



甲府市 新たな産業施策の 構築に向けた調査・ 分析等業務

報告書

有限責任 あずさ監査法人

2024/3/29

〒400-8585
山梨県甲府市丸の内一丁目18番1号
甲府市 産業部 産業総室 御中

2024年3月29日

〒162-8551
東京都新宿区津久戸町1番2号
あずさセンタービル
有限責任 あずさ監査法人

2023年7月21日付業務委託契約書（以下、「本契約書」という。）にて合意された調査項目に係る調査報告書（以下、「本報告書」という。）を作成致しましたのでご査収願います。本契約書において、貴市との間で合意された調査範囲を定めており、その調査範囲の各項目は、本件検討にあたり重要であると貴市にてご判断頂いた事項となっております。なお、本報告書における検出事項は貴市政策について個別の対応を実施すべきか否かについての助言ではない点につき、十分にご留意願います。

又、本報告書は貴市に対してのみ提出されるものであり、本契約書に記載してある場合を除き、弊法人（以下、「KPMG」という。）との間で事前の書面による承諾がない第三者に対して、全文あるいは一部を引用または参照に供することはご遠慮願います。本調査の調査範囲は、貴市とKPMGとの間で合意されたものであり、本報告書が提示された、あるいはコピーを入手した第三者に対してKPMGは責任を負うものではありません。

重要事項

KPMGは、本調査を2023年7月21日より開始し、2024年3月29日までの調査結果について報告するものです。従って、その後に生じた事象や状況の変化について、本報告書には反映されていない可能性があります。

本報告書を作成するにあたって基礎とした情報は、一般的な方法で入手可能な公開情報ですが、KPMGはこれらの情報に対してその正確性や妥当性について責任を負うものではありません。

本報告書の作成にあたり基礎とした主要な情報の出処は、本報告書に明記したとおりです。KPMGが本報告書に含めた情報は、本調査手続の過程で入手したその他の情報と一貫性があるものと考えておりますが、KPMGはこれらの情報の出処に関する信頼性の検証は行っておりません。又、本調査手続は監査とは異なるため、KPMGはこれらの情報の正確性、網羅性あるいは妥当性等について何らの証明を行うものではありません。

本報告書中に「KPMGによる作成」等、注釈を付した部分は、基礎情報に対してKPMGが何らかの分析を行った結果が提示されています。ただし、この分析は一定の前提条件のもとで行われたものであり、蓋然性や実現可能性を保証するものではなく、また、KPMGは、当該基礎情報に対する責任を負うものではありません。

本報告書に記載した内容は、特に記載した場合を除き、貴市による査閲を受けておりません。

Contents

	Page
00 Executive Summary	05
01 本事業の全体像	08
02 甲府市の産業構造等	15
03 特定産業（宝飾）の実態と主要課題	28
04 牽引産業の実態と主要課題	43
05 新たな産業施策の構築に向けたアプローチ（課題解決に向けたロードマップの策定）	54
参考資料	71



Executive Summary

甲府市は、第3次産業のシェアが高い「県庁所在地型」産業構造であり、生産用機械・機械電子産業が域外から「外貨」を稼ぐ産業として期待される。宝飾産業は、国内市場シェアがトップレベルにある特徴的な産業だが、海外市場開拓を見据えたブランド力強化に向けて、国の制度の活用も見据えながら、必要な投資や対策を取っていく必要がある。

Summary

1 甲府市の産業構造等

- 中心的な産業は卸売・小売、医療・福祉、金融・保険業、教育等。県庁所在地として周辺自治体の需要も取り込む。
- 第3次産業のシェアが高い、県庁所在地型産業構造。近隣には韮崎などの企業城下町もあり、山梨県全体では製造業が約4割を占める。
- 生産用機械、機械電子産業関係、飲食料品製造業等が、域外から「外貨」を稼ぐ牽引産業として期待される。
- 宝飾産業の位置づけは、他産業と比べ金額ベースでみた存在感は小さいものの、国内市場に占めるシェアが大きい。他地域にない、特色ある産業といえる。

2 特定産業（宝飾）の実態と主要課題

- 宝飾産業のサプライチェーンは、原料調達～製造～卸売～小売という機能別から、変化している（EC普及・製販一貫体制構築等）
- 人口減を背景に国内需要は減少傾向。海外需要のさらなる取り込みにはブランドの確立が必要である。
- 調達原価上昇、工数単価の抑制傾向、販売単価への転嫁困難といった環境の下、ブランド力強化に向けた設備投資・人的投資が必要である。
- 各社ともOEMの請負により、在庫リスクを抑え、キャッシュフローを確保しているが、投資余力が低く、自社ブランド展開による利益率向上につなげていない。

牽引産業は、マクロ視点で底堅い需要が期待されるが、従来型の企業城下町とは異なる企業誘致のあり方を検討していく必要性が認識されている。特定産業には、業界が直面する課題に複合的にリーチする政策パッケージを、牽引産業には、国の地方創生関連制度を活用し、新しい「甲府経済圏域」の実現に向けた成果に繋げていきたい。

Summary

3

牽引産業の実態と主要課題

- マクロ視点では、半導体製造装置関連企業を含む機械電子産業は、今後も底堅い需要が期待でき、周辺産業への波及も期待される。
- 半導体製造装置関連分野は、多面的な好循環を生み出しうるデジタル関連産業に貢献する分野。国の成長戦略に基づき、施策・予算面の支援も期待される。
- 周辺自治体には、機械電子産業関連の大規模工場が複数存在するが、更なる企業誘致への課題があり、産業構造が変わりつつある中、新しいまちづくりのあり姿を検討する時期に来ている。

4

新たな産業施策の構築に向けたアプローチ 課題解決に向けた道筋の提案

- 特定産業においては、ブランド確立に向けた宝飾産業全体の官民連携による取組が必要であり、宝飾業界が直面する課題（業界構造変化への対応・設備/人的投資）に対する政策パッケージを整備していきたい。
- 牽引産業においては、「甲府経済圏域」の発展を見据え、国家戦略特区・地方創生交付金といった国の政策パッケージを活用し、DX, SX等のスタートアップ企業誘致、R&D機能誘致等の成果に繋げていきたい。
- 観光産業においては、リニア開通を見据え、観光域内循環システムの構築に向けた政策の立案や、観光コンテンツとしてのジュエリーツーリズム開発を実行していきたい。

01

本事業の全体像

本調査・分析は、2019年に策定された「甲府市産業ビジョン」を実現していくために、具体的な産業振興施策を検討するための基礎調査として実施された。

甲府市産業ビジョンの策定後、甲府市のみならず我が国の経済社会を取り巻く環境は大きな変化を遂げている。たとえば、新型コロナウイルス感染症の拡大に端を発した経済・労働環境の変化、円安の進行、ロシア・ウクライナ戦争に端を発した資源価格・輸入資源価格の高騰、持続的なインフレ・賃金上昇機運の高まり等がある。

本章では、こうした環境変化を確認しつつ、2027年以降のリニア開通も見据えながら、甲府産業ビジョンの具体化を目指す、本調査・分析業務の全体像を概観する。

甲府市産業ビジョンは、稼ぐ力の向上を目標とし、稼いだ所得・富が地域内に循環する自立的な地域経済構造の実現に向けた産業振興施策の基本方針を示している。

【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 等

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 等

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 等

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 等

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

- 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

- ビジネスイベント等の誘致の強化
- 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

産業ビジョン公表後、甲府市の経済・社会構造には変化が見られる。アフターコロナの変化も見据え、リニア開通等の好機を活かし、地域産業活性化の方向性を検討することが重要である。



新型コロナによる産業への影響

新型コロナは企業活動に大きな影響を与えた。新型コロナ関連倒産は、全国で約6,800件（2023年9月29日時点）であり、特に飲食店、建設・工事業の倒産が多くなっている。



人手不足倒産

人手不足倒産は、人口減少による求人難、人件費高騰を背景に足元で急増。2023年の倒産件数は260件となり、統計開始以来最多となっている。



円安・インフレ

2020年後半から急速な物価高が、2021年後半から急速な円安が進んでおり、企業の原材料・燃料の調達等に影響を与えている。



地方移住ニーズの高まり

新型コロナ禍におけるリモートワークの浸透や、生活様式の変化をきっかけの一つとして、都市部の住民や企業の地方移住への関心が高まっている。

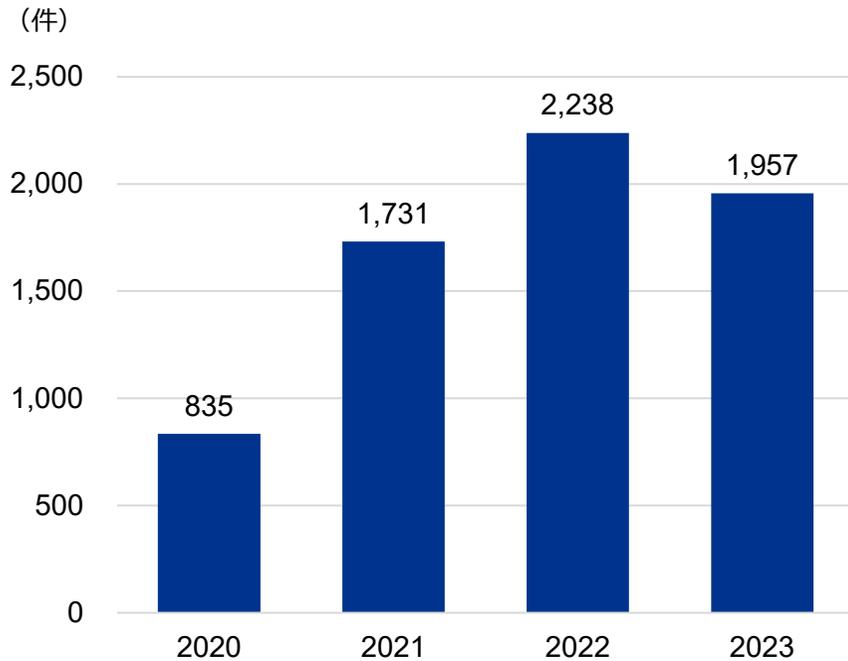
甲府市を 取り巻く環境



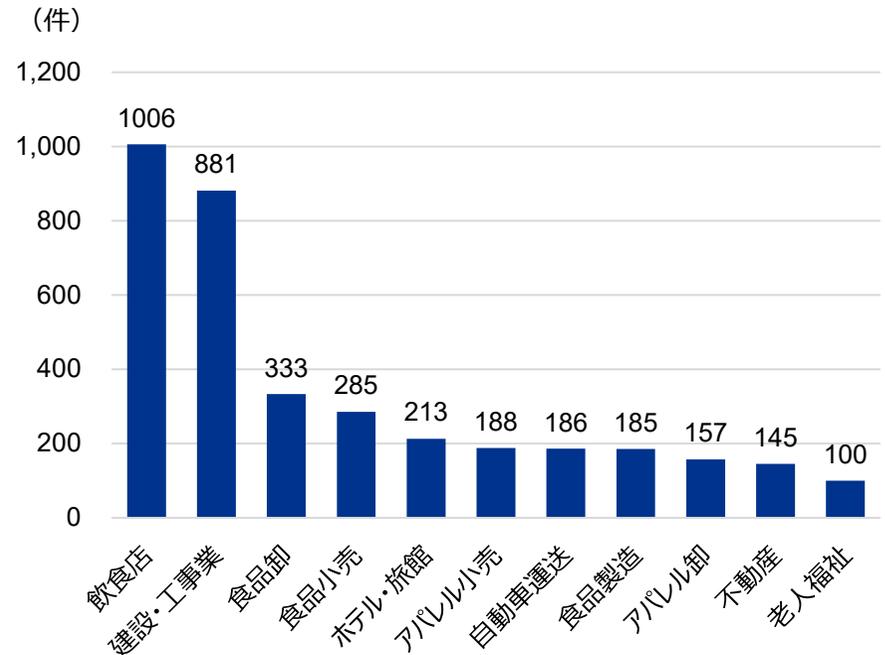
新型コロナウイルス関連倒産件数は全国で累計約6,800件※に上り、新型コロナウイルス禍は産業に大きな影響を及ぼした。地域の産業施策の検討にあたっては、地域における新型コロナウイルス禍の影響も踏まえる必要がある。

※2023年9月29日時点

新型コロナウイルス関連倒産の推移（全国）



業種別新型コロナウイルス関連倒産件数（全国）

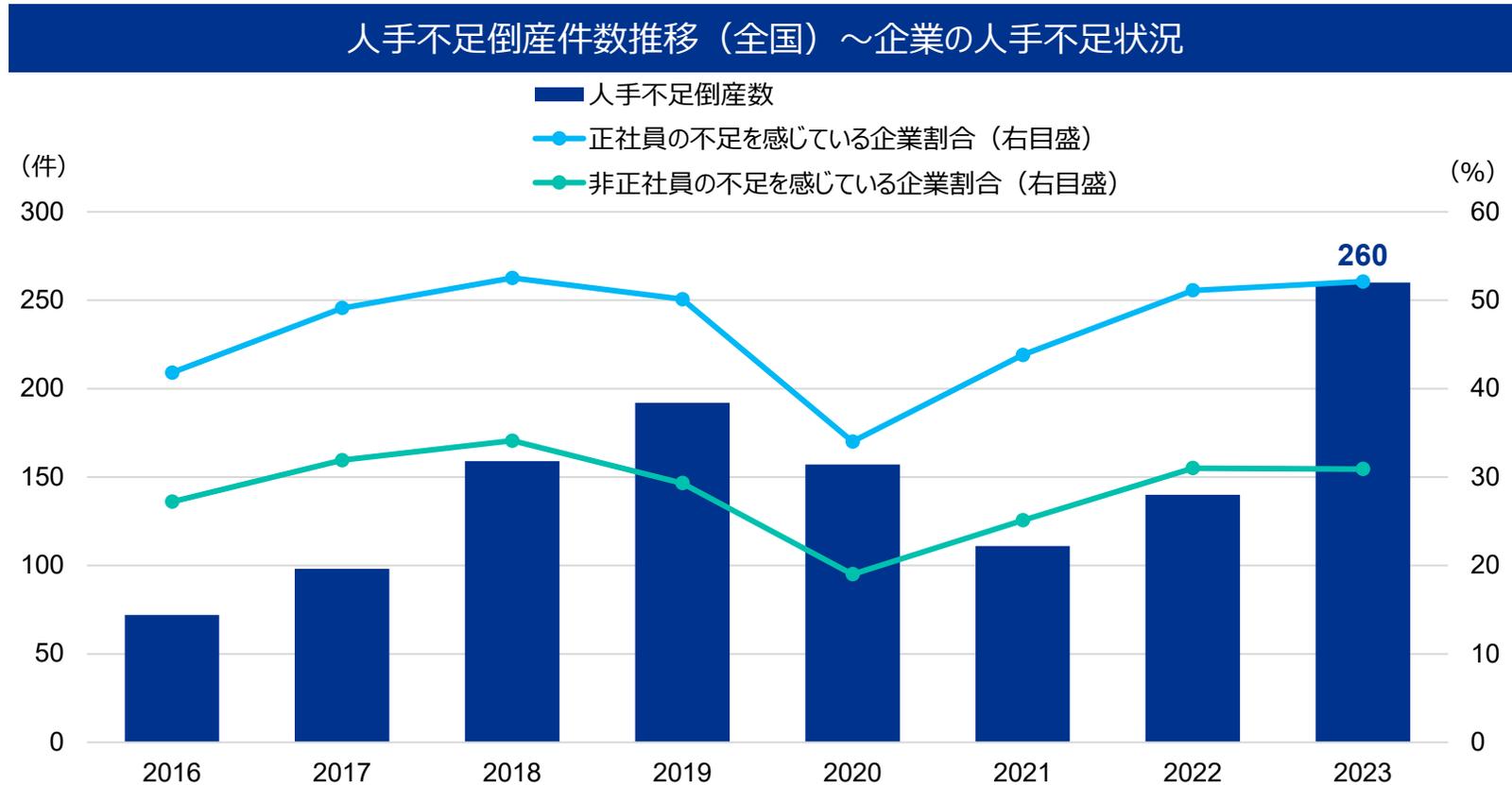


（注1）新型コロナウイルス関連倒産：原則として新型コロナウイルスが倒産の要因（主因または一要因）となったことを当事者または代理人（弁護士）が認め、法的整理または事業停止（弁護士に事後処理を一任）となった事例。個人事業主および負債1000万円未満の倒産も対象。事業停止後に法的整理に移行した場合、法的整理日を発生日としている。

（注2）2020年2月から2023年9月までの倒産件数
（注3）件数上位業種のみを掲載

資料：帝国データバンク「新型コロナウイルス関連倒産」動向調査（2024）

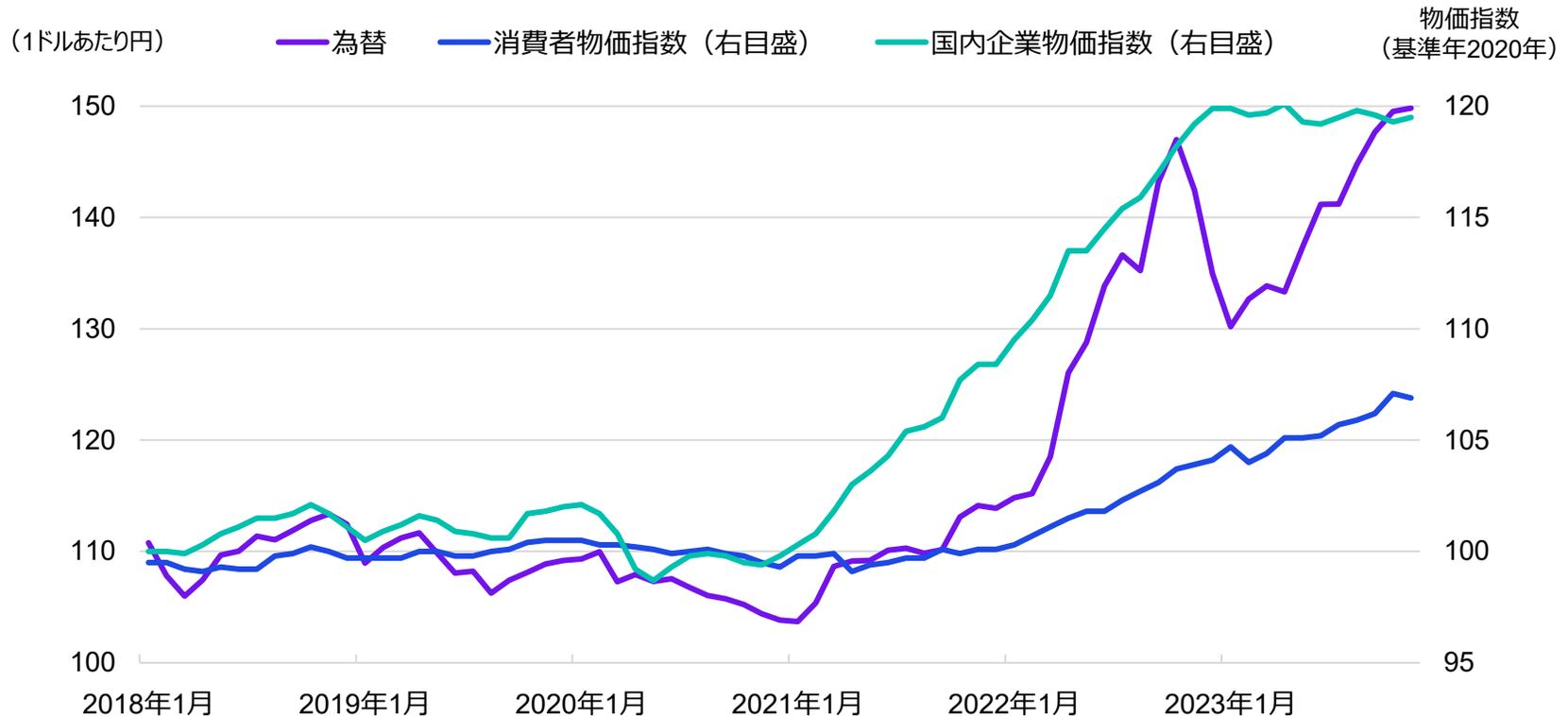
2023年の人手不足倒産件数は260件となり、2014年の統計開始以来最多となった。
産業活動を持続するために人手不足の解消は重要課題となっている。



資料：帝国データバンク 人手不足に対する企業の動向調査（2023）、人手不足倒産の動向調査（2023年）

2020年後半からは物価上昇が、2021年後半からは円安が、急速に進んでいる。企業の原材料・燃料の調達価格上昇に繋がり、産業活動にネガティブな影響を及ぼすことが懸念される。

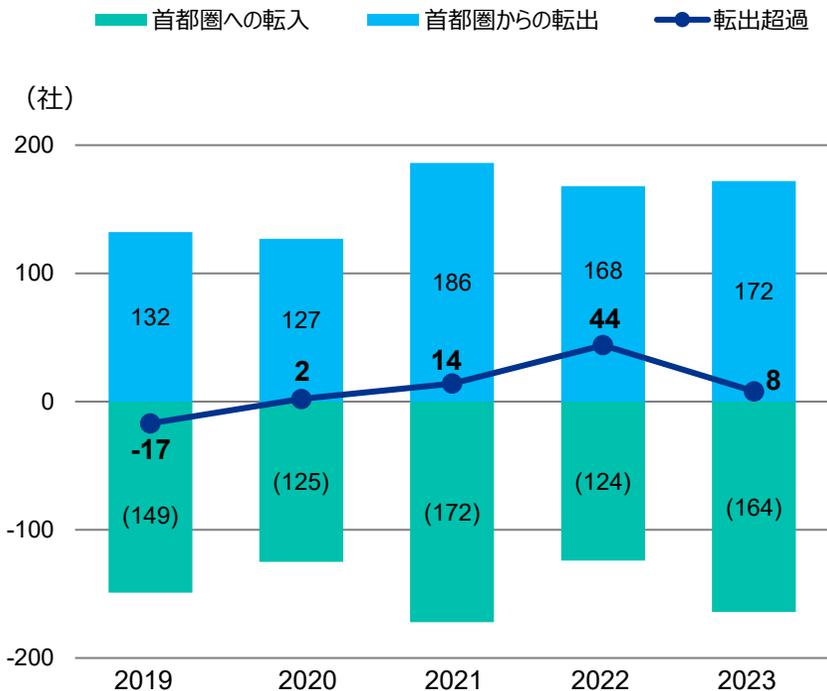
為替と物価指数の推移



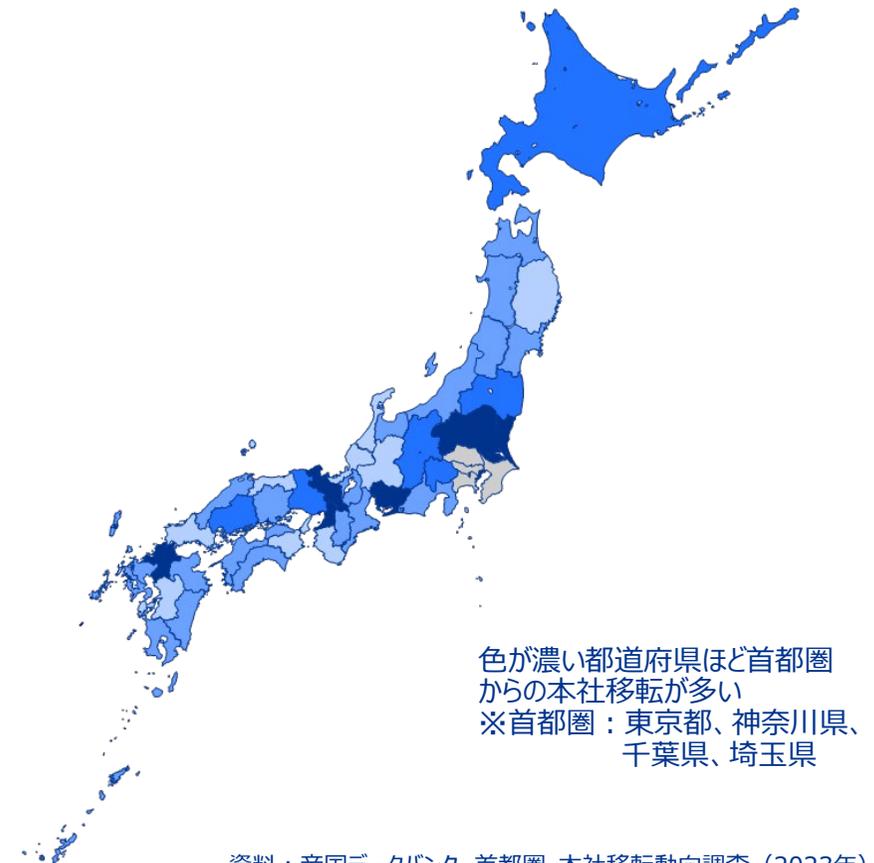
資料：日本銀行「主要時系列統計データ表」及び「企業物価指数（2020）」、消費者庁「2020年基準消費者物価指数」

新型コロナ禍を機に、首都圏の本社機能を縮小して拠点を地方へ分散化する動きが生じ、2023年も転出超過傾向は続いている。この動きを好機と捉え、地域経済活性化や産業振興に繋げることが重要である。

首都圏の本社移転動向（各1-6月）



首都圏からの本社移転先（2023年1-6月）



資料：帝国データバンク 首都圏・本社移転動向調査（2023年）

02

甲府市の産業構造等

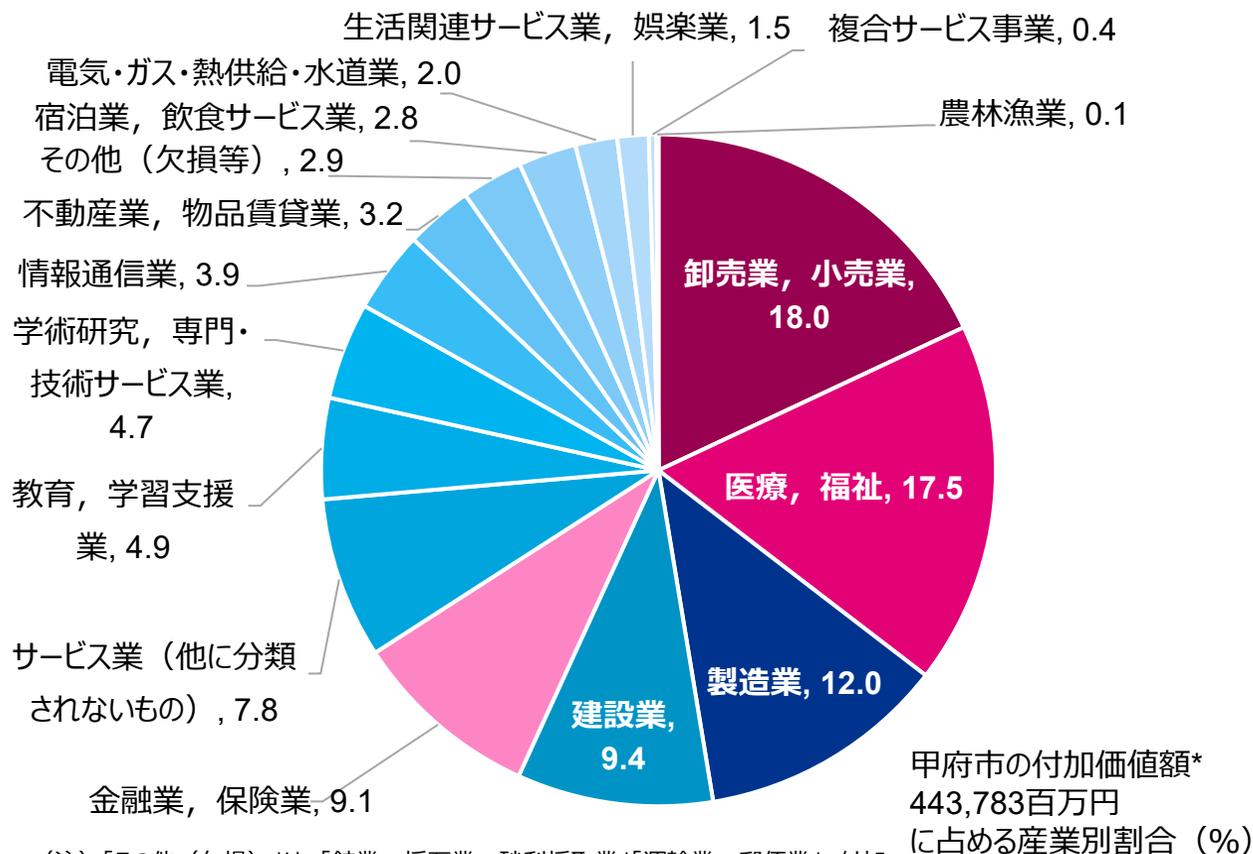
限られた政策資源を活用し、最も効果的な産業振興施策を検討するために、甲府市の産業構造を定量的に把握する必要がある。その際重要となるのは、個別産業の規模のみならず、域外への漏出が少なく、域内で産出される付加価値が大きい、域内の所得への寄与が大きい産業、すなわち「稼ぐ力」の強い産業を把握するという視点である。

本章の産業構造分析を通じ、地域経済の中核的機能を担う都市である甲府市においては、甲府市単体よりも、周辺市町を含む甲府経済圏の牽引産業を振興することの方が恩恵が大きくなるものと推察される。特に、半導体製造装置を中心としたエレクトロニクス関連産業にかかる期待が大きい。

また、経済規模、稼ぐ力の点において、甲府市の経済全体への寄与は限定的である一方、市内の企業集積、出荷額等が国内他市町村に比べ突出して高い、地域の特色ある産業として宝飾産業が挙げられる。

付加価値額に対する卸売業、小売業、医療、福祉等の割合が高いのは、地域の政治・経済の中核的機能を果たしている県庁所在地型都市の特徴である。

甲府市の付加価値額 産業別割合 (2020年)



(注) 「その他 (欠損)」は、「鉱業, 採石業, 砂利採取業」「運輸業, 郵便業」。付加価値額は減価償却費等を含まない純付加価値であるため、粗付加価値の合計である国民経済計算の概念での国内総生産 (GDP) とは厳密に一致しない。

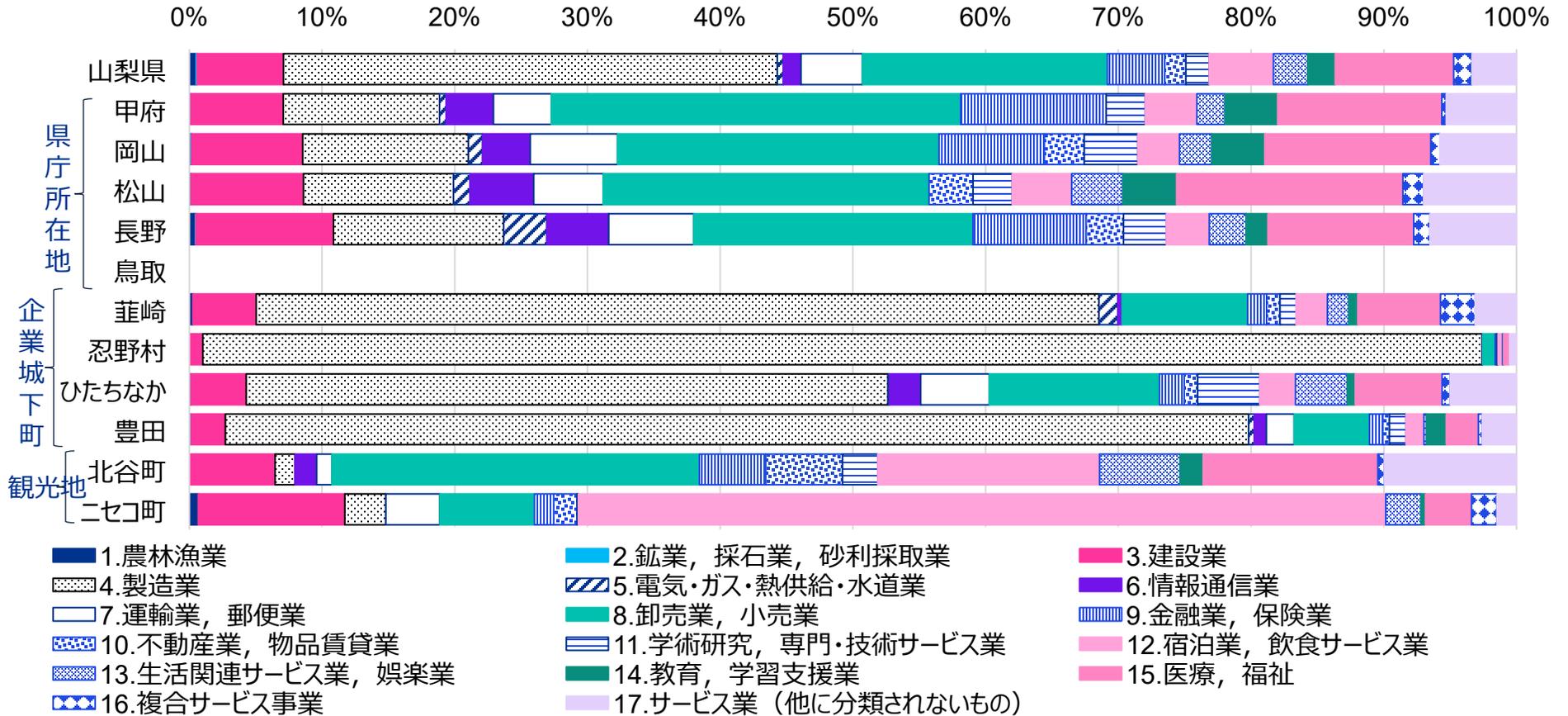
考察

- 付加価値額が大きい産業は卸売業・小売業、医療・福祉、製造業、建設業、金融業・保険業、教育・学習支援業である。
- 卸売業・小売業、医療・福祉、金融業・保険業の割合が高いのは、地域の政治・経済の中核的機能を果たしている県庁所在地型都市の特徴である。
- 卸売業・小売業、医療・福祉、金融業・保険業は、地域の人口・経済活動全体の変動に依存する傾向がある。地域の人口減少が見込まれる中、これら産業には下押し圧力がかかることを考慮すると、基幹産業・牽引産業として期待しづらい。
- 卸売業・小売業、医療・福祉、金融業・保険業は、デジタル化による省人化・省力化等を通じて一人当たりGDPを引き上げること、すなわち、生産性の向上が重要である。

資料：令和3年経済センサス・活動調査

第3次産業のシェアが高いのが県庁所在地型都市の構造である。山梨県全体では製造業が4割を占め、全国平均に比べ15%以上高い。なかでも韮崎市や忍野村では企業城下町が形成され、製造業の割合が突出している。

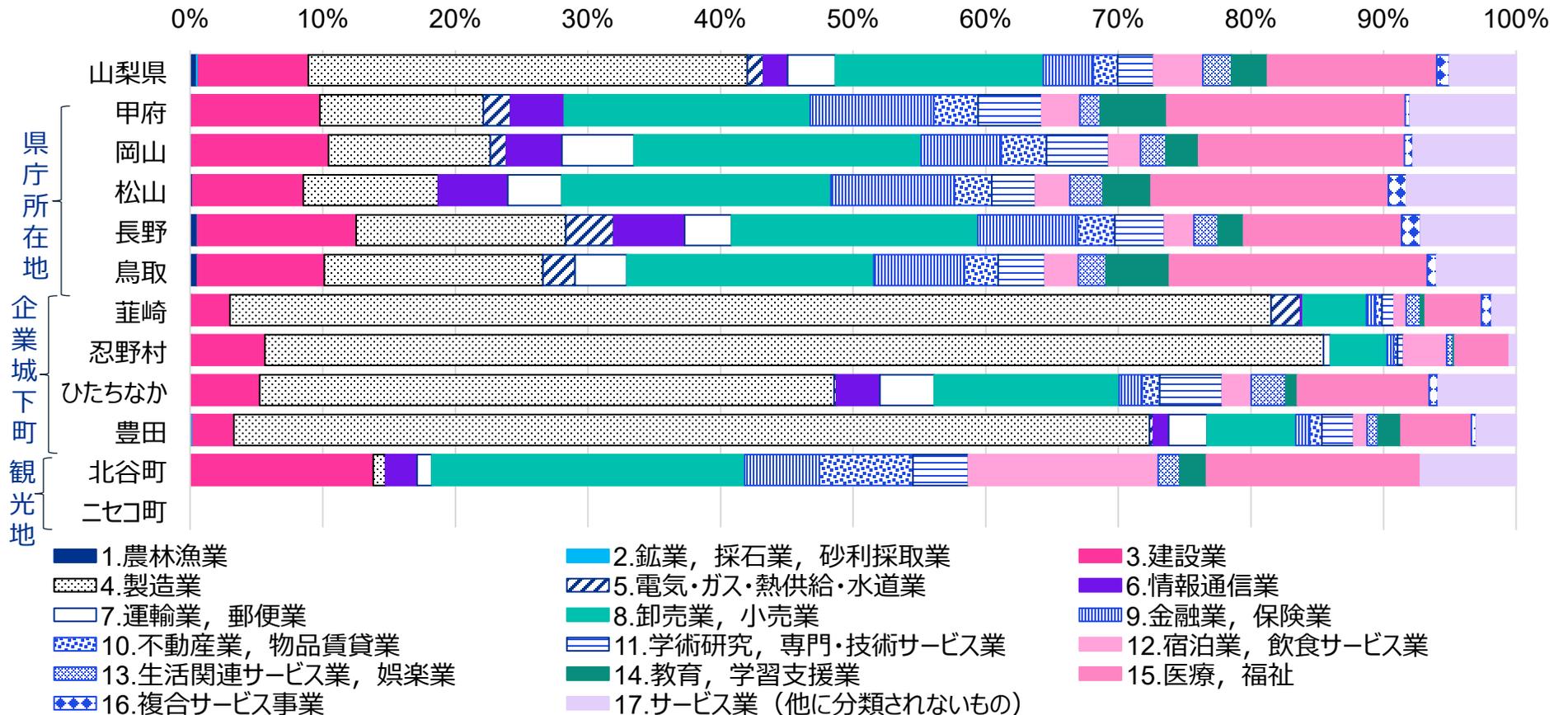
観光地型・企業城下町型・県庁所在地型の市町村別付加価値構造（事業所単位、2015年）



資料：総務省・経済産業省 経済センサス-活動調査（注）鳥取市は2015年の「宿泊業、飲食サービス業」の付加価値額がマイナスとなるため、除外。

新型コロナ禍では、負の影響が大きい卸売業、小売業をはじめ宿泊業、飲食サービス業等の付加価値の減少に対し、医療、福祉の付加価値が増加するなど一部変化が見られたが、各都市の産業構造は総じて同様の傾向を維持している。

観光地型・企業城下町型・県庁所在地型の市町村別付加価値構造（事業所単位、2020年）

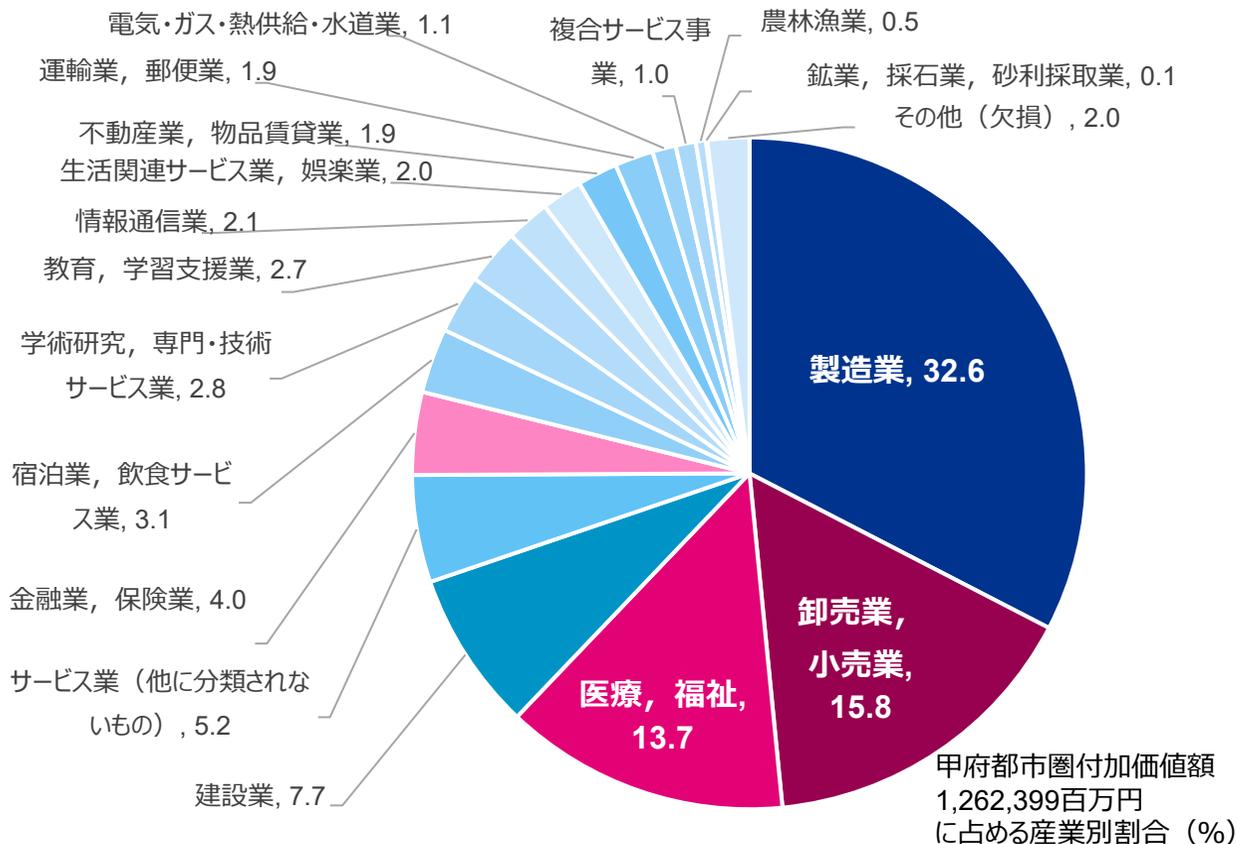


資料：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」(注)ニセコ町は2020年の「宿泊業、飲食サービス業」の付加価値額がマイナスとなるため、除外。

参考：2020年時の人口（令和2年1月1日住民基本台帳）：甲府市187,880人、岡山市708,973人、松山市511,310人、長野市375,884人、鳥取市186,960人

甲府都市圏の付加価値額のおよそ3分の1を製造業が占めている。この値は国内製造業シェア20%より高く、製造業は甲府都市圏の基幹産業・牽引産業に位置づけられる。

甲府都市圏※の付加価値額 産業別割合（2020年）



*「その他（欠損）」の業種は市町毎に異なる。

甲府都市圏は、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、昭和町の9市3町。

考察

- 甲府都市圏の付加価値額の構成要素のうち、製造業のシェアがおよそ3分の1で最大となっており、日本全体の同シェア20.0%（2020年）より高い。
- したがって、製造業は基幹産業・牽引産業として、その位置づけを担うことが期待される。（以下、「用語の定義」参照）

<用語の定義>

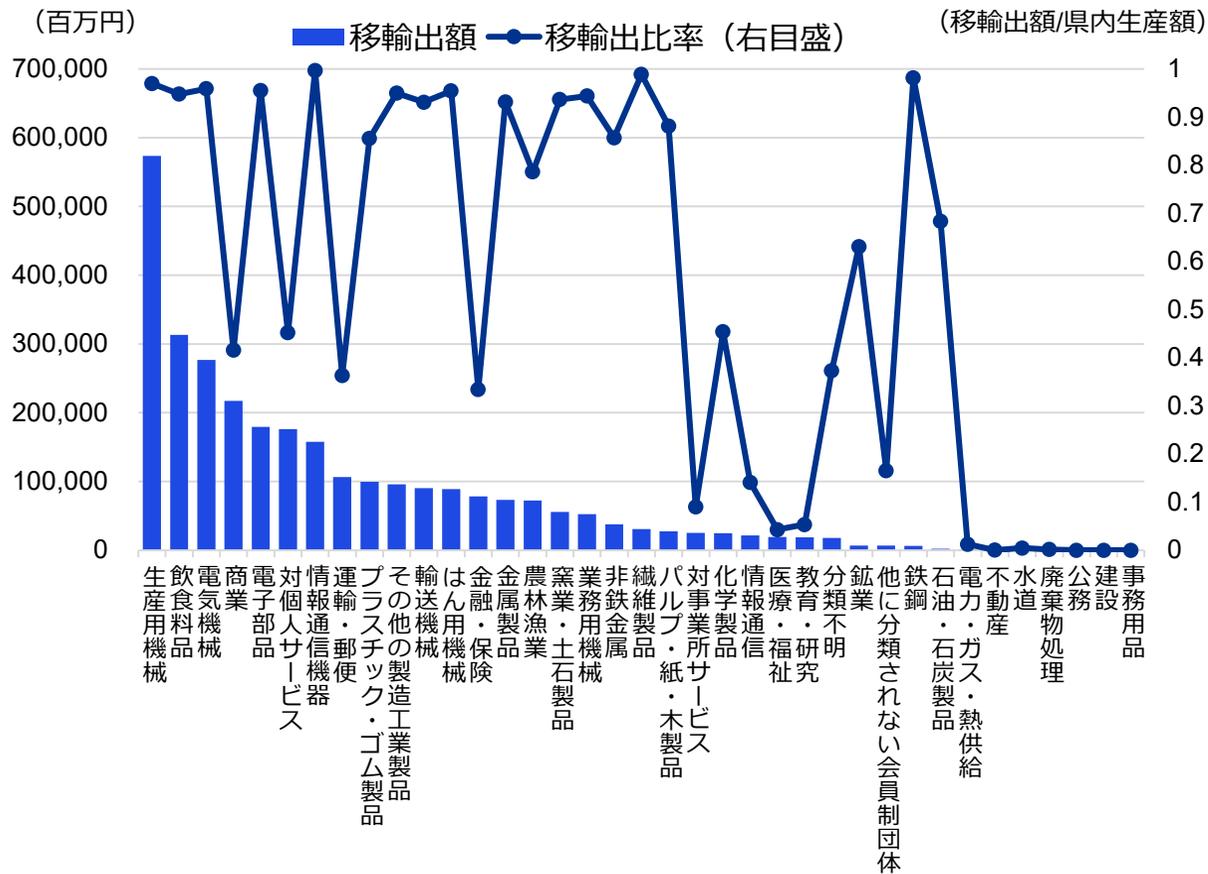
本報告書中、「基幹産業」と「牽引産業」について、以下の通り定義する。

- 基幹産業：地域の経済の発展の基礎をなす重要産業。
- 牽引産業：地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに、地域経済のバリューチェーンの中心的な担い手、および担い手候補となる産業。

資料：総務省・経済産業省 令和3年経済センサス-活動調査

移輸出額とともに生産額に占める移輸出比率が高い生産用機械を含むエレクトロニクス関係^(注)、飲食料品製造業が「外貨」を稼ぐ牽引産業として期待される。

山梨県の産業別移輸出額（2015年）



考察

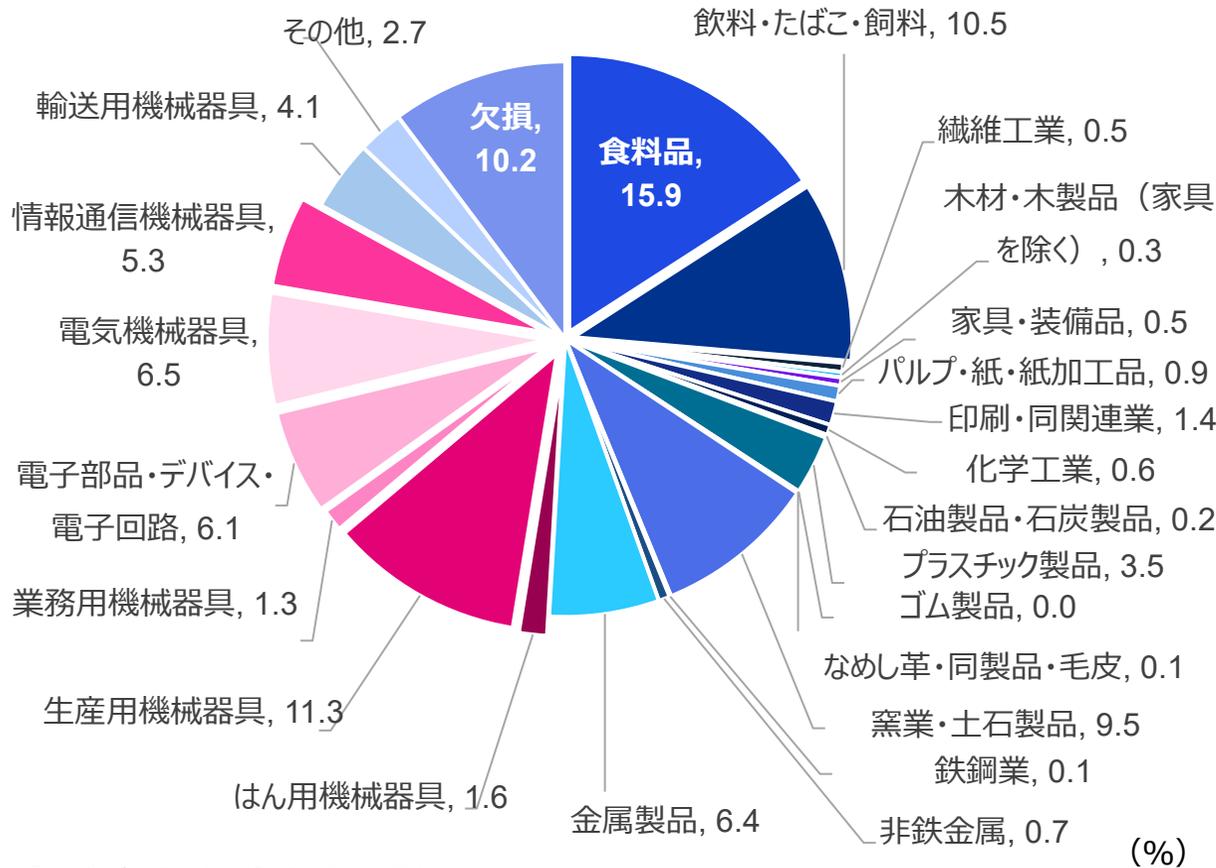
- 産業は、域外を主たる販売市場とする基盤産業と、域内を主たる販売市場とする非基盤産業に分けられる。地域の牽引産業として期待すべき産業は、産出額・雇用創出力が大きく、かつ域外から「外貨」を稼ぐことが出来る基盤産業と考えられる。
- 実際に、各産業が域外から稼いでいる額、及び各産業額に占める移輸出額の割合をみると、生産用機械器具の移輸出額が突出して大きく、他にエレクトロニクス関係、飲食料品製造業が牽引産業として期待できる。
- データの制約から、山梨県レベルの平成27年（2015年）産業連関表ベースでの数値となること、忍野村の産業用ロボット等が含まれることを差し引く必要がある点に留意する必要がある。

注：ここでは、エレクトロニクス関係とは、電気機械、情報通信機械器具、電子部品・デバイス製造業のほか、半導体製造装置を含む生産用機械器具も指す。

資料：山梨県 平成27年山梨県産業連関表

製造業にフォーカスすると、甲府都市圏では、半導体製造装置を含む生産用機械器具、電子部品・デバイス・電子回路等の機械電子産業が、付加価値額の多くを占めている。

甲府都市圏※の製造業付加価値額 業種別割合 (2021年)



*「その他 (欠損)」の業種は市町毎に異なる。
市川三郷町、富士川町、昭和町の3町は業種別の内訳データがないため、9市合計5,827億円の内訳。

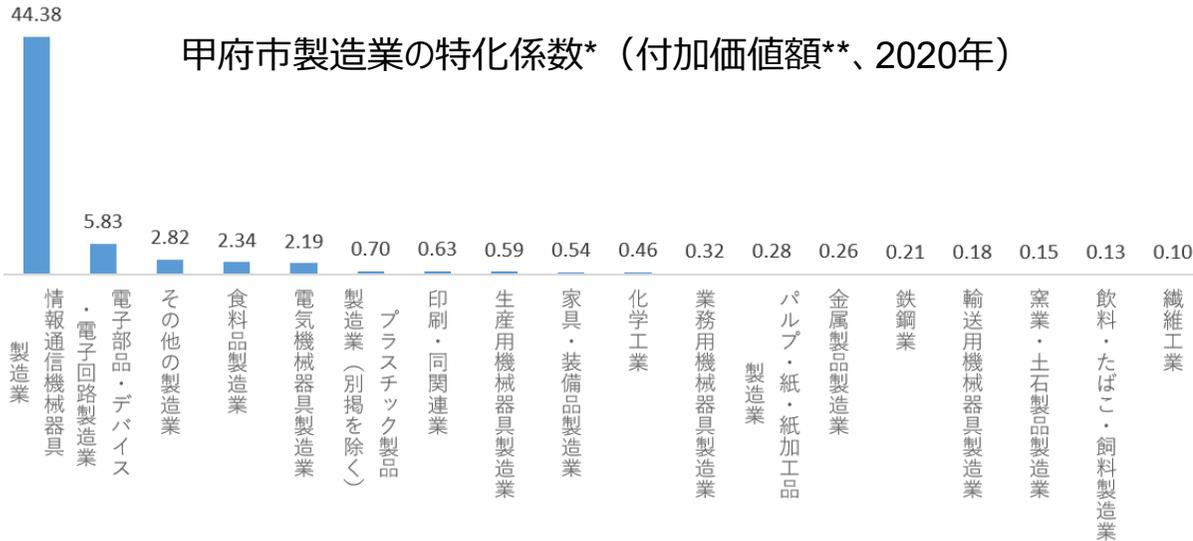
考察

- 甲府都市圏の製造業付加価値額を業種別にみると、半導体製造装置を含む生産用機械器具、電子部品・デバイス・電子回路、電気機械器具、情報通信機械器具等、エレクトロニクス関係のシェアが大きい。
- 食料品、飲料・たばこ・飼料のシェアも大きい。大手製菓の本社・工場があることや、地元産ブドウを用いたワイン製造業が貢献していると考えられる。

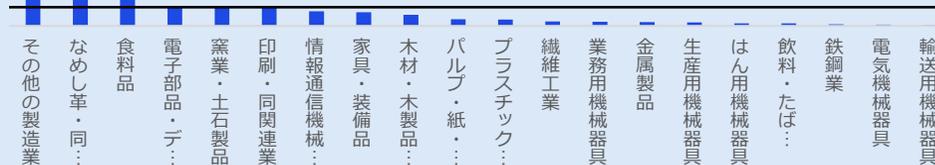
資料：経済産業省 2022年経済構造実態調査

製造業の特化係数を見ると、新型コロナ禍を経て、情報通信機械器具製造業と電子部品・デバイス・電子回路製造業の比較優位性が相対的に高まったといえる。

甲府市の製造業付加価値額 産業別割合（2020年）



（参考）甲府市製造業の特化係数*（付加価値額、2016年）



考察

- 製造業の中では、情報通信機械器具製造業の特化係数が非常に高値となっている。これは、新型コロナ禍で他産業の付加価値額が減少し、比較的影響を受けづらかった同産業の数値が突出したものと思われる。
- 2016年では、その他製造業、皮革製品、食料品等産業の特化係数が高くなっており、従前よりこれらの産業には比較優位性があったといえる。なめし革・同製品・毛皮製造業については、2020年統計での付加価値額公表がなく、左表には含まれていない。
- 新型コロナ禍において、全国的にも情報通信機械器具製造業と電子部品・デバイス・電子回路製造業のニーズが高まった。
- こうした状況を受けて、他産業と比較して、情報通信機械器具製造業と電子部品・デバイス・電子回路製造業において、相対的に高い特化係数が認められる。

*「特化係数（付加価値額）」＝（域内における当該産業の付加価値額÷域内における全産業の付加価値額）÷（全国の当該産業の付加価値額÷全国の全産業の付加価値額）

**木材・木製品製造業、石油製品・石炭製品製造業、ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、はん用機械器具製造業について、2020年統計での付加価値額公表がなく、表には含まれていない。

業種別付加価値額総額に対し約12%を占める製造業。その中で機械電子産業の比率は高く、特に、半導体関連産業は、高付加価値、かつ従業者も多いことから、機械電子産業が甲府市の牽引産業となっている。

業種別付加価値額、従事者数

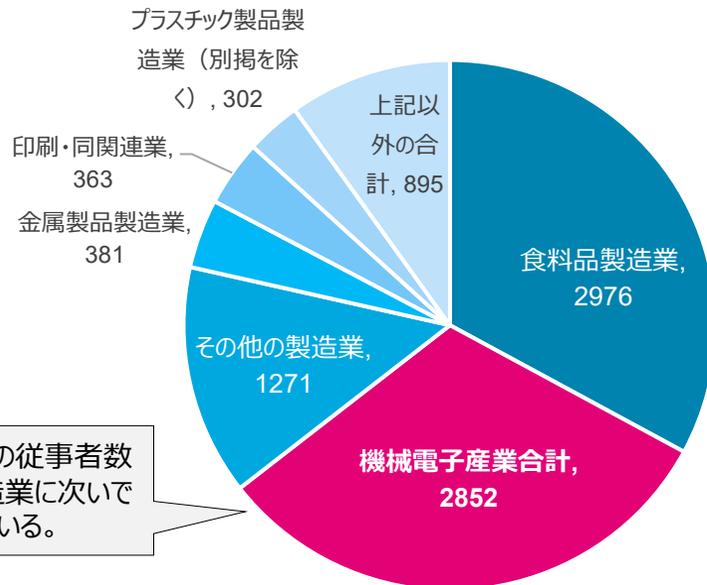
一人当たり付加価値額	(万円)
情報通信機械器具製造業	3,465
電子部品・デバイス・電子回路製造業	1,199
生産用機械器具製造業	1,101
甲府市全産業	1,157

半導体関連産業（情報通信機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、生産用機械器具製造業）のうち、特に情報通信機械器具製造業において極めて高値となっている。

前提（計算上の仮説）

機械電子産業は、産業分類上の以下の産業とする。

- はん用機械器具製造業
- 生産用機械器具製造業
- 業務用機械器具製造業
- 電子部品・デバイス・電子回路製造業
- 電気機械器具製造業
- 情報通信機械器具製造業



機械電子産業の従事者数は、食品製造業に次いで多くなっている。

甲府市全製造業従事者数9,040人中に占める産業別従事者数 (人)

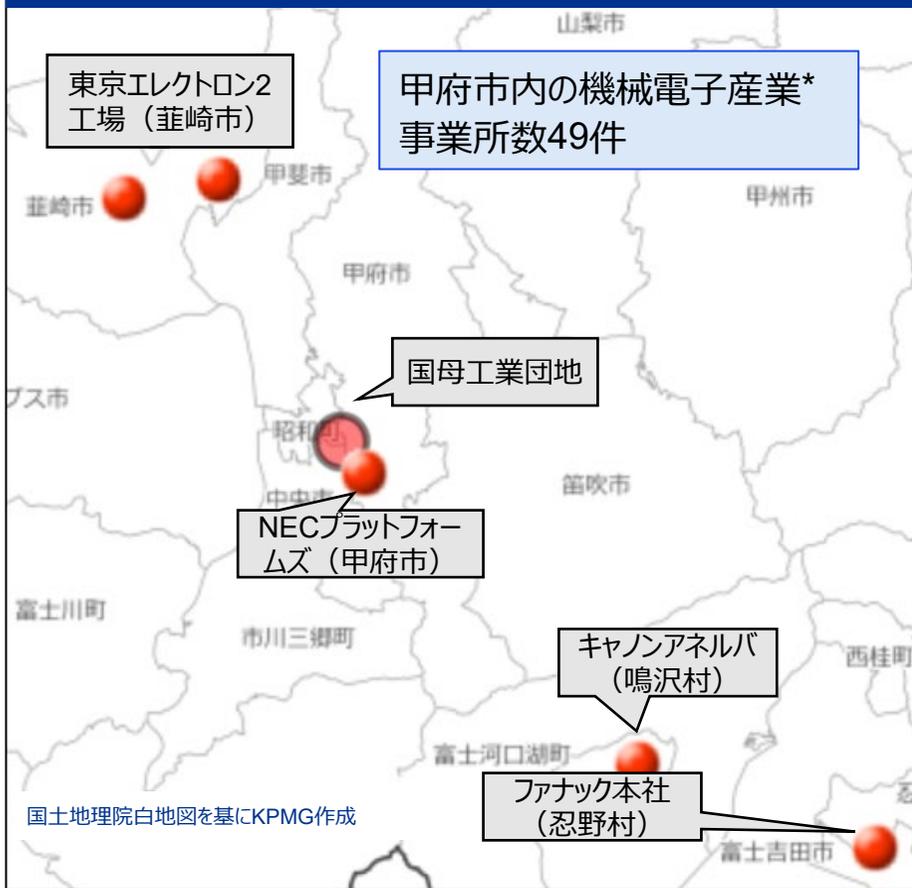
考察

- 周辺の韮崎市のような、企業城下町的な産業集積状況は見られないものの、機械電子産業においては、付加価値額、従事者数ともに高値である。
- 機械電子産業は、甲府市の産業を牽引する産業の一つと考えられる。

資料：総務省・経済産業省 令和3年経済センサス-活動調査

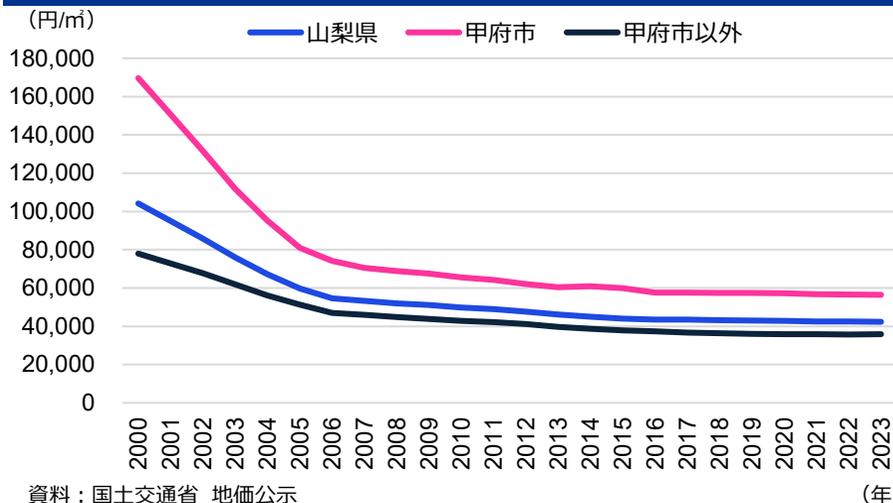
山梨県内には、機械電子産業関連の大規模工場が複数存在しており、中部横断自動車道の静岡・山梨間の全線開通に伴い、各地で新工場建設の動きが見られる。

甲府市とその周辺の大規模工場



* 産業中分類中、25 はん用機械器具製造業、26 生産用機械器具製造業、27 業務用機械器具製造業、28 電子部品・デバイス・電子回路製造業、29 電気機械器具製造業、30 情報通信機械器具製造業を抽出・計上

県内地価は下げ止まり

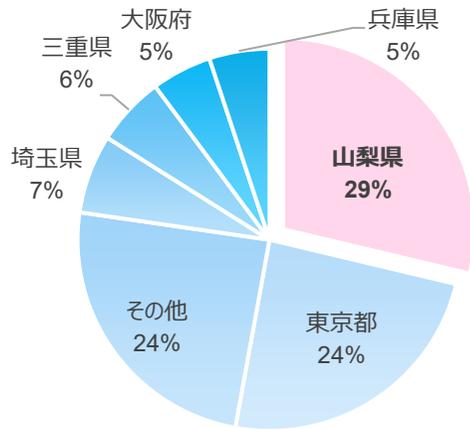


考察

- 甲府市には、県内他市（例：韮崎市）のように、企業城下町型の産業集積構造は見られない。
- 山梨県内では、中部横断自動車道の静岡・山梨間の全線開通の影響もあり、各地で新工場の建設等の動きが見られる。
- 大規模工場等の企業誘致において、甲府市は周辺自治体と比較すると、地価が高い。誘致適地不足という課題もある。

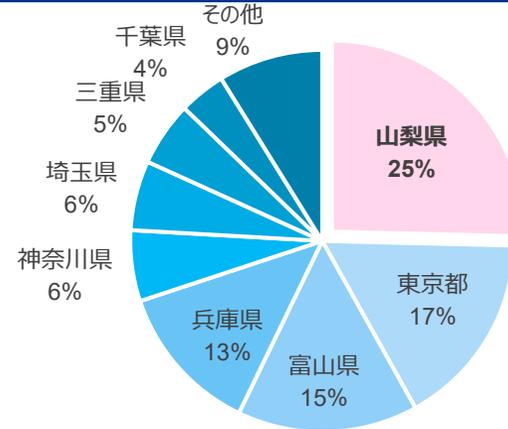
宝飾産業は、他産業と比べ金額ベースの規模は小さいものの、山梨県では、特色ある産業のひとつに挙げられる。

製造事業者数



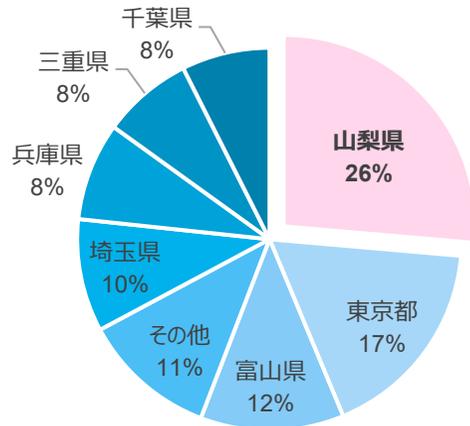
山梨県の宝飾品製造事業者数は、日本全体の約29%を占め、全国で最も多い（うち、甲府市の事業者が9割以上を占めると言われる）。

付加価値額



山梨県は、宝飾品付加価値額においても、日本全体の25%を占め、最多となっている。

製造品出荷額等



山梨県は、製造品出荷額等においても、日本全体の約26%を占め、最多となっている。

考察

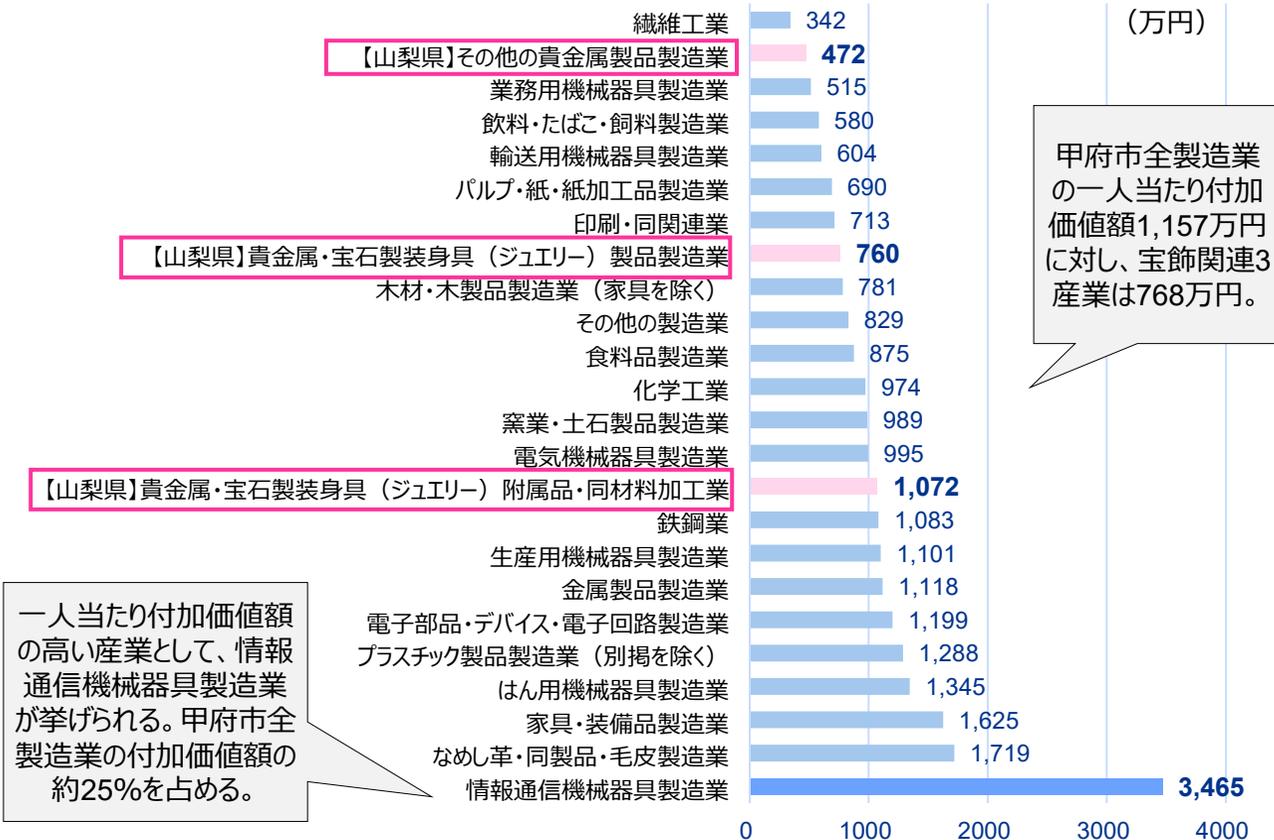
- 山梨県の宝飾製造業における事業者数、出荷額数、付加価値額が、いずれも国内トップのシェアを占めている。

資料：経済産業省 2022年経済構造実態調査

他産業比では見劣りする宝飾産業の付加価値額（一人当たり）

甲府市全製造業の一人当たり付加価値額1,157万円に対して、宝飾品関連製造業の一人当たり付加価値額は768万円と小さい。

甲府市製造業全体、宝飾産業の一人当たり付加価値額



前提（計算上の仮説）

- 甲府市産業中分類の全製造業を抽出
- 山梨県産業小分類のうち、以下3産業を合体
 - 貴金属・宝石製装身具（ジュエリー）製品製造業
 - 貴金属・宝石製装身具（ジュエリー）附属品・同材料加工業
 - その他の貴金属製品製造業

※甲府市産業小分類にかかる統計値がないため便宜的に山梨県のデータを使用した。

- 甲府市産業中分類中のいずれかの産業に甲府市内の上記3産業も計上されている。
- 付加価値額の定義は以下のとおり

（従業者30人以上の場合）

$$= \text{製造品出荷額等} - (\text{原材料使用額} + \text{燃料使用額} + \text{電力使用額}) + (\text{年末在庫製造品} - \text{年初在庫製造品}) + (\text{年末在庫半製品} - \text{年初在庫半製品}) - (\text{内国消費税額} + \text{推計消費税額})$$

（従業者29人以下の場合）

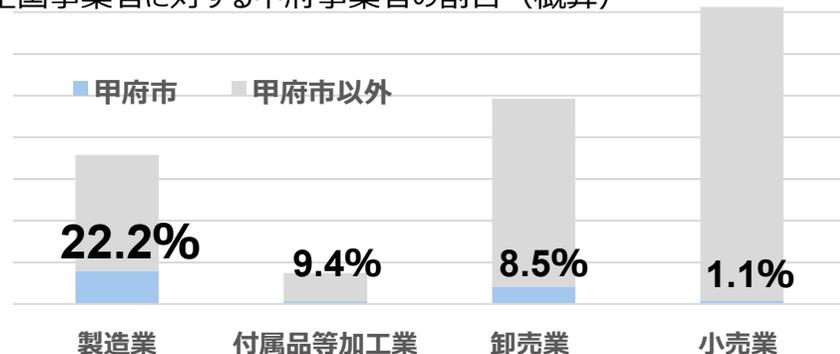
$$= \text{製造品出荷額等} - \text{原材料使用額等} - (\text{内国消費税額} + \text{推計消費税額})$$

資料：経済産業省 2022年経済構造実態調査

甲府市には、宝飾製造・販売に必要な全ての工程・機能が集積している。

甲府市宝飾製造工程の集積性（事業者数）

全国事業者に対する甲府事業者の割合（概算）



ヒアリング調査で聴取した意見

- 甲府市は、研磨・製造・卸・小売までサプライチェーンにおける全工程が集積しており、これは、他地域では見られない特徴である。
- 県内の宝飾品関係事業者は、法人・個人を含め1,000件以上で、その90%以上が甲府市内に所在する。

考察

- 市内宝飾産業の特徴として、事業者の「集積性」が挙げられる。
- 集積性により、輸送コストや調達時間の削減が可能となり、経費削減、製造時間の短縮が期待される。
- 個人事業主は、統計調査で捉えられておらず、実際の事業者数は把握できないが、インタビュー調査では、個人事業主が圧倒的に多いという声が多数あり、甲府の宝飾産業従事者は統計データよりも多いと考えられる。

資料：SPEEDA等企業財務データベースを基にKPMG推計

03

特定産業（宝飾）の実態と主要課題

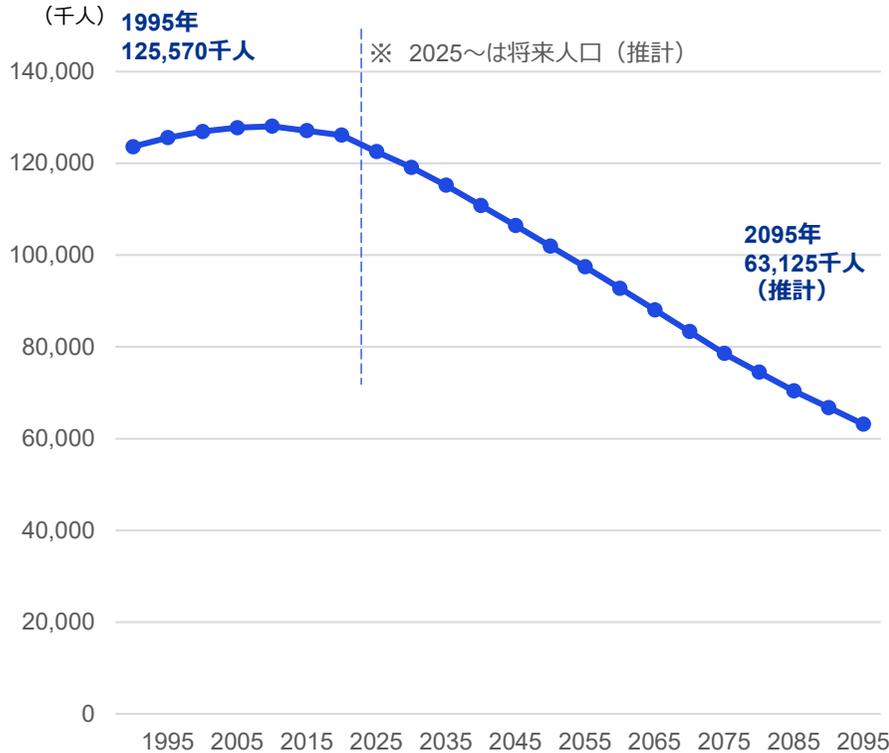
集積性、伝統産業としての強み等、甲府市にとって特色ある産業である宝飾産業は、産業振興施策における政策的支援対象として重要な産業であると考えられる。

本章では、各種統計・文献調査、事業者へのヒアリング調査等を通じ、宝飾市場・宝飾企業を取り巻く環境、甲府市宝飾産業の特徴・構造等の実態を把握するとともに、経営における現状の主要課題等を抽出した。これは、同産業の振興施策を検討するための基礎資料となるものである。

調査を通じて、国内宝飾市場・国内企業を取り巻く環境に厳しさが残る一方、海外市場、特に、アジア新興国市場は底堅い成長が見込まれること、国内宝飾産業はブランド力が強くなく、また製造工程での付加価値の創出力が弱いこと、海外展開のための戦略やブランド構築が大きな課題であること等が浮き彫りとなった。

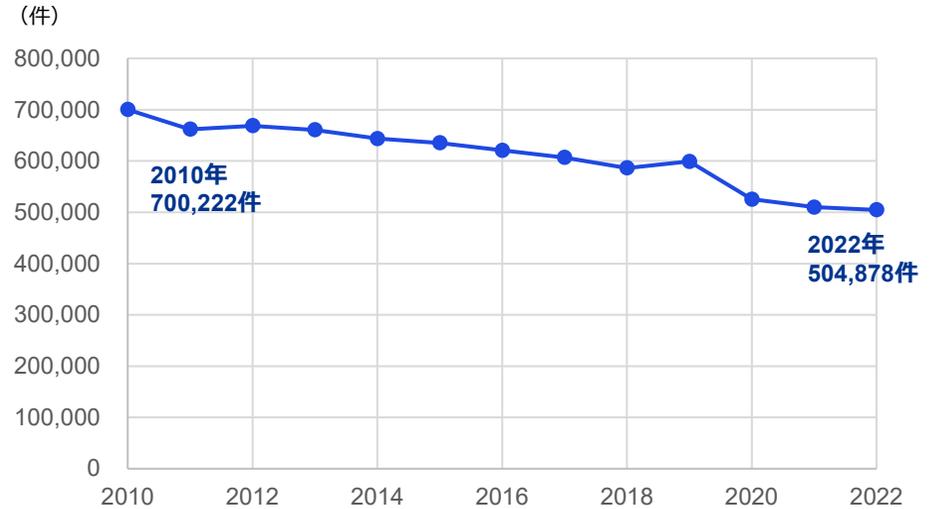
宝飾品の商品販売額は減少傾向にあり、人口減や婚姻件数減に伴うブライダル製品需要の減少が、国内需要にマイナスに作用することを考慮すると、今後、国内市場の急激な拡大は期待しづらい。

日本における人口の推移と将来人口



資料：総務省 日本の統計2023

日本における婚姻数の減少



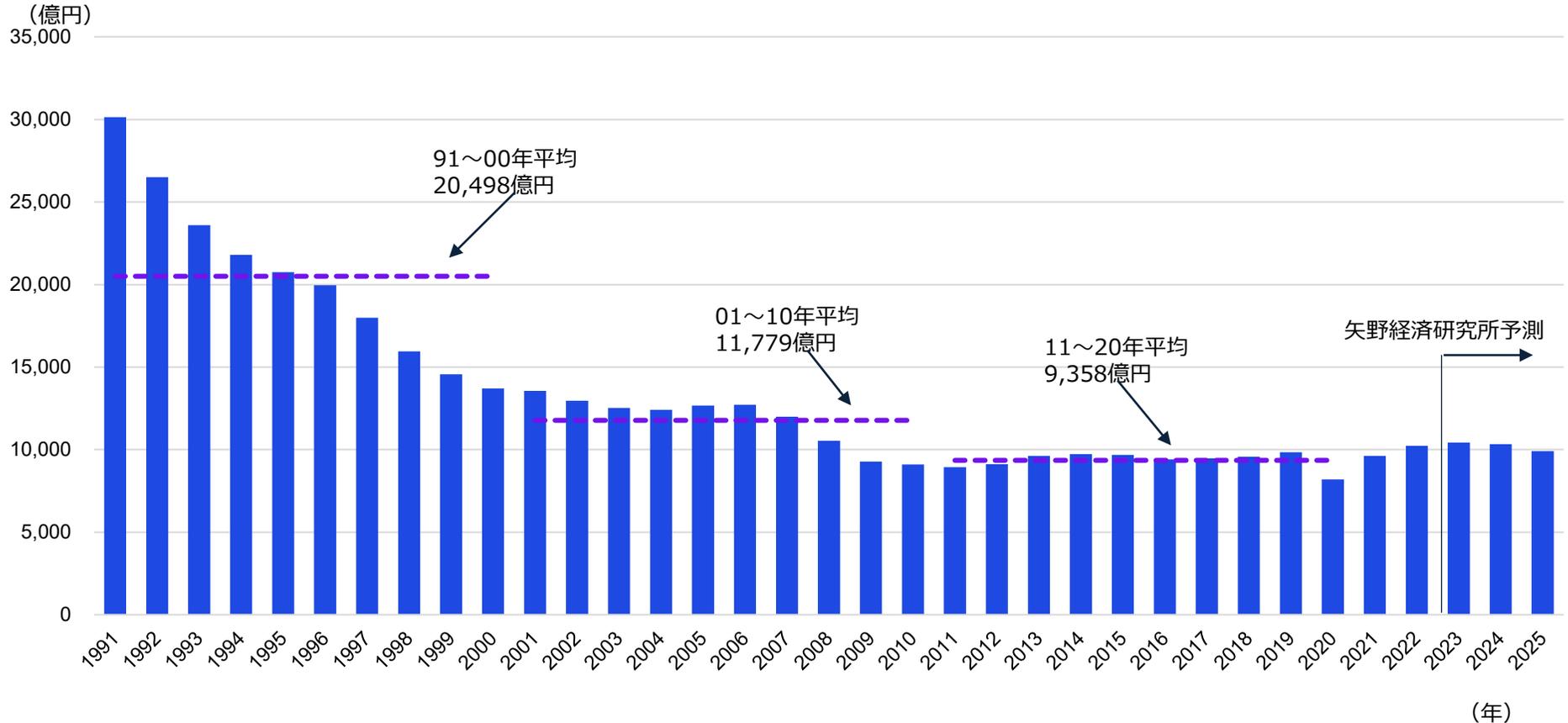
資料：厚生労働省 令和4年人口動態統計月報年計（概数）

考察

- 国内人口は減少傾向にある。
- 婚姻件数の減少により、宝飾産業において大きなシェアを持つブライダル製品需要が減少している。
- 国内需要の増加が期待できないため、海外需要の取り込みを視野に入れることが重要である。

国内の宝飾品小売市場はバブル崩壊・リーマンショック後縮小し、2009年以降ほぼ横ばいで推移。足元では、新型コロナ禍での販売減からのペントアップ需要等で持ち直しも、年間1兆円弱が概ね国内小売市場の潜在需要とみられる。

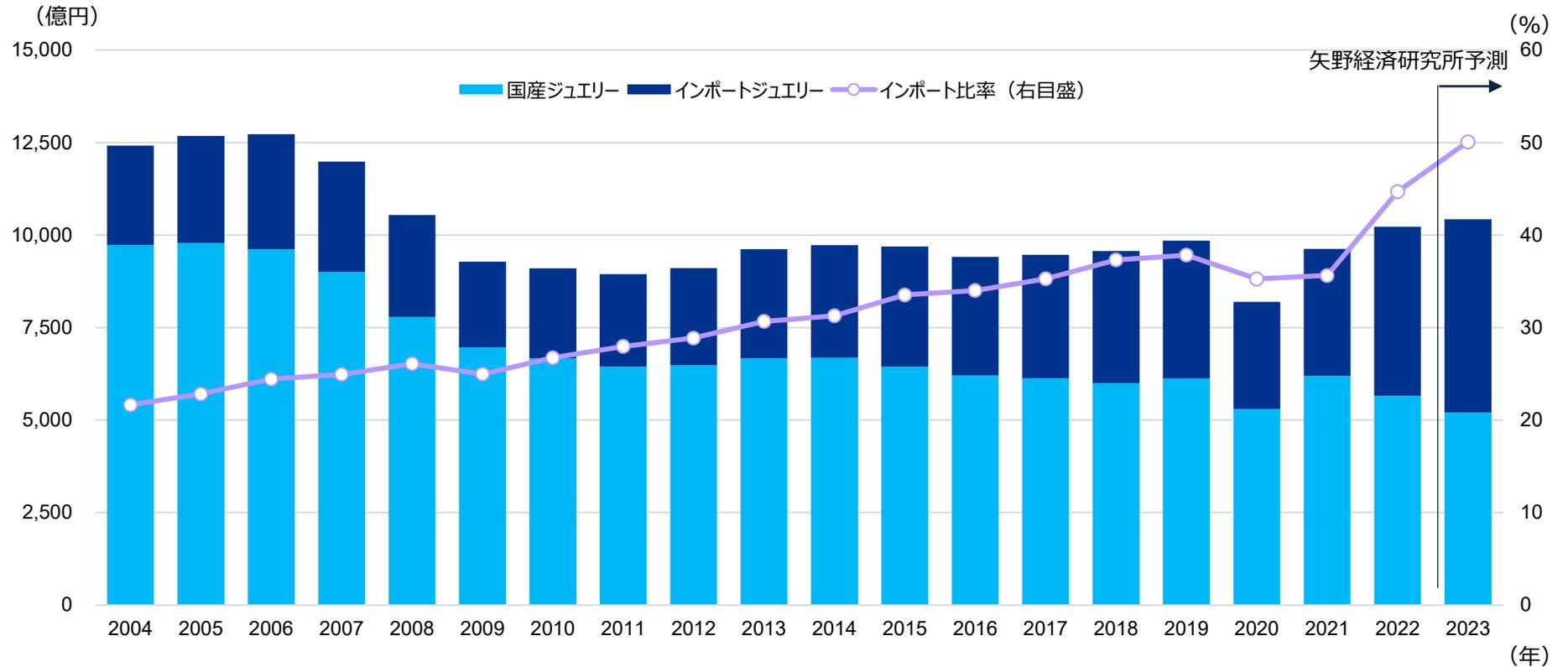
宝飾品小売市場規模の推移



資料：矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑 2023年版〈市場分析編〉」

2009年以降、国内の宝飾品小売市場は横ばいで推移しているが、輸入宝飾品のシェアが拡大している。富裕層・インバウンド・ブライダル需要の取り込みが奏功し、価格上昇による販売額増を実現。

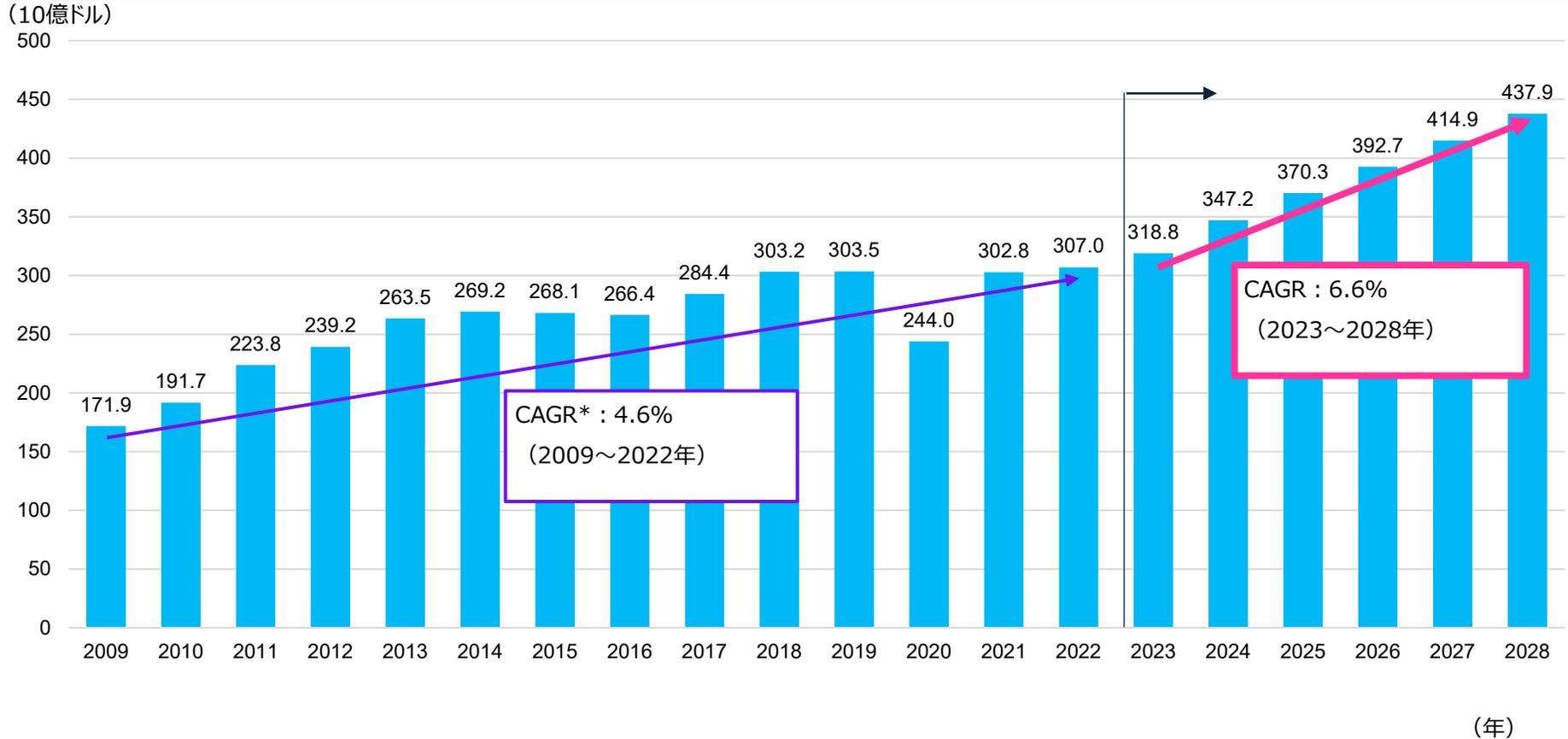
宝飾品小売市場規模の推移



資料：矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑 2023年版〈市場分析編〉」

世界の宝飾品市場は底堅い成長基調。2009年～22年の年平均成長率は4.6%と、同期間の日本の名目GDP平均成長率1.0%を大きく上回る。さらに、先行きは加速が見込まれ、世界市場の成長を取り込むことが出来れば、地域経済の牽引力は高まる。

世界の高級宝飾品市場規模の推移

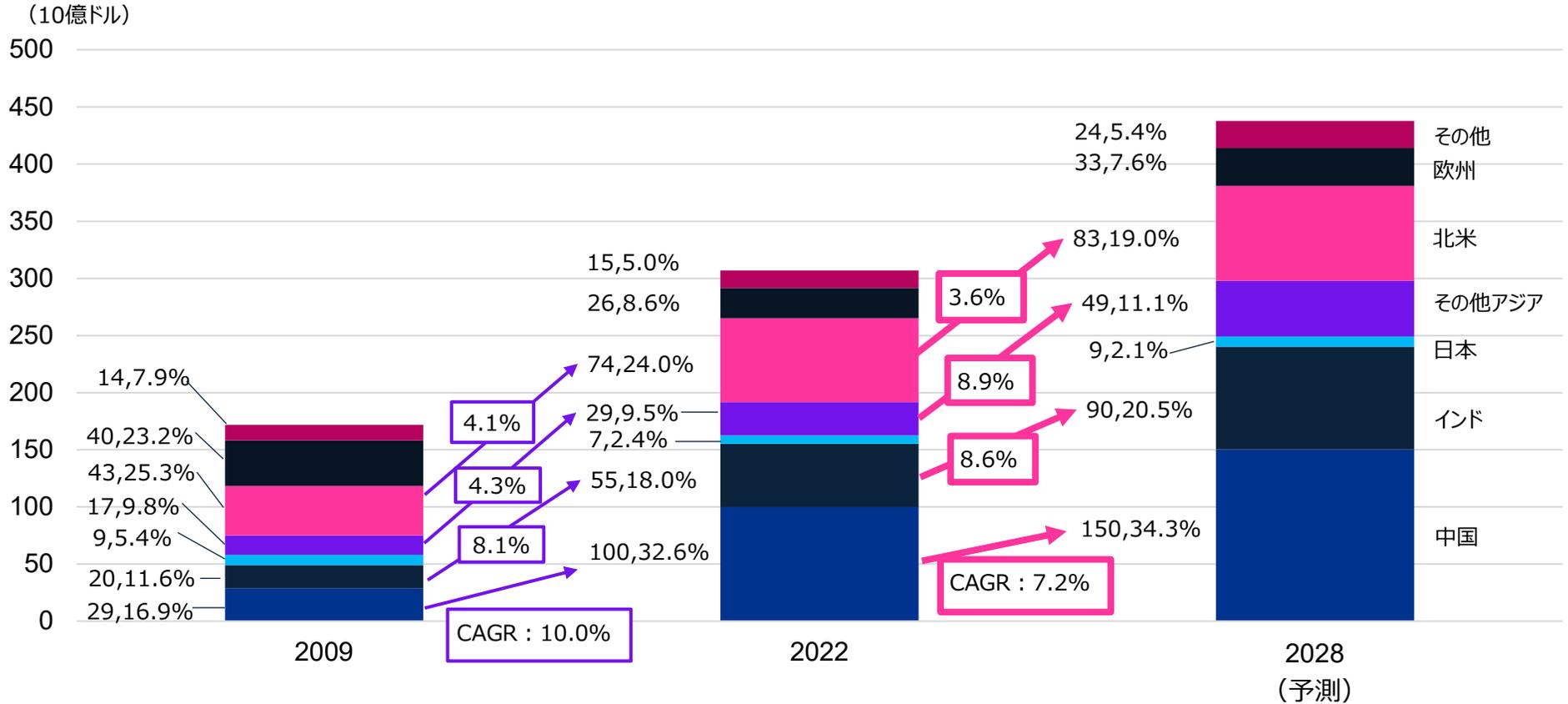


*CAGR...年平均成長率

資料 : Euromonitor

世界の宝飾品市場を見ると、足元までの牽引役は中国、インド、北米。先行きは中間層の増加に伴い、その他アジア地域の成長も加速する見込み。一方、日本、欧州では、成長期待は低い。

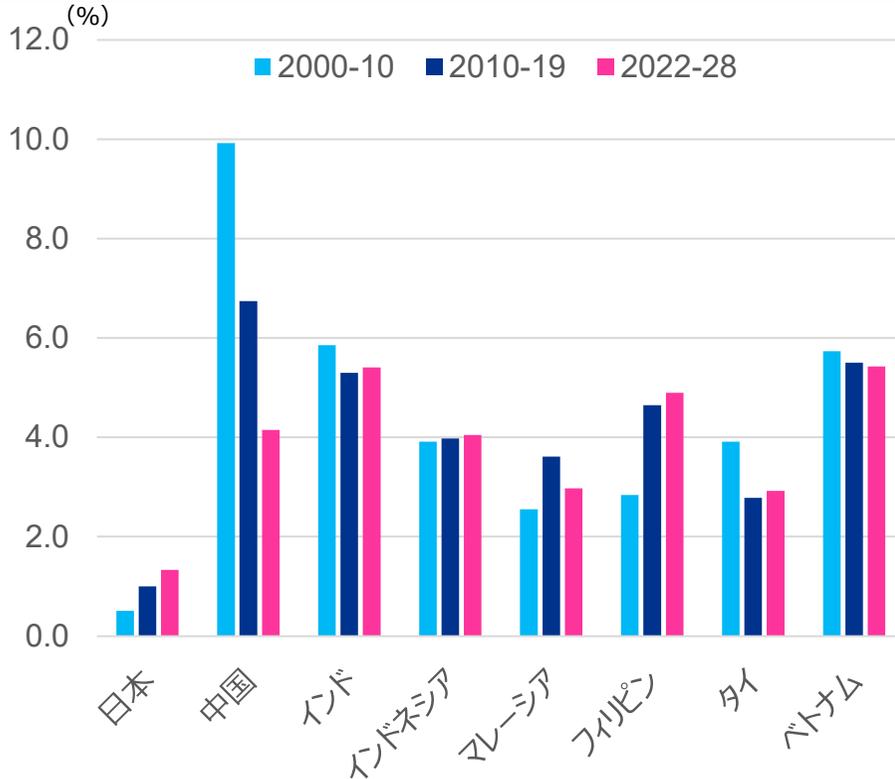
世界の高級宝飾品市場（国・地域別）



資料 : Euromonitor

人口減少のほか、一人当たりの所得の伸びが緩慢な日本に比べ、アジア各国は人口増加のほか、一人当たりGDPが伸び、宝飾産業の顧客層となる中間層人口の厚みが増していくことが期待される。

アジア各国の一人当たりGDP成長率



(出典) IMF "World Economic Outlook Database" 2023年10月時点

(注) 各期間の年平均成長率 (CAGR)。

ヒアリング調査で聴取した意見

- 国内は人口減少等に伴い、宝飾品需要も減少傾向にあり、海外市場の開拓が必要だと実感している。
- 宝飾関係企業の中には、既に海外展示会への出展実績を持つ企業もある。
- アジア圏の富裕層や、インバウンド需要をどのように取り込むかが課題であると認識している。
- 宝飾産業の歴史が古い欧州は、ブランドが確立されており、欧州市場の開拓は容易ではないと考えている。

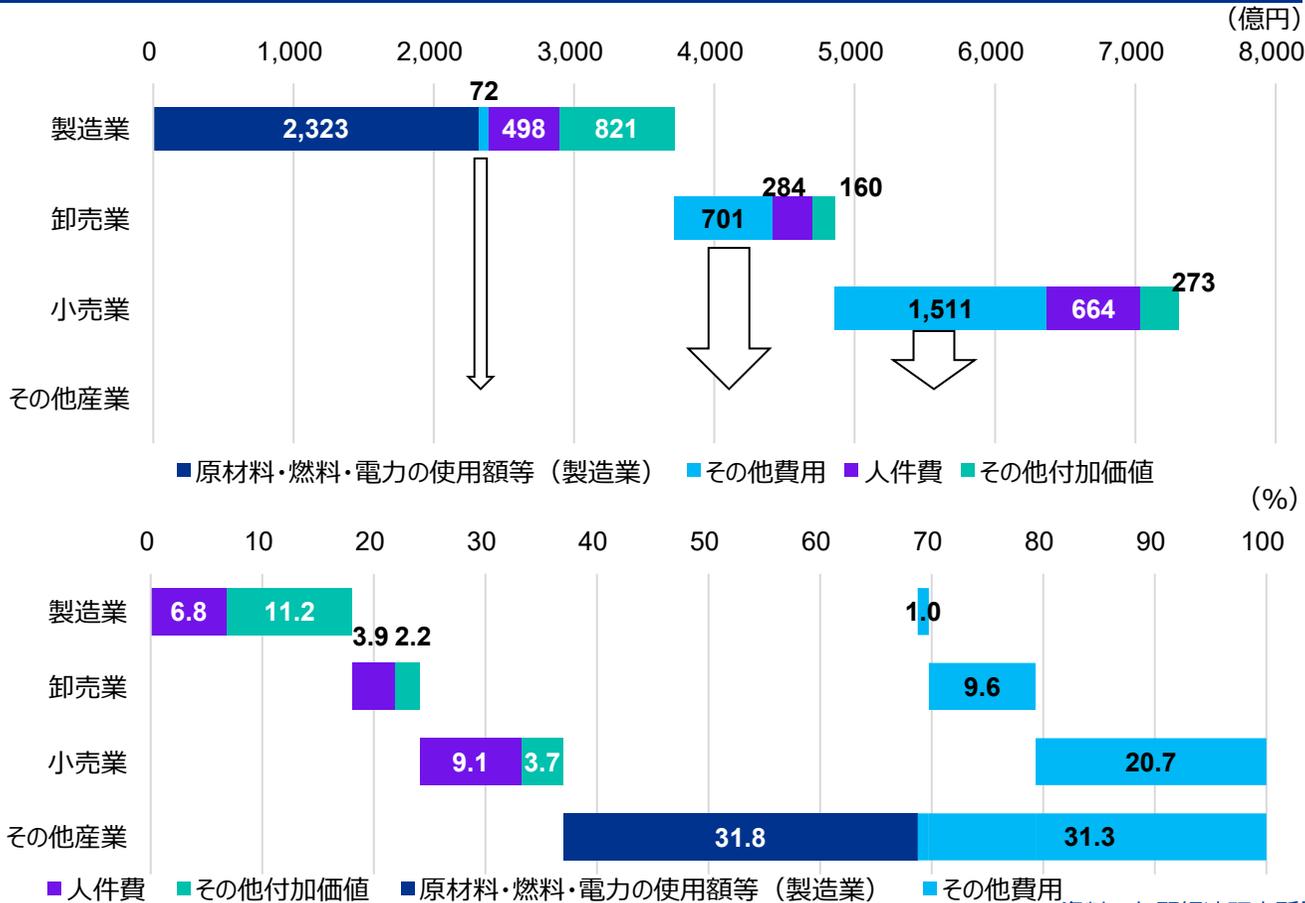
考察

- アジア諸国では、人口増加傾向・経済発展が見られ、宝飾品の顧客層となる中間層～富裕層の増加が見込まれる。
- これらアジア地域の成長を「甲府ジュエリー」の顧客として取り込んでいく施策を講じる必要がある。

資料：総務省 世界の統計2023

宝飾品市場に占める製造業の所得シェアは2割に満たず、うち人件費は7%未満である。原材料費のほか、広告費等中間投入コストの負担が大きく、製造工程に所得が分配されにくい構造となっている。

宝飾産業の所得分配構造（上段：金額、下段：シェア）



（注1）産業分類は、製造業が「321 貴金属・宝石製品製造業」、卸売業が「55B 他に分類されないその他の卸売業」、小売業が「60G 他に分類されないその他の小売業」のデータを基に試算。

（注2）全体は、国内ジュエリー小売販売額 - インポートジュエリー販売額 + ジュエリー輸出額 = 7,307億円

（注3）経済構造実態調査における製造業、卸売業、小売業の売上（収入）金額、給与総額、商品売上原価、給与総額、付加価値額等を基に、最終需要額を按分して試算。

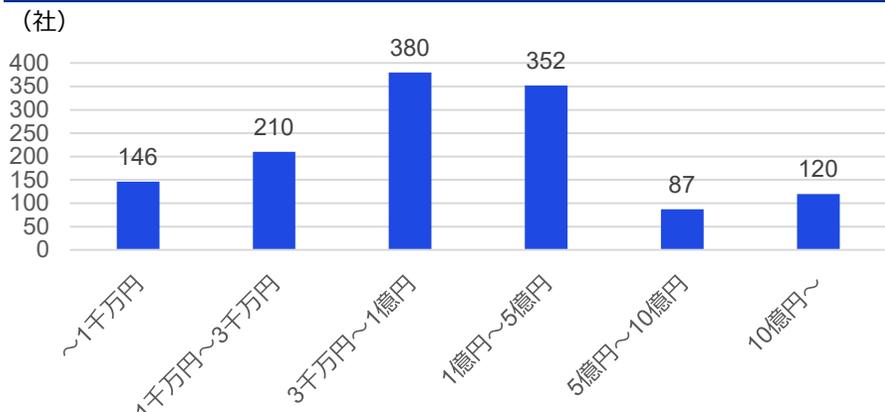
（注4）その他産業（製造業、卸売業、小売業における「その他費用」）は、運輸業・不動産業・広告業や対事業所サービス等の中間投入コスト。

（注5）付加価値額 = 売上（収入）金額 - 費用総額（売上原価・販管費） + 給与総額（人件費） + 租税公課。「その他付加価値」は付加価値額から人件費を除いた、企業利益、減価償却費、金融費用、租税公課、等。

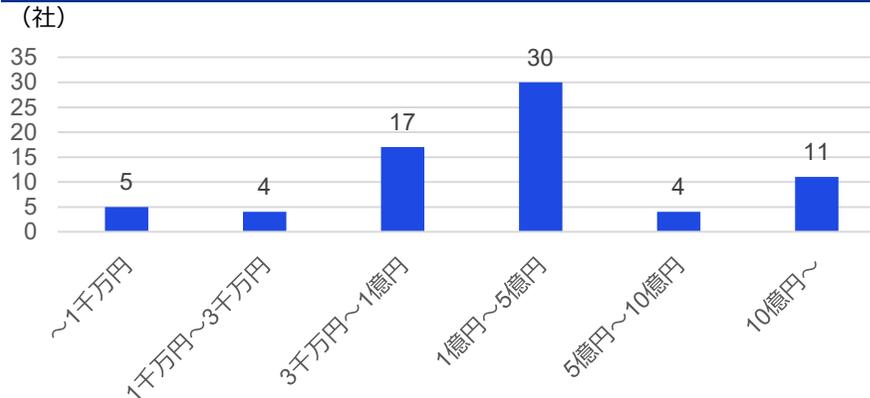
資料：矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑 2023年版〈市場分析編〉」
経済産業省・総務省「経済構造実態調査」

宝飾品関連企業の特徴を全国と比較すると、甲府市は売上高、従業者数の規模が大きい企業の割合が高い。

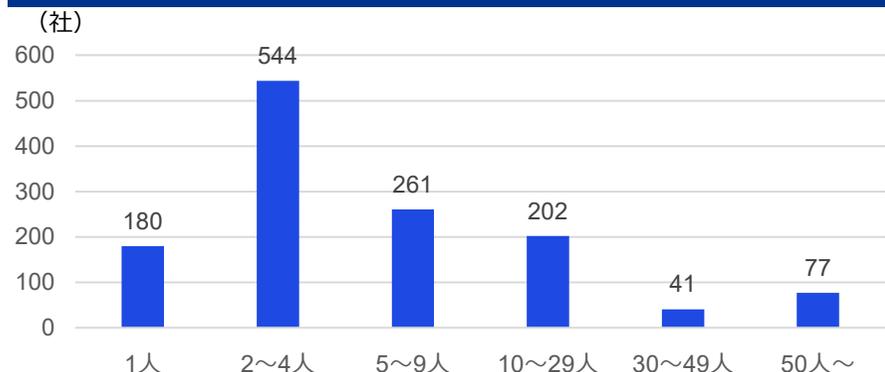
宝飾品関連企業売上高階級別企業数* (全国)



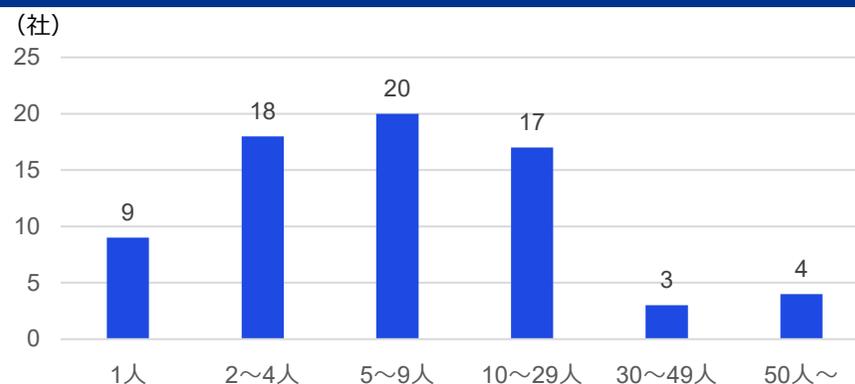
宝飾品関連企業売上高階級別企業数 (甲府市)



宝飾品関連企業従業者数階級別企業数 (全国)



宝飾品関連企業従業者数階級別企業数 (甲府市)

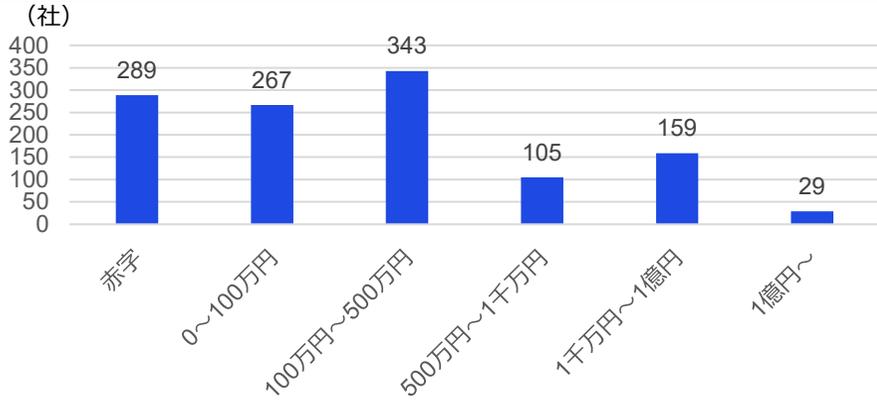


* 2021年度決算情報の売上高情報収集可能企業 (全国1,295社、甲府市71社)。

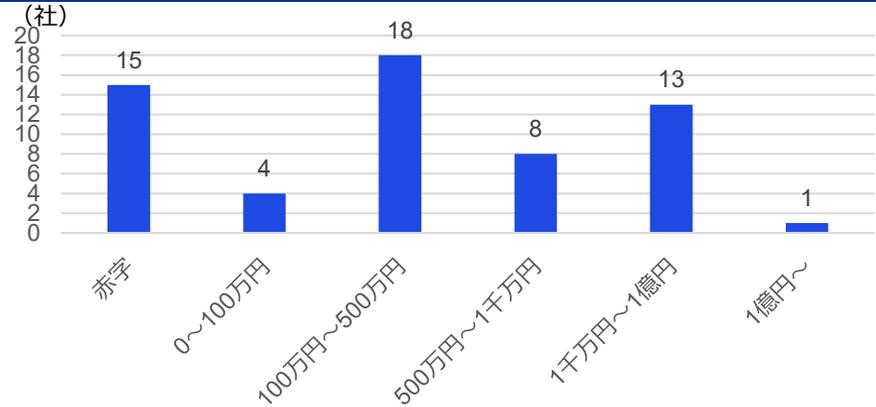
資料：東京商工リサーチ TSR企業情報

宝飾産業は全国・甲府市とも赤字企業が多く、黒字企業であっても500万円に満たない企業が多い。甲府市の宝飾品関連企業の赤字企業の比率は全国と比較して低い。

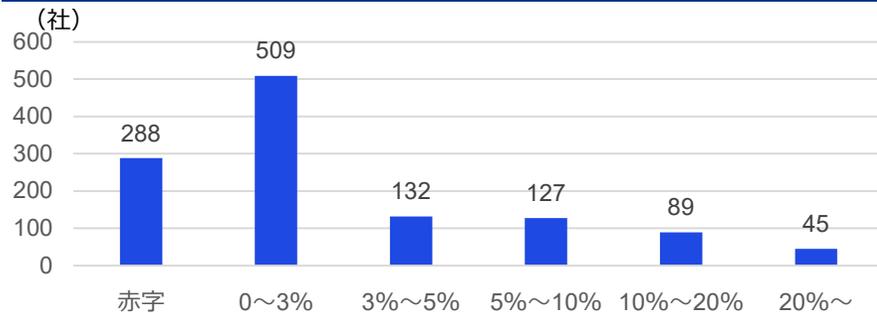
宝飾品関連企業利益階級別企業数* (全国)



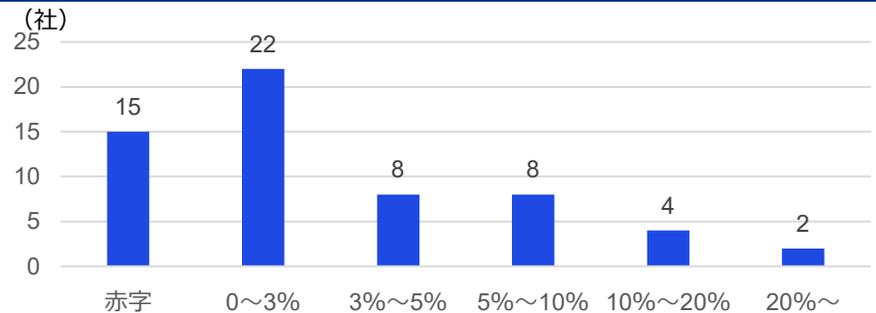
宝飾品関連企業利益階級別企業数 (甲府市)



宝飾品関連企業売上高利益率階級別企業数 (全国)



宝飾品関連企業売上高利益率階級別企業数 (甲府市)

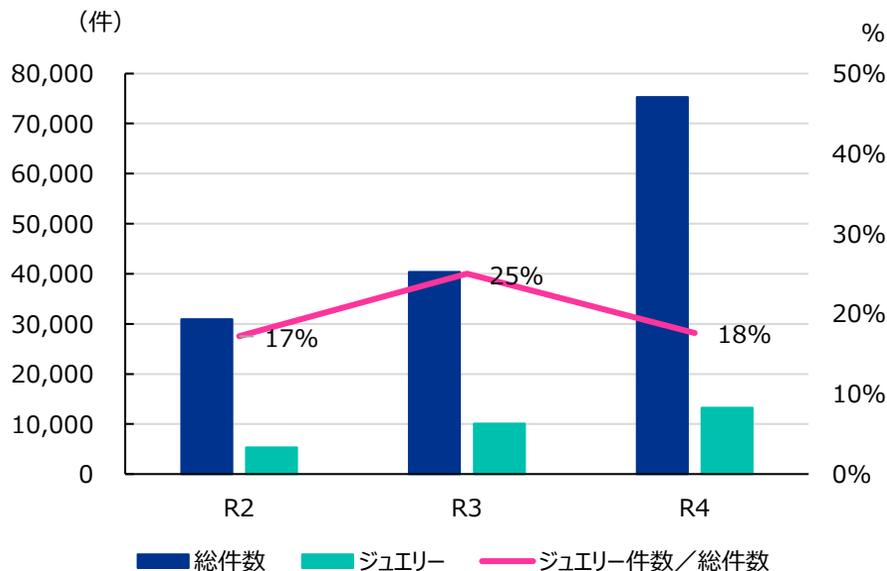


* 2021年度決算情報の売上高情報収集可能企業 (全国1,295社、甲府市71社) のうち、利益金情報収集可能企業 (全国1,192社、甲府市59社)。

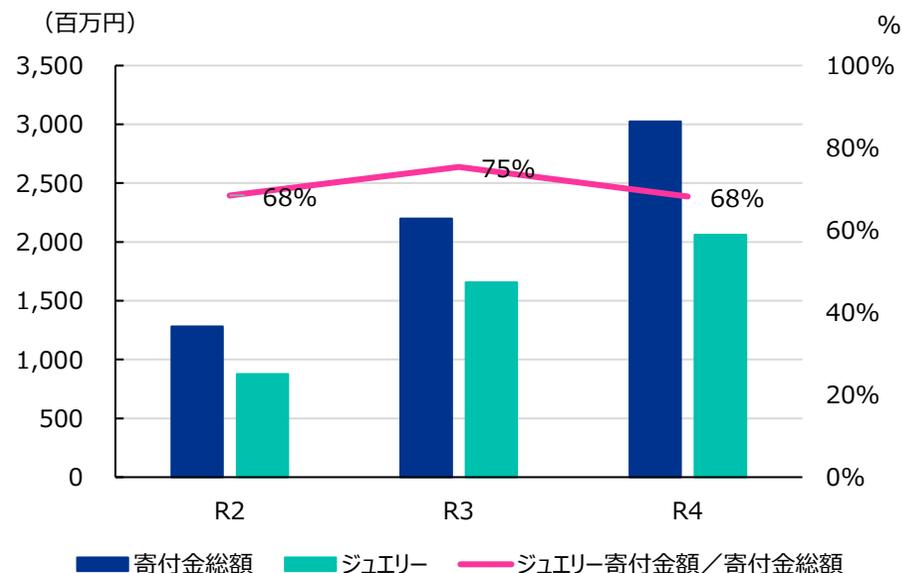
資料：東京商工リサーチ TSR企業情報

令和2年から甲府市ふるさと納税の返礼品のひとつとなった宝飾品区分への寄付金額は、寄付総額の約7割で推移、令和4年に20億円を超えた。

甲府市ふるさと納税総件数に占める
返礼品・宝飾品区分への寄付件数



甲府市ふるさと納税総額に占める
返礼品・宝飾品区分への寄付金額



ヒアリング調査で聴取した意見

- 甲府の宝飾品は、甲府市のふるさと納税の返礼品の中でも高い人気を誇っており、経済的な貢献は大きい。
- この点からも、市による継続的な宝飾産業への支援が望まれる。

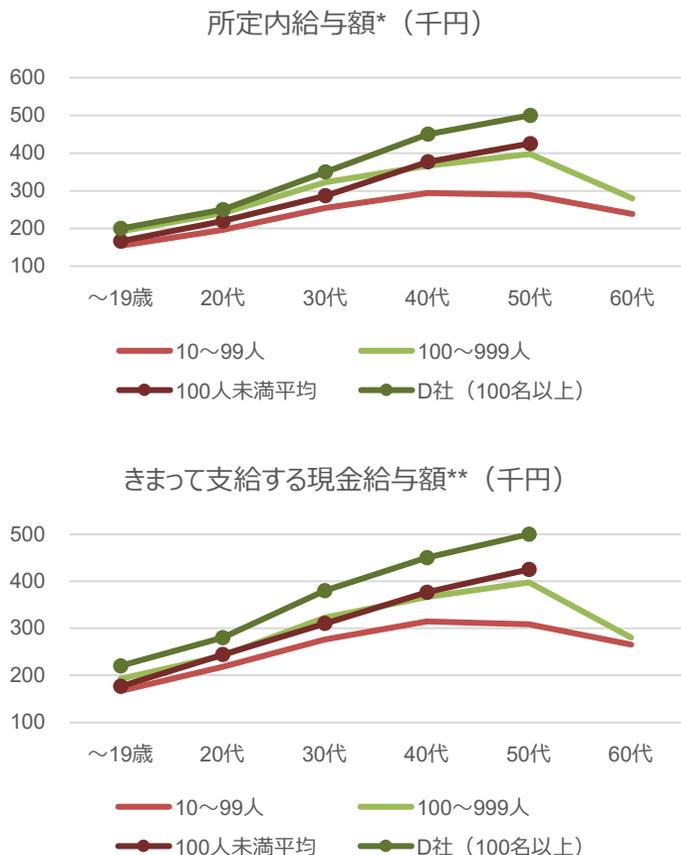
考察

- 返礼品（宝飾品区分）は、甲府市ふるさと納税の総件数に対しては約2割前後で推移している。
- 寄付金額は寄付総額の約7割を占め、経済的貢献度は大きい。

資料：甲府市

宝飾産業の賃金水準は、県内同規模水準（従業員数）の製造業と比較してもその色はない。賃金だけで見た場合、一定の採用競争力があると考えられる。

賃金モデル比較（製造業）



説明・考察

<賃金モデル比較の説明>

- 「令和3年賃金構造基本統計調査」から山梨県の製造業について賃金情報を収集。
- 「所定内給与額*」と「きまって支給する現金給与額**」データを収集した。従業員規模別に10~99人、100~999人規模の賃金モデルを構築。
- 続いて、A社からD社について、賃金水準の推移について聞き取り調査を行い、賃金モデルを設計。
- A社、B社、C社の平均賃金モデル（「100人未満平均」）とD社の賃金モデル（100名以上）を比較。

<考察>

- 20代~30代において、ある程度競争力があると考えられる。特に超過勤務手当を含めた金額は相応の競争力がある。
- 宝飾業界では、現状、40代・50代の従業員は少なく、回答された賃金水準は期待や想定を含んだ性質が強い可能性がある。

*所定内給与額…所定労働時間を勤務した場合に通常支給される給与のことで、基本給のほかに職務手当や家族手当などを含む。手取り額ではなく、税・社会保険料控除前。

**きまって支給する現金給与額…所定内給与額に時間外勤務手当などを加えたもので、月々支給される給与の総額のこと。

資料：厚生労働省 令和3年賃金構造基本統計調査

宝飾産業の販売チャネルは多様化している。この変容に柔軟に対応し、新たな販売チャネルを構築する企業も見られる。

変容するサプライチェーン*

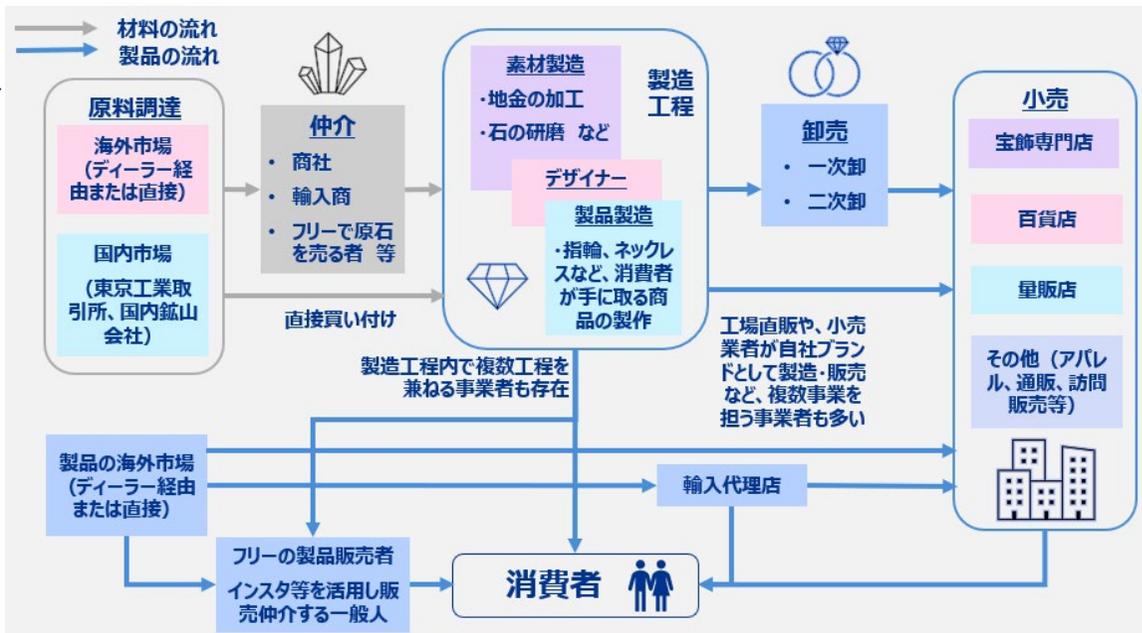
従来のモデル：

各々が自らの役割に特化。



変化の例：

- ・ 製造業者・小売の相互進出（卸売業者を介さない取引の増加）
- ・ 新しい販売形態の出現（SNS等を活用したEC、オンライン展示会）



公表情報等を基にKPMG作成



- 製造～卸～小売という甲府市における従来のバリューチェーン*に加えて、SNSの普及により、EC等の新たな販売チャネルが出現・拡大している。
- 製造から販売まで、一貫した、もしくは、複数の機能を持つ事業者が増加傾向にある。

用語の定義（経済産業省白書より引用）：サプライチェーンとは、商品の企画・開発から、原材料や部品などの調達、生産、在庫管理、配送、販売、消費までのプロセス全体を指し、商品が最終消費者に届くまでの「供給の連鎖」。バリューチェーンとは、付加価値の連鎖。

新たな需要の創出のためには、ブランド戦略・海外展開戦略の策定のほか、企業の経営基盤強化や人材確保のための支援が重要である。

調査内容のまとめ

- ◆ ブライダル製品需要の減少が国内需要にマイナス作用
- ◆ 海外需要の取り込みを視野に入れることが重要
- ◆ アジア諸国では、人口増加傾向・経済発展が見られ、宝飾品の新たな購入層となる中間層から富裕層までの増加が見込まれる。



甲府市が考えるミッション

- ◆ 国内市場における新たな需要の創出
- ◆ ターゲットとする国（地域）や所得層（中間所得層または高所得層）の設定
- ◆ 海外市場に販路拡大していくための「ブランド」づくり

➡ ミッション遂行のための課題として①ブランド戦略・海外展開戦略が不十分であること、②効果的な投資の計画・実行が不十分であることが挙げられる。

課題①ブランド戦略・海外展開戦略が不十分であること

- ◆ 1兆円の国内市場規模を軽視することなく、新たな需要を創出していくためには、コンセプトが必要である。
- ◆ 卸・製造といった業態間の連携が必要不可欠である。
- ◆ 海外市場に販路拡大していくためには、ニーズやトレンドに合わせた「製品」を売り出していく必要がある。

課題②効果的な投資の計画・実行が不十分であること

- ◆ 需要に応えられる供給体制の確保
- ◆ 新たなデザイン／技術の開発
- ◆ 世界の製造トレンドは、3DやCAD等の最新技術を用いている。
- ◆ 人材確保が急務である。

04

牽引産業の実態と主要課題

甲府市、及び甲府経済圏の牽引産業として、機械電子産業、及び観光産業が有望であると考えられる。甲府市産業ビジョンを実現していくためには、これら産業を起点とした地域への所得分配構造を強化し、地域経済の牽引力を高めていくことが重要であると考えられる。

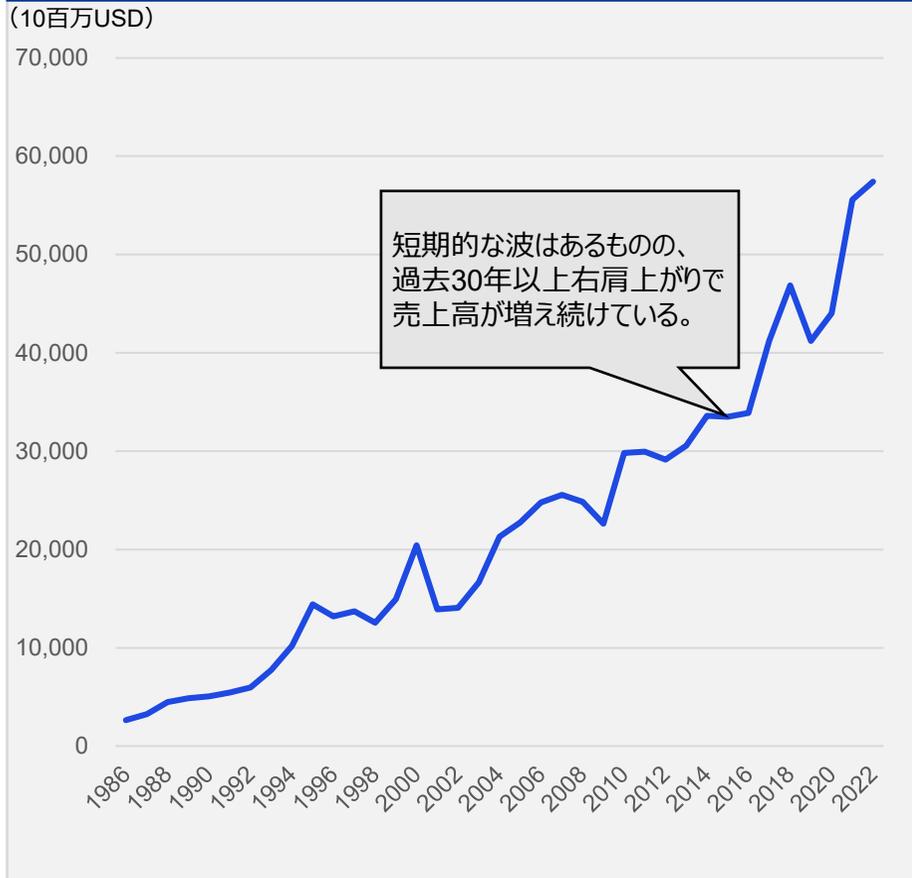
本章は、各種文献・ヒアリング調査を通じて、甲府市のこれら産業を取り巻く状況を把握し、地域経済牽引力を高めていく上での課題を抽出し、行政が取り得る産業振興施策の検討の基礎資料とするものである。

機械電子産業は、グローバル市場の力強い拡大や、我が国政府として経済安全保障の観点も含めた重点産業化等、追い風が期待される。一方、厳しい企業誘致・人材獲得競争が続く中、産業立地拠点としての甲府市の魅力増進が重要であることが指摘された。観光産業においては、インバウンドも含め成長を取り込んでいくために、観光コンテンツの開発・強化、受入環境の整備等が重要であると考えられる。

04-1 牽引産業①-機械電子産業の実態と見通し

半導体製造装置製造業を含む機械電子産業は、グローバル市場のアップトレンドを背景に今後も底堅い需要が期待できることから、関連産業への波及効果も期待される。

全世界の半導体総売上高推移



資料：一般社団法人電子情報技術産業協会 世界半導体市場統計 (WSTS)

ヒアリング調査で聴取した意見

- 国内大手企業には、サプライチェーンを海外から日本に回帰させる動向が見られる。
- 新型コロナ禍以前から製造業は比較的安定している。材料高騰・原料不足の影響は新型コロナ禍以前から受けていたが、大きなダメージはない模様。新型コロナ禍では、半導体の需要が多く、逆に業績は上向きだった。今後も半導体需要は底堅いと捉えている。
- 半導体産業は、市内の主力産業であるとの認識はあるが、機械関連装置や金属加工業も対象としたバランスの良い施策が必要である。

考察

- 国内生産拠点回帰（熊本・千歳等）が見られ、かつ、世界の半導体需要もアップトレンドであることから、半導体製造装置関連企業は、底堅い成長が期待できる。
- 周辺自治体に機械電子産業関連大規模工場が所在することによる経済波及効果を、幅広く取り込んでいくための方策を検討する必要がある。

半導体関連産業にかかる投資計画から、半導体製造装置を含む機械電子産業へのポジティブな影響が期待される。

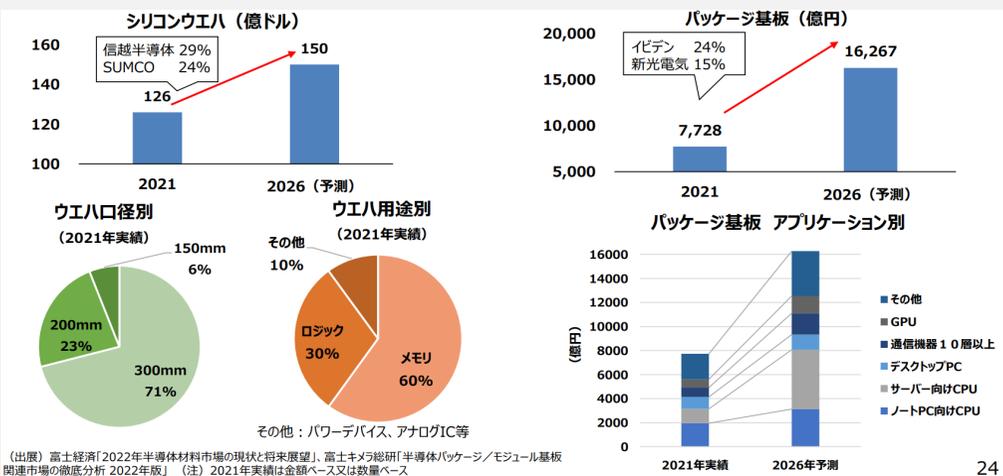
企業名	投資所在地 (自治体)	投資金額	事業内容
ラピダス	北海道千歳市	5兆円規模	次世代半導体の量産を目指す。2025年に試作ライン、20年代後半に量産ラインを立ち上げる目標を掲げる。工場の1棟目は23年9月に着工し、25年1月には完成する予定。大型投資の受け入れに向け、千歳市と北海道はそれぞれ新部署を立ち上げた。
日立パワーデバイス	茨城県日立市、 山梨県中央市 ほか	千数百億円規模	2027年までに電気自動車（EV）やエアコン向けなどのパワー半導体の生産能力を現状比約3倍に増やす。臨海工場の裏面工程を増強するほか、山梨工場のモジュール工程に自動化設備を導入して能力を増やす。また、委託先による設備投資に対しては、製品購入価格に上乗せする形で投資を負担。安定供給のため国内生産比率を現状の約5割を7割程度に引き上げる。
三菱電機	広島県福山市 ほか	1,300億円	2025年度までの今後5年間でパワー半導体事業に1300億円を投資。福山工場への12インチ（300mm）ウエハライン新設などを予定しており、2025年度までに2020年度比で生産能力を2倍にする方針。
ルネサスエレクトロニクス	山梨県甲斐市	900億円規模	300mmウエハ対応のパワー半導体生産ラインとして、2014年10月に閉鎖した甲府工場を2024年に稼働再開
東京エレクトロン	熊本県合志市	300億円	熊本県合志市の工場敷地内に開発棟を建設すると発表。2024年秋の完成を予定。特に加速する半導体の微細化などにいち早く対応できるように研究開発体制を強化する。
信和	宮城県大衡村	約12億円	周辺に半導体製造装置関連メーカーが進出する同地での新工場を建設を発表。2023年3月に着工し、同11月の操業開始を目指す。新工場の延べ床面積は約1900平方メートル、初年度の新規雇用は約10人を見込む。宮城県、大衡村と新工場建設に向けた協定を締結。新工場は山梨の本社工場（山梨県韮崎市）に次ぐ第二の製造拠点になる。BCP（事業継続計画）対策の狙いも。

資料：各種報道

半導体関連産業は、国家戦略の一つである「半導体・デジタル産業戦略」においても重要な位置を占める。国の施策とも連携することが効果的である。

令和5年6月「半導体・デジタル産業戦略」（経済産業省）の概要

- 技術を使いこなし、新たな付加価値を生み出すためにも、半導体や蓄電池、情報処理基盤、高度情報通信基盤等のデジタル産業基盤の整備・強化を迅速に進める必要がある。
- 気候変動が国際的な課題となる中、持続的な成長を実現するためにもデジタル化と脱炭素化の両立（GX）を進める必要がある。これに対して半導体の進化は極めて有効。半導体の進化は性能向上とエネルギー効率向上を両立してきた歴史であり、GX実現のためにも先端性の高い半導体の確保が重要。
- 半導体部素材市場は半導体市場と合わせて大きく成長する見込みであり、シリコンウエハやパッケージ基板等、日本企業が強い世界シェアを有する部素材が多数存在。世界への供給責任を果たしていく必要がある。
- 本戦略に基づく取組は、デジタル関連産業の成長・発展に加え、デジタル技術を用いた新しい製品・サービスの創出、GXや経済安保の確保等の社会課題の解決、さらには「国内投資の拡大、イノベーションの加速、所得向上」といった好循環を生み出す。



考察

- ➡ 5年のスパンで見ると、各部素材の需要の増加が期待できる。また、世界のインターネットトラフィックの予測などを基に、半導体需要は、2030年までに約2倍、2050年までに約8倍になるとの推計もある。
- デジタル関連産業である半導体製造装置関連分野に力を入れることは、多面的な好循環を生みだすことが想定される。

資料：経済産業省 半導体・デジタル産業戦略

半導体製造装置製造拠点として求められる要件とは、優秀な人材の居住地であることが挙げられており、行政にはそういった環境を整える施策を講じることが期待される。

ヒアリング調査で聴取した意見

- 共に成長してきた地場サプライヤーがいること、我々が求める技術力があること、製造委託先や下請企業が周囲にあることが、長期にわたり、苅崎に留まっている理由である。
- 製造拠点として、分割された全工程の製造ができることが担保されていることが必要。
- 空気のきれいさ等の地域的環境性よりも、インフラが重要で、主幹道路や空路へのアクセスの良さというは必ず検討される。
- 商社が親会社であるため7割が海外のクライアントである。都心からの距離やクライアントとの距離はさほど重要ではない。この場所でなければならないというこだわりもない。それよりも、確かな技術力と人的リソースの確保が重要。
- 生産拠点として最も重要なのは人的リソースの確保である。人的リソースの確保のためには、多くの人、特に若年層に、居住地として選ばれる地域でなければならない。
- 理系の優秀な人材を求めている。

考察

- 最も重要な人的リソースの安定的・持続的な確保のためには、人材の居住地として選ばれることが必要である。行政には、そういった環境を整える施策を講じることが期待されている。
- 大学、特に、理系のレベルアップのための施策が期待されている。
- 都心からの距離やクライアントとの距離よりも、主幹道路や空路へのアクセスの良さといったインフラが重視されている。
- リニア開通の効果として、人が集まる、すなわち、優秀な人材確保の可能性が高まることが期待されている。

東京エレクトロンテクノロジーソリューションズ社ヒアリング結果を基にKPMG作成

リニア開通を見据えた企業誘致施策や新時代の産業構造転換を図るための戦略が必要である。同時に、既存企業の事業承継や持続可能な経営も支援すべきである。

調査内容のまとめ

- ◆ 世界の半導体需要のアップトレンドの中、国内では生産拠点回帰の動きが見られる。
- ◆ 国家戦略においても持続可能な成長を実現するためにデジタル化と脱炭素化（GX）の両立を進めることとされており、これには先端性の高い半導体の確保が重要とされている。
- ◆ 近隣自治体と比較すると、甲府市は地価が高いことが、工場誘致の課題の一つである。また、企業城下町を形成するだけの土地がない。
- ◆ 近隣自治体には大規模工場が複数存在している。



甲府市が考えるミッション

- ◆ 本社機能や研究開発機能を有した企業の誘致
- ◆ リニア開通を見据えた「まちづくりに資する」企業の誘致など、エリア価値の向上
- ◆ イノベーションの加速
- ◆ 事業のマッチングや企業育成

➡ ミッション遂行のための課題として③企業誘致の見通しが立っていないこと、④新時代の産業構造転換に向けた戦略が不存在であること、⑤事業承継・持続可能性の担保・大企業への依存度が高いことが挙げられる。

課題③ 企業誘致の見通しが立っていないこと

- ◆ 規制緩和
- ◆ 税制優遇策
- ◆ 高度人材の活用

課題④ 新時代の産業構造転換に向けた戦略が不存在であること

- ◆ リニア駅周辺エリアのまちづくり
- ◆ リニア開通の経済効果を見据えた中長期的な戦略策定

課題⑤ 事業承継・持続可能性の担保・大企業への依存度が高いこと

- ◆ スタートアップの育成
- ◆ 経営基盤強化
- ◆ 後継者・人材確保支援
- ◆ 特定技能等、外国人材の活用

04-2 牽引産業②-観光産業の実態と見通し

甲府市の観光客数は類似他都市と比較すると少ないが、リニア開通等のポジティブな要因を追い風に、発展の余地がある。

類似の特性を持つ都市との比較



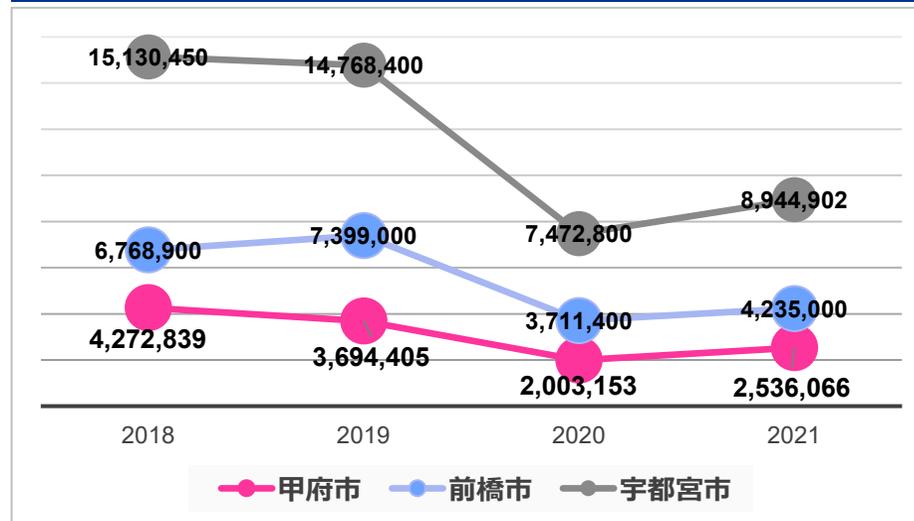
類似他都市：
東京から近似直線距離にある、県庁所在地（前橋市、宇都宮市）を想定

資料：国土地理院

	甲府市	前橋市	宇都宮市
人口*	184,599人 (R6.2現在)	329,244人 (R6.2現在)	513,913人 (R6.1現在)
東京からの直線距離	約108km	約99.8km	約98.2km
同所要時間(車)	約230分	約209分	約206分
同所要時間(電車)	2時間前後 (特急)	1時間前後 (新幹線)	1時間前後 (新幹線)

* 資料：甲府市HP（住民基本台帳人口・世帯数）、前橋市HP（住民基本台帳の人口及び世帯数）、宇都宮市HP（宇都宮市の人口・面積など）

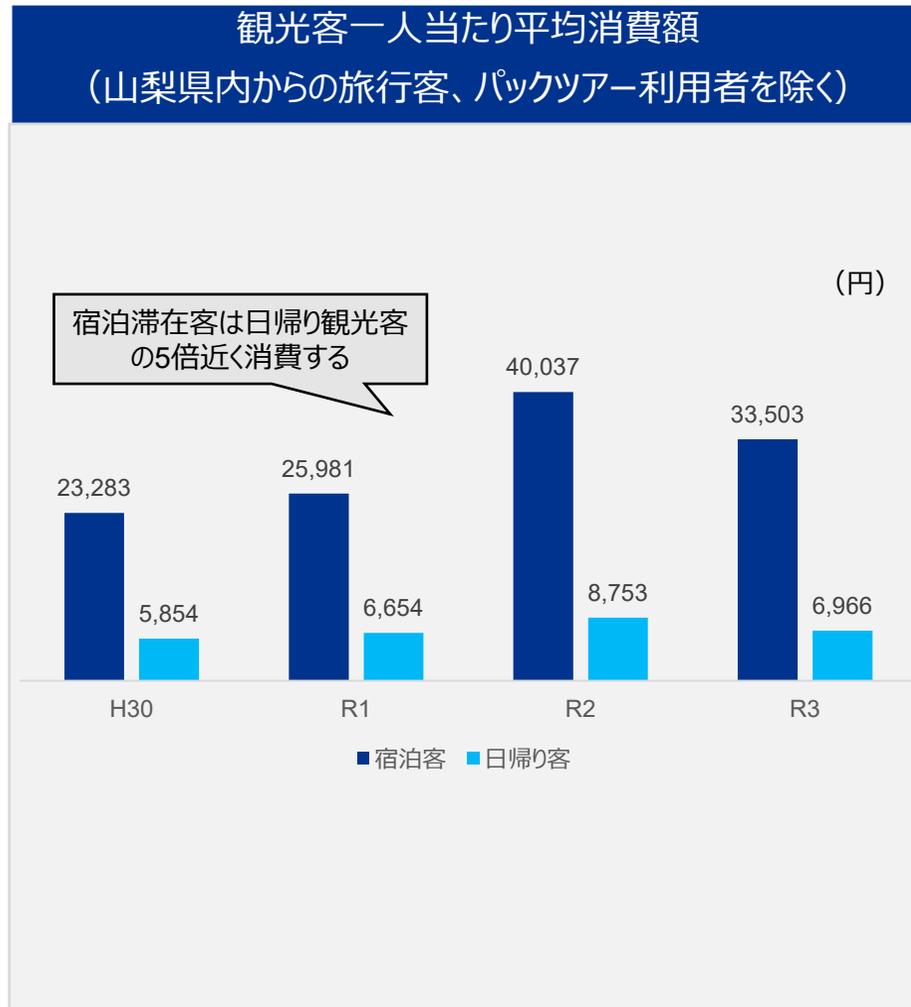
観光入込客数比較



資料：山梨県、群馬県、栃木県 観光入込客にかかる統計調査報告書

甲府、前橋、宇都宮はいずれも東京からの直線距離で100Km前後で、東京からの車移動には約3時間半。しかし鉄道利用の場合、前橋市・宇都宮市は新幹線で1時間前後であるのに対し、甲府市は特急で2時間前後と差がある。

観光産業の発展のためには、国内外の富裕層やインバウンド、宿泊者といった消費単価の高い観光客を増やす施策を検討すべきである。



ヒアリング調査で聴取した意見

- 甲府駅から観光地までの交通手段がない。二次交通の整備・充実が課題。街がコンパクトにまとまっており、周辺地域に足を延ばすのが難しい。
- 甲府駅には、複数の大型観光バスの待機・駐車スペースがないことが、ツアー客の取り込みへのデメリットとなっている。
- 集客力のある宿泊施設、富裕層やインバウンドが好む宿泊施設がない。
- 魅力的な観光コンテンツ、特に若年層や富裕層にアピールするものがない。
- 宝飾産業との連携やワイン・果樹等の地元産品の活用を検討すべき。
- 宿泊施設における労働者不足により、フル稼働できないという機会損失が生じている。新型コロナ禍で離職した人員が戻って来ない。

考察

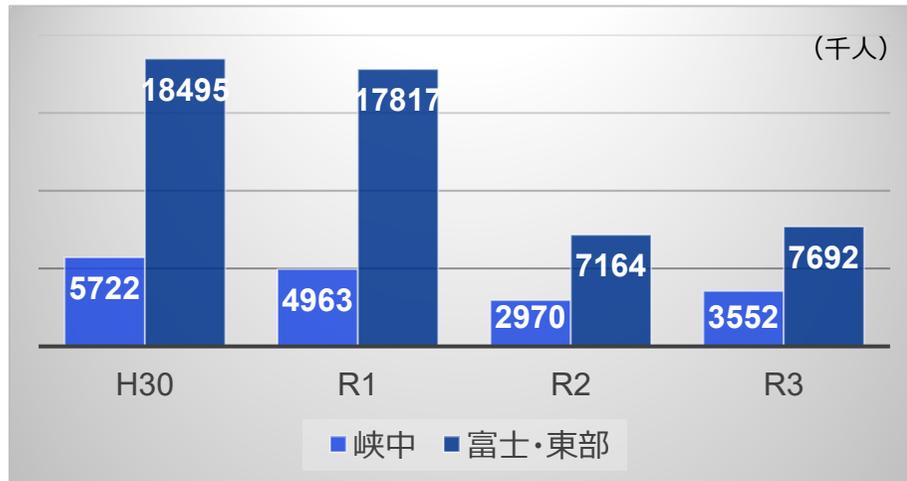
- 平均消費額の観点から、国内外の富裕層・インバウンドの取り込みを含めた宿泊滞在者増加のための施策が有効と考えられる。
- 二次交通の整備・充実、国内外の富裕層やインバウンドにアピール可能な宿泊施設や飲食店の充実等、観光コンテンツの開発を検討することが重要である。
- 特定技能制度や国家戦略特区を活用し、宿泊業に外国人材の取り込みを検討すべきである。

資料：山梨県観光入込客統計調査報告書（令和元年・令和3年）

富士山観光を目的とした観光客が、甲府市に滞在し、周遊する仕組みづくりが重要である。集客力の高いジュエリー展を観光コンテンツの一つとして発展させることが期待される。

富士山観光客の峡中地域への取り込みが重要

甲府を含む「峡中」地域の観光客は、「富士・東部」地域の半分以下。
新型コロナ禍の影響がない(海外含む遠方客が多い) R1、H30では3分の1以下となっている。



富士・東部地域の観光入込客は、富士吉田・河口湖・三つ峠周辺で約42%を占める (R1、H30とも)。富士山五合目観光客とは別に計上されていることから、富士山自体の登山・観光客というより、周辺地域を目的とした観光客と考えられる。特にこの層を、甲府市の観光資源に回遊させることが重要であり、それにえられるインフラや人員の確保が課題である。

ヒアリング調査で聴取した意見

- 世界遺産である富士山は、国内旅行者・インバウンド双方に強い集客力がある。これは山梨県にとっては大きな強みであるが、甲府市に限ると、このメリットを享受できていない。富士山や富士五湖周辺の観光客を甲府市に呼び込むための施策を講じる必要がある。
- リニア開通による観光産業発展へのプラス効果が期待されるが、観光資源の乏しい甲府市を訪問したいと思わせるコンテンツが必要である。
- 甲府市で開催されるジュエリー展は、大きな集客力があり、「宝石のまち甲府」をアピールする手段としても有効である。

考察

- 山梨県内の他の自治体と連携し、富士山とその周辺観光を目的とした観光客を県内に分散させる施策を講じるべき。そのためには、富士山をはじめとする県内の観光地を結ぶ二次交通の整備・充実が必要である。
- 甲府市の観光コンテンツを開発する必要がある。宝飾産業との連携、ワインや果樹といった地元産品の活用を合わせたコンテンツ開発が考えられる。
- 甲府市で開催されるジュエリーフェアは5,000人以上が来訪するものもある。訪問客の市内宿泊を促すことで、飲食業といった他産業への経済波及効果が期待できる。

資料：山梨県観光入込客統計調査報告書（令和元年・令和3年）

富士山をはじめとする集客力の高い近隣観光地を目的とした、観光客の甲府市滞在を促す仕組みの構築が必要である。

調査結果のまとめ

- ◆ 東京からの直線距離（100km前後）が同等である都市に比べ、甲府市への移動には時間がかかる。
- ◆ 山梨県内の他の自治体と連携し、富士山とその周辺観光を目的とした観光客を県内に分散させる施策を講じるべき。
- ◆ 富士山をはじめとする観光地を結ぶ二次交通の整備・拡充が必要。
- ◆ 甲府市で開催されるジュエリーフェアは5,000人以上が来訪。
- ◆ 来訪者の市内宿泊を促すことで、飲食業といった他産業への経済波及効果が期待できる。



甲府市が考えるミッション

- ◆ リニア開通による経済効果を、観光産業にも波及させる。
- ◆ 富士山やジュエリー展といった集客力の高い観光資源と、リニア駅・主要駅・主幹道路等をつなぐ、利便性の高い二次交通の整備。
- ◆ 富士山エリアへの来訪者を対象とした、甲府圏域へのツアーの造成。
- ◆ 継続的なジュエリー展の開催。
- ◆ 経済効果創出に繋がる消費機会・コンテンツの整備。

➡ ミッション遂行のための課題として⑥観光域内循環システムが不十分であることが挙げられる。

課題⑥ 観光域内循環システムが不十分であること

- ◆ 交通インフラの整備
- ◆ 観光Maasの活用
- ◆ リニア駅周辺エリアのまちづくり計画の策定
- ◆ 消費機会・コンテンツ整備に向けた計画の策定

05

新たな産業施策の構築に向けたアプローチ (課題解決に向けたロードマップの策定)

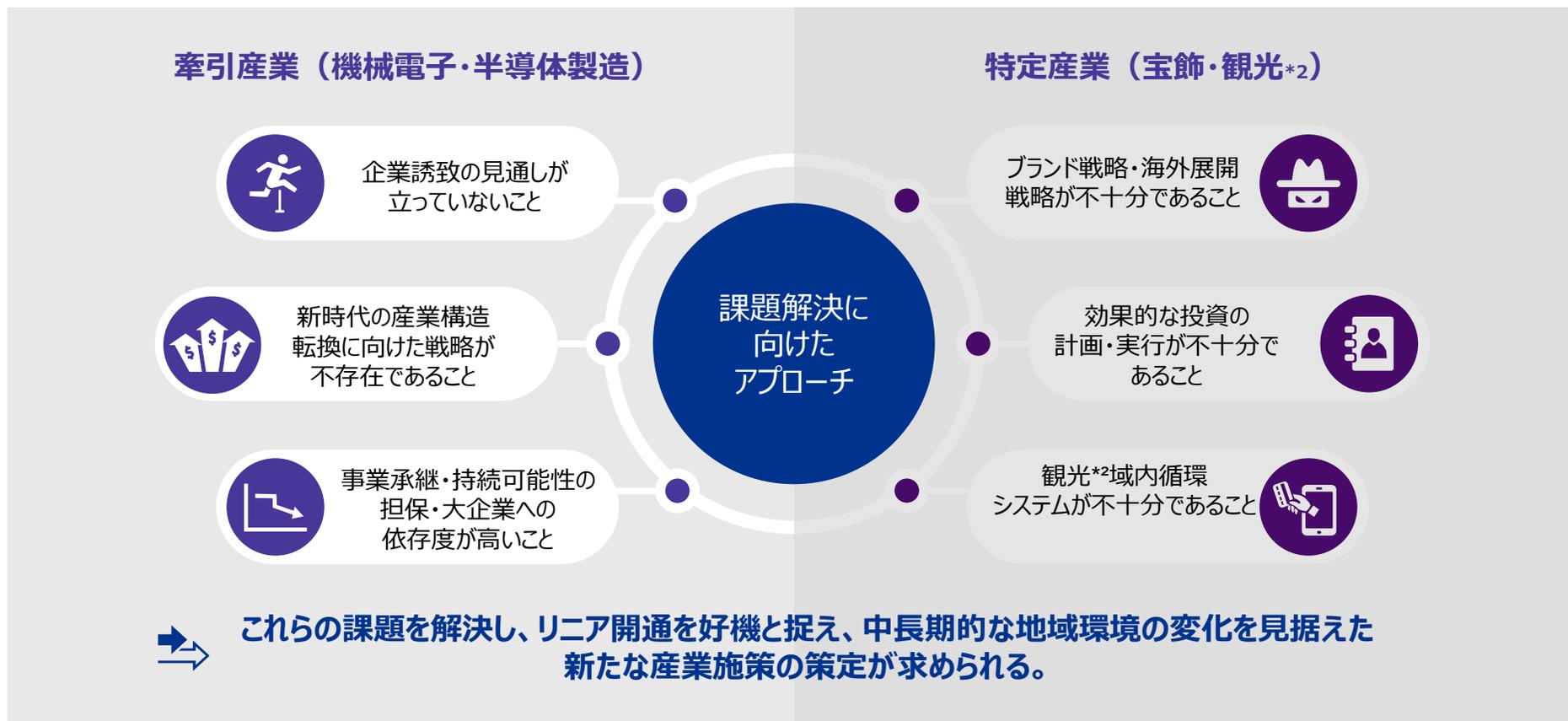
本章は、本事業のこれまでの調査・分析を踏まえ、「甲府市産業ビジョン」の具体化に向け、新たな産業施策の構築に向けたアプローチを、政策提言として提示するものである。

宝飾産業においては、甲府市内企業の付加価値創出力を高め、同産業の企業・労働者への所得分配を強化していくために、「甲府ジュエリー」ブランドの構築・強化が重要である。その際、他の自治体や民間企業の事例を参考に、重要な要素を取り入れつつ、甲府市宝飾産業の実態と課題を踏まえた戦略を策定し、具体的な施策に落とし込み、着実に実施していくことが重要である。特に、官民連携を強化しつつ、民間事業者の主体的な取組を支援していくための仕組みづくりが期待される。

牽引産業においては、企業誘致・育成、人材育成等が中心的なテーマとなるが、リニア開通を見据えたまちづくり施策も含め、規制緩和、減税、補助金、事業承継や販路拡大・マッチング支援等、取り得る施策を総動員して、地域経済の循環構造の強化をしていくことが重要である。

甲府市の牽引産業と特定産業が抱える課題の解決により、社会的インパクト*₁と経済効果を創出することを目指す。

甲府市産業構造における主要課題



※1 社会的インパクト…短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的なアウトカムのこと（内閣府）

※2 観光は既に県内主力産業であり、牽引産業に含まれるという見解もあるが、今後宝飾産業との相乗効果が期待されることから、ここからは特定産業として整理する。

宝飾産業の固有性・特殊性に配慮しつつ、品質・技術力の向上に伴い、甲府市の宝飾産業の集積性を強みとできるような「甲府ジュエリー」ブランドの確立を目指す。

課題①ブランド戦略・海外展開戦略が不十分であること

課題②効果的な投資の計画・実行が不十分であること

➔ブランド確立のためには、①1つのコンセプトのもと統一製品を開発し「甲府ジュエリー」としてブランド化を図ること、②甲府の宝飾関係企業の製品を「甲府ジュエリー」としてブランド化を図ること、の2つの方向性が考えられる。ファーストステップとして、官民産が連携した協議会等議論の場を設置し、目指すべき方向性を協議していくことが重要である。

➔「甲府ジュエリー」ブランドの確立のための活動を企業が行う前提として、宝飾関係企業の経営基盤が安定的・持続的であることが必要である。企業の経営基盤強化のための支援、海外展開をより円滑にし、支援する制度整備が期待されている。

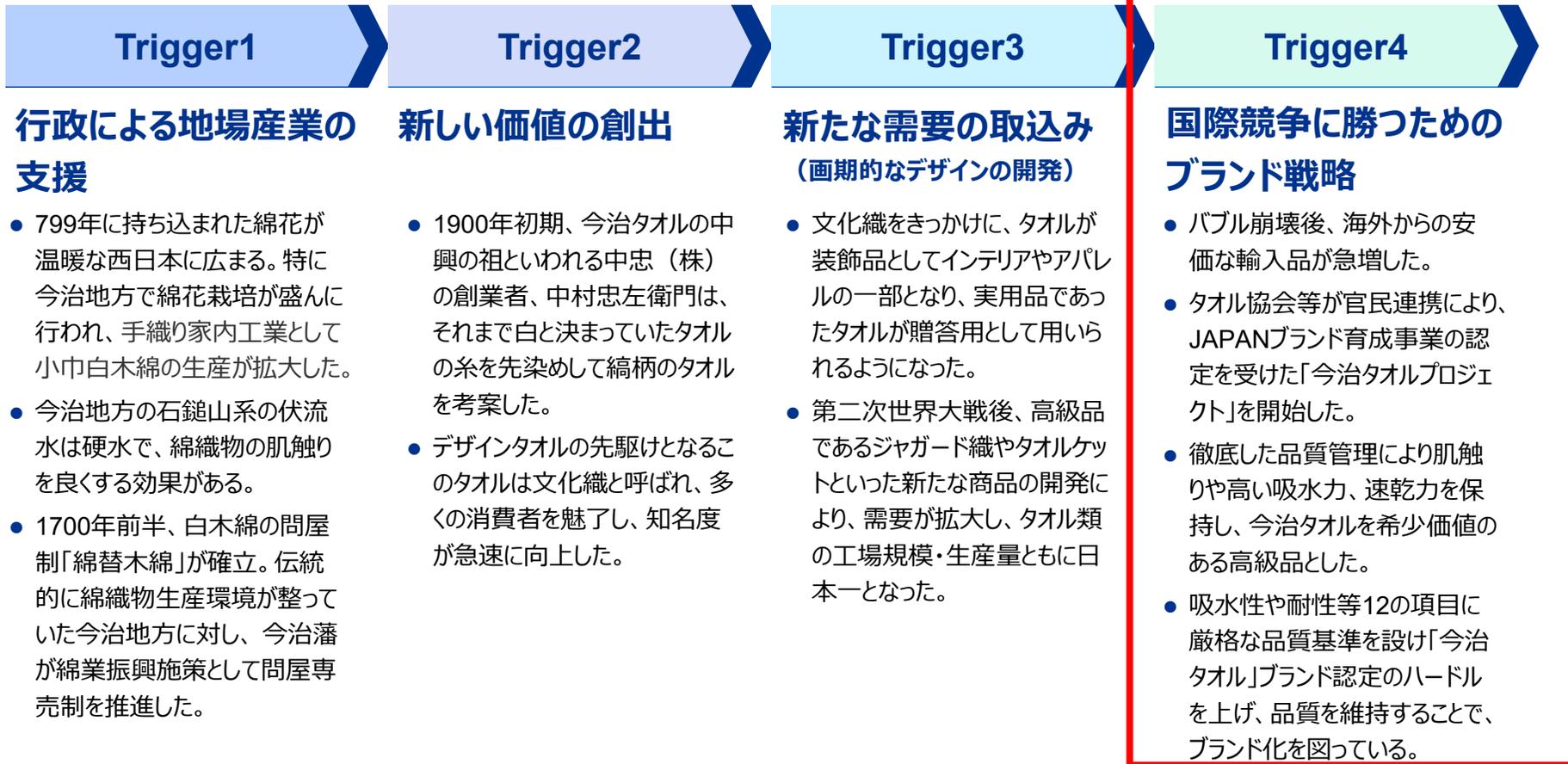
➔職人の人材育成には他産業と比較し特に長期を要すること、「ブランド」という定性的な概念が価格を左右する等の宝飾産業の固有性・特殊性に配慮して、施策を講じる必要がある。

主要課題	課題解決に向けた検討の必要性	課題解決に向けたステップ
<p>1 ブランド戦略・海外展開戦略が不十分であること</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内市場は縮小傾向 ➔新規需要創出・開拓の必要性 ■ 海外市場の拡大予測 ➔ターゲット市場の選定等対策の必要性 ■ 関税非対称性の解消、MOU締結 ➔海外展開の側面支援の必要性 	<p>フェーズ1：ブランドコンセプトの設定のための官民連携取組み体制の構築</p> <p>フェーズ2：国内市場への展開戦略</p> <p>フェーズ3：海外市場への展開戦略</p>
<p>2 効果的な投資の計画・実行が不十分であること</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 職人の人材確保には長期を要する ➔人材確保の必要性 ■ CADや3Dプリンタ等新たな技術の出現 ➔最新技術活用のための設備投資支援の必要性 	<p>フェーズ1：効果的な投資を協議するための官民連携取組み体制の構築</p> <p>フェーズ2：設備投資支援策の検討</p> <p>フェーズ3：人材確保の検討</p>

今治タオルは、行政による地場産業活性化施策の下、厳しいブランド認定基準を設け、高品質を保証することで、ブランドを確立した。

現在、日本国内のタオル生産量の50%～60%を占めると言われている。海外展示会・見本市に積極的に参加し、海外における知名度向上に繋がった。

今治タオルの成長トリガー



資料：今治タオルの歴史 | 今治タオル製造・販売・通販 | 中忠株式会社 (nakachu.co.jp), imabaritowelproject.pdf (city.imabari.ehime.jp)

「JAPANブランド育成支援事業」の採択を契機に、今治タオルのブランド化に向けた取組が本格化した。

行政マンによる育成支援事業活用の提案が、ブランド確立の契機の一つとして挙げられる。



imabari towel
Japan

ケーススタディ：今治タオル

<ブランド確立の経緯>

- 四国経済産業局から今治市役所商工労政課に出向していた濱田氏が「JAPAN ブランド」確立の提案。
- 平成18年度から21年度にかけて、今治商工会議所、今治市役所、四国タオル工業組合が連携して、中小事業庁の「[JAPANブランド育成支援事業](#)」を活用し、「今治タオルプロジェクト」を実施。
- プロジェクトコーディネーターとして、外部専門家を活用。佐藤可士和氏をクリエイティブディレクターとし、ブランド構築に取り組んだ。
- 今治タオルのブランドマーク・ロゴを開発し、四国タオル工業組合が定めた品質基準をクリアしたものに、ブランドマーク・ロゴを付与する仕組みを構築。
- 知名度向上、今治タオルは「高級品である」という消費者のイメージ定着を目的に、伊勢丹本店をブランド発信地に選定。メディアも積極的に活用。
- イタリア・ミラノの「マチェフ」展、「上海国際ギフト展」といった著名な海外展示会・見本市への出展により、国際的な知名度が向上。一定の評価を受け、海外販路が拡大した。

<今治タオルプロジェクト>

支援内容	年度	短期目標	活動内容
ブランド確立支援	2006	差別化	①ブランド・ロゴ作成 ②新商品開発 ③今治見本帳の作成 ④メディアプロモーション
	2007	知名度向上	①国内展示会への出展 ②新商品開発 ③タオルソムリエ資格試験制度の実施 ④メディアプロモーション
	2008	国内市場の醸成	①国内展示会への出展 ②新商品開発 ③タオルマイスター制度の整備 ④メディアプロモーション
先進的ブランド展開支援	2009	JAPANブランドの確立	①海外展示会への出展 ②国内展示会の開催（海外展示会と連動） ③新商品開発 ④メディアプロモーション

資料：ワールドタオルウェブサイト、今治タオル公式ブランドサイト、政府販売促進オンライン

TIFFANY & Co.は、社会情勢の迅速・的確な把握、消費者の潜在的ニーズの的確な把握を基に事業戦略を展開し、拡大を遂げた。

現在では、安価なシルバーアクセサリから高価なハイジュエリーまで展開、価格帯によりターゲットを明確化しつつ、製品開発や販売促進戦略策定に取り組む。

TIFFANY & Co.の成長トリガー



社会情勢を迅速・的確に把握し、集中投資

- 1848年のフランス二月革命を機にダイヤモンド等の宝石価格が急落した。
- ティファニーは全資産を石の買付に投資した。
- また、アメリカに亡命したフランス貴族からも石を買付け、米国内で有数の宝石在庫保有者となった。
- 生産・販売数が増加し、米国富裕層が国内でジュエリーを購入することが可能となった。

新しい価値の創出

- 1851年当初、アクセサリには使われていなかったシルバーを使用したジュエリーを発表した。
- 安価なシルバー製品は幅広いファンを獲得した。
- 米国企業として初めてシルバーの純度規格を設定し、シルバーアクセサリの先駆者としての地位を確立した。

新たな需要の取込み (画期的なデザイン・機能の開発)

- 1886年に発表された「ティファニー® セッティング」は、発売当時画期的かつ斬新なデザインであった。
- 指輪として米国内の女性の圧倒的な指示を得、ブライダル需要を大きく取り込んだ。
- 現在の婚約指輪の一般的なイメージを確立したと言われる。
- シルバーアクセサリの先駆者としての地位を確立した。

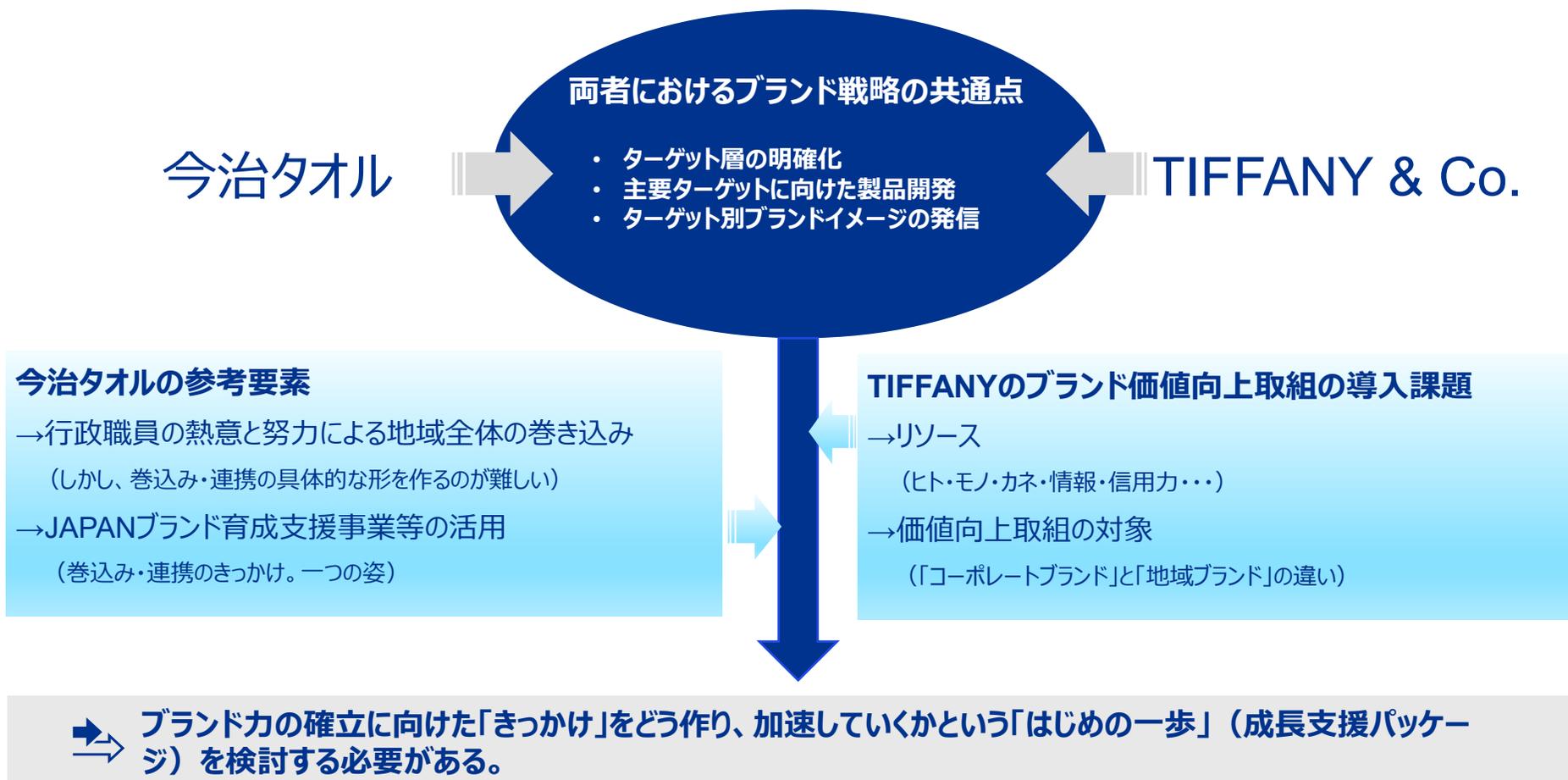
販売促進・ブランド戦略

- 「ティファニーで朝食を」をはじめとした多くの映画撮影に協力し、世界的な知名度向上に成功した。
- 世界トップモデルやハリウッド俳優を広告に起用し、ハイブランドをアピールした。
- アニメキャラクターとのコラボレーションを行うなど、広い層へのブランドアピールに注力した。

➡ **甲府宝飾産業界インタビューにおいても、これらの4つのトリガーに取り組むべきという意見が多数聞かれた。**

資料 : Charles L Tiffany and the House of TIFFANY & Co

今治タオルとTIFFANY & Co.のブランド戦略には、明確な「コンセプト」があるという点で共通している。「甲府ジュエリー」ブランドの確立には、明確な「コンセプト」の設定が必須である。



市の財政への貢献度が高く、甲府市の特色ある産業である、宝飾産業の発展のためには、海外展開を見据えたブランドの確立が必要である。そのために、ステークホルダーの連携が重要となる。

- 今治タオルとTIFFANY & Co.のブランド戦略を考察すると、「ターゲット層の明確化とそれに向けた製品開発及びブランドイメージの発信」という共通点が考察された。
- 宝飾品は、機能性よりも「デザイン」「ブランドのイメージ」といった定性的な概念が重視されるという特性があるため、一定の評価軸の設定が難しいという側面がある。このことから、複数の成功事例からブランディング戦略を検討すべきである。
- 今治の例では、**行政職員の熱意と努力が地域全体を巻き込み**、ブランディング戦略を推進したことで、ブランド化に成功した。
- 世界トップジュエリーブランドのブランド戦略は、甲府市の中堅中小宝飾関係企業がそのまま取り入れることは現実的には難しい。そのため以下のような取組を行政が担い、甲府市の宝飾産業界全体を強力に後押ししていくことが望ましい。
- 世界トップジュエリーブランドの戦略においても、実効性の高いものに対し集中的にリソースを投下することがブランドの確立に貢献している。
- 甲府市の中堅中小宝飾関係企業が持つ独自の技術の強みを伸ばし、多様で高い技術力の集積により作りだされるモノをブランド化していくためには、以下のような取組を行政が担い、甲府市の宝飾産業界の推進力を後押ししていくことが望ましい。

市内事業者のブランド力の確立に向けた支援パッケージの検討

- ◆ 戦略策定：「甲府ジュエリー」をどのようなブランドとしたいのか、ターゲットの明確化
- ◆ 投資支援：技術開発や新規製品開発のための設備導入の支援
- ◆ 販売促進支援：宝飾関係イベントの質向上への支援の検討
- ◆ 人材確保：ブランドの中核となる人材確保・育成を支援



Next Step：「甲府ジュエリー」ブランドの確立を目的とした成長支援パッケージの詳細設計と投資対効果の検討

宝飾産業を取り巻く状況～ヒアリング調査に基づく考察

宝飾産業の成長に向けた課題意識として、海外市場開拓の重要性、そのためのブランドの確立に向けた戦略策定の必要性、人材確保投資に関する負担の重さ等が、多く挙げられた。

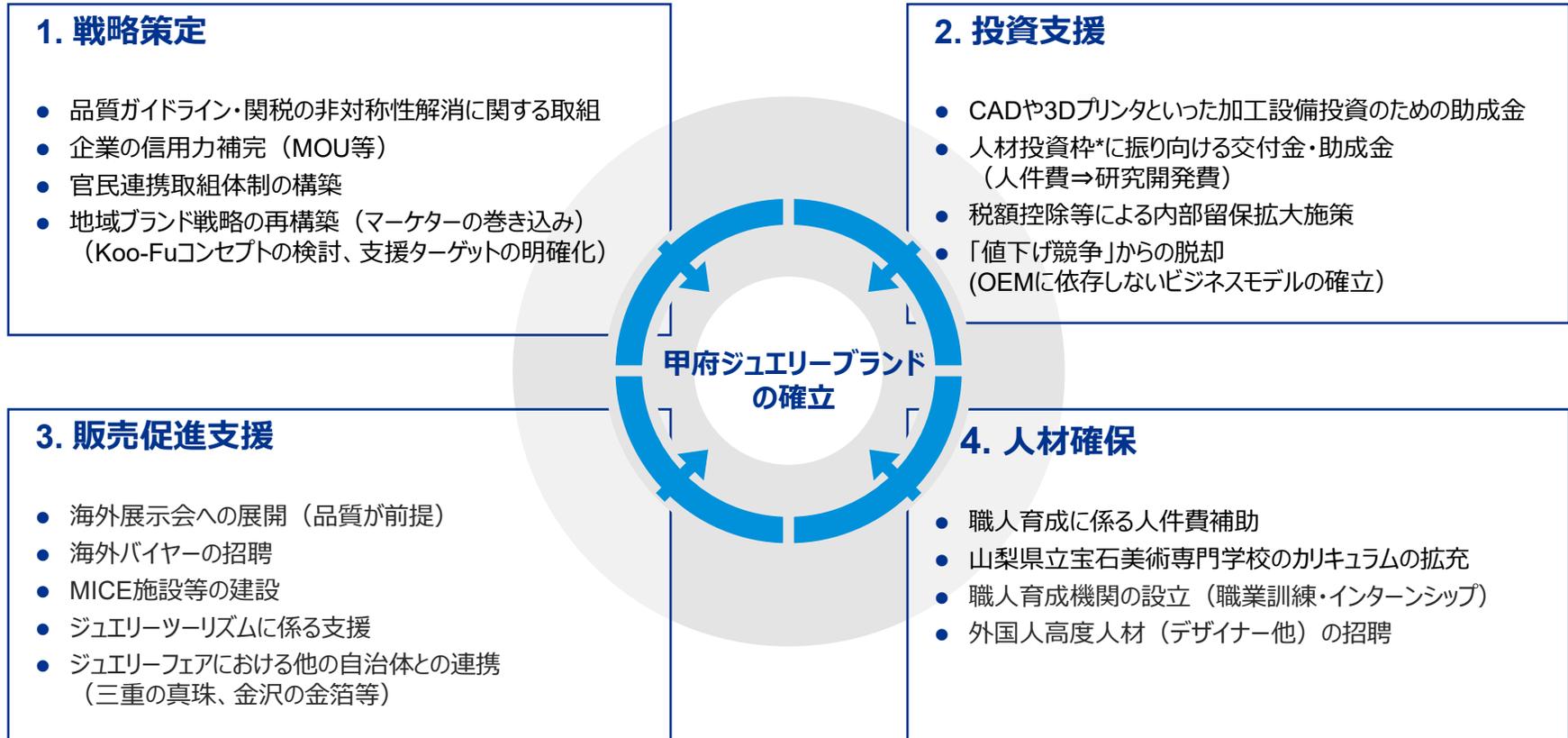
ヒアリング調査で聴取した意見

- 多くの宝飾関係企業が海外のジュエリー展に出展するなど海外を視野に入れた活動を行っている。関税非対称の解消、MOU締結等、海外進出を後押しするような支援を期待したい。
- どの業界も人材不足という課題があるが、サービス業と宝飾産業の根本的な相違点は、ノウハウや技術が身に付くのに非常に長い時間を要することである。
- 人材確保に投資できる企業とそうでない企業があり、その格差は拡大していくと考えている。
- Koo-fuは賛否両論である。一つの地域ブランドを構築することは難しいという意見、個々の企業は各々の利益を追求しなければならないという意見も多い。
- 宝飾品に特化した高級なものや観光産業とも提携し、外国人にも魅力的なものを作っていく必要がある。そういった取組により、知名度が高まり、ひいてはブランド化にもつながる。
- ジュエリー展の中には、数千人の集客力を持つものもある。この集客力を活かす施策を検討すべき。
- 甲府市・山梨県等（官）と宝飾事業者・財界（民）が、宝飾産業の発展に向けて様々な取組を連携する体制の構築を期待したい。

考察

- 関税非対称性の解消やMOU締結等の国への働きかけは行政にしかできない。他方、こういった制度は海外進出の強力な後押しとなることから、積極的に進むべきである。
- 宝飾業界の人材不足は、業界の安定性・将来性といった評価もあるが、各社の採用余力が大きくないことにも要因がある。
- 人材確保は宝飾産業の成長・発展に不可欠の取組であるが、多くの時間と投資を要する。利益率の低い状態でこうした投資を行うには企業体力が必要であり、この点の支援策が求められる。
- 新市場創出・海外市場開拓が、甲府市の宝飾産業の成長・発展において重要であり、そのためには顧客・市場から評価されるブランドの構築が前提条件となる。
- ブランドは各企業製品の品質・信頼度の集合体ともいえるし、地域ブランドのような形態かもしれないが、どのようにブランドを高めていか、官民連携の下、戦略を策定していくことが重要である。
- ブランドの確立に必要な投資・販売促進・人材確保等の視点から必要な取組を適時適切に行うとともに、観光産業から生まれる富裕層やインバウンドへの啓蒙・普及の機会を捉えられるとよい。
- ブランド価値向上に向け、こうした取組をけん引する官民連携体制の構築が必要である。

必要なタイミングで必要な支援をすることで企業の成長を後押し「甲府ジュエリー」ブランドの確立を実現する。



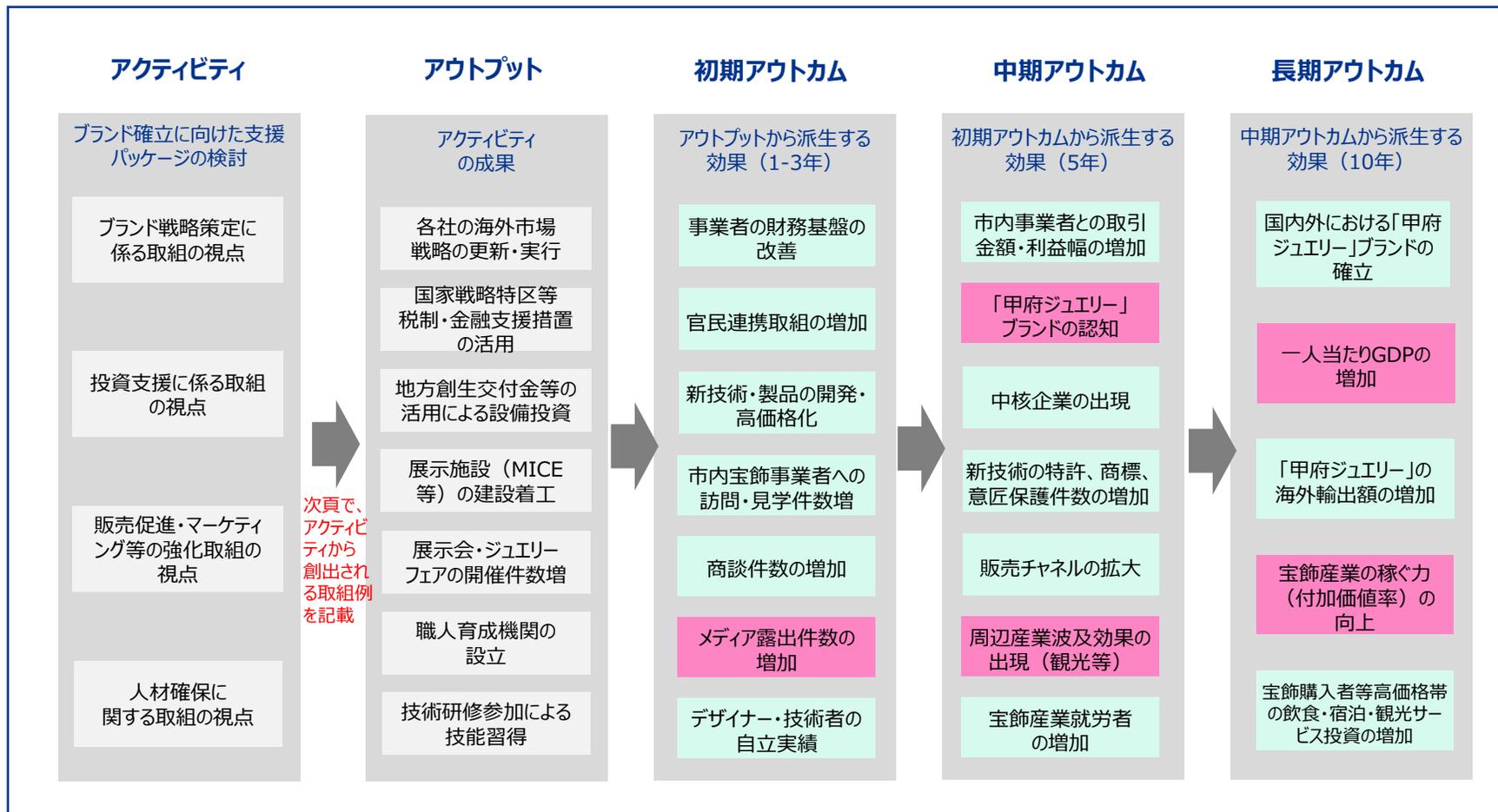
➡ **このような施策の推進においては、地方創生推進交付金や国家戦略特区、JAPANブランド育成支援等事業といった国の支援措置の積極的な活用も合わせて検討することも一案である。**

* OEMや受注生産が中心であり、資金繰り懸念はあまり聞かれなかった一方、利益率の低さから投資枠の確保が各社困難となっているのが実態。

インタビューを基にKPMG作成

ブランド確立に向けた官民連携の取組により、宝飾産業のブランド価値向上を実感できるアウトカムを目指す。最終的には、宝飾産業の「稼ぐ力」向上につながる。

「甲府ジュエリー」ブランドの確立に向けた取組から「一人当たりGDPの増加」までのロジックモデル（案）



インタビューを基にKPMG作成

宝飾産業が抱える主要課題に対し、戦略策定・投資支援・販売促進支援・人材確保の観点から様々な取組内容を、産業部主導の下に推進していくことが期待される。

特定産業における主要課題

ブランド戦略・海外展開戦略が不十分であること



効果的な投資の計画・実行が不十分であること



観光域内循環システムが不十分であること



検討すべき支援策における取組内容案と優先順位

1. 戦略策定 下記文頭番号は取組の優先度を示す（以下同じ）

1. 官民連携取組体制の構築・・・業界団体のみならず民間企業との関係づくり、プロジェクトチーム発足【産業部】
2. 地域ブランド戦略の再構築・・・差別化の源泉の確認（技術力・販売促進・歴史）【業界団体と連携】
3. 企業の信用力補完（MOU等）・・・【産業部】
4. 品質ガイドライン・関税の非対称性解消に関する取組・・・ガイドライン作成、国への働きかけ等【業界団体と連携】

2. 投資支援

1. CADや3Dプリンタといった加工設備投資のための助成金・・・既存制度の活用等【関係団体等と連携】
2. 人材投資関連交付金・助成金整備（人件費⇒研究開発費）・・・既存制度の活用等【関係団体等と連携】
3. 税額控除等による内部留保拡大施策・・・内閣府地方創生推進事務局との協議【産業部】

3. 販売促進支援

1. ジュエリーツーリズムに係る支援・・・プロジェクトチーム等において期待される支援策を具体化【業界団体と連携】
2. ジュエリーフェアにおける他自治体との連携（三重真珠、金沢金箔等）・・・他自治体との企画協議【産業部】
3. 海外展示会への展開・・・プロジェクトチーム等において期待される支援策を議論【業界団体と連携】
4. 海外バイヤーの招聘・・・国・対象者の選定、展示会の企画【業界団体と連携】

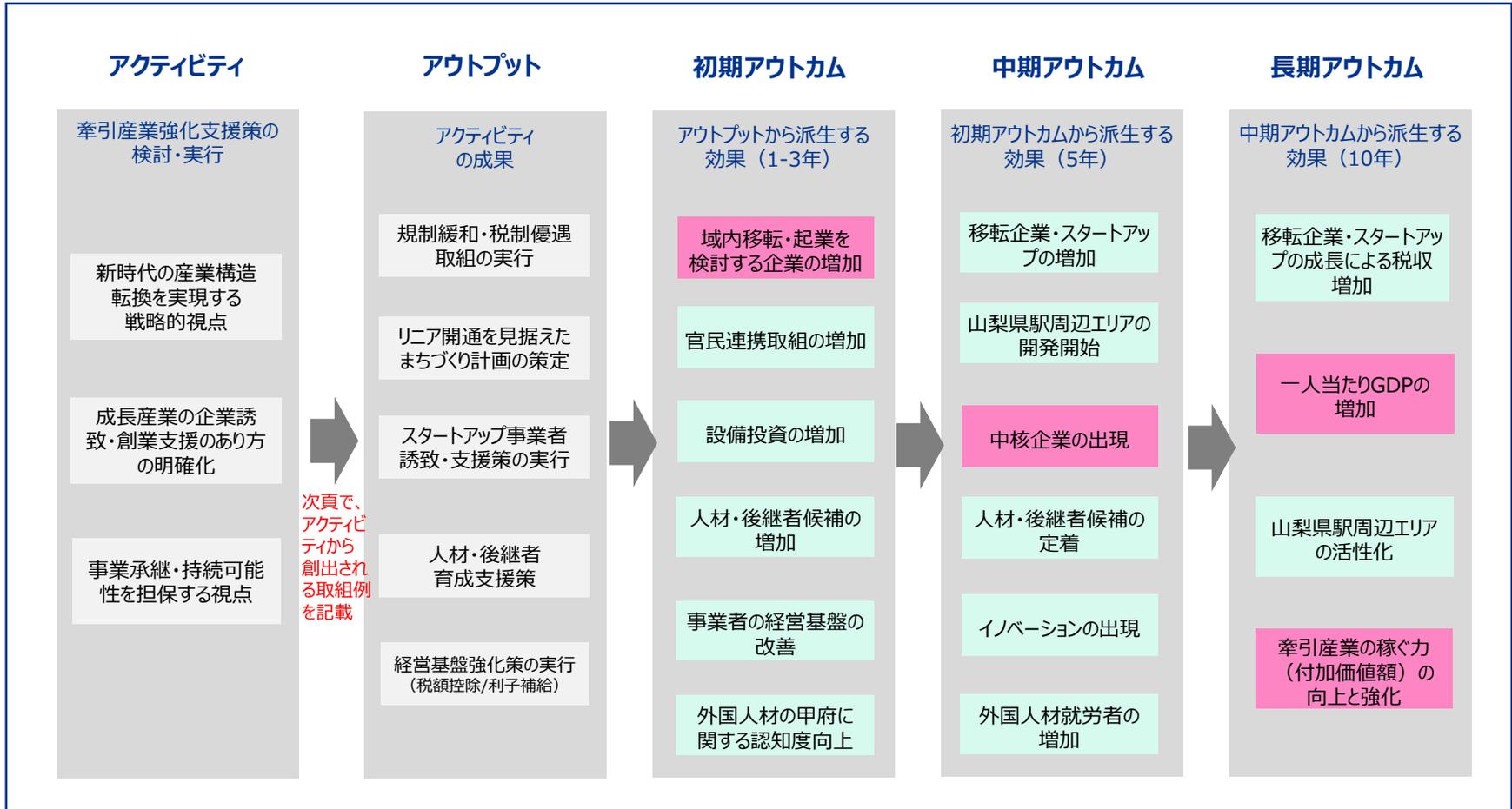
4. 人材確保

1. 職人育成機関の設立（職業訓練・インターンシップ）・・・拠点整備交付金等調査【産業部】
2. 外国人高度人材(デザイナー)の招聘・・・PJチーム等において期待される支援策を議論【関係団体等と連携】
3. 職人育成に係る人件費補助・・・国における支援策の検索・調査【産業部】
4. 山梨県立宝石美術専門学校のカリキュラム拡充・・・専門学校と協議【産業部】

➡ さらに、商工課、観光課、ふるさと納税課等の既存のプロモーション事業等との融合によるシナジー効果を図る。

牽引産業の持続可能性を担保しつつ、スタートアップ・R&D拠点等、新たな時代に向けた企業誘致・育成を図り、市民の一人当たりGDP増加に結び付く施策を検討する。

甲府市の牽引産業強化への取組から「牽引産業の稼ぐ力の向上」及び「一人当たりGDPの増加」までのロジックモデル（案）



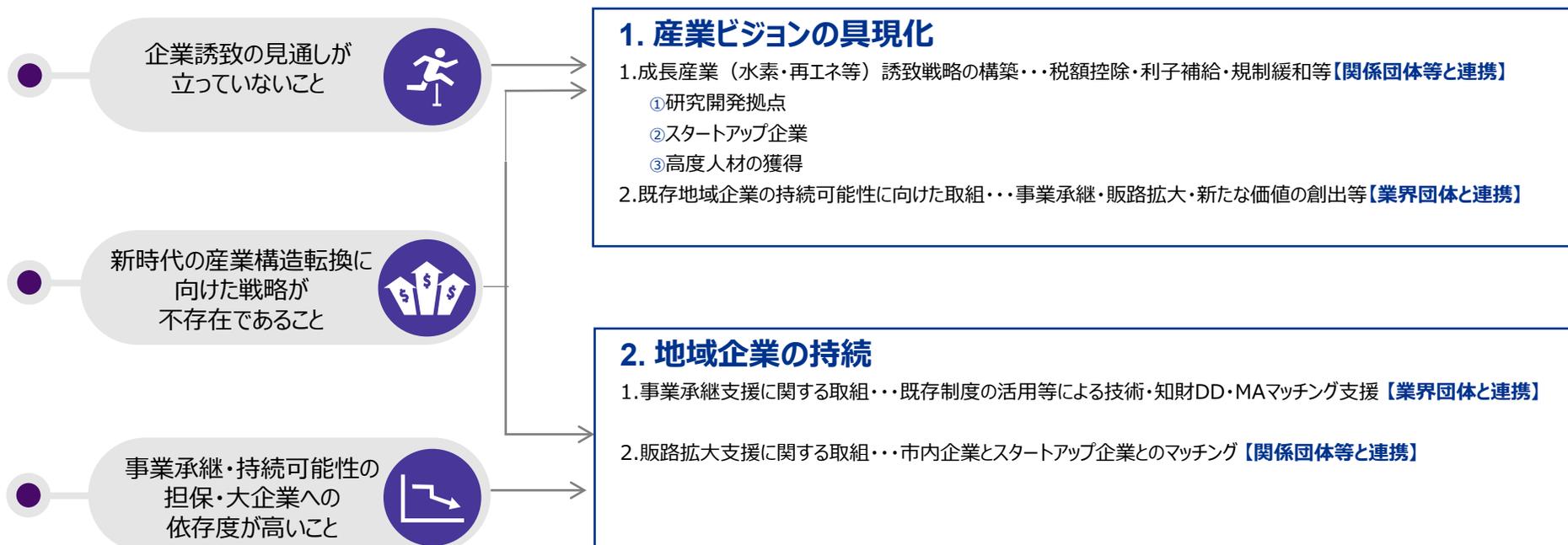
インタビューを基にKPMG作成

牽引産業が抱える主要課題に対し、成長産業創出、及び既存産業持続可能性の担保の観点から、様々な取組内容の検討・実施が期待される。

牽引産業における主要課題

検討すべき支援策における取組内容案と優先順位

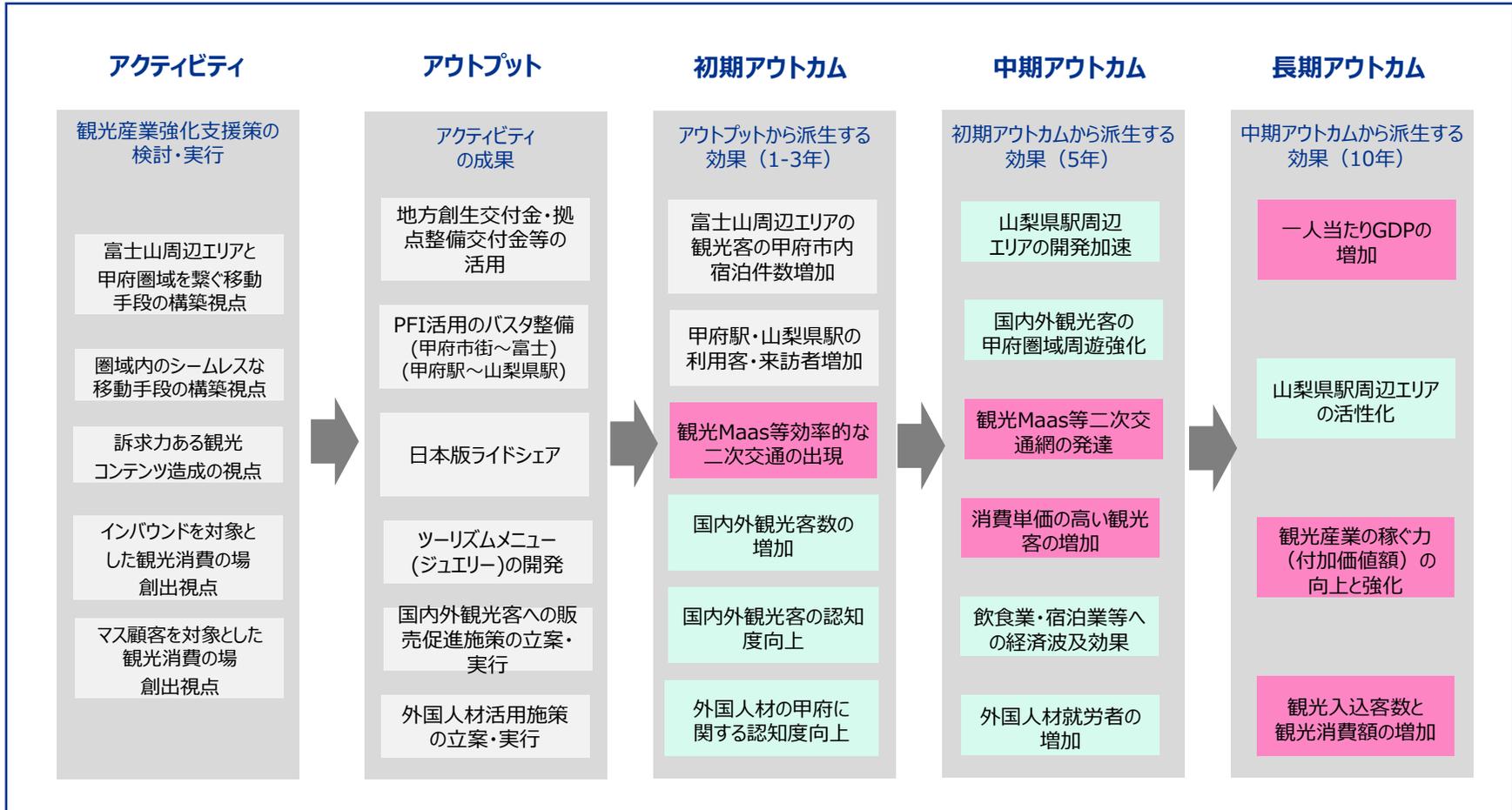
下記文頭番号は取組の優先度を示す（以下同じ）



➡ さらに、域内で消費されるものは域内で生産できるよう供給体制の整備による「地消地産」の実現を図ることで域内の所得循環を向上させ、一人当たりGDPの増加に貢献。

リニア開通も見据え、観光域内循環システムの構築に向けた施策を立案。観光コンテンツとしてのジュエリー・ツーリズム開発や消費の場の整備による相乗効果に期待したい。

甲府市の観光産業強化への取組から「観光入込客数と観光消費額の増加」及び「観光産業の稼ぐ力の向上」までのロジックモデル（案）

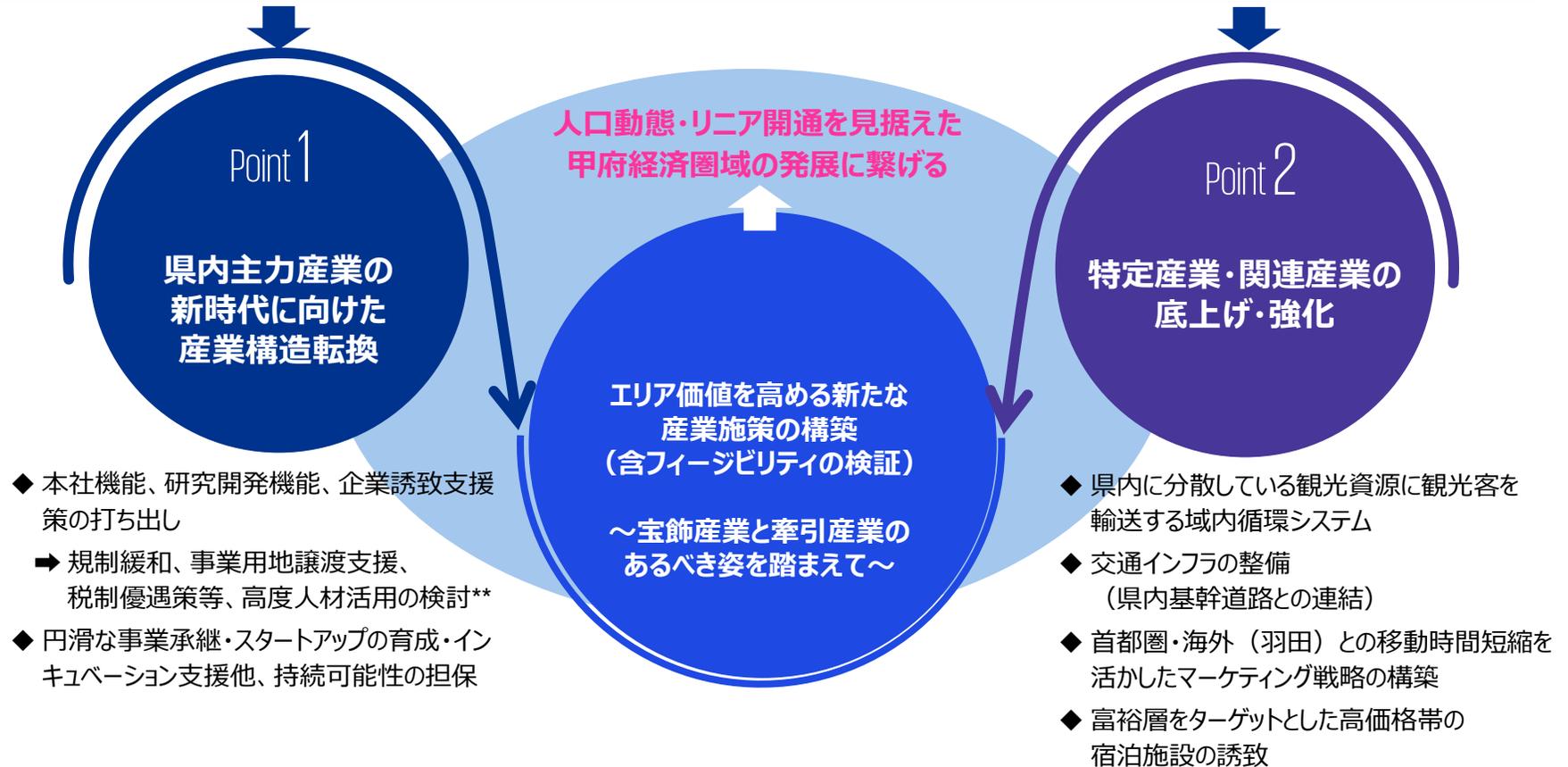


※二次交通の形成に必要な考え方等については、添付資料に掲載。

インタビューを基にKPMG作成

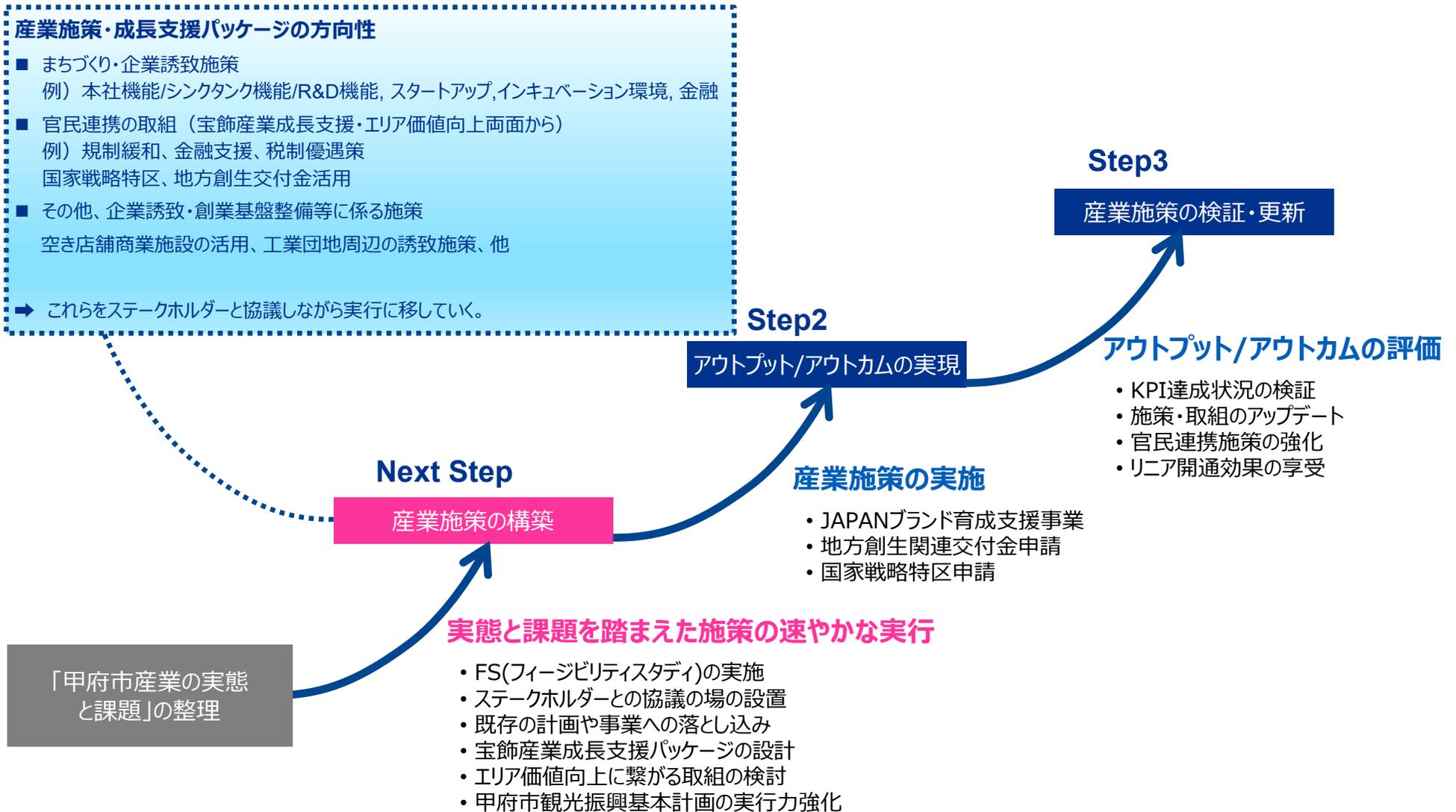
リニア開通に伴う影響は大きい。リニア開通の機会を最大限に活かす施策を打ち出すことで、牽引産業と特定産業を強化し、新たな「甲府経済圏域」を実現する。

リニア開通に伴う*首都圏・海外との移動距離短縮を活かした新たな産業施策の考え方



* 甲府市リニア基本構想をP79-80に記載。 ** 国における支援策例（総合特区・国家戦略特区）をP72～P78に記載。

牽引産業・特定産業固有の課題解決のための施策を実行していく。中長期的には、産業施策が与える波及効果を、EBPMの視点も交えて検証すると、より効果的である。



參考資料

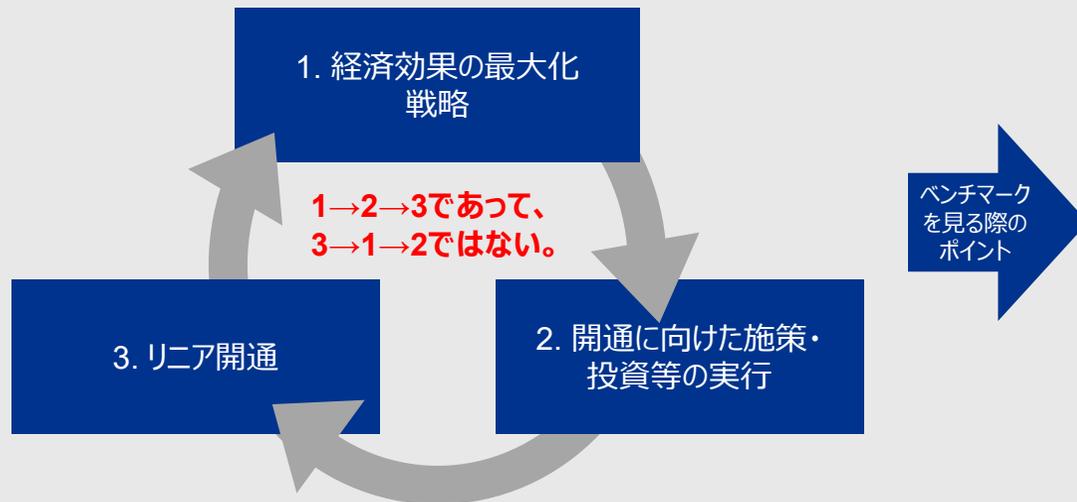
Next Stepとして、リニア開通の経済効果を最大化することを目的としたフィージビリティスタディの実施が考えられる。視点は「何が変わったか」ではなく、「何を変えたか」。

- 不確定要素が多いリニア建設であるが、「甲府市リニア活用基本構想*」等を踏まえ、リニア開通という機会を最大限に活かすことを目的とし、県との協力の上、甲府市が、戦略や施策の立案に関する議論をリードすることが期待される。



<教訓>

- 全ての新幹線駅の所在都市がその経済効果を楽しんでいるわけではない。
- リニア利用者が増加し、甲府市が経済効果を楽しめるような仕掛けを作ることが重要である。
(= 想定される経済効果を最大限享受するための政策の立案が必要。)



ベンチマークの比較視点

- 「何が変わったか」ではなく、「何を変えた」のか、「なぜ変えたのか」

例) 行政施策・事業者意識
官民連携体制・外部人材
の参画・建設投資

➡ リニア開通に伴う効果を取り込む（機会損失を防ぐ）ための戦略策定・施策立案や投資の実行が必要。

* P79,80参照。

基幹がん医療機関と医療産業支援機関を中核とするネットワークの構築により医療産業クラスターの形成に成功した事例

ふじのくに先端医療総合特区
【静岡県】

解決が求められる政策課題

地域の他業種の優れたものづくりの技術力を医療現場のニーズに対応した医療機器開発に活かす仕組みづくり

国と地方の政策資源の活用

地域資源（地域の強み）

がん診療実績	ものづくり力
地域がん診療の中核を担う県立静岡がんセンターは国内トップクラスのがん診療・研究実績 ^注 を有す。	世界有数の大手医療機器メーカーの存在に加え、ものづくりを支える金属加工等の高い技術力を擁する企業が多数存在

【総合特区制度の特例措置・支援措置の活用】

- 規制の特例措置
国内品質業務運営責任者の資格要件の緩和等
- 財政・金融支援
医療機器等開発・参入支援事業における金融支援の活用等

【特区制度以外の支援制度の活用】

- 国の支援制度の活用
 - ・医工連携事業化推進事業（(国研)日本医療研究開発機構）
中小企業・ベンチャー等の医療機器分野への新規参入や、医療機関との連携・共同事業を促進
 - ・戦略的基盤技術高度化支援事業（経済産業省）
中小企業と研究機関が連携して行う研究開発、試作品開発等及び販路開拓を一貫して支援
 - ・地域中核企業ローカルイノベーション促進事業（経済産業省）
地域イノベーションを支える支援ネットワークの構築・強化を支援
- 地域独自の取組
 - ・研究開発促進：先端企業育成プロジェクト推進事業、医療機器等開発助成事業等
 - ・事業化・製品化支援：事業化推進助成事業等
 - ・プロジェクト参画企業への資金支援：クラスター分野支援貸付、中小企業経営力強化資金等

取組のポイント

地域の基幹医療機関と産業支援機関を中核とする産学官金の連携による地域のものづくり企業の医療分野への参入・製品開発等を支援するスキームの構築

がんゲノム検査解析・臨床実績で国内トップクラス^注の静岡がんセンターとファルマバレーセンターが密接に連携し中核となり、地域の産学官金のネットワークを通じて、地域のものづくり企業の医療健康産業への参入促進等を支援。

注）静岡がんセンターのがん診療実績・研究実績

- ・2019年の初回診断登録数6,199件（国内3位）
- ・「全ゲノム解析等実行計画」（第1版）において、がんの全ゲノム解析等を進めるにあたり、国内5つのがんの主要なバイオバンクの一つとして位置付け

医療機器製造業登録及び医療機器製造販売業許可取得企業数：47社（H14-R1累計延べ数）



医療分野に特化した県の産業支援機関であるファルマバレーセンターの設置、充実した支援

✓ファルマバレーセンターのコーディネート機能

プロジェクトの推進の専門的な支援機関として、臨床現場からのニーズ収集、地域のものづくり企業の技術シーズ・研究機関の研究シーズとのマッチング、医療関連製品化、販路開拓までを一貫して支援。

その他の医療関連製品開発数：73件（H24-R1累計延べ数）

✓ファルマバレーセンターによる静岡県治験ネットワークの事務局運営

県内の中核病院（200床以上）により構成される治験ネットワークと治験依頼者（製薬企業）の間の調整業務を一元的に担うほか、治験を実施している病院間の情報交換及び共有化をサポート。

治験の支援実績：125治験を受託（H15-R3.1月現在累計延べ数）
参加医療機関：静岡県内28病院、約14,000床（R3.1月現在）

医療産業クラスター形成の実現

主な成果

静岡県の医薬品生産金額

H24年6,462億円 → R1年8,382億円
全国シェア8.8%（3位）

（厚労省 H24、R1薬事工業生産動態統計年報を基に内閣府作成）

静岡県の医療機器生産金額

H24年3,652億円 → H24年4,022億円
全国シェア15.7%（1位）

（厚労省 H24、R1薬事工業生産動態統計年報を基に内閣府作成）

参考URL：Fuji Pharma Valley
<http://www.fuji-pvc.jp/>

企業への継続的な国の支援制度活用の働きかけ及び地域独自の設備投資支援の充実により産業集積の促進に成功した事例

グリーンアジア国際戦略総合特区
【福岡県、北九州市、福岡市】

解決が求められる政策課題

 環境を軸とした産業集積とアジアネットワークの活用を通じた環境関連産業の国際競争力の強化

国と地方の政策資源の活用

 **地域資源（地域の強み）**

<p>環境関連技術</p> <p>公害克服の技術と経験、先端技術と産業の集積、先導的実証フィールド</p>	+	<p>アジアとのネットワーク</p> <p>地理的近接性と歴史的つながり、充実した交通ネットワーク、緊密な都市間ネットワーク</p>
--	---	---

【総合特区制度の特例措置・支援措置の活用】

- 規制の特例措置
水素ステーションでの使用可能鋼材の拡大、ガソリンスタンドと水素ステーションを併設した場合の供給設備規制の緩和等
- 財政・税制・金融支援
事業横断的に各支援を幅広く活用

【特区制度以外の支援制度の活用】

- 国の支援制度の活用
 - ・地域イノベーション・エコシステム形成プログラム（文部科学省）
専門人材によるプロデュース等により地域イノベーション創出を推進
 - ・戦略的基盤技術高度化支援事業（経済産業省）
中小企業等と研究機関等が連携して行う研究開発、試作品開発等及び販路開拓を一貫して支援
- 地域独自の取組
 - ・産業立地促進：
企業立地促進交付金、不動産取得税・固定資産税の免除等
 - ・研究開発・人材育成・連携/交流の総合的な支援：
自動車産業アジア先進拠点推進事業、水素エネルギー戦略事業、先端半導体開発拠点化推進事業等

取組のポイント

<p>地域独自の設備投資支援の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 福岡県企業立地促進交付金（特区特例） 対象：総合特区の税制支援を受ける指定法人が行う業務施設等の新設・増設 内容：通常は交付率に5%を加算⇒6~8% ⇒65件(47億円) ✓ 北九州市企業立地促進補助金 対象：施設、事業所の新設・増設 内容：投資額の2~3%、年間賃借料の1/2(初年度のみ)、新規常用雇用者1人につき15~30万円 ⇒194件(58億円) ✓ 福岡市立地交付金 対象：研究開発施設等の新設・移転 内容：投資額の2.5~10%、年間賃借料の1/8~1/3(1~2年)、新規常用雇用者1人につき5~100万円 ⇒238件 ✓ 地方税の減免 不動産取得税の課税免除-福岡県⇒45件(9億円) 固定資産税の課税免除-北九州市⇒30件 固定資産税&都市計画税の課税免除-福岡市⇒13件 <p>※赤字は平成23年度から令和元年度までの延べ適用実績</p>	<p>環境ビジネスのアジア展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア低炭素化センターの活用 →北九州市が設立した「アジア低炭素化センター」を、我が国が持つ優れた都市環境インフラ輸出に関する中核拠点として整備・拡充する。 (令和元年度までの主な活動実績) ・最終処分場の適正管理やモデル地区における環境学習・住民啓発事業を実施（カンボジア・プノンペン都） ・海産物卸売市場に高性能排水処理システムの実機を導入し、季節性も考慮した現地で性能を発揮できるシステムにするための実証事業を開始（ベトナム・ハイフォン市） ✓ 官民連携による海外水ビジネスの展開 →水ビジネス分野において、計画から管理運営までをパッケージにした環境ビジネスのアジア展開を推進する。 (令和元年度までの主な活動実績) ・海外における取水・浄水・排水施設建設から運転維持管理までを総合的に行う事業を受注し、設計・建設に着手（日本初）（カンボジア・コンポントム州都） ✓ スマートコミュニティ創造事業 →スマートコミュニティの実証とともに、パッケージを中心とした環境ビジネスのアジア展開を推進する。 (令和元年度までの主な活動実績) ・「北九州スマートコミュニティ創造事業」の参画企業が受託したスマートグリッド関連技術の実証事業を実施（初の海外展開）（インド・ハリヤナ州）
--	--

環境を軸とした産業集積の加速化

主な成果

<p>環境を軸とした産業の年間売上高</p> <p>実績値：約3.7兆円</p> <p><small>(令和元年度実績)</small></p>	<p>支援制度を活用し実施された設備投資</p> <p>企業数：157社</p> <p>投資額：約3,190億円</p> <p><small>(令和2年3月末現在)</small></p>	<p>環境ビジネス・都市環境インフラのアジア展開等</p> <p>実績値：約2,441億円</p>
--	---	---

参考URL：グリーンアジア国際戦略総合特区
<http://greenasia.jp/>

■申請団体名：福井県鯖江市 ■分野・テーマ：ローカルイノベーション

事業名称 次世代産業創造支援事業（フェーズⅡ）

加速化交付金

事業概要

事業費 23,580（千円）

【事業の背景・経緯】

- 鯖江市の地場産業である眼鏡・繊維・漆器は、平成2年前後のピーク時と比べ、事業所・従業員・出荷額とも4割以上の減少。眼鏡フレームの国内出荷額で96.7%※（平成26年工業統計調査）のシェアを誇り、チタン微細加工では世界最高峰の技術を有しているが、OEMが主流で地域全体のブランド力に欠けてきた。一方、国内外のOEM発注が技術・品質の向上した中国産地にシフトするなど中国製品が脅威となっている。 ※数値は福井県のシェア。鯖江市は産地の中核的存在。
- 平成20年度内閣府事業の採択を契機として、「めがねのまち鯖江」元気再生事業への取組に着手し、本事業では「鯖江ブランドの確立」「産地固有技術を活用した成長分野への参入」を加速する。（関連事業の一部に平成27年度地方創生先行型交付も充当）

【事業主体】「めがねのまち鯖江」元気再生協議会

【事業内容】

1 地域資源等を活かした新分野進出支援

- 世界の医療、産業ニーズに応じた新技術開発・試作支援：海外の医療機器有力ディーラーや医師等が求める機能や操作性を有する「鯖江産医療機器」の試作開発や、「産地発スマートグラス」の各種業界からの引合いに対応する技術開発を支援する。
- 産地が誇る唯一無二の加工技術の世界発信：Webサイトを多言語化し、「チタンの微細加工技術」等の世界的認知度の向上と技術活用を促す。

2 鯖江ブランド確立支援

- サバエ・メガネメッセ開催支援：鯖江ブランドの確立を目指し、生産地での開催が20年ぶりとなる「眼鏡見本市」開催を支援する。
- 産地ブランド力向上に向けた取組：自社製品のブランド化を目指す市内企業等を対象として、専門家の指導の下、各社ブランド構築に向けた具体的な計画策定を支援。併せて、「めがねのまち鯖江」元気再生協議会の取組を支援する。

ブランドマーク案



鯖江ブランドの確立

産地ロゴマーク



既存産業の再生

3 大地場産業（眼鏡、繊維、漆器）が有する知見・技術

- ✓「チタン等の難加工金属の精密加工」
- ✓「織る」「編む」双方の技術
- ✓「木地加工」「樹脂成型」「コーティング」
- ✓細分化された分業体制による高度な専門性、生産調整の柔軟性
- ✓小ロット、多品種生産対応
- ✓品質管理、納期管理ノウハウ
- ✓従事者の質の高さ 等



医療機器



新産業の創造

眼鏡型
ウェアラブル
デバイス



医療、ウェアラブル情報端末
分野への参入

資料：内閣府地方創生関係交付金の活用事例集 01_h29_kasokuka_suishin_katsuyoujireishuu.pdf (chisou.go.jp)

■申請団体名：宮崎県高鍋町 ■分野・テーマ：農林水産

事業名称 地域資源付加価値向上事業

加速化交付金

事業概要

事業費 11,059（千円）

【事業の背景・経緯】

- 高鍋町は、キャベツや白菜の九州有数の産地であり、野菜や肉等の農産物の素材力は高いものの、それらを活用した地場製品のブランド力やアピール力が低く、セールスに繋がっていないという課題があった。そこで「高鍋町6次産業化・地産地消推進協議会」の設立も視野に入れ、地場製品の企画開発に努めていた。
- 地場製品の魅力を更に高めるために、パッケージデザインのレベルアップを図り、デザインイメージの統一化により、個々の商品を“商品群”とすることで地場製品としてのアピール力を高め、売上増加、販売拡大につなげる。

【事業主体】高鍋町、事業者、デザイナー、高鍋信用金庫、信金中央金庫、日本デザイン振興会、宮崎県工業技術センター

【事業内容】

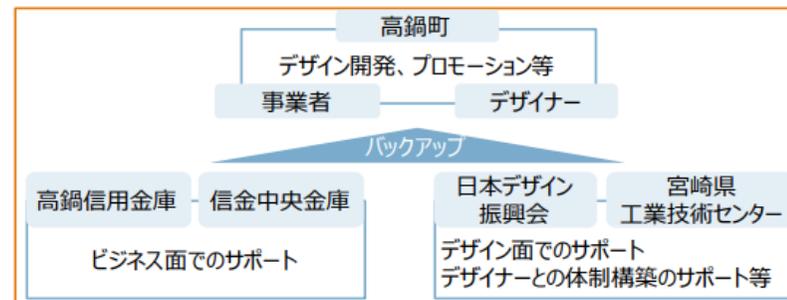
1 デザイン開発などの委託事業

- 1か年度目：トータルコンセプトの設定、町内統一デザインの決定、商品デザイン開発戦略の策定、販売戦略に関する事業者ヒアリングの実施、商品デザインの検討・決定、プレスリリース、広告宣伝
- 2か年度目：商品デザインの決定、販売戦略の策定、プレスリリース、広告宣伝
- 3か年度目：販売戦略に基づく市場テスト、プレスリリース、広告宣伝、商品プロモーション、販売実績に伴う商品デザイン、販売方法等の見直し
- 4か年度目：商品販売開始、商品プロモーション、プレスリリース、広告宣伝、効果測定、新規参加の募集

2 大学等との連携に関する事業

- 大学等との連携構築のほか、知見を活かしたマネジメントやマーケティングに関する専門的総合的な分析支援

プロジェクト実施体制



ブランド・コンセプト「まんぷく」と、デザイン開発された個別商品



資料：内閣府地方創生関係交付金の活用事例集 [01_h29_kasokuka_suishin_katsuyoujireishuu.pdf](https://chisou.go.jp/01_h29_kasokuka_suishin_katsuyoujireishuu.pdf) (chisou.go.jp)

■申請団体名：新潟県新潟市 ■分野・テーマ：ローカルイノベーション

事業名称 成長産業における海外販路開拓と人材育成促進事業

加速化交付金

事業概要

事業費 39,402 (千円)

【事業概要】

- 新潟市は航空機部品製造企業の立地を機に、平成24年「NIIGATA SKY PROJECT」を組織し、産学官連携事業、共同工場の整備など、地域の産学官金で連携して航空機産業の集積に取り組んできた。
- 航空機産業界では、これまで国内航空機産業における一般的な中小企業は単工程のみに対応し、欧米仕様が基準である設計や生産管理・品質保証は発注元である大手重工等に任せていた。
- 本事業では、技術力は認められながらも、複数工程管理やICT化に不得手である中小企業を支援し、海外企業からの直接受注を目指す。

【実施主体】 NIIGATA SKY PROJECT

【事業内容】

1 航空機部品に求められる専門性の高いソフトウェア(CATIA)の導入支援
CATIA導入についてのセミナーを実施し、CATIAを使って高付加価値製品を設計・製造する実力を伸ばす。

- 航空機部品受発注に必要なソフトウェア (CATIA) 導入支援

2 品質保証、生産管理のICT化支援

異業種連携による生産体制の高度化を図る。

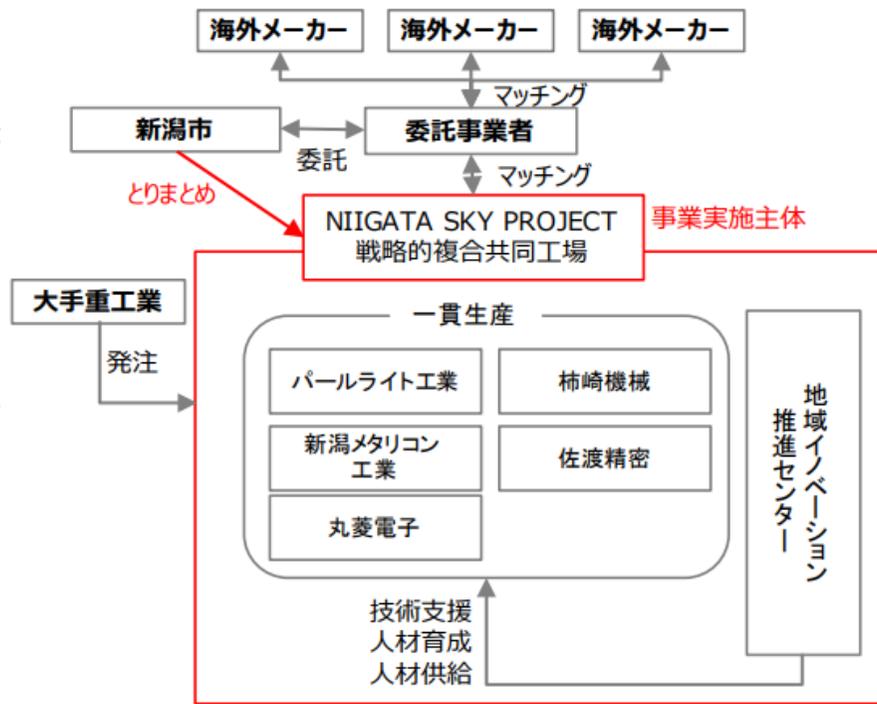
- 品質管理及びトレサビリティのICT化支援

3 ICT産業の将来の担い手である中高生を対象としたプログラミングキャンプ
高校生といった早い段階からの人材育成を図り、中小企業が地域から専門性の高い人材を確保できる環境を作り出す。

- プログラミングキャンプの開催による中高生からの人材育成

4 欧米メーカーとのマッチングに向けたコーディネーター委託

取引に向けた欧米メーカーとのコーディネート業務、現地マッチング業務などを可能な民間企業を選定の上、委託する。



資料：内閣府地方創生関係交付金の活用事例集 [01_h29_kasokuka_suishin_katsuyoujireishuu.pdf](https://chisou.go.jp/01_h29_kasokuka_suishin_katsuyoujireishuu.pdf) (chisou.go.jp)

■ 申請団体名：長野県岡谷市、諏訪市、茅野市、下諏訪町、富士見町、原村 ■ 分野・テーマ：移住・人材

事業名称 諏訪圏 6 市町村によるSUWAブランド創造事業

加速化交付金

事業概要

事業費 93,817 (千円)

【事業の背景・経緯】

- 諏訪地域は精密機械工業の集積地として発展してきたが、近年の企業の海外展開、海外企業の台頭等により中小企業の経営環境は厳しくなっている。そのため、地域の労働生産性向上や付加価値の高い分野への進出が課題となっていた。同一経済圏である諏訪圏 6 市町村（岡谷市・諏訪市・茅野市・下諏訪町・富士見町・原村）が共同で域内に立地する大学（信州大学、諏訪東京理科大学）、NPO 諏訪圏ものづくり推進機構が諏訪圏の中小企業と連携することで、高付加価値の商品開発や諏訪地域の工業製品等のブランド化を実現し、諏訪地域における産業縮小と人口減少の解消に取り組んだ。

【事業主体】

医療・ヘルスケア分野：NPO 諏訪圏ものづくり推進機構（地域企業のOBが中心となって構成）

小型ロケット分野：信州大学

【事業内容】

1 諏訪地域のものづくり技術を生かした新事業進出支援

- ① 小型ロケット製作を通じたものづくり技術の高度化と人材育成：諏訪圏の精密工業の発展を支える人材の育成を目的に、ハイブリッドエンジン搭載の小型ロケットを題材にした教育プログラム※を通して、自ら考え提案することができる「提案型技術者」を輩出する。教育プログラムの成果として諏訪圏における宇宙機器の技術力向上を図る。
※人材養成対象者（信州大学大学院修了者、地元企業からの推薦者）を研究テーマ別（構造機構・地上設備・燃焼・計測制御・ミッション・広報）に分類し、実証実験・フィールド調査を通じた技術指導を実施。その他、青少年（中学生・一般市民）を対象とした宇宙教育などのイベントを実施。
- ② 医療・ヘルスケア機器分野への参入に向けた人材育成、企業間交流：諏訪地域の強みである高度な精密加工技術を持つ地元企業の医療・ヘルスケア機器分野への進出を支援する。医療関係の経験とノウハウを有するNPO「諏訪圏ものづくり推進機構」が、地元企業を対象に講習会・交流会・研究会を実施し、商品開発に向けた技術指導や事業者の持つ技術をそれを必要とする事業者と結び付ける等のマッチングを行う。

- ③ 次世代産業における人材育成とアドバイザー・コーディネーターの配置

- ④ 域内企業の新分野進出等に向けた新製品開発等の支援

2 工業と商業等が一体となった「SUWAブランド」の確立

- ① 域内ものづくり企業製品の出張展示・商談会及び域外技術者等を呼び込む移住セミナー等の開催
※平成27年度は地方創生交付金（上乘せ交付）の採択を受け、1 ①及び②を実施。
※平成28年度は、1 ①及び②を更に発展させるとともに 1 ③および 2 ①の事業を実施。

医療・ヘルスケア機器分野への参入に向けた人材育成
商品開発された製品例



出所) 国際モダンホスピタルショウホームページ

資料：内閣府地方創生関係交付金の活用事例集 01_h29_kasokuka_suishin_katsuyoujireishuu.pdf (chisou.go.jp)

宝飾産業人材確保支援の一環として、高度外国人材採用における特例活用メニューが挙げられる。

特区内高度外国人材採用に対し、高度人材ポイント制におけるポイント加算対象とすることで本規制特例が設置された。外国人研究開発者等の国内雇用市場（採用意欲）と、言語・生活環境・福利制度整備等が複合的、かつ、効率的に整備されることが、本規制特例活用促進の一つの鍵になると考えられる。

✓ 制度概要

以下の企業に就労する外国人を、高度人材ポイント制におけるポイントの特別加算の対象とする。

- I. 特区法に基づき認定地方公共団体が指定する、特区法第26条又は第27条の税制優遇の適用対象となる統括事業・研究開発事業を行う企業
- II. 指定地方公共団体が特定国際戦略事業を実施するために必要な経費に関する補助金を交付する企業

✓ 活用が進まない理由・背景 (KPMG仮説)

世界の高度人材獲得競争は激化の一方であるが、欧州への人材誘因競争力に、我が国を含めアジア諸国のそれは大きく劣る（資料B-3, P2）。

本規制緩和は、加州に類似した高度人材ポイント換算に、特区法適用対象企業・研究開発事業を加え、高度人材を惹きつけるものであるが、（資料B-3, P2）から、外国人研究開発者の国内企業雇用市場の鈍化、外国人生活環境の未整備等が考えられる。

✓ 今後の改善策・活用見込み (KPMG仮説)

特区内において、高度人材外国人の受入需要を高めるような事業創出努力や求人情報収集環境の強化（資料B-4, P108）が必要であることはもちろんだが、家族帯同、外国人子弟教育環境の整備、社会保険の加入整備等、複合的、かつ、同時並行で、特区内の労働・生活環境の整備を後押しする政策が期待される。（資料B-5, P8）

✓ 特例措置提案当時と現在の社会情勢の差異からの考察 (KPMG仮説)

規制特例の設置（2013年）から数年しか経過しておらず、本規制特例の効果を見るにはこれからの申請件数推移を見なければならぬが、COVID-19におけるクロスボーダーの人材交流が殆どストップしている状況である点は考慮しなければならない。

ワクチンの浸透等で再び人材交流が活発化していく時、各特区において高度人材受入促進取組みが期待される。

甲府市リニア活用基本構想 概要版

平成29年3月

第1章 総論

リニア活用基本構想策定の趣旨

リニア中央新幹線の「(仮称)リニア山梨県駅」(以下「リニア駅」という。)が設置される本市では、リニア開業による効果を最大限に享受し、市域全体の活性化につなげるため、リニア時代を見据えたまちづくりの基本的な考え方や施策の方向を示し、市民の皆様と協働で施策展開を図ることを目的に「甲府市リニア活用基本構想」(以下「リニア活用構想」という。)を策定します。

計画期間

2017(平成29)年からリニア開業年である2027(平成39)年までとします。
 なお、社会経済情勢の変化や新たに発生する需要などを勘案する中で、必要に応じて見直していきます。

上位計画等との整合

リニア活用構想は、国の「首都圏広域地方計画」、県の「リニア環境未来都市整備方針」並びに「第六次甲府市総合計画」、「甲府市人口ビジョン」、「こうふ未来創り重点戦略プロジェクト」及び「甲府市都市計画マスタープラン」等との整合性を図ります。

第2章 リニアの概要

リニア中央新幹線の概要

リニア中央新幹線は、東京都(品川)から甲府市や名古屋市を経由し、大阪市までの約440kmを、我が国独自の最先端技術である超電導リニアにより、約1時間で結ぶ世界初の未来型新幹線です。2027(平成39)年のリニア開業により、本市には、首都圏及び中京圏に対し、大きな時間短縮効果が期待されています。

中央新幹線の整備計画	
建設線	中央新幹線
区間	東京都・大阪市
走行方式	超電導磁気浮上方式
最高設計速度	505km/時
建設に要する費用の概算額(車両費を含む。)	90,300億円
主要な経路地	甲府市付近、赤石山脈(南アルプス)中南部、名古屋市付近、奈良市付近
その他必要な事項	



▲リニア中央新幹線の概要とルート概略図
 出典：リニア中央新幹線建設促進連絡協議会ホームページ



▲リニア開業後の所要時間
 出典：山梨県リニア影響調査報告書

第3章 甲府市の現状と課題

リニア中央新幹線の中間駅が設置される本市と、飯田市、中津川市の現状を比較して、本市の強みと弱みを整理し、これからのまちづくりの期待や課題を把握します。

甲府市の特徴

●甲府市の強み	(期待)
人口、観光客数、年間商品販売額、主要駅の乗車人数が多い	⇒ 定住人口及び交流人口の拡大
主要駅の利用者とその増加率が高い	⇒ 県内市内の円滑な移動や活性化
宅地の価格差が大きい	⇒ 都市部や農村部などへの多様な宅地の選択
昼夜間人口比が高く、流入超過傾向にある	⇒ 都市の活性化の増進
医師数、歯科医師数、薬剤師数及び病床数が多い	⇒ 安全安心な暮らしやすさ

●甲府市の弱み	(課題)
製造品出荷額等と事業所数が少ない	⇒ 雇用機会の創出に向けた新たな産業誘致が必要
農林業が衰退傾向にある	⇒ 農林業施策の拡充や六次産業化の取組等が必要
大都市圏への通勤通学者が少ない	⇒ 大都市圏への通勤通学者に対する支援策が必要

甲府市の現状とまちづくりの課題

- 豊かな自然環境の保全と良好な住環境の創出
 - ・豊かな自然環境の保全
 - ・豊かな自然と都市機能が調和した住環境の創出
- 訪日外国人への対応
 - ・外国人観光客の受入れ環境の充実
 - ・留学生受入れ環境の整備
- 雇用の拡大と人口減少・少子高齢化への対応
 - ・企業誘致のための環境整備
 - ・人口減少・少子高齢化に対応した住環境の整備
- 歴史に触れる魅力あるまちづくりの創出
 - ・歴史の香り漂う魅力あるまちづくりを創出
 - ・歴史・文化資源を活かした観光メニューの創出
- リニア中央新幹線を活かした都市間連携の強化
 - ・周辺都市との連携の強化
 - ・県内観光地との連携の推進
 - ・大都市圏との持続的連携体制の構築

資料：甲府市リニア活用基本構想概要版(平成29年3月)

第4章 目標の設定



第5章 リニアを活かしたまちづくりの方向

都市像	目標	内容	施策	まちづくりプロジェクト	まちづくりプロジェクトの内容
人・まち・自然が共生する未来創造都市 甲府	移住・定住の促進	リニア中央新幹線の高速交通機能と本市の自然豊かな地域特性を活かし、豊かな緑地空間を備えた景観に配慮した良好な住環境を整備し、首都圏や中京圏等からの移住促進を図るとともに、本市の強みである農地や森林を有効に活用し、生活環境の向上やライフスタイルの多様化に対応する。	<ol style="list-style-type: none"> 1 まちなか区域等の生活基盤の整備 2 農地の活用 3 中山間地の活用 	<ol style="list-style-type: none"> ① まちなか区域・地区拠点への移住・定住の支援及び公共交通ネットワークの構築 ② 農地の継続的な活用及び農業の魅力発信 ③ クリーンエネルギー(木質バイオマス等)への取組・自然体験ツアー等の充実 	<p>リニア駅への円滑なアクセスが確保できるエリアへの居住機能の誘導/移住・定住の促進に向けた支援/公共交通ネットワークの構築</p> <p>農地の継続的な活用/農業の魅力及び情報の発信</p> <p>クリーンエネルギー(木質バイオマス等)への取組/自然体験ツアー等の充実</p>
	国際交流都市への構築	リニア中央新幹線の開業を通じて、新ゴールデンルートが形成され、インバウンド観光の飛躍的な拡大が期待されることから、外国人観光客のニーズに合った着地型観光の新規開発や地域資源の魅力向上とともに、留学生等との交流推進や市民の外国語及び外国文化学習機会の増進を図る。	<ol style="list-style-type: none"> 4 外国人観光客の誘客促進 5 留学生等との交流推進 6 国際教育の充実 	<ol style="list-style-type: none"> ④ インバウンド着地型観光の拡充 ⑤ 産学官の連携による留学生等の受け入れ環境等の充実 ⑥ 外国語及び外国文化講座等の開催 	<p>本市を拠点として県内観光地を周遊する観光メニューの開発/姉妹都市などとの交流の拡大/公共交通等による市内観光資源への移動利便性の向上/多言語での観光情報の積極的な発信/外国人観光客の受け入れ体制の強化</p> <p>都市間交流の推進/留学生等の誘致・定着の促進/留学生等の生活環境の充実支援及び市民等との交流の促進/留学生等とのネットワークの構築</p> <p>公民館等を活用した外国語講座の実施/諸外国の文化や歴史を学ぶ講座の開催</p>
	産業振興の推進	豊かな自然環境や子育てしやすい生活環境等が整っている本市では、リニア開業効果による大都市圏との時間距離が短縮され、企業立地のポテンシャルが高まることから、新たな企業への事業用地の確保や優遇施策の他、市有地の有効活用を展開し、雇用創出に向けた企業誘致を積極的に図る。	<ol style="list-style-type: none"> 7 企業誘致(用地の支援) 8 企業誘致(補助金等による支援) 9 市有地の活用 	<ol style="list-style-type: none"> ⑦ 企業向け事業用地の支援 ⑧ 産業集積の推進 ⑨ 公共施設等マネジメントの推進と市有地の利活用 	<p>新たな事業用地マッチングシステムの導入/市有地・民有地を含めた低未利用地の発掘/交通の要衝となる地域における事業用地の開発支援</p> <p>企業誘致条例による支援/産業集積促進助成金による支援の拡充</p> <p>積極的な民間等への売却/売却方法の検討/民間事業者との連携</p>
	歴史物語都市への整備	リニア中央新幹線の開業を通じて、国内外の旅行者の飛躍的な増加が見込まれることから、本市の強みでもある古代・中世・近世の歴史資源の有効活用や魅力向上を図るとともに、市民や旅行者の学習達成感が満たされるよう、優秀な歴史総合案内の人材を育成する。	<ol style="list-style-type: none"> 10 歴史資源の魅力向上 11 歴史資源の活用 12 歴史総合案内の人材育成 	<ol style="list-style-type: none"> ⑩ 武田氏館跡及び甲府城跡周辺地域の整備 ⑪ 甲府の歴史資源を活用した観光メニューの開発 ⑫ 歴史ロマン総合ガイドの育成 	<p>武田氏館跡の整備/甲府城跡周辺地域の整備</p> <p>歴史資源を活用した楽しく回遊できる観光メニューの開発/「こうふ開府500年」及び「武田信玄公生誕500年」を活用した観光の促進</p> <p>本市の観光資源の魅力を発信できる人材の育成/「歴史ボランティアガイド」の育成</p>
	都市間連携の推進	リニア中央新幹線の開業を通じて、都市の新しい魅力づくりや付加価値を創出するため、都市間の「連携のかたまり」を形成する必要があることから、「甲府都市計画区域(甲府市・甲斐市・中央市・昭和町)内都市のまちづくり連携」及び「県内都市との観光連携」、「大都市圏内都市との連携」を設定し、それぞれの目的に沿った連携強化を図る。	<ol style="list-style-type: none"> 13 甲府都市計画区域内都市連携 14 県内都市連携 15 大都市圏内都市連携 	<ol style="list-style-type: none"> ⑬ 甲府都市計画区域内都市とのまちづくり連携 ⑭ 県内都市との観光連携 ⑮ 首都圏及び中京圏内都市との連携 	<p>アクセス道路の整備促進/観光周遊ルートの検討/物産店、案内所等設置の検討</p> <p>富士山等を観光資源とする自治体との連携の推進/従来地域の自治体との連携の推進</p> <p>シティプロモーションの充実/体験型ツーリズムの展開/各種災害への対応/新たな通遊圏に向けた対応</p>

宝飾産業を原点とし、観光やその他の産業と結びつきながら発展を続けている都市の事例として、ドイツのイーダー・オーバーシュタインがある。

「宝石街道」と呼ばれる宝石の町 イーダー・オーバーシュタイン（ドイツ）

1. イーダー・オーバーシュタイン概観

ドイツ語で「石の上の町」を意味し、ナーエ川の谷合いに位置する町。ドイツ経済の中心都市フランクフルトから南西へ108km、ドイツの首都のベルリンから南西へ528km、フランクフルトからは車・列車で1時間半、ベルリンからは列車で6時間強。人口3万人程度。

2. 宝飾産業の発展

15世紀半ばにメノウ鉱山が発見されたことから宝石研磨技術が発展し、以降宝石産業の集積地として発展。1870年に採掘が中止されてからも世界中から原石が集まる宝石の街、またカメオを含めた宝石彫刻の中心地として知られ、現在も1,500人の地元雇用を創出する産業となっている。

3. 宝飾産業の観光資源化、他産業との結びつき

- 世界中から集めた約1万点の宝石コレクションが展示されており、1日4千人が訪れることもある宝石博物館や古城、岩の中に立てられた岩壁教会といった観光資源を有する。宝石ショッピングと観光を組み合わせたバスツアーが人気で、ドイツ国内からだけでなく近隣諸国からも多くの観光客が訪れる。
- 小さなワイナリーが多数あり、多種のブドウからワインが作られている。特に白ワイン（リースリング）が有名で、観光客の楽しみのひとつとなっている。



資料 : [Splendid days in Idar-Oberstein - Discover Germany \(entdecke-deutschland.de\)](https://www.entdecke-deutschland.de/), [A History of Gem Beadmaking in Idar-Oberstein \(syr.edu\)](https://www.syr.edu/)



有限責任 あずさ監査法人
ディレクター
林 哲也
T: 090-4361-8211
E: tetsuya.hayashi@jp.kpmg.com

有限責任 あずさ監査法人
マネジャー
菊地 秀朗
T: 080-2580-8284
E: hideaki.kikuchi@jp.kpmg.com

有限責任 あずさ監査法人
シニアアソシエイト
柿崎 恵
T: 070-4294-2780
E: megumi.kakizaki@jp.kpmg.com

本冊子で紹介するサービスは、公認会計士法、独立性規則および利益相反等の観点から、提供できる企業や提供できる業務の範囲等に一定の制限がかかる場合があります。詳しくは有限責任 あずさ監査法人までお問い合わせください。



ここに記載されている情報はあくまで一般的なものであり、特定の個人や組織が置かれている状況に対応するものではありません。私たちは、的確な情報をタイムリーに提供するよう努めておりますが、情報を受け取られた時点およびそれ以降においての正確さは保証の限りではありません。何らかの行動を取られる場合は、ここにある情報のみを根拠とせず、プロフェッショナルが特定の状況を綿密に調査した上で提案する適切なアドバイスを基にご判断ください。

© 2024 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

Document Classification: KPMG Confidential