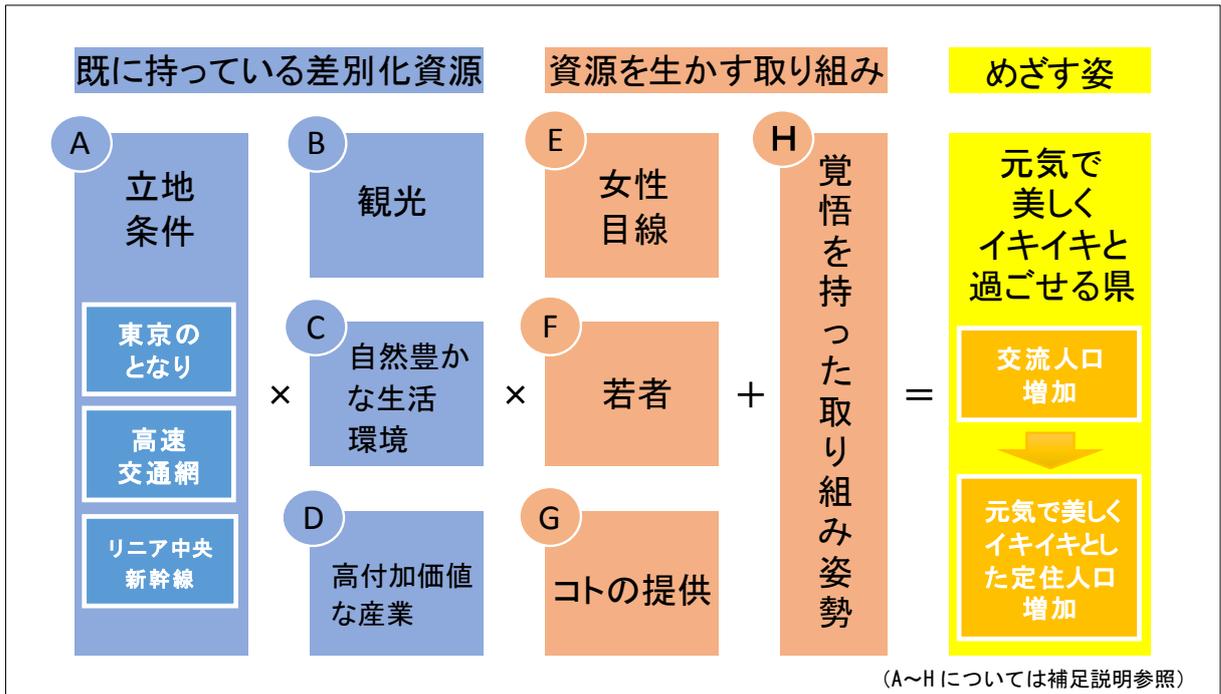


「20年後の山梨をどうするか」中間的整理  
—— リニア中央新幹線の開通後を展望して



### 1. 本稿の目的

- 本稿は、リニア中央新幹線開業後の山梨県が目指すべき姿について、平成26年1月以来11回に亘って行われた新DCTP委員会の議論を踏まえて中間的に整理したものである。
- 山梨県が目指すべき姿を示すにあたって、山梨県の強みやそれを活かす取り組みを整理して示すことにより（上記の図）、県民一人ひとりが「今、自分にできることを考えるための道しるべ」として、意識を合わせて第一歩を踏み出すことを目的としている。
- 切りの良いところで「20年後」とするが、人の動きを大きく変える可能性があるリニア中央新幹線だけに、各種対応のために残された時間は決して多くない。
- 今後は、4. に記述した施策例に関して、特に民間の立場で考えられる施策の例については提言だけに止まらずに実際にアクションを起こしていける取組みとするよう、議論を行い、発信に向けた検討を行っていく。

## 2. 基本的な考え方

- 総花的な取り組みではなく、山梨県が既に有している資源（立地条件、観光、自然豊かな生活環境、高付加価値な産業）を活かし、他県と差別化できる施策に優先的に取り組む（図中 A～D）。
- 「女性目線」、「若者」、「コトの提供」という視点を持ち、上記の資源と有機的に結び付ける（図中 E～G）。
- 行政はタテ割りや短期間の担当者交代等を背景とした実行力不足に陥ることなく、産・学・官・金・労・言との連携も活かし「覚悟を持った取り組み姿勢」を示すことが求められる。また、取り組みに当たっては、それらとの連携や PDCA サイクルによる管理に止まらず、圧倒的な「スピード感」を持って臨む必要がある。加えて、山梨経済同友会としては、民間の立場からできることを検討し、具体的なアクションを起こしていく（図中 H）。

## 3. 山梨県が目指すべき姿

- 山梨県の魅力を高めることにより、定住人口および交流人口の増加を目指すべきである。交流人口の増加と定住人口の増加の相乗効果を狙い、並行して各種施策に取り組んでいくべきである。
- 加えて重要なのは、人口増加という「量」の拡大を目指すとともに、「質」の向上を図ることである。具体的には、山梨県を訪れる人や山梨県に住む人が、元気で美しく、イキイキと過ごすことができるような県となることを目指すべきである。

## 4. 具体的に取り組むべき施策例

A～H を掛け合わせるにより、他県と差別化できる施策（「山梨ならではの」、「山梨でしか」、「山梨だからこそ」、「山梨に来なければ」…）を検討し、優先度の高いものから実行していくことが必要である。また、山梨経済同友会としてもアクションを起こせる施策を検討していく。

### （1）他県と差別化できる施策の例

要素	施策	内容
A×C×E	女性の山梨ファンを増やす	都会からの近く、かつ自然豊かな生活環境という強みを女性にPRするための施策を検討する。
A×D	特色のある企業の誘致	リニア駅へのアクセス整備はもとより、リニアで東京や名古屋と数十分で結ばれる立地を活かし、産業集積のある機械・電子、農業生産法人、またそれらの研究開発拠点、ICT関連企業のサテライト拠点などを誘致する。

<b>A×D</b>	週末農業体験	都会からの近さを利用して週末農業体験者を増加させる。
<b>B×E</b>	女性目線の観光メニューづくり	「女性の女性による女性のための」観光メニューを考える。そのために、県内外の女性の意見を集約する。また、年代別、地域別、職種別、家族構成別（小さい子どもの有無など）などターゲットに応じたきめ細かいマーケティングを実施し、各ターゲットに向けてピンポイントのメニューを発信していく（例えば、「普段旅行に行けない小さいお子さんがいるママさん限定のツアー」、「全国のワイン好きの女性へ～ぶどう畑の広がる美しい産地で、作り手の話に耳を傾けながら、五感でワインを楽しむツアー～」など。
<b>C</b>	高齢者が元気に暮らせる環境づくり	高齢者が自然豊かな生活環境で老後を楽しめるような場を作る。例えば、全国の富裕層をターゲットとした高齢者向け超高級マンション（富士山が見える露天風呂付きなど）や高度医療を提供できる病院等の誘致など、都会に近く風光明媚な山梨県の強みを活かせるもの。
<b>D×F</b>	造形・芸術系大学生と地場産業のマッチング	造形大、芸術・美術系大学生に県内地場産業（宝飾、織物、ニットなど）を紹介し、大学生の芸術センスと地場産業をマッチングさせる。
<b>D×F</b>	農業大学生への農地・空き家の提供	農業にチャレンジしたい大学生に農地（耕作放棄地）や空き家を提供して、農業にチャレンジする機会を提供する。
<b>F</b>	若者を巻き込んだ商店街の活性化	山梨県立大学の「よつびし総研」など商店街の活性化に取り組んでいる若者を、まちづくりや経済の活性化事業に巻き込んでいく。それにより、若者の県外流出を減らす。
<b>F</b>	山梨をより深く学ぶ機会の増加	山梨県民が山梨県の歴史、産業、ポテンシャル等についてより深く知る機会を作る。特に小・中学生などの子供たちが山梨をより深く学ぶ機会を作る。山梨を「知る」ことが「好きになる」ことにつながり、就職時には自信と誇りを持って山梨で働き、また次の世代に山梨の良さを伝えていく好循環を作る。

## (2) 山梨経済同友会としてアクションを起こせる施策の例

要素	施策	山梨経済同友会としての取り組み例
<b>A×C×E</b>	女性の山梨ファンを増やす	<ul style="list-style-type: none"> <li>山梨経済同友会会員企業の女性社員によるディスカッションの実施→山梨県に「県内女性社員の意見」として提言</li> <li>山梨経済同友会会員企業の女性社員と県庁女性職員によるディスカッションの実施</li> </ul>
<b>B×E</b>	女性目線の観光メニューづくり	山梨経済同友会会員企業の女性社員によるディスカッションの実施→県内の観光業者等に「県内女性社員の意見」として提言
<b>D×G</b>	若者と県内企業の接点の拡大	山梨経済同友会会員企業が県内の高校・大学生のインターンシップを率先して受け入れる。また、小・中学生の職場体験学習等も率先して受け入れる。
<b>D×G</b>	企業の雇用ニーズのフィードバック	山梨経済同友会会員企業が雇用したい人材、求めるスキル等を取りまとめ、山梨県や高校・大学に情報提供する。
<b>F</b>	若者を巻き込んだ商店街の活性化	山梨県立大学の「よつびし総研」など商店街の活性化に取り組んでいる若者の活動を山梨経済同友会としてサポートしていく。または、協働のイベント等を開催する。
<b>F</b>	山梨をより深く学ぶ機会の増加	学生向けの「山梨県をより深く知るための講座」を山梨経済同友会が主催する。

### 【参考 A～Hの補足説明】

#### A～D) 既に有している差別化資源

山梨県には他県と差別化を図る上で欠かすことのできない資源がある。これらの資源を最大限活用し、他県との差別化を図っていくことが重要である。

#### A 立地条件

東京に隣接していることに加えて、高速交通網（中央自動車道、中部横断自動車道、圏央道）やリニア中央新幹線開通によるアクセスの良さを活かす。

#### B 観光

山梨県は富士山を始めとする日本有数の観光資源に恵まれている。これらの観光資源を活かすことにより国内外の観光客を呼び込むことが可能である。

## C 自然豊かな生活環境

山梨県は、水、空気、光（日照時間）、風光明媚な景観など自然豊かな生活環境に恵まれている。このような環境で生活したいとの価値観を有している人は少なくないと考えられる。この恵まれた資源を活かすことにより、交流・定住人口の増加を図ることが可能である。

## D 高付加価値な産業

山梨県の地場産業、機械工業、農業に共通する特徴の一つは「付加価値の高さ」にある。例えば、農業ではブドウやモモなど単価の高い果実が生産額上位品目となっている。地場産業（織物、印伝、ジュエリー、ワインなど）、機械工業（最先端の IT 関連）も同様である。これは県土の面積が限られるなかで、高度な技術力やノウハウにより最大限の経済効果を得るための知恵といえる。このような高付加価値な産業を活かしていくことが、他県との差別化を図るために必要である。また、これらの高付加価値な産業については、海外の成長を取り込んで更に発展できる可能性を有している。

## E～H) 資源を活かすために必要な3つの視点と取り組み姿勢

上記の差別化資源はいわば原石である。従来は原石の良さに頼るだけでも一定の効果を得ることができた。しかし、人口減少・少子高齢化が進むなかで、各都道府県が知恵を絞りながら交流人口や定住人口の増加に注力する現在、山梨県においても資源を最大限活用していく知恵が求められている。以下に示す点は山梨県の有する原石を磨き、一段と輝かせるために必要な視点である。

## E 女性目線

一般的に「消費行動に関わる意思決定権は女性にある」といわれる。山梨県への観光や移住についても、女性が意思決定権の大きなウェイトを占めていると考えられる。については、交流人口や定住人口の増加を図る施策を検討する際、女性目線で「行ってみたい県」、「住んでみたい県」、「住み続けたい県」の姿を考えていく必要がある。

## F 若者

山梨県の人口の社会減少の主な要因は、就職による若者の流出である。若者が山梨県に残ること、進学等で県外に流出した若者が山梨県に U ターンすることは、山梨県の人口を維持する上で重要である。また、労働力人口の確保や出生数の増加という観点からも若者は重要な要素と言える。さらに、交流人口や定住人口の増加を図る施策を検討する際、若者の視点を取り入れることや若者を巻き込むことが求められる。

## G コトの提供

「モノ」の提供にとどまらず、山梨県が提供できる「満足度」、「癒し」、「幸福感」などの価値、すなわち「コト」を提供する。そのためには、山梨県人がより深く山梨を知り、自信と誇りを持つことが求められる。また、ターゲット別に「心に刺さる」価値を提供するために、きめ細かなマーケティングを実施することが不可欠である。さらに、老若男女がスマートフォン等を使いこなす時代、「検索してもらい」、「選んでもらい」、「発信してもらい」といった ICT の活用を意識したプロモーションにも注力していく必要がある。

## H 覚悟を持った取り組み姿勢

主たる実施主体である行政はタテ割り、短期間の担当交代等を背景とした実行力・本気度不足を解消し、覚悟を持った取り組み姿勢を示すことが求められる。また、取り組みに当たっては、産・学・官・金・労・言による連携や PDCA サイクルによる管理だけでなく、圧倒的な「スピード感」を持って臨むことが他県の取り組みとの差別化を図る上で重要である。

以 上