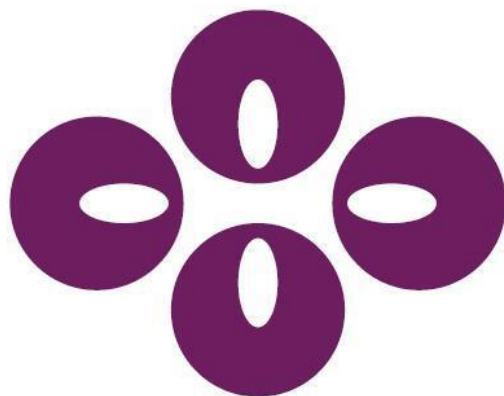
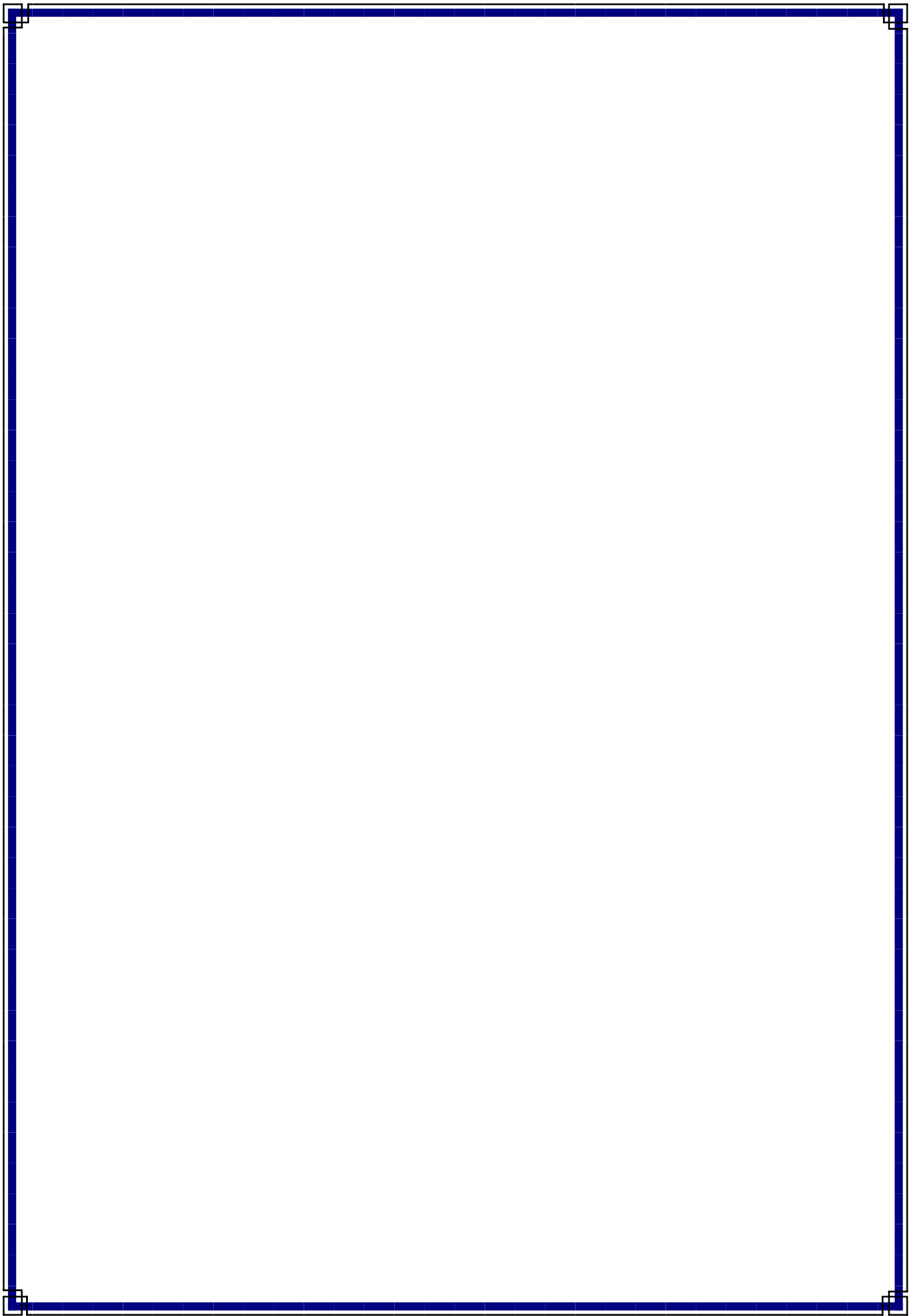


第2次甲州市商工業振興計画



令和6年3月

甲 州 市



はじめに

本市は、豊かな自然に恵まれた本県を代表する果樹産地であり、日本でも有数のワイン産地でもあります。令和4年7月に、本市を含む峡東地域の条件に適應した農業の形態が「峡東地域の扇状地に適應した果樹農業システム」として世界農業遺産に認定されるなど、世界に誇る地域資源を有するまちです。

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」、平成30年3月に「甲州市商工業振興計画」を策定し、取り組みを行ってまいりました。

特に、商工会と連携した新規創業、起業家への支援や、金融機関と連携した制度融資により、市内事業者の経営基盤の強化に向けて取り組みを進めてきたところです。

現在の社会情勢に目を向けますと、新型コロナウイルスなどの新興感染症の世界的流行、原材料価格の上昇や円安の影響などによるエネルギー・食料品等の価格上昇、人口減少や少子高齢化の急速な進行など、産業を取り巻く環境は大きく変化し、先行きが不透明で将来の予測が難しい状況にあります。

このような状況の中、本市の商工業がより一層自立し、持続的な発展が可能となるためには、これまでの取り組みを継続し、さらに充実させることが必要であります。そのため、令和6年度から令和10年度までの中長期的な視点で「第2次甲州市商工業振興計画」を策定し、時代のニーズに即した施策の展開を図ることとしました。

本計画では、「創意に満ちた活力ある産業のまちづくり」を目指すべきまちのすがたとして定め、「商工業活動の推進」など6つの基本施策を掲げ、45の具体的施策を展開してまいります。

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第2次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から心から御礼申し上げます。

令和6年3月



甲州市長 鈴木 幹夫

【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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5

第2章 甲州市商工業の現状と情勢

- 1. 地域特性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
- 2. 本市を取り巻く情勢・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21

第3章 甲州市商工業の課題

- 1. アンケート調査結果から見た地域産業の課題・・・・・・・・25
- 2. 調査結果に基づく今後の課題・・・・・・・・・・・・・・・・53

第4章 商工業振興計画の基本的な考え方

- 1. 計画の基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・55
- 2. 計画の基本施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・56

第5章 施策の展開

- 1. 施策の体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・59
- 2. 施策の展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・60

第6章 計画の推進に向けて

- 1. 計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・88
- 2. 計画の管理体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・89

第1章 計画の概要

1. 計画策定の趣旨

本市は、平成30年に「甲州市商工業振興計画」を策定し^{※1}、この計画に掲げた「地域のブランド化によるにぎわいの創出」「新たな産業の創出、創業支援の充実」「経営基盤強化支援の充実」「事業承継支援の充実」「雇用の確保、人材育成の充実」「産業集積の推進」「就労支援と勤労者福祉の充実」の基本施策に基づき各種施策に取り組み、事業を推進してきました。

その一方で、わが国において、人口減少および少子高齢化が進み、市場の縮小や後継者問題が深刻化するとともに、世界経済の急速なグローバル化^{※2}やアジア諸国、新興国の台頭による国際競争の激化、消費者ニーズの高度化・多様化、情報通信技術の進歩などに加え、自然災害の頻発・激甚化等、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、諸環境の変化を踏まえた新たな施策を打ち出し、地域振興・産業活性化を図るための方策が強く求められています。

本市では、令和5年3月に中間見直しを実施した第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）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・交流を軸として、本市の豊かな自然や特色ある地域資源を最大限に活かした地域の活性化を図り、活気ある地域と産業づくりを目指しています。

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、今般、新たに「第2次甲州市商工業振興計画」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 令和5年3月までを計画期間としていましたが、令和4年に1年延長して、令和6年3月までを計画期間としました。

※2 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. 計画期間

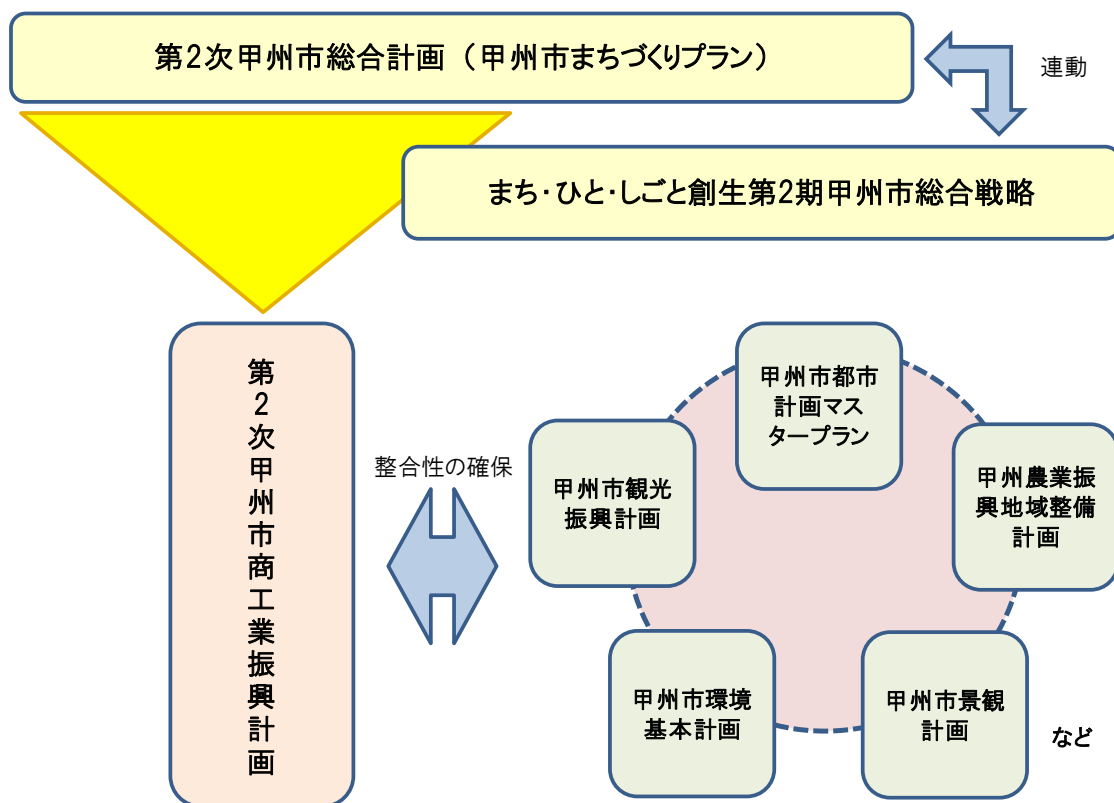
計画期間は、令和6年（2024年）4月から令和11年（2029年）3月までとします。

	R3 2021	R4 2022	R5 2023	R6 2024	R7 2025	R8 2026	R9 2027	R10 2028	R11 2029
第2次甲州市総合計画 （甲州市まちづくりプラン）	総合計画 （前期）			総合計画 （後期）					
甲州市商工業振興計画	前回計画 （H30～R5）			本計画 （R6～R10）					
			▲ 改訂			▲ 中間評価			

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第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）の商工業分野の個別計画であり、総合計画と連動した取り組みを進めるまち・ひと・しごと創生第2期甲州市総合戦略と統一性をもたせるなか、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。



◆第2次甲州市商工業振興計画において取り扱う分野

第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）及びまち・ひと・しごと創生第2期甲州市総合戦略から抜粋

第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）
（平成30年度～令和9年度）

【将来像】
「豊かな自然 歴史と文化に彩られた果樹園交流のまち 甲州市」

第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）の施策のうち、甲州市商工業振興計画において取り扱う分野		
基本目標	基本施策	主要施策
創意に満ちた活力ある産業の まちづくり	果樹・農林業	農業経営基盤の整備と担い手育成
		農業生産基盤の整備の推進
		農産物のブランド化の推進
		鳥獣害対策の推進
		林業生産基盤の整備の推進
	ワイン産業	ワイン品質の向上とブランド化の推進
		ワイン普及の推進
	観光・交流	観光資源のブランド力向上と整備
		受入体制の整備の推進
		情報発信と人的ネットワークの構築の推進
	商工業	商業活動の推進
		商工業の経営基盤の強化
		企業立地の促進
	雇用・労働環境	雇用の推進
		労働環境の整備の推進

まち・ひと・しごと創生第2期甲州市総合戦略
（令和2年度～令和6年度）

まち・ひと・しごと創生第2期甲州市総合戦略の施策のうち、甲州市商工業振興計画において取り扱う分野		
基本目標	具体的な施策	施策
甲州市に根ざした地域ブランド の創出と魅力あるしごと、未来を 担う人材の育成	農業生産基盤の整備 と成長産業化	新規就農者対策事業
		農産物海外輸出促進事業
		農家民宿開業推進事業
	ワイン産業の競争力 の強化	契約栽培推進事業
		醸造用ブドウ園場登録管理台帳整備事業
	事業承継と起業・創業 の包括的支援	事業承継支援事業
	時代に合った働き方 の推進	創業支援事業
		企業の地方移転促進事業
		新しい働き方による就労機会創出事業

4. 計画の策定方針

本市がこれまで取り組んできた「甲州市商工業振興計画」の検証を行い、その結果を踏まえた発展的な計画とします。

商工業者を取り巻く社会情勢は刻々と変化しているため、商工業者や市民のニーズを把握、分析し、その意見を踏まえた計画とします。

また、本市の優れた地域資源の積極的な活用を図るとともに、市内商工業者の連携はもとより、あらゆる主体と連携することにより、地域経済の好循環をより一層もたらす視点での施策展開を図ります。

第2章 甲州市商工業の現状と情勢

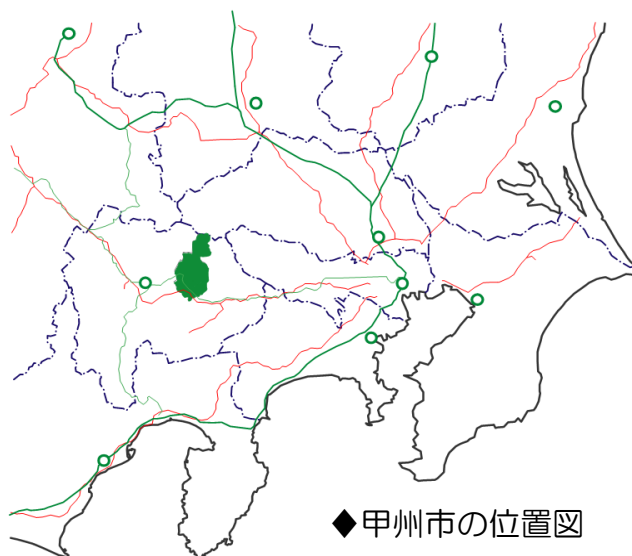
1. 地域特性

(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。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。

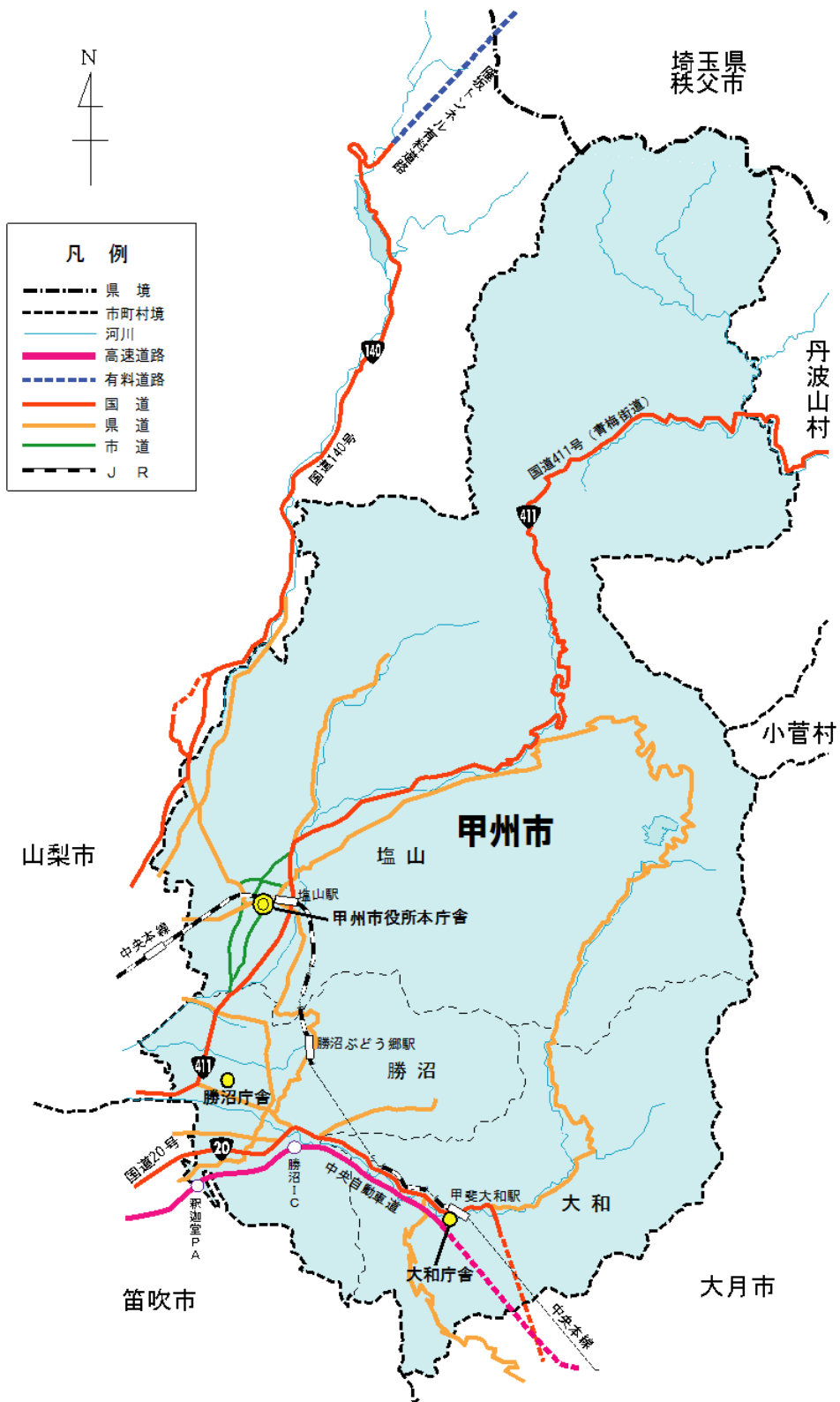
本市の面積は、264.11 km^2 で、山梨県の総面積の約 5.9% を占めており、土地の利用状況は、宅地 7.69 km^2 (2.9%)、農用地 19.9 km^2 (7.5%)、森林など 213.4 km^2 (80.8%)、その他 23.12 km^2 (8.8%) となっています。

本市を横断するように J R 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、都心から甲府盆地への玄関口になっています。勝沼 I C を利用すると都心から車で約 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

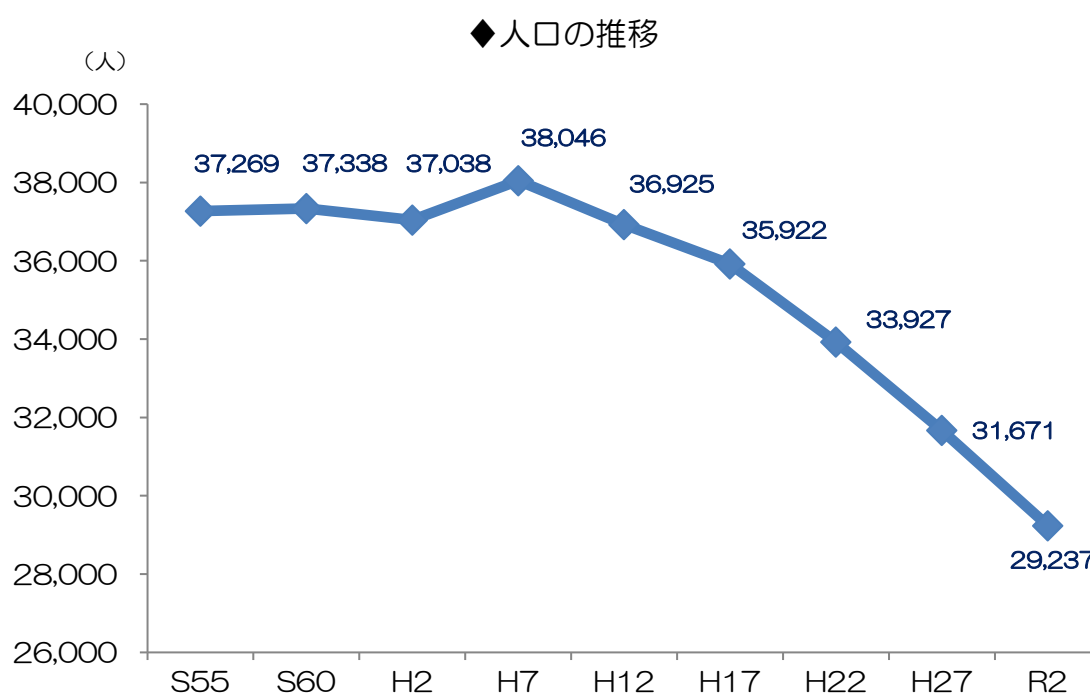
国勢調査によると、本市の人口は、平成7年の38,046人をピークに減少傾向にあります。令和2年では29,237人となり、平成7年と比較すると8,809人減少し、減少率は23.2%となっています。

また、本市の独自推計による将来人口推計では令和17年には23,671人まで減少すると予測されています。

人口減少に伴い令和2年の年齢3区分別人口については、0～14歳の年少人口の割合が10.4%まで落ち込み、15～64歳の生産年齢人口の割合も52.8%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36.7%まで増え、少子高齢化が進行しています。

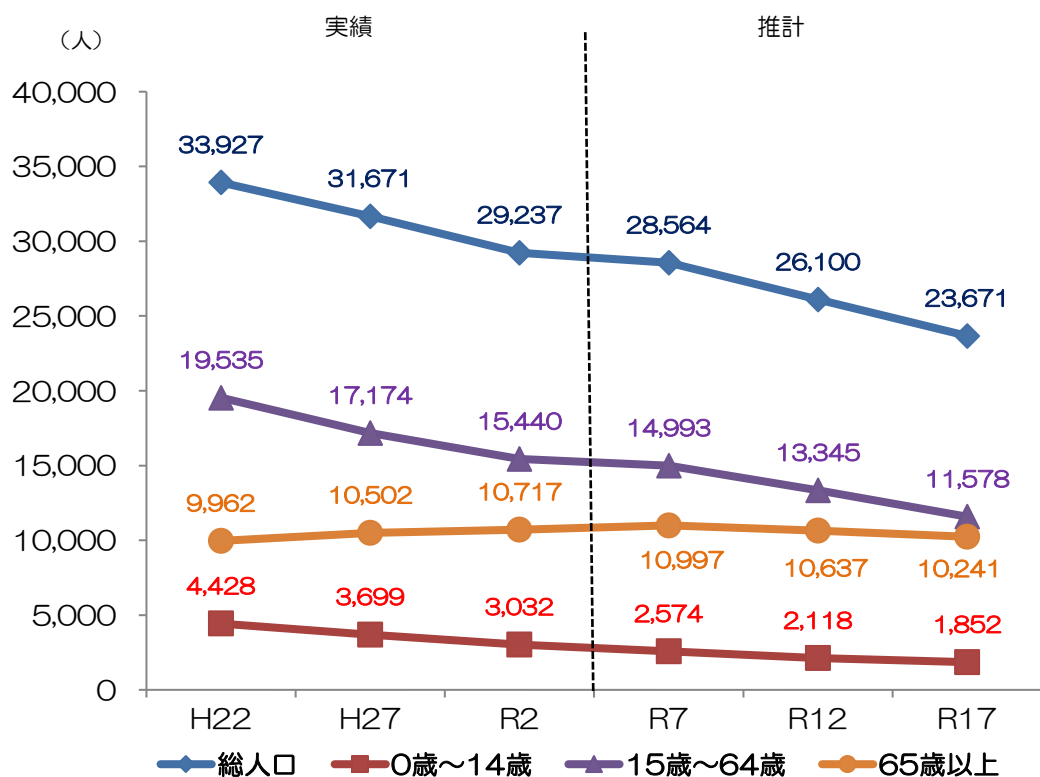
世帯数は、平成17年の11,666世帯をピークに減少傾向となっています。令和2年では、11,152世帯となり、平成17年と比較すると514世帯の減少となっています。

1世帯あたりの人口は、減少傾向が続いており、令和2年は、2.6人となり、平成17年(3.1)と比較すると0.5人の減少となっており、核家族化が進んでいます。



資料) 国勢調査

◆将来人口推計



	実績値			推計値		
	H22	H27	R2	R7	R12	R17
総人口	33,927	31,671	29,237	28,564	26,100	23,671
0歳～14歳 (年少人口)	4,428 (13.0%)	3,699 (11.7%)	3,032 (10.4%)	2,574 (9.0%)	2,118 (8.1%)	1,852 (7.8%)
15歳～64歳 (生産年齢人口)	19,535 (57.6%)	17,174 (54.2%)	15,440 (52.8%)	14,993 (52.5%)	13,345 (51.1%)	11,578 (48.9%)
65歳以上 (老年人口)	9,962 (29.4%)	10,502 (33.2%)	10,717 (36.7%)	10,997 (38.5%)	10,637 (40.8%)	10,241 (43.4%)

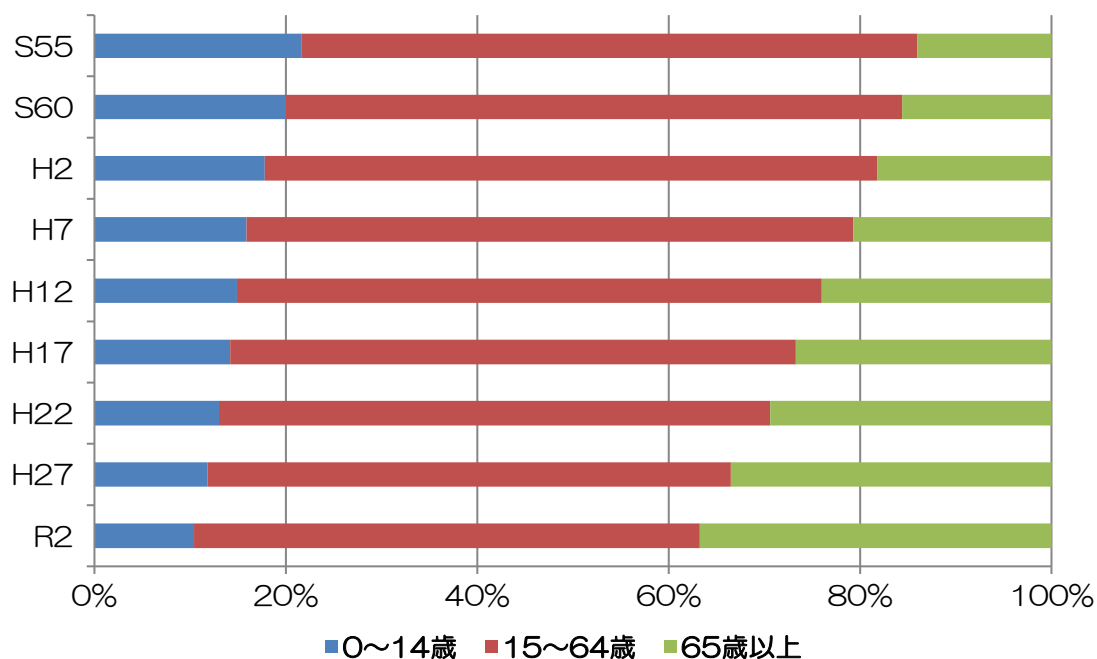
人口はコーホート法

*実績値の総数には年齢不詳を含みます。また、各区分の割合は総数に対する割合のため、合計が100%とならない場合があります。

資料) 第2次甲州市総合計画(甲州市まちづくりプラン)

※コーホート法: コーホート(同じ年、又は同じ期間に生まれた人々の集団のこと)に基づき、将来の人口予測を計算する手法。

◆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	R2
0～14歳	8,050	7,457	6,580	6,058	5,500	5,099	4,428	3,699	3,032
15～64歳	24,001	24,053	23,695	24,099	22,581	21,245	19,535	17,174	15,440
65歳以上	5,218	5,828	6,759	7,889	8,844	9,578	9,962	10,502	10,717
総人口	37,269	37,338	37,038	38,046	36,925	35,922	33,927	31,671	29,237

*総人口には年齢不詳を含みます

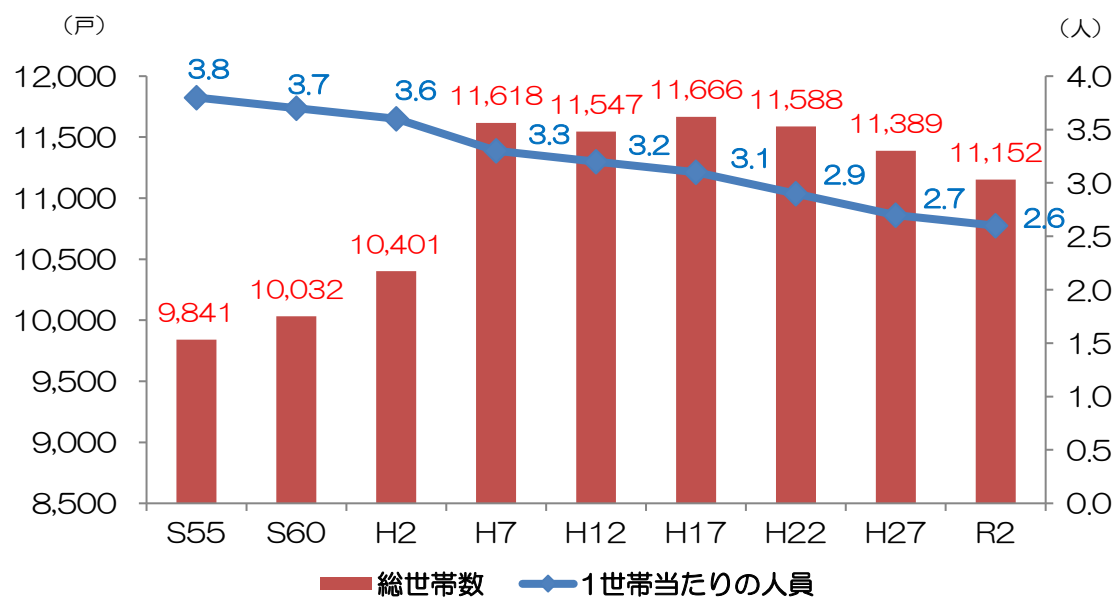
◆年齢3区分人口割合

(%)

	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27	R2
0～14歳	21.6	20.0	17.8	15.9	14.9	14.2	13.0	11.7	10.4
15～64歳	64.4	64.4	64.0	63.4	61.1	59.1	57.6	54.2	52.8
65歳以上	14.0	15.6	18.2	20.7	24.0	26.7	29.4	33.2	36.7
総人口	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	99.1	99.9

*各区分割合は総人口に対する割合のため、合計が100%とならない場合があります

◆甲州市の世帯数の推移



資料) 国勢調査

	(人・戸)								
	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27	R2
1世帯当たりの人員	3.8	3.7	3.6	3.3	3.2	3.1	2.9	2.7	2.6
総世帯数	9,841	10,032	10,401	11,618	11,547	11,666	11,588	11,389	11,152

(3) 基幹産業

本市は、ブドウ、モモ、スモモ、柿、サクランボ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、これらの果実を味わうことができる観光農園も多数あり、市内には農業を基盤とした産業の集積がみられます。

また、勝沼地域を中心に大小 40 社を超すワイナリーで醸造されるワインは、生産量でも日本有数の産地となっており、地元のブドウ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、品質ともに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。

また、令和 4 年 7 月には、本市を含む峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システムが、国際連合食糧農業機関（FAO）により、世界農業遺産に認定され、農業や観光振興など峡東地域の魅力向上に寄与することが期待されます。

このように、本市では、果樹栽培を中心とした農業が基幹産業であると言えます。

(4) 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、農家ではブドウ、モモ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。

（５）商圈実態

山梨県商圈実態調査（平成 28 年度）によると、県内においては、大型店での購入割合が最も高く、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 47.6%と高く、特に食料品の購買比率は 65.1%、医薬品・化粧品等は 66.3%、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。

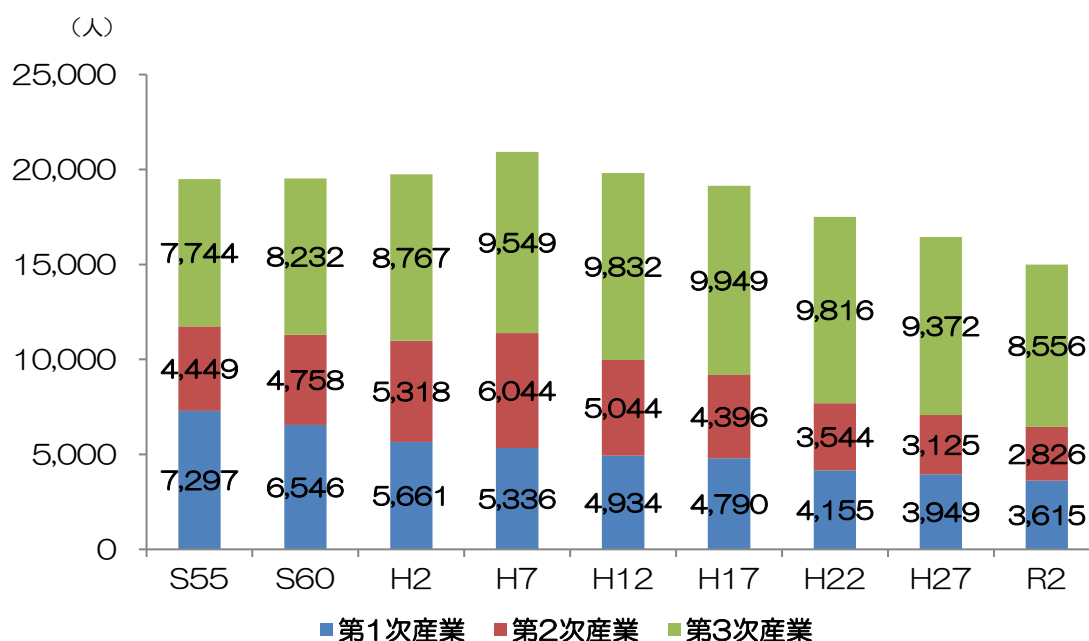
また、山梨市から本市への買い物客の割合が比較的高いのも特徴的です。

（６）産業構造

①産業別人口

本市の産業別人口について、令和２年では合計 14,997 人であり、ピークである平成 7 年（20,929 人）と比較するとその差は 5,932 人と大きく減少しています。産業別にみても、いずれも減少傾向にあり、令和 2 年では第 1 次産業は 3,615 人、第 2 次産業は 2,826 人と、平成 7 年から大幅に減少しています。第 3 次産業については、平成 17 年までは増加傾向にあったものの、平成 22 年から減少に転じ、令和 2 年では、8,556 人となっています。産業別人口の割合をみると、平成 17 年に農業等の第 1 次産業が、製造業等の第 2 次産業を超え、以降は同様の傾向で推移しています。

◆甲州市の産業別人口



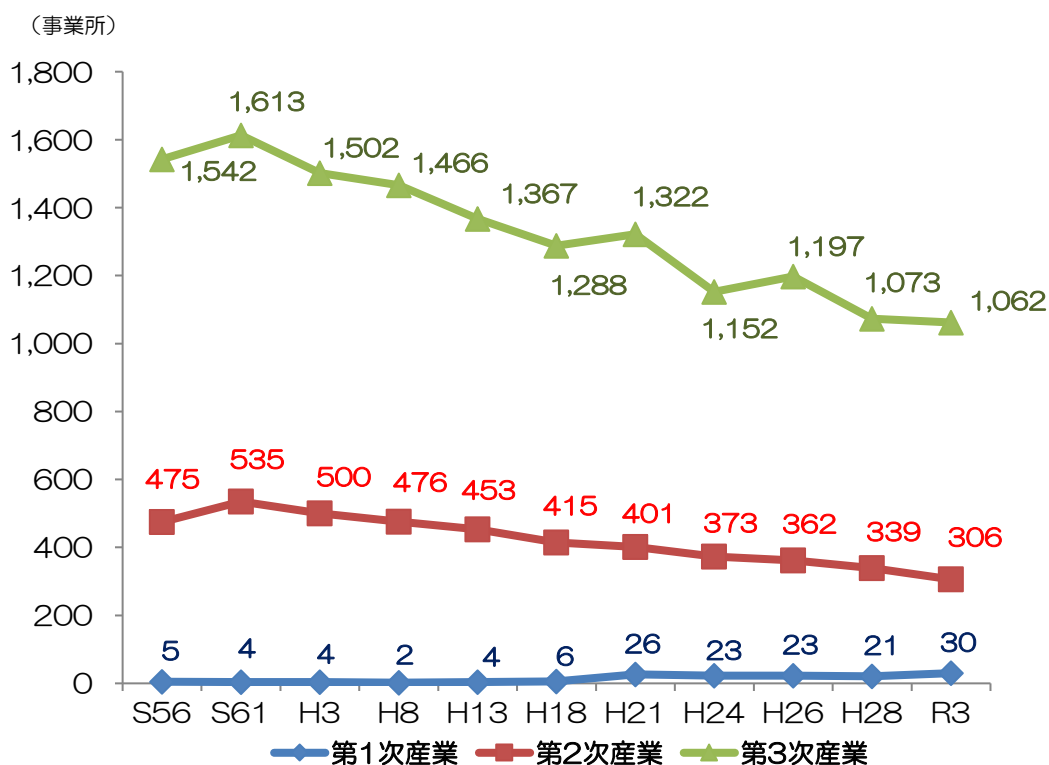
資料) 国勢調査

	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27	R2
第1次産業	7,297	6,546	5,661	5,336	4,934	4,790	4,155	3,949	3,615
第2次産業	4,449	4,758	5,318	6,044	5,044	4,396	3,544	3,125	2,826
第3次産業	7,744	8,232	8,767	9,549	9,832	9,949	9,816	9,372	8,556
合計	19,490	19,536	19,746	20,929	19,810	19,135	17,515	16,446	14,997

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 年に事業所数合計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。また近年、農業法人の参入が増加しており、第 1 次産業の事業所数は緩やかに上昇しています。

◆甲州市の産業別事業所数の推移

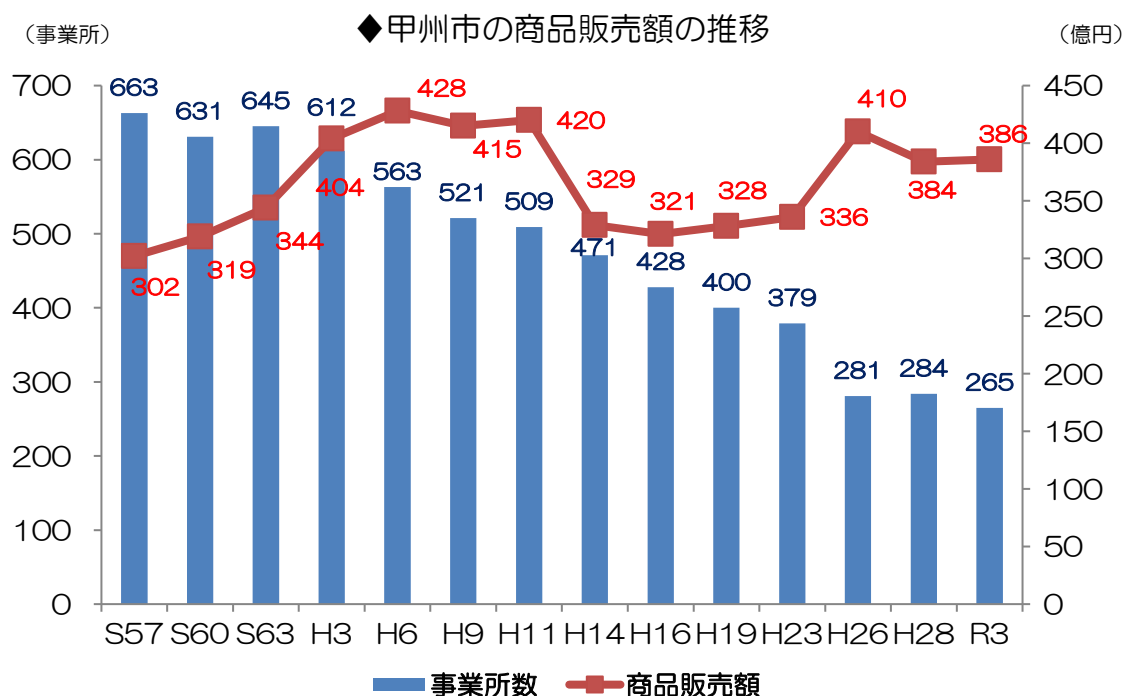


資料) 商業統計・経済センサス

	(事業所数)										
	S56	S61	H3	H8	H13	H18	H21	H24	H26	H28	R3
第1次産業	5	4	4	2	4	6	26	23	23	21	30
第2次産業	475	535	500	476	453	415	401	373	362	339	306
第3次産業	1,542	1,613	1,502	1,466	1,367	1,288	1,322	1,152	1,197	1,073	1,062
合計	2,022	2,152	2,006	1,944	1,824	1,709	1,749	1,548	1,582	1,433	1,398

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平成 23 年頃より増加傾向で推移し、令和 3 年には、平成 3 年の水準（約 400 億円）まで回復しています。一方、事業所数は減少に歯止めがかからず、令和 3 年の事業所数は 265 となりピーク時の 2 分の 1 以下となっています。



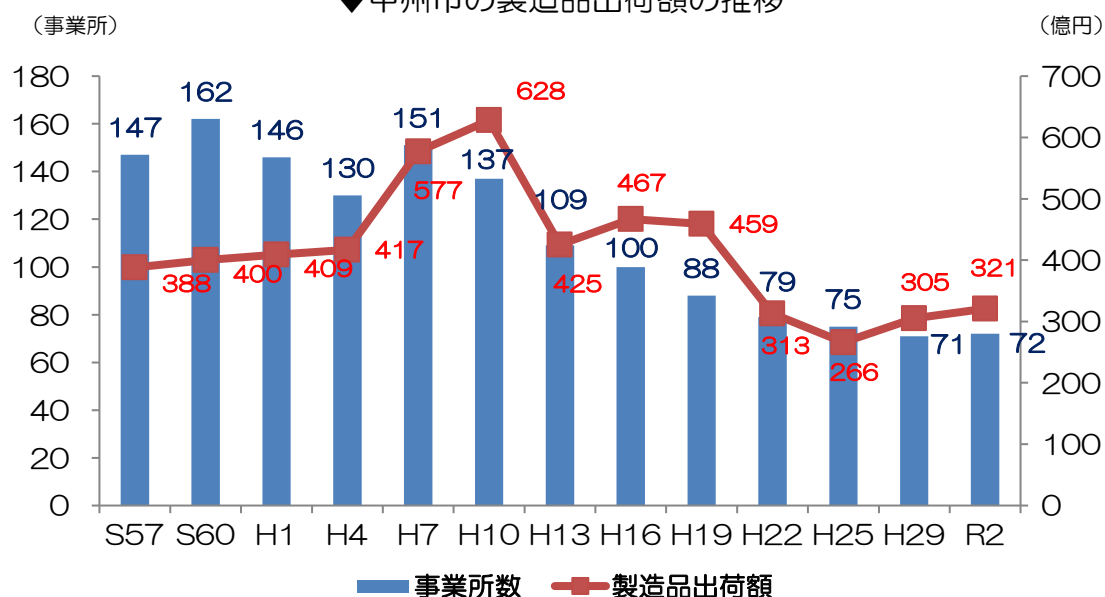
資料) 商業統計・経済センサス

	(事業所数・億円)													
	S57	S60	S63	H3	H6	H9	H11	H14	H16	H19	H23	H26	H28	R3
事業所数	663	631	645	612	563	521	509	471	428	400	379	281	284	265
商品販売額	302	319	344	404	428	415	420	329	321	328	336	410	384	386

④年間製造品出荷額

本市の事業所数（従業員４人以上）は、年々減少傾向にあり、令和２年では７２事業所となっています。年間製造品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、令和２年にはピーク時の２分の１程度の３２１億円になっています。

◆甲州市の製造品出荷額の推移



資料) 工業統計

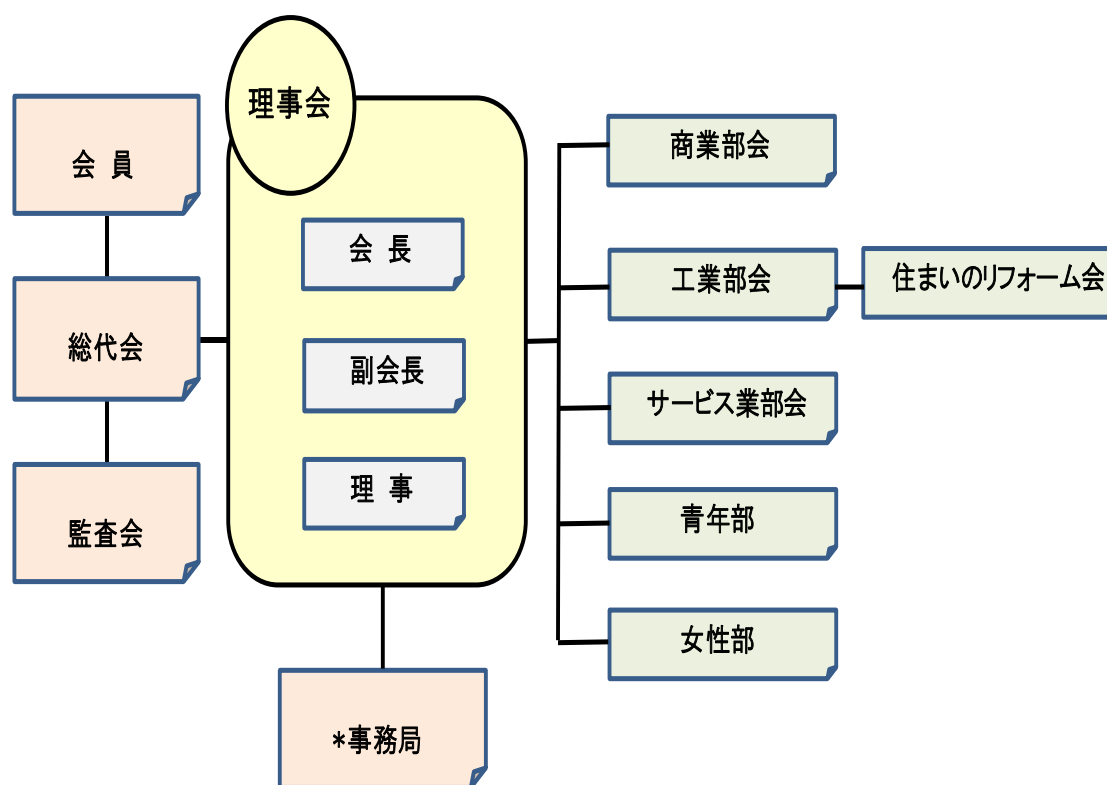
	(事業所数・億円)												
	S57	S60	H1	H4	H7	H10	H13	H16	H19	H22	H25	H29	R2
事業所数	147	162	146	130	151	137	109	100	88	79	75	71	72
製造品出荷額	388	400	409	417	577	628	425	467	459	313	266	305	321

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、商工業者や地域の明るい暮らしの役に立つよう、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「山梨ワイン海外輸出プロジェクト※¹（KOJ※²：Koshu of Japan）」や「まちゼミ※³」に取り組んできました。

◆組織体制



*事務局体制：事務局長・経営指導員・経営支援員

※¹ 山梨ワイン海外輸出プロジェクト：日本固有の「甲州ぶどう」から造った甲州ワインを海外市場へ輸出し、産地確立や市場拡大を目的とした事業のこと。

※² KOJ：甲州ワインの品質向上をはかり、世界市場において認知を向上させ、適切なマーケットプレイスを獲得することを目的に、県内のワイン生産者15社と甲州市商工会、甲府商工会議所、山梨県ワイン酒造組合によって2009年7月に設立された団体。

※³ 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。

（７）豊かな自然と果樹園景観

総面積の約 8 割が森林である本市では、清らかな水の流れる渓谷、河川など、豊かな自然に恵まれています。また、日本百名山である大菩薩峠をはじめとする大菩薩山系や秩父山系など雄大な自然が広がる北部の山々は、秩父多摩甲斐国立公園に指定されています。

また、令和元年 6 月には、本市を含む山梨県、埼玉県、長野県、東京都の 4 都県 12 市町村にまたがる秩父多摩甲斐国立公園を中心とした「甲武信地域」が、国連教育科学文化機関（ユネスコ）により、エコパークとして登録されました。

さらに重川、日川及びその支流によって形成された複合扇状地では、なだらかな斜面に広がるぶどうやももなどの果樹園が個性豊かな景観を形成しており、この果樹園景観は、農村風景の中でも特筆すべきものとなっています。

（８）歴史的文化遺産

文化庁により、本市に関わる 3 つのストーリー「葡萄畑が織りなす風景―山梨県峡東地域―」、「星降る中部高地の縄文世界―数千年を遡る黒曜石鉾山と縄文人に出会う旅―」、「日本ワイン 140 年史～国産ブドウで醸造する和 문화の結晶～」が、地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーとして「日本遺産」に認定されています。

本市には、かつて甲斐の国を治めた武田家ゆかりの神社仏閣が多数存在しています。国宝「小桜韋威鎧 兜 大袖付」を有する菅田天神社、信玄公の菩提寺である恵林寺、勝頼公の菩提寺である景德院、日本最古の「日の丸の御旗」や風林火山で有名な「孫子の旗」などを有する雲峰寺、「実戦軍配」、「武田軍旗」などを有する栖雲寺などです。

また、恵林寺庭園をはじめ、向獄寺庭園、大善寺庭園、三光寺庭園、栖雲寺庭園などの庭園は国や県の名勝に指定されており、市民や観光客の憩いの場となっています。

さらに、国内ワイン醸造発祥にまつわる産業遺産など近代化産業遺産や、甲州街道、鎌倉への古道など歴史的な街道も残っており、歴史に彩られた文化遺産が数多く存在しています。

（９）観光交流資源

本市には、秩父多摩甲斐国立公園に指定される豊かな自然をはじめ、標高差のある地形と内陸性の気候が育んだ果樹園景観や広大な山岳地帯

の雄大で癒しのある風景や眺望などの自然景観、日本有数の果樹やワインなどの特産品、歴史的文化資産を有しており、これらはすべて貴重な地域資源となっています。

また、公設民営を含めた温泉施設や物販施設、レクリエーション施設、伝統的な祭りやイベントなど特色ある観光・交流資源を数多く有しています。

2. 本市を取り巻く情勢

(1) 少子化の進行と人口減少社会の到来

令和 2 年国勢調査によると、わが国の総人口は約 1 億 2,600 万人となっています。平成 27 年国勢調査では初めて総人口が減少に転じるなど、わが国は人口減少時代にあり、今後の総人口^{※1}は、令和 17 年には、1 億 1,664 万人まで減少すると推計されています。また、年少人口（0～14 歳）の人口も、令和 2 年の 1,503 万人から令和 17 年には 1,169 万人まで減少すると推計され、少子化の進行が予想されています。加えて、わが国の総人口が減少する中で、総人口に占める東京圏の人口割合が今後も増加するとされており、地方と東京圏の経済格差の拡大が見込まれています。地方からの人口の流出により、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。

地方においては、人口減少への対応や地域活力を維持・向上させる積極的な取り組みが求められています。

(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います。令和 2 年国勢調査で高齢者（65 歳以上）の割合は 28.6%となっており、超高齢社会を迎えつつあります。高齢化の進行^{※2}は今後も続き、令和 17 年には 32.3%まで高まることが推計されています。このような超高齢社会は、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、市内事業所経営者の高齢化が進んでおり、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の使用が日常的となり、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、市民生活の様々な場面で、情報に

※1 今後の総人口：国立社会保障・人口問題研究所の令和 5 年推計の内、中位推計より。

※2 高齢化の進行：国立社会保障・人口問題研究所の令和 5 年推計の内、中位推計より。

に対する依存度が高まってきています。

これら、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※需要の高まりなど社会全体のグローバル化が急速に拡大しており、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。

（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、新型コロナウイルス感染症の拡大は、先の見えない状況が続き、市民生活に様々な影響を及ぼしたため、今後とも新興感染症への対策が求められています。

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）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り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の「世界農業遺産」「峡東ワインリゾート構想」では、「果樹」「ワイン」を中心とした誇りある地域づくりと、インバウンドの取り込みなど新たなツーリズム、周遊・滞在型観光につながるものとして、自治体間で連携した取り組みが進められています。

また、甲府市など県中央部に位置する 9 市 1 町と「やまなし県央連携中枢都市圏」を形成し、協働して地域経済の活性化を図る取り組みが進められています。

※インバウンド：外国人の訪日旅行のこと。

（６）持続可能な社会の構築

平成 27 年 9 月に開催された国連総会において、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択されました。このアジェンダ※では、国際的な目標として「持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）」が掲げられています。SDGs は、持続可能な開発を目指すうえで重要となる経済、社会、環境など 17 の目標（ゴール）と、それに関連する 169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。

少子高齢化や未知の感染症の拡大、気候変動などにより社会が大きく変わりつつある現代において、地域に住む人々が安心して暮らすために、まちづくりにも持続可能性が求められています。

◆持続可能な開発目標（SDGs）の 17 のゴール

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



※アジェンダ：「行動指針」、「計画・プラン」のこと。

（７）DX（デジタル・トランスフォーメーション）の推進

近年、産業分野においては、IoT^{※1}や人工知能（AI）^{※2}、ロボティクス^{※3}、ビッグデータ^{※4}等に代表される第４次産業革命が世界的に進展しており、生活や消費といった経済活動だけでなく、働き方などライフスタイルも含めて経済社会の在り方が大きく変化しようとしています。こうした動きのなかで、各企業は、競争力維持・強化のために、デジタルトランスフォーメーション（DX：Digital Transformation）を迅速に進めていくことが求められています。事業活動において抱える課題に対して、IoTやAIを活用して解決を図る事業に取り組むことで、市内産業の生産性向上や競争力強化、人口減少・少子高齢化に伴う労働力不足や地域活力の低下などの社会的課題に対応していくことが可能となります。

（８）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多くが小規模事業者であり、人口の減少、少子高齢化とともに、市内商工業事業所数は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、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。中心市街地の商店街の空洞化が進み空店舗が目立つ状況である中、山梨県商圈実態調査（平成28年度）によると、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。

※1 IoT：Internet of Things の略で、日本語では「モノのインターネット」を意味する。産業用機器、自動車、家電製品など様々な「モノ」がインターネットに接続され、情報交換することにより、相互に制御する仕組み。

※2 人工知能（AI）：コンピューターがデータを分析し、推論や判断、解決、学習などを行う、人間の知的能力を模倣する技術。

※3 ロボティクス：ロボットの設計・製作・制御を行う「ロボット工学」のこと。

※4 ビッグデータ：巨大で複雑なデータの集合体のこと。各データは日々生成される多種多様なテキスト、画像など。

第3章 甲州市商工業の課題

1. アンケート調査結果から見た地域産業の課題

(1) 消費者アンケート調査

①調査目的

第2次甲州市商工業振興計画策定の一環として実施し、甲州市における消費者の買い物実態及び買い物ニーズを把握し、より消費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。

②調査期間

令和5年6月20日（火）～令和5年7月3日（月）の14日間。

③調査対象

18歳以上の市民1,000人を調査対象とした。

④調査方法

調査対象者にアンケート用紙を郵送し、アンケート記入後、返信用封筒による返送で回収した。

⑤回収結果

回答数は514人、有効回収率は51.4%であった。

※以下調査結果抜粋。

【記号について】

SA …単一回答(Single Answer)の略。選択回答は1項目。

MA …複数回答(Multi Answer)の略。回答する選択肢の数に制限なし。

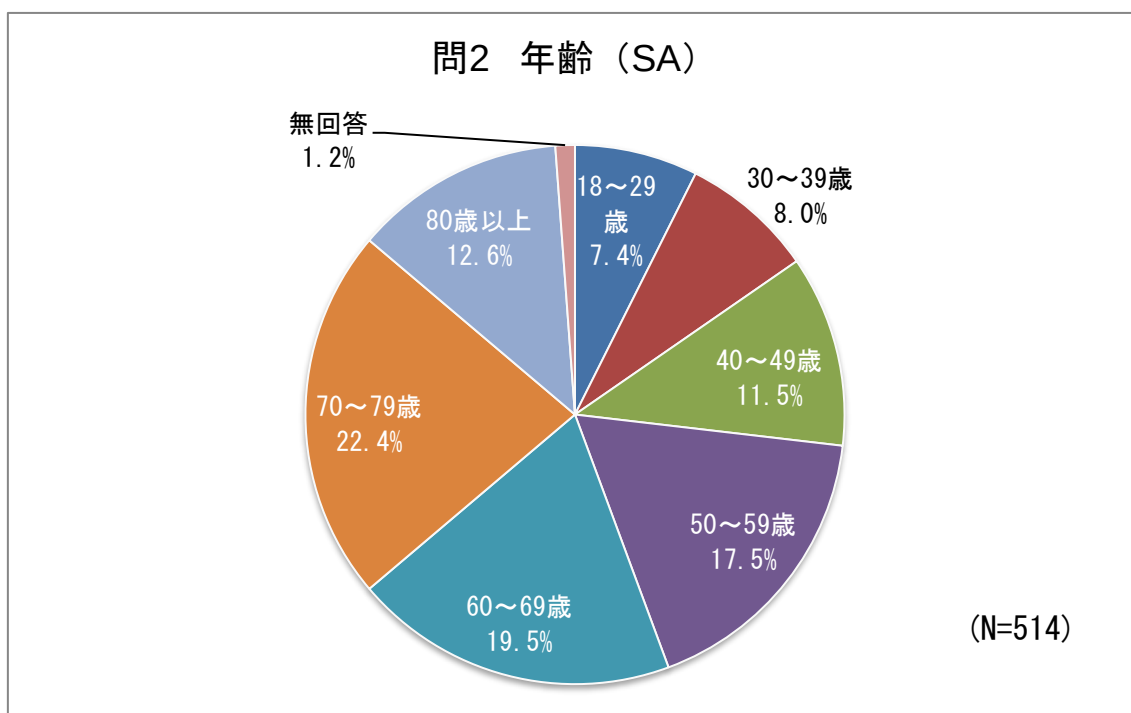
N …回答数(Number)をあらわす。「N=100」は回答数が100人。

【アンケート調査結果】

◇回答者について

〈年齢〉

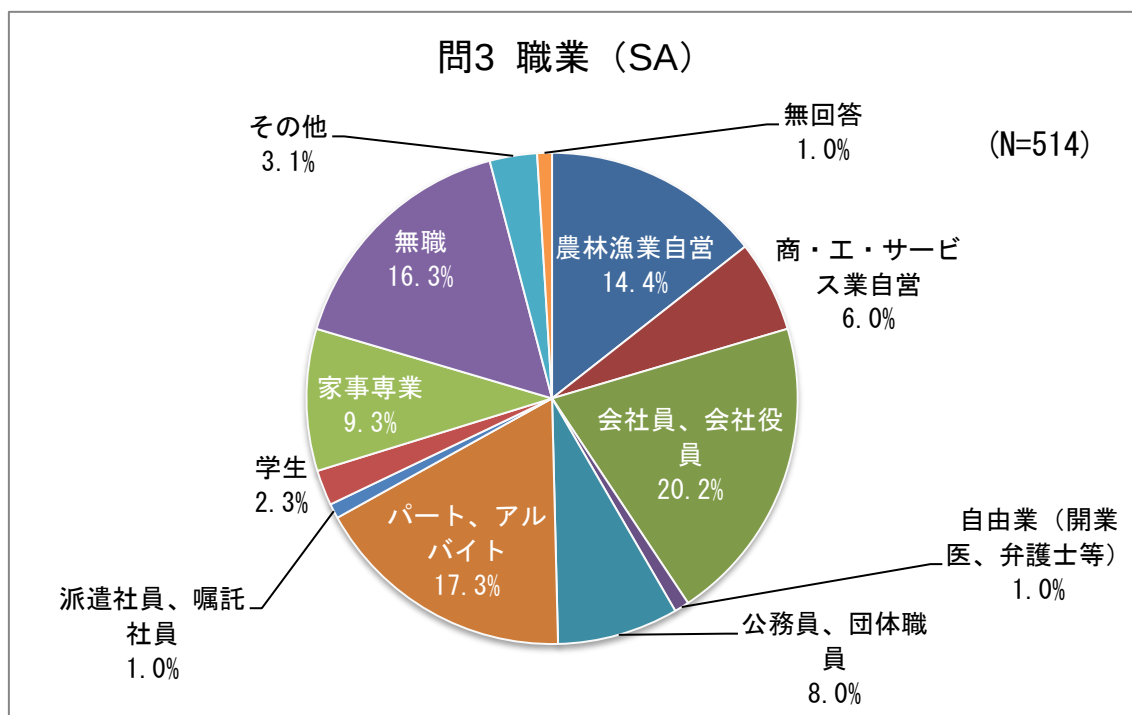
- ・最も多いのは「70～79歳」（22.4%）である。次いで「60～69歳」（19.5%）、「50～59歳」（17.5%）の順である。



カテゴリー名	回答	割合
18～29歳	38	7.4
30～39歳	41	8.0
40～49歳	59	11.5
50～59歳	90	17.5
60～69歳	100	19.5
70～79歳	115	22.4
80歳以上	65	12.6
無回答	6	1.2
全体	514	100.0

〈職業〉

- ・最も多いのは「会社員、会社役員」（20.2%）である。次いで「パート、アルバイト」（17.3%）、「無職」（16.3%）の順である。

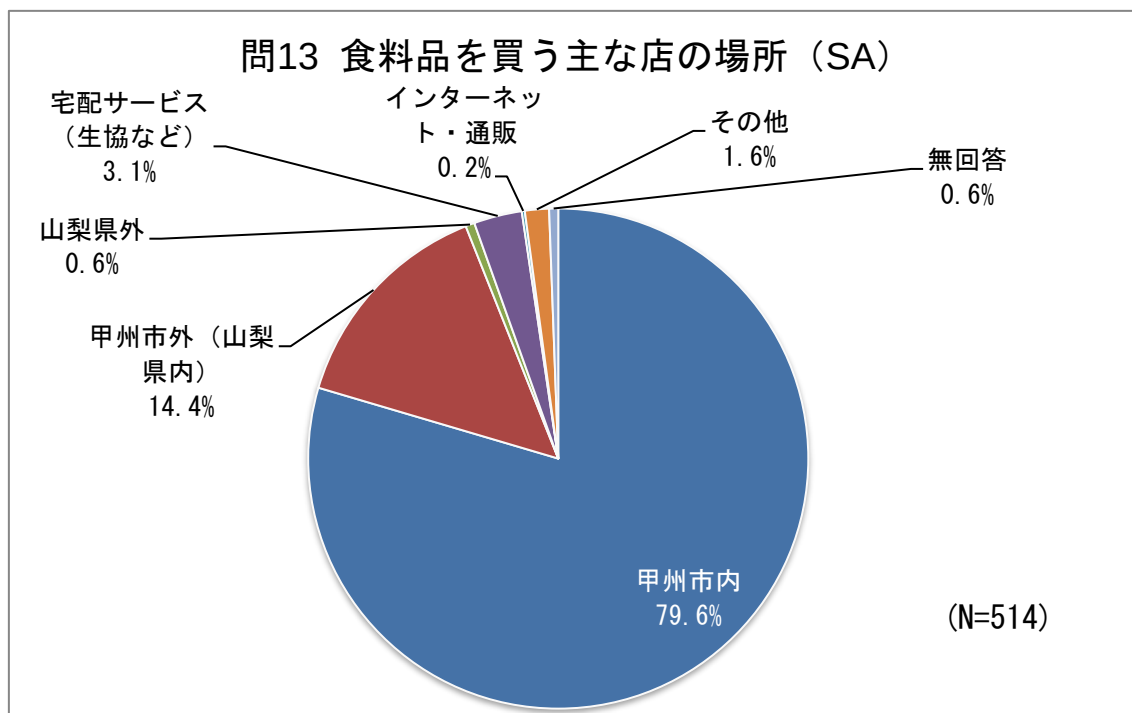


カテゴリー名	回答	割合
農林漁業自営	74	14.4
商・工・サービス業自営	31	6.0
会社員、会社役員	104	20.2
自由業（開業医、弁護士等）	5	1.0
公務員、団体職員	41	8.0
パート、アルバイト	89	17.3
派遣社員、嘱託社員	5	1.0
学生	12	2.3
家事専業	48	9.3
無職	84	16.3
その他	16	3.1
無回答	5	1.0
全体	514	100.0

◇買い物の状況について

〈食料品を買う主な店の場所〉

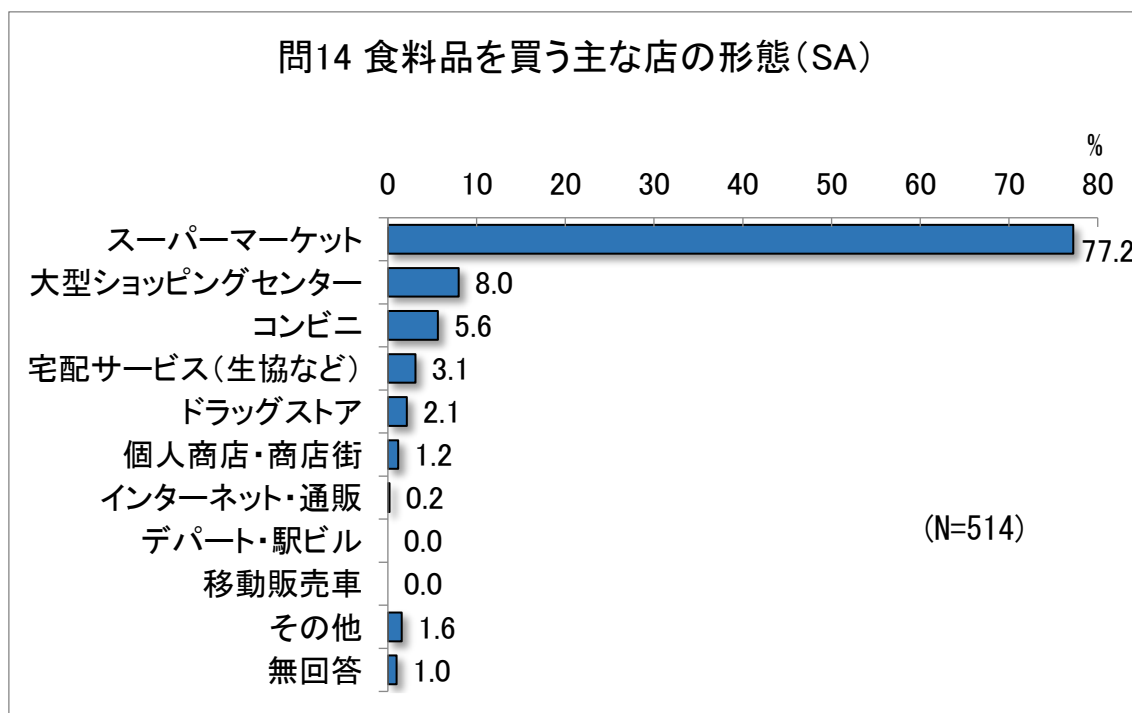
- ・最も多いのは「甲州市内」(79.6%)である。次いで「甲州市外（山梨県内）」(14.4%)、「宅配サービス（生協など）」(3.1%)の順である。



カテゴリー名	回答	割合
甲州市内	409	79.6
甲州市外（山梨県内）	74	14.4
山梨県外	3	0.6
宅配サービス（生協など）	16	3.1
インターネット・通販	1	0.2
その他	8	1.6
無回答	3	0.6
全体	514	100.0

〈食料品を買う主な店の形態〉

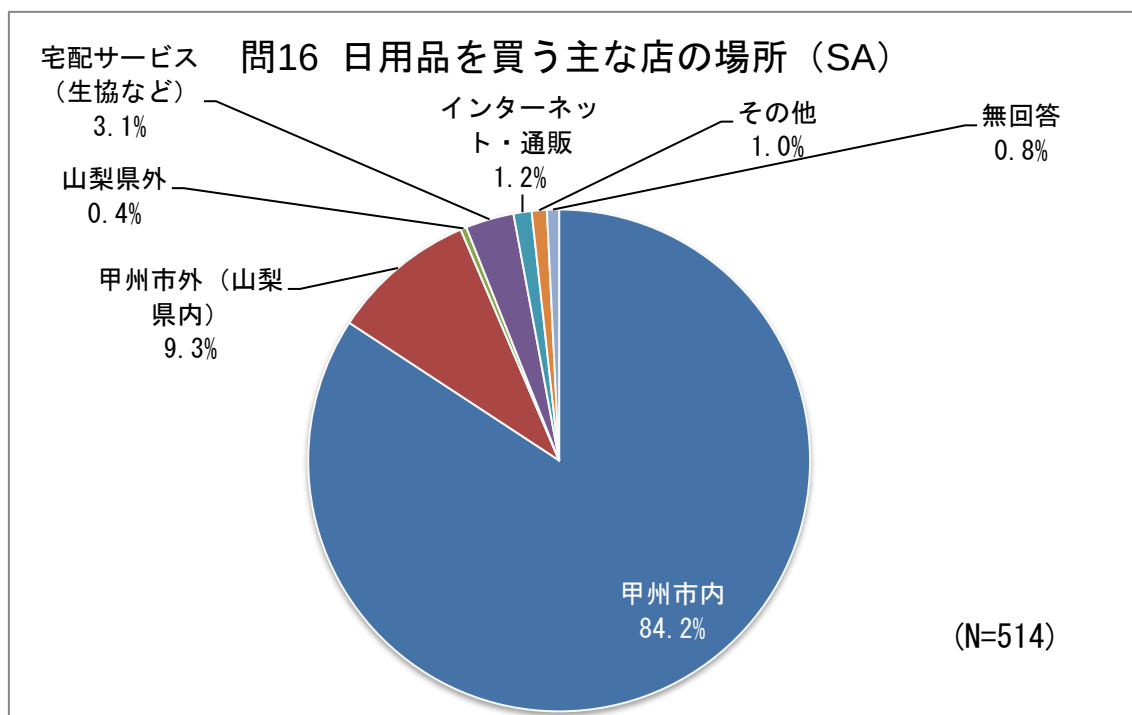
- ・最も多いのは「スーパーマーケット」(77.2%)である。次いで「大型ショッピングセンター」(8.0%)、「コンビニ」(5.6%)の順である。



カテゴリー名	回答	割合
スーパーマーケット	397	77.2
大型ショッピングセンター	41	8.0
コンビニ	29	5.6
宅配サービス（生協など）	16	3.1
ドラッグストア	11	2.1
個人商店・商店街	6	1.2
インターネット・通販	1	0.2
デパート・駅ビル	0	0.0
移動販売車	0	0.0
その他	8	1.6
無回答	5	1.0
全体	514	100.0

〈日用品を買う主な店の場所〉

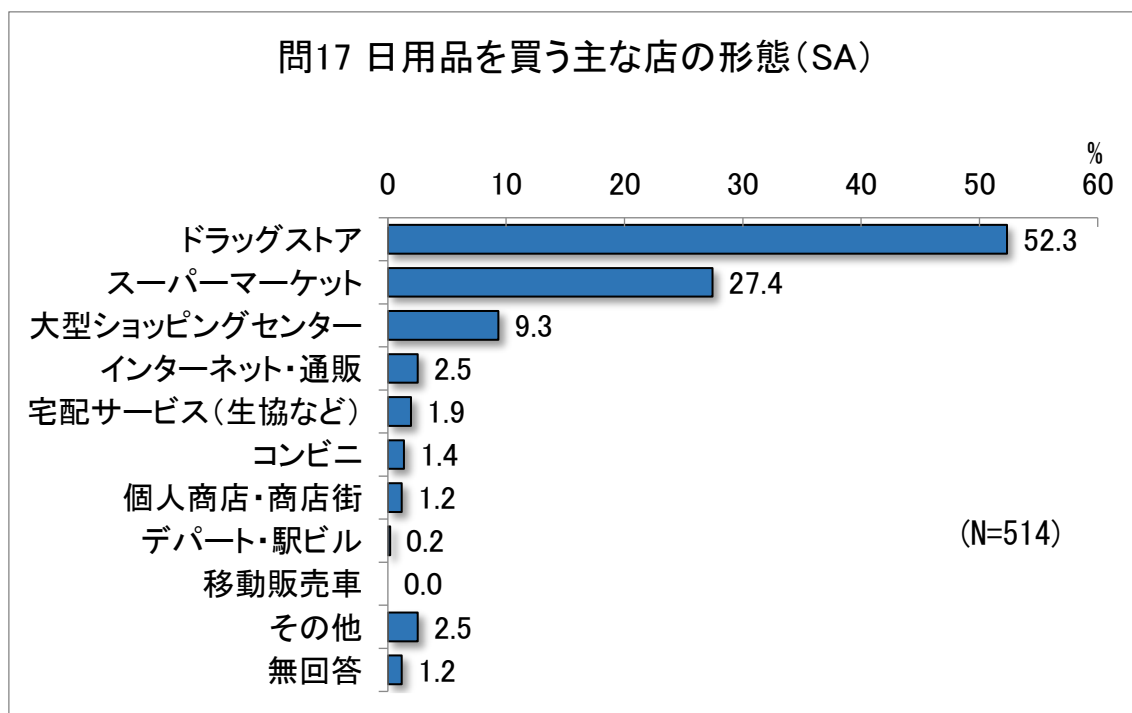
- ・最も多いのは「甲州市内」（84.2%）である。次いで「甲州市外（山梨県内）」（9.3%）、「宅配サービス（生協など）」（3.1%）の順である。



カテゴリー名	回答	割合
甲州市内	433	84.2
甲州市外（山梨県内）	48	9.3
山梨県外	2	0.4
宅配サービス（生協など）	16	3.1
インターネット・通販	6	1.2
その他	5	1.0
無回答	4	0.8
全体	514	100.0

〈日用品を買う主な店の形態〉

- ・最も多いのは「ドラッグストア」(52.3%)である。次いで「スーパーマーケット」(27.4%)、「大型ショッピングセンター」(9.3%)の順である。



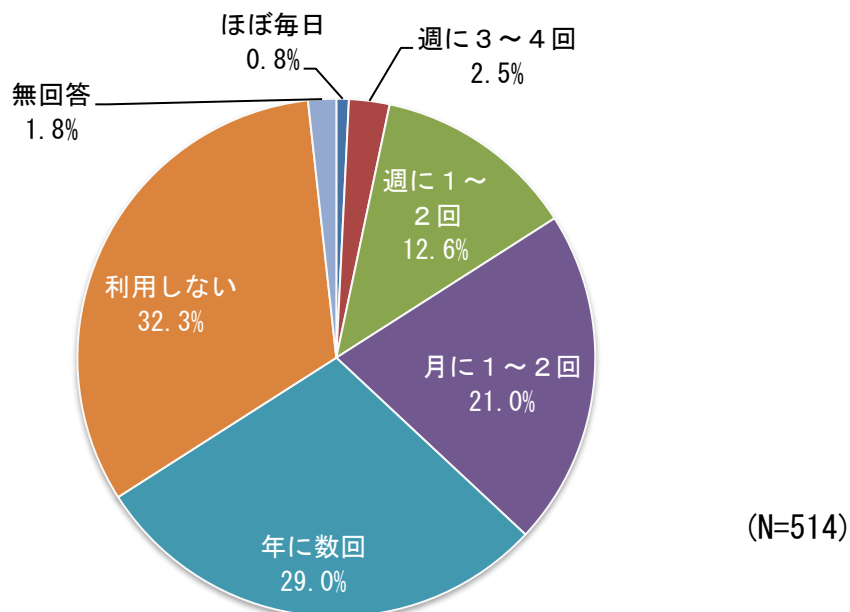
カテゴリー名	回答	割合
ドラッグストア	269	52.3
スーパーマーケット	141	27.4
大型ショッピングセンター	48	9.3
インターネット・通販	13	2.5
宅配サービス（生協など）	10	1.9
コンビニ	7	1.4
個人商店・商店街	6	1.2
デパート・駅ビル	1	0.2
移動販売車	0	0.0
その他	13	2.5
無回答	6	1.2
全体	514	100.0

◇最寄りの個人商店や商店街について

〈最寄りの店・商店街の利用回数〉

- ・最も多いのは「利用しない」(32.3%)である。次いで「年に数回」(29.0%)、「月に1～2回」(21.0%)の順である。

問24 最寄りの店・商店街の利用回数 (SA)

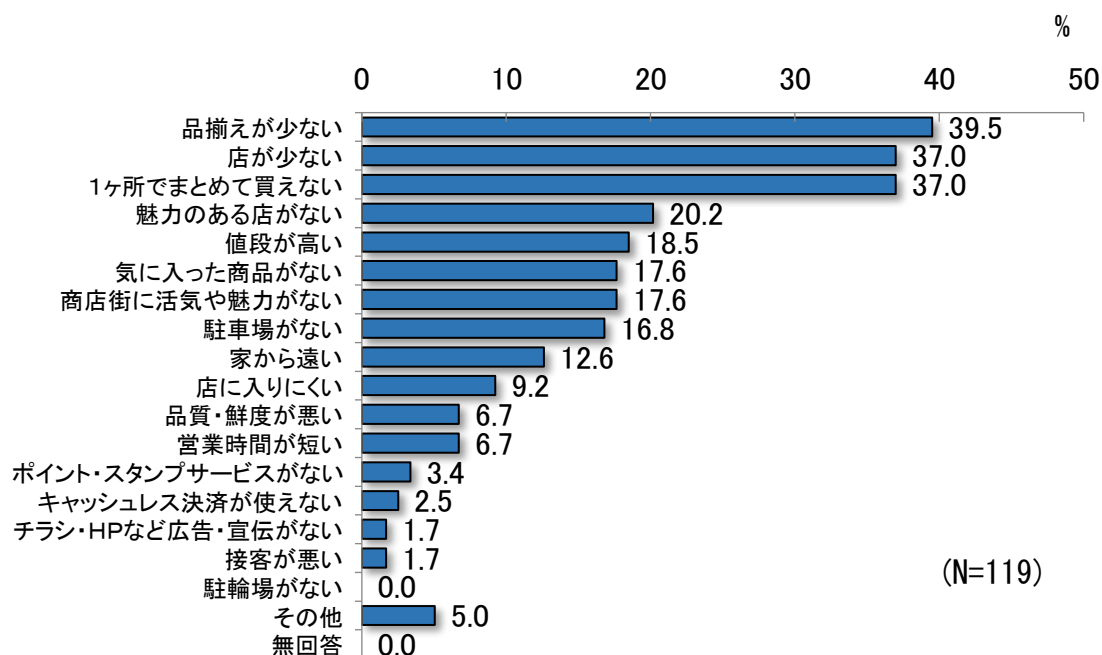


カテゴリー名	回答	割合
ほぼ毎日	4	0.8
週に3～4回	13	2.5
週に1～2回	65	12.6
月に1～2回	108	21.0
年に数回	149	29.0
利用しない	166	32.3
無回答	9	1.8
全体	514	100.0

〈不満の理由〉

- ・最も多いのは「品揃えが少ない」(39.5%)である。次いで「店が少ない」(37.0%)、
「1ヶ所でまとめて買えない」(37.0%) (同順位) の順である。

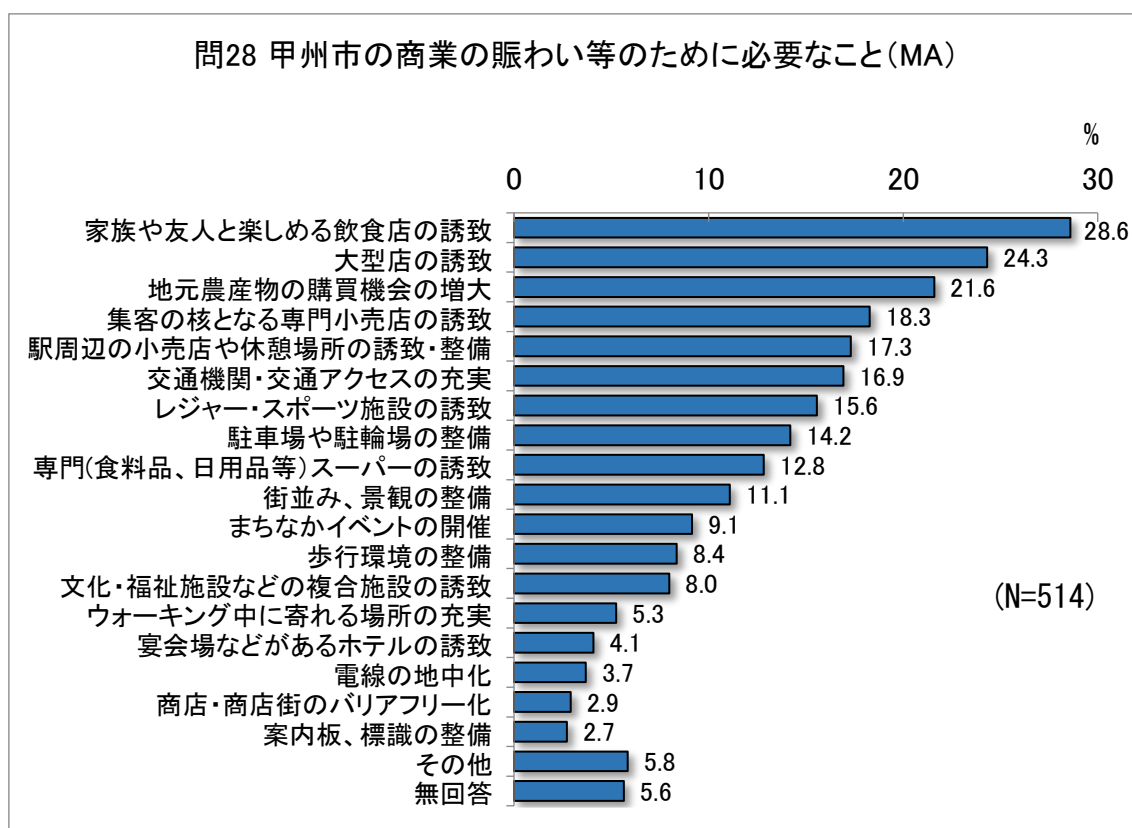
問27 不満の理由(MA)



カテゴリー名	回答	割合
品揃えが少ない	47	39.5
店が少ない	44	37.0
1ヶ所でまとめて買えない	44	37.0
魅力のある店がない	24	20.2
値段が高い	22	18.5
気に入った商品がない	21	17.6
商店街に活気や魅力がない	21	17.6
駐車場がない	20	16.8
家から遠い	15	12.6
店に入りにくい	11	9.2
品質・鮮度が悪い	8	6.7
営業時間が短い	8	6.7
ポイント・スタンプサービスがない	4	3.4
キャッシュレス決済が使えない	3	2.5
チラシ・HPなど広告・宣伝がない	2	1.7
接客が悪い	2	1.7
駐輪場がない	0	0.0
その他	6	5.0
無回答	0	0.0
非該当	395	
全体	119	100.0

〈甲州市の商業の賑わい等のために必要なこと〉

- ・最も多いのは「家族や友人と楽しめる飲食店の誘致」(28.6%)である。次いで「大型店の誘致」(24.3%)、「地元農産物の購買機会の増大」(21.6%)の順である。



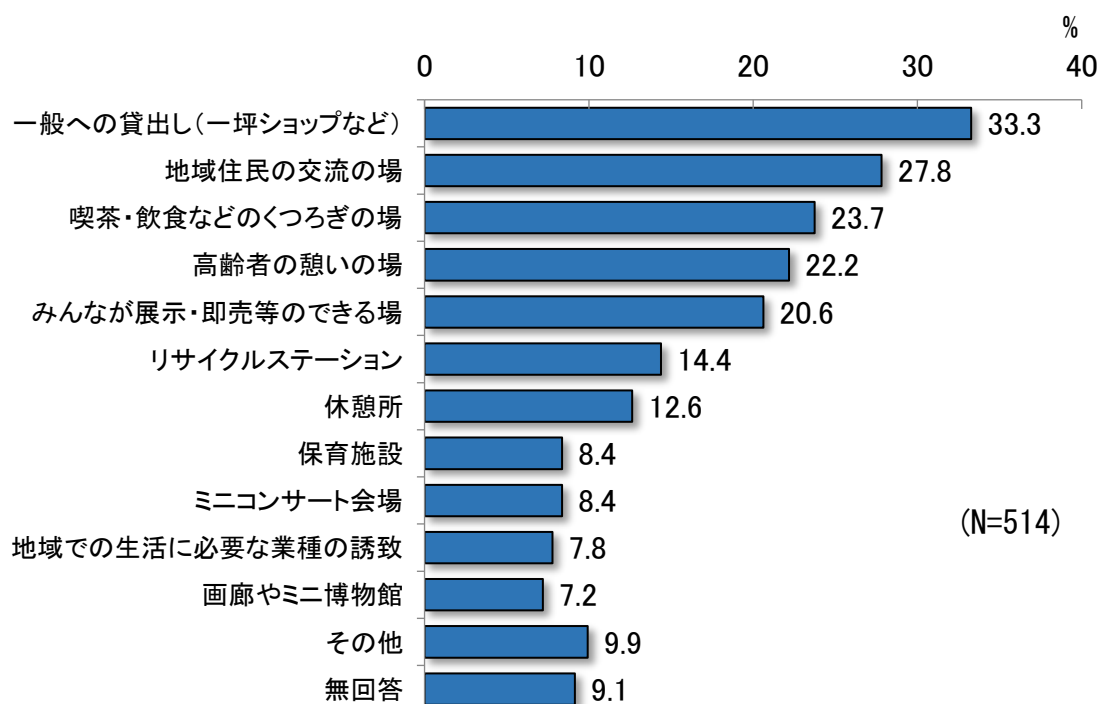
カテゴリー名	回答	割合
家族や友人と楽しめる飲食店の誘致	147	28.6
大型店の誘致	125	24.3
地元農産物の購買機会の増大	111	21.6
集客の核となる専門小売店の誘致	94	18.3
駅周辺の小売店や休憩場所の誘致・整備	89	17.3
交通機関・交通アクセスの充実	87	16.9
レジャー・スポーツ施設の誘致	80	15.6
駐車場や駐輪場の整備	73	14.2
専門(食料品、日用品等)スーパーの誘致	66	12.8
街並み、景観の整備	57	11.1
まちなかイベントの開催	47	9.1
歩行環境の整備	43	8.4
文化・福祉施設などの複合施設の誘致	41	8.0
ウォーキング中に寄れる場所の充実	27	5.3
宴会場などがあるホテルの誘致	21	4.1
電線の地中化	19	3.7
商店・商店街のバリアフリー化	15	2.9
案内板、標識の整備	14	2.7
その他	30	5.8
無回答	29	5.6
全体	514	100.0

その他意見
PayPayキャンペーンの実施
学校、大学の誘致

〈商店街の空き店舗の有効活用の方法〉

- ・最も多いのは「一般への貸出し（一坪ショップなど）」（33.3%）である。次いで「地域住民の交流の場」（27.8%）、「喫茶・飲食などのくつろぎの場」（23.7%）の順である。

問29 商店街の空き店舗の有効活用の方法（MA）

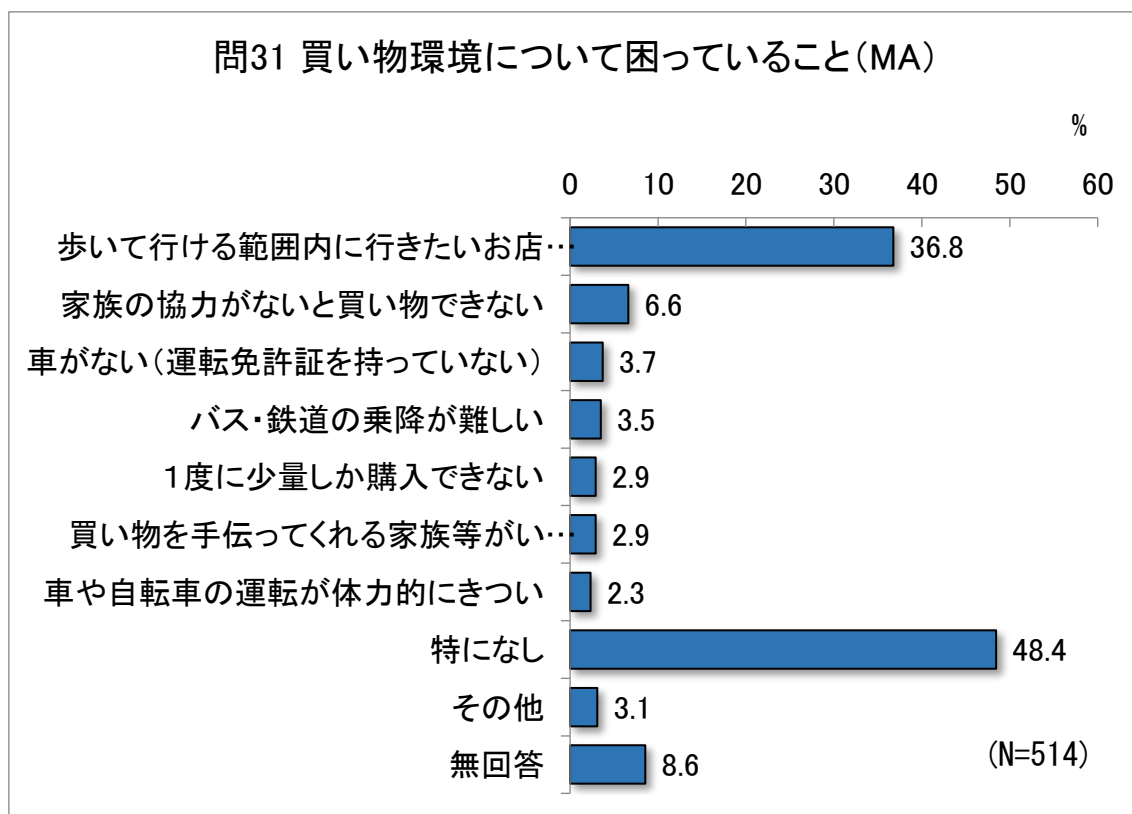


カテゴリー名	回答	割合
一般への貸出し（一坪ショップなど）	171	33.3
地域住民の交流の場	143	27.8
喫茶・飲食などのくつろぎの場	122	23.7
高齢者の憩いの場	114	22.2
みんなが展示・即売等のできる場	106	20.6
リサイクルステーション	74	14.4
休憩所	65	12.6
保育施設	43	8.4
ミニコンサート会場	43	8.4
地域での生活に必要な業種の誘致	40	7.8
画廊やミニ博物館	37	7.2
その他	51	9.9
無回答	47	9.1
全体	514	100.0

その他意見
ワーキングスペース
子どもの遊べる場所
老人福祉施設
駐車場

〈買い物環境について困っていること〉

- ・最も多いのは「特になし」(48.4%)である。次いで「歩いて行ける範囲内に行きたいお店がない」(36.8%)、「家族の協力がないと買い物できない」(6.6%)の順である。



No.	カテゴリー名	回答	割合
1	歩いて行ける範囲内に行きたいお店がない	189	36.8
6	家族の協力がないと買い物できない	34	6.6
2	車がない(運転免許証を持っていない)	19	3.7
5	バス・鉄道の乗降が難しい	18	3.5
4	1度に少量しか購入できない	15	2.9
7	買い物を手伝ってくれる家族等がい	15	2.9
3	車や自転車の運転が体力的にきつい	12	2.3
8	特になし	249	48.4
9	その他	16	3.1
	無回答	44	8.6
	全体	514	100.0

(2) 事業者アンケート調査

①調査目的

第2次甲州市商工業振興計画策定の一環として実施し、市内個人事業主及び中小企業等の経営上の問題点や課題等の把握に努め、より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

令和5年6月20日（火）～令和5年7月3日（月）の14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856者を調査対象とした。

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394者、有効回収率は46.0%であった。

※以下調査結果抜粋。

【記号について】

SA …単一回答(Single Answer)の略。選択回答は1項目。

MA …複数回答(Multi Answer)の略。回答する選択肢の数に制限なし。

FA …自由回答(Free Answer)の略。文章や数字を自由に記入するもの。

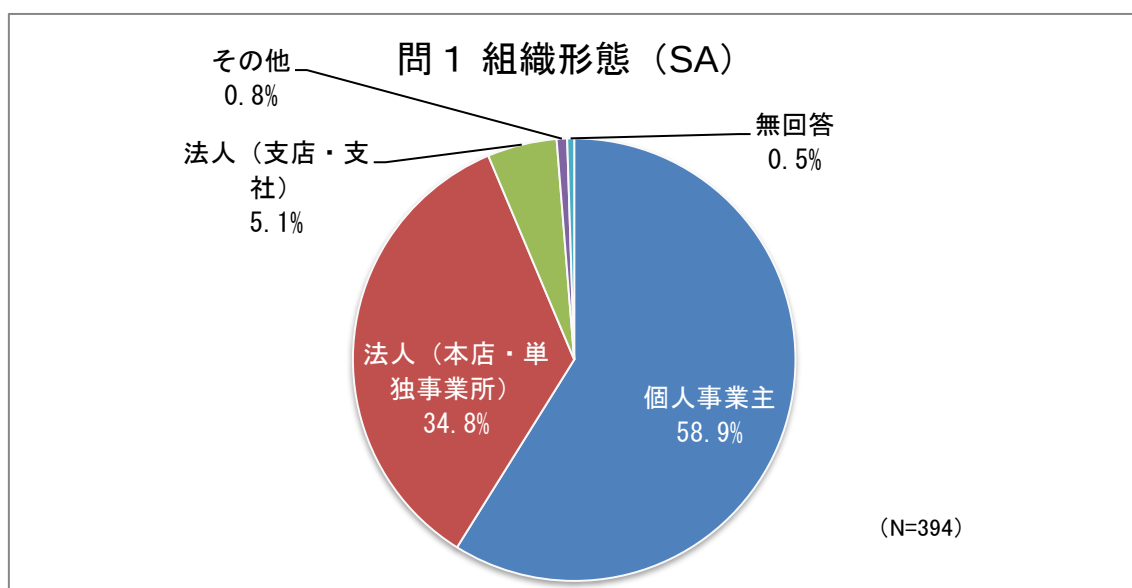
N …回答数(Number)をあらわす。「N=100」は回答数が100者。

【アンケート調査結果】

◇事業所の概要について

〈組織形態〉

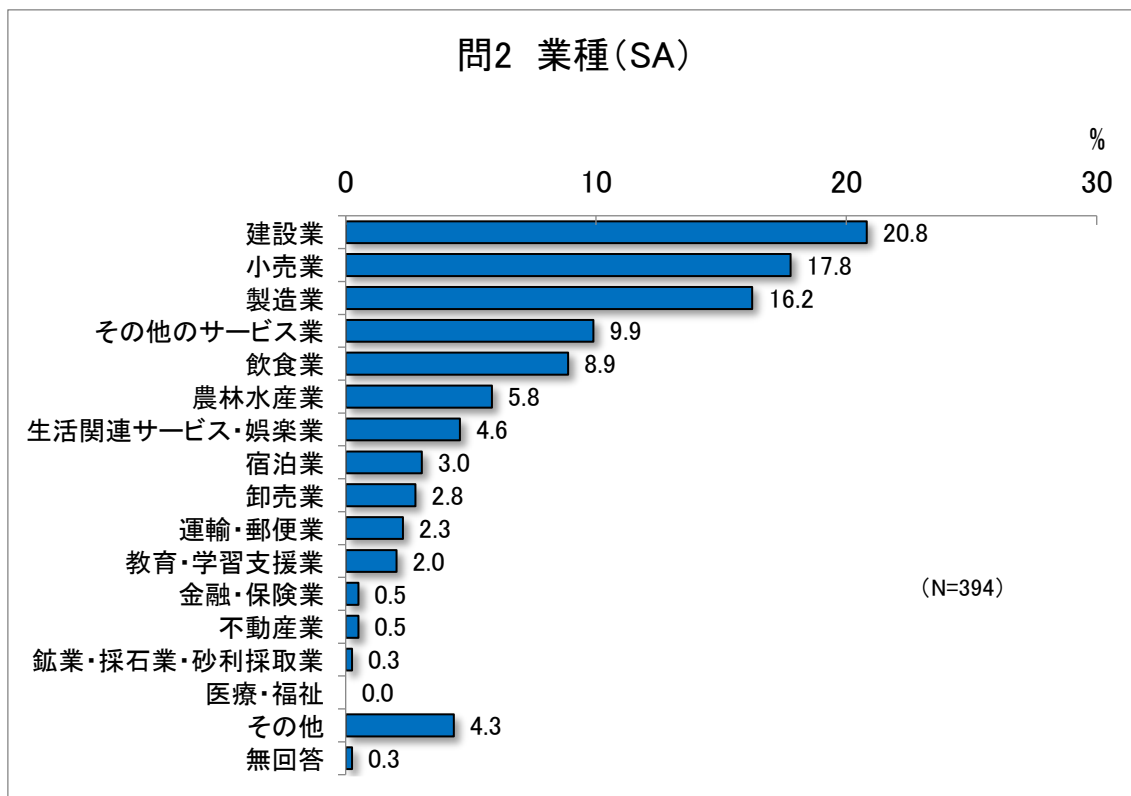
- ・回答事業所の組織形態で、最も多いのは「個人事業主」(58.9%)である。次いで「法人（本店・単独事業所）」(34.8%)、「法人（支店・支社）」(5.1%)の順である。



カテゴリー	回答	割合 (%)
個人事業主	232	58.9
法人（本店・単独事業所）	137	34.8
法人（支店・支社）	20	5.1
その他	3	0.8
無回答	2	0.5
計	394	100.0

〈業種〉

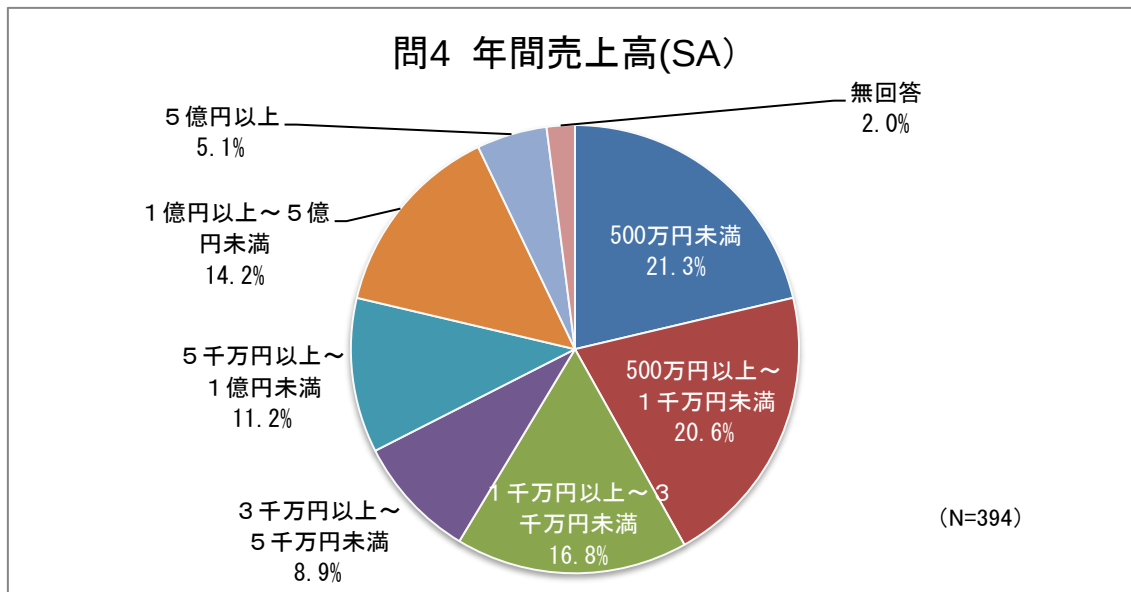
- ・回答事業所の業種で、最も多いのは「建設業」(20.8%)である。次いで「小売業」(17.8%)、「製造業」(16.2%)の順である。



カテゴリー	回答	割合 (%)
建設業	82	20.8
小売業	70	17.8
製造業	64	16.2
その他のサービス業	39	9.9
飲食業	35	8.9
農林水産業	23	5.8
生活関連サービス・娯楽業	18	4.6
宿泊業	12	3.0
卸売業	11	2.8
運輸・郵便業	9	2.3
教育・学習支援業	8	2.0
金融・保険業	2	0.5
不動産業	2	0.5
鉱業・採石業・砂利採取業	1	0.3
医療・福祉	0	0.0
その他	17	4.3
無回答	1	0.3
計	394	100.0

〈年間売上高〉

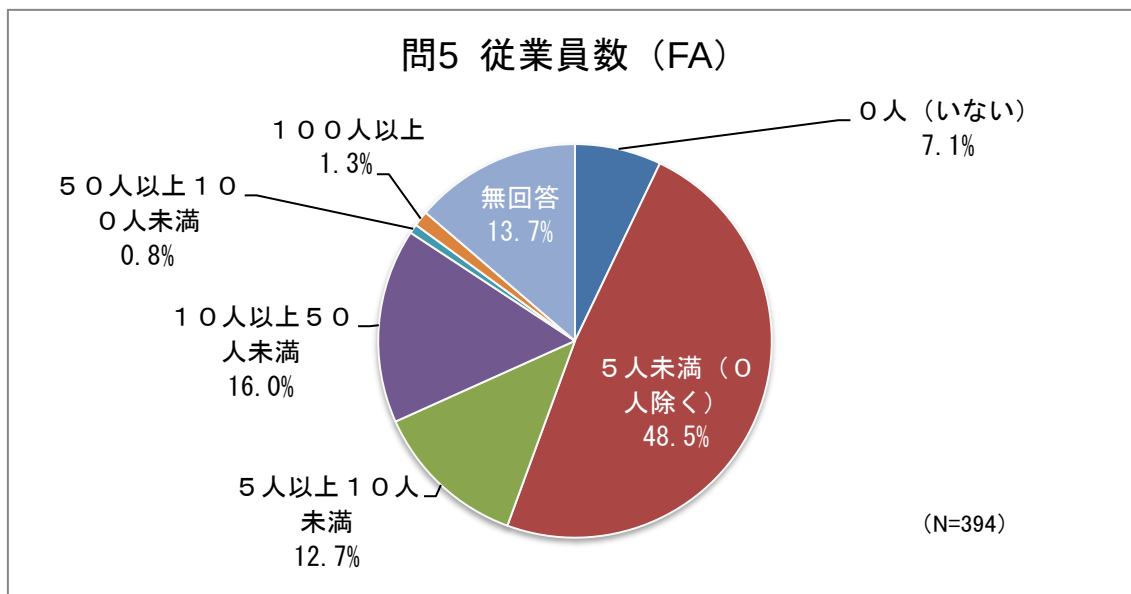
- 回答事業所の年間売上高で、最も多いのは「500 万円未満」(21.3%)である。次いで「500 万円以上～1 千万円未満」(20.6%)、「1 千万円以上～3 千万円未満」(16.8%)の順である。なお、年商 1 億円以上事業所も約 2 割 (19.3%) にのぼる。



カテゴリー	回答	割合 (%)
500万円未満	84	21.3
500万円以上～1千万円未満	81	20.6
1千万円以上～3千万円未満	66	16.8
3千万円以上～5千万円未満	35	8.9
5千万円以上～1億円未満	44	11.2
1億円以上～5億円未満	56	14.2
5億円以上	20	5.1
無回答	8	2.0
計	394	100.0

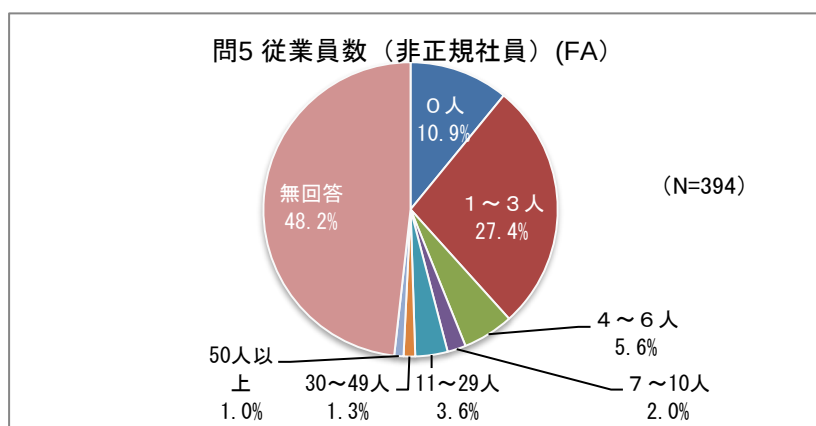
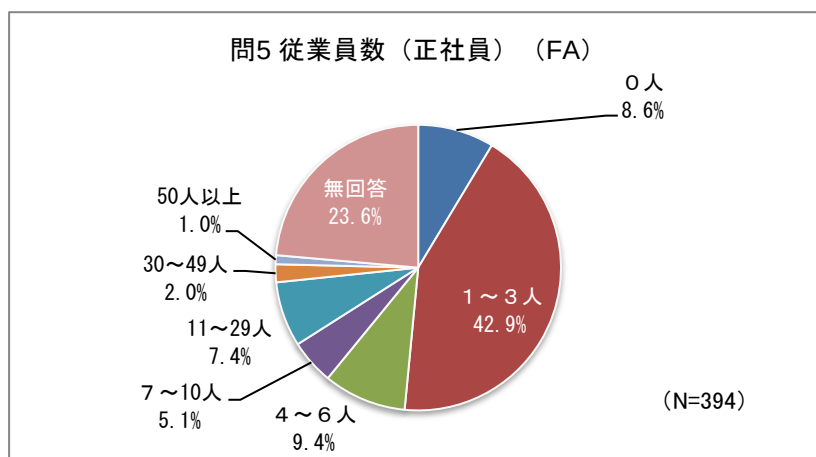
〈従業員数〉

- 回答事業所の従業員数（正社員＋非正規社員）で、最も多いのは「5人未満（0人除く）」（48.5%）である。次いで「10人以上50人未満」（16.0%）、「5人以上10人未満」（12.7%）の順である。平均は9.86人である。



カテゴリー	回答	割合 (%)
0人(いない)	28	7.1
5人未満(0人除く)	191	48.5
5人以上10人未満	50	12.7
10人以上50人未満	63	16.0
50人以上100人未満	3	0.8
100人以上	5	1.3
無回答	54	13.7
計	394	100

- ・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、正社員で、最も多いのは「1～3人」(42.9%)である。次いで「4～6人」(9.4%)、「0人」(8.6%)の順である。一方、非正規社員で、最も多いのは「1～3人」(27.4%)である。次いで「0人」(10.9%)、「4～6人」(5.6%)の順である。



正社員

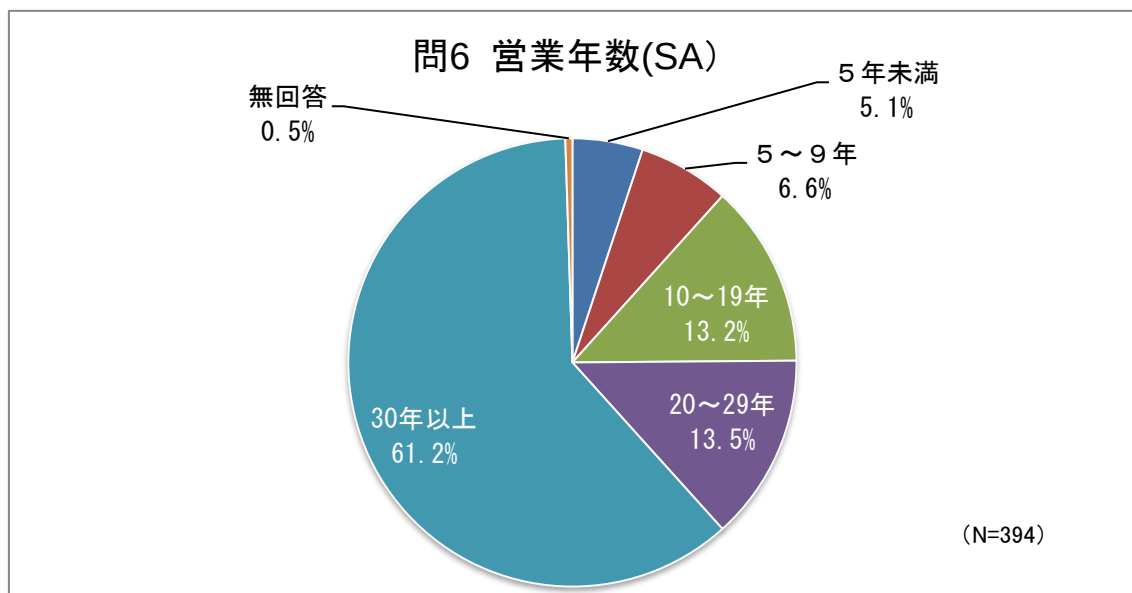
カテゴリー	回答	割合 (%)
0人	34	8.6
1～3人	169	42.9
4～6人	37	9.4
7～10人	20	5.1
11～29人	29	7.4
30～49人	8	2.0
50人以上	4	1.0
無回答	93	23.6
計	394	100.0

非正規社員

カテゴリー	回答	割合 (%)
0人	43	10.9
1～3人	108	27.4
4～6人	22	5.6
7～10人	8	2.0
11～29人	14	3.6
30～49人	5	1.3
50人以上	4	1.0
無回答	190	48.2
計	394	100.0

〈営業年数〉

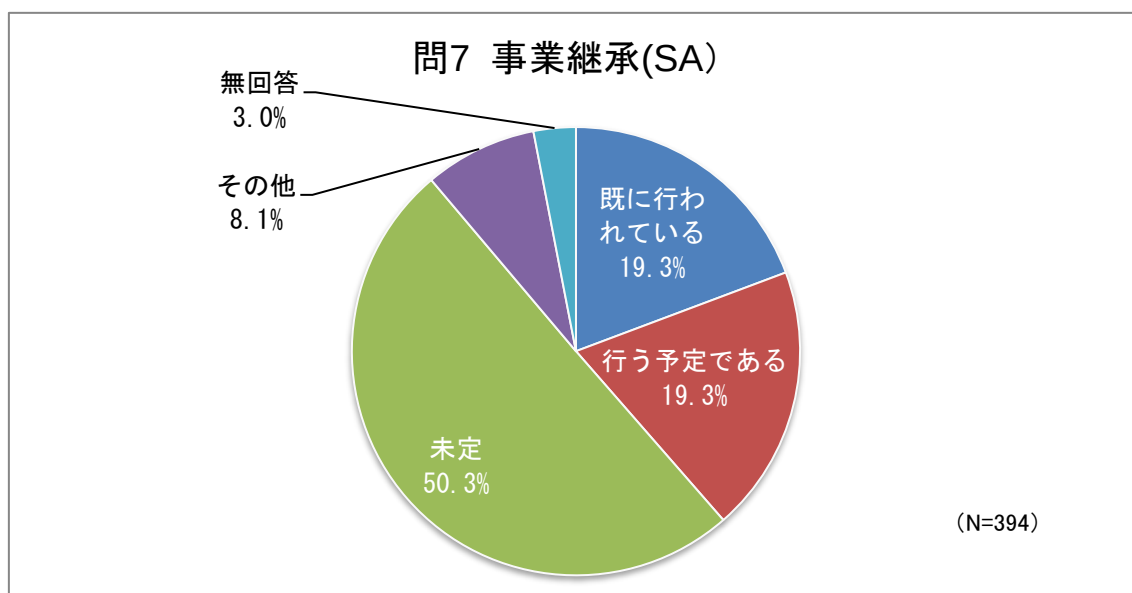
- ・回答事業所の営業年数で、最も多いのは「30 年以上」(61.2%)である。次いで「20～29 年」(13.5%)、「10～19 年」(13.2%)の順である。



カテゴリー	回答	割合 (%)
5 年未満	20	5.1
5 ～ 9 年	26	6.6
10～19年	52	13.2
20～29年	53	13.5
30年以上	241	61.2
無回答	2	0.5
計	394	100.0

〈事業承継〉

- ・回答事業所の事業承継で、最も多いのは「未定」(50.3%)である。次いで「既に行われている」(19.3%)、「行う予定である」(19.3%)の順である。



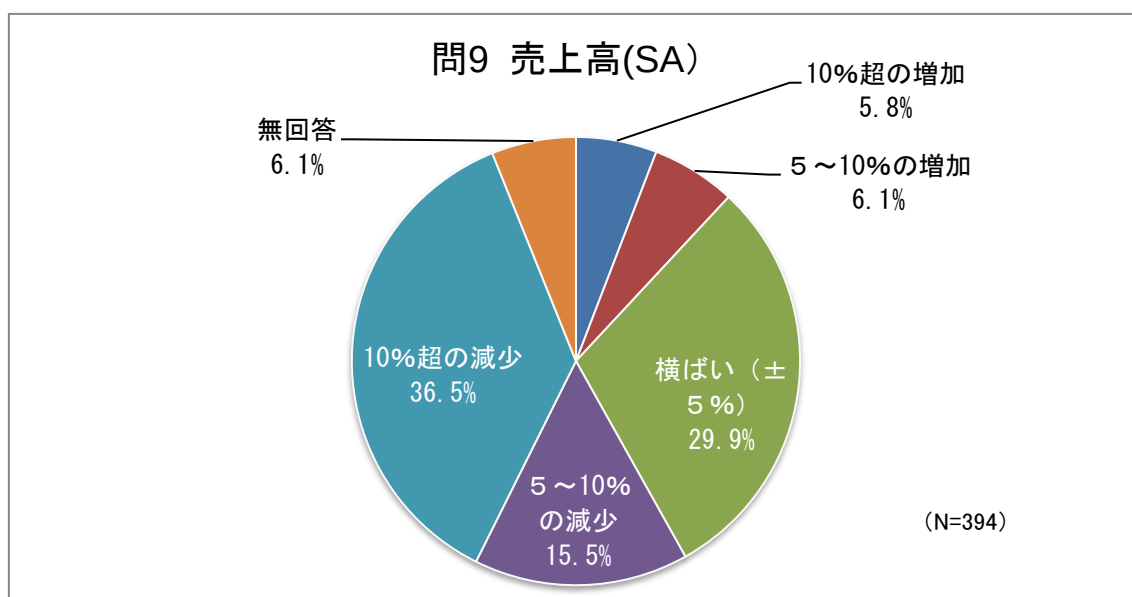
カテゴリー	回答	割合 (%)
既に行われている	76	19.3
行う予定である	76	19.3
未定	198	50.3
その他	32	8.1
無回答	12	3.0
計	394	100.0

◇事業所の経営について

〈感染拡大前と比較した、感染拡大後の状況について〉

(1) 売上高

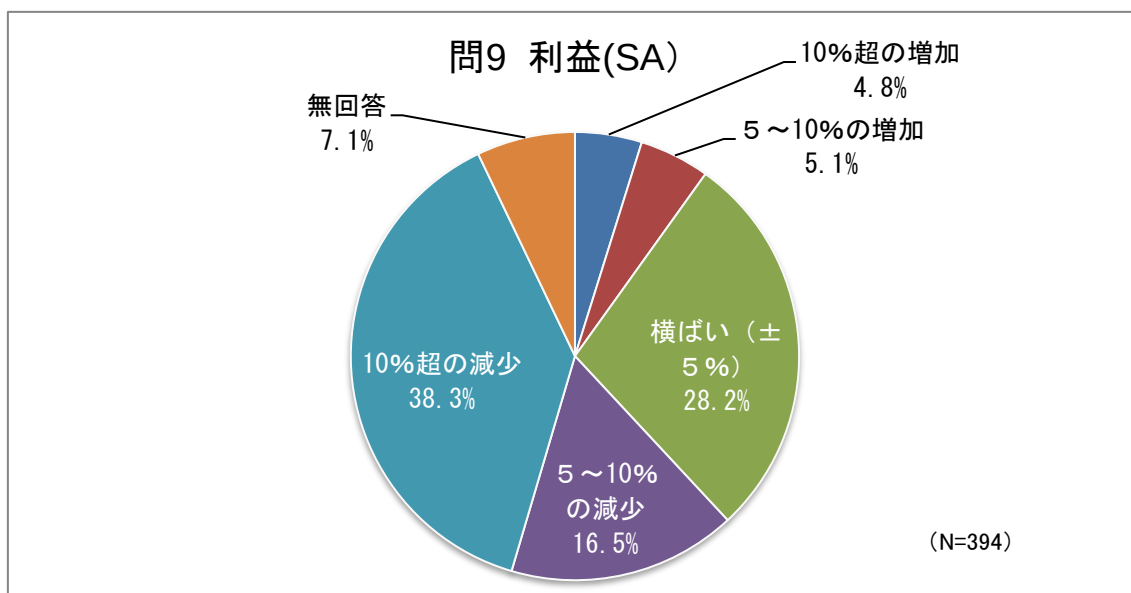
感染拡大前と比較した、感染拡大後の売上高で、最も多いのは「10%超の減少」(36.5%)である。次いで「横ばい(±5%)」(29.9%)、「5～10%の減少」(15.5%)の順である。



カテゴリー	回答	割合(%)
10%超の増加	23	5.8
5～10%の増加	24	6.1
横ばい(±5%)	118	29.9
5～10%の減少	61	15.5
10%超の減少	144	36.5
無回答	24	6.1
計	394	100.0

(2) 利益

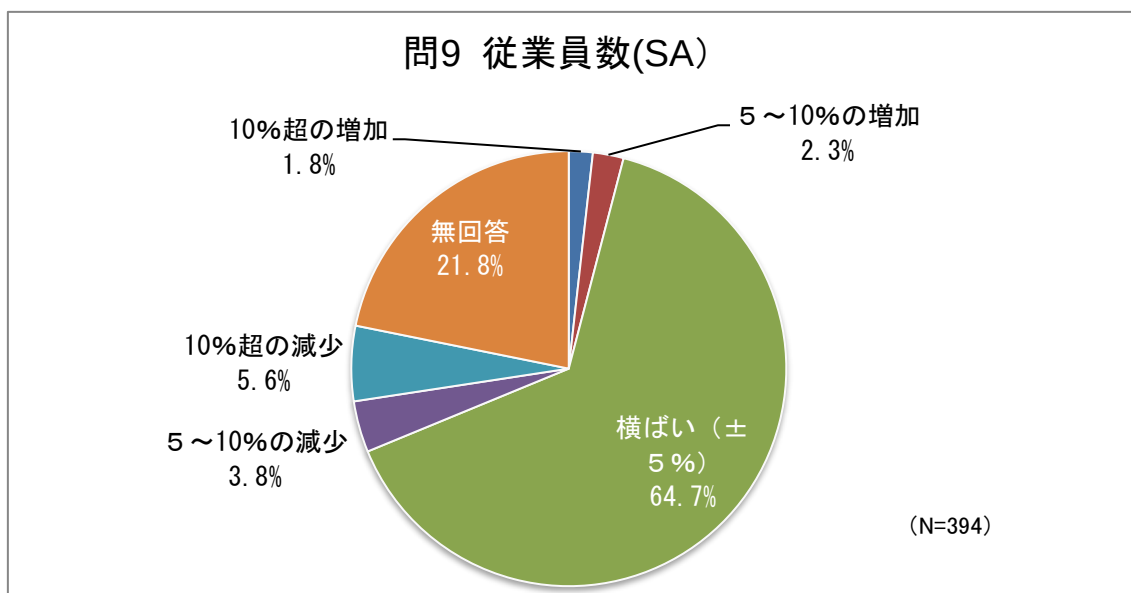
感染拡大前と比較した、感染拡大後の利益で、最も多いのは「10%超の減少」(38.3%)である。次いで「横ばい(±5%)」(28.2%)、「5～10%の減少」(16.5%)の順である。



カテゴリー	回答	割合 (%)
10%超の増加	19	4.8
5～10%の増加	20	5.1
横ばい(±5%)	111	28.2
5～10%の減少	65	16.5
10%超の減少	151	38.3
無回答	28	7.1
計	394	100.0

(3) 従業員数

感染拡大前と比較した、感染拡大後の従業員数で、最も多いのは「横ばい（±5%）」（64.7%）である。次いで「10%超の減少」（5.6%）、「5～10%の減少」（3.8%）の順である。

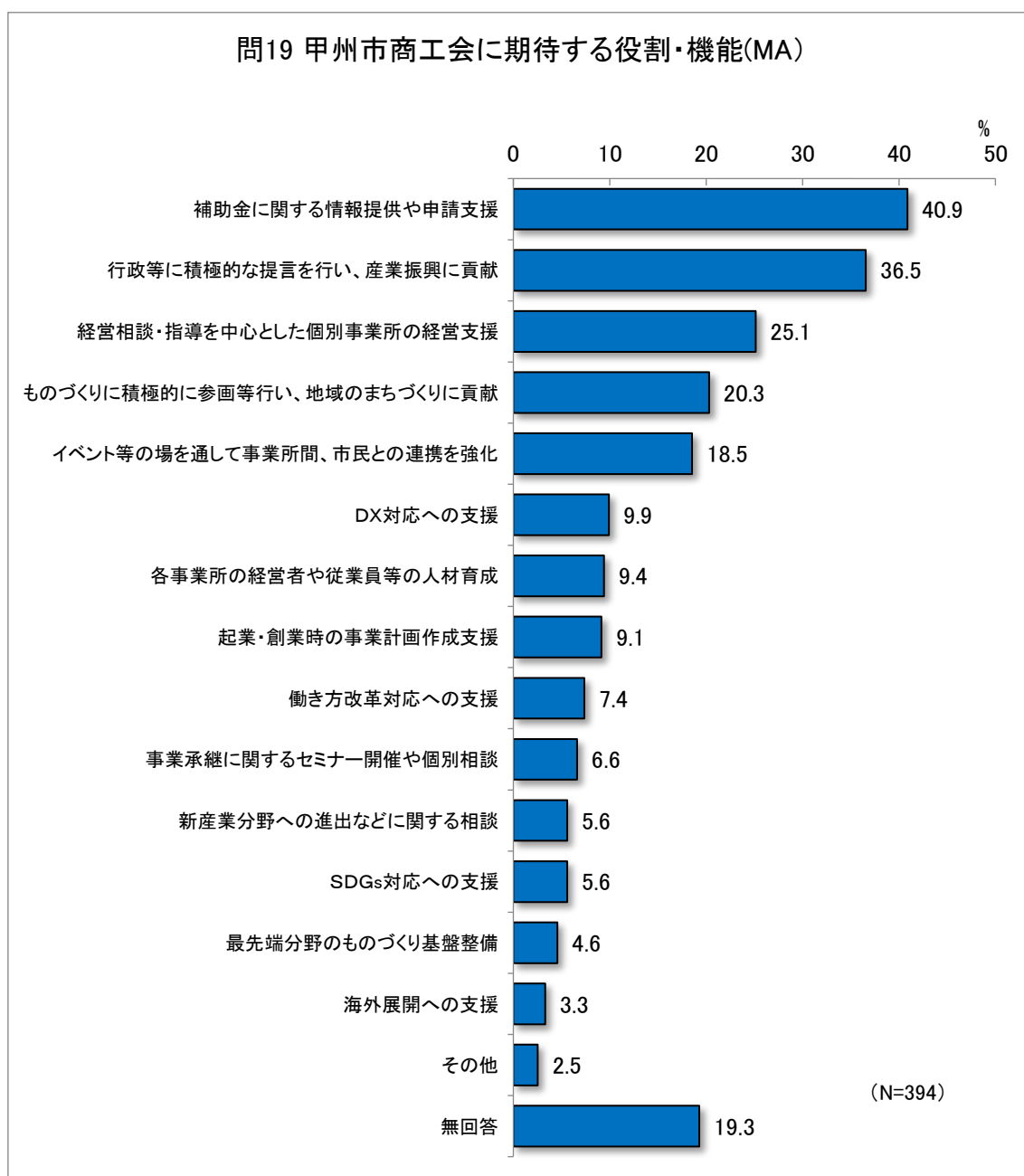


カテゴリー	回答	割合 (%)
10%超の増加	7	1.8
5～10%の増加	9	2.3
横ばい（±5%）	255	64.7
5～10%の減少	15	3.8
10%超の減少	22	5.6
無回答	86	21.8
計	394	100.0

◇甲州市の商工業振興について

〈甲州市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、最も多いのは「補助金に関する情報提供や申請支援」(40.9%)である。次いで「行政等に積極的な提言を行い、産業振興に貢献」(36.5%)、「経営相談・指導を中心とした個別事業所の経営支援」(25.1%)の順である。

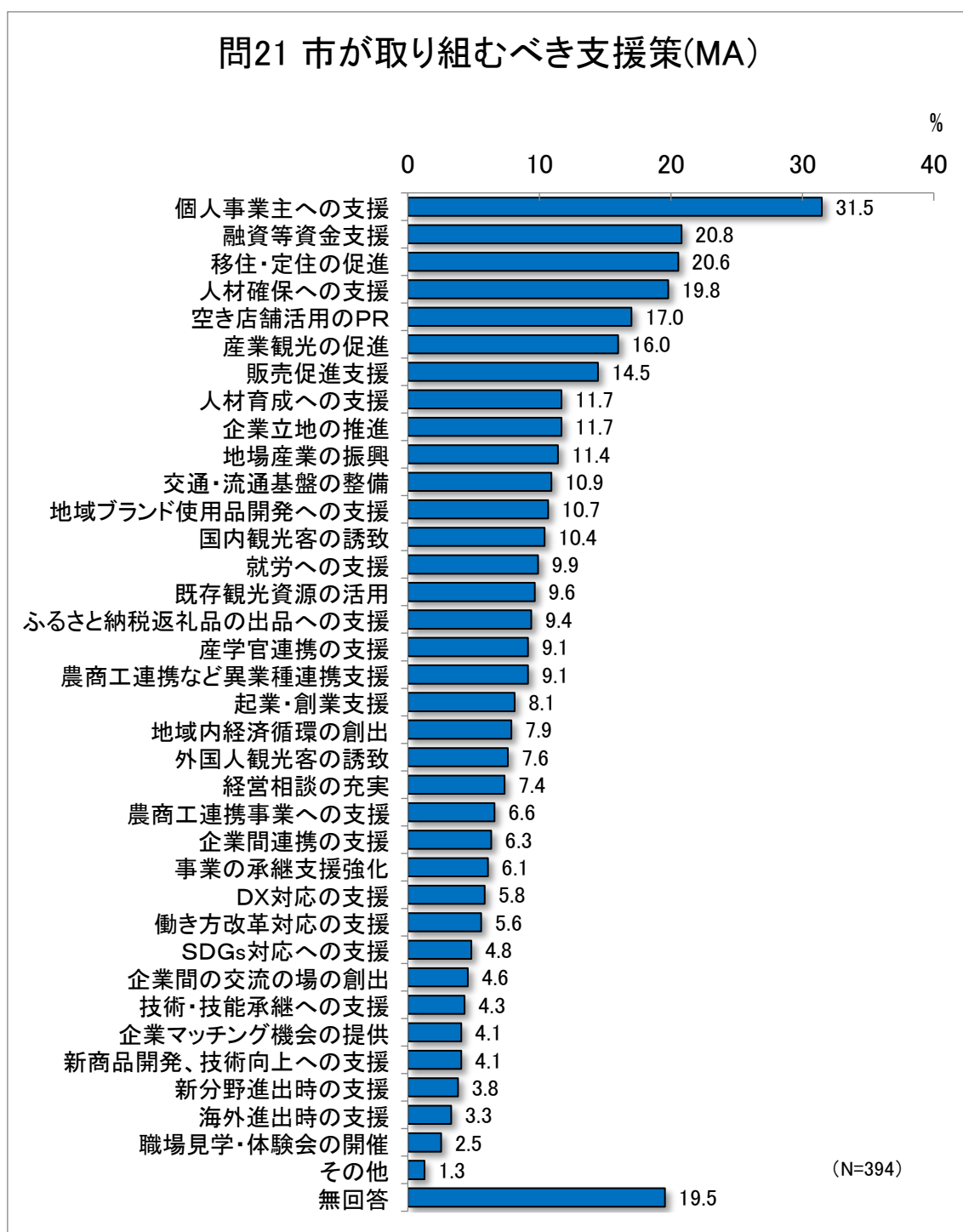


カテゴリー	回答	割合 (%)
補助金に関する情報提供や申請支援	161	40.9
行政等に積極的な提言を行い、産業振興に貢献	144	36.5
経営相談・指導を中心とした個別事業所の経営支援	99	25.1
ものづくりに積極的に参画等行い、地域のまちづくりに貢献	80	20.3
イベント等の場を通して事業所間、市民との連携を強化	73	18.5
D X対応への支援	39	9.9
各事業所の経営者や従業員等の人材育成	37	9.4
起業・創業時の事業計画作成支援	36	9.1
働き方改革対応への支援	29	7.4
事業承継に関するセミナー開催や個別相談	26	6.6
新産業分野への進出などに関する相談	22	5.6
S D G s対応への支援	22	5.6
最先端分野のものづくり基盤整備	18	4.6
海外展開への支援	13	3.3
その他	10	2.5
無回答	76	19.3
計	394	100.0

その他意見
何かあったら相談にいける安心感がある
設備の更新、建物の修理、建て替え等の補助金の紹介希望
スピード感を望む
現状に満足

〈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、最も多いのは「個人事業主への支援」(31.5%)である。次いで「融資等資金支援」(20.8%)、「移住・定住の促進」(20.6%)の順である。



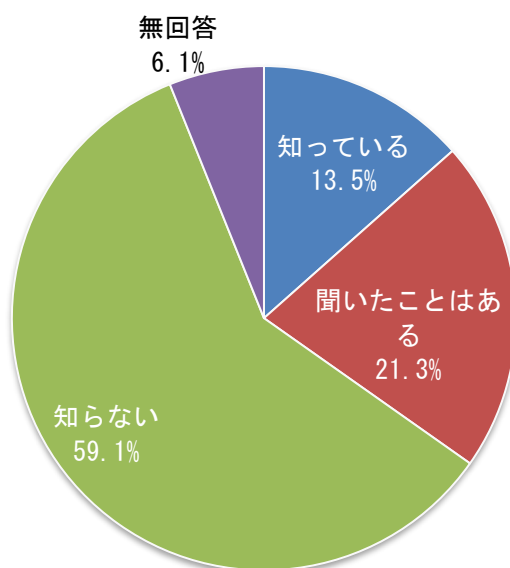
カテゴリー	回答	割合 (%)
個人事業主への支援	124	31.5
融資等資金支援	82	20.8
移住・定住の促進	81	20.6
人材確保への支援	78	19.8
空き店舗活用のPR	67	17.0
産業観光の促進	63	16.0
販売促進支援	57	14.5
人材育成への支援	46	11.7
企業立地の推進	46	11.7
地場産業の振興	45	11.4
交通・流通基盤の整備	43	10.9
地域ブランド使用品開発への支援	42	10.7
国内観光客の誘致	41	10.4
就労への支援	39	9.9
既存観光資源の活用	38	9.6
ふるさと納税返礼品の出品への支援	37	9.4
産学官連携の支援	36	9.1
農商工連携など異業種連携支援	36	9.1
起業・創業支援	32	8.1
地域内経済循環の創出	31	7.9
外国人観光客の誘致	30	7.6
経営相談の充実	29	7.4
農商工連携事業への支援	26	6.6
企業間連携の支援	25	6.3
事業の承継支援強化	24	6.1
DX対応の支援	23	5.8
働き方改革対応の支援	22	5.6
SDGs対応への支援	19	4.8
企業間の交流の場の創出	18	4.6
技術・技能承継への支援	17	4.3
企業マッチング機会の提供	16	4.1
新商品開発、技術向上への支援	16	4.1
新分野進出時の支援	15	3.8
海外進出時の支援	13	3.3
職場見学・体験会の開催	10	2.5
その他	5	1.3
無回答	77	19.5
計	394	100.0

その他意見
農福連携支援
原料不足への対応

〈農商工連携（6次産業化）についての認知度〉

- ・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 13.5%、「聞いたことはある」が 21.3%で、両者を合わせた認知度は 34.8%となっている。一方、「知らない」は 59.1%と約 6 割を占めている。

問22 農商工連携（6次産業化）についての認知度(SA)



(N=394)

カテゴリー	回答	割合 (%)
知っている	53	13.5
聞いたことはある	84	21.3
知らない	233	59.1
無回答	24	6.1
計	394	100.0

2. 調査結果に基づく今後の課題

これまで整理してきた現状及び経済環境に加え、今般実施したアンケート調査結果から見えてきた課題について整理したところ、以下のとおり5つに分類されました。

(1) 市内経済活性化に係る課題

- ◆製造業や小売業・卸売業における、事業所数、従業員数、製造品出荷額等の主要指標が減少基調で推移するなど、市内経済活動の中心となる商工業の機能が停滞している。
- ◆市内の経済活動を支える人口の減少や少子高齢社会の進展などにより、総体としてまちの活力が衰えている。
- ◆小規模事業者が多く、定期的な新卒採用が行われていない中、企業と求職者のマッチングの場が不足している。
- ◆市民や各事業所からの期待も高い、果樹・農林業や観光業と商工業との連携が一部にとどまっている。
- ◆社会生活が大きく変容する中、市内経済活動の活性化に向けた明確な目標・シナリオが必要である。
- ◆商工業の振興に不可欠な市民・事業者・市などの連携・協力体制の強化が必要である。

(2) 商業振興に係る課題

- ◆買物を市内で行う割合が高い中、郊外型の大規模小売店舗への依存が強まっており、市民の消費行動の変化から、個人商店や商店街の利用が停滞している。
- ◆コミュニティの場の不足から、交流人口と定住人口が伸び悩んでおり、地域の賑わいの低下につながっている。
- ◆高齢化が進み買物弱者が増加傾向、加えて、将来的な買物弱者になることへの不安が広がっている。
- ◆個人商店や商店街の魅力が市内外に伝わっていない。
- ◆地元の農産品や名産品を購入できる場が少ない。

(3) 産業振興に係る課題

- ◆製造業における事業所数、従業員数、製造品出荷額等の指標が減少基調で推移する中、閉塞感がみられる既存産業への振興施策が不足している。

- ◆地域の魅力の認識や、連携し活用する意識が不足している。
- ◆事業者の DX への取り組みが進んでいない。
- ◆市内の経済活動を支える人口の確保の向け、「働く場」と「定住」を備えた、まちづくりの実現が必要である。
- ◆製造業などの大型企業誘致は、用地の確保、道路、上下水道の整備などに経費負担がかかり、本市にとって大規模な工業用地の確保は困難な状況である。市の特性を踏まえた企業誘致の検討が必要である。

(4) 農商工連携並びに地域ブランド化に係る課題

- ◆果樹・農林業、ワイン産業など、本市の地域資源やブランド力を活かし商工業の更なる活性化が図れる施策の強化が必要である。
- ◆農業従事者の高齢化や担い手不足から、栽培面積や経営の維持が困難となりつつある。今後、安定した醸造用ブドウの確保が難しくなる可能性がある。
- ◆果樹・農林業者と商工業者がお互いの強みを生かして連携し新商品・サービスを開発する農商工連携への更なる取り組みが必要である。
- ◆世界農業遺産に認定された果樹栽培や、日本におけるワイン産業の発祥の地など、市内経済の活性化に有効な地域資源を有するも、それに対する市内外への PR の強化が必要である。

(5) 小規模事業者支援並びに雇用・就業に係る課題

- ◆資金面や人材不足に課題を抱える小規模事業者が多い中、その経営維持のためのリソース※を補う必要がある。
- ◆市内の経済活動を活性化させ、市内への定住促進を図るための雇用の場の創出が不足している。
- ◆将来的な労働力不足も想定される。女性や高齢者、障害者や外国人など多様な人材の活躍が期待されている中、その支援が必要である。
- ◆本市において、経営者の高齢化が進行している状況下、事業者アンケートで「後継者の確保・事業承継」を経営上の問題点としている事業者の割合が 12.4%となっており、事業承継への取り組みが急務となっている。

※リソース：「人」「モノ」「金」「情報」「時間や知的財産」などの経営資源。

第4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第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）の基本目標を踏まえ、本計画の基本方針を以下の通りに定める。

創意に満ちた活力ある産業のまちづくり

2. 計画の基本施策

計画の基本方針に基づく、目指すべきまちのすがた「創意に満ちた活力ある産業のまちづくり」を実現するため、本市の商工業振興に重要な以下の6つの基本施策を掲げます。

(1) 商工業活動の推進

人口減少や少子高齢社会の進展、郊外型店舗の進出により個人商店・商店街の賑わいが失われています。賑わいを創出するためには、個人商店・商店街の魅力向上に向けた取り組みなどが必要となります。また、地域資源の活用により、市内経済をけん引する時代に沿った新たな産業の創出を支援します。

(2) 商工業の経営基盤の強化

事業者ごとの規模や各ステージに適した支援策を実施していきます。特に小規模事業者は人材不足や資金調達面での脆弱さがみられる中、経済情勢の変化への対応力が低いことから、伴走型の支援を実施します。また、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。

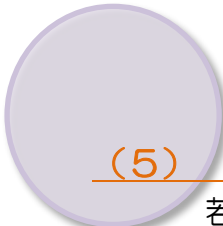
(3) 企業立地の促進

本市の特性や立地条件を生かした企業立地、企業誘致に努めます。国や県などの関係機関との連携を強化し、市内産業の育成を行います。



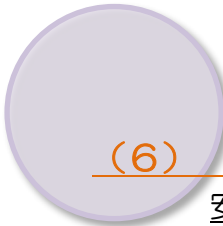
(4) ワインの品質向上とブランド化の推進

本市商工業の振興には、基幹産業の一つであるワイン産業の発展が不可欠となります。ワイン産業の継続的な発展には、原料のブドウの安定確保や PR 活動など幅広い取り組みが必要となります。市では関係機関と連携を図る中、その取り組みを進めて行きます。また、地域資源や知名度を複合的に活用した事業者の新たなチャレンジを支援することで、ブランド力の確立・強化を進めます。



(5) 雇用の促進

若者や女性、高齢者等や移住を求める人など多様な人材が活躍し、市内の経済活動の活性化が図れるよう、雇用の場の創出に取り組みます。

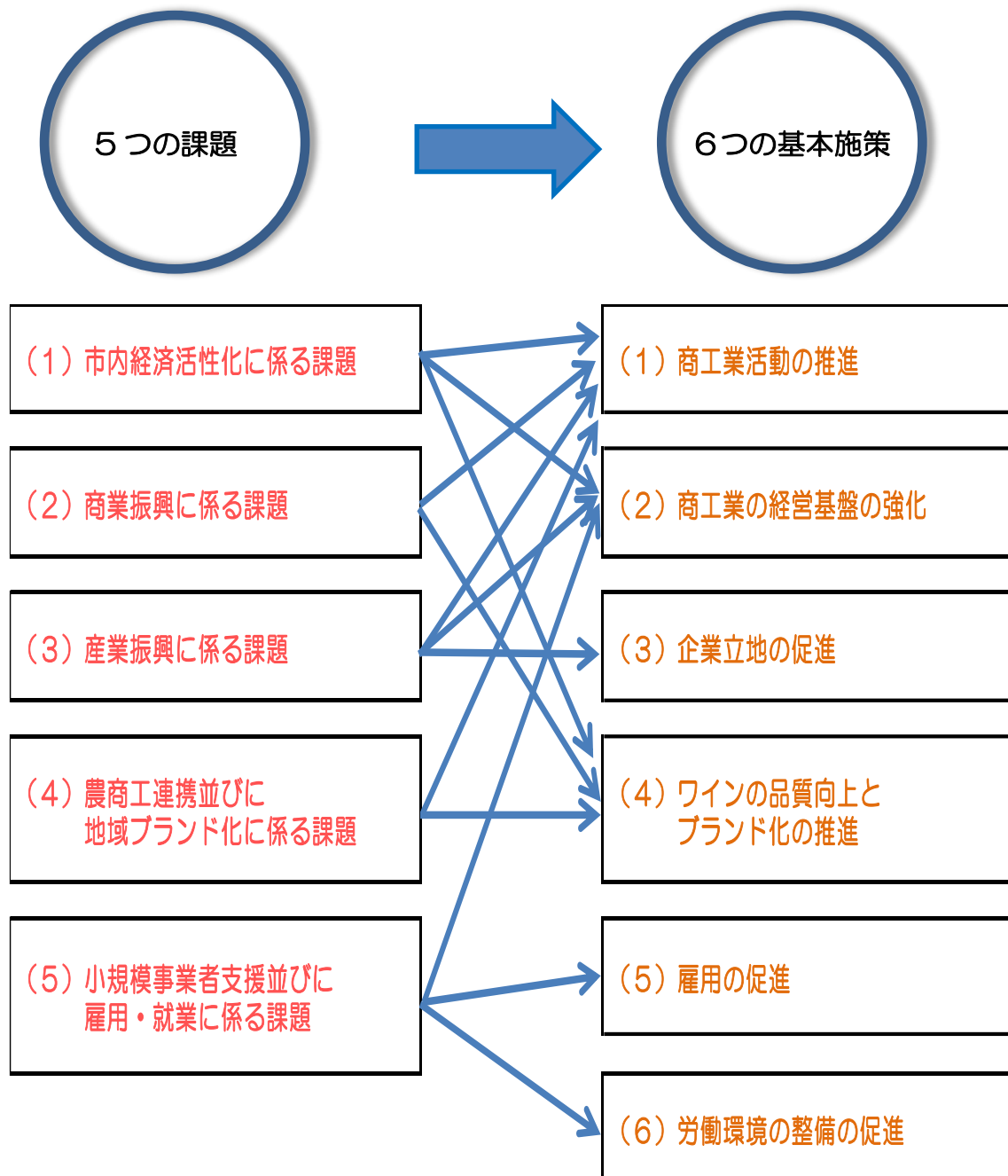


(6) 労働環境の整備の促進

安定した雇用の創出と拡大に向け、求職者の意欲と能力に
応える雇用環境を確保するほか、仕事と家庭を両立できる雇
用機会の提供とワークライフバランスに配慮した就労環境づ
くりの構築を支援します。

◆5つの課題と6つの基本施策との関連性

本市の課題と基本施策との関連性は以下の通りとなる。



第5章 施策の展開

1. 施策の体系

6つの基本施策を実現させるため、これに基づく以下の施策を展開します。

基本方針	基本施策	施策の展開
創意に満ちた活力ある産業のまちづくり	(1) 商工業活動の推進	① 創業および第2創業支援の充実 ② 6次産業化の推進 ③ 商店街空店舗活用事業の充実 ④ 地域に密着した商業の展開
	(2) 商工業の経営基盤の強化	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 事業承継支援の実施
	(3) 企業立地の促進	① 企業誘致の推進 ② 企業立地に関する助成制度の充実
	(4) ワインの品質向上とブランド化の推進	① 醸造用ブドウの質の向上と安定確保の推進 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・供給促進
	(5) 雇用の促進	① ハローワーク等との連携強化 ② 多様な産業人材の育成支援 ③ 就職説明会等開催支援の実施
	(6) 労働環境の整備の促進	① 女性・高齢者・障害者・外国人の活躍推進 ② 勤労者福祉事業の充実

2. 施策の展開

(1) 商工業活動の推進

人口減少や少子高齢社会の進展、郊外型店舗の進出により個人商店・商店街の賑わいが失われています。賑わいを創出するためには、個人商店・商店街の魅力向上に向けた取り組みなどが必要となります。また、地域資源の活用により、市内経済をけん引する時代に沿った新たな産業の創出を支援します。

◆関連するSDGs



①創業および第2創業支援の充実

市内事業者の多くが、依然として厳しい経営環境に置かれているなか、困難を乗り越える突破口となる経営革新や技術の高度化が求められ、新たな分野等への積極的な取り組みが重要となります。また、市内の経済を活性化する創業や第2創業※など、新しい産業の創出が図られるよう、個別の事業者に対し地域が一体となって様々な支援を行うことも重要です。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和4年度】	目標値 【令和10年度】	指標の 性質	計上分類
商工業振興事業による創業件数	4件	4件	維持	単年度値

※第2創業：事業者が既存事業と異なる新事業・新分野に進出すること

〈具体的施策〉

具体的施策	①ー１ 甲州市事業者支援連絡会の実施
事業主体	市
目的	創業希望者のための支援
概要	商工会、金融機関との連絡会議を行い、創業希望者へ多方面からの支援を実施する。

具体的施策	①ー２ 山梨県「スタートアップ事業」との連携強化
事業主体	市 関係機関
目的	創業希望者への支援
概要	山梨県では、有望なスタートアップの誘致及び創業並びに育成を図る事業を行っており、本市もこの動きに連携し、情報提供等に努める。

具体的施策	①ー３ 第２創業など経営の多角化に関する支援
事業主体	市 商工会
目的	地域の活性化に繋がる新たな産業の創出
概要	既存技術やサービス・ノウハウを活用した新事業、新分野進出や業態転換を図る第２創業、経営多角化を推進することで、市内事業者の活力の向上を促進する。

②６ 次産業化の推進

本市の基幹産業の一つである農業、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するなか発展してきました。しかしながら、担い手の高齢化等に伴い、遊休農地が拡大するなど農業を取り巻く課題も増加しています。

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・フルーツの存在価値を一層高めるため、関係機関がお互いに連携し、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、特産品化を目指します。また、農業関連の農泊事業、体験型農業など観

光事業と連携した6次産業化も推進します。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和4年度】	目標値 【令和10年度】	指標の 性質	計上分類
6次産業化参入事業者数	3事業者	6事業者	向上	累計値

〈具体的施策〉

具体的施策	②ー1 新商品の開発事業等の支援
事業主体	市 商工会
目的	地域との連携強化で、新しい地域資源となる新商品を創出する
概要	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・開発支援の実施を図る。

具体的施策	②ー2 6次産業化への支援
事業主体	市 商工会
目的	6次産業の取り組み増加
概要	やまなし農山村イノベーション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推進する。

③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物の場は、買物だけでなく安心・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。

個人店舗数の増加など商店街の活性化を図るため、創業者が新たな店

舗を開設する場合、「甲州市商店街空店舗対策費補助金」で改装費や賃借料について、費用の助成を行うなどの支援を行っていきます。

商業・金融施設等の立地圏域については、塩山駅周辺の商店街、勝沼ぶどう郷駅および甲斐大和駅付近のほか、塩山地域は塩山バイパス・市道下塩後 22 号線の幹線道路沿道、勝沼・大和地域は旧甲州街道と国道 411 号沿道をコアエリアとして考えます。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
商店街空店舗対策費 補助金利用者数	4 件	4 件	維持	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	③ー1 商店街空店舗対策費補助金の充実
事業主体	市 商工会
目的	商店街出店者の増加を図る
概要	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。

具体的施策	③ー2 チャレンジショップ事業への取り組み促進
事業主体	市 商工会
目的	新規出店者の増加を図る
概要	事業を始めようと考えている方、また新事業の展開を目指す方等に対して、低コストで出店できる店舗スペースを一定期間貸し出す。

④地域に密着した商業の展開

個店や商店街は、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。地域コミュニティの活性化のために、「甲州市およっちょい祭り」をはじめとする商工業振興関係のイベントの開催、店舗の特徴やこだわり、専門知識や技を伝える「まちゼミ」の開催支援など、魅力と活力のあるまちづくりを促進します。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 3 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
市内事業者数（卸・小売業）	291 事業者	330 事業者	向上	累計値 (経済センサス)

〈具体的施策〉

具体的施策	④ー1 地域に根ざした商品・サービスの充実
事業主体	市 商工会
目的	個店・商店街の魅力向上
概要	地域の多様な商品ニーズを踏まえた品揃えや買物弱者支援、コミュニケーションの場の提供など、個店・商店街の魅力向上に向け、商工会等関連機関と連携して推進する。

具体的施策	④ー2 商工業振興関連イベントの実施
事業主体	市 関係団体
目的	地域の魅力向上と活性化を図る
概要	「甲州市およっちょい祭り」や「かつぬまぶどうまつり」など各種イベントの実施や民間イベントのPRを行い、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、およっちょいぶらざ七里自主事業等の充実を図る。

具体的施策	④ー3 利便性の向上
事業主体	市 商工会
目的	地域課題への取り組み強化
概要	移動販売車等、買物環境の利便性の向上や中心地の賑わいづくりのため、交通資源の活用・整備に向け、関連機関と連携して推進する。

（２）商工業の経営基盤の強化

事業者ごとの規模や各ステージに適した支援策を実施していきます。
特に小規模事業者は人材不足や資金調達面での脆弱さがみられる中、経済情勢の変化への対応力が低いことから、伴走型の支援を実施します。
また、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。

◆関連する SDGs



①甲州市商工振興資金等制度融資の充実

近年の新型コロナウイルス感染症等の影響で、市内事業者の多くが、業績や資金面で厳しい経営環境に置かれています。特に、資金面に関しては、事業者アンケートのなかで、市が取り組むべき支援策として「融資等資金支援」が20.8%（第2位）と高位となっていることから、一層の支援を実施します。

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「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ていきます。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和4年度】	目標値 【令和10年度】	指標の 性質	計上分類
商工振興資金融資件数	19件	30件	向上	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	①ー1 金融機関との連携強化
事業主体	市 商工会 金融機関 関係機関
目的	事業者の資金的課題の解決が図れる
概要	「甲州市事業者支援連絡会」等により市内各金融機関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。

具体的施策	①ー2 甲州市商工振興資金の充実
事業主体	市 金融機関
目的	事業者の資金的課題の解決が図れる
概要	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。

②商工会等支援機関と連携した経営指導の充実

本市の事業者支援の中核的な存在に商工会があり、事業者が市商工会に期待する役割には、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。また、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実施しています。

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。

また、新型コロナウイルス感染症や、台風・地震など頻発かつ激甚化する自然災害の影響を受けた事業者の事業継続を可能とするため、BCP※の策定を促進することも必要となっています。

※BCP：事業継続計画と呼ばれ、企業が自然災害、大火災など緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段を取り決めておく計画。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
商工会会員数	859 名	927 名	向上	累計値

〈具体的施策〉

具体的施策	②ー1 事業者施策の普及
事業主体	市 商工会
目的	市内事業者の円滑な事業活動支援
概要	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。

具体的施策	②ー2 事業者の経営分析や事業計画の策定
事業主体	市 商工会
目的	市内事業者の円滑な事業活動支援
概要	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。

具体的施策	②ー3 地域資源を最大限に活用した地域活性化
事業主体	市 商工会
目的	地域経済の活性化、地域における資金循環
概要	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、観光・交流人口の増加を図ることにより、地域経済の活性化、地域における資金循環を目指す。

具体的施策	②ー4 BCP 作成支援の実施
事業主体	市 商工会
目的	災害等緊急事態への対応
概要	市内事業者が緊急事態における事業の継続や早期復旧を可能とするため BCP を策定する場合の支援を行う。

③小規模事業者への支援の充実

本市では、事業者の大半を小規模事業者が占めており、大企業に比べ経営基盤は脆弱な状況にあります。このため、生産性向上や販路拡大等を図るためのリソースが不足しているのが現状です。事業者アンケートのなかでも、市が取り組むべき支援策として「個人事業主への支援」が31.5%とトップになっています。このことを踏まえ継続した支援を実施します。

なお、消費者ニーズの高度化・多様化や新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、情報技術で事業モデルなどの変革を促す DX（デジタルトランスフォーメーション）が加速しており、小規模事業者も、その重要性が高まっています。その分野についても支援を実施します。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
小規模企業者持続化補助金 利用事業者数	10 事業者	10 事業者	維持	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	③ー1 DX への啓蒙
事業主体	市 商工会
目的	市内事業者の生産性向上
概要	キャッシュレス対応など業務の効率化やコスト削減に繋がるデジタル技術を導入し、将来的なビジネスモデルの創出のほか、新しい組織、事業への変革を促し、新たな企業の確立を図る事業者支援を推進する。

具体的施策	③ー2 小規模事業者の継続的な支援の実施
事業主体	市 商工会
目的	持続可能な事業展開に向け、継続的な支援の実施
概要	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、店舗と顧客との信頼関係の構築に努める。

④事業承継支援の実施

本市の経営者の高齢化が進展するなか、事業承継への取り組みが急務となっています。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12.4%ありました。

今後も円滑な事業継続が行えるように、各関係機関と連携するなか、対応を進めていきます。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和4年度】	目標値 【令和10年度】	指標の 性質	計上分類
事業承継相談件数	0件	2件	向上	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	④ー1 事業承継個別相談の実施
事業主体	市 商工会
目的	個別対応による円滑な事業承継の推進
概要	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を実施し、事業承継を促進する。

具体的施策	④ー2 連携した事業承継支援事業の実施
事業主体	市 関係機関
目的	円滑な事業承継の推進
概要	やまなし産業支援機構「事業承継・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に努める。

（３）企業立地の促進

本市の特性や立地条件を生かした企業立地、企業誘致に努めます。国や県などの関係機関との連携を強化し、市内産業の育成を行います。

◆関連する SDGs



①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 321 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しています。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、中小企業を含め市内産業が複合的に成長していくよう本市の立地条件に合った企業の誘致を推進します。また、新型コロナウイルス感染症の拡大以降テレワーク需要が拡大するなか、空店舗の活用や、サテライトオフィス※¹、レンタルオフィス※²、シェアオフィス※³ 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。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
企業誘致数	9 件	11 件	向上	累計値

※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。

〈具体的施策〉

具体的施策	①ー1 農村産業法による進出企業との連携強化
事業主体	市 商工会
目的	市内企業活動の活性化
概要	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。

具体的施策	①ー2 企業誘致の推進
事業主体	市
目的	進出企業の増加
概要	国、県と情報共有を図るなど、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する。

具体的施策	①ー3 サテライトオフィス等の活用推進
事業主体	市
目的	進出企業の増加
概要	空店舗や市の施設である「シェアオフィス甲州」等の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。

②企業立地に関する助成制度の充実

本市では、固定資産税の免除や奨励金などにより、積極的な企業誘致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。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
操業中の誘致企業数	7 社	9 社	向上	累計値

〈具体的施策〉

具体的施策	②ー1 進出企業に対する支援策の充実
事業主体	市
目的	企業が進出しやすい環境を作る
概要	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、市の基幹産業に適応した効果的な支援策を検討する。

(4) ワインの品質向上とブランド化の推進

本市商工業の振興には、基幹産業の一つであるワイン産業の発展が不可欠となります。ワイン産業の継続的な発展には、原料のブドウの安定確保や PR 活動など幅広い取り組みが必要となります。市では関係機関と連携を図る中、その取り組みを進めて行きます。また、地域資源や知名度を複合的に活用した事業者の新たなチャレンジを支援することで、ブランド力の確立・強化を進めます。

◆関連する SDGs



①醸造用ブドウの質の向上と安定確保の推進

本市の重要な産業であるワイン産業に関して、農業従事者の高齢化や担い手不足から、醸造用ブドウの確保が難しくなっています。ワイン産業の継続的な発展には、農業従事者の確保・育成を図りつつ、原材料であるブドウの安定供給のために、ぶどう生産者とワイナリーの信頼関係の構築、関係性の強化を図る必要があります。また、気候変動などの影響により、ワインの質の維持、向上が困難となる懸念もあります。

本市のワイン産業を、持続可能な産業として確立・発展させるため、市では関係機関と連携する中、その支援に努めていきます。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
醸造用甲州種ブドウ生産量	1,466t	1,500t	向上	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	①ー1 生産者と企業（農家とワイナリー）の情報交換の場所づくり
事業主体	市
目的	醸造用ブドウの安定確保
概要	生産者が抱える課題や企業が求めている原材料など、お互いを理解する場所を整え、信頼感を高めることで、本市の基幹産業であるワイン産業の維持・発展を図る。

具体的施策	①ー2 ワイン審査会等の充実
事業主体	市
目的	ワインの品質向上
概要	「甲州市原産地呼称ワイン審査会」や「甲州市ワイン品質審査会」のほか、民間のワイン審査会等を通して、ブランド化の促進と高品質のワインの増加を図る。

具体的施策	①ー3 醸造用ブドウの安定確保
事業主体	市
目的	醸造用ブドウの安定確保のため生産者との連携を図る
概要	生産者が原料ブドウを栽培する機運を高めるほか、情報提供等の生産者への積極的な支援を実施する。

具体的施策	①ー4 ワイン産業の発展に向けた連携強化
事業主体	市
目的	ワイン産業の発展のため他市町村など関係機関との連携を図る
概要	世界農業遺産認定を受けて、更なる知名度向上や拡販に向けた取り組みを進める。また、国・県・他市町村との連携も図っていく。

②ブランド化推進に向けた支援体制の充実

本市では、地域資源を活かした付加価値の高い商品・サービスなどの地域ブランドづくりに、市商工会を中心として、産学官金が連携して取り組んでいます。今後もこの取り組みを継続します。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
甲州市原産地呼称ワイン 認証品数	10 種	50 種	向上	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	②ー1 試作品開発のための専門家派遣等の実施
事業主体	市 商工会
目的	地域ブランド化の開発推進
概要	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。

具体的施策	②ー2 世界農業遺産認定を活かしたブランド化の促進
事業主体	市 商工会
目的	地域ブランド化の促進
概要	世界農業遺産認定や日本遺産を活用し、既存の農産物や加工品、観光資源等を国内外に発信し、その認知度向上やイメージアップを図ることで、新たな価値をもつ商品・サービスの創出を促進する。

③ブランド化商品の販売・供給促進

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。

今後も、更なる地域ブランド化の推進・定着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、他地域との差

別化を図った「甲州市ブランド」の発信やKOJによるプロモーション活動により、新たな商業活動の展開を図ります。

また、外国人旅行者が戻りつつあり、インバウンド需要が高まるなか、更なる取り込みを図るため、環境整備に取り組む事業者を支援します。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
ワイン販売本数（ぶどうの丘）	132,309 本	135,000 本	向上	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	③ー1 地域ブランド拡販への取組強化
事業主体	市 商工会
目的	地域ブランドの拡販と観光プロモーションとの連携
概要	販路開拓に向けたノウハウの取得機会や市場の動向に関する情報提供などの支援のほか、情報発信やプロモーション活動を行う。

具体的施策	③ー2 インバウンド受け入れ態勢の整備
事業主体	市
目的	インバウンド需要の取り込み
概要	外国人観光客に向け、効果的な情報発信を行うとともに、充実した環境下で外国人観光客が快適に滞在できるように、国際化に対応した受け入れ態勢の整備を行う。

（５）雇用の促進

若者や女性、高齢者等や移住を求める人など多様な人材が活躍し、市内の経済活動の活性化が図れるよう、雇用の場の創出に取り組みます。

◆関連する SDGs



①ハローワーク等との連携強化

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。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和４年度】	目標値 【令和１０年度】	指標の 性質	計上分類
国・県などの雇用関連事業の 認定事業者数	１事業者	３事業者	向上	累計値

〈具体的施策〉

具体的施策	①ー１ 労務セミナーの実施
事業主体	市 ハローワーク塩山
目的	雇用拡大に向けた取り組み強化
概要	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。

具体的施策	①ー2 雇用関係助成金の充実
事業主体	市 ハローワーク塩山
目的	雇用拡大に向けた情報提供
概要	国、県などの雇用関係助成金や、「山梨えるみん」※1、「えるぼし」※2、「ユースエール」※3などの認定取得に取り組む事業者に向けて、情報の提供や認定取得へのサポートを実施する。

②多様な産業人材の育成支援

昨今の急激な経営環境の変化により、事業者は経営手法の見直しや変革に取り組むことが求められており、この取り組みを進めるには「多様な産業人材」が必要となります。一方で、その人材の獲得、育成には、市内事業者にとってハードルが高いものとなっています。そのため、本市では、従業員のリスキリング※4や専門知識を有する人材の確保に取り組む事業者の支援を行います。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和3年度】	目標値 【令和10年度】	指標の 性質	計上分類
市内事業所従業員数	9,556 人	10,000 人	向上	累計値 (経済センサス)

※1 山梨えるみん：女性活躍社会に向け、職場環境の整備等に積極的に取り組む企業を山梨県が独自に認定する制度。

※2 えるぼし：女性の活躍に関する取り組みの実施状況が優良な企業を国が認定する制度。

※3 ユースエール：若者の採用・育成に積極的で、若者の雇用管理の状況が優良な企業を国が認定する制度。

※4 リスキリング：新しい知識やスキルを学ぶこと。

〈具体的施策〉

具体的施策	②ー1 リスキリング推進事業者への支援
事業主体	市 関係機関
目的	事業者の人材活用の支援
概要	事業者内の限られた人材を有効に活用し、業務の効率化や新規事業の創出等を図ることを目的にリスキリングを推進する事業者に対し、関係機関と連携し、その活動を支援する。

具体的施策	②ー2 移住希望者を対象とした就業支援の実施
事業主体	市
目的	人手不足対策と地域の活性化
概要	県・市外居住者の移住を促進するため、市内事業者情報の発信や各事業者の求人サイトの構築・拡充に向けた支援等を行い、本市の商工業の発展を担う人材の確保に取り組む。

③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います。今後もハローワーク塩山や県・近隣市町村等と連携・協力するなか、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。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和4年度】	目標値 【令和10年度】	指標の 性質	計上分類
就職フェア参加事業者数	0社	5社	向上	単年度値

〈具体的施策〉

具体的施策	③ー1 県内就職説明会への参加促進
事業主体	市 ハローワーク塩山
目的	市内、県内への就職率アップ
概要	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。

具体的施策	③ー2 就職フェア開催
事業主体	市
目的	市内、県内への就職率アップ
概要	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。

（６）労働環境の整備の促進

安定した雇用の創出と拡大に向け、求職者の意欲と能力に応える雇用環境を確保するほか、仕事と家庭を両立できる雇用機会の提供とワークライフバランスに配慮した就労環境づくりの構築を支援します。

◆関連するSDGs



①女性・高齢者・障害者・外国人の活躍推進

今後、生産年齢人口の減少が見込まれるなか、離職者の早期再就職や企業の人材確保の支援を行うとともに、女性、高齢者、障害者、外国人など労働意欲を持つ誰もが、その意欲と能力に応じて働くことのできる雇用環境の整備を支援します。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和２年度】	目標値 【令和１０年度】	指標の 性質	計上分類
女性労働力率	53.6%	54.0%	向上	累計値 (国勢調査)

〈具体的施策〉

具体的施策	①ー１ 人材受入体制の整備
事業主体	市
目的	市内事業者の雇用環境の整備
概要	少子化・高齢化が進み、将来的な人手不足が懸念されるなか、事業者はテレワークや短時間労働、フレックスタイム制※や副業・兼業など、多様な働き方への対応が求められている。これに取り組む事業者支援の実施を図る。

※フレックスタイム制：一定期間についてあらかじめ定められた総労働時間があり、その範囲内で働く時間を労働者自身が自由に決めることができる制度。

具体的施策	①ー2 女性や高齢者の活躍支援
事業主体	市
目的	市内事業者への女性や高齢者の就職支援
概要	女性や高齢者の雇用を促進するため、雇用環境の整備を進める。

具体的施策	①ー3 障害者の活躍支援
事業主体	市
目的	市内事業者への障害者の就職支援
概要	障害者の自立と経済活動への参加を促進するため、様々な就労相談の場等を通じて、一人ひとりの特性に配慮した就労支援を行う。

具体的施策	①ー4 外国人の活躍支援
事業主体	市
目的	市内事業者への外国人の就職支援
概要	外国人労働者の就職を促進するため、就労環境や生活環境の整備、充実に向けた対応を検討する。

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お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。

〈目標指標〉

指標名	実績値 【令和 4 年度】	目標値 【令和 10 年度】	指標の 性質	計上分類
労務改善協議会会員数	34 社	40 社	向上	累計値

〈具体的施策〉

具体的施策	②ー1 甲州市中小企業労務改善協議会の活動の充実
事業主体	市 甲州市労務改善協議会
目的	労働環境の改善
概要	市内 34 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拡充し、会員の確保を図るとともに、永年勤続優良従業員表彰イベントや異業種交流イベント等の充実を図る。

具体的施策	②ー2 働き方改革の実施支援
事業主体	市 商工会
目的	市内勤労者の勤労意欲向上
概要	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。

具体的施策	②ー3 市内勤労者への福利厚生サービスの充実
事業主体	市
目的	市内勤労者の福利厚生を促進する
概要	市内企業、事業所で働く方の福利厚生を促進するため、市民保養所の利用料金の助成や、勤労者向け教養講座の開設を行う。

◆具体的施策の全体像

(1) 商工業活動の推進	具体的施策
① 創業および第2創業支援の充実	①-1 甲州市事業者支援連絡会の実施 ①-2 山梨県「スタートアップ事業」との連携強化 ①-3 第2創業など経営の多角化に関する支援
② 6次産業化の推進	②-1 新商品の開発事業等の支援 ②-2 6次産業化への支援
③ 商店街空店舗活用事業の充実	③-1 商店街空店舗対策費補助金の充実 ③-2 チャレンジショップ事業への取り組み促進
④ 地域に密着した商業の展開	④-1 地域に根ざした商品・サービスの充実 ④-2 商工業振興関連イベントの実施 ④-3 利便性の向上
(2) 商工業の経営基盤の強化	具体的施策
① 甲州市商工振興資金等制度融資の充実	①-1 金融機関との連携強化 ①-2 甲州市商工振興資金の充実
② 商工会等支援機関と連携した経営指導の充実	②-1 事業者施策の普及 ②-2 事業者の経営分析や事業計画の策定 ②-3 地域資源を最大限に活用した地域活性化 ②-4 BCP作成支援の実施
③ 小規模事業者への支援の充実	③-1 DXへの啓蒙 ③-2 小規模事業者の継続的な支援の実施
④ 事業承継支援の実施	④-1 事業承継個別相談の実施 ④-2 連携した事業承継支援事業の実施
(3) 企業立地の促進	具体的施策
① 企業誘致の推進	①-1 農村産業法による進出企業との連携強化 ①-2 企業誘致の推進 ①-3 サテライトオフィス等の活用推進
② 企業立地に関する助成制度の充実	②-1 進出企業に対する支援策の充実
(4) ワインの品質向上とブランド化の推進	具体的施策
① 醸造用ブドウの質の向上と安定確保の推進	①-1 生産者と企業（農家とワイナリー）の情報交換の場所づくり ①-2 ワイン審査会等の充実 ①-3 醸造用ブドウの安定確保 ①-4 ワイン産業の発展に向けた連携強化
② ブランド化推進に向けた支援体制の充実	②-1 試作品開発のための専門家派遣等の実施 ②-2 世界農業遺産認定を活かしたブランド化の促進
③ ブランド化商品の販売・供給促進	③-1 地域ブランド拡販への取組強化 ③-2 インバウンド受け入れ態勢の整備
(5) 雇用の促進	具体的施策
① ハローワーク等との連携強化	①-1 労務セミナーの実施 ①-2 雇用関係助成金の充実
② 多様な産業人材の育成支援	②-1 リスキング推進事業者への支援 ②-2 移住希望者を対象とした就業支援の実施
③ 就職説明会等開催支援の実施	③-1 県内就職説明会への参加促進 ③-2 就職フェア開催
(6) 労働環境の整備の促進	具体的施策
① 女性・高齢者・障害者・外国人の活躍推進	①-1 人材受入体制の整備 ①-2 女性や高齢者の活躍支援 ①-3 障害者の活躍支援 ①-4 外国人の活躍支援
② 勤労者福祉事業の充実	②-1 甲州市中小企業労務改善協議会の活動の充実 ②-2 働き方改革の実施支援 ②-3 市内勤労者への福利厚生サービスの充実

◆目標指標一覧

(1) 商工業活動の推進	指標名	実績値	目標値	指標の性質	計上分類
① 創業および第2創業支援の充実	商工業振興事業による創業件数	4件	4件	維持	単年度値
② 6次産業化の推進	6次産業化参入事業者数	3事業者	6事業者	向上	累計値
③ 商店街空店舗活用事業の充実	商店街空店舗対策費補助金利用者数	4件	4件	維持	単年度値
④ 地域に密着した商業の展開	市内事業者数（卸・小売業）	291事業者	330事業者	向上	累計値（経済センサス）
(2) 商工業の経営基盤の強化	指標名	実績値	目標値	指標の性質	計上分類
① 甲州市商工振興資金等制度融資の充実	商工振興資金融資件数	19件	30件	向上	単年度値
② 商工会等支援機関と連携した経営指導の充実	商工会会員数	859名	927名	向上	累計値
③ 小規模事業者への支援の充実	小規模企業者持続化補助金利用事業者数	10事業者	10事業者	維持	単年度値
④ 事業承継支援の実施	事業承継相談件数	0件	2件	向上	単年度値
(3) 企業立地の促進	指標名	実績値	目標値	指標の性質	計上分類
① 企業誘致の推進	企業誘致数	9社	11社	向上	累計値
② 企業立地に関する助成制度の充実	操業中の誘致企業数	7社	9社	向上	累計値
(4) ワインの品質向上とブランド化の推進	指標名	実績値	目標値	指標の性質	計上分類
① 醸造用ブドウの質の向上と安定確保の推進	醸造用甲州種ブドウ生産量	1,466t	1,500t	向上	単年度値
② ブランド化推進に向けた支援体制の充実	甲州市原産地呼称ワイン認証品数	10種	50種	向上	単年度値
③ ブランド化商品の販売・供給促進	ワイン販売本数（ぶどうの丘）	132,309本	135,000本	向上	単年度値
(5) 雇用の促進	指標名	実績値	目標値	指標の性質	計上分類
① ハローワーク等との連携強化	国・県などの雇用関連事業の認定事業者数	1事業者	3事業者	向上	累計値
② 多様な産業人材の育成支援	市内事業所従業員数	9,556人	10,000人	向上	累計値（経済センサス）
③ 就職説明会等開催支援の実施	就職フェア参加事業者数	0社	5社	向上	単年度値
(6) 労働環境の整備の促進	指標名	実績値	目標値	指標の性質	計上分類
① 女性・高齢者・障害者・外国人の活躍推進	女性労働力率	53.6%	54.0%	向上	累計値（国勢調査）
② 勤労者福祉事業の充実	労務改善協議会会員数	34社	40社	向上	累計値

第6章 計画の推進に向けて

1. 計画の推進体制

人口減少・少子高齢化に伴う労働人口の減少が顕著となるとともに、社会経済環境の変化のスピードがますます加速することが想定されるなか、地域経済の活性化を実現するには、優先して進めるべき取り組みを抽出・統合しながら、民間と行政が連携し、各主体がそれぞれの業務のなかで、施策を推進してまいります。

本計画は、計画の主体である市が、国、県、商工団体、関係支援機関、金融機関などと連携し、取り組んでいきます。

計画の実施にあたっては、課題の把握に努め、市と全てのステークホルダー※が相互に情報共有しながら、問題解決の方策を検討し、推進していきます。

※ステークホルダー：利害関係者。

2. 計画の管理体制

(1) PDCA サイクル

本計画の進捗管理にあたっては、管理手法の基本的な考え方である「PDCA サイクル」を取り入れ、Plan（計画）→Do（実施）→Check（検証）→Action（改善）を繰り返し行っていくことで、本計画を効果的かつ効率的に推進していきます。

評価の結果を出しやすく、かつ、わかりやすくすることを目的として、目標指標を設定しています。年度ごとに具体的施策の実施状況等を確認しPDCA サイクルにより施策の見直しを行います。

◆PDCA サイクル



(2) スパイラルアップ

①実施主体による検証

年度ごとに、具体的施策の実施状況について点検し、施策の見直しや事業内容の修正を行っていきます。

②甲州市商工業振興計画推進連絡会議による評価

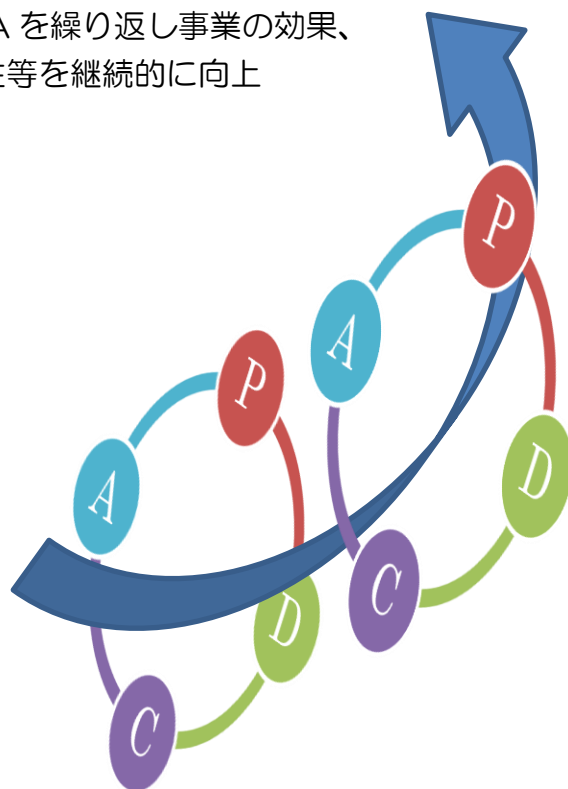
計画の中間年度等において、実施主体による検証を基に具体的施策の実施状況について審議し、評価します。

③進捗状況の公表

市の商工業振興の状況、具体的施策の実施状況や甲州市商工業振興計画推進連絡会議による評価について公表します。

◆スパイラルアップ

PDCA を繰り返し事業の効果、効率性等を継続的に向上



第 2 次甲州市商工業振興計画

資料編

【目 次】



《資料 1》 第2次甲州市商工業振興計画策定の経過・・・・・・・・・・1

《資料 2》 第2次甲州市商工業振興計画策定委員会 委員名簿・・・・・・・・・・2

《資料1》

第2次甲州市商工業振興計画策定の経過

令和5年 6月20日 事業者アンケート実施（7月3日まで）
消費者アンケート実施（7月3日まで）

8月28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
- ・計画の骨子について説明
- ・アンケート調査結果の説明

10月 2日 策定庁内幹事会
・商工業振興計画 素案について

10月10日 第2回策定委員会
・商工業振興計画の素案の説明

11月17日 策定ワーキンググループ
・商工業振興計画 素案について

12月20日 策定庁内幹事会

- ・商工業振興計画 素案の修正について

12月22日 策定ワーキンググループ
・商工業振興計画 素案の修正について

12月22日 第3回策定委員会（書面開催）
・商工業振興計画の素案について

令和6年 2月 1日 パブリックコメント実施（2月14日まで）

2月28日 第4回策定委員会

- ・パブリックコメント実施等による変更点の説明
- ・商工業振興計画（案）の説明

3月 8日 市長への答申

《資料2》

第2次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	佐 藤 文 昭	山梨県立大学特任教授
2	副委員長	平 山 安 年	甲州市労務改善協議会 会長
3	委 員	内 田 裕 之	市内企業代表
4	委 員	向 山 忍	塩山料理飲食業組合 組合長
5	委 員	林 徳 子	一般公募
6	委 員	菊 島 直 紀	甲州市青年会議所 理事長
7	委 員	大久保 親 雄	甲州市商工会 局長
8	委 員	鹿 野 和 幸	塩山公共職業安定所 所長
9	委 員	大 鷹 浩 二	JA フルーツ山梨販売部 部長
10	委 員	今 村 英 香	甲州市観光協会 会長
11	委 員	浅 川 賢	山梨中央銀行塩山支店 副支店長
12	委 員	藤 原 範 夫	中小企業診断士

