

甲府市商工業振興指針

～新しい産業動向に対応した商工業振興施策のあり方等について～

甲府市

平成25年3月策定

平成29年4月改定

はじめに



本市企業の大半を占める中小企業・小規模企業は、本市経済の発展に寄与し、雇用の場を創出するなど、産業活力の根幹であるとともに、地域社会を支え、市民生活の向上に大きく貢献している重要な存在であります。

近年、人口減少や少子高齢化の進展、経済のグローバル化にともなう経営環境の変化など、社会経済情勢は大きく変化し、中小企業・小規模企業を取り巻く環境は厳しさを増しております。

このような状況のなか、本市におきましては、中小企業・小規模企業の振興を本市の産業施策を進めていくうえでの重要な課題と捉え、「人・まち・自然が共生する未来創造都市 甲府」を都市像とする「第六次甲府市総合計画」及び「こうふ未来創り重点戦略プロジェクト」に「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の制定を位置づけ、平成29年4月から施行し、本市経済の健全な発展及び市民生活の向上を図っていくことといたしました。

本条例の制定にともない、今般、平成25年に策定した現指針の改定を行い、条例及び本指針に基づく施策を総合的かつ計画的に推進し、商工業の現状や課題、社会・経済環境の変化を見据えた産業の振興を図ってまいります。

今後におきましても、こうふ開府500年や信玄公生誕500年、リニア中央新幹線開業などの機会を十分に活かすなかで、本市が目指すまちの実現に向け、関係主体と相互に連携・協力して、各事業を推進してまいりたいと考えております。

結びに、本指針の改定にあたり、活発なご協議を賜りました「甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会」の皆様及び、指針の推進にあたり、多大なご尽力を賜りました「甲府市商工業推進委員会」の皆様、並びにさまざまなご意見、ご提案を頂戴いたしました経済界、市民の皆様にご心からお礼申し上げます。

平成29年4月

甲府市長 樋口 雄一

目 次

第1章 甲府市商工業振興指針策定の趣旨	1
1. 策定の背景と目的.....	1
2. 改定の目的.....	3
3. 指針の位置づけ.....	4
4. 指針の期間.....	4
第2章 地域の現状	5
1. 立地環境.....	5
2. 歴史的背景.....	6
3. 人口.....	7
4. 経済の状況.....	8
第3章 商工業の現状と課題	18
1. 既存調査、SWOT分析、工業者へのアンケート、有識者ヒアリング、甲府市内事業者アンケート調査.....	18
(1) 第11回地域消費動向調査（抜粋）.....	18
(2) 甲府市商工業振興協議会によるSWOT分析.....	23
(3) 工業者へのアンケート.....	25
(4) 有識者ヒアリング.....	28
(5) 甲府市内事業者アンケート調査（抜粋）.....	32
2. 現状と課題.....	35
第4章 商工業振興の基本目標、戦略、施策	36
1. 基本目標 ～ 目指すまちの姿 ～.....	36
2. 各戦略と施策、事業化の視点.....	39
第5章 推進体制と管理体制	47
1. 推進体制.....	47
2. 管理体制.....	49
資料編	50
○平成23年度～平成24年度 甲府市商工業振興協議会資料.....	50
1. 先進事例.....	50
2. 有識者ヒアリング結果（詳細）.....	56
3. 協議会における議論の経緯.....	66
(1) 前指針の検証作業.....	66
(2) 部会の設置.....	67
(3) 協議会の進め方について.....	71
(4) 各部会における協議内容.....	74
4. 甲府市商工業振興協議会設置要綱.....	83

5. 甲府市商工業振興協議会委員名簿	85
○平成 26 年度～平成 28 年度 甲府市商工業推進委員会資料	86
1. 取組経緯	86
2. 甲府市商工業推進委員会設置要綱	87
3. 甲府市商工業推進委員会委員名簿	88
○平成 27 年度～平成 28 年度 「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の制定等の取組資料.....	89
1. 取組経緯	89
2. 甲府市産業振興検討委員会設置要綱.....	91
3. 甲府市産業振興検討委員会委員名簿.....	93
4. 甲府市中小企業・小規模企業振興条例	94
5. 甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会の組織及び運営に関する要綱.....	99

第 1 章 甲府市商工業振興指針策定の趣旨

1. 策定の背景と目的

本市では、平成 16 年 5 月に甲府市小売商業振興指針及び甲府市工業振興指針からなる甲府市商工業振興指針を策定し、商工業振興施策の推進に努めてきました。

前回の指針策定から約 9 年が経過しましたが、この間、米国のサブプライムローン問題に端を発した世界同時不況、東日本大震災の発生、円高の進行など、甲府市の商工業を取り巻く社会経済環境は大きく変化しています。

このようななか、商工業の振興を図るためには、本市商工業が目指すべき方向性を明らかにするとともに、基本目標の設定、施策の構築を図るなかで、具体的な事業に落とし込むことが必要です。さらに、事業を着実に推進していくためには「だれがいつまでに実行するのか」という役割分担を明確化し、Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）サイクルによる管理を行っていくことが求められます。

そこで本指針では、商工業の現状と課題および今後予想される社会・経済環境の変化を見据え、本市商工業振興の基本目標、戦略、施策及び事業化を図るうえでの視点を明示するとともに、その推進・管理体制を明らかにした指針を策定し、商工業の振興を図っていきます。

なお、前回の指針策定時からの本市をとりまく環境の変化として、次のようなものが挙げられますが、本指針策定にあたっては、それら環境の変化を踏まえた基本目標の設定と、各戦略、施策及び事業化の視点の明示に努めました。

前回指針策定後の環境変化

産学官金連携、農商工連携等の進展

時代の変化とともに消費者ニーズが多様化するなかで、商業、工業という従来型の枠組みでは振興を図ることが難しくなっています。これからは、産学官金の連携、農商工連携など、異分野や異業種間の連携を図ることが求められます。それにより、事業者、工業者単体では実現できなかったサービスや商品の提供が可能となります。様々な連携を通じた新たな価値の創造が必要です。

地域間連携の必要性

観光地においては、企業間ではなくエリア間競争の様相が強まっています。観光振興の分野を中心に、市町村や県をまたいだ広域連携により地域の魅力を高める取り組みも見られ始めています。例えば、山梨県においては「広域的地域活性化基盤整備計画」を策定し、広域的な地域活性化に取り組んでいます。観光分野に限らず、商工業振興を図る際、地域間の連携した取り組みが必要です。

環境問題への関心の高まり

地球規模での環境問題への意識が世界的な高まりを見せています。こうしたなかで、社会貢献の一環としての環境保全活動に積極的に取り組む企業が増える一方、「環境」を新たなビジネスチャンスと捉え環境ビジネスに乗り出す企業も増加しています。商工業振興やまちづくりを考えていく際に、環境問題を意識した取り組みが求められています。

コンパクトシティへの関心

少子高齢化が進むなかで、コンパクトシティへの関心が高まっています。コンパクトシティの考え方が特に注目されるようになったのは平成18年の「まちづくり三法」改正以降ですが、これからのまちづくりに欠かすことのできない考え方のひとつと言えます。商工業振興を検討する際も、コンパクトシティという視点を持ちつつ、目指すべき方向性を検討していく必要があります。

リニア中央新幹線計画の具体化

リニア中央新幹線の県内の駅設置場所として本市南部が候補地と決定されました。前回指針策定当時は、リニア中央新幹線について、実験線の延ばしえ決定していない状況であり、リニア中央新幹線の影響は見込むことができませんでした。しかし、現在は駅の位置、ルート、開業予定年次などが具体化してきており、商工業のあり方を新たに検討する材料のひとつとなっています。

外国人観光客の増加

東日本大震災や政治的な問題などにより一時的な落ち込みも見られますが、外国人観光客は長期的に増加していくと考えられます。山梨県は観光客に占める外国人の割合が全国に比べて高く、特に、中国や香港、台湾など中国系の訪問者が多くなっています。国内の人口が減少するなかで、外国人観光客の取り込みはさらに重要性を高めていくと考えられます。

2. 改定の目的

本市では、社会経済環境が大きく変化するなか、本市商工業の振興を図るため、平成 25 年 3 月に「甲府市商工業振興指針」を策定し、本指針に基づく施策を推進してきたところがあります。

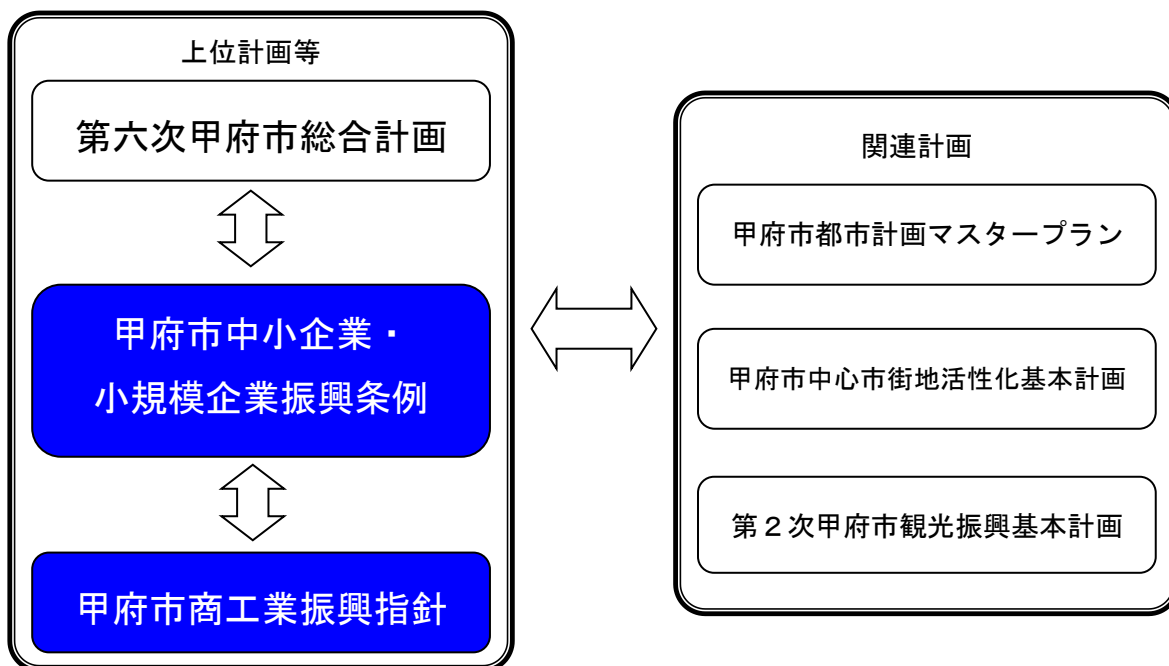
その後、平成 27 年度に「こうふ未来創り重点戦略プロジェクト」、また平成 28 年度に「第六次甲府市総合計画」を策定するなかで、中小企業・小規模企業の振興を本市の産業施策を進めていくうえでの重要な課題と捉え、各種企業や団体、大学、金融機関などから推薦された委員で構成される「甲府市産業振興検討委員会」を設置するなど、本市の中小企業等の振興及び産業振興について十分な協議を進め、平成 29 年 4 月 1 日には、「甲府市中小企業・小規模企業振興条例（以下、「条例」という）」を施行し、本市の経済の健全な発展及び市民生活の向上に寄与していくこととしました。

条例には、「人材の育成及び確保」、「経営基盤の強化」、「創業の促進」、「販路拡大の促進」、「地場産業の振興」の 5 項目を基本的施策として規定していることから、その施策を実効性の高いものとしていくため、平成 29 年 2 月に「甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会」を設置し、条例に基づく施策を本指針に位置づけるための検討を行ってきました。

今般、この検討結果などを踏まえるなかで、本指針を改定し、条例に基づく新たな施策及び既に本指針に位置づけている施策を総合的かつ一体的に推進することで、本市商工業のさらなる振興を図ってまいります。

3. 指針の位置づけ

本指針（平成 29 年 4 月改定）により商工業振興を図るにあたっては、その上位に位置づけられる「第六次甲府市総合計画」や「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」のほか、「甲府市都市計画マスタープラン」、「甲府市中心市街地活性化基本計画」、「第 2 次甲府市観光振興基本計画」などの関連計画等との整合性を図ります。



4. 指針の期間

平成 25 年度から 34 年度の 10 年間としますが、見直しについては「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の制定（平成 29 年 4 月 1 日施行）にともない当初の予定（平成 30 年度）を前倒し、平成 28 年度に行いました。

H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34
			見直し						
→				→					

第2章 地域の現状

1. 立地環境

本市は、山梨県のほぼ中央に位置しています。市域は東西 15.3km、南北 41.5km と南北に長く、面積は 212.47 k m²です。

自然環境をみますと、市の最北の山岳地域には八幡山、金峰山、朝日岳など 2,000m を超える峰々が連なり、南には王岳、釈迦ヶ岳があります。また、市内一円から北に八ヶ岳、南に富士山、西に南アルプス連峰を望むことができます。市内には、秩父多摩甲斐国立公園の主峰を源とする荒川が流れているほか、国内屈指の溪谷美を誇る御岳昇仙峡（平成 20 年に「平成の名水百選」認定）や芦川溪谷など、豊かな自然に恵まれています。

交通面をみますと、鉄道網として、東西に JR 中央本線が、南北に JR 身延線が走っています。JR 甲府駅は、鉄道交通のみならず、路線バスやタクシーの主要ターミナルともなっており、ハブとしての機能を果たしています。また、高速道路網として、中央自動車道が東西に横断しており、市内には甲府南、甲府昭和の 2 つのインターチェンジがあります。

さらに、将来的には、リニア中央新幹線の「(仮称) リニア山梨県駅」と、これに直結する中央自動車道の「(仮称) 甲府中央スマートインターチェンジ」が大津町内に整備されることから、山梨県の玄関口としての機能が一段と高まることが確実視されています。



2. 歴史的背景

甲府の山麓部に人々が生活を開始したのは、約 27,000 年前の旧石器時代です。稲作農耕が始まる弥生時代になると、低湿地に集落が営まれ、盆地底部の開発が始まりました。また、6 世紀頃には市域で古墳の築造も開始されました。

平安時代の末には武田信義が甲斐源氏を統率し甲斐の支配を固めました。市域にはその子一条忠頼と板垣兼信が館を構え、源頼朝の源氏挙兵にも参加して活躍し、鎌倉幕府の創設に寄与しました。

武田信玄が戦国大名として雄飛する基盤を築いたのが、父信虎です。弱冠 14 歳で甲斐守護職を継いだ信虎は、反旗を翻す有力土豪を制圧し、つつじが崎に居館を造って城下町の建設にも着手しました。これが、甲斐の府中「甲府」の始まりです。武田氏の勢力伸張に伴い、甲府は領国統治の拠点として発展しましたが、信玄の子勝頼の新府移転や武田氏滅亡を契機に、中心を南方に移して再整備されることになりました。

近世を通じて甲府城下町が最も繁栄したのが柳沢氏の時代でした。それまで甲府城主は徳川家一門に限られていましたが、将軍綱吉の側近・柳沢吉保が甲斐を受封して城主となり、父子二代にわたって城下町の整備を積極的に進めました。

近代に入り、明治 22 年に甲府の市制が施行されました。関東では東京・横浜・水戸に次ぐもので、当時の人口は 3 万 1 千人余りでした。その後、明治 36 年には、中央線甲府・八王子間が開通、大正 2 年には上水道の完成、昭和 3 年には身延線が全線開通しました。

昭和に入ってから数回の合併を経て市域を拡大し、本市は、山梨県の県都として、行政、産業、交通等の中心として発展を続けてきました。この間、昭和 20 年 7 月の甲府大空襲では、市街地の 74%が焦土と化しましたが、これを機に戦災復興土地区画整理事業に着手し、市の復興を図るとともに、近代都市建設に向かって都市基盤の整備を始めました。

高度成長期に入り、昭和 46 年の中央本線の複線化、昭和 57 年の中央自動車道の全線開通等が本市の産業経済活動をますます活性化させました。その後、本市は内陸部の中核都市として着実に発展を遂げ、平成元年には市制 100 周年を迎えました。また、平成 12 年には特例市に移行、平成 18 年 3 月には、中道町と上九一色村北部地域を合併して現在の市域となり、平成 25 年 5 月には、本市新庁舎が開庁しました。

今後、中核市への移行をはじめ、こうふ開府 500 年や信玄公生誕 500 年、リニア中央新幹線の開業など、本市の新たな発展につながるものと期待されています。

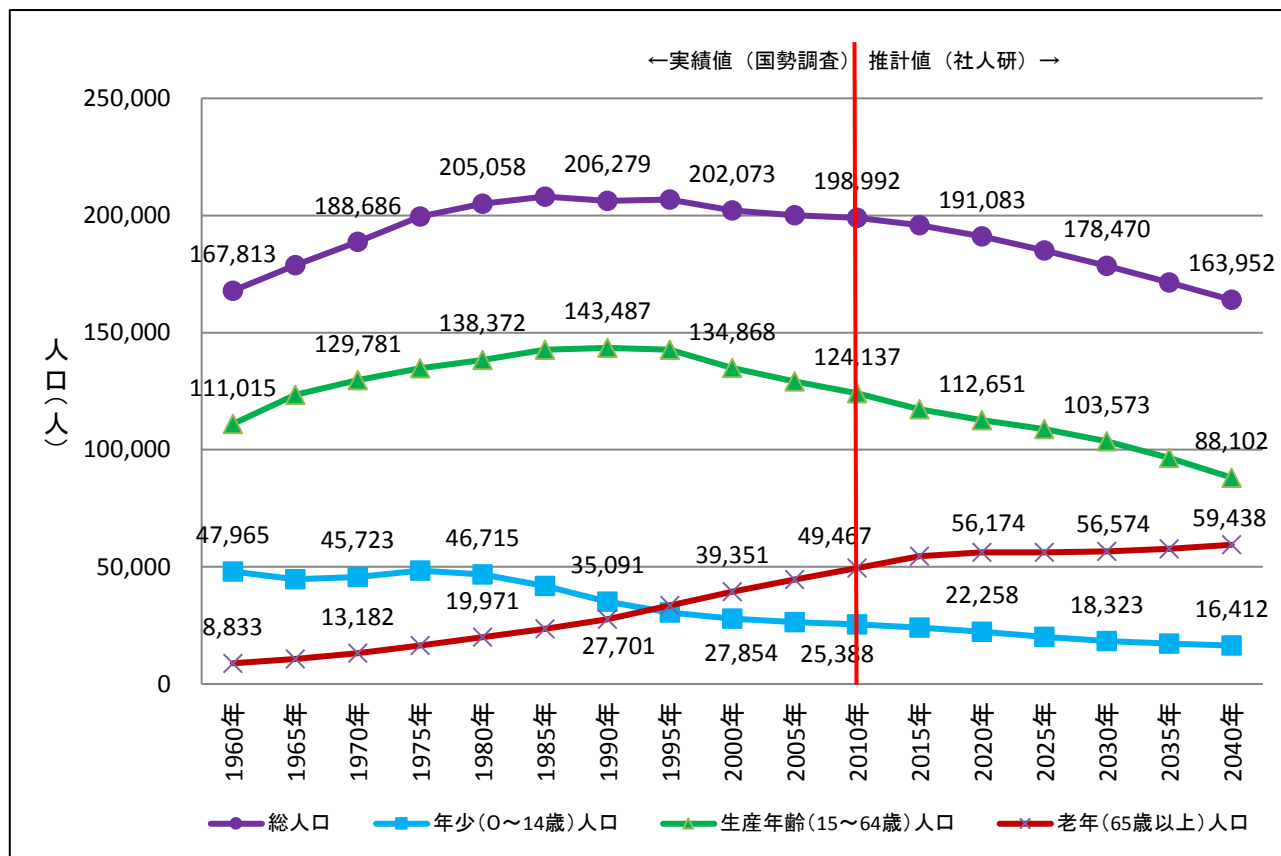
3. 人口

総人口及び年齢3区分別人口の推移 ～人口減少・高齢化が進展～

本市の総人口は減少傾向にあり、国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、平成52（2040）年には163,952人まで減少すると推計されます。

近年では、老年（65歳以上）人口が増加する一方、年少（0～14歳）人口・生産年齢（15～64歳）人口が減少しており、平成28（2016）年4月1日の高齢化率は28.1%に達しています。

総人口及び年齢3区分別人口の推移



資料：甲府市人口ビジョン（平成28年3月）

※社人研：国立社会保障・人口問題研究所

4. 経済の状況

(1) 産業構造 **～第三次産業の割合が85%を占める～**

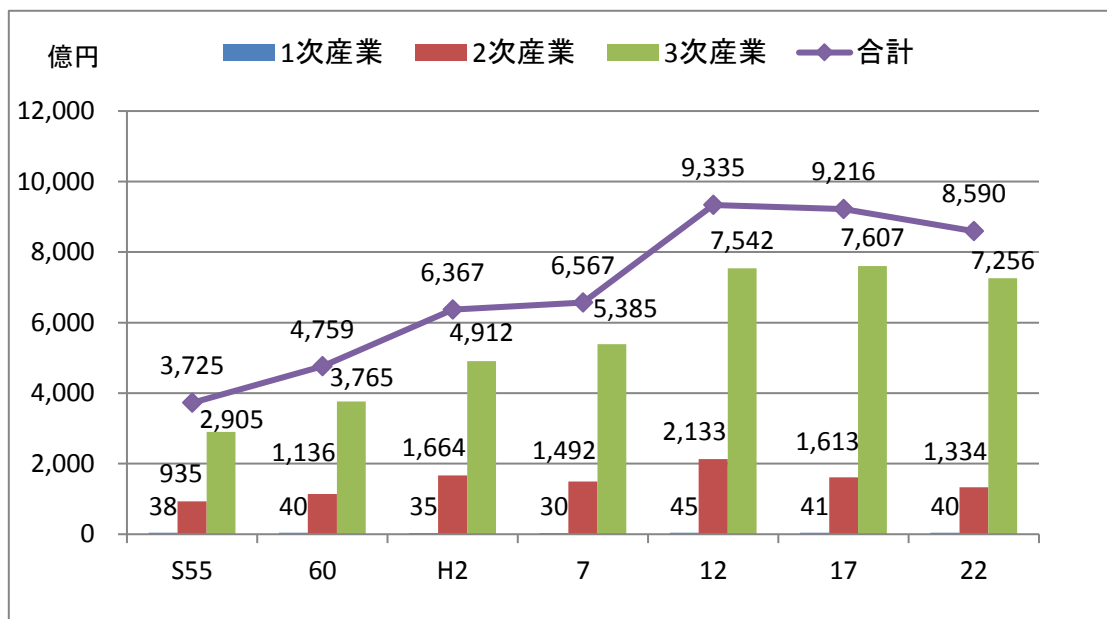
市内総生産により本市の産業構造を見ると、第三次産業が約85%を占めており、そのなかでもサービス業のウエイトが高くなっています。また、市内総生産の推移を見ると、平成12年までは第三次産業を中心に増加傾向をたどったものの、足下では頭打ち傾向となっています。

平成22年度 市内総生産内訳

内 訳	(百万円) (%)	
	実額	構成比
第一次産業	3,965	0.5
農業	3,798	0.4
林業	159	0.0
水産業	8	0.0
第二次産業	133,418	15.5
鉱業	9	0.0
製造業	88,050	10.2
建設業	45,359	5.3
第三次産業	725,553	84.5
電気・ガス・水道業	30,552	3.6
卸売・小売業	108,426	12.6
金融・保険業	58,960	6.9
不動産業	146,468	17.1
運輸・通信業	51,279	6.0
サービス業	254,934	29.7
公務	74,935	8.7
その他	-3,911	-0.5
輸入品に課される税・関税	638	0.1
(控除)総資本形成に係る消費税	-4,548	-0.5
合計	859,026	100.0

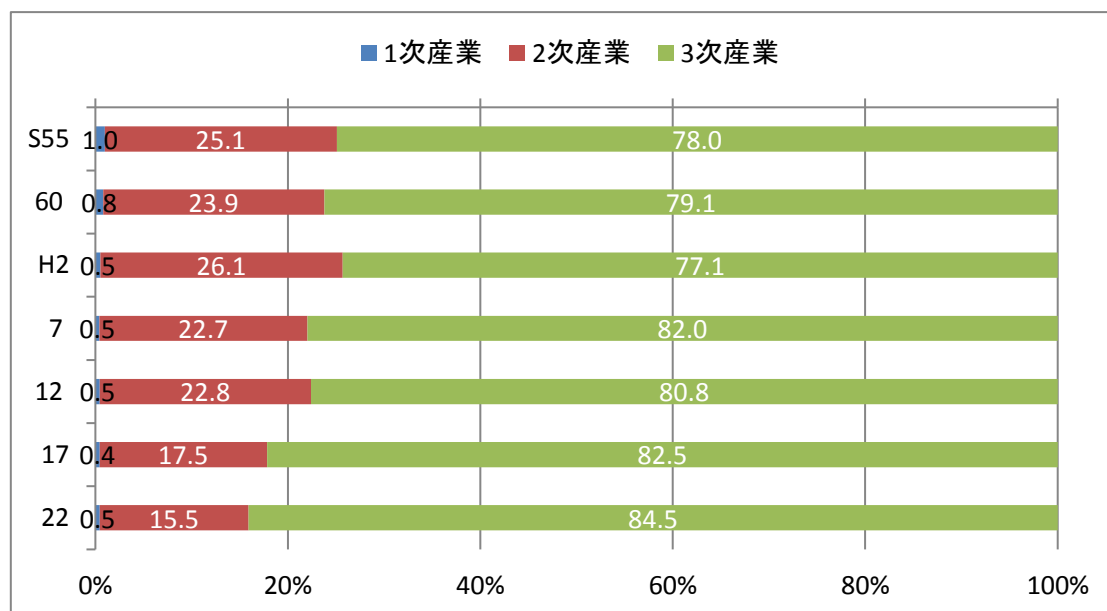
出所：山梨県

市内総生産の推移



出所：山梨県

市内総生産産業別割合の推移

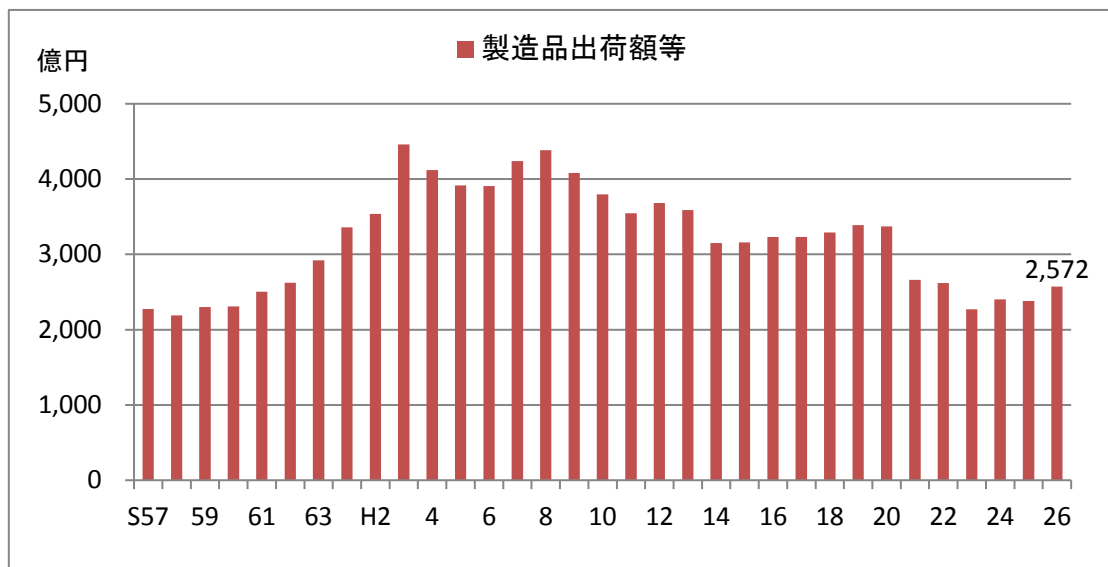


出所：山梨県

(2) 製造品出荷額等・事業所数・従業者数 ～減少傾向をたどっている～

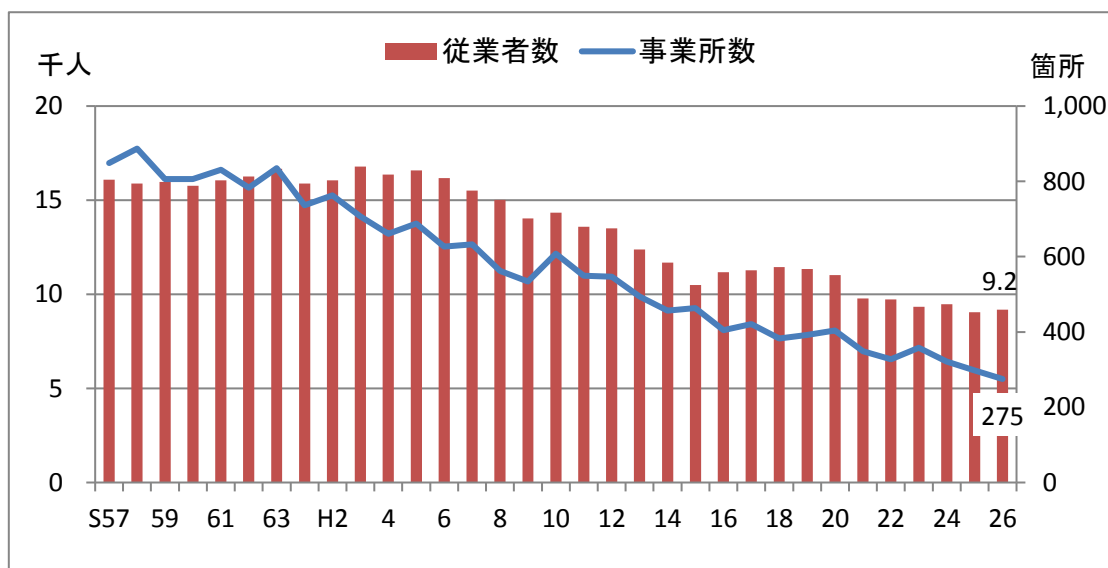
本市の製造品出荷額等は、中央自動車道が全線開通した昭和57年以降、増加傾向をたどったのち、バブルの崩壊とともに頭打ちとなりました。その後、平成14年以降は横ばいないし若干の増加傾向で推移しましたが、足下においては、リーマンショックの影響により減少しています。また、従業者数はバブル崩壊後の平成5年以降減少傾向をたどり、事業所数も昭和57年以降、減少傾向をたどっています。

製造品出荷額等の推移



出所：経済産業省

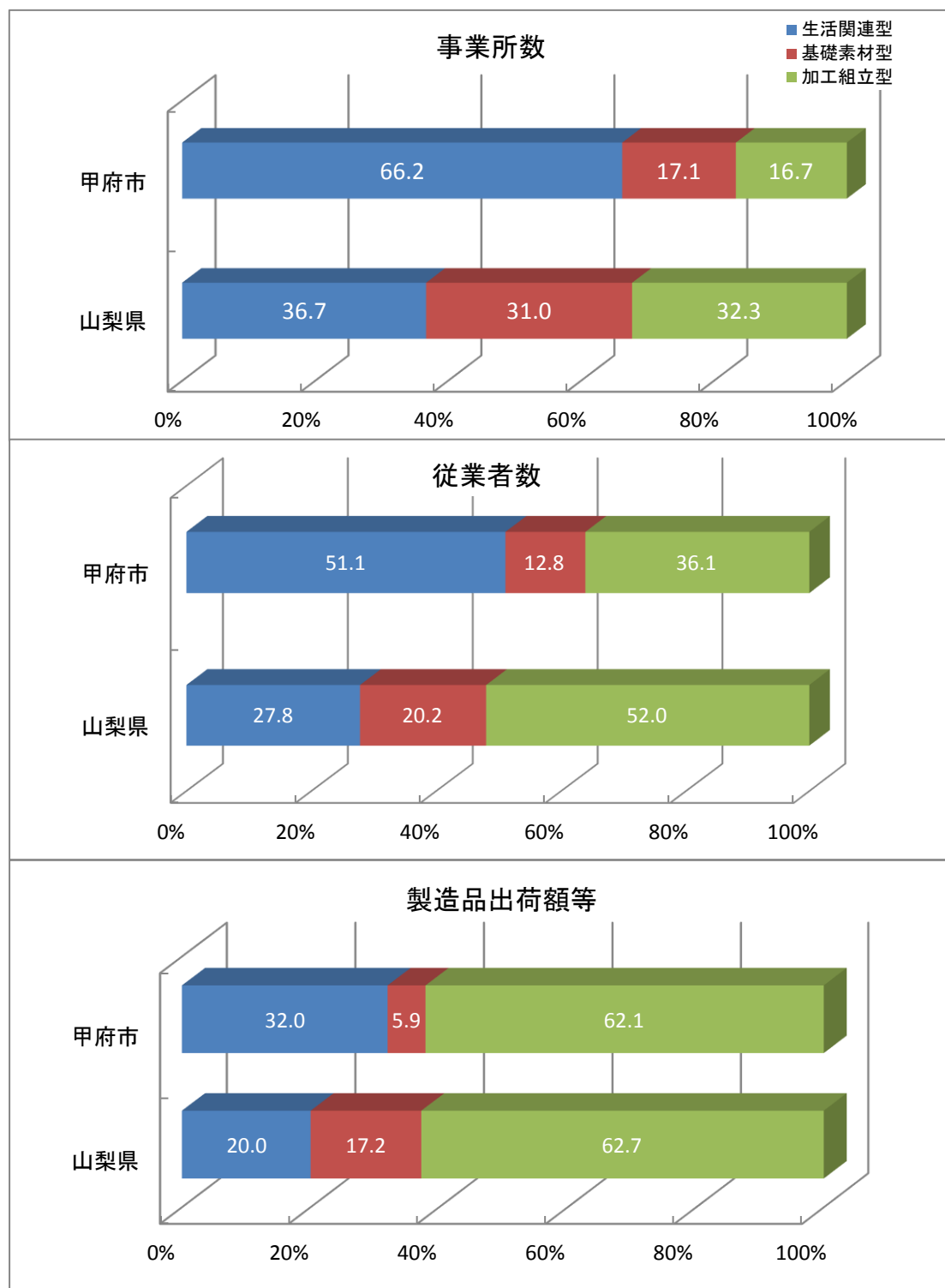
従業者数・事業所数の推移



出所：経済産業省

平成 26 年の事業所数、従業者数、製造品出荷額等を、生活関連型、基礎素材型、加工組立型の 3 類型※に分けてみますと、甲府市は山梨県に比べて生活関連型産業の割合が高くなっています。

※産業 3 類型 生活関連型…飲食料品、衣類、家具など衣食住に関する身近な製品を製造する産業
 基礎素材型…鉄や石油・木材など産業の基礎素材となる製品を製造する産業
 加工組立型…自動車、テレビ、時計など加工製品を製造する産業



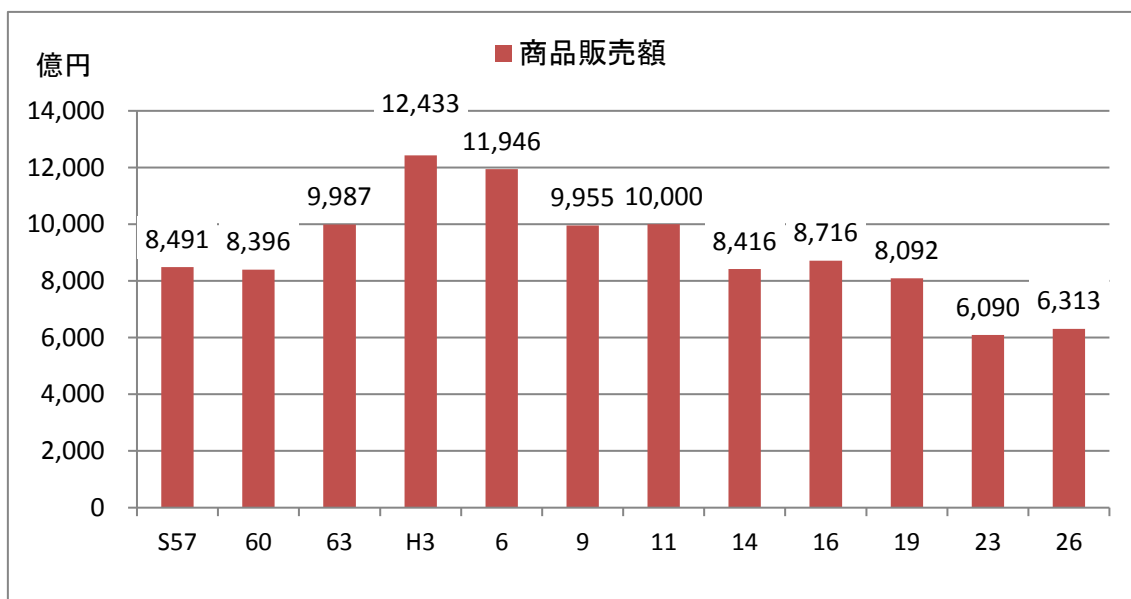
出所：経済産業省

(3) 商品販売額・事業所数・従業者数（卸売業・小売業合計）

～減少傾向をたどっている～

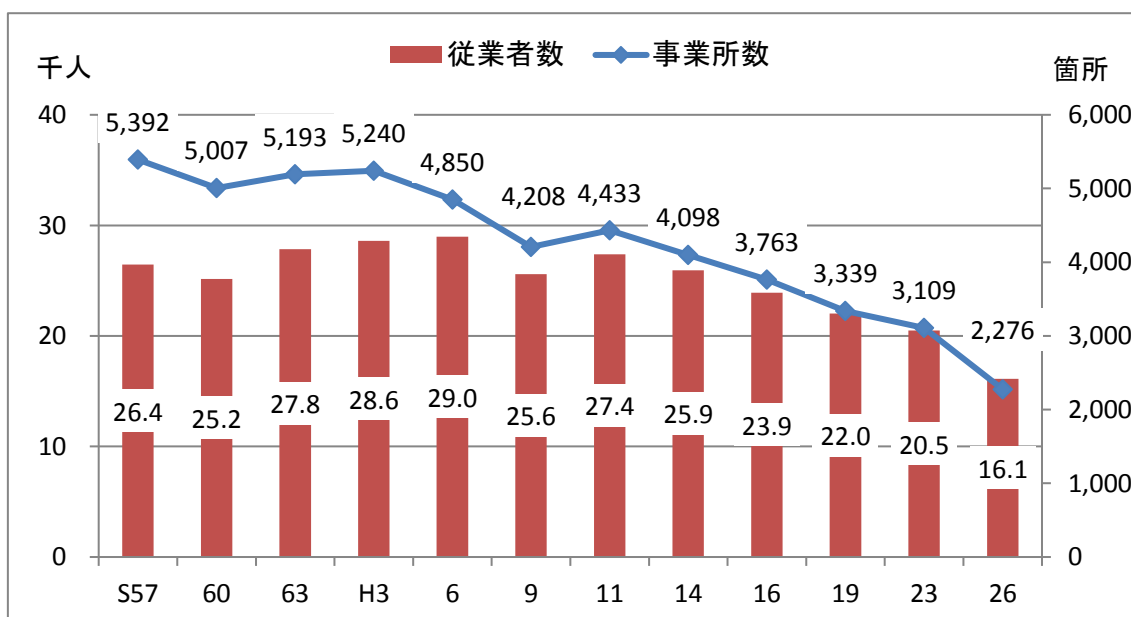
本市の商業販売額は、バブル期の平成3年の12,433億円をピークに減少傾向をたどり、平成26年には6,313億円とピーク時に比べ49.2%減少しています。また、従業者数は平成11年以降減少傾向をたどり、事業所数も昭和57年以降、減少傾向をたどっています。

商品販売額の推移



出所：経済産業省

従業者数・事業所数の推移

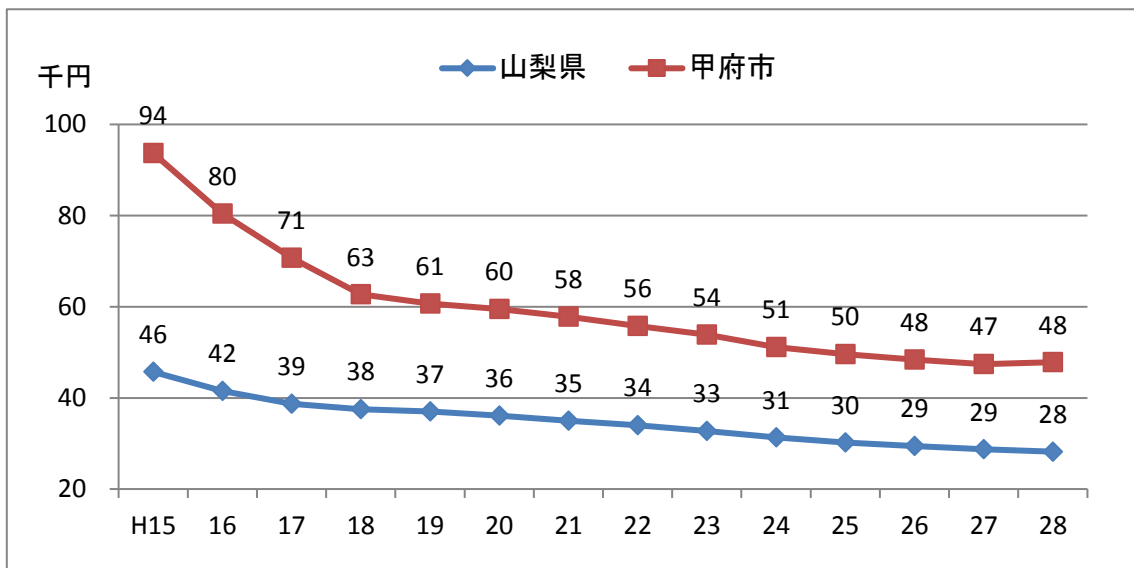


出所：経済産業省

(4) 地価 ～下落が続く、下落率は山梨県を上回る～

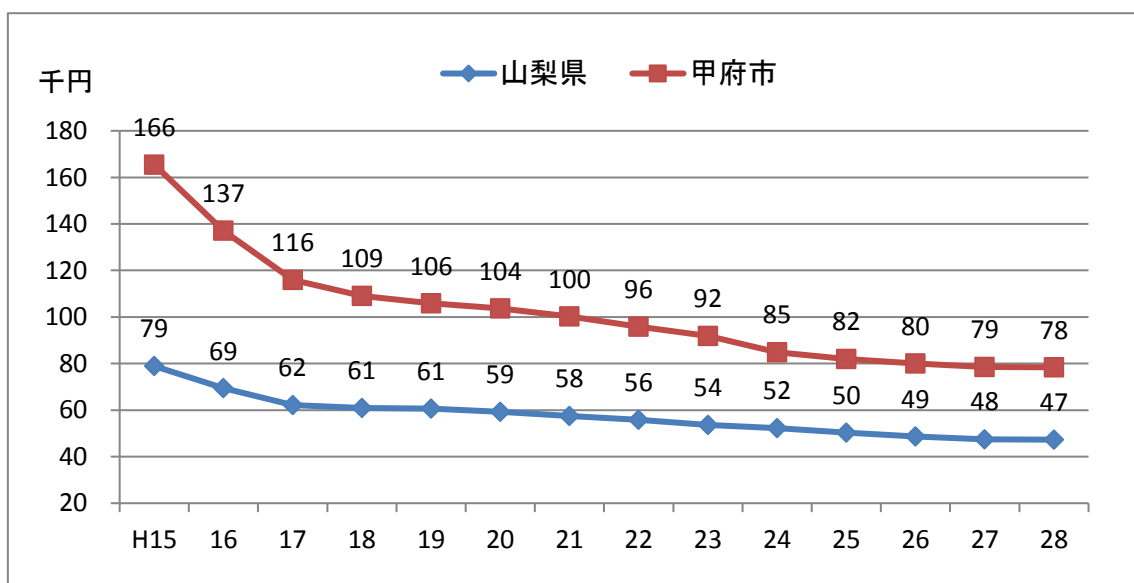
本市の基準地価（全用途平均）は、平成 28 年現在、48 千円で、平成 15 年の 94 千円と比べて半減しています。平成 15 年から平成 28 年の変動を見ると、甲府市が▲48.9%（94 千円→48 千円）、山梨県が▲39.1%（46 千円→28 千円）となっており、甲府市は山梨県に比べて地価の下落率が高い状況にあります。なお、商業地の地価の推移も同様の傾向をたどっています。

基準地価（全用途平均、1 m²当たり）の推移



出所：山梨県

基準地価（商業地、1 m²当たり）の推移



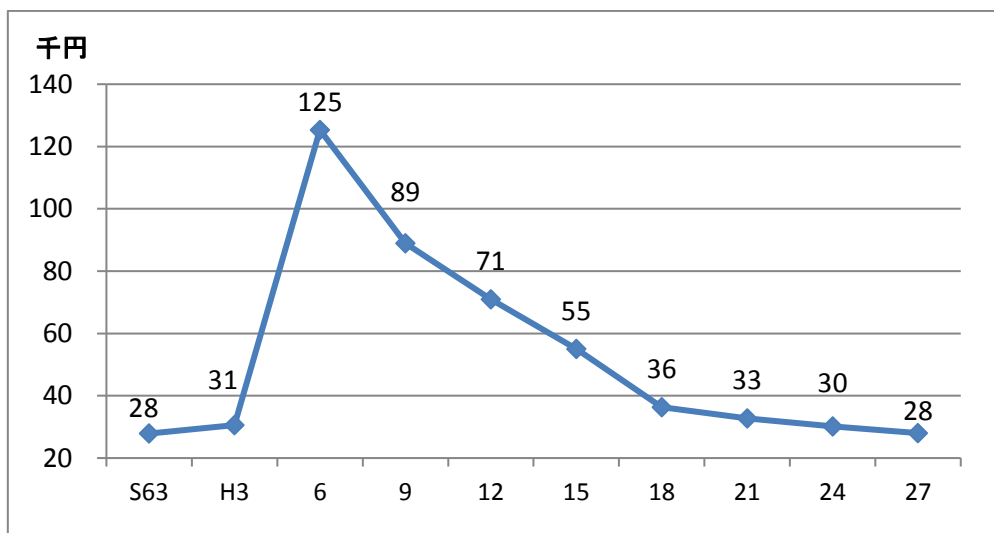
出所：山梨県

(5) 固定資産税評価額

～下落が続く、足下ではバブル期以前の水準に低下～

本市の固定資産税評価額（宅地平均）は、バブル期に高騰した後に下落が続いており、平成 27 年は 28 千円とバブル期以前の水準に低下しています。

固定資産税評価額（宅地平均、1 m²当たり）の推移



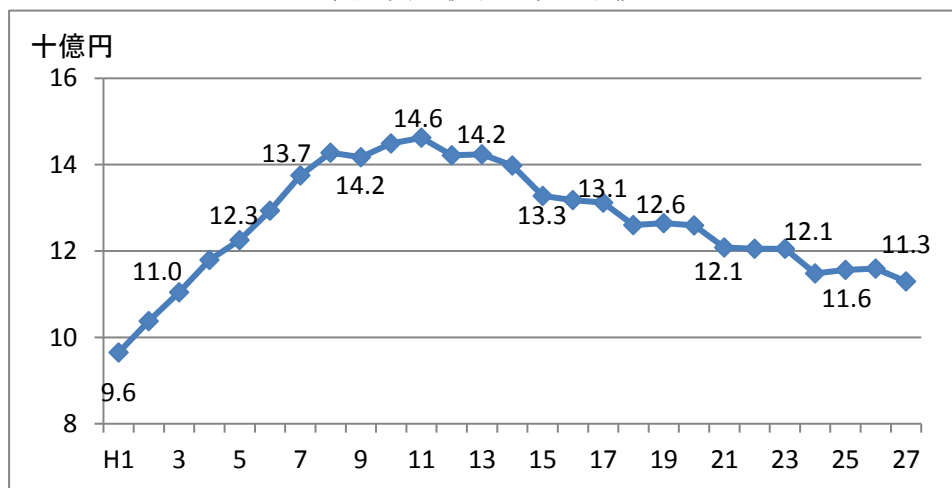
出所：甲府市

(6) 固定資産税収入額

～減少傾向をたどっている～

本市の固定資産税収入額は、平成 11 年以降減少傾向をたどっています。

固定資産税収入額の推移



出所：甲府市

(7) 農家数および農業就業人口

～総数は減少、経営体数はやや増加～

本市の農家数は、平成 27 年現在、2,088 戸で、平成 22 年と比べて 13.0%減少しており、特に第 2 種兼業農家の減少が目立っています。また、農業就業人口（販売農家）は、1,906 人で、平成 22 年と比べて約 17.1%減少しています。

一方、農業生産関連事業を行っている経営体の数は、56 経営体と平成 22 年に比べて 12.0%増加しています。また、農産物出荷先別経営体の数は、1,195 経営体と平成 22 年に比べて 13.5%減少しています。

農家数

(単位:戸)

区分 / 年度		平成 22 年	平成 27 年
販売農家	第 1 種兼業	187	171
	第 2 種兼業	619	464
	専業	485	480
自給的農家		1,109	973
計		2,400	2,088

出所：農林水産省

農業就業人口（販売農家）

(単位:人)

男女年齢別 / 年度		平成 22 年	平成 27 年
総数		2,300	1,906
男		1,085	950
女		1,215	956
年齢区分	15 歳～64 歳	830	594
	65 歳以上	1,470	1,312

出所：農林水産省

農業生産関連事業を行っている経営体の事業種類別経営体数

(単位:経営体)

事業種類別／年度	平成 22 年	平成 27 年
農産物の加工	22	23
貸農園・体験農園等	5	6
観光農園	23	24
農家民宿	0	0
農家レストラン	0	2
海外への輸出	0	1
合計	50	56

出所：農林水産省

農産物出荷先別経営体数

(単位:経営体)

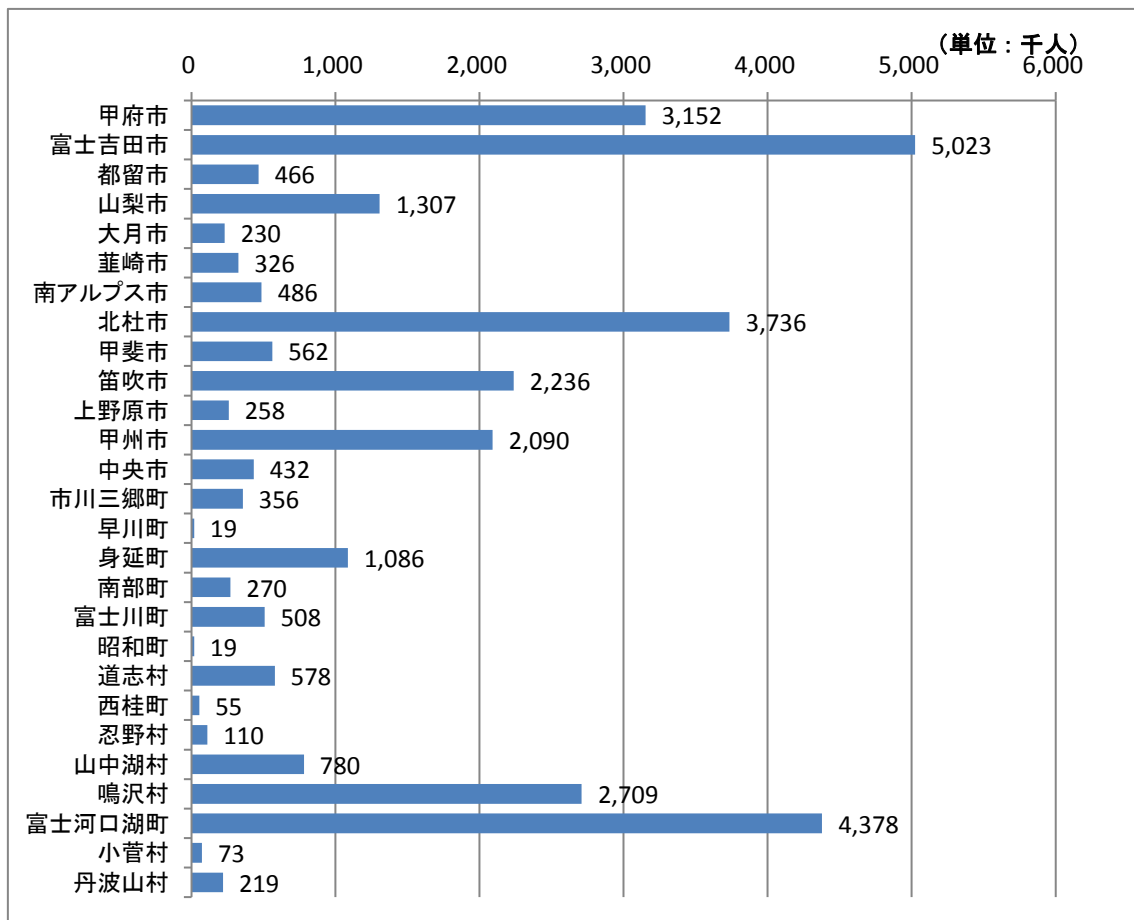
区分／年度		平成 22 年	平成 27 年
合計		1,381	1,195
農産物の販売なし		136	109
農産物の販売のあった経営体		1,245	1,086
農産物の 出荷先別	農協	909	744
	農協以外の集出荷団体	161	88
	卸売市場	131	61
	小売業者	93	49
	食品製造業・外食産業	23	5
	消費者に直接販売	262	121
	うちインターネットによる販売	8	調査項目なし
	その他	62	18

出所：農林水産省

(8) 観光 ～観光客数は、富士吉田、富士河口湖、北杜に次ぎ、第4位～

本市を訪れる観光客（実人数）は、年間3,152千人で、富士吉田市、富士河口湖町、北杜市に次ぐ4位となっています。また、甲府市周辺の主要観光地の動向を見ると、昇仙峡・湯村温泉周辺が569千人、芸術の森・武田神社周辺が2,425千人、風土記の丘周辺が556千人となっています。

平成27年市町村別観光客（実人数）



平成27年エリア別観光客（実人数）（単位：人、%）

小圏域名	平成27年	平成26年	対前年比
昇仙峡・湯村温泉周辺	568,880	424,027	134.2%
芸術の森・武田神社周辺	2,424,568	2,385,796	101.6%
広河原・芦安温泉周辺	4,528	2,996	151.1%
櫛形山・果実郷周辺	177,326	188,437	94.1%
釜無川沿岸	918,773	943,475	97.4%
風土記の丘周辺	555,569	446,443	124.4%
小計	4,649,644	4,391,174	105.9%

出所：山梨県

第3章 商工業の現状と課題

1. 既存調査、SWOT分析、工業者へのアンケート、有識者ヒアリング、甲府市内事業者アンケート調査

(1) 第11回地域消費動向調査（抜粋）

① 調査要領

- ・調査目的 甲府市民の消費動向の把握
- ・調査対象 甲府市民 2,500人（回答件数：968件）
- ・調査実施時期 平成26年8月
- ・調査方法 郵送によるアンケート調査

② 郊外の大型ショッピングセンターへの買い物状況

「良く行く」と「時々行く」の合計が61.6%に達しており、前回の62.1%より0.5ポイント低下したものの、甲府市内の客足が郊外の大型ショッピングセンターに流出していることを裏付ける結果となっています。

郊外 SC 買い物頻度	今回（H26年）調査		前回（H23年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
よく行く	161	16.6	190	16.9
時々行く	436	45.0	508	45.2
あまり行かない	255	26.3	306	27.3
全く行かない	114	11.8	99	8.8
無回答	2	0.2	20	1.8
合計	968	100.0	1,123	100.0

③ 買い物理由（複数回答）

大型ショッピングセンターへ行くと回答した人の買い物理由を見ると、「品物の種類が豊富」が 79.8%とトップで、以下、「無料の駐車場がある」（45.5%）、「車が止め易い」（29.1%）の順となっており、品揃えとともに駐車環境の優位性が重視されています。

また、「子供が遊ぶ場所がある」、「娯楽（映画、パチンコ等）のため」と回答した人が 24.7%と前回調査より 8.2 ポイント高くなっており、遊び場や娯楽としての位置づけが高くなっています。

郊外 SC へ行く理由 (回答者限定・複数回答)	今回 (H26 年) 調査		前回 (H23 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
品物の種類が豊富	505	79.8	604	80.2
近場にあるため	85	13.4	119	15.8
品物の値段が安い	93	14.7	162	21.5
おいしいものがある	73	11.5	84	11.2
無料の駐車場がある	288	45.5	331	44.0
子供が遊ぶ場所がある	60	9.5	61	8.1
娯楽（映画、パチンコ等）のため	96	15.2	63	8.4
車が止め易い	184	29.1	260	34.5
イベント、催し物の見物	19	3.0	25	3.3
その他	37	5.8	44	5.8
合 計	633		753	

※「無回答」を控除して算出した。合計欄は回答者の実数

④ 地元商店街に望むこと（複数回答）

地元の商店街に対する要望を見ると、「駐車場の整備」が 74.1%とトップで、以下、「ゆったりと買い物ができる」（32.9%）、「商店街の核となる店舗が欲しい」（24.0%）の順となっており、駐車環境改善に対するニーズが強い状況にあります。

地元商店街に望むこと (複数回答)	今回 (H26 年) 調査		前回 (H23 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
駐車場の整備	717	74.1	745	66.3
イベントの実施	93	9.6	104	9.3
ゆったりと買い物ができる	318	32.9	393	35.0
商店街の核となる店舗がほしい	232	24.0	291	25.9
共通商品券、ポイントカードの発行	107	11.1	176	15.7
環境、福祉に配慮した取組み	48	5.0	80	7.1
夜も明るい商店街に	161	16.6	163	14.5
休憩できる場所を	155	16.0	206	18.3
定期的な大売出しの実施	127	13.1	151	13.4
その他	33	3.4	40	3.6
無回答	2	0.2	64	5.7
合 計	968		1,123	

※合計欄は回答者の実数

⑤ 甲府市中心商店街に望むこと（複数回答）

甲府市中心商店街に対する要望を見ると、「無料駐車場」が 82.3%とトップで、以下、「ゆったりと楽しく買い物」（27.7%）、「核となる大型店舗の誘致」（25.8%）の順となっており、無料駐車場に対するニーズが強い状況にあります。

甲府市中心商店街に望むこと （複数回答）	今回（H26年）調査		前回（H23年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
無料駐車場	797	82.3	862	76.8
ウインドウショッピングができる	183	18.9	238	21.2
ゆったりと楽しく買い物	268	27.7	300	26.7
幅広い客層が集える場所	173	17.9	189	16.8
核となる大型店舗の誘致	250	25.8	268	23.9
接客、サービスの向上	102	10.5	131	11.7
環境、福祉に配慮した取組み	45	4.6	71	6.3
営業時間の延長	113	11.7	122	10.9
休憩できる場所（公園など）	130	13.4	156	13.9
高齢者が安心して買い物ができる	99	10.2	164	14.6
その他	37	3.8	45	4.0
無回答	1	0.1	56	5
合 計	968		1,123	

※合計欄は回答者の実数

⑥ 食料品など生活必需品の買い物の交通手段

生活必需品の買い物の交通手段を見ると、「自家用車で」が 81.0%と大半を占めており、車社会を裏付ける結果となっています。

買い物交通手段（最寄品）	今回（H26年）調査		前回（H23年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
自家用車で	784	81.0	916	81.6
自宅から路線バスで	6	0.6	5	0.4
バイクで	28	2.9	27	2.4
電車（駅から路線バス又は徒歩）で	2	0.2	2	0.2
自宅から自転車で	81	8.4	112	10.0
自宅から徒歩で	58	6.0	49	4.4
タクシーで	1	0.1	0	0.0
その他	7	0.7	4	0.4
無回答	1	0.1	8	0.7
合 計	968	100.0	1,123	100.0

※端数処理の関係で構成比の合計欄は必ずしも一致しない。

⑦ 今後の心配ごとについて（複数回答）

今後の心配ごとについて見ると、「老後の生活」が49.0%とトップで、以下、「年金、介護問題」（46.7%）、「税金（消費税等）」（26.7%）の順となっています。「老後の生活」を不安視する人の割合が高くなっていますが、⑤の調査結果と併せて考えますと、買い物場所の郊外化が進むなど日常生活における自動車への依存度が高まるなか、自動車を使用できない年齢となった時の生活不安が窺われます。

今後の心配事 （複数回答）	今回（H26年）調査		前回（H23年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
生活廃棄物（生ゴミなど）	30	3.1	50	4.5
自然環境の破壊、汚染	172	17.8	267	23.8
医療（医療機関の対応）	164	16.9	230	20.5
日常必需品の価格	127	13.1	100	8.9
老後の生活	474	49.0	488	43.5
雇用（就職難を含む）	97	10.0	202	18.0
食品の安全性	223	23.0	215	19.1
商店街の衰退	66	6.8	75	6.7
社会、経済の急激な変化	117	12.1	197	17.5
年金、介護問題	452	46.7	492	43.8
教育問題	106	11.0	115	10.2
税金（消費税等）	258	26.7	283	25.2
安全、安心（交通、災害等）	115	11.9	170	15.1
原油高	108	11.2	57	5.1
少子化	97	10.0	80	7.1
今は何も気にならない	6	0.6	8	0.7
その他	24	2.5	46	4.1
無回答	1	0.1	10	0.9
合 計	968		1,123	

※合計欄は回答者の実数

第 11 回地域消費動向調査（抜粋）から考えられること

同調査結果から、以下の点が指摘できます。

1. 郊外型の大型店の出店が進むなかで、消費行動が地元商店街から郊外にシフトしており、甲府市内の客足減少に大きな影響を与えている。
2. 消費者が郊外型の大型店を好む理由としては、品揃えの良さとともに駐車環境の良さが挙げられる。甲府市の商店街に対するニーズも、駐車環境の改善が最多となっている。
3. このような状況下、甲府市内（特に中心街）に客足を取り戻すためには、品揃えやサービスの改善など個店の努力のほか、遊び場や娯楽の提供、駐車環境の改善も必要である。一方、自動車を使用できない年齢となった時の生活を不安視する意向も窺われる。
4. このことから、短期的には駐車場の利用環境改善等により甲府市内に客足を取り戻していく取り組みの必要性があるが、中・長期的に考えると、自動車を使用できない年齢となった時、自動車に頼らなくても生活が可能なまちづくりを目指していくことが重要であると考えられる。

(2) 甲府市商工業振興協議会によるSWOT分析

甲府市商工業振興協議会では、平成23年7月にSWOT分析※を行いました。各委員から出された意見をまとめると以下の通りです。

※SWOT分析：甲府の内部環境をS=強みとW=弱み、また、甲府市を取り巻く外部環境をO=機会とT=脅威という観点から考えて分析する方法。

内部環境

Strength	強み
歴史的な背景の豊かさ	
高校や大学の多さ	
自然の豊かさ・景観	
きれいな水や空気	
県内における地理的位置（中心）	
宝飾や印伝等の地場産業の存在	
県庁、市役所のリニューアル	
県内交通の要所であること	
「つながり」の強さ（無尽など）	

外部環境

Opportunity	機会
エコロジーへの関心の高まり	
クリーンエネルギーへの関心の高まり	
田舎生活への関心の高まり	
農業への関心の高まり	
NPO 法人等の増加	
外国人観光客の増加	
首都圏からの近さ	
「甲府鳥もつ煮」の知名度の高さ	
リニア中央新幹線の開通	

Weakness	弱み
文化的な意識の低さ	
祭り等の閉鎖性	
地域資源に対する意識の低さ	
中心市街地の空洞化	
観光客等の受け入れ意識の欠如	
空き店舗の多さ	
専門店の減少	
駐車環境の悪さ	
情報発信力の弱さ	

Threat	脅威
人口減少	
少子高齢化	
雇用不安	
デフレの進行	
郊外大型店の進出	
客足の市外流出	
製造業の海外進出	
国内産業の空洞化	
リニア中央新幹線の開通	

甲府市商工業振興協議会によるSWOT分析から考えられること

同分析結果から、以下の点が指摘できます。

1. 甲府市の強みとしては、歴史的な背景の豊かさ、恵まれた自然環境、特色ある地場産業などが挙げられている一方、弱みとしては、文化や地域資源に対する意識の低さが指摘されている。このことから、甲府市には様々な地域資源があるものの、その存在が認識されていない、認識されていても十分に活用されていない状況が窺われる。また、中心市街地の空洞化も弱みとして挙げられている。背景には、人口減少、少子高齢化、郊外大型店の進出などの脅威がある。
2. 機会としては、エコロジー、クリーンエネルギー、農業に対する関心の高まり、外国人観光客の増加などが挙げられている。なお、リニア中央新幹線の開通は、機会と脅威それぞれで挙げられており、交流人口増加というプラス面、ストロー現象によるマイナス面の両面が指摘されている。

以上を踏まえると、以下の点が指摘できます。

1. 人口減少、少子高齢化、郊外大型店の進出といった外部要因を背景として、中心市街地の空洞化が進むなど、全国の地方都市同様の現象が起きている。これは、甲府市の努力のみでは避けることのできない外部要因である。
2. その一方で、エコに対する関心の高まり、外国人観光客の増加、リニア中央新幹線の開通などにチャンスを見出すことができる。
3. チャンスを生かすためには、地域資源を活用して魅力を高めることが必要である。そのためには、①恵まれた地域資源を十分に認識し、市民自らが地域に対する自信と誇りを持つこと、②地域資源にストーリー付けをして差別化を図り、付加価値を高めること、③十分に情報発信すること、が求められる。併せて、人口減少、少子高齢化、国内産業の空洞化など、経済規模が縮小傾向で推移することが見込まれるなか、外部環境に左右されない「自立的」かつ「持続的」に発展していくことのできる商工業を目指していくことが求められる。

(3) 工業者へのアンケート

既存調査やSWOT分析では把握できない部分を補完するために、甲府市工業協会会員にアンケートを実施し、甲府市商工業の現状と課題に関する工業者の意見を取りまとめました。

① 調査要領

- ・調査目的 甲府市商工業の現状と課題の把握
- ・調査対象 甲府市工業協会会員 17名
- ・調査実施時期 平成24年8月中旬
- ・調査方法 ファックスによるアンケート調査

② 主な意見

1. 現在、業界（企業、商店街）が抱えている問題点・課題は何ですか？

- ・従業員の高齢化
- ・人材育成に係る費用負担増
- ・（技術面の）若者の人材不足、後継者不足
- ・従業員の高齢化、後継者不在、若手従業員採用・育成難（時間的、資金的余裕なし）
- ・売上げの減少（伸び悩み）、収益悪化、競争激化
- ・円高基調による、海外への輸出減速・生産活動の頭打ち

2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なことは何ですか？

- ・連携強化
- ・山梨独自の製品の開発、発掘
- ・成長分野の見極めと開拓
- ・付加価値製品の開発と自社ブランド原料開発
- ・行政主体での内需拡大路線
- ・付加価値の創造とオンリーワンの企業

3. 商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、甲府市はどのようなまちであって欲しい、あるいは、目指すべきだと思いますか？

- ・企業や学校の誘致
- ・企業の優遇（企業流出を防ぐ環境づくり）
- ・観光客増加のための特色あるイベント実施
- ・農商工による一体的なまちづくり（都会の人が農林業に参加できる環境づくり、山梨全ての特産品に出会える場所づくり、本社機能が立地出来るまちづくりなど）

4. 事業者がやらなければならないことは何ですか？

- ・若い人材の育成とスキルアップ
- ・自主独立
- ・厳しい経営環境下における事業活動の存続（会社存続）
- ・地域の憩いの場、子供たちの学習場としての環境づくり
- ・他社に負けない競争力

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することは何ですか？

- ・魅力あるまちづくり、他県への甲府市のPR
- ・人口減少の歯止め
- ・工業系大学の誘致
- ・企業誘致
- ・富士山世界遺産登録により想定される海外からの観光客、ビジネスマンの増加など国際化への対応

6. その他、商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、ご意見等がありましたら、お聞かせください。

- ・山梨にしか出来ない事や観光で、多くの人に訪れてもらう仕組みづくり
- ・車の流れがスムーズになるような信号の整備

工業者へのアンケートから考えられること

同分析結果から、以下の点が指摘できます。

1. 現状の問題点を大きく分けると以下の2点となる。

- (1) 従業員の高齢化、人材育成コスト負担の増加、技術力不足、後継者不在など、「人材」に関する問題。
- (2) 円高に伴う企業の海外流出等を背景とした、売上高の減少、価格競争激化等に伴う収益環境の悪化。

上記に対する課題としては、以下の点が挙げられる。

- (1) 人材育成の支援。
 - (2) 工業者の基盤強化、特に価格競争に巻き込まれることのない、高付加価値商品、オンリーワン商品の開発。
2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なこととして、以下の点が主な意見として挙げられる。
- (1) 連携力の強化。
 - (2) 付加価値の向上（オンリーワン商品の開発、自社ブランドの構築）。
3. 商工業振興という観点から、甲府市はどのようなまちであって欲しいかという点について、以下の点が主な意見として挙げられる。
- (1) 企業や学校（人材確保面）の誘致、既存企業の流出防止。
 - (2) 観光客が多く訪れるまち。
 - (3) 農商工連携による一体的なまちづくり。
4. 事業者がやらなければならないことについては、人材育成、スキルアップ、競争力の強化を通じて事業を存続させることなどの声が聞かれた。また、ものづくりの現場を子どもたちの学習の場として示すとの意見もあった。
5. 甲府市（行政）に求めること、期待することとしては、魅力あるまちづくり、他県への甲府市のPR、人口減少の歯止め、観光客の増加などの意見が多く、賑わいのあるまちづくりに対するニーズの強さが窺われた。
6. その他、商工業振興という観点から出された意見としては、山梨でしか出来ないことを生かして、観光客の増加を図る、渋滞解消を図ることのできるよう、信号機など交通インフラの整備などがあった。

(4) 有識者ヒアリング

既存調査やSWOT分析では把握できない部分を補完するために、有識者ヒアリングを実施し、甲府市商工業の現状と課題に関する「生の声」を聴取しました。

① 調査要領

- ・調査目的 甲府市商工業の現状と課題の把握
- ・調査対象 県内各種団体、企業経営者など有識者 12名
- ・調査実施時期 平成24年8月上旬
- ・調査方法 面談によるヒアリング調査

② 主な意見 (抜粋)

1. 現在、業界（企業、商店街）が抱えている問題点・課題は何ですか？

- ・人口減少、少子高齢化の進行に伴うマーケットの縮小。それに伴う将来不安。
- ・取引先の海外シフト等（主に工業）、郊外型大型ショッピングセンター進出（主に商業）に伴う、売上高の減少。
- ・甲府市内（特に中心街）の人通り減少。それに伴う来店客の減少。
- ・競争激化に伴う採算悪化。商品やサービスの差別化の難しさ。
- ・従業員の高齢化、後継者不在、若手従業員採用・育成難（時間的、資金的余裕なし）。

2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なことは何ですか？

- ・甲府市に人を呼び込むこと。定住、交流人口の増加。
- ・各種イベント等、人を呼び込むための仕掛け。
- ・業界単体による振興は難しい。他業界と連携した取り組み。
- ・住民が地域資源を知り、利用し、発信すること。特にPR力の強化。
- ・人材の育成、特に若手の人材（地場産業の職人など）を育てること。
- ・少子高齢化、人口減少下でも生活の維持が可能なコンパクトシティの実現。
- ・ブランド力の向上、新商品の開発、オンリーワンの商品やサービスの提供。

3. 商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、甲府市はどのようなまちであって欲しい、あるいは、目指すべきだと思いませんか？

- ・住民や観光客が安心して「歩く」ことのできるまち。
- ・人々が行きたい、住みたい、働きたいと思うようなまち。
- ・人々が多く集まる賑わいのあるまち。
- ・少子高齢化、人口減少下でも生活の持続が可能なまち。
- ・懐かしさがあるが、新しいまち。
- ・山梨県の県都、中心、玄関口、象徴的な存在のまち。

4. 事業者がやらなければならないことは何ですか？

- ・企業自身の経営努力が必要である。個々の企業の魅力、業績の向上がまち全体の魅力向上につながる。
- ・時代の流れや顧客のニーズにマッチした商品、サービスの提供。
- ・若い人材の活用。
- ・ブランド力の向上、新商品の開発。
- ・連携力を高めて、知恵を出し合う工夫。

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することは何ですか？

- ・事業者が何かをしようとする場合、「できない理由」ではなく「どうしたらできるか」ということを共に考えて欲しい。
- ・旧町名を復活して欲しい。観光都市を目指すのであれば、歴史を物語る町名が必要。
- ・甲府の歴史を伝える場を作って欲しい。
- ・他の市町村と連携して、観光推進を図って欲しい。
- ・甲府に人が集まる、人を呼び込む仕掛けづくりをして欲しい。
- ・各種会議や大会等を甲府市で開催できるよう、誘致して欲しい。
- ・人口増加策を期待する。
- ・イベント、産学官金の連携、農商工連携、人的交流等のコーディネイト役になって欲しい。
- ・人が歩きやすいまちづくりに必要なインフラ整備を進めて欲しい。
- ・駐車環境の改善（一定時間の駐車無料化等）を検討して欲しい。
- ・地場産品や地域資源のPRをして欲しい。
- ・企業誘致や流出防止に取り組み、経済基盤が今よりも弱くならないよう努めて欲しい。

6. その他、商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、ご意見等がありましたら、お聞かせください。

- ・商工業の振興にとって、観光は重要なポイントである。特に、参加型、体験型の観光が必要である。
- ・甲府にしか存在しないもの、甲府でしか提供できないものを「売り」にすべきである。
- ・若者がまちづくりに対する意見を出し、具体的に取り組むことのできるような場を作ったらどうか。
- ・甲府の「夜景」をもっとPRして、観光推進等に活用すべきである。
- ・風土記の丘農産物直売所を活用したらどうか。オリジナル商品開発に取り組んだらどうか。
- ・武田信玄など歴史的な資源を、観光や物販にもっと活用すべきである。
- ・商工業の振興は一朝一夕にできるものではない。小さなことをコツコツと積み重ねていく必要がある。

有識者ヒアリング結果から考えられること

同分析結果から、以下の点が指摘できます。

1. 現状の問題点を大きく分けると以下の3点となる。

- (1) 人口減少、少子高齢化、取引先の海外シフト等、甲府市のみならず国内全体を取り巻く外部環境を背景とした売上・受注減。また、それに伴う将来不安。
- (2) 甲府市（特に中心街）の人通りの減少、来店客の減少など、消費者の郊外流出に関する問題。
- (3) 従業員の高齢化、後継者不在など、「人材」に関する問題。

上記に対する課題としては、以下の点が挙げられる。

- (1) 人口減少、少子高齢化という環境下でも、生活を持続することのできるまちづくり、取引先の海外シフト等が進むなかで、取引先の動向等に左右されない経営の確立。
- (2) 甲府市（特に中心街）に賑わいを取り戻す施策の実施。
- (3) 人材育成の支援。

2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なこととして、以下の点が主な意見として挙げられる。

- (1) 甲府市の定住、交流人口増を図る取り組み。
- (2) 同業種、異業種、異分野間における連携力強化。
- (3) 人材の育成。

3. 商工業振興という観点から、甲府市はどのようなまちであって欲しいかという点については、さまざまな意見が寄せられたが、大きく分けると以下の2点となる。

- (1) 人々が集まる魅力のあるまち。
- (2) 人口減少、少子高齢化という環境下でも、持続可能なまち。

4. 事業者がやらなければならないことについては、企業自身が経営努力すること、具体的にはブランド力の向上、新商品の開発、消費者のニーズに合った商品やサービスの提供などが求められるとの声が聞かれた。

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することとしては、以下の点が主な意見として挙げられる。
- (1) まちに人が集まり、賑わいをもたらすための施策を実施して欲しい。具体的には、各種イベントなどの場づくり、観光振興、駐車環境の改善をして欲しい。
 - (2) 商工業の振興を図るためには、さまざまな連携が必要となるが、そのためのコーディネート役となって欲しい。
6. その他、商工業振興という観点から出された意見としては、甲府でしか提供できないものを売りにすべきなど「オンリーワンの価値の提供」、観光における「参加型」、「体験型」の重要性、まちづくりに対する「若者の必要性」などがあった。また、商工業振興の取り組みに関して「小さなことをコツコツと積み上げていく」ことの必要性を説く声も聞かれた。

(5) 甲府市内事業者アンケート調査（抜粋）

① 調査要領

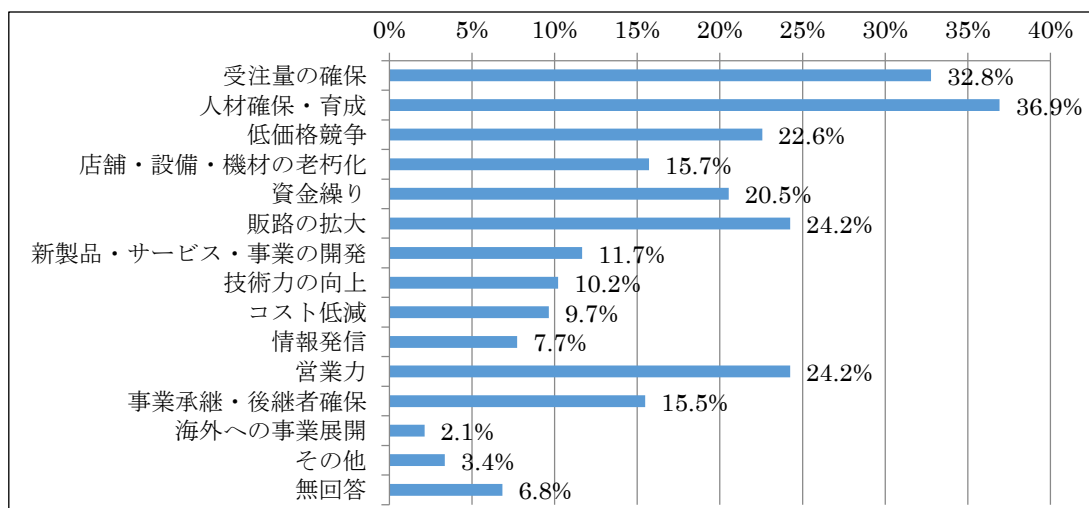
- ・ 調査目的 甲府市商工業の現状と課題の把握
- ・ 調査対象 甲府市内事業者 2,223 件 （回答件数：891 件）
- ・ 調査実施時期 平成 27 年 12 月
- ・ 調査方法 郵送によるアンケート調査

② 経営における現在の問題点・課題（複数回答）

経営における現在の問題点・課題を見ると、「人材確保・育成」が 36.9%とトップで、以下、「受注量の確保」（32.8%）、「販路の拡大」と「営業力」（24.2%）の順となっており、人材面、経営面で課題を感じている企業が多い様子が窺われます。

経営における現在の問題点・課題 （複数回答）	回答数	構成比
受注量の確保	292	32.8
人材確保・育成	329	36.9
低価格競争	201	22.6
店舗・設備・機材の老朽化	140	15.7
資金繰り	183	20.5
販路の拡大	216	24.2
新製品・サービス・事業の開発	104	11.7
技術力の向上	91	10.2
コスト低減	86	9.7
情報発信	69	7.7
営業力	216	24.2
事業承継・後継者確保	138	15.5
海外への事業展開	19	2.1
その他	30	3.4
無回答	61	6.8
合計	891	

※合計欄は回答者の実数

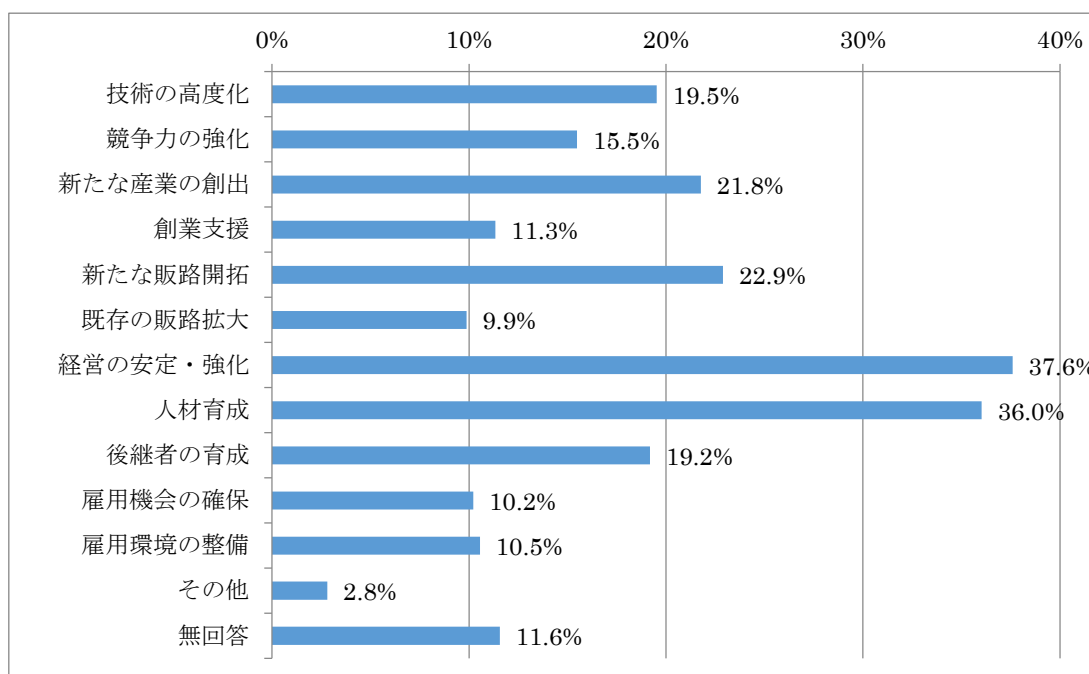


③ 今後の産業振興に求められること（複数回答）

今後の産業振興に必要なことについて見ると、「経営の安定・強化」が37.6%とトップで、以下、「人材育成」（36.0%）、「新たな販路開拓」（22.9%）の順となっており、経営面での拡充、人材面での充実を求めている企業が多い様子が窺われます。また、11.3%ではありますが、「創業支援」に対する関心も窺われます。

今後の産業振興に求められること （複数回答）	回答数	構成比
技術の高度化	174	19.5
競争力の強化	138	15.5
新たな産業の創出	194	21.8
創業支援	101	11.3
新たな販路開拓	204	22.9
既存の販路拡大	88	9.9
経営の安定・強化	335	37.6
人材育成	321	36.0
後継者の育成	171	19.2
雇用機会の確保	91	10.2
雇用環境の整備	94	10.5
その他	25	2.8
無回答	103	11.6
合計	891	

※合計欄は回答者の実数



甲府市内事業者へのアンケートから考えられること

同分析結果から、以下の点が指摘できます。

1. 経営における現在の問題点・課題を大きく分けると、以下の点が主な意見として挙げられる。

- (1) 「人材の確保・育成」、「事業承継・後継者確保」など、「人材」に関する問題。
- (2) 「受注量の確保」、「営業力」、「資金繰り」など、「経営」に関する問題。
- (3) 「販路の拡大」、「新製品・サービス・事業の開発」など、「販路」に関する問題。

上記に対する課題としては、以下の点が挙げられる。

- (1) 人材の育成及び確保に関すること。
- (2) 経営基盤の強化に関すること。
- (3) 販路拡大に関すること。

2. 今後の産業振興に求められることとして、以下の点が主な意見として挙げられる。

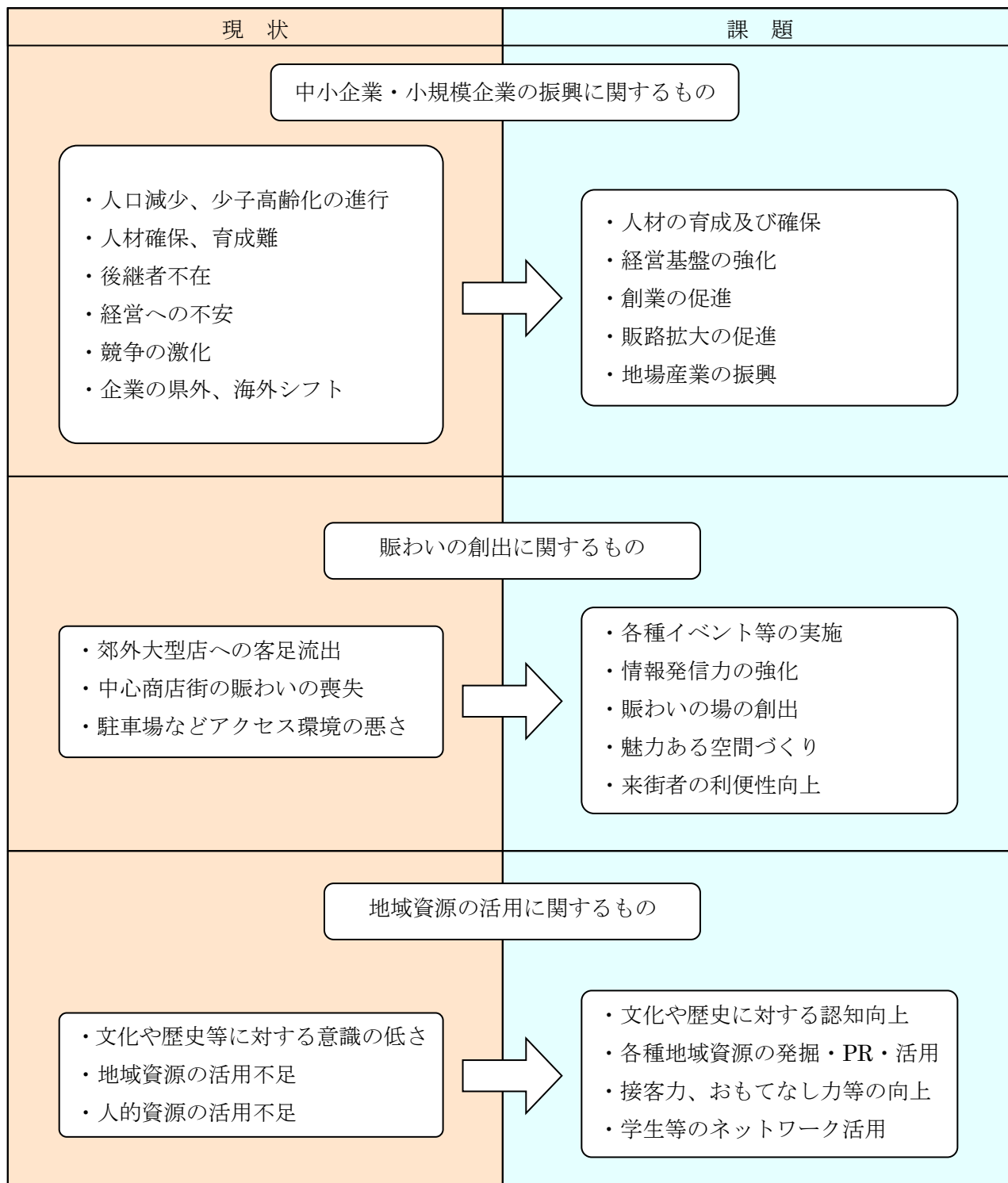
- (1) 経営の安定・強化
- (2) 人材育成
- (3) 新たな販路開拓
- (4) 創業支援

上記に対する課題としては、以下の点が挙げられる。

- (1) 経営基盤の強化に関すること。
- (2) 人材の育成及び確保に関すること。
- (3) 販路拡大の促進に関すること。
- (4) 創業の促進に関すること。

2. 現状と課題

既存調査、SWOT分析、工業者へのアンケート、有識者ヒアリング、甲府市内事業者アンケート調査等から考えられる現状と課題をまとめると以下の通りとなります。



第4章 商工業振興の基本目標、戦略、施策

1. 基本目標 ～ 目指すまちの姿 ～

**自立と連携によって新たな価値を創造し、自然環境や人々に
優しく持続的に発展することで、個性的な魅力と賑わいに
あふれるまち※**

※これからの商工業振興では、まち（地域社会）を創出することに商工業者がどのように関わられるかが課題

背景となる考え方

1. 商業、工業を分けずに「商工業」へ

平成16年に策定した指針は、甲府市小売商業振興指針と甲府市工業振興指針の2つに分かれていました。しかし、時代が変化し、消費者のニーズも多様化するなかで、商業、工業という従来型の枠組みでは振興を図ることが難しくなってきたことから、平成25年には、商業と工業を分けることなく「甲府市商工業振興指針」としました。

また、「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の制定の趣旨からも、従来枠組みにとらわれず、中小企業・小規模企業全体の振興に取り組みます。

2. 基本目標は「まちづくり」

商工業の振興指針でありながら、基本目標は、『商工業』の振興を図るのではなく、「めざす『まち』の姿」としました。これは、商工業の振興はまちづくりと表裏一体の関係にあるとの考え方に基づいています。商工業者がどれだけ努力しても、甲府市に人々が集まり、賑わう魅力がなければ、振興は望めません。また、商工業の振興は基本目標に示す「めざすまちの姿」に貢献していきます。このように、商工業の振興とまちづくりが相乗的にそれぞれの魅力を高めていくことを目標としています。

3. 連携を図りながら新たな付加価値を創造

商工業の振興を図るためには、観光産業、農業など異分野・異業種間の連携が必要となるほか、産学官金の連携、6次産業化などの取り組みも必要となってきます。様々な事業体が有機的に結びつくことにより、商業者、工業者単体では実現できなかったサービスや商品の提供が可能となるほか、商業、工業という枠のなかでは発想しえなかった新たなビジネスモデルが生まれる可能性もあります。このように、甲府市の商工業が様々な連携を図りながら、新たな付加価値を創造していくことを目指します。

4. 求められるのは「自立的」、「持続的」な発展

少子高齢化、人口の減少、産業の空洞化は避けることのできない外部要因です。このような厳しい環境において求められることは、外部要因に左右されることのない発展です。自然環境や人々に優しいエコでコンパクトなまち、「自立的」、「持続的」に発展していくことのできるまちを目指します。

5. 情報発信の重要性

商工業の振興をより効果的に遂行していくために、情報発信力の強化に努めます。具体的には、各種メディア、ホームページ、ソーシャルネットワーキングサービス等を積極的に活用するほか、ストーリー付けを行うことにより、情報の付加価値向上を図ります。

6. 商工業振興指針における8つのキーワード

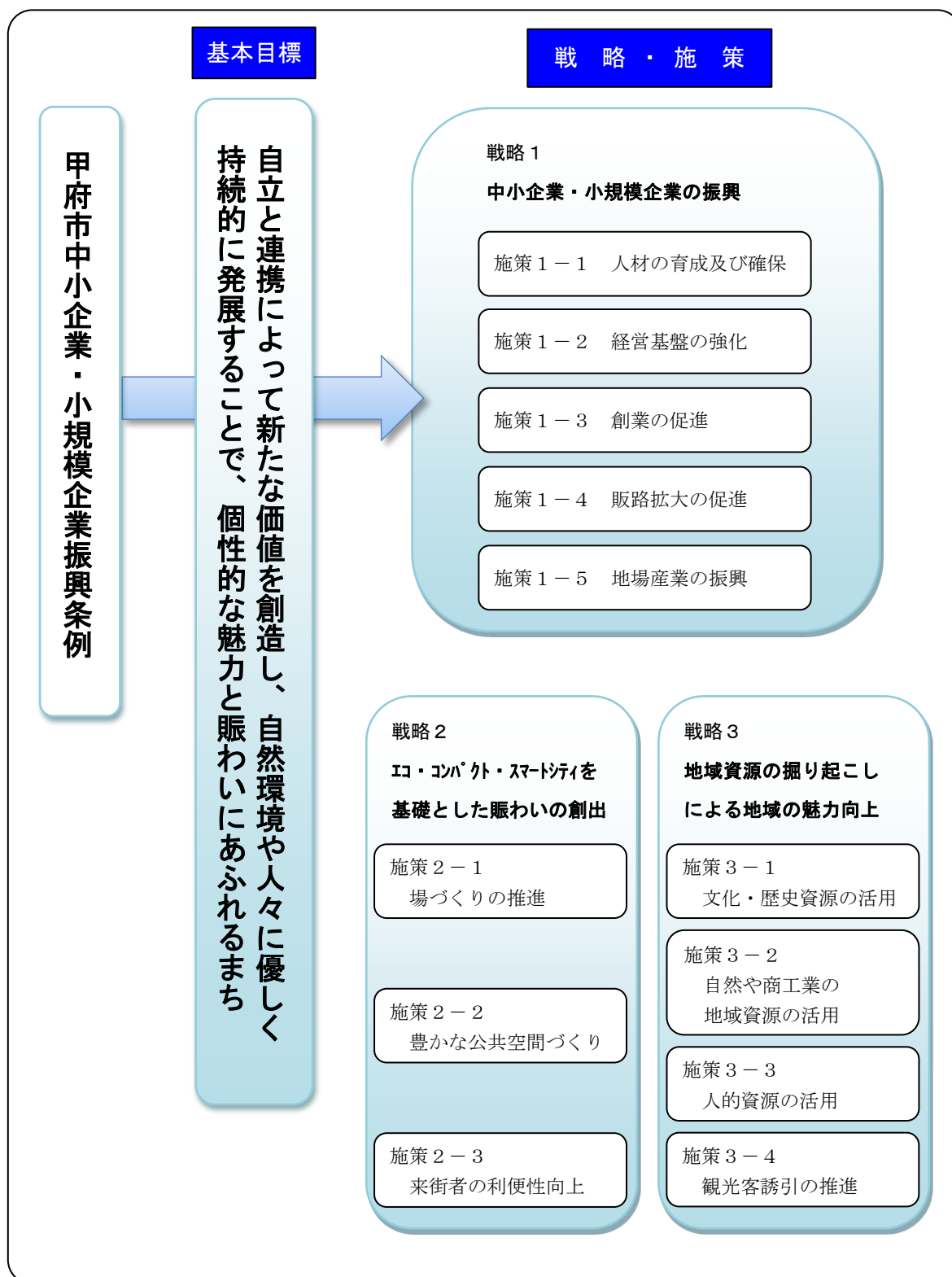
商工業振興協議会においては、めざすまちの姿を実現するために必要な多くのキーワードが出されました。それらのキーワードを集約し、基本目標にまとめあげました。基本目標に示されたキーワードは以下の8つです。

1. 「自立」、2. 「連携」、3. 「新たな価値」、4. 「自然への優しさ」、5. 「人々への優しさ」、6. 「持続」、7. 「個性的な魅力」、8. 「賑わい」

各戦略と施策、事業化の視点は、これらのキーワードに関連付けられたものとなっています。

キーワード	協議会で出されたキーワード
1 自立	ブランド化、水をキーワードとしたブランド創造、チャレンジ精神、活力ある商工業、地場産品の販売促進
2 連携	農商工連携、産学官連携、世代間の交流、祭りの広域連携、6次産業化、地域間の交流、異業種交流、地場産業と観光のコラボレーション
3 新たな価値	女性の目線、ストーリーづけ、イケメンおもてなし武将、参加型観光、非日常、ブランドの創出、産業観光、チャレンジ+価値創造
4 自然への優しさ	コンパクトシティ、エコタウン、住みたくなるまち、エコロジーへの関心の高まり、クリーンエネルギー、スマートシティ
5 人々への優しさ	コンパクトシティ、住んでよし訪れてよし、トランジットモール化、安心して住めるまち、歩いて楽しめるまち、生活者と観光客の共存
6 持続	コンパクトシティ、人材育成、技術の伝承、交流人口の増加、定住人口の増加、若い世代への教育の重要性
7 個性的な魅力	オンリーワン、懐かしき未来、歴史資源の活用、素晴らしい夜景、既に存在する魅力の発掘、魅力的な地場産業、おいしい水、カワセミ=飛ぶ宝石、甲府らしさ
8 賑わい	ICTを活用した活性化、無尽文化(濃いつながり)、仕掛け、場作り、メディア戦略、若者の力を活用、観光客誘致、県外資本の誘引、情報発信力の強化

基本目標を実現するために、「中小企業・小規模企業の振興」、「エコ・コンパクト・スマートシティを基礎とした賑わいの創出」、「地域資源の掘り起こしによる地域の魅力向上」の3つを基本戦略として、12の施策を展開します。



2. 各戦略と施策、事業化の視点

戦略1 中小企業・小規模企業の振興

◆ 背景・基本的な考え方

本市の発展に重要な役割を担う中小企業・小規模企業が、持続的な成長を遂げていくためには、中小企業者・小規模企業者自らが、創意工夫を活かした事業を意欲的に展開していくとともに、地域社会を構成する多様な主体が連携・協力をし、それぞれに期待される役割を果たす中で、多角的な視点に立った支援を行っていくことが重要です。そのために、5つの施策を展開します。

◆ 施策

1-1 人材の育成及び確保

少子高齢化が進み、生産年齢人口の減少が見込まれるなか、本市産業が引き続き活力を維持していくためには、人材の育成や確保などが重要です。

そのため、経営者・後継者の育成や従業員等の技能・知識の向上を支援していくとともに、中小企業・小規模企業への若者等の就業意識の醸成、就職希望者への多様な就業機会の創出、女性の就業の促進、中小企業・小規模企業の魅力発信などによる取組を推進していきます。

1-2 経営基盤の強化

社会経済情勢が大きく変化するなか、大企業と比べ経営基盤が脆弱な中小企業・小規模企業が持続的な発展をしていくためには、経営の改善や資金調達の円滑化などが重要です。

そのため、中小企業関係団体や金融機関等との連携を深め、経営の向上に取り組む市内中小企業・小規模企業に対し、経営相談・指導等の充実、円滑な資金調達などによる取組を推進していきます。

1-3 創業の促進

経営者の高齢化や後継者不足などにより企業数が減少するなか、開業率を引き上げ雇用を生み出すためには、創業に向けた資金調達や経営に関するノウハウの習得などが重要です。

そのため、「甲府市創業支援事業計画」に基づき、関係機関との連携を強化する中で、創業に必要な情報の提供、相談・研修の充実、資金の円滑な供給などの取組を推進するとともに、中心市街地の既存ストックを活用した創業の支援を図っていきます。

1-4 販路拡大の促進

経済のグローバル化などにより企業間競争が進むなか、中小企業・小規模企業が、これまでの市場に留まることなく積極的な事業を展開していくためには、取引拡大や販路開拓などが重要です。

そのため、国内外の商談機会の創出を図るとともに、市場間競争に負けない魅力ある技術・商品の開発などによる取組を推進していきます。

1-5 地場産業の振興

本市産業を支える地場産業が成長・発展していくためには、地場産業に係る技術・技能の承継や地場製品の国内外へのPR、販売促進などが重要です。

そのため、地場産業の技術承継や事業継続、地場製品の普及を促進する活動などによる取組を推進します。

◆ 事業化の視点 (は関連するキーワード)

施策1-1 人材の育成及び確保 自立 × 連携 × 新たな価値 × 持続 × 賑わい

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	中小企業・小規模企業の経営者及び後継者の育成の支援	セミナー等の開催を通じ、経営者や後継者の育成及び、人脈の形成や企業間のネットワークの構築などにつなげる。
2	中小企業・小規模企業の従業員等の技能及び知識の向上の支援	研修体制等が十分でない市内企業に対し、新入社員や従業員等の業務に必要な能力の習得等を支援し、技能や知識の向上につなげる。
3	若者等の中小企業・小規模企業への就業意識の醸成	教育機関等と連携し、小中学生等を対象とした市内産業を知る機会の創出や、市内企業に関する情報発信等を行い、若者等へ市内企業の認知度を高めるとともに就業意識の醸成を図る。
4	就業を希望する者への多様な就業の機会の創出	市内企業と求職者とのマッチング機会の創出や、移住定住相談と連携した市内企業への就業の促進を図る。
5	仕事と子育てとの両立を支援することによる女性の就業の促進	子育て支援や女性が働きやすい環境づくりを通して、仕事と子育ての両立を支援し、女性の就業意識の醸成や就業機会の創出を図る。
6	中小企業・小規模企業の事業活動、雇用等に関する情報の発信	市内企業の技術・製品・技能等に着目した市内企業の魅力を発信する。

施策 1-2 経営基盤の強化 **自立** × **連携** × **持続**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	中小企業者及び小規模企業者の経営に関する相談、指導等の充実に関する取組の支援	関係団体等と連携し、中小企業・小規模企業の経営基盤等をサポートする事業に対して支援を行い、市内企業の発展・成長につなげる。
2	中小企業者及び小規模企業者の円滑な資金調達支援	「甲府市中小企業振興融資制度」の活用等により、事業に必要な運転資金や設備資金等の円滑な資金調達を支援する。

施策 1-3 創業の促進 **自立** × **連携** × **新たな価値** × **持続**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	創業に必要な情報の提供、相談及び研修の充実、資金の円滑な供給	「甲府市創業支援事業計画」を推進する関係団体と連携した創業に必要な情報の提供、相談・研修の充実や、中心市街地の既存ストックを活用した創業の促進を図るとともに、「甲府市中小企業振興融資制度」の活用等による円滑な資金調達を支援する。

施策 1-4 販路拡大の促進 **自立** × **連携** × **新たな価値** × **持続** × **個性的な魅力** × **賑わい**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	国内外における商談機会等の創出	関係団体等と連携し、市内企業が持つ新商品・新技術・熟練技術等を国内外にPRする機会や、バイヤーとの商談機会の創出等を図る。
2	新技術及び新商品の開発の支援	「甲府ブランド認定制度」の活用等により、本市独自の技術や商品の開発を支援する。

施策 1-5 地場産業の振興 **自立** × **連携** × **新たな価値** × **持続** × **個性的な魅力** × **賑わい**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	中小企業者及び小規模企業者の技術の承継、事業の継続等の支援	関係団体等と連携し、地場産業に携わる後継者や技術者の育成、事業継続のための活動等を支援する。
2	地場産品の普及を促進するための活動等の支援	ジュエリーやワインを柱とした地場産品のブランド化やPR、販路拡大等を支援する。

戦略2 エコ・コンパクト・スマートシティを基礎とした賑わいの創出

◆ 背景・基本的な考え方

商工業者自身が基盤強化のための自助努力をしても、まちに人通りがなく顧客との接点がなければ、商工業の発展は限定的なものになってしまいます。逆に、多くの人が賑わうまちは、消費やビジネスチャンスが生まれ、商工業者が経営戦略を策定する際の選択肢が広がります。また、まちが持続的に発展していくためには、「エコ・コンパクト・スマート」なまちづくりを目指す必要があります。エコ・コンパクト・スマートシティを基礎とした、賑わいを創出するために3つの施策を展開します。

◆ 施策

2-1 場づくりの推進

各種イベントの実施等、人々が集まる場づくりを推進し、地域内部交流、地域間交流、世代間交流の活発化を図ることが必要と考えます。それにより、まちに賑わいをもたらし、商工業の振興を支援します。

2-2 豊かな公共空間づくり

賑わいを創出するためには、人々にまちを歩いてもらうことが必要です。自動車での通行では得ることのできない地域の魅力の発見につながるほか、地元商店街の人々との会話が生まれる機会も増加します。また、エコ・コンパクトという観点からも、自動車に頼ることなく生活することのできる環境を整えることが必要です。そのために、人々がまちを歩く仕組みを作ります。

2-3 来街者の利便性向上

駐車場環境の整備やレンタル自転車サービスの充実などを行い、甲府市を訪れる人々の利便性向上を図ります。

◆ 事業化の視点

施策 2-1 場づくりの推進 **賑わい** × **個性的な魅力**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	既存イベントの情報発信力強化	各種イベントに関する情報発信力を強化し、より多くの人を誘引する。
2	各種会議、大会の誘致 (コンベンション誘致)	各種会議、大会を甲府市に誘致する。
3	ワイン関連イベントの開催	甲府がワイン発祥の地であることをストーリー化し、イベントを開催する (甲府ワイン組合に提案)。

施策 2-2 豊かな公共空間づくり **自然への優しさ** × **人々への優しさ** × **持続** × **賑わい**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	各種マップ等の活用、情報発信	甲府市の各種マップを活用し、情報発信することにより、甲府市を歩く人々の増加を図る。
2	フットパスの活用	既存のフットパスコースを取りまとめ、情報発信する。
3	自転車・歩行者の回遊性の向上	自転車や歩行者の通行に配慮した甲府駅北口と南口の回遊性向上の仕組みを検討する。

施策 2-3 来街者の利便性向上 **自然への優しさ** × **人々への優しさ** × **持続** × **賑わい**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	中心商店街駐車場無料サービスの検討	中心商店街の駐車場を一定時間無料化する仕組みを検討する。
2	レンタル自転車サービスの充実	レンタル自転車サービスの利用状況等を調査のうえ、機能を充実させ、活用する。

戦略3 地域資源の掘り起こしによる地域の魅力向上

◆ 背景・基本的な考え方

まちの賑わいは、イベント時など一時的な盛り上がりには終わるものではなく、持続的である必要があります。一度まちを訪れた人々にリピーターになってもらうことが大切です。そのためには、地域の魅力を掘り起こし、磨き（ストーリー付けを行うことにより付加価値を高め）、発信することにより、「魅力があり、何度も訪れたいくなるようなまち」になることが必要です。

地域の魅力を向上させるためには、地域に住む人々が地域に対する自信と誇りを有していることも必要です。地域の魅力を向上させるために、4つの施策を展開します。

◆ 施策

3-1 文化・歴史資源の活用

甲府の文化・歴史的な資源に光を当て、地域の人々に伝えるとともに、外部に発信していくことが重要と考えます。それにより、商工業の振興、観光の推進に生かしていきます。

3-2 自然や商工業の地域資源の活用

甲府には、様々な地域資源が存在します。例えば、きれいな水や空気、食材、自然環境、夜景、人とのつながり力の濃さなどです。これらの地域資源を掘り起こし、磨き（ストーリー付けを行うことにより付加価値を高め）、発信します。それにより、商工業の振興、観光の推進に生かしていきます。

3-3 人的資源の活用

人との会話、ふれあい、つながり（ブログなどインターネットを活用したつながりも含む）なども地域の魅力を高めるために欠かすことのできない要素です。おもてなし力の向上、人的なつながりの強化など、人的な資源を活用し、商工業の振興、観光の推進に生かしていきます。

3-4 観光客誘引の推進

他地域との連携を深めつつ、甲府市を訪れる観光客の増加に努めます。また、観光ガイドスタッフの充実を図るなど、観光客に甲府をより深く知ってもらうための仕組みを作ります。

◆ 事業化の視点

施策 3-1 文化・歴史資源の活用 **新たな価値** × **個性的な魅力**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	甲府の歴史を伝える場の創出	甲府市民に、甲府の歴史を伝えることにより、郷土愛を醸成し、観光客等へのおもてなし向上を図る。
2	旧町名復活の検討	甲府の歴史資源の活用を図るために、旧町名の復活を検討する。
3	甲府市の地名の由来標識、看板等の設置検討	甲府の歴史資源の活用を図るために、甲府市の地名の由来等を示す看板や標識の設置を検討する。

施策 3-2 自然や商工業の地域資源の活用 **自立** × **新たな価値** × **個性的な魅力**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	甲府の「水」の美味しさの PR	甲府の「水」の美味しさを PR することにより、甲府のブランド力向上を図り、商工業の振興に生かす。
2	甲府の「夜景」の PR	甲府の「夜景」の美しさを PR することにより、来街者の増加を図り、商工業の振興につなげる。
3	地域資源の発掘	隠れている地域資源を発掘するために、市民から意見を募集する。特に、外部から来た方の目を通じて、甲府を再発見する。
4	甲府の景観改善への取り組み	甲府の景観改善に向けた勉強会、市民の意見聴取等を行う。

施策 3-3 人的資源の活用 **自立** × **人々への優しさ**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	学生や若者の活用	各種イベント等を実施する際、学生や若者に参加してもらい、アイデアやネットワークを活用する。
2	NPO法人等への経営指導	NPO法人等、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネスに参入する人々への経営指導等を通じて、事業家育成を図る。
3	おもてなし・接客力向上セミナーの開催	おもてなし・接客力向上セミナーを実施し、個店の魅力向上を図る。
4	有名ブロガーの活用	有名ブロガーを活用することにより、地域の魅力を広く発信する。

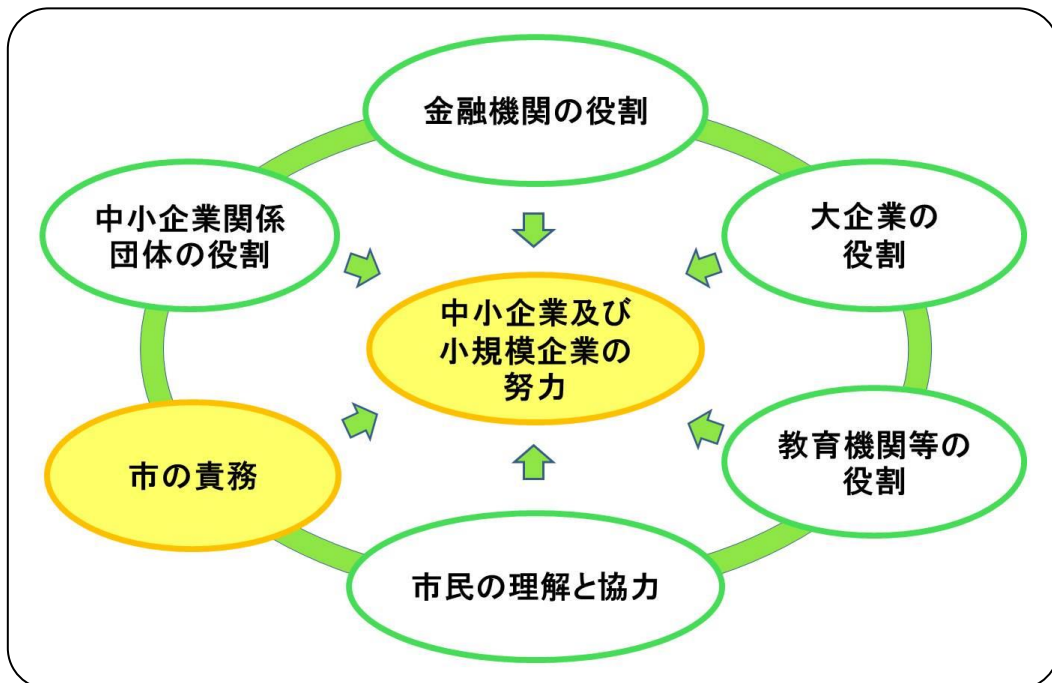
施策 3-4 観光客誘引の推進 **賑わい** × **連携** × **個性的な魅力**

事業化の視点		
No.	名称	内容
1	他地域との連携による観光推進	他地域と連携し、他地域を訪れた観光客を甲府市に誘引する。また、甲府市を訪れた観光客に他地域を紹介することにより、観光推進を図る。
2	観光客へのおもてなしの充実	観光ガイドスタッフの活用等を通じて、観光客の満足度向上を図る。
3	既存施設の活用	甲府市内の既存施設を市民および観光客向けに活用する。
4	Wi-fi を活用した外国人観光客支援	甲府市内の主要観光地に Wi-fi を導入し、観光客の利便性を高める。
5	歴史ツアーの実施	甲府の歴史を知ることのできるツアーを実施することにより、市民および観光客に対するサービスの向上を図る。
6	情報・交通ネットワークのハブ機能の発揮	情報・交通ネットワークのハブ機能としての役割を果たし、観光客の誘引を図る。

第5章 推進体制と管理体制

1. 推進体制

商工業振興のための施策を実行し、目指すまちの姿を実現するためには、地域社会を構成する多様な主体である市、中小企業・小規模企業、中小企業関係団体、金融機関、大企業、教育機関等、市民の各々が役割を果たしていくとともに、連携・協力をし、多角的な視点に立ち取り組んでいくことが重要です。



【留意事項】

なお、施策、事業の実施主体等については、以下の点に留意していく。

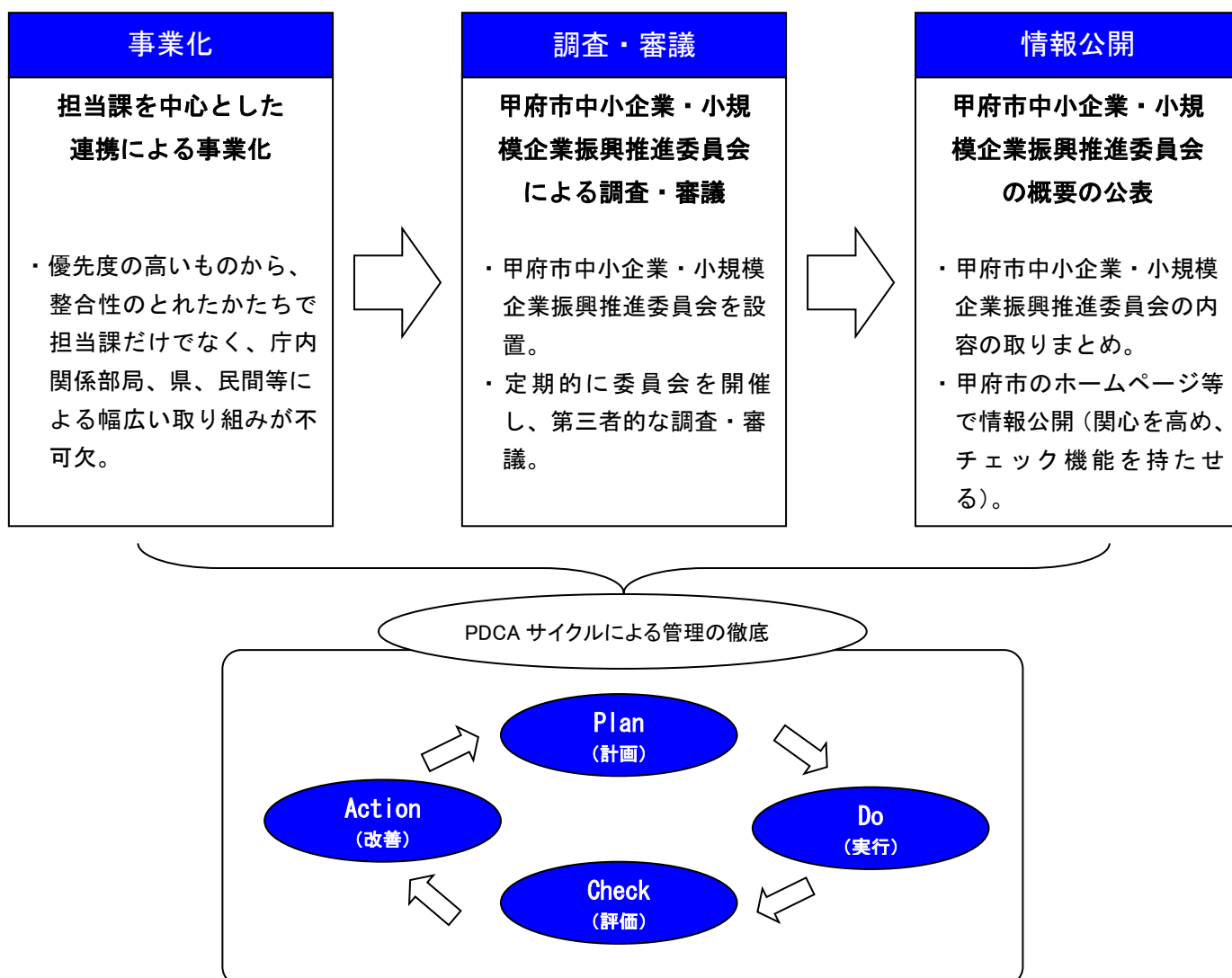
1. 事業化を図るにあたっては、官・民等の実施主体を明らかにするとともに、主として行政（市）は、事業化された事業を推進する際の実施主体または関係機関等との連携とその取り組みの支援に努めていく。
2. 施策について、優先度の高いものから事業化を図るものとし、その進捗状況を調査・審議するとともに、施策の見直しや事業内容の修正を適宜行う。
3. 行政の関わり方については、事業により異なると考えられるが、補助金の申請、人材の派遣、つなぎ役などが期待されていることから、事業を最も効果的に遂行できる関わり方を選択していく。
4. 事業化を図るにあたっては、事業者が取り組んでみたい、参加してみたいという意欲を持つことができるような事業を検討していく。

2. 管理体制

施策を遂行していくためには「だれが、いつまでに、どの事業を実行するのか」を明確化したうえで、Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）サイクルによる管理を行っていくことが必要です。

そのためには、まず、策定する指針を所管する担当課が中心となり、庁内の関係部局、県、民間等に働きかけ、本提言で示された事業化の視点を具体的に事業化し、優先度の高いものから、施策全体の整合性のとれたかたちで進めていく必要があります。

そのうえで、事業の進捗状況を点検するとともに、施策の見直しや事業内容の修正を行っていく必要があります。「甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会」を設置することにより、定期的に委員会を開催し、第三者的に調査・審議します。更に、委員会の概要を取りまとめたうえで、甲府市のホームページ等で情報公開することにより、市民の関心を高めるとともにチェック機能を持たせます。



資料編

○平成 23 年度～平成 24 年度 甲府市商工業振興協議会資料

1. 先進事例

(1) 河口湖ステラシアター **連携** × **新たな価値** × **個性的な魅力** × **賑わい**

【概要】

- ・平成 7 年に野外音楽堂「河口湖ステラシアター」がオープン。最大 3 千人を収容できる客席を持つホールは、公共団体が運営する施設としては全国で最大規模である。
- ・同年 7 月に森山良子さん、玉置浩二さんなど著名なポップアーティストを招き、コンサートを開催した。
- ・平成 13 年 8 月には、世界的な指揮者である佐渡裕氏の指揮によるオーケストラコンサートを行った。その後、同氏は指揮者のみならず「富士山河口湖音楽祭」の監修として参加している。
- ・平成 24 年で 11 回目を迎えた音楽祭には、毎年多くの観光客が訪れており、富士河口湖町の観光振興の大きな役割を担っている。

【ポイント】

- ・富士河口湖町の職員 2 名で、ゼロからのスタートであったが、音楽プロデューサーを交えた合宿の実施などを行いながら、ひとつひとつ課題を解決していった。職員の「とにかく動く」という積極的な姿勢が多くの人々を巻き込み、動かしていった。
- ・ステラシアターの建設時から、地元の住民を巻き込みながら、一緒になってコンサートの企画等を考えていった。
- ・ステラシアターの運営方針等に関するコンセプトを住民に説明し、理解を得ることに努めた。住民の理解が徐々に得られていくなかで、ボランティアが積極的に参加するようになっていった。
- ・音楽祭の開催に際しては、地元の中学・高校の吹奏楽部に参加してもらった。地元の方々が「鑑賞」する音楽祭ではなく、「参加」する「住民参加型音楽祭」となった。

【成功の要素】

- ・市町村職員の行動力、「つながる」力
- ・プロジェクトに対する地元住民の理解と参加
- ・企画段階から地元住民を巻き込む
- ・ボランティアの積極的な参加
- ・地元の学校との連携

(2) ワインツーリズム山梨 **自立** × **連携** × **人々への優しさ** × **個性的な魅力**

【概要】

- ・ワイナリーやぶどう畑を巡り歩き、地域の風土、歴史、文化を感じてもらうことを目的としたイベント。主催者は地域活性化に取り組む若者や飲食店主、ワインメーカーなどで組織される「ワインツーリズム山梨実行委員会」で、平成20年に始まった。
- ・「ワイン巡り」や「ワインツアー」との違いは、ワイナリーを巡り歩くことにより、つくり手と触れ合い、そのワインが生まれた土地を散策しながら、ワイン、ぶどう、人、歴史、景観など地域の魅力を感じる点にある。
- ・産地に足を運ばなければ味わうことのできない魅力を、味覚だけでなく「全身」で感じることのできる旅、これがワインツーリズムである。

【ポイント】

- ・ワインツーリズムを始めるときに「山梨県の人に、地域資源であるワインを活用して、このようなイベントができることに気づいてもらうこと」が期待されていた。単に、ワインの売上げや観光客の増加を目的としたものではなかった。
- ・地域振興を図るためには、山梨県の人々が、地域資源（ワイン）に誇りを持ち、それを活用することが大切であるとの考えがあった。なお、参加者は、現状、県外が7割、県内が3割であるが、山梨県の人に地域資源の魅力を知ってもらうことを目的としているので、県内と県外が5:5となることを理想としている。
- ・企画は「至れり尽せり」としていない。例えば、バスの停留所はワイナリーから少し離れていたりする。その理由は、「能動的」な参加者を招くことにある。ガイドブックを見て、道に迷いながら、数多くのワイナリーの中からお目当ての場所にたどり着くことに意味がある、としている。

【成功の要素】

- ・地域資源への気づき
- ・地域資源への誇り
- ・地域資源の活用
- ・参加型（能動的）ツーリズム
- ・産地でしかできない体験
- ・五感で味わうワイン

(3) 地元産の旬・鮮野菜を使ったビュッフェレストランの開発（株青春カンパニー）

連携 × 自然への優しさ × 新たな価値 × 持続

【概要】

- ・株青春カンパニー（山梨県南アルプス市）は、和料理ファミリーレストラン「お食事処川」を2店舗運営している。同社では、企業成長を図るうえから同業態の新店舗を開業することを検討していたが、人材確保の面がネックとなっていた。そこで、少数の人員で運営できる新たな業態開発の研究を進めていた。
- ・食の安全や健康に関するニーズが高まるなか、同社は、「地元野菜を使用したビュッフェレストラン」というコンセプトのもと、平成21年2月にレストラン「奈のは」をオープンした。
- ・同レストランは、食材へのこだわり、ヘルシーで多彩な家庭料理メニュー、洒落たビュッフェスタイルなどを差別化戦略とし、その点が顧客から受け入れられた。新聞やテレビなどで頻繁に取り上げられたことに伴う宣伝効果もあり、開業後、安定した集客を確保している。

【ポイント】

- ・農業生産法人である株サラダボウルと連携した。サラダボウルは、農業そのものの形を抜本的に見直し、収益構造を再構築することにより、農業が抱える様々な問題を解決して行きたいと考えていた。一方、青春カンパニーは、「地元野菜」の安定的・戦略的調達、「畑からのメニュー開発」を希望していた。この二社の連携が事業の成功を促した。
- ・「奈のは」は、サラダボウルのほか、土作り、有機・無農薬・減農薬栽培にこだわりを持つ農業生産者とも提携している。店内に生産者の顔が見える形で案内表示をするなど、「食の安全・安心」、「環境への配慮」へのこだわりを持った取り組みをしている。
- ・原材料の仕入れについて、大量にできすぎたり、形が不ぞろいだったりするなど、規格外で出荷できない農産物を集め、長期間保存できるように加工することによりコスト低減を図っている。

【成功の要素】

- ・農業生産法人と飲食店の連携
- ・地元農家との連携
- ・安心・安全・環境配慮
- ・規格外、不安定数量農産物の活用
- ・地産地消
- ・6次産業化

中小企業基盤整備機構ホームページ「J-Net21 中小企業ビジネス支援サイト」の施策活用企業事例を参考に作成

(4) まち歩き取り組み「長崎さるく」による地域活性化

自立 × 連携 × 人々への優しさ × 賑わい

【概要】

- ・長崎県は日本屈指の観光地であるが、平成2年をピークに、観光客数は減少傾向をたどっていた。男性を中心とした団体客が有名スポットをせわしなく回るというスタイルから、女性を中心に少人数でじっくりとスポットを体験するという新しいスタイルへと、観光のあり方がシフトし始めていたことに対応できていなかったことがその背景にあった。
- ・こうした変化を地道なアンケート等を通じて把握しながら、コンパクトなまちのなかに個性的なエリアが複数あること、そして江戸時代から国内唯一の西洋の窓口だったという歴史的な経緯からも来街者に親切な市民性といった、長崎の強みを活かした取り組みとして考案されたのが「長崎さるく」（『さるく』とは、まちをぶらぶら歩くと言う意味の長崎弁）であった。
- ・長崎市は、平成18年4月1日から212日間、日本ではじめてのまち歩き博覧会「長崎さるく博'06」を開催、「さるくガイド」（公募による観光ガイド）がそれぞれのコースを案内し観光客と市民が触れ合う新しい観光スタイルの仕組みを構築した。
- ・さるくメニューには、特製マップを片手に自由に歩く「長崎遊さるく」、長崎名物さるくガイドの説明を聞きながら歩く「長崎通さるく」、専門家による講座や体験を通して、さらに深く探求する「長崎学さるく」などがある。

【ポイント】

- ・地元を一番よく知っている市民がガイドとして参加している。ガイドブックに掲載されない、地元住民だけが知る情報提供が観光客から好評を得ている（例えば、路地裏の野良猫の名前を説明することもある）。
- ・観光ガイドに参加することにより「観光やまちづくりは行政がやるもので自分たちには無関係」といった市民の意識が変わり、受け身ではなく能動的にまちづくりに参加するようになった。
- ・地元大学生のグループがマップ製作に協力するなど、行政、市民、大学との連携にも成功している。

【成功の要素】

- ・観光振興への地域住民の積極的な参加
- ・既にある地域資源の発掘、発信
- ・行政、市民、学校の連携
- ・「歩く」観光

「長崎さるく」ホームページを参考に作成

(5) リサイクル材を利用したエクステリア用樹脂製品の開発と販路開拓(株清水製作所)

自立 × 連携 × 自然への優しさ

【概要】

- ・(株)清水製作所(山梨県北杜市)は、プラスチック押出成形加工の高い技術力を有する。幅広い業界から引き合いがあり、建築、土木向け部材やレジャー関連の各種部材等、納入分野は多岐に渡る。しかし、下請け生産のため、受注の変動が大きいほか、原料の樹脂価格の高騰が、収益圧迫要因となっていた。
- ・同社社長は、従来から押出成形の技術を活用した自社製品の製造販売を模索しており、将来性を見込めるエクステリアや園芸部門に注目し、自社製品の製造販売の準備を進めていた。そうした中、あるエクステリアメーカーとの連携により、本格的な共同開発が決まった。新製品のコンセプトは、(1)環境という流れに沿い100%リサイクル素材を使用すること、(2)劣化しにくいという樹脂の長所を活かしながら木の質感も持たせるといった本物志向を目指すこと、の2点であった。
- ・販売促進については、各種イベントに数多く参加し、PRおよびその後のフォローに努めたほか、エクステリア業界で高品質品のみを扱うカタログに掲載するなどの活動を積み重ねている。その結果、製品への照会はエクステリア業界に留まらず、家具業界やスポーツ業界へと広がり、新たな商品開発へとつながっている。

【ポイント】

- ・北杜市商工会の指導員による巡回指導で、自社製品を開発したいという社長の思いと、販売に向けての準備の動きがキャッチされた。
- ・山梨県商工会連合会も連携し、中小企業庁の地域力連携拠点事業専門家派遣制度を利用した。
- ・社長が持っていた、開発に関する豊富なアイデアや製品販売についての様々な構想を整理し、数字としての計画に落とし込んだ。
- ・下請け受注生産から、自らPRし販売先を開拓するスタイルに変化すべく、販売促進策を検討した。また、販売促進策の実行に当たっては、山梨県新製品販路拡大支援事業費補助金を活用した。

【成功の要素】

- ・自社製品開発に対する社長の思い
- ・中小企業基盤整備機構の有効活用
- ・北杜市商工会、山梨県商工会連合会との連携
- ・エクステリアメーカーとの連携
- ・補助金制度等の有効活用

中小企業基盤整備機構ホームページ「J-Net21 中小企業ビジネス支援サイト」の施策活用企業事例を参考に作成

(6) 金網の「下請け」から「完成品開発」企業への変身（㈱フジネット）

自立 × 連携 × 新たな価値

【概要】

- ・㈱フジネット（静岡県沼津市）は、金網製ラックの下請けを主要事業としている。主要取引先からの価格引下要請を受けながらも、安定した経営を行ってきた。しかし、その後、主要取引先が金網部品の生産を中国に切り替えたため、受注が激減した。同社は、これを機に、下請けから脱却し、自社製品開発を製造直販する企業になることを決意した。
- ・その後、同社は金網製造技術を応用した製品を次々と開発した。例えば、金網を応用した水産加工用の「蒸籠（せいろ）」、有害鳥獣を捕獲する「箱わな」等である。また、平成20年には、建物の壁面に金網を敷設し、ツタ類などの植物を繁茂させる「循環水壁面緑化システム」を開発した。これは、金網に水平にパイプを取り付け、ポンプで水を循環させ、パイプ上面の複数の穴に設置した植物鉢に給水するものである。
- ・上記の製品開発は、社長が商品を企画し、実弟である工場長が開発・設計するという二人三脚で成功している。また、開発した製品は、社長が営業で全国を飛び回り、直接販売先を開拓している。このように、同社は「下請け」企業から「完成品開発」企業への変身を遂げた企業と言える。

【ポイント】

- ・販路の開拓に苦勞していた社長は、メインバンクのビジネスマッチングに参加し、専門家に販路開拓について相談した（沼津商工会議所のスペシャリストネットワーク専門指導員派遣事業を活用）。
- ・専門家から、不特定多数の潜在顧客を捉えるためにホームページを強化すべきとの助言を受け、ホームページの強化、ヒット率と閲覧時間向上を目指した。
- ・製品を、商工会議所など商工業者が多く出入りする場所に展示して、販売促進に注力した。

【成功の要素】

- ・下請け企業から自社製品開発・販売型企业への脱却に対する社長の思い
- ・取引金融機関が開催するビジネスマッチングの有効活用
- ・専門指導員派遣事業制度の有効活用
- ・自社の保有する技術の応用

2. 有識者ヒアリング結果（詳細）

1. 現在、業界（企業、商店街）が抱えている問題点・課題は何ですか？（1）

- ・ OEM 体質からの脱却が課題。
- ・ 地域の魅力が十分に発信されていない。
- ・ 地元の人は、自分たちの宝である地域資源に対してもっと誇りを持つべき。
- ・ 宴会などで、地元のワインが出されない。もっと地元産品を使うべき。
- ・ 少子高齢化に伴う人口減少社会の到来が見込まれるなか、マーケットが確実に縮小。
- ・ 同業者間の競争に加え、業界の垣根を越えて競合者が参加し、競争は今後さらに激化。
- ・ 商品やサービスの差別化が難しくなっており、売上高の維持が難しい。
- ・ 一企業で人口の減少を食い止めることはできない。行政の取り組みが必要。
- ・ 甲府市の中心街にどれだけ人を引き込むことができるか、という点が課題。
- ・ 受注量の減少が問題。その背景には、納入先の海外シフトがある。
- ・ 納入先と共に海外に出ていかなければ受注が確保できないとの不安あり。
- ・ 将来の受注に対する不安があるので、設備投資に踏み切れない。
- ・ 大量生産の仕事は、海外にシフトしている。国内に残っているのは、多品種、小ロット、短納期、難易度の高いものなど。
- ・ 従業員の高齢化が進んでいる。若手の従業員を確保したいが、新卒者を採用して育成するだけの時間的余裕がない。
- ・ 従業員の高齢化が進むなかで、技術の伝承をどのように進めていくかという点が課題。
- ・ 後継者不在の企業が多い。
- ・ 電力料金の値上げが収益に与える影響大。
- ・ 人口減少、少子高齢化、商店街の衰退が進むなかで、高齢者が生活しにくい状況あり。タクシーを利用しなければ買い物、病院に行くことができない人々もいる。
- ・ ビジネスモデルが変化しているが、それに追いついていない。
- ・ グローバル展開が遅れている。国内市場だけで満足してしまっている。
- ・ ものづくりのやり方が変わってきているが、それに対応できていない。
- ・ アジアの企業の技術力が向上するなかで、競争が激化。
- ・ 多くの商店で、後継者が不在。
- ・ 農業という観点から考えると、甲府市だけでは限界がある。エリアを広げて考える必要あり。広域的に取り組むといろいろなアイデアが出てくることもある。

1. 現在、業界（企業、商店街）が抱えている問題点・課題は何ですか？（2）

- ・経営者の高齢化が進んでいる。
- ・原材料価格が上昇する一方で、販売価格への転嫁ができず、採算が悪化。
- ・納入先に商品提案をしたいが、新商品を研究・開発できる人材がない。
- ・職人が高齢化しており、全体的に職人の数が減少。
- ・業界で働きたい若者がいても、各メーカーが若手社員を雇用するだけの余力なし。そのため、若手の職人が育たない。
- ・売上高の減少が問題点。郊外に大型ショッピングセンターが出店し、客足が奪われている。
- ・後継者がいない業者が多い。

2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なことは何ですか？（1）

- ・業界単体では、難しい。他業種との連携が必要。
- ・甲府の地場産業が発展した歴史的な背景を学び、伝える必要がある。宝飾業界に関して言えば、ジュエリーミュージアムにそのような役割が求められる。
- ・自分たちの宝である地域資源をもっと知り、利用し、発信すべき。
- ・地元の人には気づかない地元の魅力がある。外部の人の目を活用したらどうか。地元の人には当たり前と思えることでも、外部の人には魅力的なものもある。
- ・情報発信や PR が大切。山梨県には素晴らしいビューポイントが多数あり。発信すれば、観光客を集める魅力は十分にある。
- ・甲府には、地域資源（＝素材）が多数あり。あとは、PR のやり方次第。
- ・甲府市の交流、定住人口を増やしていくことが必要。
- ・有名ブランド店を誘致する場合、先方は店舗周辺のまち並みを確認する。人通りの少ないまちには出店してくれない。その意味からも、賑わいのあるまちづくりが必要。
- ・多品種、小ロットの受注に対応していくとともに、他社に真似のできないオンリーワンの技術を磨くことが必要。
- ・人材の育成、特に若手従業員を育てていくことが重要。
- ・異業種との連携を強め、互いに助け合い、補い合っていくことが必要。
- ・コンパクトシティの実現が必要。
- ・新たに箱モノを作るとコストが掛かる。既存の社会インフラを活用すべき。
- ・従来のものづくりに対する考え方を変え、マーケットのニーズに合ったものづくりをしていく必要あり。
- ・甲府市中心商店街を訪れる客層は富裕層が多く、客単価も高い。以前は、中国人観光客がよく来て、高価なメニューを注文した。中心商店街に人を呼び込むことが重要。

2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なことは何ですか？（2）

- ・商店街に人を呼ぶことが最重要。甲府には、ワイン、夜景、宝飾など魅力的な素材が多数あり。それらを活用して、観光客を甲府市内に呼び込む仕掛けを作る必要あり。
- ・甲府の魅力のひとつは美味しい「水」である。どのような切り口で「水」を商工業の振興と関連させていくか、ということを考えていく必要あり。
- ・最近、「ネーミング」の重要性が高まっている。同じ品物でも「ネーミング」ひとつで印象が大きく変わる。従来にはない、柔軟な発想が必要。
- ・マスコミを利用した PR が必要。特に、全国ネットを有している放送局を利用すると効果大。
- ・適正な価格を確保するためには、ブランド力が必要。
- ・新商品の開発が必要。
- ・山梨のワインを知ってもらうためのイベントを開催する必要あり。甲府ワイン組合が北口広場などを利用してワイン関連のイベントを行うことができればいい。
- ・来年、ジュエリーミュージアムがオープンする。ジュエリーのミュージアムは日本で唯一である。同施設を核として商工業振興を図ることが必要。例えば、施設周辺に各種地場産品を購入できる店舗を集積させるなど。
- ・甲府は日本一の宝飾産地でありながら、ジュエリーショップ街がない。ジュエリーミュージアム周辺にジュエリーショップ街を集積させたらどうか。
- ・甲府に観光客を呼び込むことが必要である。特に中国人観光客の富裕層を呼び込みたい。そのためには、甲府のまちに魅力がなければならない。
- ・宝飾業界だけで活性化を図ることは難しい。他の業界と連携する必要がある。
- ・来店してくれる顧客を待っているだけでは、売上高は減少する。顧客との接点を増やすために、外に出ていく必要がある。例えば、各種イベント等に参加するなど。
- ・県外に住んでいる人々が山梨県に移住したくなるように、山梨の魅力を発信すべき。それにより、定住人口を増加させることが大切。県外出身者の目から見て、山梨県には都会の人を移住させるだけの魅力あり。また、山梨県への定住を促すように、税制面で優遇や、住宅ローン金利の優遇などを考えたらどうか。
- ・日本橋に、山梨県のアンテナショップがある。山梨の産品を販売しているが、物販だけでなく、「山梨がどれほど良い所であるか」ということをアピールすることが必要である。
- ・山梨県に住んでいる人は、山梨県の良さに気付いていない。きれいな水や空気、渋滞なしで観光地に行くことのできるロケーションなど、都会の住民から考えればうらやましい場所である。

2. 今後、業界（企業、商店街）が発展していくために必要なことは何ですか？（3）

- ・甲府市には、魚屋など個別の店舗が残っている。これも、都会の住民から見ると、素晴らしいことである。都会では、生鮮品はスーパーマーケットで購入しなければならない。甲府市民にとっては何気ない日常も、都会の人の目から見ると魅力的であることが多い。地元に住んでいる人には、その良さが分からないことが多い。山梨や甲府の良さを再認識することが必要。
- ・観光の振興を考える場合、甲府市自体は他地域と比べて、観光資源が豊富な訳ではない。甲府市に人を呼ぶのであれば、移住してもらうことが必要。
- ・目標を明確する必要あり。例えば、宮城県では、「県民所得を増加させる」という明確な目標を掲げて、そのために必要な政策を徹底して行っている。

3. 商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、甲府市はどのようなまちであって欲しい、あるいは、目指すべきだと思いますか？（1）

- ・住民や観光客が、安心して歩くことの出来るまちであって欲しい。そのために、歩道の整備、交通規制等も必要になるかもしれない。
- ・観光の振興にとって、人がまちを「歩く」ことは重要なポイント。まちには、歩く速度でなければ気付くことのできない魅力がある。また、多くの人が歩くことにより、賑わいも創出される。健康志向が強まるなか、人々は健康のためにも歩きたいと考えているのではないか。
- ・甲府は県都であり、山梨県の顔であり、象徴でもある。県民並びに来県者誰もが、そのように感じることで出来るまちであることが重要。甲府に行ってみたい、住みたい、働きたいと思わせるようなまちにすべき。
- ・多くの人が歩く、賑わいのあるまちである必要あり。
- ・他県から多くの人が移住するまちになる必要あり。
- ・人が多く集まる賑わいのあるまちであって欲しい。
- ・人が多く集まるイベントを積極的に行って欲しい。
- ・人口減少、少子高齢化は避けられない。このような環境のなかでも、人々が生活できる、持続可能なまちづくりが必要である。
- ・賑わいのあるまちづくりが必要である。そのためには、若者を活用すべきである。商店街と若者が一緒になってイベント等を行えばよいのではないか。
- ・新宿や渋谷のようなまちづくりをしても、本物には勝てない。中高年層をターゲットとした、まちづくりもよいのではないか。
- ・懐かしいけれども新しいまち。子どもの頃に、ワクワクした気持ちで百貨店に行った。甲府にはそのような魅力がある。単に昔に戻るのではなく、デザイン等をよく考えたうえで、懐かしさを表現できたらいい。

3. 商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、甲府市はどのようなまちであって欲しい、あるいは、目指すべきだと思いますか？（2）

- ・あまり知られていないが、甲府はワイン発祥の地である。明治3年に甲府でワインが製造され、その後、明治10年に勝沼に広がっていった。「ワイン発祥の地甲府」という見方もあっていい。
- ・甲府は、山梨県の玄関口である。山梨県の象徴的な存在として、ワインをPRする中心的な存在になるチャンスがある。
- ・多くの人が訪れるまちであって欲しい。多くの人が訪れてくれれば、売上げを伸ばすことができる。
- ・人が多く集まる賑わいのあるまちである必要がある。とにかく人が集まらなければ商工業の振興はできない。人が集まる場所であれば、ショップなども自然と集まる。
- ・中心商店街に人が集まり、にぎわっているまちであって欲しい。

4. 事業者がやらなければならないことは何ですか？（1）

- ・地元の魅力を発見し、発信していくことが必要。
- ・事業者は、県外に出張することも多い。その際、山梨大使として山梨をPRする意識を持つことが必要。
- ・個々の企業の魅力向上、業績向上により、まち全体の魅力が向上する。
- ・企業自身の経営努力が必要。甲府市商店街の各店舗は、競争原理のなかでいかに利益を計上していくか、そのために、いかに土地や建物などの経営資源を活用していくか、ということを考える必要あり。
- ・まず、自社が顧客からの支持を得られる企業となり、この地で存続できるようになる必要あり。ただし、企業の努力だけでは難しい部分もある。まち全体としての取り組みも必要。
- ・人々のライフスタイルは変化してきている。商店街は、その変化に対応していく必要あり。様々なイベントを行う場合も、時代の流れや顧客のニーズにマッチしているか、という点を考える必要あり。
- ・対面サービスの強化（おもてなし、アドバイス、相談など）が必要。
- ・単に人を集めるだけのイベントは長続きしない。大切なことは、イベントに参加した企業が利益を計上できること、ビジネスとして成立すること。利益を計上しなければ、次に続かない。補助金があるからイベントを行うという発想では持続性がない。適正な利益を得ることのできる仕組みが必要である。
- ・人材の育成。
- ・商店街には、必ず「売り」にできる何かがあるはず。素材を生かして、小さなことから始めるべき。また、一度始めたら、一定期間は継続しなければならない。

4. 事業者がやらなければならないことは何ですか？（2）

- ・甲府市には、大学、病院など様々な機関が揃っている。商工業振興を図るためには、様々な人々の知恵や力を借りるべき。
- ・若い人材を活用すべき。若い人材のアイデアや発想を大切にして、主体的にやらせてみるのが大切。
- ・人材の育成が必要である。特にグローバルな人材が必要。
- ・機械化が進んでも、「匠の技」と言われるような、人間の技術は必要。そのような技術、ものづくりのノウハウを育て、次世代に継承していくのが大切。
- ・ブランド力の向上。
- ・新商品の開発。
- ・集客するための魅力ある店舗づくりをする努力が必要。
- ・同業者同士が連携して、互いに知恵を出し合う必要あり。

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することは何ですか？（1）

- ・実行力を期待する。
- ・商工業の振興は、一朝一夕にできるものではない。小さなことを一つ一つ積み上げていく必要がある。甲府市は、一つ一つ実行して欲しい。
- ・事業者が何かをしようとする場合、各種の規制がネックとなることが多い。その時に、「できない理由」ではなく、「どうしたらできるのか」ということを共に考えて欲しい。
- ・旧町名の復活を希望する。観光都市を目指すのであれば、歴史を物語る旧町名は重要である。この点に関して、アンケート等で市民の意向を確認してみたらどうか。
- ・県外の人に山梨県を知ってもらうには、実際に宿泊し、体験してもらうことが良い。甲府市として、観光関係の研修受け入れをしたらどうか。補助金を出して、山梨県を体験してもらうような企画はどうか。
- ・「観光部」など、観光の専門部署を設置したらどうか。そうすれば予算も多く確保できるだろうし、より観光推進に力を入れることができるのではないかと。
- ・他の市町村と連携して、観光推進を図ってほしい。笛吹市や身延町には多くの観光客が訪れるが、甲府に寄らずに帰ってしまうケースも多い。観光客が一日でも長く滞在するような仕組みを、市町村が連携して作ったらどうか。例えば、他地域を訪れた観光客に、県立美術館、県立科学館のプラネタリウム、甲府の夜景スポットを紹介するなど。
- ・甲府市の様々な遊休施設をもっと活用したらどうか。
- ・各種会議や大会の誘致を甲府市が積極的に行ったらどうか。人を集める仕組みを考えるべきである。

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することは何ですか？（2）

- ・甲府には病院が多い。人口あたりの病床数を出せば、全国上位に入るのではないか。そのような情報を発信することにより、甲府に定住しようと考えている人に安心感を与えることができる。
- ・人口増加策を期待する。まちは人によってつくられ、人の賑わいがまちの勢いになる。マーケットの大きさは人口に比例する。人を呼ぶことのできる施策と併せて、具体的な人口増加策を考えてほしい。
- ・小売店単体で物産展等を開催するより、商店街全体が同一テーマで行った方がインパクトあり。例えば、韓国の物産展を行う場合、商店街全体が「韓国」というひとつテーマで取り組んでみたらどうか。小売店のイベントという「点」ではなく、商店街全体で「面」として取り組むことができたらい。行政には、そのようなイベントのコーディネーターとしての役割を期待する。
- ・甲府市の中心街にとっての最大のネックは、車社会である。人々は車で通勤するため、家から会社までドアツードアで移動してしまう。そのため、まちを歩くことがない。まちを歩かせる工夫が必要である。そのためには、交通網のインフラ整備等も必要になってくると思われるが、それは一企業の力では不可能である。
- ・県外から来た人から見て、甲府の道路は、歩行者に優しくないという印象が強い。自動車に有利な印象がある。人が歩きやすいまちづくりのためのインフラ整備も必要。
- ・県内に企業の誘致をお願いしたい。また、既存の県内企業が流出しないような取り組みも必要である。県内企業の減少は、受注量の減少に直結する。
- ・商工業振興を図るうえで、コンパクトシティという観点で取り組んで欲しい。
- ・商店街、学校、民間企業、NPO 法人、マスコミなど、様々な主体の「つなぎ役」となって欲しい。
- ・様々な主体がまちづくりに参加できるような場づくりをコーディネートして欲しい。
- ・他の商店街の成功事例など、有益な情報を提供してほしい。
- ・水資源や景観など、様々な地域資源の情報発信をして欲しい。
- ・甲府の歴史を伝える場を作って欲しい。例えば、なぜ甲府市で宝飾産業が盛んになったのかということ、歴史的な観点から子どもたちに教育する場づくりなど。
- ・HP を活用して、情報発信をして欲しい。
- ・成長するための戦略、ビジョンを明確にしたうえで、企業の誘致をして欲しい。
- ・企業の誘致をする際、その地域に人材がいないと企業は来てくれない。山梨県は工学系の学部、学校が少ない。難しいかも知れないが、企業の人材確保を支援するような取り組みも必要。
- ・各種イベントを行う際、ボランティア団体などが協力してくれることがある。イベントを行う際、ボランティアや学生などの人材をコーディネートして欲しい。

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することは何ですか？（3）

- ・チャレンジショップを活用し、若者が事業に挑戦する機会を積極的に創出して欲しい。
- ・人々がまちを回遊するような動線づくりを考えて欲しい。
- ・人を集めるのに、商工業という枠だけでは限界があり、観光施策が重要である。富士山を訪れる観光客が甲府市にも立ち寄ることができるような施策が必要。
- ・地域資源の知名度を上げる施策が必要。例えば、宝飾のまちであるならば、「国際宝飾コンテスト」を開催するなど。
- ・全国的な知名度と生産シェアは比例しない。例えば、山梨県は全国一の桃の産地であるが、イメージ的には岡山の方が桃の産地というイメージが強い。地場産業の PR に工夫が必要。
- ・人口の減少は、そのままマーケットの減少をもたらす。定住人口を増加させる努力をして欲しい。
- ・人口を増加させるために、「充実した教育が受けられる」、「医療施設が充実しており、安心して暮らせる」などを PR できるように努めて欲しい。
- ・縦割りの対応でなく、各部署が連携して横断的な対応をして欲しい。「できない理由」ではなく、「どうしたらできるか」ということを考えてほしい。
- ・前例がないことにも取り組んでほしい。
- ・農商工連携、産学官連携などのコーディネートをお願いしたい。
- ・ワイン発祥の地、甲府でワイン関連のイベントの場を作って欲しい。甲府でのワインイベントを定着させていきたい。
- ・各ワインメーカーは、ワインの品質を向上させていかなければならない。そのための技術支援をして欲しい。
- ・甲府市に人を集める際のネックは、駐車場である。駅周辺のように、甲府市内の駐車場は、最初の 30 分無料ということはできないか。30 分の優遇措置があれば、より気軽に甲府に来ることができる。
- ・各種会議、総会などを誘致して欲しい。地場産品を販売する機会が増加する。
- ・集客するためのセミナー等（例えばおもてなしセミナー等）を開催したらどうか。
- ・甲府に人が集まる仕組み、仕掛けづくりをして欲しい。
- ・新市役所の駐車場を週末に開放したらどうか。
- ・「これは県の管轄、これは市の管轄」というような考え方をやめて、共に考えてほしい。
- ・まちの外観（特に甲府駅南口から南側）を統一したコンセプトで整える必要あり。中途半端なやり方ではインパクトが小さい。思い切ってやらないと効果は得られない。
- ・若手の職人を採用、育成する際の資金的な援助（奨学金等）をお願いしたい。

5. 甲府市（行政）に求めること、期待することは何ですか？（4）

- ・ 地場製品の PR をお願いしたい。地場産品を市の職員や企業の名刺に印刷すると大きな宣伝効果となる。また、市や会社の徽章にメンズジュエリーを使用してもらえば、県外への出張の際、「歩く広告塔」となり効果が大きい。
- ・ 人が集まる各種イベントなど、顧客との接点を作ることのできる場を提供して欲しい。また、そのような場に関する情報を提供して欲しい。
- ・ 企業誘致、企業の流出防止に取り組み、経済基盤が現在よりも弱くならないように、努めてほしい。

6. その他、商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、ご意見等がありましたら、お聞かせください。（1）

- ・ 観光は重要である。実際に甲府を訪れた人が、話をしてくれた場合、その PR 効果は大きい。
- ・ 観光客は、その地域にしか存在しないものを購入する。そのためには、甲府の歴史と絡み合わせるアイデアが必要となる。
- ・ 参加型、体験型の観光が重要になってくる。
- ・ 甲府から県外に出ている人が、年に一度、甲府に集まることのできるような日を作ったらどうか。例えば、新潟県の長岡市では、毎年 8 月 1 日～3 日（曜日に関係なし）には、県外に出た人が多くが帰ってくる。同期間に開催される長岡まつりが、ふるさとに帰るきっかけとなっている。
- ・ 甲府の魅力のひとつに、武田信玄がある。武田信玄のファンは全国に数多くいる。しかし、その有力な資源が生かされていない。武田信玄ファンが甲府に来て、どこで信玄関連の土産品を購入したら良いのか分からない。武田信玄に関する各種の土産品を取り揃えている専門ショップを作ってみたらどうか。
- ・ 武田信玄など甲府の歴史的な資源を、観光や物販にもっと活用すべきである。
- ・ 甲府の歴史的な資源を生かすためには、「中央」や「丸の内」など東京と同じ町名を使用してもインパクトがない。その土地のイメージが湧かない。「連雀」という地名が残っている。この地名を聞くだけで、雀の賑わいのように、人々の活気であふれていた情景が思い浮かぶ。
- ・ 山梨県の地場産品を子どもたちに教育する場を作ったらどうか。
- ・ 人々に甲府の歴史を伝える「寺子屋」のような場を作ったらどうか。退職した教員など、講師になることのできる人材は多くいるはずである。

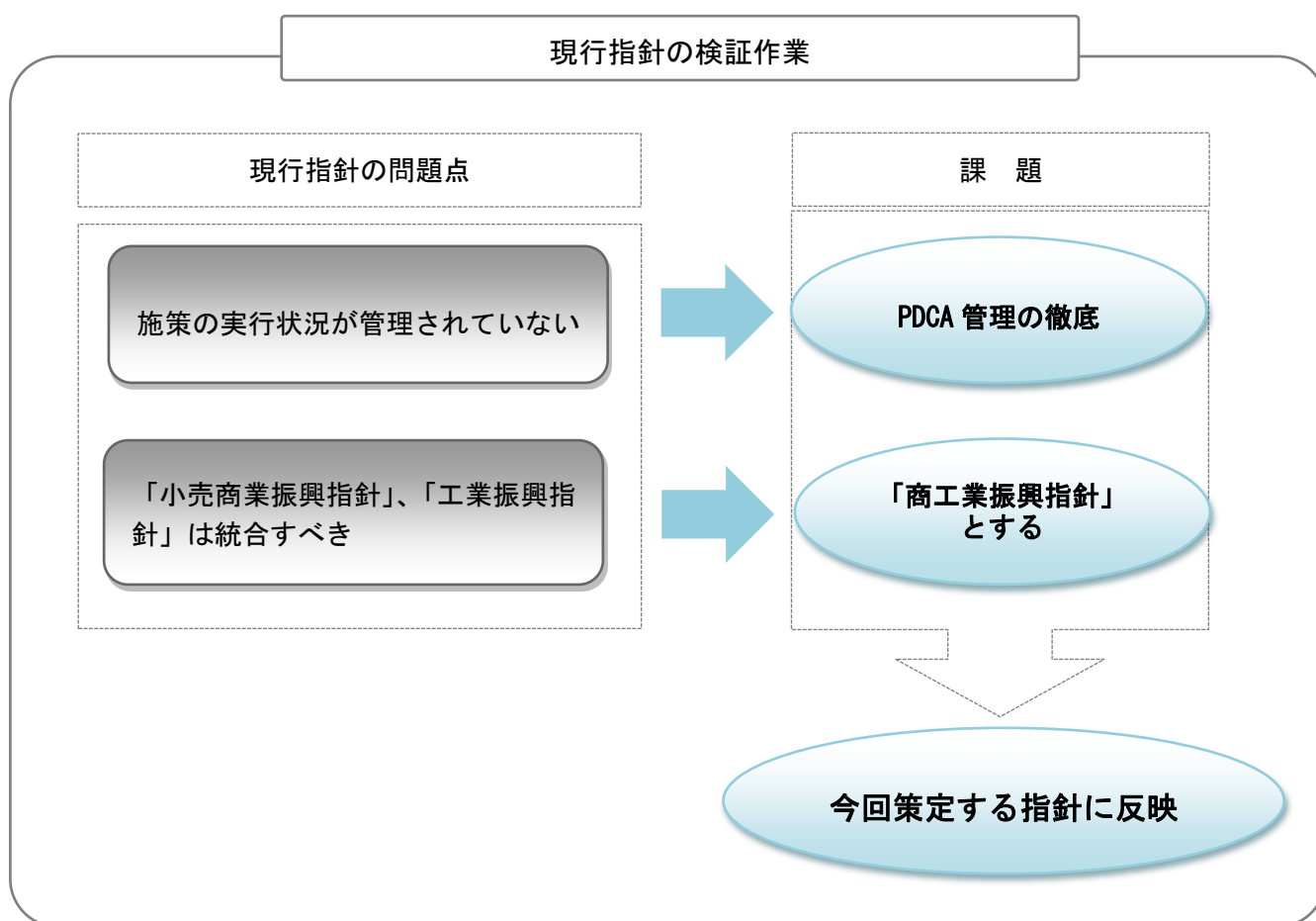
6. その他、商工業（観光や農業等も含めた広い意味で）振興という観点から、ご意見等がありましたら、お聞かせください。（2）

- ・「はねだし」の農産物（桃など）を加工して販売したらどうか。
- ・甲府の地場産物を全国に PR するために、メンズジュエリーを積極的に身につけたらどうか。特に、市の職員や県外に出張する機会の多い社員が身につければ、話題になる。
- ・まず、地元の人々が地場産物を消費すべきである。
- ・若者がまちづくりに対して、意見を出し、具体的に組み立てるような場づくりをしたらどうか。
- ・リニア中央新幹線の開通は山梨県の将来を考えるうえで、良いきっかけとなる。開通まで 10 年程度の時間がある。それまでにどうすれば良いかということを考えるには、10 年間という期間はちょうどいい長さである。
- ・甲府の夜景が「世界の夜景」のひとつとして週刊誌で紹介されていた。もっと夜景を売りにして集客したら良いのではないか。
- ・商工業の振興を図る際、商業、工業という枠を外れた発想が求められる。アイデアに「やわらかさ」や「斬新さ」が必要。
- ・フットパス（既に 200 以上ある）を活用したらどうか。単に歩いてもらうだけでなく、地元の「食」と出会わせることが必要である。コースにカフェや食事のスポットを入れたほうが良い。また、産業観光と結びつけることも必要。
- ・観光客がジュエリーを購入する場所が少ない。
- ・風土記の丘農産物直売所を活用したらどうか。ネーミング、味付け、地元素材の使用など、特徴を出した商品づくりに取り組むことが必要である。この直売所でしか購入することのできない特産品、オリジナル商品づくり、レシピ提案に取り組んだらどうか。はね出し桃を利用したジュースづくりはどうか。同直売所は、甲府南インターチェンジの近くであり、大きな可能性を持っている。
- ・甲府駅北口、舞鶴城周辺のリニューアルを、商工業の振興にどう結び付けていくか考える必要がある。
- ・甲府でしかできないことを売りにすべきである。例えばジュエリー制作の体験工房などはどうか。これはジュエリーの職人がいる甲府でしかできない。
- ・モノを買うだけでなく、体験してもらうことが必要。
- ・商工業の振興は一朝一夕にできるものではない。小さなことをコツコツと積み重ねていくことが必要。

3. 協議会における議論の経緯

(1) 前指針の検証作業

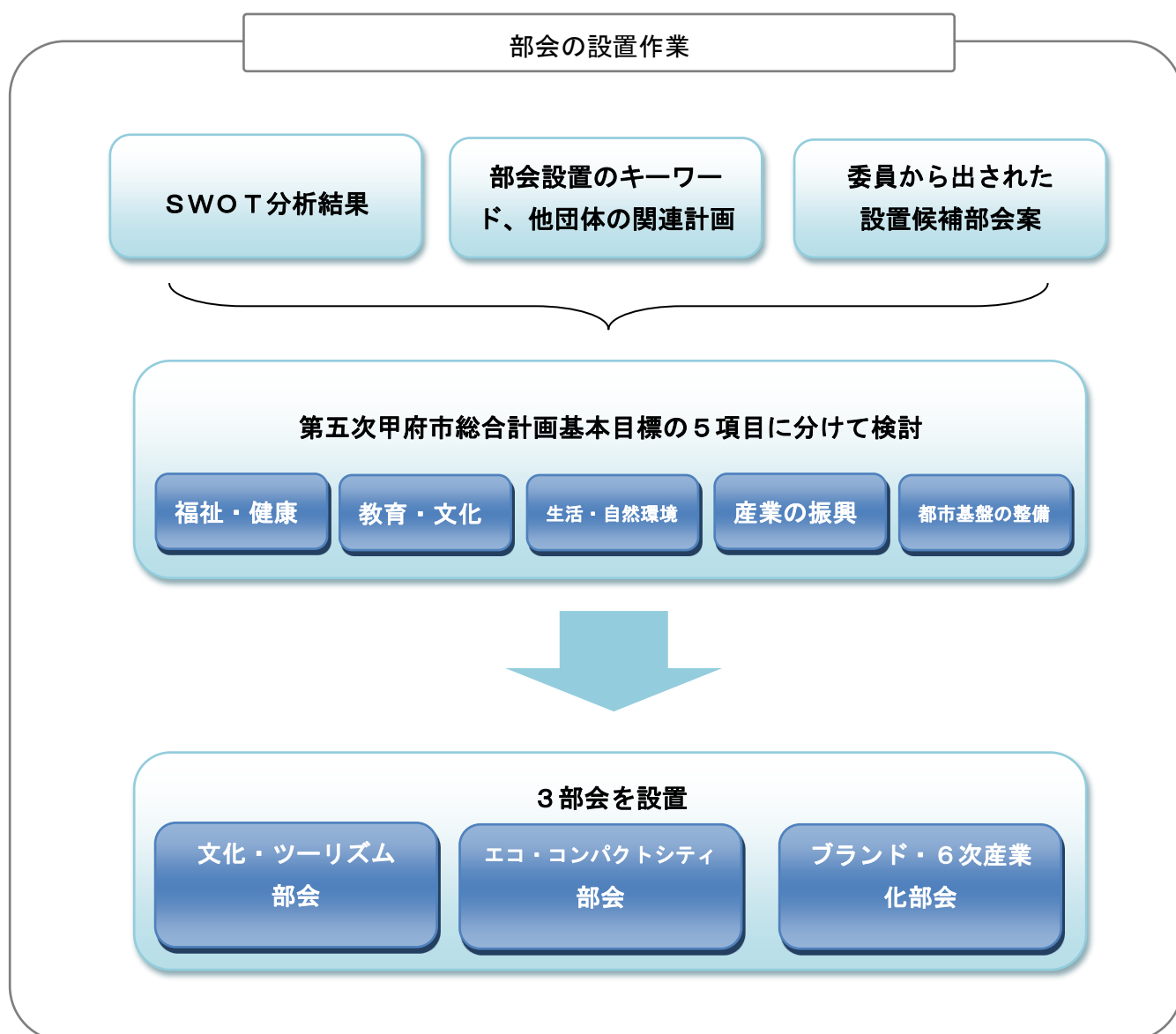
指針策定作業に入る前に、現行指針の検証作業を行いました。委員からは、「指針が実行されていない」、「チェック機能が働いていない」、「小売商業振興指針、工業振興指針と分けているのは時代に合っていないのではないか」などの意見が出されました。その結果、主な課題として以下の2点が挙げられました。



(2) 部会の設置

SWOT分析、部会設置にかかるキーワード、他団体による関連計画（甲府商工会議所による「甲府地域グランドデザイン実施計画」、山梨経済同友会による「甲府グランドデザイン2010提言書」）、委員から出された設置候補部会案を、第五次甲府市総合計画基本目標の5項目（「福祉・健康」、「教育・文化」、「生活・自然環境」、「産業の振興」、「都市基盤の整備」）に分けたうえで、どのような部会を設置するかについて検討しました。

その結果、文化・ツーリズム部会、エコ・コンパクトシティ部会、ブランド6次産業化部会の3部会を設置しました。



■ SWOT分析結果の第五次甲府市総合計画基本目標による分類

区分	委員からの意見			
	強み	弱み	脅威	チャンス
福祉健康		人口の減少	人口減少・少子高齢化の進展	
教育・文化	歴史的な背景の豊かさ 中心市街地に舞鶴城公園がある 高校や大学が多く点在、日中は若者が多い 複数のメディア(テレビ局、ラジオ局)がある スポーツ界で山梨学院に知名度がある VF甲府(プロサッカーチーム)がある 信玄公に因む歴史的名所がある	祭り(信玄公祭り等)が閉鎖的 文化向上意識の低さ		
生活・自然環境	自然災害の少なさ 夏暑く冬寒い気候(季節の実感が強い) 公園、動物園等、幅広い年齢層が集える場所の多さ 自然の豊かさ 周りを山々に囲まれた景観 安定した天候 水や空気など自然資源の豊かさ 日照時間の長さ 豊かな水資源がある	中心街での暴力団抗争危機 水が豊富な割に水道代が高い 郊外居住の進展とエネルギー多消費 景観に対する意識の低さ 人口の減少(再掲)、人材の流出	東京直下型地震への不安	エコロジーへの関心の高まり グリーンツーリズム等自然志向の増大 自然エネルギーへの関心の高まり 田舎生活への関心の高まり
産業の振興	昇仙峡をはじめとする観光資源の多さ 県内における地理的位置(中心)の良さ 金融関連の支店の多さ 文化施設、観光施設の豊富な街 ジュエリー、印伝等、伝統工芸の存在する街 各種会合、イベント等開催時の利便性 デパート(岡島・山交)の存在 B級グルメ「甲府鳥もつ煮」の知名度 宝石加工日本一 交通利便性向上による都会からの人材確保 「信玄公祭り」等各種イベントの定期的開催 名物の鳥もつ煮の元祖がある 有名で歴史のあるワインメーカーが甲府駅近郊にある 果物やワイン、野菜などが手軽に手に入る ジュエリー、印伝などの地場産業がある 湯村温泉がある やまなし観光推進機構がある 飲食店が多い 宝飾品、電子機器等の軽工業が中心となった産業構成 高付加価値の果実生産が行われている 中心商店街が形成されている 中心市街地に大型店が複数ある 都心から人材確保が可能	工業団地の少なさ、港がない事に伴う産業の少なさ ブランドとなる品目(食材)の少なさ 空洞化・中心街の衰退・商業施設の少なさ 観光客受け入れ意識の欠如 甲府銀座ビルに進展が見られない 街をあげる様な大きなワイン祭りが無い 果物、ワイン、山岳資源、水資源などの少なさ 商業ゾーンが官公庁により分断されている 空き店舗が多い 大型店舗の郊外への進出 専門店の減少 娯楽施設の減少 海外市場を狙う気概の低さ	雇用不安 デフレの進行 福島原発事故に伴う観光客減少・その他の影響 郊外大型店の出店・商業集積の低下 大手企業の撤退、縮小、産業の空洞化 製造業の海外移転	ヴァンフォーレ効果で県外サポーターの流入増 秘境を観光地にする B級グルメによる甲府の知名度アップ 山梨県一周駅伝を大きなイベントにする とうもろこし生産量が山梨県一 農業への関心の増大 NPO等の増加 東アジアにおける富裕層の増加 規模は大きくないが魅力的なお店や場所がある 企業の誘致を行いそれに伴う効果を狙う 郊外への大型集客施設の原則建設禁止 商圏の拡大
都市基盤の整備	県庁、市役所等の大型箱物が新しくなる 甲府駅北口の開発が進んでいる 都市部に近く、自然環境が豊富な街 交通の要所である(JR甲府駅、高速バス発着拠点等) 甲府市庁舎が新しくなり、イメージも明るくなる 甲府駅周辺整備のリニューアル 山梨県の県庁所在地であり、機能的に中心である 位置的にも県の中心であり、どちらでも移動しやすい 将来はリニアが通りそれに伴う効果が得られる 中心市街地を含めた地価の安さ リニア新駅の建設 JR中央線とJR身延線の駅がある 東京に隣接している 県庁所在地である リニア中央新幹線駅による活性化 東京新宿からも2時間弱の移動圏内である	大型バス駐車場の少なさと小型駐車場の点在 若者を誘引する施設がない 道路整備の遅れ 地理的に南北に分かれていることに伴う弊害 人を引きつける魅力の欠乏(県レベル市レベルとも) 交通が不便(甲府市から観光地等への二次交通、空港までの距離が長い)	リニア中央新幹線開通に伴うストロー減少 地価下落 自治体財政の逼迫	首都圏から近いこと 平和通りの活性化 市外の区画整理、環境美化に着手できる 地方への関心の高まり 甲府駅周辺が整備され統一感が得られる リニア中央新幹線の開通

■ 第五次甲府市総合計画における都市像実現のための基本目標

(参考) 甲府市または甲府圏域を対象とした計画等との整合性

名称	第五次甲府市総合計画 (策定者: 甲府市)	甲府地域グランドデザイン実施計画 (策定者: 甲府商工会議所)	甲府グランドデザイン2010提言書 (策定者: 山梨経済同友会)
コンセプト	(都市像) 人がつどい心かよう 笑顔あふれるまち・甲府	ウエルネス・グリーン社会	1. 山梨県全体の玄関口 2. 観光客と生活者の共存 3. 市民が誇りに思える街
福祉健康	互いに支え合い健やかに暮らせるまち キーワード 障害者支援、市民生活	関連する施策 少子高齢化時代の雇用・需要創造	関連する施策
教育・文化	夢にあふれ心豊かに人と文化が輝くまち キーワード 歴史、教育、文化、生涯学習 男女共同参画社会	関連する施策 歴史的祝祭文化都市の再生とコンパクトシティ 構想推進	関連する施策
生活・自然環境	次代に引き継ぐ快適で美しい安らぎのまち キーワード 生活、自然環境、循環型社会 自然を生かした景観、エコ	関連する施策 地域新エネルギーの開発 省エネ都市、省エネビル、省エネホームの普及 自然環境の保全と都市計画の調和 防災・減災のまちづくりと企業のリスク管理	関連する施策
産業の振興	にぎわいと豊かさを創りだす風格のあるまち キーワード 商業、工業、農林業、観光業 ブランド化、ICTの活用 6次産業化、新成長分野 ツーリズム、イベント開催	関連する施策 新成長分野の創出 新たな農林業ビジネス6次産業の創造 ビジネスサポート体制 ニューツーリズム創造と観光まちづくり 甲府地域のブランド化 経済活動のグローバル化 ICTを活用した新システムの構築 住民活動の産業化と企業の社会貢献の調和 中心市街地活性化	関連する施策 具体的提言(抜粋) ① 駅前南口正面～東側 ・観光案内/回遊案内図の整備 ・観光広場、乗降車場の整備 ・レトボンの活用他 ② 舞鶴城 ・歩行者導線の整備 ・歩道ルート等の設置 ・恩賜林会館の再整備 ③ 県民会館跡等 ・地上を緑溢れるスペースに ・地下を駐車場や乗降車場に ・買い物ができる施設の開発 ④ 県庁/市役所 ・県庁中庭の緑化、歩行者通路設置 ・県特産品を購入できる場所の設置 ・市役所駐車場の一般開放 ⑤ 駅前南口西側(飲食店) ・「ほうとう」、「鳥もつ」、「フルーツ」 「ワイン・日本酒」などの グルメスポット設置 ⑥ その他 ・街全体のホスピタリティ向上 ・おもてなし県民運動の支援
		関連する施策 国、県、市のビジョンとの整合 中心市街地と郊外拠点市街地の連携 新公共交通の構築とまちづくり	観光エリア ① 駅前南口正面 ・バスロータリー西半分を 生活者(定期路線)バス乗り場 として移設 ② 駅前南口西側 ・駐輪場の整備 ・生活者のための駐車場整備 ・JR西側改札口の設置 ③ 舞鶴城～紅梅地区 ・芝生公園、庭園等の設置 ・ファッション等の商業店舗誘致 ④ 舞鶴城 ・歩道ルート等の設置 ⑤ その他 ・恩賜林会館の再整備(小中学生 等、若い世代を重点ターゲット) ネーミング 「山の都・つなぐ街 甲府」
都市基盤の整備	魅力と活気のあるだれもが住みたいまち キーワード 都市基盤整備、交通網整備、市街地整備 リニア中央新幹線、コンパクトシティ	関連する施策 国、県、市のビジョンとの整合 中心市街地と郊外拠点市街地の連携 新公共交通の構築とまちづくり	生活エリア ① 駅前南口正面 ・バスロータリー西半分を 生活者(定期路線)バス乗り場 として移設 ② 駅前南口西側 ・駐輪場の整備 ・生活者のための駐車場整備 ・JR西側改札口の設置 ③ 舞鶴城～紅梅地区 ・芝生公園、庭園等の設置 ・ファッション等の商業店舗誘致 ④ 舞鶴城 ・歩道ルート等の設置 ⑤ その他 ・恩賜林会館の再整備(小中学生 等、若い世代を重点ターゲット) ネーミング 「山の都・つなぐ街 甲府」

■ 部会の考え方

カテゴリ	
コンセプト	部会案
福祉・健康	高齢者にやさしい街づくり・店づくり部会 生活者の立場から考える部会
教育・文化	歴史と地区の観光開発検討を検討する部会
生活・自然環境	低炭素社会実現部会
産業の振興	六次産業化を検討する部会 食材と観光を一体で検討する部会 ブランド食材の開発を検討する部会 自然を生かしたテーマパークの検討をする部会 観光部会 ものづくり部会 魅力発見部会 地域の魅力向上部会 ものづくり産業の強化とイノベーション部会 甲府市の産業活性化を考える部会 農商工連携を加味した部会 商業地域活性化部会 甲府まちおこし部会 観光、農業、環境等を包含した産業活性化
都市基盤の整備	観光地の交通網を検討する部会 コンパクトシティ部会 「甲府力」再生と都市機能・連携強化部会 グランドデザイン実行部会 リニア検討部会 公共交通機関活用部会 観光による振興に向けたインフラ整備検討部会



設置された部会

文化・ツーリズム部会

キーワード

文化、歴史、教育 情報発信
インターネット ソーシャルビジネス
舞鶴城公園 景観
リニア中央新幹線 観光、観光資源 交通網整備

エコ・コンパクトシティ部会

キーワード

コンパクトシティ 自然環境
循環型社会 中心市街地

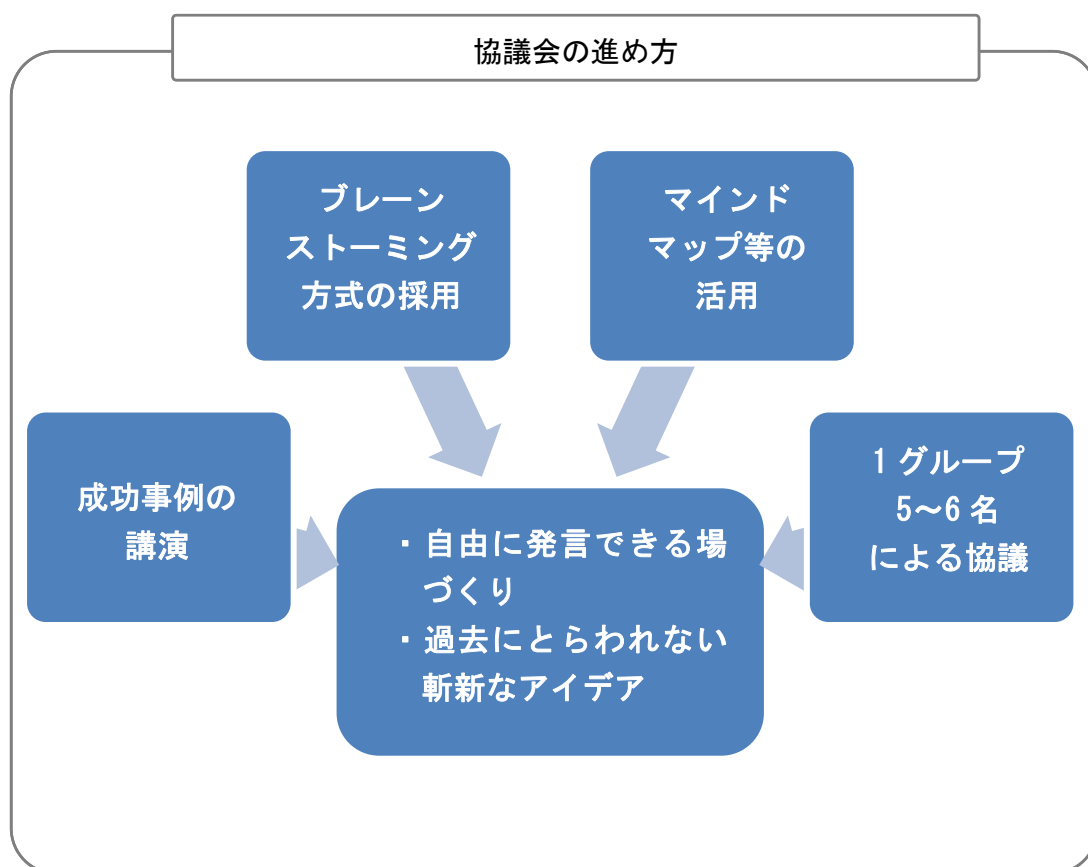
ブランド・6次産業化部会

キーワード

地場産業、伝統工芸 ブランド化
農商工連携 産学官連携
甲府鳥もつ煮 ワイン 企業経営

(3) 協議会の進め方について

各委員が自由に意見を出し合うことができ、かつ、斬新なアイデアが出されることを目的として、ブレインストーミング方式による意見交換、マインドマップ等の活用など、斬新な手法を取り入れました。また、成功事例として河口湖ステラシアターの野沢マネージャーによる講演「自然と文化によるまちづくり、人づくり」も行いました。



(注)

ブレインストーミング…自由な雰囲気、他の人の意見を否定せずにアイデアを出し合うことにより、一定の課題に対してより良い解決を得ようとする方法。

マ イ ン ド マ ッ プ…英国のトニーブザン (Tony Buzan) 氏が提唱した思考・発想法の一つ。中心となる概念やキーワードを中央に描き、そこから関連するキーワードやイメージを放射状に記載していくことにより、頭の中にある思考や概念をビジュアル化していく方法。

協議の様子

文化・ツーリズム部会



エコ・コンパクトシティ部会



ブランド・6次産業化部会



発表の様子

文化・ツーリズム部会



エコ・コンパクトシティ部会



ブランド・6次産業化部会



(4) 各部会における協議内容

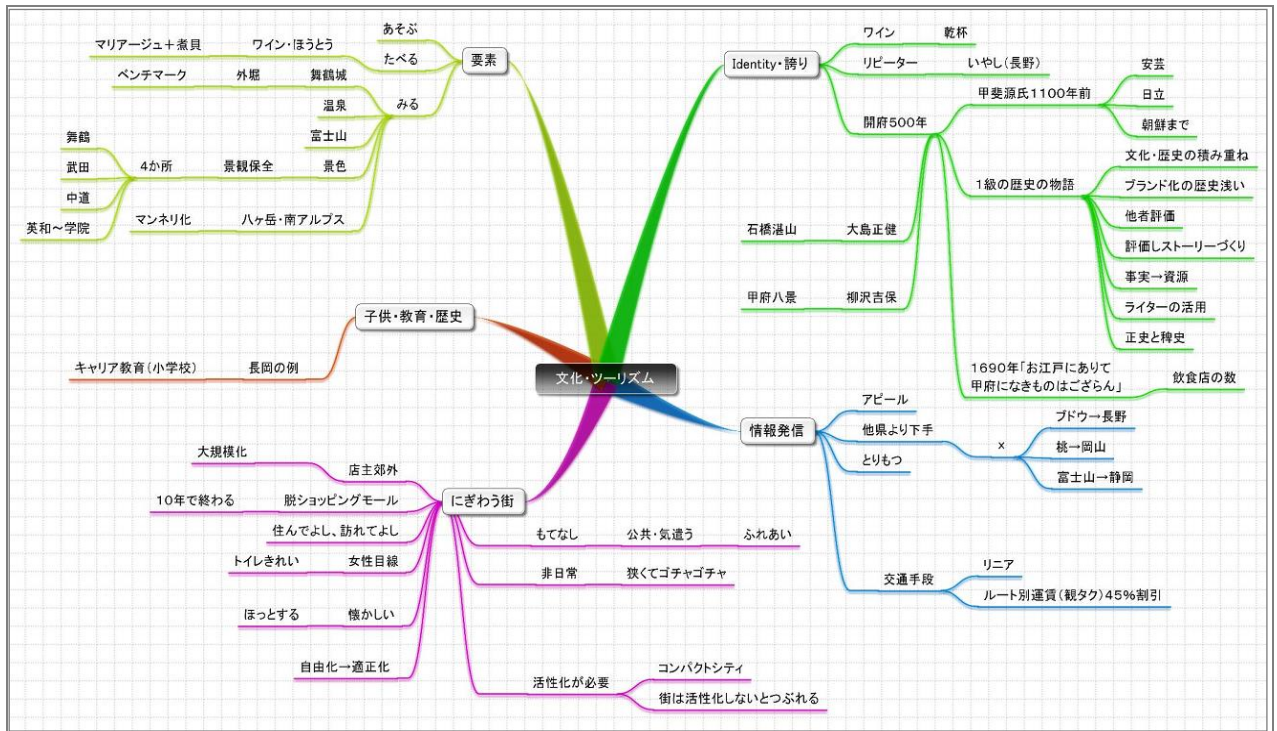
各部会では、3回にわたり熱心な協議が繰り広げられ、過去にとらわれない自由な発想で、様々なアイデアや意見が出されました。その結果、商工業振興指針の骨格や甲府市が目指すべき方向性が浮かび上がってきました。

文化・ツーリズム部会 ～第4回協議会～

主な意見

- 市民が甲府の文化や歴史を認識し、誇りを持つことが必要である。
- 文化や歴史という資源を活かすために、ストーリー付けをして付加価値を高めることが必要である。
- 甲府の地域資源を、上手に情報発信していくことが必要である。

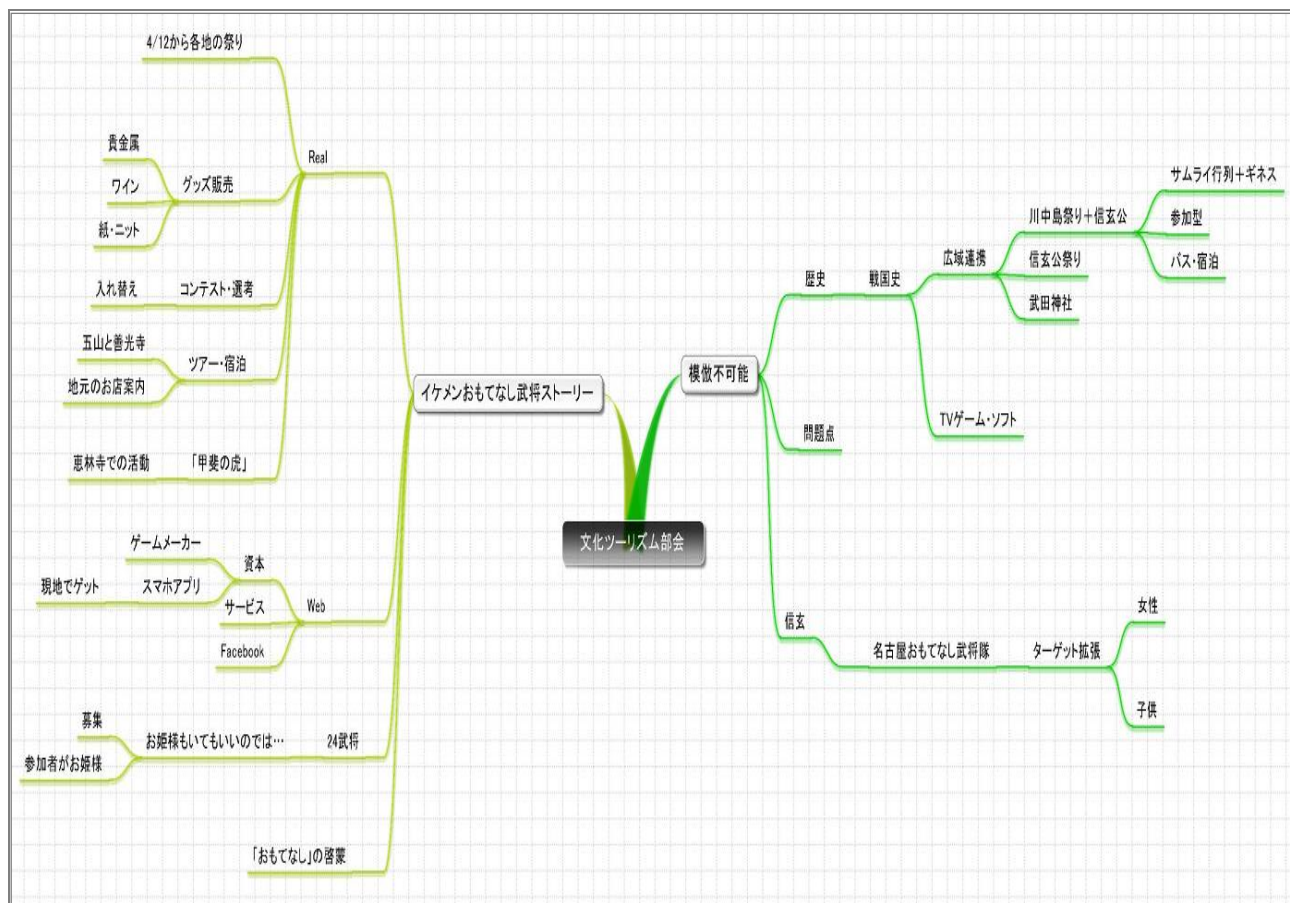
発表資料



主な意見

- 「歴史」という切り口から文化・ツーリズムを検討したらどうか。歴史は、「模倣できない」、「実際に足を運ばないと理解できない」という強みを有している。
- 「信玄公祭り」など、山梨県には武田信玄に関する祭りがいくつかある。それらを広域連携させたい。また、祭りは見るだけでなく、参加することが大切。
- 「イケメン武将によるおもてなし」というストーリーをつくり、観光客へのおもてなし、ウェブ上のゲーム、グッズ販売等に展開したらどうか。

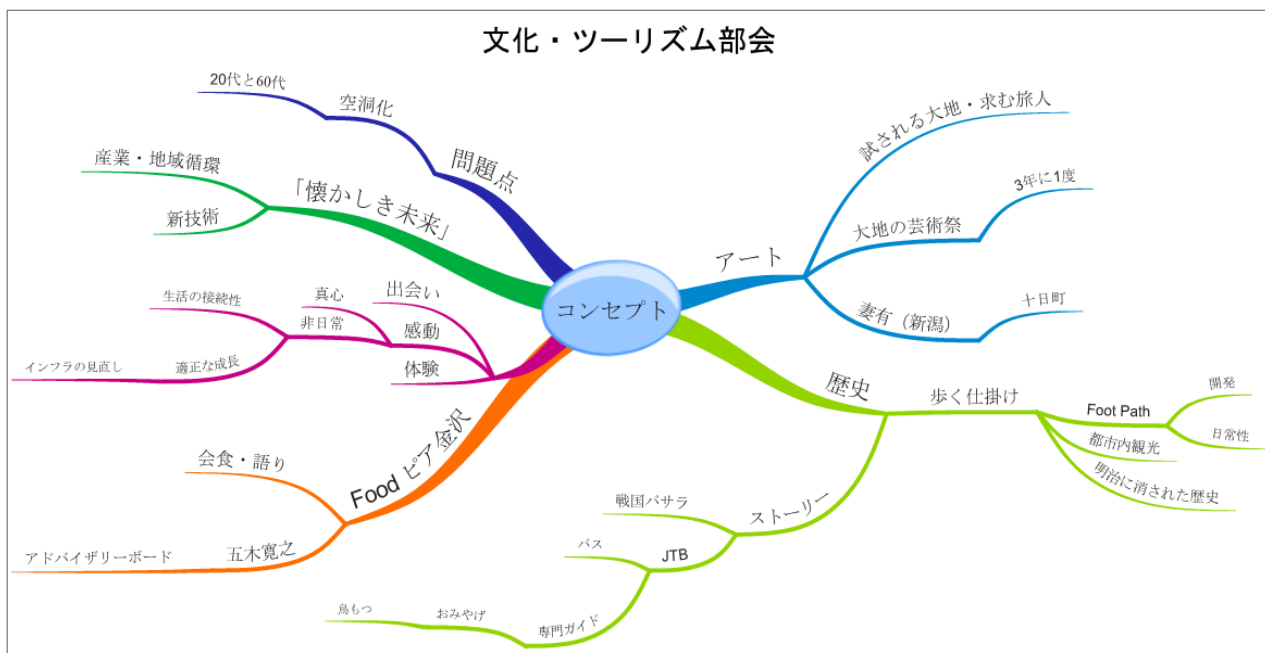
発表資料



主な意見

- 甲府にはまちなかを歩く仕組みがない。フットパスのガイド等を活用すべきである。
- キーワードとして、「出会い」、「感動」、「体験」、「非日常」などが挙げられた。
- 甲府が目指すべき方向性は、単にレトロで懐かしいまちに帰ることではない。懐かしいけれども、Wi-fi など新しい技術を使ってエコ・コンパクトシティを創造していくまちづくりを目指したい。「懐かしき未来」というキャッチコピーはどうか。

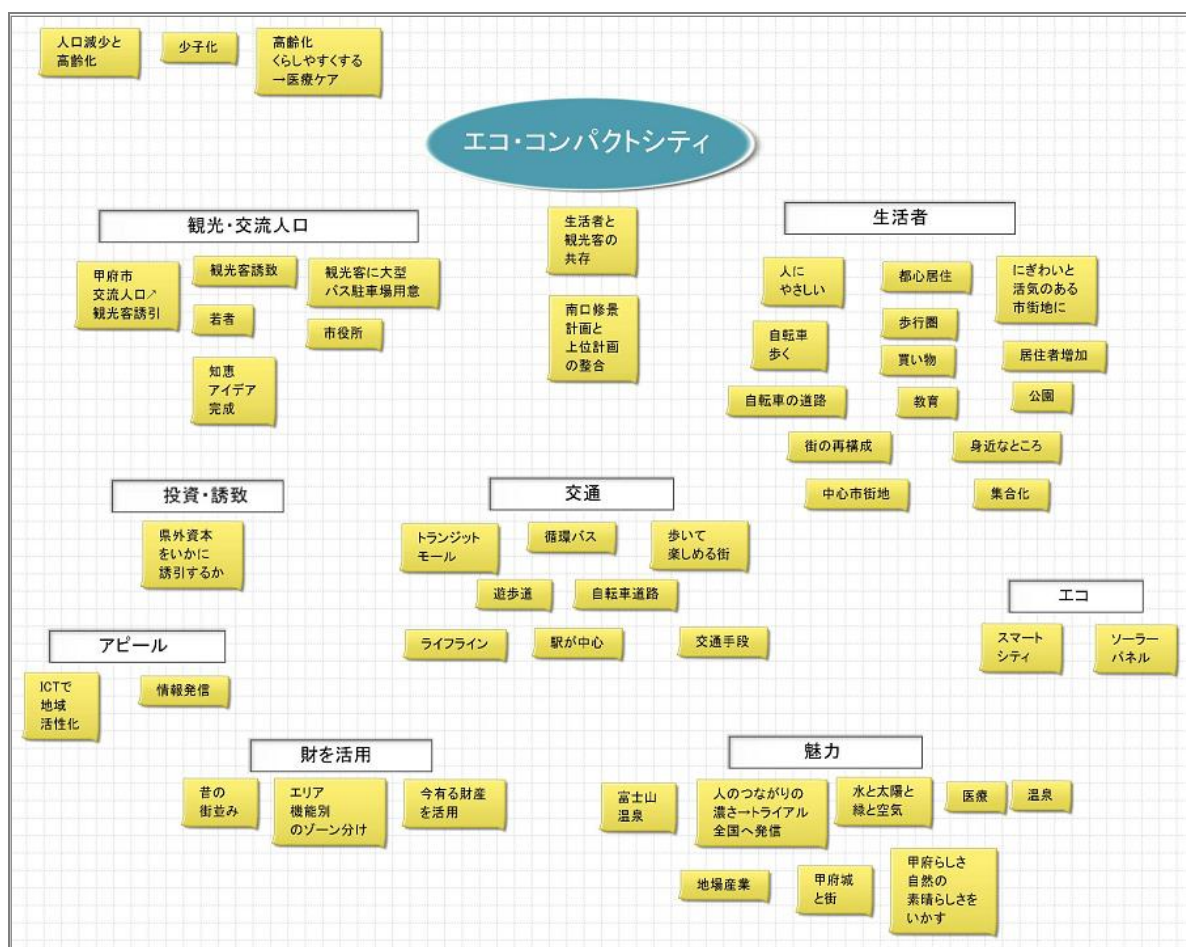
発表資料



主な意見

- エコ・コンパクトシティのコンセプトは、甲府の魅力を高めていくことにある。
- 甲府市には、魅力的な地域資源が多数ある。既にある資源の活用が重要である。
- エコを実現していくためには、Wi-fi 等、ICT のシステム活用していく必要がある。

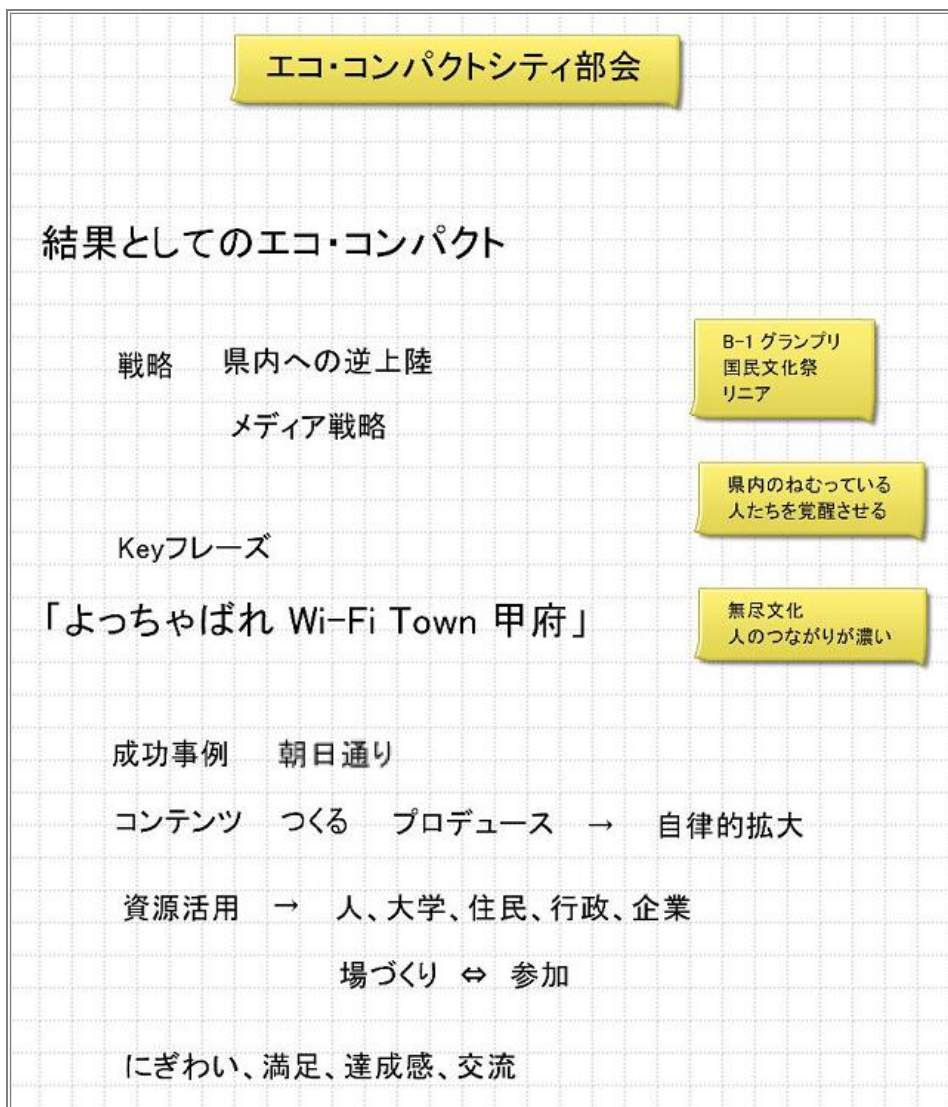
発表資料



主な意見

- エコ・コンパクトは、目的ではなく結果である。甲府市を賑わいのあるまちに活性化させていけば、最終的にエコ・コンパクトなまちになる。
- 無尽文化に象徴されるように、甲府は他地域に比べて「つながる力」が強い。その力を生かす必要がある。Wi-fi を使い、人と人をつなげ、賑わいを創出したい。「よっちゃばれ Wi-fi タウン甲府」というキャッチフレーズはどうか。
- 行政には、仕掛け、場づくり、情報発信手段としてのメディア戦略をお願いしたい。

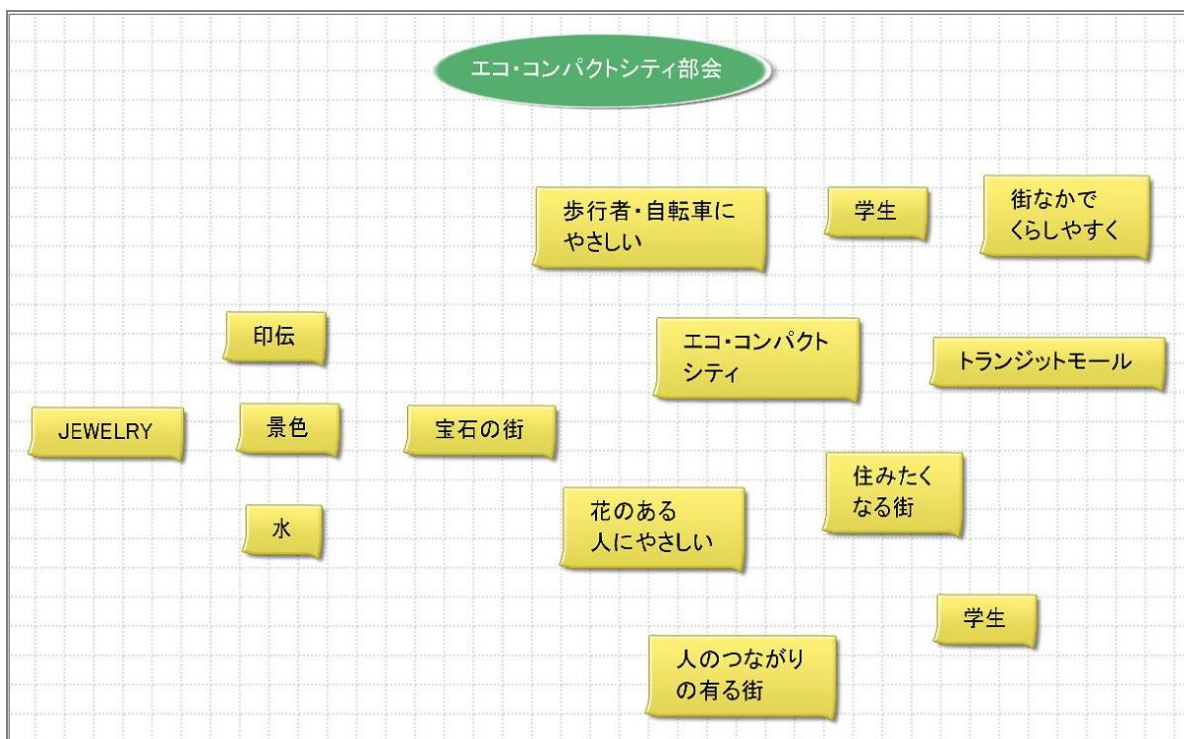
発表資料



主な意見

- 中心街に人を戻すことが必要である。それにより、エコ・コンパクトシティが実現していく。
- 郊外の住民を甲府に戻すこと、県外・国外の観光客に甲府に来てもらうことの2つの流れを区別して考える必要がある。
- 特定エリアのトランジットモール化（救急車等の緊急車両やバス等の公共交通など一部を除いて車両通行禁止にする）を検討したらどうか。

発表資料



主な意見

- 甲府の資源に、水がある。水をキーワードにブランドを考えたらどうか。
- 甲府の水は、豊かな森林に支えられている。森林に被害をもたらす鹿を駆除し、皮と肉を活用できないか。例えば、皮は印伝、肉はジビエ料理など。そのためには、加工産業の育成が必要である。
- 甲府市の鳥であるカワセミは、「飛ぶ宝石」という意味を持つ。宝石のまちと関連させてストーリー化できないか。

発表資料

ブランド・6次産業化部会

ブランド

※ブランドの意味とは

- ・逃げられないものを育成するという考えで
- ・人を集められるもの(仕掛け)
- ・ストーリー性

◎ 消費者とつながるものが必要なのでは？

例1 鹿の害が多い→鹿の駆除→鹿の肉・印伝に使用

例2 とれたての桃をかぶりつきで食べてもらうような仕組み(ホテルとかで)

例3 えんがわかフェ(おもてなしの心)

例4 「水」をもっと売り出す → 提携をどうやってするか

キーワード

水、山林保護、鹿害、鹿肉と鹿皮の活用、かこう岩地帯、水晶
市の鳥(カワセミ)=飛ぶ宝石

※ PR下手をなんとかしなければ

→ ・教育

- ・外部からの評価
- ・消費者に近い所でのアピール
- ・外部に営業に行く人が多いので
営業マンにアピールしてもらう
- ・職人の育成
- ・甲府市HP日本一(ノウハウを生かす)

→ ・ソフトの重要性→現場をみせる(産業観光)

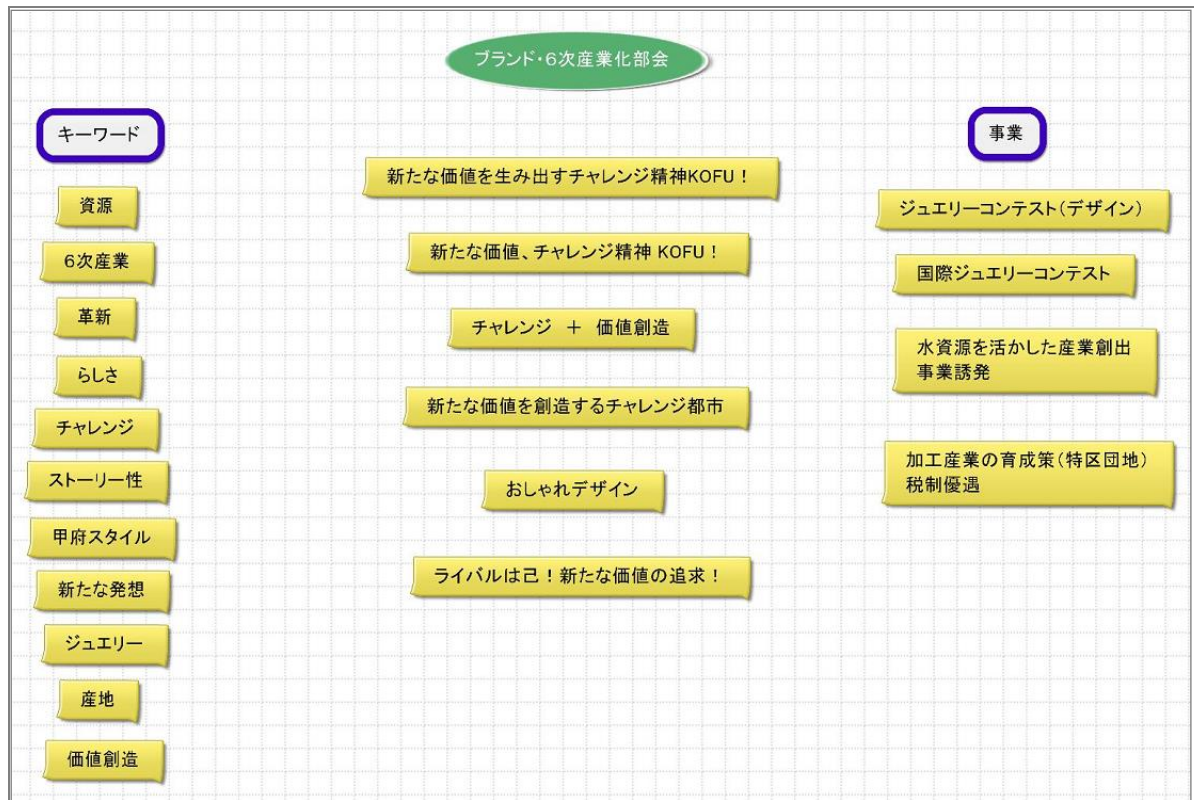
- ・連携の重要性→企業間、市役所

旧町名の復活→地域の歴史を後世に残す

主な意見

- 従来型の商業、工業だけで産業振興を図ることは難しい。新たな価値を生み出すチャレンジ精神が必要になってくる。
- 甲府の資源である水を活かした産業施策が必要である。
- 加工産業が必要であり、また、国際的なジュエリーコンテストの誘致を検討したらどうか。

発表資料



4. 甲府市商工業振興協議会設置要綱

甲府市商工業振興協議会設置要綱

平成14年6月28日

産第5号

(目的)

第1 社会経済環境の変化に応じた本市の商工業振興施策を検討するため、甲府市商工業振興協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2 協議会は、次の事項について調査検討し、その結果を市長に報告し又は提言する。

- (1) 新しい産業動向に対応した商工業振興施策のあり方について
- (2) 効率的かつ効果的な商工業振興施策の具体化及び計画について
- (3) その他商工業振興施策の推進に必要な事項について

(組織)

第3 協議会の委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 関係指導機関等の代表
- (3) 商工業者代表
- (4) その他関係団体の代表
- (5) 一般公募による者

(委員の任期)

第4 委員の任期は2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(役員及び職務)

第5 協議会に会長1名及び副会長1名を置く。

- 2 会長及び副会長は、委員の互選による。
- 3 会長は、会務を総理し協議会を代表する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

(会議)

第6 協議会は、会長が招集し、会長が議長となる。

- 2 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者に対して会議への出席を求め、意見を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

(専門部会等)

第7 会長は、必要があると認めるときは、専門的事項を調査研究するため、協議会に専門部会を置くことができる。

- 2 専門部会は、会長が指名する委員で構成する。
- 3 専門部会に部会長1名を置く。
- 4 部会長は、部会委員の互選による。
- 5 部会長は部会を総理し、部会を代表する。
- 6 部会は、部会長が招集し、部会長が議長となる。
- 7 会長は、必要があると認めるときは、専門部会を補佐するため、協議会に検討部会を置くことができる。
- 8 検討部会は、会長が指名する委員及び別に定める市職員で構成する。

(庶務)

第8 協議会及び専門部会の庶務は、産業部産業振興推進室商工振興課において処理する。

(雑則)

第9 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この要綱は、平成14年6月28日から施行する。
(甲府市工業振興協議会設置要綱の廃止)
- 2 甲府市工業振興協議会設置要綱(昭和60年2月26日経第1号)は、廃止する。
(甲府市商業活性化協議会設置要綱の廃止)
- 3 甲府市商業活性化協議会設置要綱(平成5年9月22日商第2号)は、廃止する。

附 則

この要綱は、平成23年7月1日から施行する。

5. 甲府市商工業振興協議会委員名簿

区分	氏名	肩書等	役職等
会長	アオキ シゲキ 青木 茂樹	駒澤大学 経営学部 市場戦略学科	教授
副会長	ササキ クニアキ 佐々木 邦明	山梨大学 工学部 土木環境工学科	教授
委員	コバヤシ アキラ 小林 明	甲府商工会議所	事務局次長
委員	テツカ シン 手塚 伸	公益財団法人 やまなし産業支援機構	専務理事
委員	ハギハラ シゲル 萩原 茂	山梨県工業技術センター	企画情報部長
委員	カサイ シンイチ 河西 伸一	山梨県工業技術センター	企画情報部長
委員	マツバ アツシ 松葉 惇	山梨県中小企業団体中央会	副会長
委員	アリイ ノボル 有井 昇	甲府市大型店協議会 ((株)岡島)	会長 (取締役副社長)
委員	コンイン ミヨシ 輿石 陽	甲府商店街連盟 (オリオン通り商店会)	副会長 (会長)
委員	コモリ カズヤス 古守 一康	山梨青年工業会 (株)古守電化	前会長 (代表取締役社長)
委員	コンドウ マコト 近藤 誠	山梨県水晶宝飾連合会 ((株)近藤宝飾)	会長 (代表取締役)
委員	タナカ ヨシコ 田中 良子	レディース中央会やまなし	副会長
委員	ナガサカ ヨシオ 長坂 善雄	甲府商店街連盟 ((有)銀座江戸家)	会長 (社長)
委員	ヒグチ ミキオ 樋口 幹男	甲府商店街連盟 (朝日通り商店街協同組合)	副会長 (理事長)
委員	マツダ アツシ 松田 淳	NTT東日本山梨支店	支店長
委員	カサハラ ヒデキ 笠原 英樹	NTT東日本山梨支店	支店長
委員	ヨコヤマ ヤスシ 横山 康	甲府南部工業団地大津地区工業会 (NECコンピュータテクノ(株))	会長 (代表取締役社長)
委員	エンドウ カツヤ 遠藤 克也	一般社団法人 日本旅行業協会 関東支部 山梨県地区委員会 (JTB関東法人営業部甲府支店)	委員長 (支店長)
委員	オオキ タダシ 大木 政	甲府市観光協会 (山梨県タクシー協会)	会長 (会長)
委員	ウシムラ アキオ 牛村 明雄	一般公募	ボランティアプランナー (農業経営アドバイザー)
委員	フジハラ チホ 藤原 千穂	一般公募	税理士
委員	ワタナベ カオリ 渡辺 郁	一般公募	(株)アンサーノックス 代表取締役

※1 平成24年5月15日(第5回甲府市商工業振興協議会)以降、萩原委員から河西委員に変更

※2 平成24年5月15日(第5回甲府市商工業振興協議会)以降、松田委員から笠原委員に変更

○平成 26 年度～平成 28 年度 甲府市商工業推進委員会資料

1. 取組経緯

開催年月日	内 容
平成27年1月21日	「第1回甲府市商工業推進委員会」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・委嘱式 ・趣旨及び要綱の説明 ・「指針に基づく事業」について
平成27年3月12日	「第2回甲府市商工業推進委員会」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・「指針に基づく事業」について
平成27年9月29日	「第3回甲府市商工業推進委員会」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・「指針に基づく事業」について
平成28年3月24日	「第4回甲府市商工業推進委員会」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・「指針に基づく事業」について
平成28年10月21日	「第5回甲府市商工業推進委員会」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・「指針に基づく事業」について
平成29年1月16日	「第6回甲府市商工業推進委員会」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・「指針に基づく事業」について ・「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の制定及び「甲府市商工業振興指針」の改定について

2. 甲府市商工業推進委員会設置要綱

甲府市商工業推進委員会設置要綱

平成27年1月5日

産第9号

(設置)

第1 本市商工業の目指すべき方向性を定めた甲府市商工業振興指針を的確に推進するため、甲府市商工業推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2 委員会は、次に掲げる事項について点検・評価する。

- (1) 甲府市商工業振興指針に基づく、商工業振興のための施策の推進に関すること。
- (2) その他第1に規定する設置目的を達成するため必要と認める事項

(構成)

第3 委員会は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する者をもって構成する。

- (1) 関係団体等の代表
- (2) 商工業者代表
- (3) その他市長が必要と認める者

(委員の任期)

第4 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長等)

第5 委員会に委員長及び副委員長各1人を置く。

- 2 委員長及び副委員長は、委員の互選により定める。
- 3 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代理する。

(会議)

第6 会議は、委員長が招集し、その議長となる。

- 2 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外の者に対して会議への出席を求め、意見を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

(庶務)

第7 委員会の庶務は、産業部観光商工室商工課において処理する。

(その他)

第8 この要綱に定めるもののほか、委員会に関し必要な事項は、委員長が会議に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成27年1月5日から施行する。

3. 甲府市商工業推進委員会委員名簿

役職	氏名	肩書等	分野
委員長	コシイシ ヒロシ 越石 寛	甲府商工会議所 事務局長	甲府商工会議所
副委員長	ウシムラ アキオ 牛村 明雄	園芸研究家	農業関係
委員	アサカフ タカシ 浅川 貴	ホテル吉野 代表取締役社長 (湯村温泉旅館協同組合 専務理事)	観光協会
委員	キダ シゲキ 木田 茂樹	(株)ルミエール 代表取締役社長 (山梨県ワイン酒造協同組合 理事長)	ワイン産業関係
委員	ナカゴミ タケシ 中込 健	(株)中込宝飾 代表取締役 (山梨県水晶宝飾協同組合 理事長)	宝飾関係
委員	フルヤ キミヒロ 古谷 公宏	(株)二文字屋 専務取締役	商業関係
委員	ヤザワ タカキ 矢澤 孝樹	ニューロン製菓(株) 代表取締役社長	工業関係
委員	ヨダ ミツヒト 依田 光人	(株)少国民社 専務取締役 (甲府市工業協会 副会長)	工業協会
委員	シムラ カズヒコ 志村 一彦	甲府市 産業部 産業総室 室長	行政関係
委員	ヒグチ ユウコ 樋口 優子	甲府市 産業部 観光商工室 室長	行政関係
委員	サトヨシ カズノリ 里吉 一哲	甲府市 産業部 観光商工室 観光課 課長	行政関係

○平成 27 年度～平成 28 年度 「甲府市中小企業・小規模企業振興
 条例」の制定等の取組資料

1. 取組経緯

年月日	内 容
平成27年6月	“こうふ未来創り重点戦略プロジェクト”の策定 ○創る力3「くらし潤うまち」を創る 「中小企業・小規模企業振興条例（仮称）」の制定や 「創業支援事業計画（仮称）」の策定による産業の育成と 雇用の拡大
平成27年11月9日	「第1回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ○委嘱式 ○検討委員会 □趣旨及び要綱の説明 □議事 ・役員を選出 ・「本市の産業振興に求められること」について ・「甲府市内事業者アンケート調査の内容」について
平成27年12月7日～25日	「甲府市内事業者アンケート調査」の実施
平成28年1月	「関係団体へのヒアリング調査」の実施
平成28年2月9日	「第2回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ・アンケート調査等の結果報告について ・振興条例骨子構成項目の検討について
平成28年3月17日	「第3回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ・振興条例骨子案について
平成28年4月	「第六次甲府市総合計画 第1次実施計画」の実施開始 ○基本目標2 「魅力があふれ人が集う活力あるまちをつくる（活力）」 〈施策の柱〉「産業を振興する」 〈施 策〉「商業・工業の振興」→「商工業推進事業」 （今後の事業展開） 中小企業・小規模企業を振興する条例を制定し、それに 伴う効果的な方策の立案と計画的な実施を図っていく

平成28年5月2日～31日	「(仮称) 甲府市中小企業・小規模企業振興条例 骨子案」に対する意見募集 (パブリックコメント) の実施
平成28年5月12日	山梨県中小企業家同友会による要望書の提出
平成28年6月29日	「第4回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ・第3回委員会の意見等を踏まえた振興条例骨子案について了承を得る ・振興条例骨子案に基づく施策案の検討
平成28年8月2日	「第5回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ・振興条例骨子案に基づく施策案の検討
平成28年9月28日	「第6回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ・振興条例骨子案に基づく施策案について了承を得る
平成28年11月14日	「政策会議」の実施 ・「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」について
平成28年11月17日	「第7回甲府市産業振興検討委員会」の開催 ・「甲府市中小企業・小規模企業振興条例(案)」の概要について ・「甲府市商工業振興指針」の見直しについて
平成28年12月22日	「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の制定及び公布
平成29年2月24日	「第1回甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会」の開催 ・「甲府市商工業振興指針」の改定について
平成29年4月1日	「甲府市中小企業・小規模企業振興条例」の施行 「甲府市商工業振興指針(平成29年4月改定)」の実施開始

2. 甲府市産業振興検討委員会設置要綱

甲府市産業振興検討委員会設置要綱

平成27年10月1日

産第6号

(設置)

第1 本市の経済成長をけん引し、雇用や暮らしを支える重要な役割を担う中小企業等の振興及び、本市の産業振興について必要な事項を検討するため、甲府市産業振興検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2 委員会は、次に掲げる事項について検討を行う。

- (1) 甲府市中小企業振興条例(以下「条例」という。)に関すること。
- (2) 条例に基づく施策に関すること。
- (3) その他産業振興の推進に関すること。

(構成)

第3 委員会は、委員15人以内をもって組織し、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 中小企業団体の役員又は職員
- (2) 関係団体の役員又は職員
- (3) 学識経験者
- (4) 市の職員
- (5) その他市長が適当と認める者

2 委員の任期は、2年とし、再任は妨げない。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長等)

第4 委員会に委員長及び副委員長各1人を置く。

- 2 委員長及び副委員長は、委員の互選により定める。
- 3 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。
- 4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は欠けたときにはその職務を代理する。

(会議)

第5 会議は、委員長が招集し、会議の議長となる。

- 2 委員会は、委員の半数以上が出席しなければこれを開くことができない。
- 3 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外の者に対して会議への出席を求め、意見を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

(庶務)

第6 委員会の庶務は、産業部観光商工室商工課において処理する。

(その他)

第7 この要綱に定めるもののほか、委員会に関し必要な事項は、委員長が会議に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成27年10月1日から施行する。

3. 甲府市産業振興検討委員会委員名簿

役職	氏名	肩書等	分野
委員長	カワハラ キヨシ 河原 清	日本政策金融公庫 甲府支店 支店長	金融機関
副委員長	コバヤシ シゲミツ 小林 成光	甲府市工業協会 副会長	中小企業関係
委員	ニシカワ タケシ 西川 岳	NECプラットフォームズ(株)甲府事業所 顧問	大企業関係
委員	タカシマ エイイチ 高嶋 英一	東京ガス山梨(株) 代表取締役社長	大企業関係
委員	ナカゴミ タケシ 中込 健	山梨県水晶宝飾協同組合 理事長	中小企業関係
委員	コバヤシ アキラ 小林 明	甲府商工会議所 専務理事	経済団体
委員	ハシモト アヤコ 橋本 文子	日本貿易振興機構（ジェトロ） 山梨貿易情報センター 所長	経済団体
委員	サトウ ムネタカ 佐藤 宗貴	日本銀行 甲府支店 総務課長	金融機関
委員	コイケ ヨウスケ 小池 洋介	日本銀行 甲府支店 総務課長	金融機関
委員	ゴウ ケンタロウ 郷 健太郎	山梨大学 教授	教育機関
委員	チョウ ヘイ 張 兵	山梨県立大学 教授	教育機関
委員	コバヤシ カズオ 小林 和生	甲府市 産業部 部長	行政関係

※

※ 平成28年6月29日（第4回甲府市産業振興検討委員会）以降、佐藤委員から小池委員に変更

4. 甲府市中小企業・小規模企業振興条例

甲府市中小企業・小規模企業振興条例

目次

前文

第1章 総則（第1条～第10条）

第2章 基本的施策（第11条～第15条）

第3章 施策を推進するための措置（第16条～第18条）

第4章 雑則（第19条）

附則

四季折々に様々な表情をみせる豊かな自然、連綿と続く歴史に培われてきた伝統、文化など、本市は、豊富な地域資源に恵まれ古くから多くの人が集い、山梨県の政治・経済・文化の中心地として永きにわたり栄え発展を続けてきた。

また、江戸時代から続く水晶研磨加工技術の承継により日本一の集積地となった宝飾産業に加え、国産ワイン発祥の地として明治時代から歴史を刻んできたワイン醸造などの地場産業が盛んなほか、製造業、卸売業、小売業、サービス業など幅広い分野の産業が集積しており、本市の企業の大半を占める中小企業・小規模企業が、その原動力となって地域経済を支えてきた。

しかしながら、人口減少、少子高齢化の進展、経済のグローバル化に伴う経営環境の変化など、中小企業・小規模企業を取り巻く環境は厳しさを増している。

このような状況のなかで、本市の発展に重要な役割を担う中小企業・小規模企業が、明るい未来に向けてさらなる躍進の機会を見出し、力強く持続的な成長を遂げていくためには、中小企業者及び小規模企業者自らが、創意工夫を活かした事業を意欲的に展開していくとともに、地域社会を構成する多様な主体が連携及び協力をし、それぞれに期待される役割を果たす中で、多角的な視点に立った支援を行っていくことが重要である。

ここに、中小企業・小規模企業の振興について、その基本理念及び施策の方向性を定め、これに地域社会全体で一体的かつ積極的に取り組むことにより、本市のさらなる発展を目指す礎とするため、この条例を制定する。

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、中小企業・小規模企業の振興について、その基本理念その他の基本となる事項を定めるとともに、市の責務等を明らかにすることにより、中小企業・小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって本市の経済の健全な発展及び市民生活の向上に寄与することを目的とする。

(用語の定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 中小企業者 中小企業基本法(昭和38年法律第154号)第2条第1項に規定する中小企業者であつて、市内に事務所又は事業所(以下この条において「事務所等」という。)を有するものをいう。
- (2) 小規模企業者 中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者であつて、市内に事務所等を有するものをいう。
- (3) 中小企業関係団体 商工会議所、中小企業団体中央会その他の中小企業・小規模企業に関する団体をいう。
- (4) 金融機関 銀行、信用金庫、信用協同組合その他の金融業を行うもの及び信用保証協会をいう。
- (5) 大企業者 中小企業者及び小規模企業者以外の事業者であつて、市内に事務所等を有するものをいう。
- (6) 教育機関等 学校教育法(昭和22年法律第26号)第1条に規定する学校及び公共職業能力開発施設であるものをいう。
- (7) 経営の革新 新商品の開発又は生産、新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、役務の新たな提供の方式の導入、新たな経営管理方法の導入その他の新たな事業活動を行うことにより、その経営の相当程度の向上を図ることをいう。

(基本理念)

第3条 中小企業・小規模企業の振興は、中小企業・小規模企業が地域経済の活性化、雇用の創出等による地域社会の発展及び市民生活の向上に貢献している重要な存在であるという認識の下に推進されなければならない。

- 2 中小企業・小規模企業の振興は、中小企業者及び小規模企業者の経営の改善及び向上のための自主的な努力が助長されるよう推進されなければならない。
- 3 中小企業・小規模企業の振興は、中小企業者及び小規模企業者の活力が最大限発揮され、事業の持続的な発展が図られるよう推進されなければならない。
- 4 中小企業・小規模企業の振興は、市、中小企業関係団体、金融機関、大企業者、教育機関等その他の関係機関及び市民が、中小企業者及び小規模企業者とともに相互に連携し、及び協力して推進されなければならない。

(市の責務)

第4条 市は、前条の基本理念にのっとり、中小企業・小規模企業の振興に関する施策を総合的に策定し、及び計画的に推進する責務を有する。

- 2 市は、前項の規定により施策を策定し、及び推進するに当たっては、中小企業者及び小規模企業者並びに関係機関の意見をこれに反映するよう努めなければならない。

(中小企業者及び小規模企業者の努力)

第5条 中小企業者及び小規模企業者は、自主的に経営の革新等による経営の改善及び向上に努めるものとする。

- 2 中小企業者及び小規模企業者は、地域社会を構成する一員として、社会的責任を自覚し、地域社会の発展及び市民生活の向上に貢献するよう努めるものとする。
- 3 中小企業者及び小規模企業者は、後継者の育成等により円滑な事業の承継を図るとともに、労働者の積極的な雇用、人材の育成及び労働環境の整備に努めるものとする。
- 4 中小企業者及び小規模企業者は、市内で生産され、製造され、若しくは加工される物品又は提供されるサービスの積極的な活用等に努めるものとする。
- 5 中小企業者及び小規模企業者は、市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(中小企業関係団体の役割)

第6条 中小企業関係団体は、相談、指導及び研修の充実等により、中小企業者及び小規模企業者の経営の改善及び向上の支援に努めるものとする。

- 2 中小企業関係団体は、創業を希望する者に対する積極的な支援に努めるものとする。
- 3 中小企業関係団体は、市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(金融機関の役割)

第7条 金融機関は、資金の供給、経営相談等を通じて、中小企業者及び小規模企業者の経営の改善及び向上を支援するよう努めるものとする。

- 2 金融機関は、創業を希望する者に対する積極的な支援に努めるものとする。
- 3 金融機関は、市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(大企業者の役割)

第8条 大企業者は、経営の革新等に取り組む中小企業者及び小規模企業者への技術的支援等に努めるものとする。

- 2 大企業者は、市内の中小企業・小規模企業において生産され、製造され、若しくは加工される物品又は提供されるサービスの積極的な活用等に努めるものとする。
- 3 大企業者は、市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(教育機関等の役割)

第9条 教育機関等は、職場体験、職業に関する理解を深める学習等を通じて、健全な職業観及び勤労観の醸成に努めるものとする。

- 2 大学は、研究開発の成果の普及及び中小企業・小規模企業との共同研究の推進を図るとともに、企業活動に必要な情報の収集及び提供に努めるものとする。
- 3 教育機関等は、市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう

努めるものとする。

(市民の理解と協力)

第10条 市民は、中小企業・小規模企業が、地域の経済及び雇用を支え、市民生活の向上に寄与していることへの理解を深めるよう努めるものとする。

2 市民は、市内で生産され、製造され、若しくは加工される物品又は提供されるサービスの積極的な活用等により、中小企業・小規模企業の振興に協力するよう努めるものとする。

第2章 基本的施策

(人材の育成及び確保)

第11条 市は、中小企業・小規模企業の人材の育成及び確保を図るため、次の各号に掲げる施策その他の必要な施策を推進するものとする。

- (1) 中小企業・小規模企業の経営者及び後継者の育成を支援すること。
- (2) 中小企業・小規模企業の従業員等の技能及び知識の向上を支援すること。
- (3) 教育機関等と連携して、若者等の中小企業・小規模企業への就業意識を醸成すること。
- (4) 就業を希望する者への多様な就業の機会を創出すること。
- (5) 仕事と子育てとの両立を支援することにより、女性の就業を促進すること。
- (6) 中小企業・小規模企業の事業活動、雇用等に関する情報の発信に努めること。

(経営基盤の強化)

第12条 市は、中小企業・小規模企業の経営基盤の強化を図るため、次の各号に掲げる施策その他の必要な施策を推進するものとする。

- (1) 中小企業者及び小規模企業者の経営に関する相談、指導等の充実に関する取組を支援すること。
- (2) 中小企業者及び小規模企業者の円滑な資金調達を支援すること。

(創業の促進)

第13条 市は、中小企業・小規模企業の創業の促進を図るため、関係機関と連携して、創業に必要な情報の提供、相談及び研修の充実、資金の円滑な供給その他の必要な施策を推進するものとする。

(販路拡大の促進)

第14条 市は、中小企業・小規模企業の販路の拡大を図るため、次の各号に掲げる施策その他の必要な施策を推進するものとする。

- (1) 国内外における商談機会等を創出すること。
- (2) 新技術及び新商品の開発を支援すること。

(地場産業の振興)

第15条 市は、地場産業を担う中小企業・小規模企業の振興を図るため、次の各号に掲げる施策その他の必要な施策を推進するものとする。

- (1) 中小企業者及び小規模企業者の技術の承継、事業の継続等を支援すること。
- (2) 地場産品の普及を促進するための活動等を支援すること。

第3章 施策を推進するための措置

(財政上の措置)

第16条 市は、中小企業・小規模企業の振興に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

(広報活動の充実)

第17条 市は、中小企業・小規模企業の振興に資する広報活動の充実に努めるものとする。

(中小企業・小規模企業振興推進委員会)

第18条 中小企業・小規模企業の振興に関する施策の推進に関する事項について調査審議するため、甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会（以下この条において「委員会」という。）を置く。

- 2 委員会は、前項の規定による調査審議を行うほか、中小企業・小規模企業の振興に関する重要事項について、市長に意見を述べることができる。
- 3 委員会は、委員15人以内で組織する。
- 4 委員は、中小企業・小規模企業の振興に関わる者等のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。
- 5 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 6 委員は、再任されることができる。
- 7 前各項に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

第4章 雑則

(委任)

第19条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

- 1 この条例は、平成29年4月1日から施行する。ただし、第18条及び次項の規定は、平成29年2月1日から施行する。
- 2 特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例（昭和31年10月条例第22号）の一部を次のように改正する。

別表29の項の次に次の1項を加える。

29の2	中小企業・小規模企業振興推進委員会	委員長	日額 8,900円
		委員	日額 8,200円

5. 甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会の組織及び運営に関する要綱

甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会の組織及び運営に関する要綱

平成29年2月1日

産第6号

(趣旨)

第1 この要綱は、甲府市中小企業・小規模企業振興条例(平成28年12月条例第42号)

第18条第7項の規定に基づき、甲府市中小企業・小規模企業振興推進委員会(以下「委員会」という。)の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(委員長及び副委員長)

第2 委員会に委員長及び副委員長各1人を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第3 委員会の会議は、委員長が招集し、その議長となる。

2 委員会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 委員会は、必要に応じ、会議に委員以外の関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第4 委員会の庶務は、産業部観光商工室商工課において処理する。

(委任)

第5 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成29年2月1日から施行する。