット附属サービス	7,643	7,463	3,965	1.02	1.93
659	その他の非営利団体サービス	43,153	31,548	23,811	1.37	1.81
413	公共事業	75,012	72,845	42,195	1.03	1.78
643	社会保険・社会福祉	70,252	52,071	42,001	1.35	1.67
578	運輸附帯サービス	47,354	39,617	29,772	1.20	1.59
691	分類不明	24,831	25,817	15,728	0.96	1.58
471	水道	26,619	13,959	17,239	1.91	1.54
55	不動産	683,099	463,610	451,517	1.47	1.51
644	介護	71,231	55,407	48,592	1.29	1.47
641	医療	264,387	174,046	182,837	1.52	1.45
111	食料品	85,159	74,254	59,492	1.15	1.43
579	郵便・信書便	12,307	9,685	9,006	1.27	1.37
321	電子デバイス	19,596	57,452	14,693	0.34	1.33
191	印刷・製版・製本	25,701	11,130	19,525	2.31	1.32
679	その他の対個人サービス	59,326	44,524	45,083	1.33	1.32
5111	卸売	403,936	190,659	307,748	2.12	1.31
669	その他の対事業所サービス	270,484	120,860	219,134	2.24	1.23
611	公務	248,184	242,575	211,924	1.02	1.17
5112	小売	221,464	185,228	196,747	1.20	1.13
672	飲食サービス	96,338	75,766	85,587	1.27	1.13
671	宿泊業	18,058	41,833	17,221	0.43	1.05

注：平成27年国勢調査の人口を元に算出

## 2 用語解説

	用語	解釈・定義・意味
ア行	IoT	「Internet of Things」の頭文字をとった用語で、一般的に「モノのインターネット」と呼ばれる。身の回りのあらゆるモノがインターネットにつながる仕組のこと。パソコンや携帯電話以外のテレビやエアコンといった家電などがインターネットにつながることにより、モノが相互通信し、遠隔からも認識や計測、制御などが可能となる。
	ICT	情報処理・情報通信分野の関連技術の総称で「Information and Communication Technology」の頭文字をとっている。日本では「IT（情報技術）」ということが多いが、国際的には「ICT」と表されることが多い。
	Iターン	生まれ育った故郷から進学や就職を期に故郷にはない要素を求めて、故郷とは別の地域に移住すること。
	アグリ・ツーリズム	アグリカルチャー（農業）とツーリズム（観光）との造語で、ファームステイ（農場体験）や農家民宿、味覚狩り、農家レストラン、農産物直売所など、都市生活者たちが農場や農村で過ごす余暇活動のこと。日本では一般にグリーン・ツーリズムとも呼ばれる。
	アグリテック	農業（Agriculture）とテクノロジー（Technology）を組み合わせた造語。従来の農業における課題をドローンやビッグデータ、IoT（モノのインターネット）などの最新技術で解決するなど、農業に大きなイノベーションをもたらすと期待されている。
	EC	インターネットなど情報通信ネットワークを利用し受注、発注、決済をネットワーク上で行う商取引。以下の3つの形態がある。 (1) 企業間で行う取り引き（B to B） (2) ネット上の仮想店舗を用いクレジットカードなどで決済を行う企業と消費者間の取り引き（B to C） (3) ネットを利用し不特定の個人間で行う取り引き（C to C）
	イノベーション	技術革新や新機軸の意。経済学者シュンペーターの用語で、新製品の開発、新生産方式の導入、新市場の開拓、新原料・新資源の開発、新組織の形成などによって、経済発展や景気循環がもたらされるとする概念。
	インキュベーション	英語で「卵が孵化する」という意味から転じて、起業や新事業の創出を支援し、その成長を促進させることを指す。インキュベーションを行う団体・組織であるインキュベーターは、オフィスなど必要な施設や環境を用意して新規事業者に貸し出し、オフィスにはインキュベーション・マネージャーを常駐させ、専門的なアドバイスをを行いながら事業を管理・育成する。
	インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。これに対し、自国から外国へ出かける旅行をアウトバウンドまたは海外旅行という。
	インフラ	「インフラストラクチャー」の略。経済活動や社会生活の基盤を形成する構造物。ダム・道路・港湾・発電所・通信施設などの産業基盤、及び学校・病院・公園などの公共の福祉に関わる施設が該当する。
AI	人間の知的ふるまいの一部をソフトウェアを用いて人工的に再現したもので、人工知能とも呼ぶ。例えばチェスをプレイするコンピュータや自動運転車など、大量のデータからパターンを認識させることで、ビジネ	

	用語	解釈・定義・意味
		スや生活における様々な難しいタスクをこなせるようにコンピュータをトレーニングすることで可能となる。
	エクスカーション	もとは団体の遊覧旅行の意。ここでは、国際会議や研修等の後に地域の文化に触れてもらうための体験型の見学会などのプログラムを指す。
	SIT	Special Interest Tour の略でスポーツ観戦やトレッキングなど特別な目的を持った旅行を指す。一般的な観光だけではなく、体験型アクティビティや訪問地域の文化鑑賞など、より趣味性の高い旅行を意味する。
	越境 EC	国境をまたいだ国際的なオンライン上での商取引全般を指す。
	M&A	企業の合併買収。2つ以上の会社が合併したり、他の会社を買収することを意味する。広義では、企業間の提携を含める。
	OEM	企業が委託者のブランド（商標）で販売するという条件で、製品・部品を受託生産すること、または受託生産メーカーを指す産業用語。流通大手のスーパーなどの自社ブランド製品などが広く一般によく知られているが、食品から電化製品、衣料など、その内容は多岐にわたっている。
	オープンイノベーション	新技術・新製品の開発に際して、組織の枠組みを越え、広く知識・技術の結集を図ること。一例として、産学官連携プロジェクトや異業種交流プロジェクト、大企業とベンチャー企業による共同研究などがあげられる。
カ行	外需	自国の商品に対する外国からの需要。本ビジョンでは地域外からの需要の意味も含めて用いている。
	キャッシュレス	現金ではなく、口座振替・クレジットカードなどを利用して支払いや受け取りを行うこと。これからは電子マネーなど電子決済が広く普及すると考えられる。
	キラークンテンツ	特定の分野を普及させるきっかけとなるような、圧倒的な魅力を持った情報やサービス、製品のこと。観光の分野で用いられる場合は、知名度があり、国内外から集客できる目玉コンテンツを意味する。
	グリーン・ツーリズム	緑豊かな農山漁村でゆっくりと滞在し、訪れた地域の人々との交流を通じて、その自然、文化、生活、人々の魅力に触れ、農山漁村で様々な体験などを楽しむ余暇活動のこと。
	クリーンエネルギー	電気や熱などに変える際、二酸化炭素（CO <sub>2</sub> ）や窒素酸化物（NO <sub>x</sub> ）などの有害物質を排出しない、または排出量の少ないエネルギー源のこと。自然エネルギーや再生可能エネルギーとも呼ばれる。太陽光、水力、風力、地熱のほか、燃料電池、コージェネレーション、天然ガスなども含まれる。
	交通結節点	人や物の輸送において、複数の同種あるいは異種の交通手段の接続が行われる場所、複数の交通モード間の不連続点のこと。
	コワーキングスペース	「Co（共同で）」「Working（仕事をする）」「Space（空間）」の意。異なる仕事や職業を持つ人がオフィス環境を共有しながら独立した仕事を行うこと。
	コンサルティング	専門家の立場から相談にのったり指導したりすること。また、企画・立案を手伝うこと。
サ行	サテライトオフィス	事業所と離れた場所に、事業所の一機能を受け持つ事務所などを設置すること。職住近接を推進するために郊外に居住する従業員向けの事務所を設置する例などがあり、IT技術の進展で分散オフィスが可能になったことにより生まれた概念。通勤時間の短縮等による従業員の負担の軽減、地価の高い都心に大きな事務所スペースを確保する必要がなくなる等のメリットが考えられる。

	用語	解釈・定義・意味
	サプライチェーン	原材料・部品の調達から、製造、在庫管理、販売、配送までの製品の全体的な流れを指す。
	産学官連携／産学官金連携	新技術の研究開発や、新事業の創出を図ることを目的として、民間企業（「産」）、大学などの教育機関・研究機関（「学」）、政府・地方公共団体などの「官」が連携すること。これに金融機関（「金」）を加えたものが産学官金連携である。
	産業クラスター	情報通信、バイオ・医薬、環境といった特定分野の企業、大学・研究機関、法律事務所、会計事務所などのビジネスを支援する専門組織、公的機関、ベンチャー企業を育てるインキュベーター組織などが一定地域に集積した状態を指す。産地企業集積といわれることもある。
	シーズ	英語で種を意味するシーズは、企業や大学・研究機関が有する事業化、製品化の可能性のある技術やノウハウのこと。シーズの状態はまさしく“種”の状態であり、そのままでは顧客に提供することができない。シーズを具体的に提供できるかたちにしたものが製品やサービスであり、シーズを顧客ニーズに適合するような製品やサービスに変換していくことが重要とされる。
	シェアリングエコノミー	物・サービス・場所などを、多くの人と共有・交換して利用する社会的な仕組。自動車を個人や会社で共有するカーシェアリングをはじめ、ソーシャルメディアを活用して、個人間の貸し借りを仲介する様々なシェアリングサービスが登場している。
	JETRO	独立行政法人日本貿易振興機構。諸外国との貿易の拡大や、円滑な通商経済関係の発展を目的とする。
	事業承継	会社の経営を後継者に引き継ぐことで、一般的には、閉鎖企業や同族経営の中小企業のオーナー社長が親族や従業員、あるいはM&Aの相手先に事業を引き次ぐプロセスを指す。
	持続可能な開発目標（SDGs）	持続可能な開発のための17のグローバル目標と169のターゲット(達成基準)からなる国連の開発目標。発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、日本でも取り組みを進めている。
	シティプロモーション	自治体ごとの「営業活動」を総称して呼ぶ言葉。地域再生、観光振興、住民協働など様々な概念が含まれる。
	シビックプライド	都市に対する市民の誇りを指す言葉。「郷土愛」と似ているが、単に地域に対する愛着だけでなく、権利と義務を持って活動する主体としての市民性という意味がある。自分自身関わって地域を良くしていこうとする、ある種の当事者意識に基づく自負心ともいえる。
	週末農業	サラリーマンなどの会社勤めは辞めずに、土日祝日のみ、家の近くなどに遊休地や市民農園をレンタルして、農業を行うスタイル。
	新産業	次世代型の最先端技術を応用した産業創出だけでなく、甲府市に現在ない産業分野や産学官連携等による新しい分野開拓なども含む、広い意味での新しい産業を意味する。
	SWOT（スウォット）分析	組織などの活動を「強み(Strength)」「弱み(Weakness)」「機会(Opportunity)」「脅威(Threat)」の4つの軸から評価する手法のこと。戦略立案時などに用いられる。「強み」「弱み」の軸は組織の内部要因、「機会」「脅威」の軸は外部要因とされ、それぞれを軸にした表を作成し、戦略の対処策を立案・実行することがSWOT分析である。

	用語	解釈・定義・意味
	スーパー・メガリージョン	リニア中央新幹線が開通することにより、東京圏、中京圏、阪神圏を短時間で結ぶ巨大な商圏が形成されることを意味する。
	ストロー化現象	大都市と地方都市間の交通網が整備され便利になると、大都市が繁栄し、小都市が衰退してしまうこと。小都市の住人が大都市に買い物に出かけたり、小都市にある企業の支店が閉鎖されるなどの現象が考えられる。
	スポーツ・ツーリズム	スポーツを観戦するための旅行及びそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流などスポーツに関わる様々な旅行のこと。
	スマート農業	ロボット技術や情報通信技術、人工知能等の先端技術を活用し、省力化や品質向上を可能にする新しい農業のかたち。日本の農業が抱える高齢化や後継者不足に伴う労働力不足、耕作放棄地の増加といった課題を解決し、成長産業化する試みとして期待される。
タ行	地域高規格道路	高速道路などの高規格幹線道路を補完し、地域の発展や地域間連携を支える自動車専用道路もしくは同様の規格を有する道路のこと。
	トップセールス	企業の社長自ら自社製品の特長や優秀性を宣伝し、積極的にセールスを行うこと。また、国の代表、地方自治体の代表などが、国や地方の産物・産業を、他の国や地方へ売り込むこと。
ナ行	内需	輸出によらない国内の需要。本ビジョンでは地域内の需要の意味も含めて用いている。
	ノマドワーク	もともとは遊牧民の意。ノートパソコンやタブレット型端末などを使って、自宅やオフィスなどの特定の職場を持たずに仕事をする。また、そのような働き方を指す。
ハ行	バックアップ	コンピュータで扱うデータやプログラムの破壊・紛失・盗難に備え、あらかじめ複製をとっておくこと。この意味から、災害や有事に備えて、本社やサーバーなどを別の場所にも設置し、バックアップ機能を持たせる動きが広がっている。
	B to C	<b>Business to Consumer</b> の略で、オンライン・ショッピングなど電子商取引や一般取引における企業と消費者間の取引のこと。
	B to B	<b>Business to Business</b> の略で、法人相手のビジネスのこと。企業間取引。
	ビッグデータ	インターネットなどのネットワークを通じて収集される膨大なデータ。情報通信技術の発展に伴い、様々な種類・形式で生成されるデータの収集が可能になった。単に量が多だけでなく、様々な種類・形式が含まれる非構造化データ・非定型的データであるとともに、日々膨大に生成・記録される時系列性・リアルタイム性のあるデータを指すことが多い。こうしたデータ群を解析することで、ビジネスや社会に有用な知見や新たなシステムを見出せるとされている。
	フィンテック	<b>Finance</b> （金融）と <b>Technology</b> （技術）を組み合わせた造語であり、ファイナンス・テクノロジーの略。金融サービスと情報技術を結びつけた様々な革新的な動きを指す。スマートフォンなどを使った送金もその一例。
	プラットフォーム	商品やサービス・情報を集めた「場」を提供することで利用客を増やし、市場での優位性を確立するビジネスモデル。
	プロモーション	消費者の購買意欲を喚起するための活動のことをいう。具体的には、広告、人的販売、販促、広報、セールスプロモーションなどがある。

	用語	解釈・定義・意味
	ヘルス・ツーリズム	健康回復や維持、増進につながる観光のこと。温泉療法や森林療法、海洋療法（タラソセラピー）のほか、主に医療行為を受けるための手段として行われるメディカル・ツーリズムなども広義の意味ではヘルス・ツーリズムに含まれる。
	ポップカルチャー	学問や芸術など正統とされる文化ではなく、大衆向けに大量生産される文化。マンガ、アニメ、ゲーム、ライトノベル、ポピュラー音楽、テレビ、映画など。
マ行	未来産業	近未来に訪れる技術革新を用いた産業を意味する。
	モビリティ	乗り物。移動手段。
ヤ行	遊休不動産	企業活動にほとんど使用されていない不動産のこと。
	Uターン	生まれ育った故郷から進学や就職を期に都会へ移住した後、再び生まれ育った故郷に移住すること。
	ユニバーサルデザイン	文化・言語・国籍や年齢・性別などの違い、障がいの有無や能力差などを問わずに利用できることを目指した建築（設備）・製品・情報などの設計（デザイン）のこと。
ラ行	リーマンショック	2008年9月15日アメリカの証券会社「リーマン・ブラザーズ」の経営破綻に端を発し、株価が大暴落したことにより連鎖的に世界規模の金融危機が発生した事象を指す。
	リノベーション	既存建物を大規模に改装し、用途変更や機能の高度化を図り、建築物に新しい価値を加えること。
ワ行	ワインツーリズム	2008年に山梨県内で始まったワイナリーやブドウ畑をバスで回るイベント。つくり手と触れ合い、ワインが生まれた土地を散策しながら食や文化を楽しむ旅のスタイル。

### 3 策定委員会名簿と策定経過

#### (1)「(仮称)甲府市産業振興ビジョン」策定委員会名簿

	所属	役職等	氏名	備考
1	一般社団法人 甲府市観光協会	会長 (山梨交通㈱ 代表取締役社長)	雨 宮 正 英	
2	山梨学院大学	現代ビジネス学部 教授 学部長	今 井 久	委員長
3	国母工業団地	㈱コニカミノルタサプライズ 代表取締役社長	江 藤 嘉 彦	
4	甲府市農業協同組合	代表理事組合長	長 田 学	
5	公益財団法人 やまなし産業支援機構	専務理事	木之瀬 久 司	
6	甲府商工会議所	専務理事	小 林 明	副委員長
7	山梨県産業労働部	次長	渡 邊 和 彦	

(50音順)

#### (2)策定経過

年月日	内容
平成30年8月27日	第1回策定委員会 (骨子案について協議)
平成30年11月26日	第2回策定委員会 (骨子案について協議・承認)
平成30年12月25日	第3回策定委員会 (素案について協議・承認)
平成31年2月12日 ～3月11日	パブリックコメント

---

# 甲府市産業ビジョン

平成 31(2019)年 3 月発行

編集・発行：甲府市産業部産業総室総務課  
〒400-8585 山梨県甲府市丸の内 1-18-1  
TEL 055-237-1161(代表)  
<http://www.city.kofu.yamanashi.jp/>

---



