

# 甲州市商工業振興計画

---

平成30年3月





## はじめに

本市は、豊かな自然と恵まれた気候・風土を生かし、古くからぶどう、もも、さくらんぼなどの果樹栽培が盛んであり、国内でも有数の果樹産地であります。また、ワインやころ柿など果樹の加工品からできる特産品の生産も盛んであり、果樹景観から生まれる世界に誇れるフルーツは、独自性のある大きなブランド資源であります。

現在の社会情勢に目を向けますと、急速に進む少子高齢化による労働力不足や、消費活動の縮小による雇用機会の減少などが起こり、産業を取り巻く環境は大きく変化してきています。

こうした背景のなか、本市の商工業振興においては、平成24年3月に「甲州市商業振興計画」を策定し、市内の商業振興に努めてまいりました。特に、商工会と連携・協力した幅広い角度から行う新規創業、起業者への支援体制の充実や、金融機関と連携するなかで見直しを行った制度融資により、市内事業者の経営基盤の強化が見られ、商工会、金融機関ときめ細かく行っている事業承継支援事業へと繋がっていきました。

本市のまちづくりを支える強い基盤を築くためには、商工業のさらなる振興が不可欠であります。これまでの取り組みを継続し、さらに充実させるとともに、時代のニーズに即した施策の展開を図るため「甲州市商業振興計画」の見直しを行い、商業、工業が一体となって発展していく「甲州市商工業振興計画」を平成30年度から34年度の5年計画で策定し、中長期的な視点で商工業の振興を図ることとしました。

本計画では、「甲州市ブランドを創造し、誇りうるまちづくり」を目指すべきまちのすがたとして定め、「地域のブランド化によるにぎわいの創出」など7つの基本施策を掲げ、50の具体的施策を展開してまいります。計画策定にあたりましては、ワークショップや商工業まちづくりセミナーなどで多くの市民の皆様のご意見を直接伺うことにより、実効性の高い計画となりました。

本計画を実現するためには、市、事業者及び商工会、金融機関等の関係機関、そして市民の皆様との連携と主体的な活動が必要不可欠となりますので、今後とも皆様のご理解とご協力をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、貴重なご意見をいただきました甲州市商工業振興計画策定委員会の委員の皆様をはじめ、アンケートやパブリックコメント等にご協力をいただきました市民の皆様にご心から御礼申し上げます。



平成30年3月

甲州市長 田辺 篤



## 【目次】

---

### 第1章 計画の概要

- 1. 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- 2. 計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2
- 3. 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
- 4. 計画の策定方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4

### 第2章 本市の地域特性と取り巻く情勢

- 1. 地域特性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 2. 本市を取り巻く社会的潮流・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
- 3. 事業者アンケート調査結果の概要・・・・・・・・・・・・・21

### 第3章 商工業振興計画の基本的な考え方

- 1. 計画の基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・36
- 2. 計画の基本施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・36

### 第4章 施策の方向

- 1. 施策の体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・38
- 2. 施策の展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・39

### 第5章 計画の推進

- 1. 計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61
- 2. 計画の管理体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61

商工業振興計画策定の経過・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・62

商工業振興計画策定委員会 委員名簿・・・・・・・・・・・・64

策定にあたって・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・65



# 第1章 計画の概要

## 1. 計画策定の趣旨

---

本市は、平成 24 年に平成 28 年までを計画期間とする「甲州市商業振興計画」を策定し、商業の振興について推進してきました。この計画に掲げた「誰もが安心して暮らせる環境づくり」「商業力が生き生きとした元気な地域の産業推進」「交流とにぎわいを支えるまちづくりの推進」の基本施策に基づき各種施策、取組み、事業を推進してきました。

その一方で、世界経済の急速なグローバル化<sup>※1</sup> やアジア諸国、新興国の台頭による国際競争の激化、さらにわが国における本格的な少子高齢化、人口減少時代の到来により、消費者ニーズの高度化、多様化が進むとともに、情報通信技術の進歩など商工業を取り巻く環境は大きく変化しています。そのため新たな視点に立った地域経済を牽引する方策の検討が強く求められています。

本市では、本年3月に策定された「第2次甲州市総合計画」のなかで商工業をはじめとする産業振興の方向性として、観光・交流を軸とした農林・商工業の連携、地域資源を最大限活用した地域産業の振興及び「甲州市ブランド<sup>※2</sup>」の確立を目指しています。

このような状況から、商業及び工業を一体的に捉え、中・長期的な視点で商工業の振興策を図ることを目的として「甲州市商工業振興計画（以下「商工業振興計画」という）」を策定し、この計画を着実に推進することにより、本市経済の持続的かつ安定的な成長を目指します。

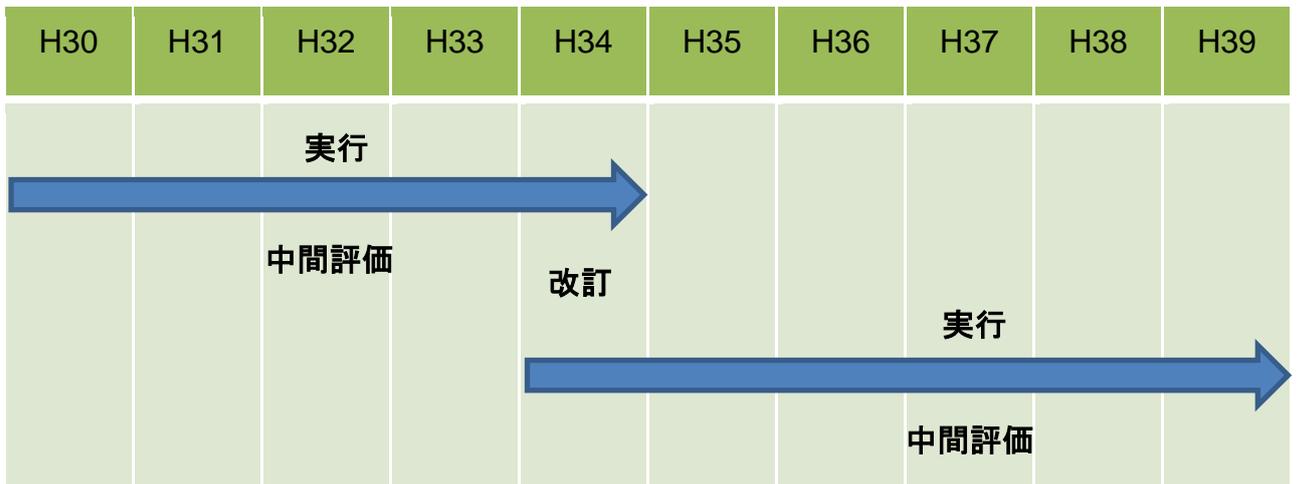
---

※1 グローバル化：技術革新・規制緩和によって「人・モノ・カネ・情報」が国境を越えて行き交うようになること。

※2 ブランド：商品やサービスを他の商品、サービスと区別するための概念のこと。

## 2. 計画期間

計画期間は、平成30年（2018年）4月から平成35年（2023年）3月までとします。

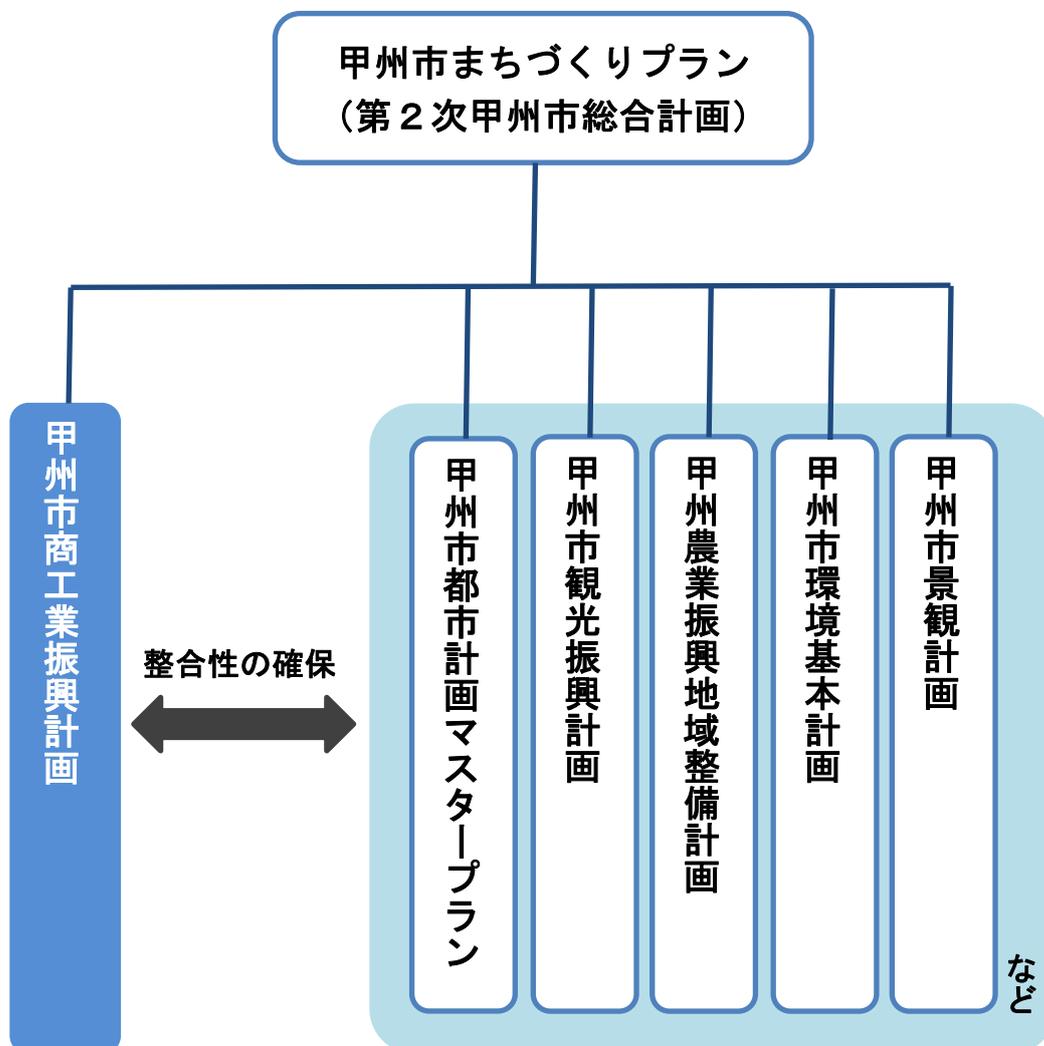


リニューアルされたJR塩山駅に到着したトランスweet四季島（平成29年5月）。本市への来訪者の増加により、市内の活性化につながった。

### 3. 計画の位置付け

本計画は、市政運営の最上位計画である「甲州市まちづくりプラン」(第2次甲州市総合計画)の商工業分野の個別計画であり、本市の商工業振興を計画的かつ総合的に推進するための具体的な方針を定めたものです。

本計画の推進にあたって、甲州市都市計画マスタープラン、甲州市観光振興計画、甲州農業振興地域整備計画、甲州市環境基本計画、甲州市景観計画など、本市が定める各関連計画との整合・調整を図りながら推進します。



## 4. 計画の策定方針

---

本市がこれまで取り組んできた「甲州市商業振興計画」を検証するとともに、商工業者のニーズを把握、分析し、市民の意見を踏まえた計画とします。

また、今後の社会経済情勢の変化を見据え、あらゆる主体と連携することにより、本市のブランド化を明確に示し、新たな時代への挑戦となる計画としました。



毎年秋に開催される「甲州市およっちょい祭り」は、市民総参加のお祭りとして、市全体の商工業振興、商店街活性化に寄与している。

## 第2章

# 本市の地域特性と取り巻く情勢

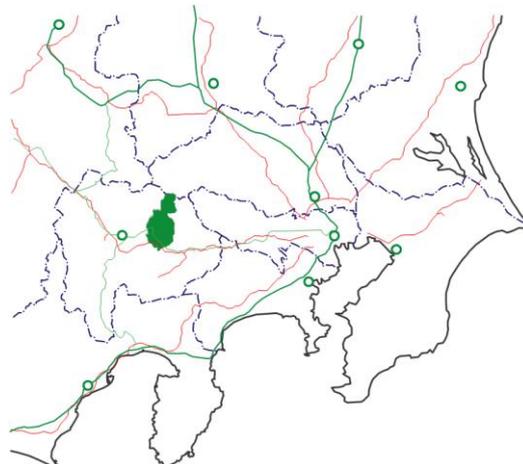
### 1. 地域特性

#### (1) 位置・地勢

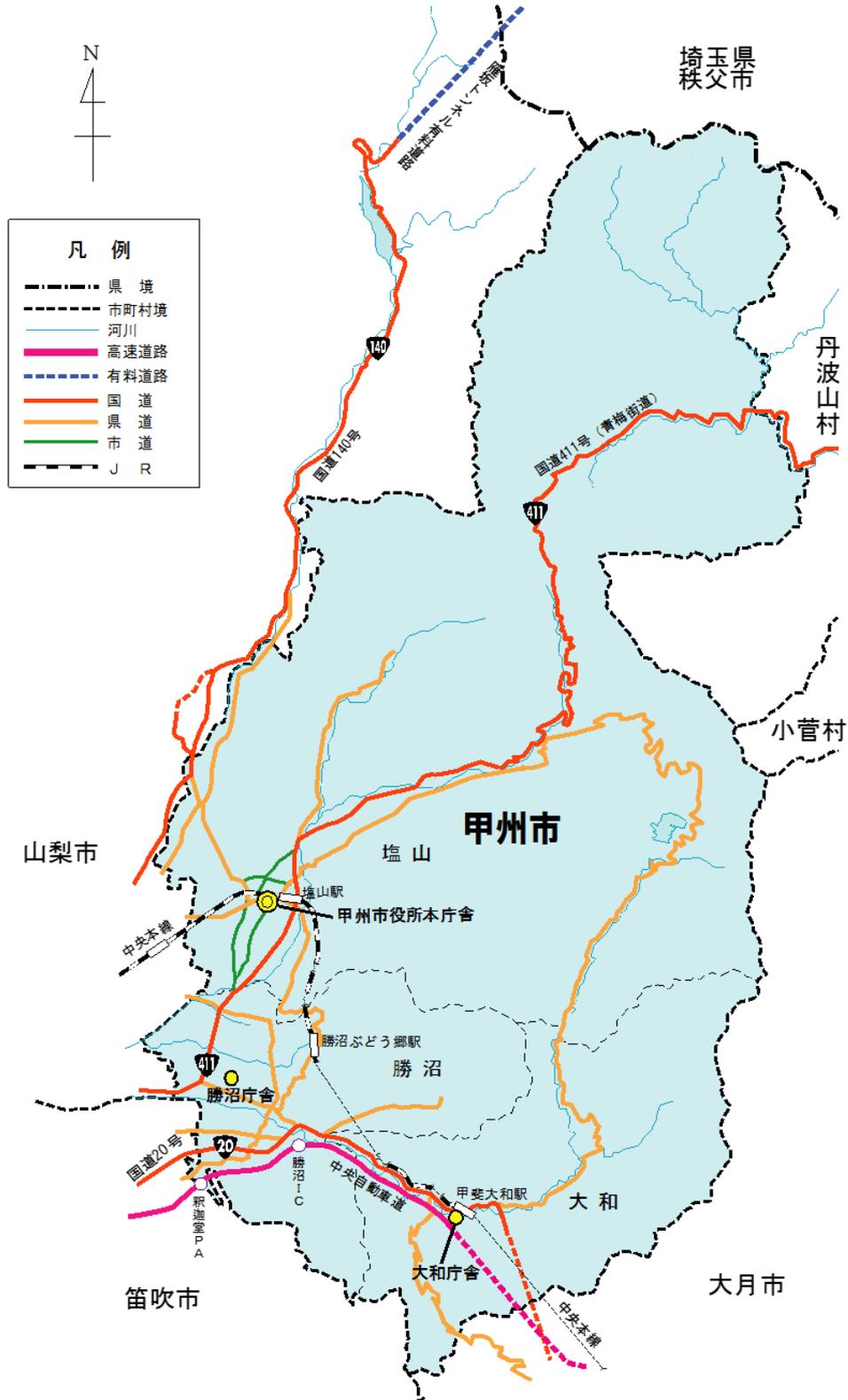
本市は、甲府盆地の東部に位置し、北東側には秩父多摩甲斐国立公園の大菩薩連嶺をはじめとする秩父山系の山並みが連なっています。本市の面積は、264.11 km<sup>2</sup>で、山梨県の総面積の約 5.9%を占めています。市域は南北に長く、大菩薩峠から柳沢峠を分水嶺として、北は、広大な山岳地帯が広がり、柳沢川、一之瀬川が奥多摩へ流れ多摩川水系の源流地帯となっています。南は、山岳部と平坦部との間に重川、日川及びその支流によって形成された複合扇状地が広がり、扇状地に市街地及び豊かな果樹園地帯が広がっています。市街地南西部の標高 330mから唐松尾山（標高 2,109m）や大菩薩嶺（標高 2,057m）がある北部や東部の山岳地帯までは標高差のある地形になっています。

本市を横断するように JR 中央本線が走り、甲斐大和駅、勝沼ぶどう郷駅、塩山駅の 3 駅があり、新宿駅から塩山駅までの所要時間は約 90 分と近距離にあります。また、市域南部には中央自動車道、国道 20 号が走り、首都圏から甲府盆地への玄関口になっています。勝沼 IC を利用すると首都圏から車で約 1 時間半の距離にあります。市域北部には東京都八王子市を起点とする国道 411 号が、北西部には埼玉県熊谷市を起点とする国道 140 号が走り、アクセスの良い立地となっています。

〔甲州市の位置図〕



# 〔甲州市の全体図〕



## (2) 人口・世帯

国勢調査によると、本市の人口は、平成7年の38,046人をピークに減少傾向にあります。平成27年では31,671人となり、平成7年と比較すると6,375人減少し、減少率は16.7%となっています。

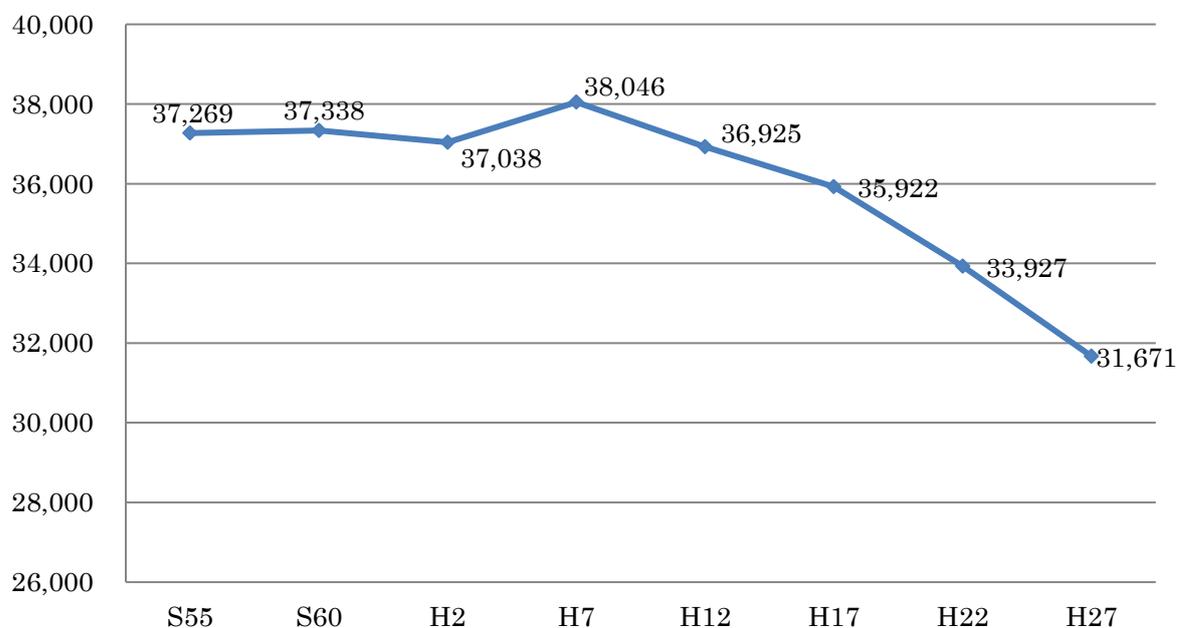
将来人口予測については、いずれのパターン、シミュレーションでも減少傾向を示しており、歯止めの利かない人口減少が大きな問題となっています。

人口減少に伴い、年齢3区分別人口についても0～14歳の年少人口の割合が12%まで落ち込み、15～64歳の生産年齢人口の割合も55%まで落ち込んでいます。それに対して65歳以上の老年人口の割合は33%まで増え、高齢化が急速に進行しています。

世帯数は、平成17年の11,666世帯をピークに減少傾向となっています。平成27年では、11,389世帯となり、平成17年と比較すると277世帯の減少となっています。

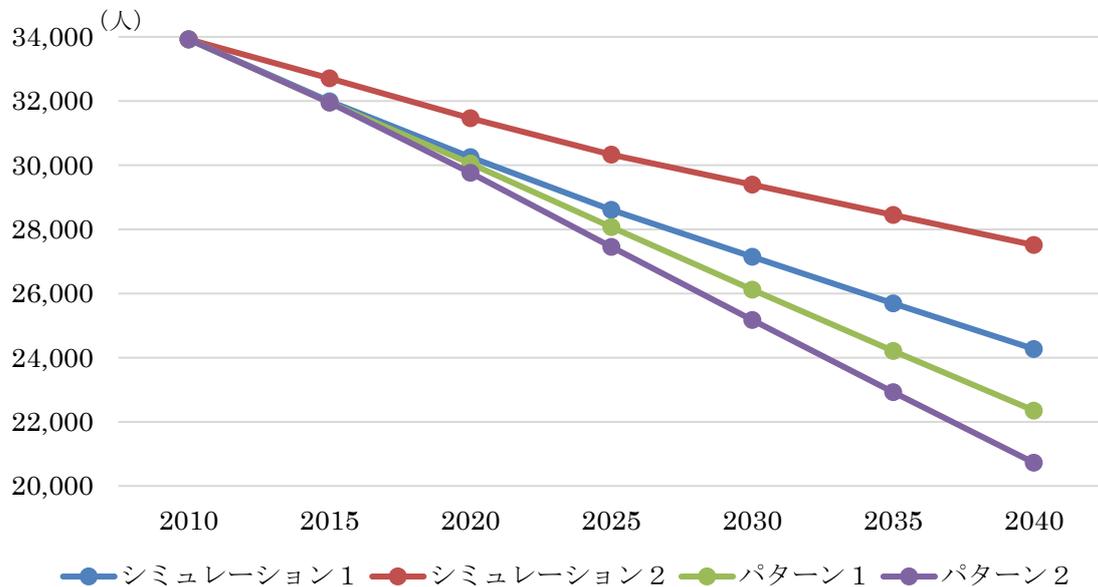
1世帯あたりの人口は、減少傾向が続いており、平成27年は、2.7人となり、平成17年と比較すると0.4人の減少となっており、核家族化が進んでいます。

甲州市の人口推移



資料) 国勢調査

## 甲州市の人口推計



### 【出典】

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

### 【注記】

パターン1：全国の移動率が今後一定程度縮小すると仮定した推計（社人研推計準拠）

パターン2：全国の総移動数が、平成22年から平成27年の推計値と概ね同水準でそれ以降も推移すると仮定した推計（日本創成会議推計準拠）

シミュレーション1：合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の2.1）まで上昇したとした場合のシミュレーション

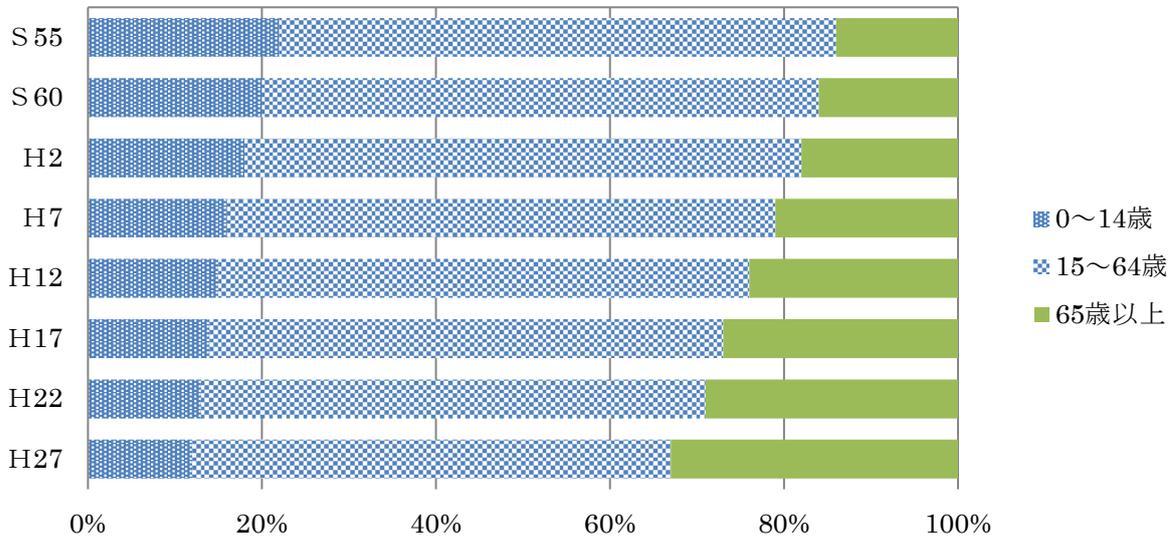
シミュレーション2：合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の2.1）まで上昇し、かつ人口移動が均衡したとした（移動がゼロとなった）場合のシミュレーション

(人)

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
シミュレーション1	33,925	31,992	30,244	28,607	27,141	25,690	24,270
シミュレーション2	33,925	32,706	31,461	30,331	29,388	28,444	27,508
パターン1	33,925	31,950	30,045	28,071	26,122	24,211	22,349
パターン2	33,925	31,950	29,764	27,450	25,172	22,926	20,721

資料) 地域経済分析システム (RESAS) 将来人口推計

### 甲州市の年齢比



資料) 国勢調査

### 年齢3区分別人口

(人)

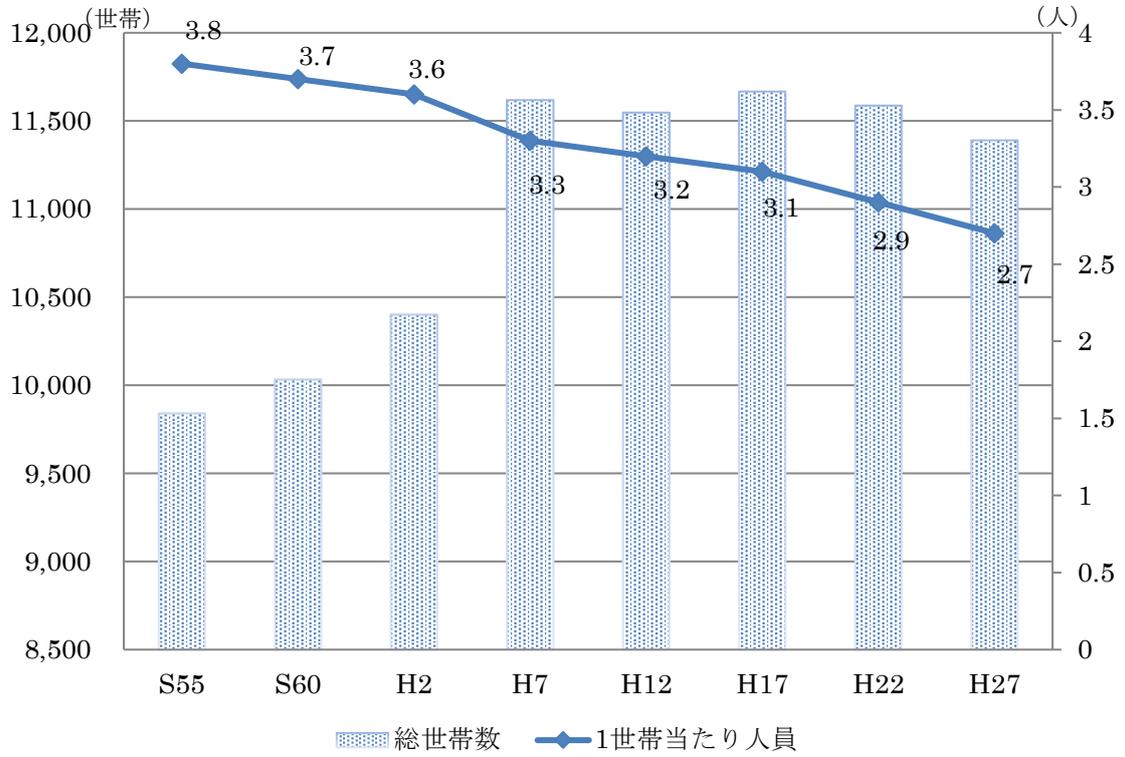
	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
0～14歳	8,050	7,457	6,580	6,058	5,500	5,099	4,428	3,699
15～64歳	24,001	24,053	23,695	24,099	22,581	21,245	19,535	17,174
65歳以上	5,218	5,828	6,759	7,889	8,844	9,578	9,962	10,502
総人口	37,269	37,338	37,038	38,046	36,925	35,922	33,927	31,671

### 年齢3区分人口割合

(%)

	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
0～14歳	22	20	18	16	15	14	13	12
15～64歳	64	64	64	63	61	59	58	55
65歳以上	14	16	18	21	24	27	29	33

### 甲州市の世帯数の推移



資料) 国勢調査

	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
1世帯当たり人員	3.8	3.7	3.6	3.3	3.2	3.1	2.9	2.7
総世帯数	9,841	10,032	10,401	11,618	11,547	11,666	11,588	11,389

### (3) 基幹産業

本市は、ぶどう、もも、すもも、柿、さくらんぼ、いちごなどの果樹栽培を中心とした農業が盛んであり、品質、生産量ともに日本有数の産地になっています。

また、勝沼地域を中心に大小 38 社のワイナリーで醸造されるワインは、生産量において日本有数の産地となっており、地元のぶどうを使ったワインの品質は、国内外においても高く評価されています。

その他にも塩山地域を中心に作られるころ柿も味、品質とも高く評価されており、柿を軒先につるす風景は、初冬の風物詩となっています。さらに年間を通じて様々な果実を味わうことのできる観光農園が 140 園あるのも大きな特徴です。

また、平成 29 年 3 月には笛吹市、山梨市の峡東 3 市による「盆地に適応した山梨の複合的果樹システム」が日本農業遺産<sup>※</sup>に認定されました。

このように本市は、果樹を中心とした農業が基幹産業であると言えます。

#### (4) 商圈実態

消費者購買行動実態調査によると、県内においては、大型店での購入割合が高く、インターネットを利用した購入スタイルも増えています。本市の場合は地元購買率が高く、特に食料品の購買比率は 65.1%、医薬品・化粧品等は 54.8%、飲食・外食の割合も 45.2%となっています。その他の買い物場所としては、甲府市や笛吹市の割合が高くなっています。

また、山梨市から本市への買い物客の割合が 21.8%と比較的高いのも特徴的です。

#### (5) 商工業の成り立ち

本市の成り立ちは古く、武田三代の戦国時代から甲斐の国の戦略上、重要な拠点として地域形成が進んできました。江戸時代には甲州街道と青梅街道の開通により江戸との交流が地域の農村経済に繁栄をもたらし、経済・文化面において大いに賑わいました。

明治時代になり、明治 36 年の中央本線八王子～甲府間の開通と塩山駅、初鹿野駅（現甲斐大和駅）、大正 2 年の勝沼駅（現勝沼ぶどう郷駅）の開業により、地域産品の鉄道を利用した出荷が進み、地域経済の発展に寄与しました。

特に塩山駅周辺では、峡東周辺地域からの物資の集散地としてのまち

---

<sup>※</sup>日本農業遺産：国連食糧農業機関（FAO）による世界農業遺産（GIAHS）に対し、その国内版として農林水産省が制定した制度のこと。

づくりが進み、一大繁華街が形成されました。また、繭市場の開設により、養蚕、製糸業に関連した商業、流通都市機能の整備が進みました。

さらに我が国が高度経済成長期を迎えた昭和 33 年の新笹子トンネルの開通及び昭和 57 年の中央自動車道勝沼 IC の開通は、本市から京浜地域等の大消費地へのトラック輸送時間、コストを一気に削減しました。このため、農家ではぶどう、ももなどの果樹への転換が増加するとともに、観光農業も盛んになり、養蚕から果樹への農業生産の大変貌が進みました。

こうした歴史を背景に、本市では観光農園やワイン産業が発達してきました。

平成の時代に入ると、国県市道や都市計画道路の整備が進み、勝沼 IC からの輸送が発達するとともに、郊外に大型店の進出が相次ぎ、郊外型ショッピングセンターの形成が急速に進みました。

一方、駅周辺の既存商店街では、車社会に対応した駐車場の不足、個店経営者の高齢化、後継者の不足などの複合的な要因により、商業活動が低下するとともに、郊外型ショッピングセンターに顧客が流出し、商店街の空洞化が顕著となっています。

また、工業活動については、昭和 40 年代後半から農村地域への産業の導入の促進等に関する法律（旧農村地域工業等導入促進法）等により、企業誘致を行い、4 地区の農工団地を形成していますが、事業規模を縮小、または撤退した企業もあり、雇用対策に繋がらない部分も出てきています。個人経営の製造業については、商業同様経営者の高齢化、後継者の不足など複合的な要因により、工業活動が低下しています。

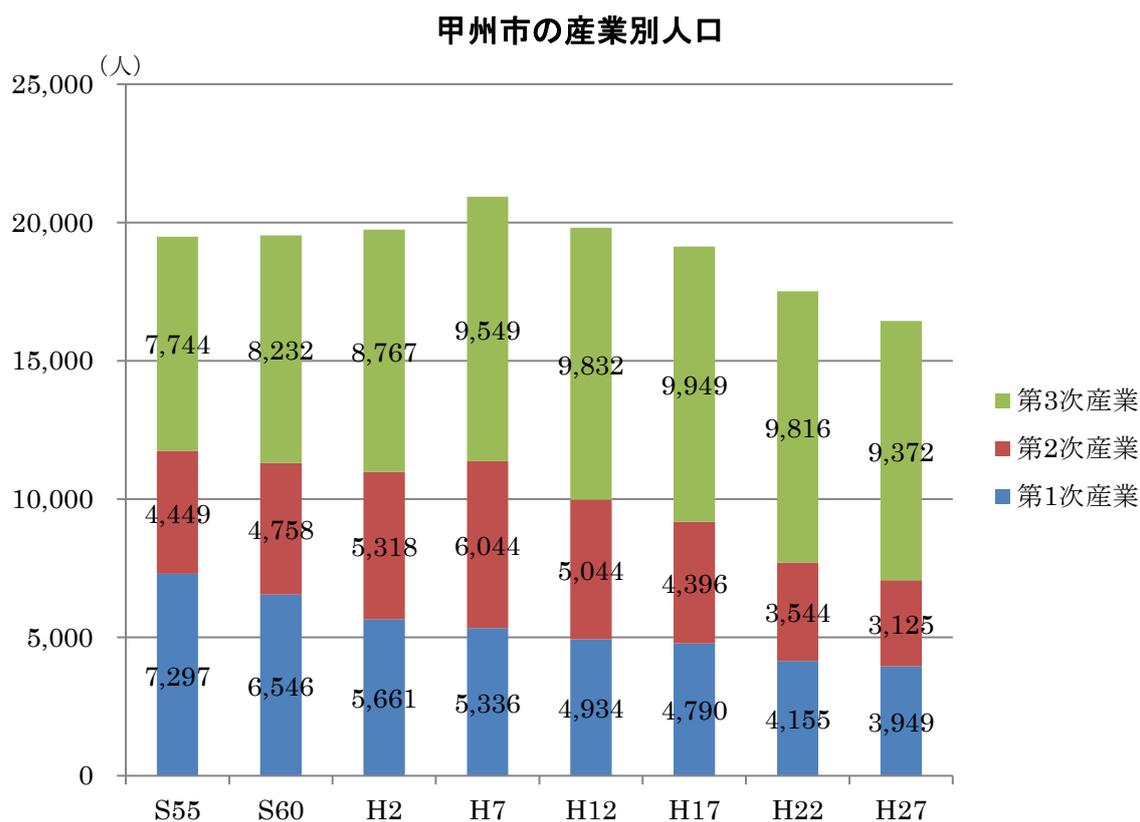


昭和 40 年頃の中央区商店街。  
くす玉の七夕飾りに当時の賑  
わいを感じる。

## (6) 産業構造

### ①産業別人口

本市の産業別人口について、全体数は平成7年をピークに減少傾向にあります。ここ10年での割合は、農業等の第1次産業が、製造業等の第2次産業の人口を超え、農業従事者の割合が多くなってきています。

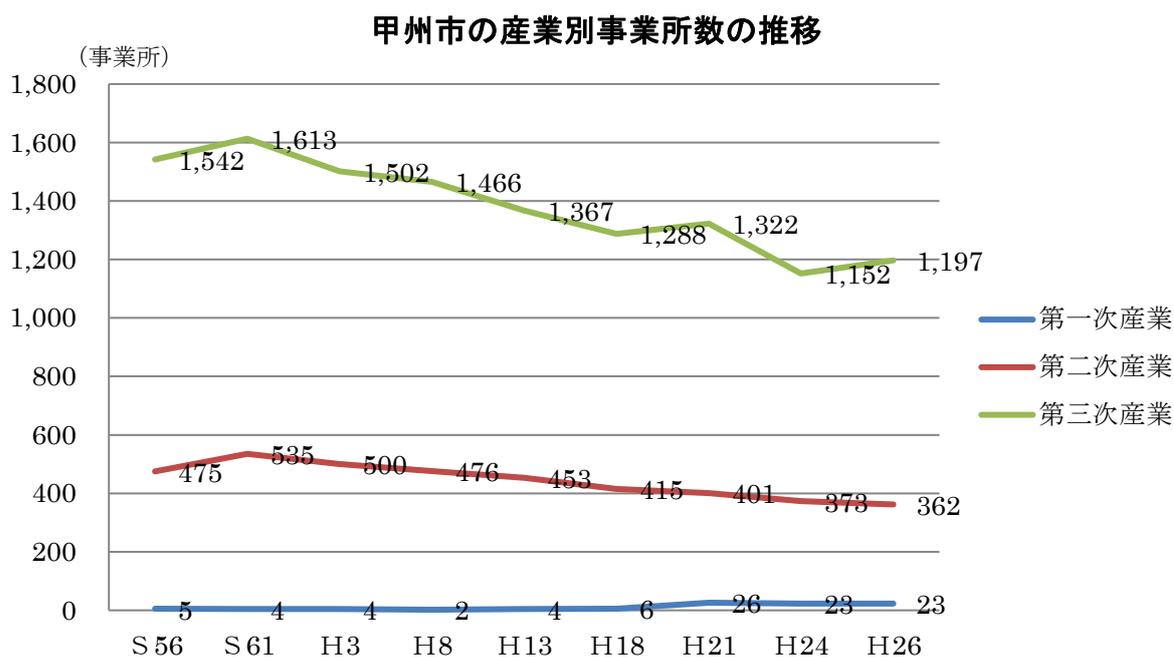


資料) 国勢調査

	(人)							
	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
第1次産業	7,297	6,546	5,661	5,336	4,934	4,790	4,155	3,949
第2次産業	4,449	4,758	5,318	6,044	5,044	4,396	3,544	3,125
第3次産業	7,744	8,232	8,767	9,549	9,832	9,949	9,816	9,372
合計	19,490	19,536	19,746	20,929	19,810	19,135	17,515	16,446

## ②産業別事業所数

本市の産業別事業所数については、昭和61年に事業所数のピークを迎えており、その後徐々に減少してきています。産業別人口のピークと差があるのは、昭和60年から平成5年ごろまでにかけて企業誘致があったためと推測され、第1次産業の事業所数が極端に少ないのは、個人農家が多いためと考えられます。



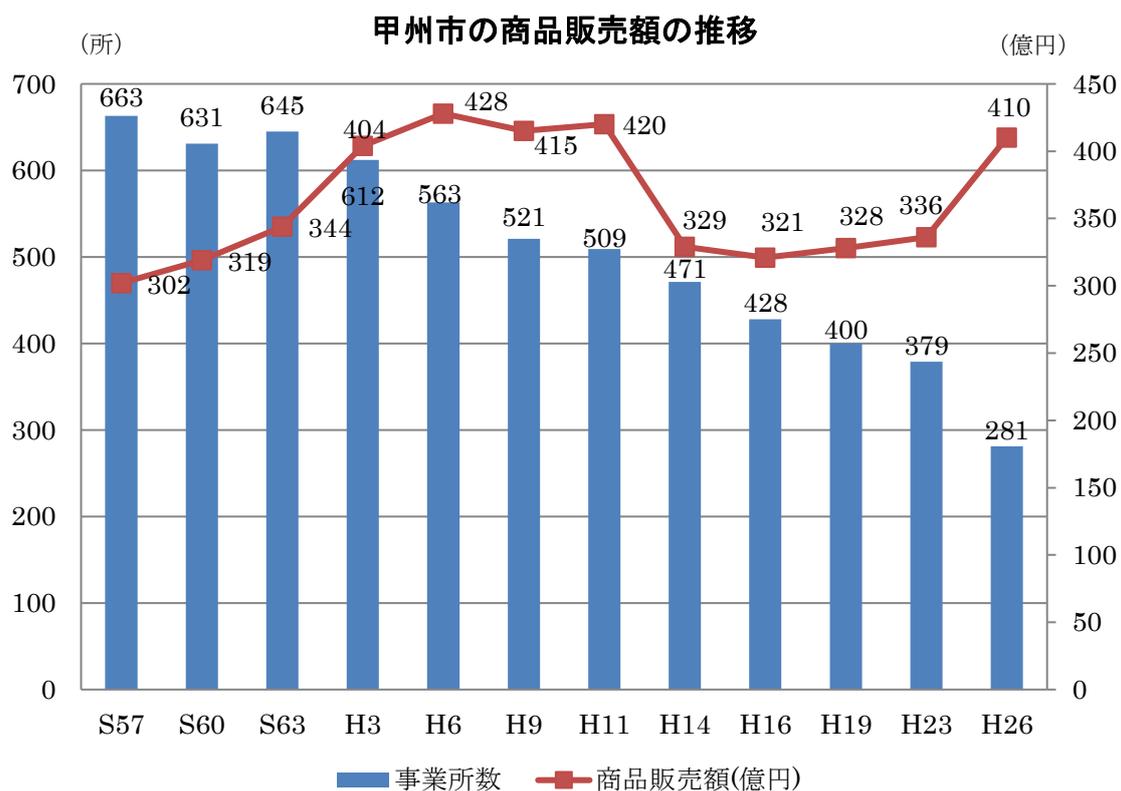
資料) 商業統計・経済センサス

(事業所数)

	S56	S61	H3	H8	H13	H18	H21	H24	H26
第1次産業	5	4	4	2	4	6	26	23	23
第2次産業	475	535	500	476	453	415	401	373	362
第3次産業	1,542	1,613	1,502	1,466	1,367	1,288	1,322	1,152	1,197

### ③年間商品販売額

本市の年間商品販売額について、販売額は郊外の大型店の出店等により持ち直しの傾向がみられますが、事業所数は減少し続け、平成26年にはピーク時の2分の1以下の281事業所になっています。

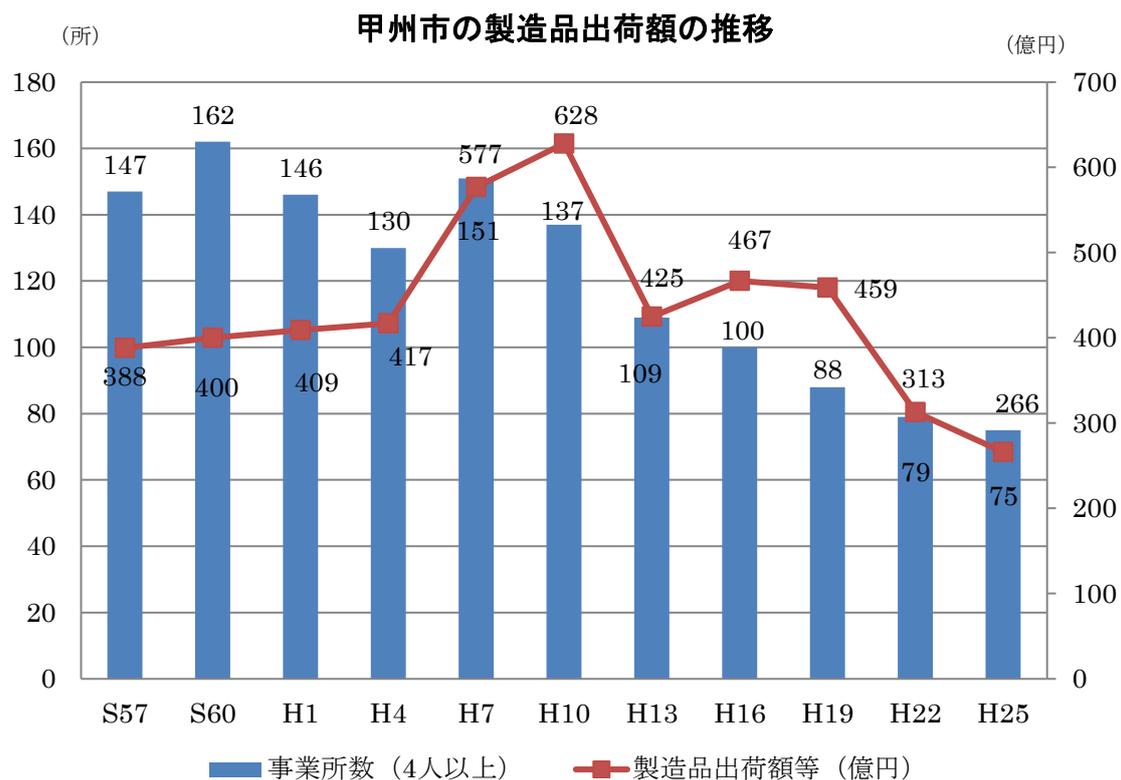


資料) 商業統計・経済センサス

	S57	S60	S63	H3	H6	H9	H11	H14	H16	H19	H23	H26
事業所数	663	631	645	612	563	521	509	471	428	400	379	281
商品販売額 (億円)	302	319	344	404	428	415	420	329	321	328	336	410

#### ④年間製造品出荷額

本市の年間製造品出荷額について、事業所数（4人以上）は、年々減少傾向にあります。出荷額についても平成10年の628億円をピークに減少し続け、平成25年にはピーク時の2分の1以下の266億円になっています。



資料)工業統計

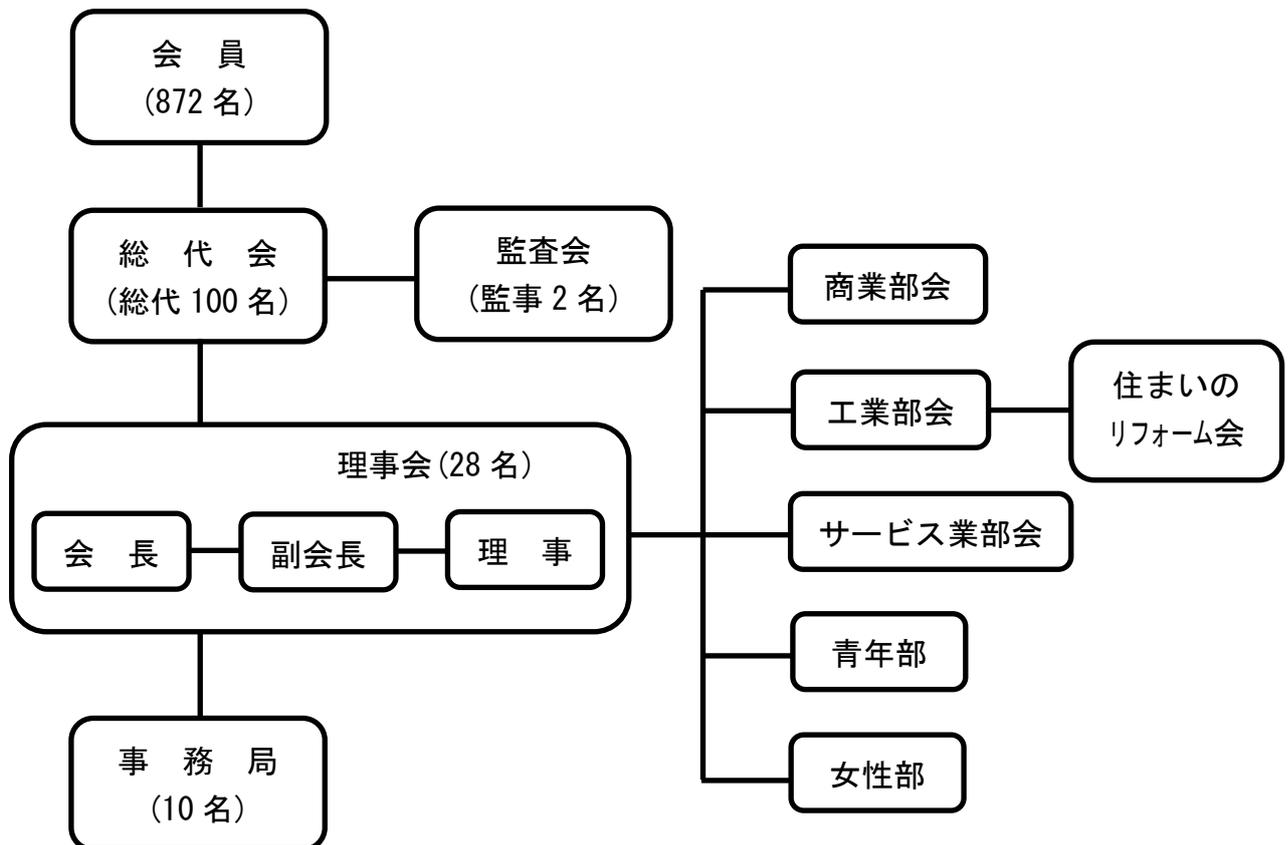
	S57	S60	H1	H4	H7	H10	H13	H16	H19	H22	H25
事業所数	147	162	146	130	151	137	109	100	88	79	75
製造品出荷額 (億円)	388	400	409	417	577	628	425	467	459	313	266

### ⑤商工会の役割と取り組み

甲州市商工会は、地域商工業の総合的な経営の改善発達を図るとともに、社会一般の福祉の増進に資することを目的として設立されており、商工業者や地域の皆様の明るい暮らしのお役に立つよう、金融・税務・労務等の基礎的経営支援はもとより、経営革新、創業、事業承継、IT情報化対策等専門的課題解決に向けた個別支援や、にぎわい創出に向けたイベント開催、6次産業化の研究等、地域の活性化に向けた様々な活動を行っています。

近年の特色ある事業としては「甲州ワイン海外プロモーション支援事業<sup>※</sup>」として、甲州種ワインの販路開拓にも産官連携し取り組んできました。

#### 組織体制



#### ○事務局体制

事務局長 1名 経営指導員 3名 補助員 2名 記帳専任職員 4名

<sup>※</sup>甲州ワイン海外プロモーション支援事業：日本固有の甲州ぶどうから造った甲州ワインをワインの本場EU市場へ輸出し、産地確立や市場拡大を目的とした事業のこと。

## 2. 本市を取り巻く社会的潮流

---

### (1) 少子化の進行と人口減少社会の到来

わが国の総人口は、平成 20 年をピークに減少となり、昭和 40 年代後半から続く出生数の減少による少子化の進行で人口減少に歯止めのかからない状態となっています。加えて、地方と首都圏の経済格差は拡大し、若者の地方からの流出により、地方における人口減少が地域経済の縮小などに影響を与え、さらに人口減少を加速させるという悪循環に陥っています。

このような少子化の進行と人口減少は、生産年齢人口の減少を招き、産業を支える労働力不足や消費市場の縮小の要因とされています。

### (2) 高齢化社会の到来

わが国の高齢化は、世界的にみても類を見ない速度で進行しており、本市においても高齢者人口（65 歳以上）が 33%を超え、超高齢化社会を迎えつつあります。このような超高齢化社会は、医療や介護などの社会保障関係費をさらに増大させるほか、地域においてもコミュニティを担う人材の高齢化や人材不足が深刻化するなど自治体経営に様々な影響を及ぼす可能性があります。

また、市内事業所の経営者の年齢も 65 歳以上が 3分の1 以上を占めており、事業承継が喫緊の課題になっています。

### (3) 高度情報化社会、グローバル化の進展

市民生活において、パソコンやスマートフォンなどの情報通信機器が急速に普及し、買い物や金融など生活に密着したサービスの多くがインターネットを介して提供されるようになり、市民生活の様々な場面で、情報に対する依存度が高まってきています。

この情報通信技術の進歩により、輸出入事業の国際的な競争の激化、外国人旅行者の増加によるインバウンド<sup>※</sup>需要の高まりなど社会全体のグローバル化が拡大しており、世界経済の動向が直接地域経済に影響を及ぼす時代になっています。

---

<sup>※</sup>インバウンド：外国人の訪日旅行のこと。

#### (4) 安全・安心への関心の高まり

平成 23 年 3 月の東日本大震災をはじめ巨大地震や集中豪雨を体験し、自然の猛威に大きな衝撃を受けました。近い将来には南海トラフ地震等の災害が予想されるなど、市民生活に甚大な被害を与えるような自然災害の発生が懸念されています。

また、原子力発電所事故による放射能汚染、ダイオキシンをはじめとする有害物質による土壌汚染や食品産地の偽装表示等「食」を中心とした安全に対する信頼感が大きく揺らいでいます。

さらに身近に発生する悪質で多様化する犯罪や、店舗数の減少により高齢者を中心とした買い物弱者が増えつつあり、様々な角度から市民の安全・安心に対する関心は、ますます高まっています。

#### (5) 田園回帰、ソーシャルビジネス<sup>※1</sup>の萌芽

都市に住む若者を中心に農村への関心を高め、新たな生活スタイルを求めて都市と農村を人々が行き交う田園回帰の動きや、定年退職を契機とした農村への定住志向の人が増えてきました。このような傾向の中、本市の地域資源である「果樹・フルーツ」を活かした社会的課題を解決するソーシャルビジネスが、移住、定住者の受け皿になることが期待されます。

#### (6) 広域的かつ多様な主体との連携の推進

本市を取り巻く様々な市民ニーズや行政課題に対して、国や県はもちろんのこと、周辺自治体や共通の行政課題を持つ自治体、大学や高校、企業などと広域的に連携した取組みを進めることは、行政サービスの充実に寄与するものと期待されます。

産業形態が似かよっている近隣自治体と進めている「農業遺産」、「峡東ワインリゾート構想<sup>※2</sup>」の取組みについては、「果樹」「ワイン」を中心とした誇りある地域づくりと新たなツーリズム、周遊・滞在型観光につながるものとして、自治体間の連携がより強固なものになっています。

---

※1 ソーシャルビジネス：少子高齢化、環境問題などの社会的課題をビジネスの手法で解決を図り、持続可能な事業として展開すること。

※2 峡東ワインリゾート構想：ワイナリーが集積する峡東地域において、官民が協働し、ワインを核に多くの来訪者が地域の魅力を体感・堪能できる周遊・滞在型の観光地を目指す構想のこと。

## (7) 本市の商工業を巡る近年の動向

近年の本市の商工業を取り巻く環境は、市内の商工業者のうち90%以上が小規模事業者であるのが特徴ですが、人口の減少、少子高齢化とともに、個人経営を中心に市内商工業事業所数が減少傾向にあります。その反面塩山地区郊外に大型道路の整備が進むと郊外型ショッピングセンターの進出が相次ぎ、過去5年の間に3,000㎡を超える大型店が増えています。駐車場完備の大型店の営業は、地元購買率が高くなる要因になっていますが、中心市街地の商店街の空洞化がより一層進み、利用店舗状況は、大型店81.5%、一般小売店8.8%という状況にあります。



現在の JR 塩山駅周辺商店街。人通りが少ないながらも、一般小売店舗が軒を連ねている。

### 3. 事業者アンケート調査結果の概要

---

#### (1) 調査目的

甲州市商工業振興計画策定の一環として実施し、個人事業主及び中小企業等の経営上の問題点や課題を把握し、事業者のニーズに沿った施策、事業を進めていくための検討基礎資料とすることを目的とする。

#### (2) 調査期間

平成 29 年 2 月 20 日（月）～平成 29 年 3 月 9 日（木）の 18 日間。

#### (3) 調査対象

甲州市商工会に加盟している個人事業主及び中小企業合計 847 先を調査対象とした。

#### (4) 調査方法

調査対象先にアンケート用紙を郵送し、アンケート記入後、返信用封筒により回収した。

#### (5) 回収結果

回答数は 326 先、有効回収率は 38.5%であった。

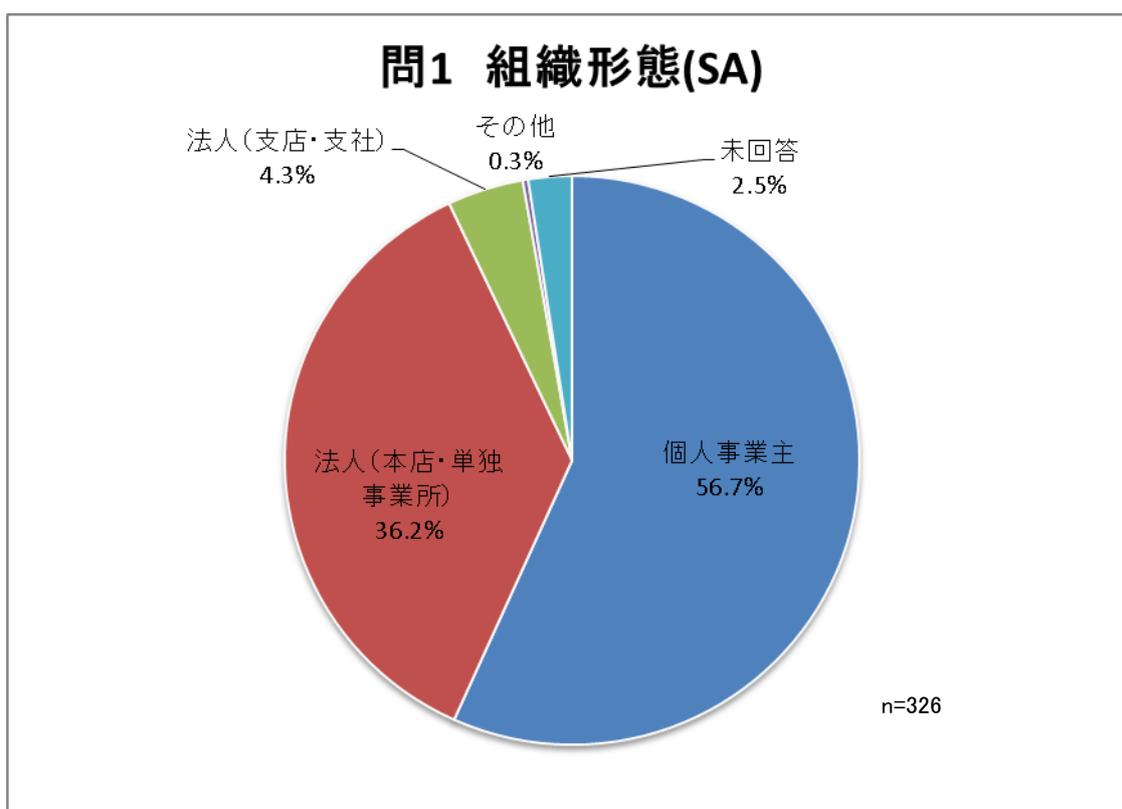
※以下調査結果抜粋、詳細については資料編参照。

## アンケート調査結果

### ◇事業所の概要について

#### 〈組織形態〉

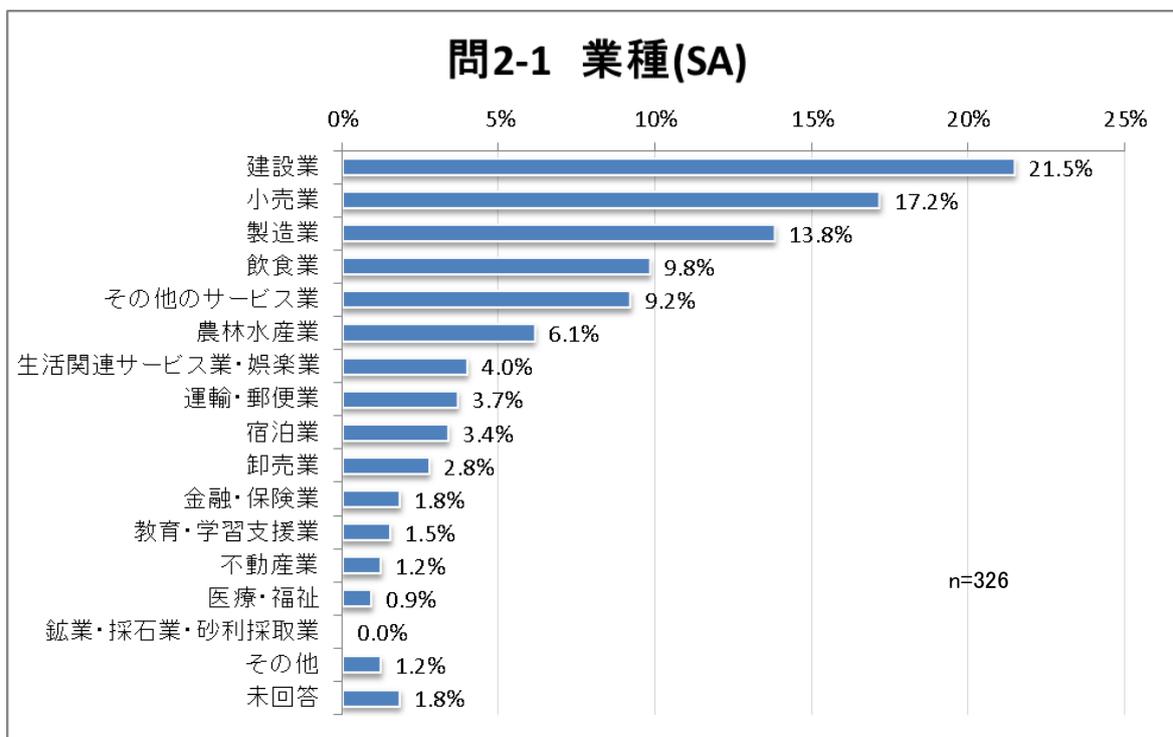
- ・回答事業所の組織形態は、「個人事業主」が 56.7%と半数以上を占めている。次いで、「法人（本店・単独事業所）」が 36.2%となっている。



カテゴリ	回答	割合
個人事業主	185	56.7%
法人(本店・単独事業所)	118	36.2%
法人(支店・支社)	14	4.3%
その他	1	0.3%
未回答	8	2.5%
計	326	100.0%

〈業種〉

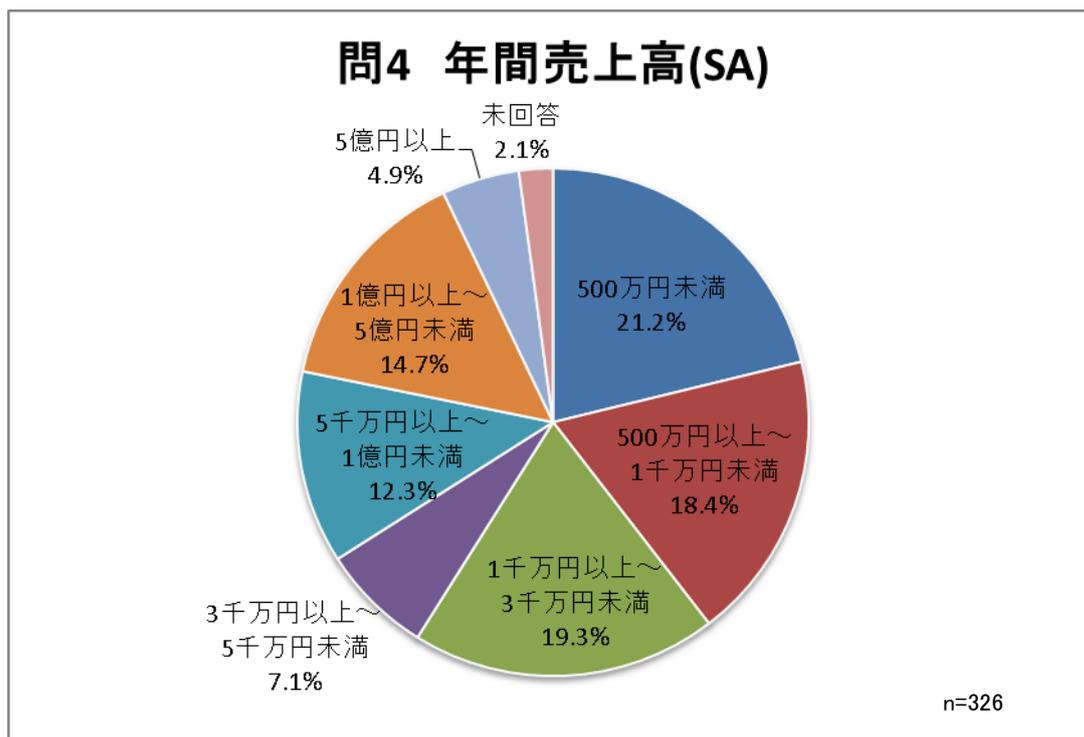
- ・回答事業所の業種は、「建設業」が21.5%と最も多く、次いで「小売業」が17.2%、「製造業」が13.8%となっている。



カテゴリ	回答	割合
建設業	70	21.5%
小売業	56	17.2%
製造業	45	13.8%
飲食業	32	9.8%
その他のサービス業	30	9.2%
農林水産業	20	6.1%
生活関連サービス業・娯楽業	13	4.0%
運輸・郵便業	12	3.7%
宿泊業	11	3.4%
卸売業	9	2.8%
金融・保険業	6	1.8%
教育・学習支援業	5	1.5%
不動産業	4	1.2%
医療・福祉	3	0.9%
鉱業・採石業・砂利採取業	0	0.0%
その他	4	1.2%
未回答	6	1.8%
計	326	100.0%

### 〈年間売上高〉

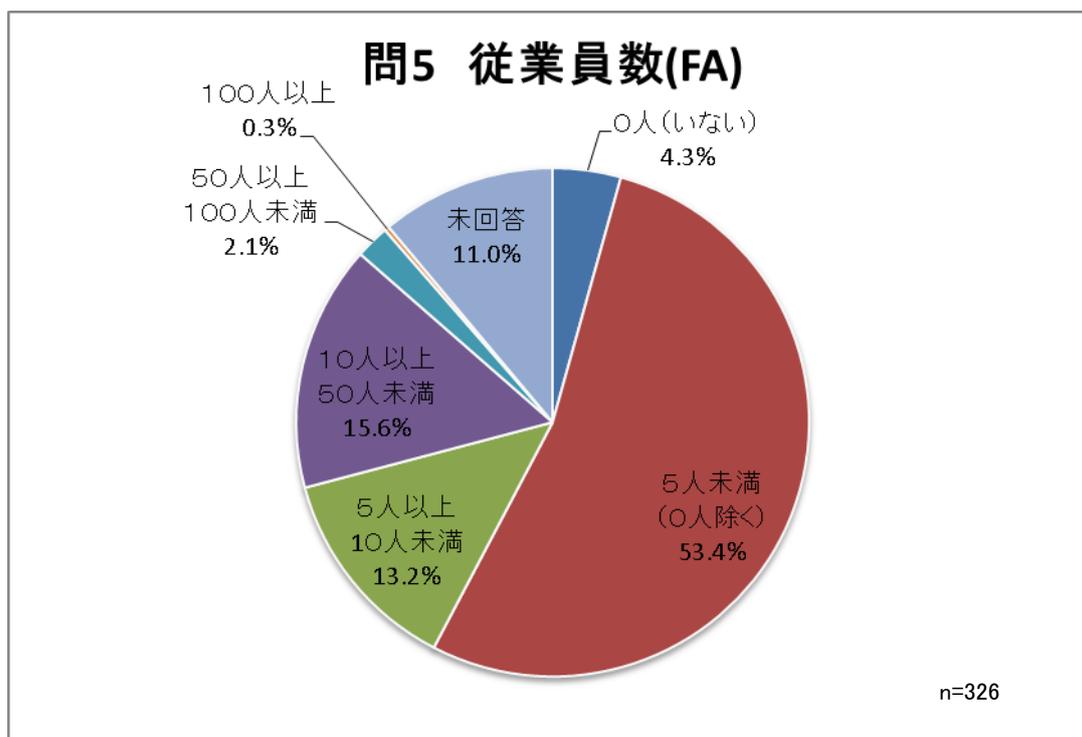
- ・回答事業所の年間売上高は、「500万円未満」が21.2%と最も多く、次いで「1千万円以上～3千万円未満」(19.3%)、「500万円以上～1千万円未満」(18.4%)の順となっている。なお、年商1億円以上の事業所も約2割(19.6%)にのぼる。



カテゴリ	回答	割合
500万円未満	69	21.2%
500万円以上～1千万円未満	60	18.4%
1千万円以上～3千万円未満	63	19.3%
3千万円以上～5千万円未満	23	7.1%
5千万円以上～1億円未満	40	12.3%
1億円以上～5億円未満	48	14.7%
5億円以上	16	4.9%
未回答	7	2.1%
計	326	100.0%

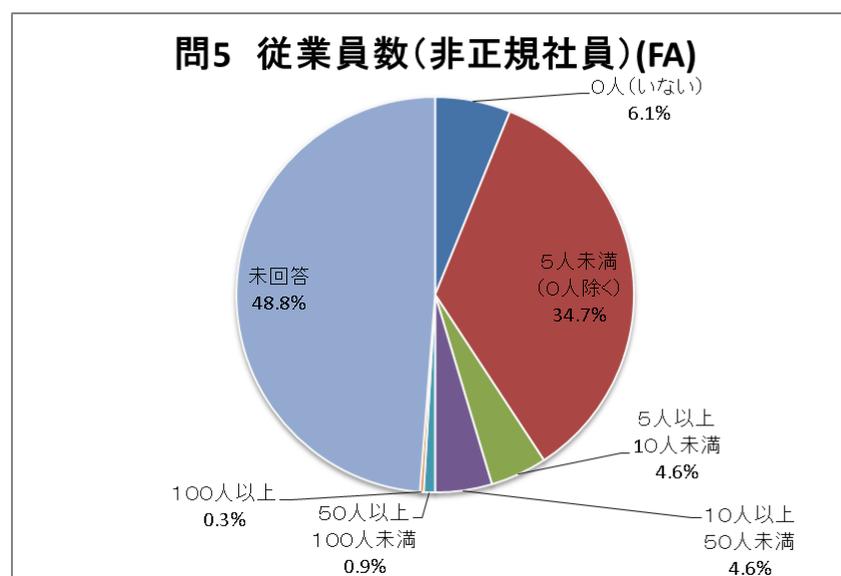
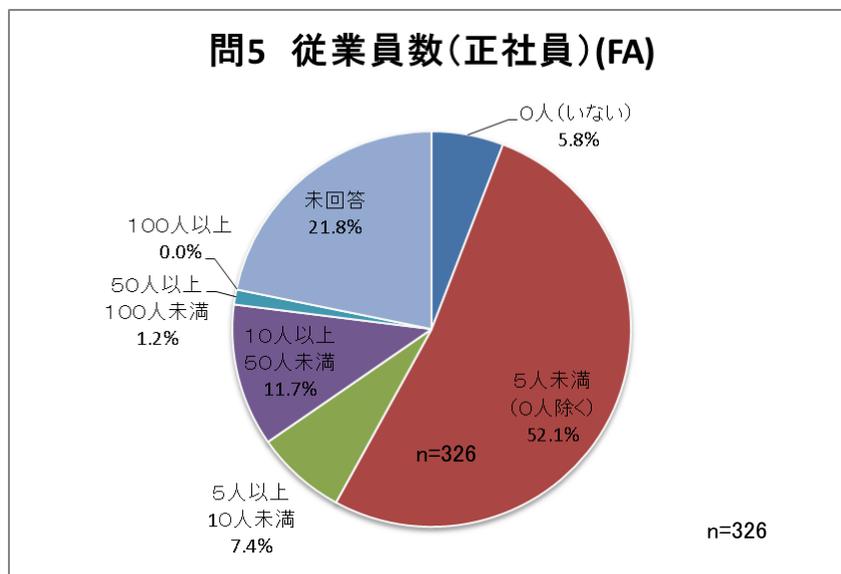
### 〈従業員数〉

- 回答事業所の従業員数（正社員＋非正規社員）は、「5人未満（0人除く）」が53.4%と半数以上を占めており、次いで、「10人以上50人未満」（15.6%）、「5人以上10人未満」（13.2%）の順となっている。



カテゴリ	回答	割合
0人(いない)	14	4.3%
5人未満(0人除く)	174	53.4%
5人以上10人未満	43	13.2%
10人以上50人未満	51	15.6%
50人以上100人未満	7	2.1%
100人以上	1	0.3%
未回答	36	11.0%
計	326	100.0%

- ・従業員数における正社員、非正規社員の内訳は以下の通り。なお、回答事業所の平均では、正社員が 5.30 人、非正規社員が 4.94 人となっている。



正社員

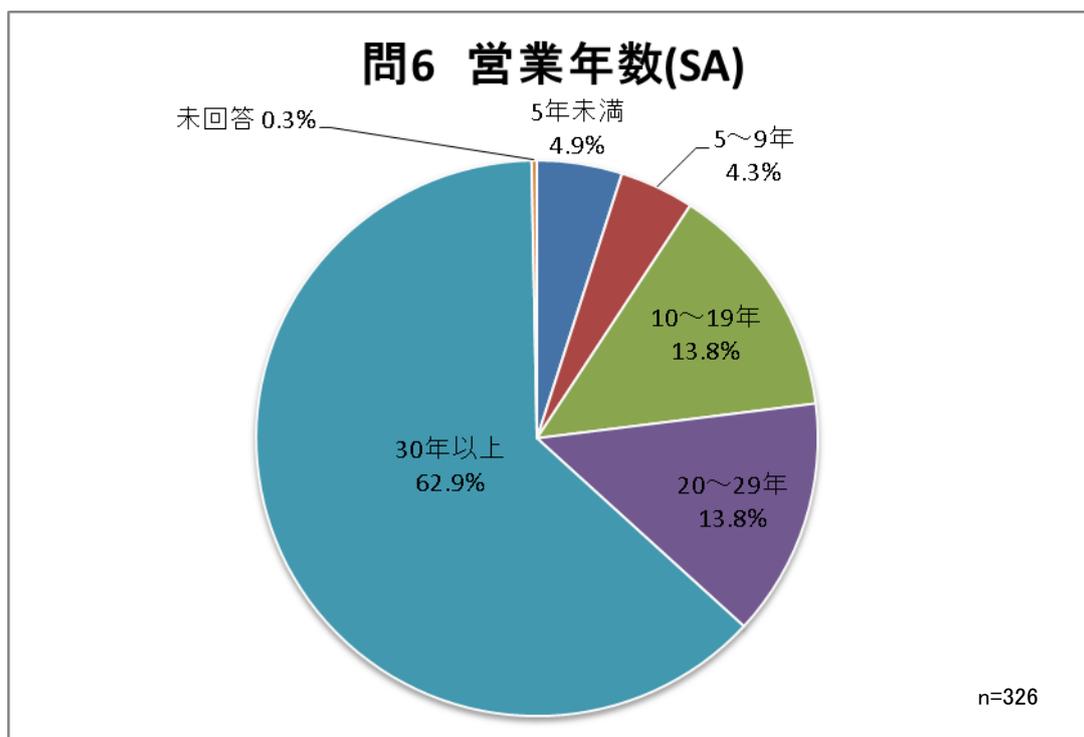
カテゴリ	回答	割合
0人(いない)	19	5.8%
5人未満(0人除く)	170	52.1%
5人以上10人未満	24	7.4%
10人以上50人未満	38	11.7%
50人以上100人未満	4	1.2%
100人以上	0	0.0%
未回答	71	21.8%
計	326	100.0%

非正規社員

カテゴリ	回答	割合
0人(いない)	20	6.1%
5人未満(0人除く)	113	34.7%
5人以上10人未満	15	4.6%
10人以上50人未満	15	4.6%
50人以上100人未満	3	0.9%
100人以上	1	0.3%
未回答	159	48.8%
計	326	100.0%

### 〈営業年数〉

- 回答事業所の営業年数は、「30年以上」が62.9%と全体の約3分の2を占めており、次いで、「10～19年」、「20～29年」がともに13.8%となっている。業歴10年以上の事業所が全体の9割超を占めている。



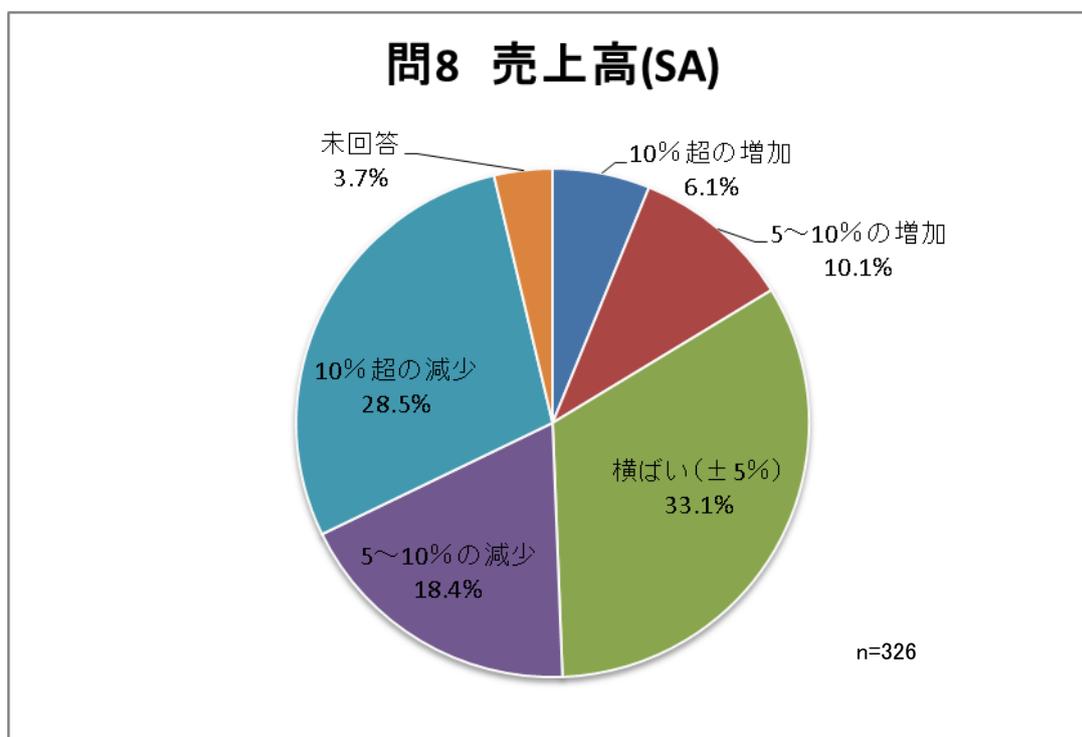
カテゴリ	回答	割合
5年未満	16	4.9%
5～9年	14	4.3%
10～19年	45	13.8%
20～29年	45	13.8%
30年以上	205	62.9%
未回答	1	0.3%
計	326	100.0%

## ◇事業所の経営について

〈近年（ここ3～5年）の状況について〉

（1）売上高

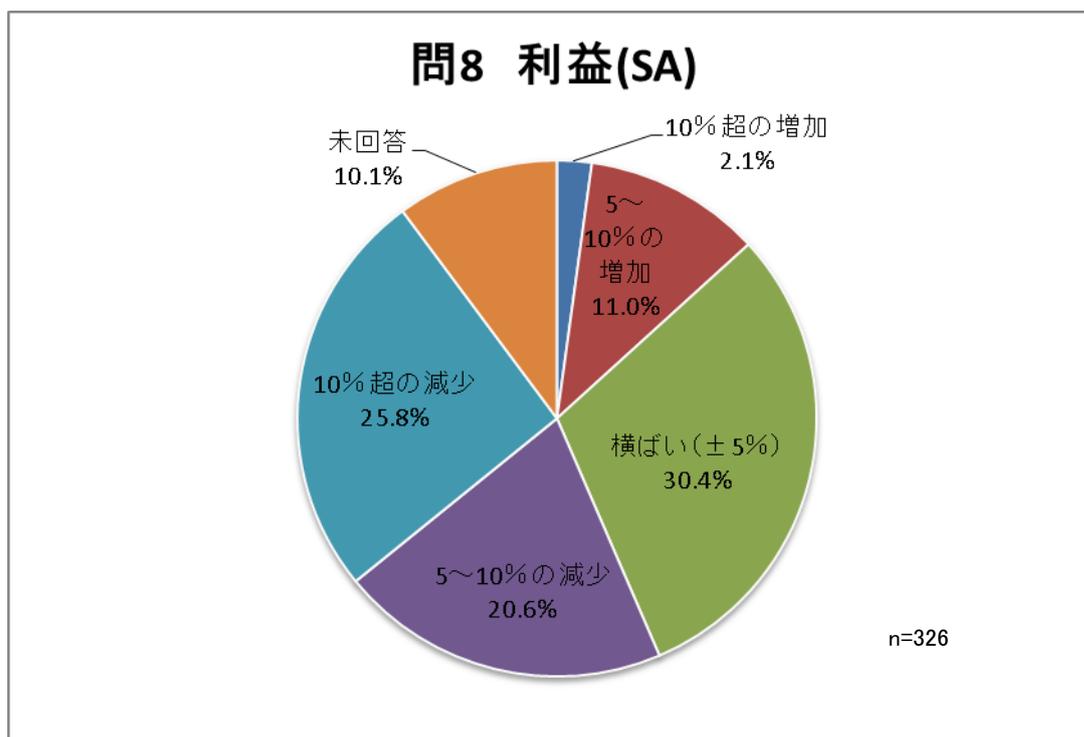
近年の売上高について尋ねたところ、「5%以上の増収」が16.2%、「横ばい（±5%）」が33.1%、「5%以上の減収」が46.9%となっており、減収先が増収先を大幅に上回っている状況が窺える。



カテゴリ	回答	割合
10%超の増加	20	6.1%
5～10%の増加	33	10.1%
横ばい(±5%)	108	33.1%
5～10%の減少	60	18.4%
10%超の減少	93	28.5%
未回答	12	3.7%
計	326	100.0%

## (2) 利益

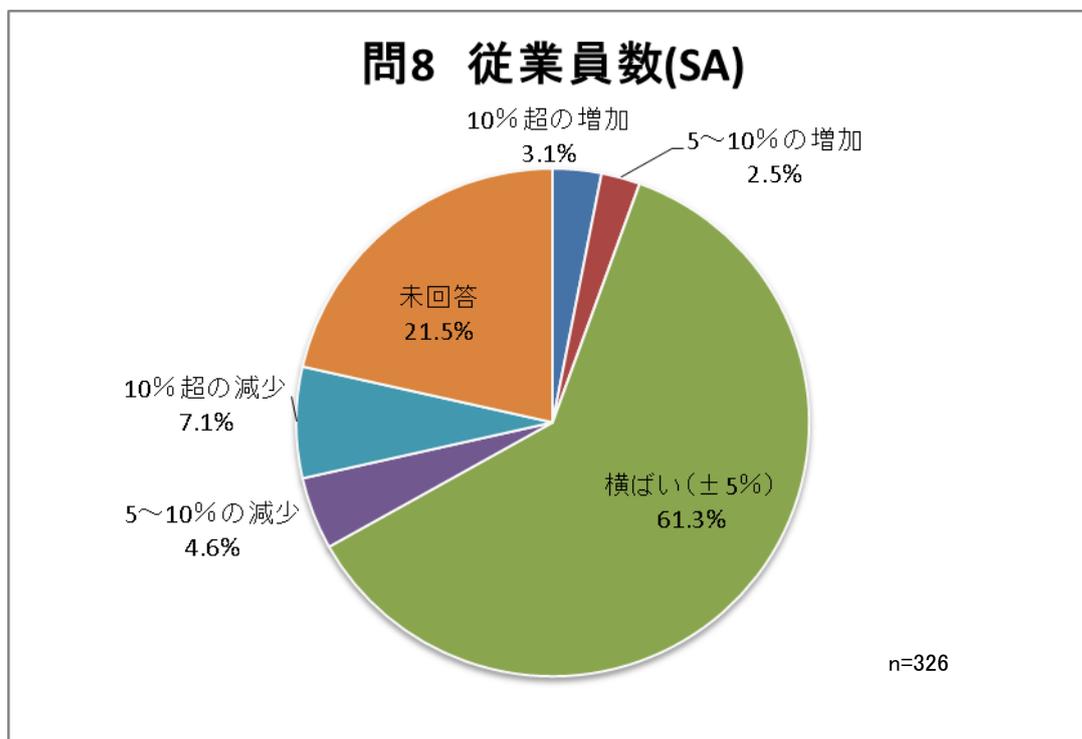
近年の利益状況について尋ねたところ、「5%以上の増益」が13.1%、「横ばい(±5%)」が30.4%、「5%以上の減益」が46.4%となっており、売上高同様、減益先が増益先を上回っている。



カテゴリ	回答	割合
10%超の増加	7	2.1%
5~10%の増加	36	11.0%
横ばい(±5%)	99	30.4%
5~10%の減少	67	20.6%
10%超の減少	84	25.8%
未回答	33	10.1%
計	326	100.0%

### (3) 従業員数

近年の従業員数について尋ねたところ、「5%以上の増員」が 5.6%、「横ばい(±5%)」が 61.3%、「5%以上の減員」が 11.7%となっている。

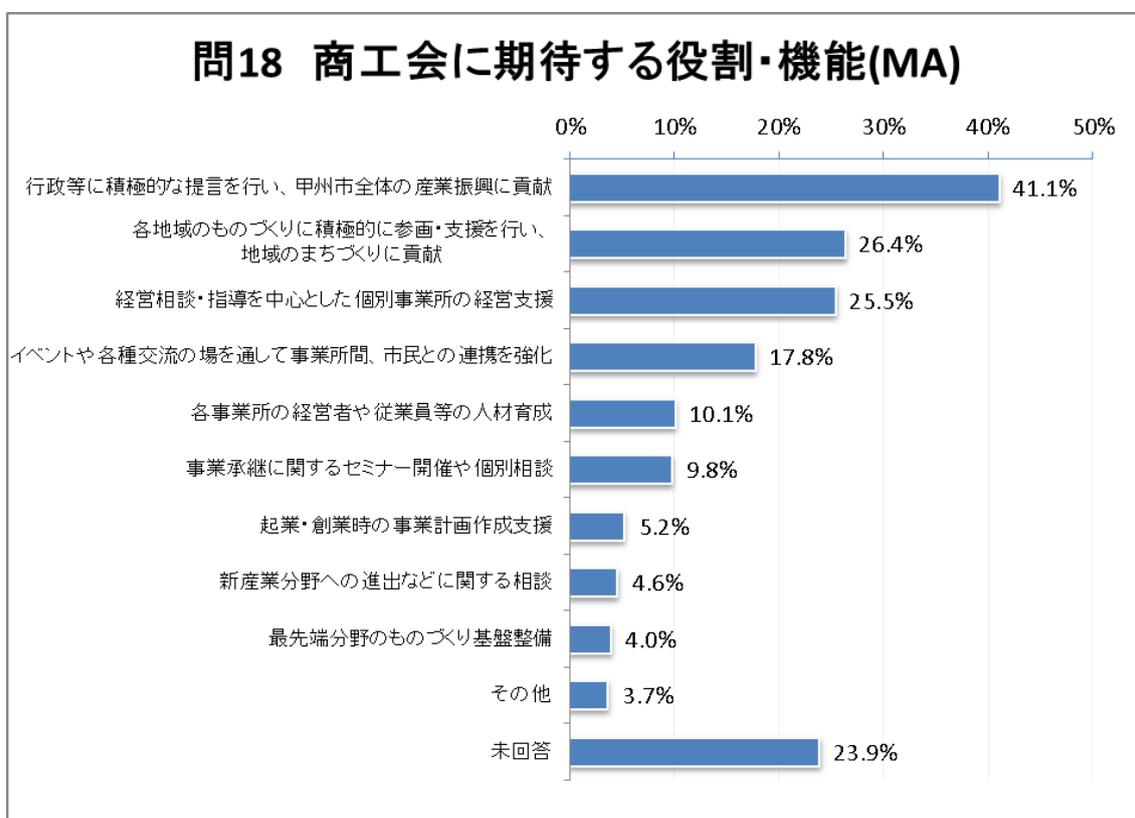


カテゴリ	回答	割合
10%超の増加	10	3.1%
5~10%の増加	8	2.5%
横ばい(±5%)	200	61.3%
5~10%の減少	15	4.6%
10%超の減少	23	7.1%
未回答	70	21.5%
計	326	100.0%

## ◇甲州市の商工業振興について

### 〈商工会に期待する役割・機能〉

- ・甲州市商工会に期待する役割・機能について尋ねたところ、「行政等に積極的な提言を行い、甲州市全体の産業振興に貢献」が41.1%と最も多く、次いで、「各地域のものづくりに積極的に参画・支援を行い、地域のまちづくりに貢献」(26.4%)、「経営相談・指導を中心とした個別事業所の経営支援」(25.5%)と続いた。



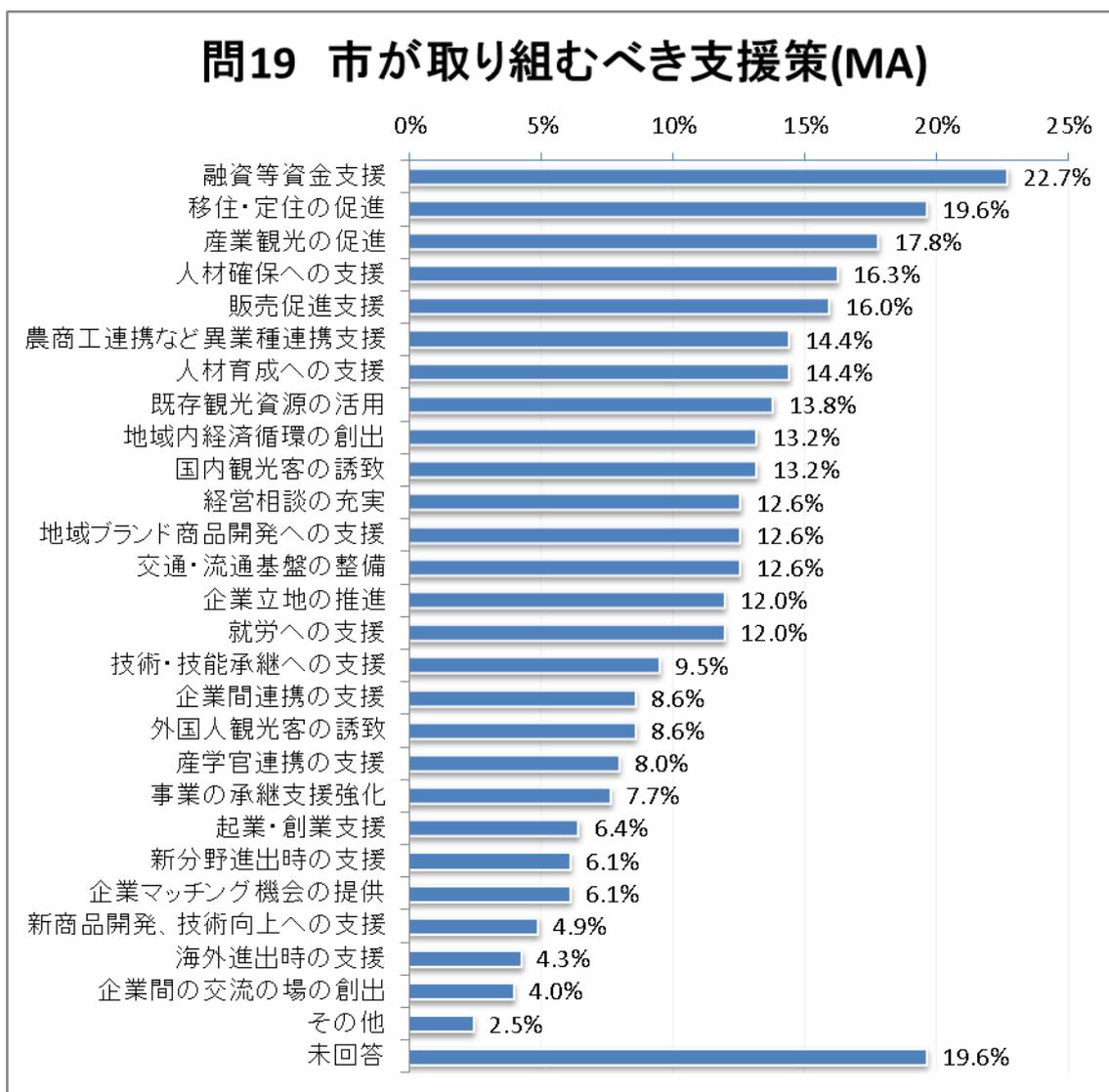
カテゴリ	回答	割合
行政等に積極的な提言を行い、甲州市全体の産業振興に貢献	134	41.1%
各地域のものづくりに積極的に参画・支援を行い、地域のまちづくりに貢献	86	26.4%
経営相談・指導を中心とした個別事業所の経営支援	83	25.5%
イベントや各種交流の場を通して事業所間、市民との連携を強化	58	17.8%
各事業所の経営者や従業員等の人材育成	33	10.1%
事業承継に関するセミナー開催や個別相談	32	9.8%
起業・創業時の事業計画作成支援	17	5.2%
新産業分野への進出などに関する相談	15	4.6%
最先端分野のものづくり基盤整備	13	4.0%
その他	12	3.7%
未回答	78	23.9%
計	326	-

〈その他の意見〉

その他
会費を安くしてほしい
地元の産業のワイン振興に力を入れすぎです
助成等、国や自治体のみならず、財団などの情報
困っていることはそれぞれの関係機関にご相談させていただいています
会員の立場に立っての助言
海外展開への支援

### 〈市が取り組むべき支援策〉

- ・甲州市の商工業発展のために市が取り組むべき支援策について尋ねたところ、「融資等資金支援」が22.7%と最も多く、次いで、「移住・定住の促進」(19.6%)、「産業観光の促進」(17.8%)、「人材確保への支援」(16.3%)となっている。



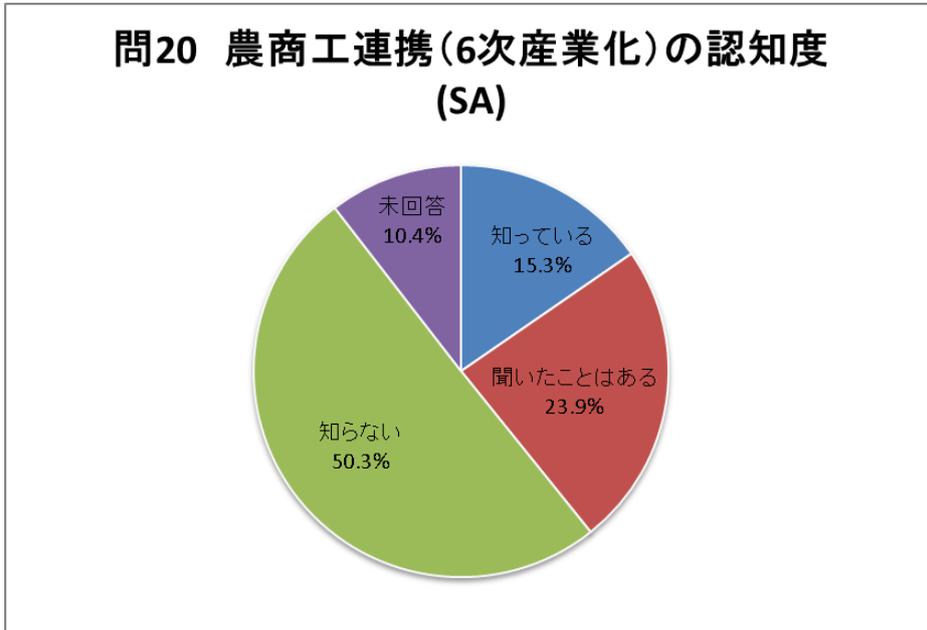
カテゴリ	回答	割合
融資等資金支援	74	22.7%
移住・定住の促進	64	19.6%
産業観光の促進	58	17.8%
人材確保への支援	53	16.3%
販売促進支援	52	16.0%
農商工連携など異業種連携支援	47	14.4%
人材育成への支援	47	14.4%
既存観光資源の活用	45	13.8%
地域内経済循環の創出	43	13.2%
国内観光客の誘致	43	13.2%
経営相談の充実	41	12.6%
地域ブランド商品開発への支援	41	12.6%
交通・流通基盤の整備	41	12.6%
企業立地の推進	39	12.0%
就労への支援	39	12.0%
技術・技能承継への支援	31	9.5%
企業間連携の支援	28	8.6%
外国人観光客の誘致	28	8.6%
産学官連携の支援	26	8.0%
事業の承継支援強化	25	7.7%
起業・創業支援	21	6.4%
新分野進出時の支援	20	6.1%
企業マッチング機会の提供	20	6.1%
新商品開発、技術向上への支援	16	4.9%
海外進出時の支援	14	4.3%
企業間の交流の場の創出	13	4.0%
その他	8	2.5%
未回答	64	19.6%
計	326	-

### 〈その他意見〉

その他
地元の産業に携わる人材育成をお願いします
新規起業家向けの税制優遇。 (固定資産税は1、2年目は免除し3年目から支払など)
移住定住の促進をしてもらい一人でも多く人口が増える市作りをと思います
人口増加、子育て世代を増やす努力
コンピュータに関する講習
個人事業主への支援
地場産業の振興

〈農商工連携（6次産業化）の認知度〉

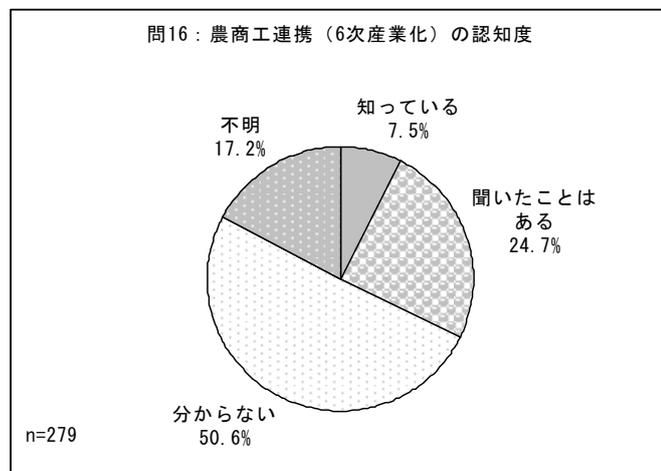
- ・農商工連携（6次産業化）についての認知度を訪ねたところ、「知っている」が15.3%、「聞いたことはある」が23.9%で、両者を合わせた認知度は39.2%となっている。一方、「知らない」は50.3%と過半数を占めている。



カテゴリ	回答	割合
知っている	50	15.3%
聞いたことはある	78	23.9%
知らない	164	50.3%
未回答	34	10.4%
計	326	100.0%

〈参考〉

前回調査（平成23年8月）時の認知度は32.2%であり、この5年間で7.0ポイント上昇している。農商工連携（6次産業化）に関する認知度が広がってきている様子が窺えた。



## 第3章

# 商工業振興計画の基本的な考え方

### 1. 計画の基本方針

---

本計画は、本市の最上位計画である「甲州市まちづくりプラン」（第2次甲州市総合計画）に掲げる3つの「まちづくりの基本視点」のうち「甲州市ブランドを創造し、誇りうるまちづくり」を目指すまちのすがたと定めます。

### 2. 計画の基本施策

---

計画の基本方針に基づき、目指すまちのすがた「甲州市ブランドを創造し、誇りうるまちづくり」を実現するため、本市の商工業振興に重要な以下の7つの基本施策を掲げます。

#### （1）地域のブランド化によるにぎわいの創出

本市の特徴や強みを活かし、この地域ならではの他と違う独自性のある価値を探ることにより地域イメージをブランド化し、地域発の商品、サービスの提供を行い、地域イメージの強化を推進します。

#### （2）新たな産業の創出、創業支援の充実

新規創業者の様々なニーズに的確に応えるためのきめ細かな支援を各支援機関とともに行い、創業しやすい環境づくりを推進します。特に果樹産業、ワイン産業に関わりのある事業展開を重点的に行い、本市のブランド力を最大限活かした商工業の活性化を図ります。

#### （3）経営基盤強化支援の充実

事業者ごとの規模や経営力に応じた経営分析に基づく支援を充実します。特に小規模事業者の課題解決に向け伴走型の支援を実施します。

#### （4）事業承継支援の充実

後継者問題や商品・製品技術の継承など様々な案件を個別に対応することにより、円滑な事業承継の支援を実施します。

## (5) 雇用の確保、人材育成の充実

雇用の安定を図るため、就業支援関係機関と連携して、求人・求職二ーズの円滑なマッチングを行い、本市の産業活力を支える人材の確保に努めていきます。

## (6) 産業集積の推進

本市の立地条件を活かした企業立地、企業誘致に努め、これまで以上に関係機関との連携を強化し、産業を育成していきます。

## (7) 就労支援と勤労者福祉の充実

働く意欲のある市民が希望する働き方とその適性に応じた就労ができるよう就労機会の拡大を図るとともに、「働き方改革」により様々な勤労者が安心して働き続けることができる社会の実現に向け、福利厚生充実や労働環境の整備促進に取り組みます。



市内事業者を対象に開催した事業承継支援セミナー。各事業者が事業承継の準備について知識を深めた。

# 第4章 施策の方向

## 1. 施策の体系

目指すまちのすがた	計画の基本施策	個別施策・主な取組み
甲州市ブランドを創造し、誇りを持って楽しむまち	(1) 地域のブランド化によるにぎわいの創出	①ブランディング資源の選定と商品化 ②ブランド化推進に向けた支援体制の充実 ③ブランド化商品の販売・供給推進
	(2) 新たな産業の創出、創業支援の充実	①創業支援の充実 ②6次産業化の推進 ③ビジネスプランコンテスト、クラウドファンディングの実施 ④商店街空店舗活用事業の充実 ⑤空き店舗バンクの創設
	(3) 経営基盤強化支援の充実	①甲州市商工振興資金等制度融資の充実 ②商工会等支援機関と連携した経営指導の充実 ③小規模事業者への支援の充実
	(4) 事業承継支援の充実	①事業承継支援セミナーの実施 ②個別相談の充実
	(5) 雇用の確保、人材育成の充実	①ハローワーク等との連携の強化 ②市内企業、事業所への就職支援の実施
	(6) 産業集積の推進	①農村産業法、地域未来投資促進法による企業誘致の推進 ②企業立地に関する助成制度の充実
	(7) 就労支援と勤労者福祉の充実	①就職説明会等の開催支援の実施 ②勤労者福祉事業の充実

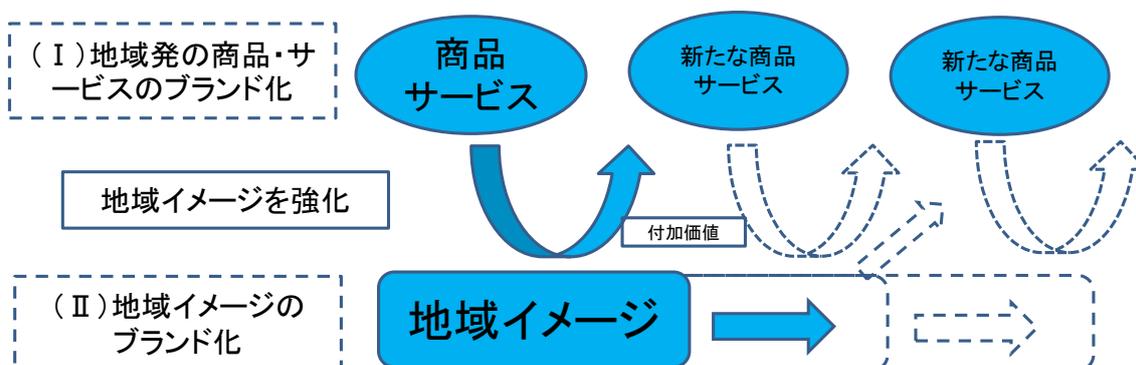
## 2. 施策の展開

### (1) 地域のブランド化によるにぎわいの創出

地域ブランドとは、地域に対する消費者等の評価であり、地域が有する無形資産の一つです。地域ブランドは地域イメージのブランドと、地域の特性を活かした商品ブランドから構成されます。これら2種類のブランド価値を相互に高め合うことにより、地域活性化を実現していきます。

甲州市ならではの独自性のある価値を活かして、地域のブランド化を図っていきます。地域のブランド化においては、商品開発をすすめるとともに観光客の誘致を図り、さらには働く場所の創出・移住定住の促進による地域のにぎわいの創出を目指していきます。

図1 地域ブランド化の狙い



(資料)

独立行政法人中小企業基盤整備機構「地域ブランドマニュアル」(2005年6月)より

#### ①ブランディング資源の選定と商品化

本市では、これまでも地域資源を活かすためのブランド化の推進に取り組んできました。その中で本市の数多くある地域資源から真のブランディング資源を選定し、商品化していく必要性を感じていました。

今後は、本市のイメージを最大限活かせるブランディング資源を以下のように選定し、そのブランディング資源を基軸とした商品化を積極的に行います。

本商工業振興計画策定にあたり実施した、地域住民を対象としたワークショップにおいて、地域ブランド化推進のための甲州市の強みとしてのブランディング資源の選定を行いました。ワークショップにおいて、甲州市ならではの価値として、自然、景観、歴史、文化、都心からのアクセ

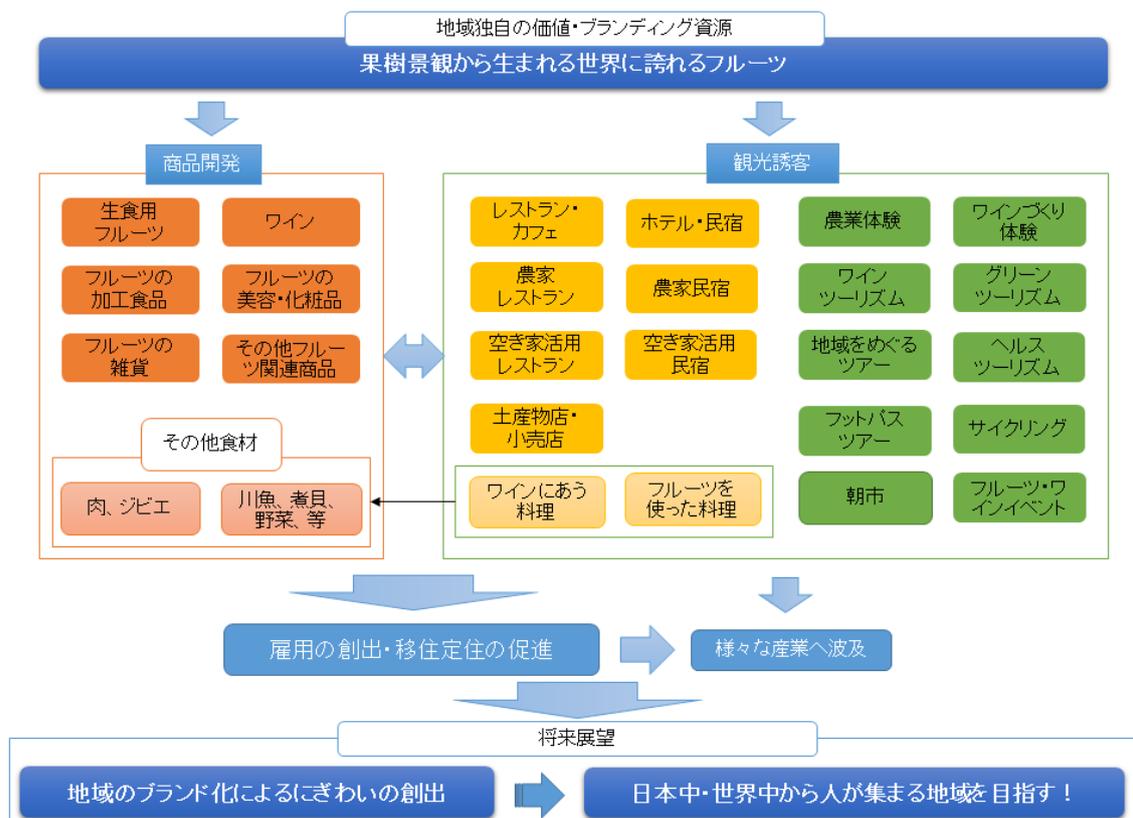
ス、人、フルーツ・果樹、ワインなど多くの資源が強みとしてあることが提示されました。この中で、甲州市ならでの独自性、多くの商品やサービスとの関連性等の観点から絞り込みを行った結果、「果樹景観から生まれる世界に誇れるフルーツ」を選定することとなりました。

地域独自の価値・ブランディング資源  
＝果樹景観から生まれる世界に誇れるフルーツ

「果樹景観から生まれる世界に誇れるフルーツ」を甲州市のブランディング資源として、今後の商品・サービスの開発、観光誘客の方法を、地域住民ならびに学生を対象としたワークショップにおいて検討した結果、様々なアイデアが提案されました。以下に提案された商品・サービスの主なアイデアを提示します。

こうした商品・サービスを実現して個々の商品・サービスのブランド化をすすめていくと同時に、地域イメージのブランド化も行い、甲州市を日本中・世界中から人が集まる地域とすることを目指していきます。

図2 甲州市の目指す地域ブランド化



## ア 商品開発

「果樹景観から生まれる世界に誇れるフルーツ」を活用した商品を開発し、その商品のブランド化を進めることで、甲州市の地域イメージのブランド化につなげていきます。逆に甲州市の地域イメージのブランドを活用して、各商品のブランド化にもつなげる相乗効果を目指していきます。

開発する商品のブランド力を高めることによって、地域外でその商品を気に入った人々がその商品の開発された甲州市を知りたい、さらに訪れたいということにつながり、観光誘客につなげていきます。

## イ 観光誘客

「果樹景観から生まれる世界に誇れるフルーツ」を活かし、甲州市を訪れる人々を満足させるサービスを開発し、そのサービスのブランド化を進めることで、甲州市の地域イメージのブランド化につなげていきます。逆に甲州市の地域イメージのブランドを活用して、各サービスのブランド化にもつなげる相乗効果を目指していきます。

また、レストランや民宿などのリノベーション<sup>※</sup>によって、建設業等への波及効果が期待できるとともに、観光客を誘致することによって、交流人口が増加し、交通サービスなど様々な産業への波及効果が期待できます。

## ウ 雇用の創出・移住定住の促進

新しい商品の開発と販売、観光客の誘致によって、地域のブランド化を進めるとともに、雇道を創出し、甲州市が住みたい地域となるよう移住・定住を促進していきます。

## エ 将来展望

地域のブランド化によりにぎわいを創出し、日本中・世界中から人が集まる地域となることを目指していきます。

---

<sup>※</sup>リノベーション：手を加えてよくすること。修復、再生、または改革、刷新など創造的に破壊することによって、新しいシステムを構築すること。

具体的施策	主 体	概 要
試作開発のための専門家派遣等の実施	市 商工会	商工会、金融機関と連携し、商品やサービスの試作開発の支援を行う。
補助事業の実施	市	地域ブランドにかかる商品開発を促すため、補助金を交付する補助事業等の支援措置を講じる。
国や県の各種支援施策活用支援	市 商工会	地域ブランド化のため、地域資源活用プログラムなど国や県の各種支援施策を活用し、積極的にすすめる。活用する事業者を積極的に支援する。



甲州市が世界に誇るワインとフルーツ。

## ワークショップの結果から導き出された施策

### ワークショップ

第1回	平成29年9月20日(水)	参加者28名
第2回	平成29年10月4日(水)	参加者21名
学生対象	平成29年12月1日(金)	参加者24名

※詳細は資料編参照

### ア 商品開発

#### ◆生食用フルーツ

高品質で美味しいぶどう、もも、すもも、柿、さくらんぼ、いちごなど様々なフルーツを生食用として甲州市産フルーツとして、日本中・世界中に販売していきます。

#### ◆ワイン

甲州ぶどうをはじめ各種ぶどうから醸造した高品質なワインを甲州市原産地呼称ワイン認証制度のもとで、日本中・世界中に販売していきます。

#### ◆フルーツの加工食品

高品質なフルーツを原材料とした、レーズン、ジャム、コンポート、スイーツ、アイスクリーム、ころ柿、パン、パスタ、ジュース、ノンアルコールワインなどの加工食品を開発し、日本中・世界中に販売していきます。

#### ◆フルーツの美容・化粧品

高品質なフルーツを原材料とした、ハンドクリーム、オイル、シャンプー・リンス、入浴剤、石けん、歯磨き粉、ネイルなどの美容・化粧品を開発し、日本中・世界中に販売していきます。

#### ◆フルーツの雑貨

高品質なフルーツや果樹を原材料とした、衣類、寝具、お香などの様々な雑貨を開発し、日本中・世界中に販売していきます。

#### ◆その他フルーツ関連商品

その他、フルーツの香りのする商品やフルーツを連想させる商品などを開発し、日本中・世界中に販売していきます。

#### ◆その他食材

その他、フルーツを使った料理やワインにあう料理のための甲州市の肉やジビエ、川魚や煮貝、野菜などを開発・生産し、フルーツやワインとともに、日本中・世界中に販売していきます。

### イ 観光誘客

#### ◆レストラン・カフェ

甲州市のフルーツやワイン、これらを使った料理、これらにあう料理を提供します。甲州市を訪れた観光客等が市内で飲食できる場を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。

#### ◆ホテル・民宿

甲州市のフルーツやワイン、これらを使った料理、これらにあう料理を提供します。甲州市を訪れた観光客等が市内で宿泊できる場を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。

#### ◆農家レストラン

甲州市のフルーツや野菜などの農家が自ら栽培した農産物や醸造したワインを提供する農家レストランを増やします。甲州市を訪れた観光客等が市内で飲食できる場を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。

#### ◆農家民宿

甲州市の農家が農業を行いながら自ら栽培した農産物や醸造したワイン、農業体験を提供する農家民宿を増やします。甲州市を訪れた観光客等が市内で宿泊できる場を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。

#### ◆空き家活用レストラン

甲州市の空き家を活用したレストランを増やします。甲州市を訪れた観光客等が市内で飲食できる場を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。

◆空き家活用民宿

甲州市の空き家を活用した民宿を増やします。甲州市を訪れた観光客等が市内で宿泊できる場を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。

◆土産物店・小売店

甲州市のフルーツやそれらを活用した魅力ある商品、関連する商品を取りそろえた土産物店・小売店を増やします。甲州市を訪れた観光客等が市内の魅力ある商品を購入できる場を提供します。

◆農業体験

甲州市の果樹栽培、フルーツの収穫等の農業体験を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆ワインづくり体験

甲州市のワイン醸造を体験できるワインづくり体験を提供し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆ワインツーリズム

甲州市のワイナリーや産地をめぐり、果樹景観などを楽しむワインツーリズムについては一般社団法人ワインツーリズムが実施してきました。こうした取り組みをいっそう推進・拡充・支援し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆グリーンツーリズム

甲州市の果樹景観をはじめとする豊かな自然や文化などを楽しむグリーンツーリズムを推進・拡充・支援し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆地域をめぐるツアー

甲州市の果樹景観をはじめとする豊かな自然や歴史的建造物や文化などを楽しむツアーを推進・拡充・支援し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆ヘルスツーリズム

甲州市の果樹景観をはじめとする豊かな自然環境を活かして、健康増進を図るヘルスツーリズムを推進・拡充・支援し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆フットパスツアー

甲州市の果樹景観をはじめとする豊かな自然や歴史的建造物や文化などを楽しむフットパスのルートを整備して、フットパスツアーを推進・拡充・支援し、日本中・世界中から観光客を誘致します。市内のレストランや宿泊施設と連携して実施していきます。

◆サイクリング

甲州市の果樹景観をはじめとする豊かな自然や歴史的建造物や文化などをサイクリングで楽しめるように、道路や看板などを整備し、日本中・世界中からの観光客の誘致を検討します。

◆朝市

かつぬま朝市や塩山朝市など市内の朝市において、甲州市のフルーツに関連した商品などが多く販売されており、甲州市を訪れた観光客等に積極的にアピールし、日本中・世界中から観光客を誘致します。

◆フルーツ・ワインイベント

甲州市の果樹景観をはじめとする豊かな自然やフルーツ、ワインを楽しむイベントについては、甲州市かつぬまぶどうまつりなどを開催しています。さらに積極的に実施することにより、地域をブランド化して、日本中・世界中から観光客を誘致します。

マラソン大会は、日本中・世界中で人気があり、甲州市では現在フルーツをテーマとした甲州フルーツマラソン大会を実施しています。今後、フランスのボルドー・メドック地区で開催されているメドックマラソンのように、ワインや地域の食事を楽しみながら走るマラソン大会の開催を検討します。

## ②ブランド化推進に向けた支援体制の充実

本市では、地域資源を活かすため農商工及び観光部門をはじめ多くの関係者と様々な場面でブランド化推進を行ってきました。

今後は、真のブランド化に向けての支援体制を充実し、本市全体の活性化に寄与するよう努めるとともに、市民の意識向上を目的としたセミナー、ワークショップ等を開催します。

具体的施策	主 体	概 要
地域ブランド化戦略会議の設置	市 商工会	事業者、商工会、金融機関、大学等と連携し、産学官連携で地域のブランド化を積極的にすすめるための地域ブランド化戦略会議を設置し、開催する。
相談窓口の実施	市	地域ブランド化、関連する商品開発や創業のための相談窓口を設置する。
地域ブランド化セミナー、ワークショップの実施	市	市民の意識向上を目的としたセミナー、ワークショップ等を開催する。

## ③ブランド化商品の販売・供給促進

本市では、今まで甲州市のブランド力を活かした商品の企画・開発を市商工会等が中心に行ってきました。

今後は、地域が一体となるとともに産学官連携等も活用し、「甲州市ブランド」を国内外へ発信する仕組みづくりに努めます。

具体的施策	主 体	概 要
展示会出展、販売会開催	市 商工会	甲州市として販路開拓のため展示会に出展を行うとともに、販売会を開催する。
アンテナショップ開設	市	都市部において甲州市の商品・サービスを紹介・販売する常設アンテナショップを開設する。
ネットや無料情報誌による情報発信	市	ホームページやSNS、無料情報誌等で情報発信を行う。

## (2) 新たな産業の創出、創業支援の充実

### ① 創業支援の充実

本市では、これまでも創業者が新たな店舗を開設する場合にかかる改装費や賃借料について費用の助成を行ってきました。さらに地域での創業を促進するため、産業競争力強化法に基づき、市商工会、市内金融機関、県内関係機関等創業支援機関と連携して、創業相談や創業塾等を実施する「甲州市創業支援事業計画」を平成28年5月に策定し、創業支援体制を充実してきました。

今後も創業しやすい環境づくりを充実させ、市、市商工会、市内金融機関とで構成する「甲州市事業者支援連絡会」を中心に創業マインドの醸成や経営ノウハウの提供、資金調達等、多方面からの支援強化を行い、創業塾、創業セミナーを充実させるとともに、創業者相互、または創業者と創業支援機関との情報交換の場を設け伴走型の支援に努めます。

具体的施策	主 体	概 要
甲州市事業者支援連絡会の実施	市	商工会、金融機関との連携会議を行い、創業希望者への多方面からの支援を行う。
創業塾・創業セミナーの実施	商工会	創業、起業に不可欠な経営、財務、販路開拓、人材育成等の知識を身につけるための塾・セミナーを開催し、創業希望者への実践的な支援を行う。
創業希望者交流会の実施	市 商工会	創業希望者と近年創業した事業者との交流会、意見交換会を行い、経験者の意見を参考にすることにより、計画を具体的にし、創業、起業へとつなげる機会とする。

## ②6次産業化<sup>※</sup>の推進

本市の基幹産業である農業、特に果樹生産については、JAおよび観光関連産業等と連携しながら発展してきました。しかしながら、近年農家の担い手不足、遊休農地の拡大など農業を取り巻く課題も増えつつあります。

今後は、農業の6次産業化や農商工連携事業を積極的に推進し、地域資源である果樹・フルーツのブランド力をさらに高めるため関係機関と連携し、今までの既成概念にとらわれない幅広い魅力的な商品化、特産品化を目指すとともに、農業関連の農泊事業、体験型農業とも連携した6次産業化を推進します。

具体的施策	主 体	概 要
新商品の開発事業	市 商工会 民間	6次産業化支援事業や農商工連携促進事業など、国や県の各種支援施策を活用しながら、農業の6次産業化を推進するとともに農商工の連携を強化し、本市のブランドである「果樹・フルーツ」を最大限活かした商品の企画・開発を行う。新商品の開発事業を行う事業者を積極的に支援する。
6次産業化参入農家への支援	市 商工会	やまなし6次産業化サポートセンター等関係機関と連携し、参入農家等に対して幅広く奥行きのある支援を実施する。
甘草の里づくり事業の推進	市 民間	甘草屋敷由来の甘草を活用した商品の企画・開発を行い、新たな商品展開を実施する。

<sup>※</sup>6次産業化：農林漁業者が農産物などの元々持っている価値をさらに高め、所得（収入）を向上していくこと。  
1次産業（農林漁業）×2次産業（製造）×3次産業（販売・サービス）の造語。

### ③ビジネスプランコンテスト<sup>※1</sup>、クラウドファンディング<sup>※2</sup>の実施

本市では、人口の減少、高齢化により、若者を中心にした事業展開に停滞感が出ています。魅力あるまちづくりを目指すには、まちの活性化の担い手となる若者の事業提案が必要不可欠であるため起業希望者を積極的に求めています。

今後は、関係機関と連携したなかで、ビジネスへチャレンジを希望する方を対象としたビジネスプランコンテストを実施するとともに、資金支援のためのクラウドファンディングを積極的に推進していきます。

具体的施策	主 体	概 要
ビジネスプランコンテストの実施	市	創業、起業に興味のある方、新規ビジネスに挑戦する経営者、事業者を対象に、事業プランコンテストを実施し、市内での新規事業を支援する。
クラウドファンディングの実施	市	地域活性化イベント、新商品開発等を実現するため、県内大学等が連携して運営している「FAAVO やまなし」等クラウドファンディングを活用し、地域課題の解決、ブランド化の推進を図る。

※1 ビジネスプランコンテスト：参加者がビジネスモデルを作り、その完成度と新規性により優劣を競うコンテストのこと。

※2 クラウドファンディング：群集（Crowd）と資金調達（Funding）を組み合わせた造語で、アイデアやプロジェクトを持つ者がインターネットにより共感した人から広く資金を募る仕組みのこと。

#### ④商店街空店舗活用事業の充実

本市の商店街を中心とした地域住民の身近な買い物の場は、買い物だけでなく安心・安全なまちづくりや地域交流の拠点としての機能を有するなど、地域コミュニティの担い手として大きな役割を果たしてきました。しかしながら、近年大型商業施設の進出が進み、市内の商業間の競争は激化し、廃業に追い込まれる個人経営店も多くなっています。このことから、市商工会が事務局を務める「甲州市およっちょい祭り」をはじめとする商工振興関係のイベントの支援や、商店街街路灯のLED化などに取り組んできました。さらに、創業者が新たな店舗を開設する場合にかかる改装費や賃借料について「甲州市商店街空店舗対策費補助金」の内容を見直す中で費用の助成を行ってきました。

また、身近な買い物の場、コミュニティの場として、かつぬま朝市等が市内各地で開催され、市民をはじめ県内外から多くの方が来訪し、買い物を楽しんでいます。出店者に対しては、商工会などが、本格的出店向けの相談業務を行うなど創業に向けた動きも始まりつつあります。

今後も支援策を継続するとともに、空き店舗対策の助成内容のさらなる充実を図り、中心市街地の活性化については、都市計画部門との連携を強化します。また、チャレンジショップ<sup>※</sup>の開設などの新規事業にも積極的に取り組みます。

具体的施策	主 体	概 要
商店街空店舗対策費補助金の充実	市 商工会	市内商業地域への新規出店者に対して、店内改修費、家賃補助を実施してきているが、市内の経済活動等の動向を見極めながら、制度の充実を図る。
街路灯整備事業費補助金の充実	市	商店街の活性化のため、街路灯のLED化を推進し、現在のイメージにマッチした商店街となるよう支援を行う。
およっちょい祭りの実施	商工会	毎年秋に「甲州市およっちょい祭り」を実施し、市全体の商工業の振興、商店街の活性化を図る。また、商店街活性化支援事業、およっちょいぷらざ七里自主事業等の充実を図る。
朝市出店者への相談業務の充実	商工会	かつぬま朝市等朝市出店者の中から本格的出店希望者を募り、店舗による新規出店を支援し創業へとつなげる。

<sup>※</sup>チャレンジショップ： 商売を始めたいが、経験がないため、最初から独立店舗で開店するのが困難な出店希望者に対して店舗を貸し出す制度のこと。主に空き店舗を活用することが多い。

### ⑤空き店舗バンク※の創設

本市の商店街を中心に市内には空き店舗が目立つ状況となっています。これらの空き店舗について総合的、一元的な情報管理ができず、意欲ある新規出店希望者との円滑なマッチングができない状況にあります。

今後は、市内の商業活動を活発化させるため「空き店舗バンク」を新設し、新規出店希望者への情報提供を活発化させるとともに、「甲州市商店街空き店舗対策費補助金」と連動性のある支援を行っていきます。

具体的施策	主 体	概 要
空き店舗調査の実施	市	市内に点在している空き店舗を調査し、活用可能な店舗の掘り起こしを行う。
空き店舗バンクの開設	市	集約された空き店舗の情報を一元管理し、「空き店舗バンク」として開設することにより、新規出店希望者へのスムーズな情報提供を行う。



空店舗を利用したカフェ。

※空き店舗バンク：空き店舗の情報を一元管理し、空き店舗の有効活用を促進するための情報登録制度のこと。

### (3) 経営基盤強化支援の充実

#### ①甲州市商工振興資金等制度融資の充実

本市の経済活動を発展させるためには、各事業者の資金調達は必要不可欠であり、事業者アンケートによると市が取り組むべき支援策のなかでも融資等資金支援が一番多い意見でした。これまでも市の制度融資である「甲州市商工振興資金」を中心に各金融機関等の様々な融資メニューにより、資金調達を行ってきました。

今後も平成27年に条例改正を行った「甲州市商工振興資金」について経済動向を見極めるとともに「甲州市事業者支援連絡会」で協議し必要に応じて改正を行い、事業者の実情にあった制度設計に努めます。また、その他の融資メニューについても事業者への支援策を検討し、小規模企業者小口資金についても運用方法を改善し活用に努めます。

具体的施策	主体	概要
金融機関との連携の強化	市 商工会 金融機関 関係機関	「甲州市事業者支援連絡会」等により市内各金融機関(6支店)との連携強化を図るとともに、山梨県信用保証協会等関係機関とも意見交換を活発に行い、市内企業、事業所の資金調達に的確に対応していく。 国のメニュー等については、引き続き商工会が窓口となり、斡旋する。
甲州市商工振興資金の充実	市 金融機関	制度融資の運用については、事業者の実情にあった制度となるよう常に見直しを行い、制度に伴う市支援策についても併せて見直しを行う。
小規模企業者小口資金の活用	市 金融機関	小規模企業者に有利な小口資金を活用することにより、融資メニューを増やし、事業者に様々な種類の資金調達を可能にする。

## ②商工会等支援機関と連携した経営指導の充実

本市の商工業の発展のために、まず市内の市商工会、各金融機関からなる「甲州市事業者支援連絡会」が中小企業事業者へ幅広く、奥行きのあるきめ細かな支援を行うことが必要です。平成 29 年3月に行った事業者アンケートでも社外の相談相手として市商工会が、同業者に次ぐ 30.7% となっており、市商工会に期待する役割は、市全体の産業振興への貢献、ものづくり支援によるまちづくりへの貢献、経営相談・指導等多岐にわたっています。

今後も事業者の持続的な経営のため、市商工会等各関係機関が最大限協力していくとともに、農業関係機関や県内各関係機関とも積極的に連携し、地域経済の活性化に努めていきます。

具体的施策	主 体	概 要
事業者施策の普及	商工会	国、県からの各種支援施策、連携支援機関からの各種情報の提供だけでなく、どのように活用、展開していくかを具体的に支援する。
事業者の経営分析や事業計画の策定	商工会	巡回指導や窓口相談、各種セミナーを充実させるなかで、事業環境の把握を行い、中長期的な視点に立った事業計画の策定を支援し、計画策定後は定期的に進捗状況のフォローを行う。
地域資源を最大限に活用した地域活性化	商工会	連携機関との枠組みを活用し、商工業のみならず市の主要産業である農業と連携を図り、地域資源である「果樹・フルーツ」を最大限活かし、交流人口の増加を図ることにより、地域経済の活性化、地域おける資金循環を目指す。

### ③小規模事業者<sup>※1</sup>への支援の充実

平成 26 年6月に制定された小規模基本法及び小規模支援法により、小規模事業者への支援をさらに充実することが必要となります。本市の事業者については、商工会の商工業者数等の状況調査によると市内の小規模事業者数が90%を超えており、小規模事業者が非常に多いことがわかります。小規模事業者は、経済活動を行うだけでなく地域に密着した地域コミュニティの担い手であり、買い物困難者への対応など地域活動においてはなくてはならない存在になっています。

今後は「甲州市中小企業・小規模事業者振興条例」により特に小規模事業者を対象としたセミナーの開催等支援の推進に努めます。また、店舗の特徴やこだわり、さらに人柄を伝えるまちゼミ<sup>※2</sup>の開催を支援していきます。

具体的施策	主 体	概 要
小規模事業者経営支援セミナーの実施	市 商工会	小規模事業者の経営課題に対応したセミナー、学習会を実施し、持続的な経営となるよう支援を行う。
小規模事業者の継続的な支援の実施	市 商工会	事業者の中でも特に小規模事業者による各種支援施策の活用、展開により、中長期的な視点に立った事業計画を策定、実行することにより、地域経済の安定化を図る。また、まちゼミを開催し、店舗とお客様との信頼関係の構築に努める。
グルメマップの作成、活用	商工会	小規模事業者の代表格である飲食業のさらなる発展のため、グルメマップを作成、活用し、市内の活性化を図る。
買い物弱者対策の充実	市 商工会	近隣小売店の廃業や高齢化による買い物弱者の増加に対応するため、買い物支援や移動販売事業の推進などを行う。

※1 小規模事業者：中小企業基本法の定義では、「製造業・その他の業種で従業員20人以下の事業所」及び「商業・サービス業で従業員5人以下の事業所」のこと。

※2 まちゼミ：商店主が講師となって、専門知識やプロならではのコツを提供する少人数制のゼミのこと。

#### (4) 事業承継支援の充実

##### ①事業承継支援セミナーの実施

本市の経営者のうち 60 歳以上の経営者は、6 割を超える割合となっており、事業承継への取組みが急務となっています。これまでも平成 27 年度から事業承継支援事業を展開しており、セミナーを開催してきました。事業者アンケートによると経営上の問題点として「後継者の確保・事業承継」と答えた方が 17.8%ありました。

今後も支援事業を継続するとともに、これまでの事業で見えてきた事業自体の将来性や後継者の養成問題など総合的に解決するためのセミナー等を開催していきます。

具体的施策	主 体	概 要
事業承継セミナーの実施	市 商工会	事業の後継者、商品・製品技術の継承、税務対策等に対応したセミナーを実施し、スムーズな事業承継を支援する。
事業承継アンケート調査の実施	市	事業承継問題を的確に把握するため、市内事業者を対象としたアンケート調査を実施し、今後の事業承継支援に役立てていく。

##### ②個別相談の充実

本市の事業者については、小規模事業者が多く、業種についても建設業、小売業、製造業、飲食業と多岐に渡り、経営状況も様々であります。これらの事業者が事業を継続していくためには、きめ細やかで専門性のある支援が必要となるので、これまでも商工会が主体となって、個別相談を実施してきました。

今後も様々な案件に対応できる支援体制を構築し、必要に応じた的確な支援を行っていきます。

具体的施策	主 体	概 要
事業承継個別相談会の実施	市 商工会	事業承継については、業種、経営形態等が様々であるため、個別に専門性のある対応が必要となるので、希望者を対象とした個別相談会を実施する。
連携した事業承継支援事業の実施	市 関係機関	やまなし産業支援機構「事業引継ぎ支援センター」等関係機関と連携をもって事業承継支援を実施することにより事業者へのきめ細やかな支援を実施する。

## (5) 雇用の確保、人材育成の充実

### ①ハローワーク等との連携の強化

本市ではこれまでハローワーク塩山（塩山公共職業安定所）等と連携し、雇用対策事業に取り組んできました。

今後も雇用のミスマッチを解消するための情報交換や、労務セミナーを行っていきます。また、女性、若者、高齢者、障がい者、移住者に対してライフスタイルや価値観に応じた取組みを推進していきます。

具体的施策	主 体	概 要
労務セミナーの実施	ハローワーク塩山	ハローワーク塩山（塩山公共職業安定所）による事業者を対象とした労務セミナーを実施し、景気の動向による失業率の変動等の情報交換を行い、雇用対策に役立てていく。
雇用関係助成の充実	市 ハローワーク塩山	日々変化していく労働条件に対応するため、国、県などの雇用関係助成について、事業主に向けての情報発信をより充実し、雇用対策へとつなげていく。

### ②市内企業、事業所への就職支援の実施

本市ではこれまで市内企業等と従業員の採用状態、地元採用等についてヒアリング、情報交換を行ってきました。その中で、もともと従業員数が少ないため、年度ごとの安定した採用形態ではなく、必要に応じて即戦力を補充する形の採用が多くみられました。

今後は、市内企業の採用状況をみながら関係機関と協議し、的確なマッチングに努めていきます。

具体的施策	主 体	概 要
市内企業とのヒアリングの実施	市	市内企業、事業所と採用についての意見交換、ヒアリングを充実し、企業、事業所への的確な人材採用がされるよう関係機関と連携していく。
地元雇用の促進	市	市内での就労の場を確保するため、市内企業への地元雇用を促すとともに具体的な支援策の検討を行う。

## (6) 産業集積の推進

### ① 農村産業法、地域未来投資促進法による企業誘致の推進

本市では昭和 40 年代後半から製造業等の企業が進出しており、年間製造品出荷額は 266 億円となっていますが、出荷額のピークであった平成 10 年の 628 億円と比較すると半減以下になっています。これは事業所数の減少と事業規模の縮小が同時に起こっているためであり、市内の雇用状況にも悪影響を及ぼしています。

今後は、平成 29 年に改正のあった農村産業法、地域未来投資促進法により、製造業以外の業種の企業誘致も可能になったため、基本計画と照らし合わせながら本市の立地条件に合った企業の誘致を推進します。また、サテライトオフィス<sup>※1</sup>、レンタルオフィス<sup>※2</sup>、シェアオフィス<sup>※3</sup> 等企業の働き方に合わせた企業進出も支援していきます。

具体的施策	主 体	概 要
農村産業法による進出企業との連携の強化	市	市内に4箇所ある農工団地に進出している7企業と情報交換を活発に行い、事業規模の拡大等についての対応を速やかに行い、企業活動を活発化させるとともに雇用拡大へつなげていく。
企業誘致の推進	市	国、県と連携しながら本市の立地条件に合った企業の誘致を推進します。
サテライトオフィス等の活用の推進	市	勝沼支所敷地内に用意をしているオフィス用スペースを有効活用し、企業の働き方に合わせたサテライトオフィス、レンタルオフィス、シェアオフィス等働く場所として提供していく。

※1 サテライトオフィス：企業等が本部から離れた場所に設置するオフィスのこと。遠隔勤務等が可能となる。

※2 レンタルオフィス：業務に必要な執務室、情報機器等を備え、低コストで借りられる貸事務所のこと。

※3 シェアオフィス：同じスペースを複数の利用者によって共有するオフィスのこと。

## ②企業立地に関する助成制度の充実

本市では進出企業については、固定資産税の免除や企業への奨励金を実施してきました。

今後は、企業立地と雇用対策をミックスした包括的な制度を導入し、地域の活性化に寄与していきます。

具体的施策	主 体	概 要
進出企業に対する支援策の充実	市	農村産業法及び地域未来投資促進法の改正により、幅広い企業の進出が期待されるため、税制免除の見直し等効果的な支援策を検討する。
雇用対策との連携した企業立地の推進	市	進出企業に対して地元雇用の促進を図るため、地元雇用に対する支援策を検討し、企業立地、雇用対策を併せた支援を行う。



昭和40年代から工場が集積が進んだ小屋敷農工団地。

## (7) 就労支援と勤労者福祉の充実

### ① 就職説明会等開催支援の実施

本市ではこれまで市内就職、県内就職に向けた情報提供を関係機関と連携しながら新規学卒者等に対し行ってきました。甲州市管内の有効求人倍率は、平成30年1月現在で0.90倍と全国平均1.59倍、山梨県平均1.48倍を大きく下回っています。また、求人と求職者の職種にミスマッチが多くみられます。

今後は移住希望者等にもハローワーク塩山等支援機関と協力し、市ホームページ等により積極的に情報提供を行い、企業と求職者のニーズに合ったマッチングを行い、市内、県内の就職率の向上を図ります。

具体的施策	主 体	概 要
県内就職説明会への参加促進	市	就職希望者に対して、県及び県内市町村等が開催する就職説明会の積極的な発信を行い、市内、県内への就職率アップを図る。
就職フェア開催	市	市内、県内への就職率アップのため、近隣市町村と協力し、就職フェアを開催する。

### ② 勤労者福祉事業の充実

本市ではこれまで永年勤続優良従業員表彰や勤労感謝祭などの事業をととして市内の中小企業で働く方の異業種交流、労務改善事業の近代化及び福祉向上に努めてきました。今後も働き方改革の実践や「甲州市中小企業労務改善協議会」の事業を中心に、市内で働く方の福利厚生事業の充実、勤労意欲の向上、雇用の安定化などを支援していきます。

具体的施策	主 体	概 要
甲州市中小企業労務改善協議会の活動の充実	市 甲州市中小企業労務改善協議会	市内36社で構成している甲州市中小企業労務改善協議会をさらに充実し、会員の確保を図るとともに、永年勤続優良従業員表彰や勤労感謝祭等イベントと異業種交流イベントの充実を図る。
働き方改革の実践支援	市	市内企業、事業所で働く方の勤労意欲向上のためのセミナー等を実施する。

# 第5章 計画の推進

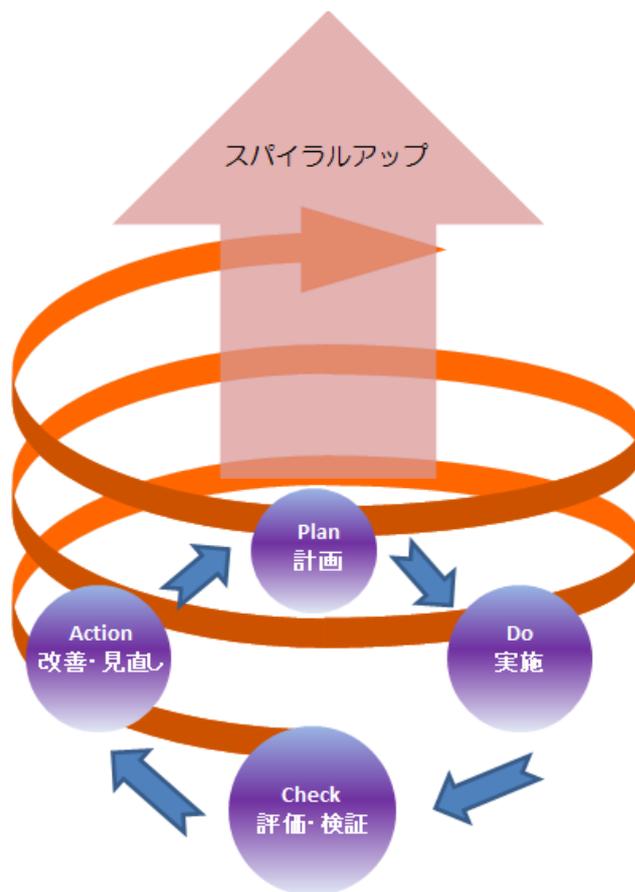
## 1. 計画の推進体制

本計画は、民間と行政の協働体制のもと、各主体がそれぞれの業務や活動のなかで基本施策の推進に積極的に取り組みながら推進していきます。

計画の実施にあたっては、課題の把握に努め、民間と行政が相互に情報共有しながら、問題解決の方策を検討、推進していきます。

## 2. 計画の管理体制

〔PDCAサイクルによる計画の進行管理〕



### P (Plan : 計画)

過去の実績や今後の予測に基づき、実施計画を立てる。

### D (Do : 実施)

立てた計画に沿って事業を実施する。

### C (Check : 評価)

実施した内容が計画に沿って行われたか確認する。

### A (Act : 改善)

評価に基づいて事業の改善点、継続性を検討する。

### スパイラルアップ

PDCA サイクルを繰り返し、事業の効果、効率性等を継続的に向上させていく。

## 甲州市商工業振興計画策定の経過

- 平成29年 2月20日 事業者アンケート実施（3月9日まで）  
3月27日 第1回策定委員会
- ・委嘱状の交付
  - ・商工業振興計画策定委員会設置要綱の説明
  - ・委員長、副委員長の選出
  - ・市長からの諮問
  - ・策定委員会の運営、スケジュールの説明
  - ・商工業振興に関する講演
- 9月13日 第2回策定委員会
- ・策定スケジュールの確認
  - ・事業者アンケート調査結果の説明
  - ・市民対象ワークショップ開催の説明
- 9月20日 市民対象第1回ワークショップ
- ・グループ分け、趣旨の説明
  - ・「地域ブランド」の説明、ルールの確認
  - ・ワークショップ
- 10月 4日 市民対象第2回ワークショップ
- ・第1回のおさらい
  - ・ワークショップ
- 11月 2日 第3回策定委員会
- ・市民対象ワークショップの開催結果の報告
  - ・学生対象ワークショップ開催の説明
  - ・商工業振興計画の骨子の説明
- 12月 1日 学生対象ワークショップ
- ・グループ分け、趣旨の説明
  - ・「地域ブランド」の説明、ルールの確認
  - ・ワークショップ
- 12月 6日 第4回策定委員会
- ・学生対象ワークショップの開催結果の報告
  - ・商工業振興計画の素案の説明
- 平成30年 1月16日 第5回策定委員会
- ・商工業振興計画の素案の説明
  - ・商工業まちづくりセミナー開催の説明

- 平成30年 1月19日 パブリックコメント実施（2月9日まで）  
1月30日 商工業まちづくりセミナー
- ・趣旨の説明
  - ・商工業振興計画の概要の説明
  - ・商工業振興計画の特徴、推進方法の考察の説明
  - ・意見交換会の実施
- 2月28日 第6回策定委員会
- ・商工業まちづくりセミナーの開催結果の報告
  - ・商工業振興計画（案）の説明
- 3月27日 市長への答申  
3月30日 甲州市商工業振興計画の策定

甲州市商工業振興計画策定委員会 委員名簿

		氏 名	主な役職等
1	委員長	澤 伸 恭	山梨県立大学特任教授
2	副委員長	大久保 親 雄	甲州市商工会支援課長
3	委員	松 吉 寛 治	甲州市中小企業労務改善協議会会長
4	委員	林 徳 子	甲州市消費生活協力員リーダー
5	委員	平 塚 明 美	甲州市商工会女性部部会長
6	委員	萩 原 弘 基	甲州市商工会青年部部会長
7	委員	長 坂 憲 一	甲州市塩山料理飲食業組合組合長
8	委員	西 海 達 彦	甲州市青年会議所理事長
9	委員	古 屋 一 彦	古屋商店
10	委員	豊 岡 翠	豊岡桃太税理士・FP 事務所 ABC アドバイザーズ合同会社

## 策定にあたって

甲州市商工業振興計画策定委員会における検討は、平成29年3月にスタートしました。計画策定にあたりまして、委員会で目標としたことが2点ありました。まず、甲州市として特徴ある商工業振興計画を策定しようということで、甲州市ならではの強みを活かした地域ブランドづくりを目指した計画策定とすることでした。次に、市民参加のワークショップを開催して検討することによって、市民や市内の事業者、甲州市に関係のある多くの方々のご意見をできるだけ反映した振興計画とすることでした。



委員会における検討開始からおよそ1年、このたび「甲州市商工業振興計画」として公表されました。関係する皆さまのご協力により、当初の目標に沿った計画とすることができたのではないかと思います。計画策定にあたりまして貴重なご意見やご提言を賜りました甲州市商工業振興計画策定委員会委員の皆さま、ワークショップなどにご参

加いただき貴重なご意見やアイデアをご呈示くださいました皆さまに心より感謝申し上げます。

甲州市の商工業振興においては、本計画を公表できた現在が新たなスタートです。

本計画では、地域のブランド化によるにぎわいの創出によって、甲州市が日本中・世界中から人が集まる地域となることを目指しています。こうした甲州市となるよう、本計画の基本施策の積極的な推進に向けて、民間と行政の協働体制のもと、今後とも市民の皆さまをはじめ関係する皆さまのいっそうのご理解とご協力をいただけますようお願い申し上げます。

平成30年3月

甲州市商工業振興計画策定委員会  
委員長 澤 伸 恭