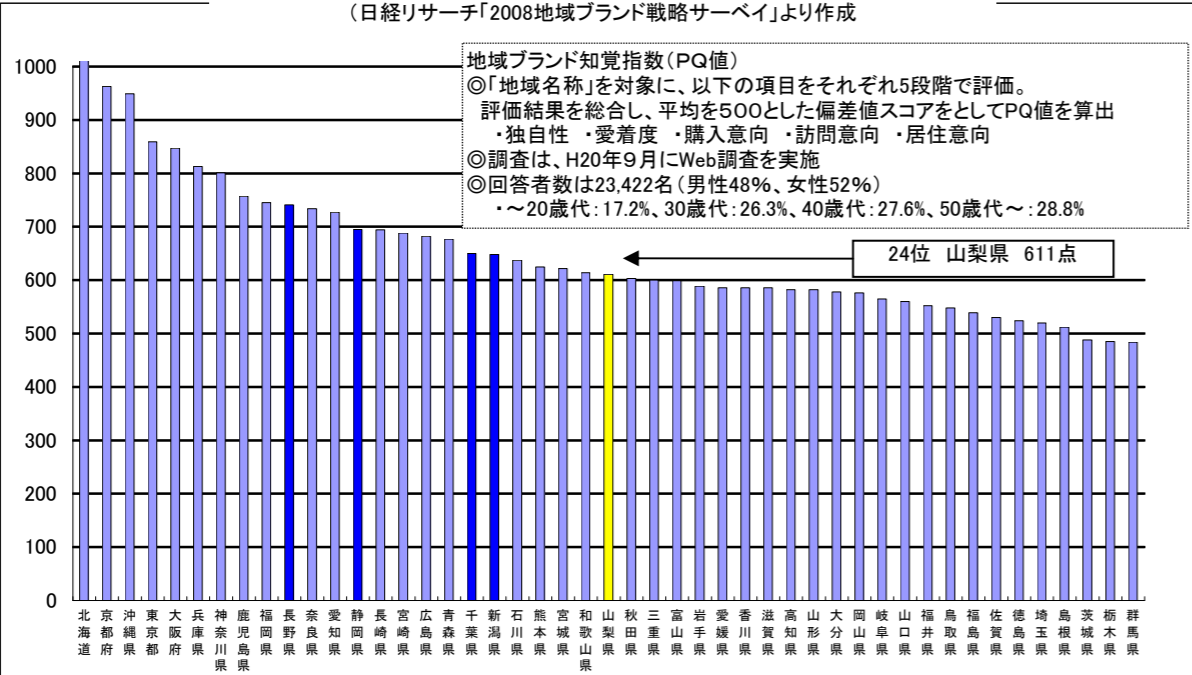
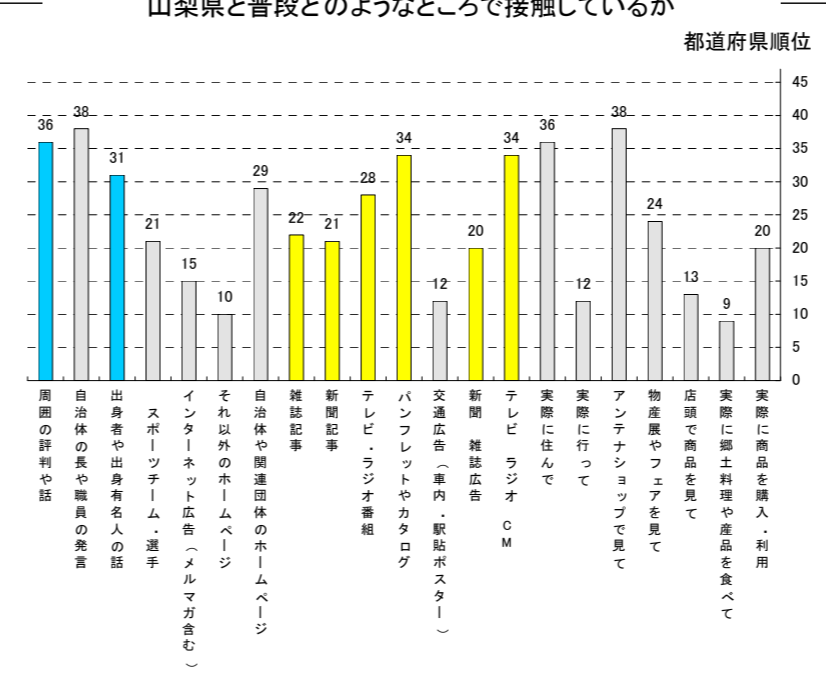
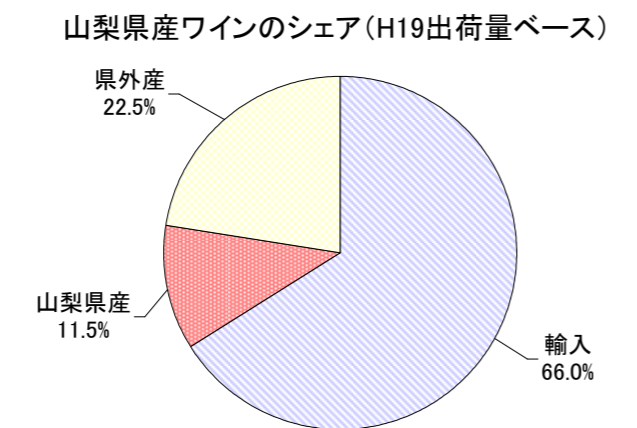
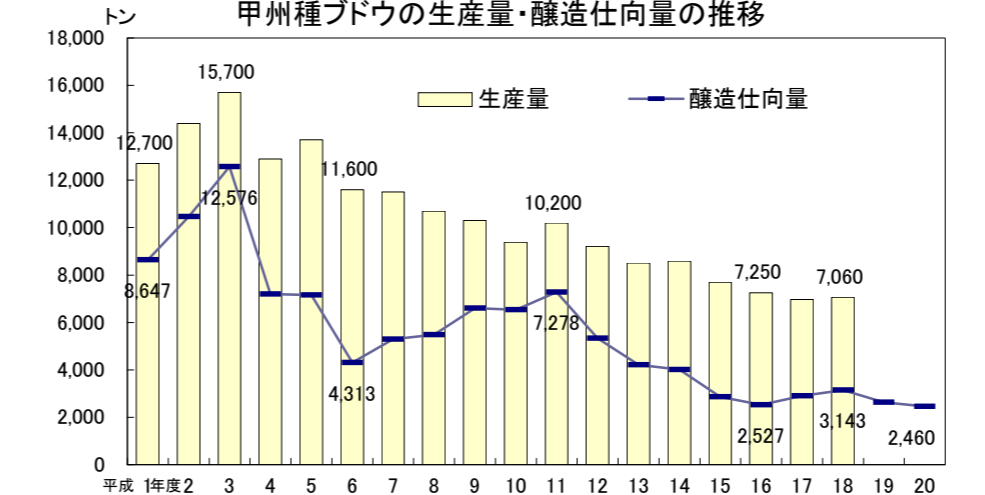


各分野の今後の施策について－主な課題の現状と取り組みの方向－

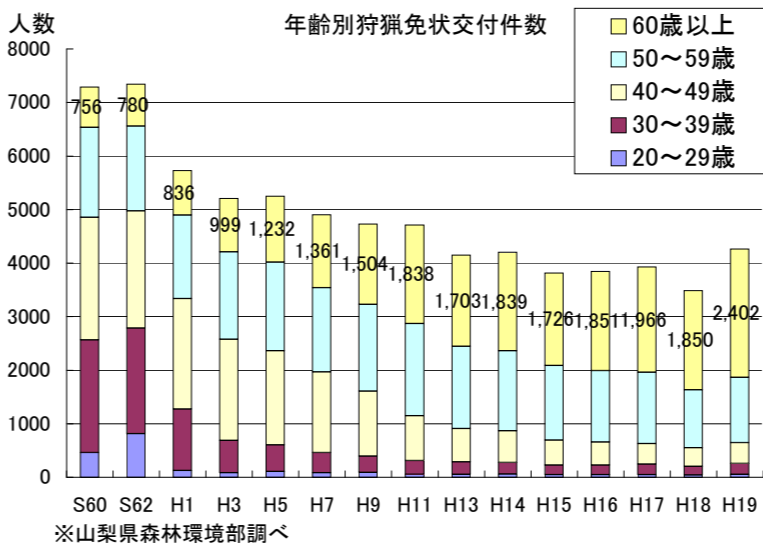
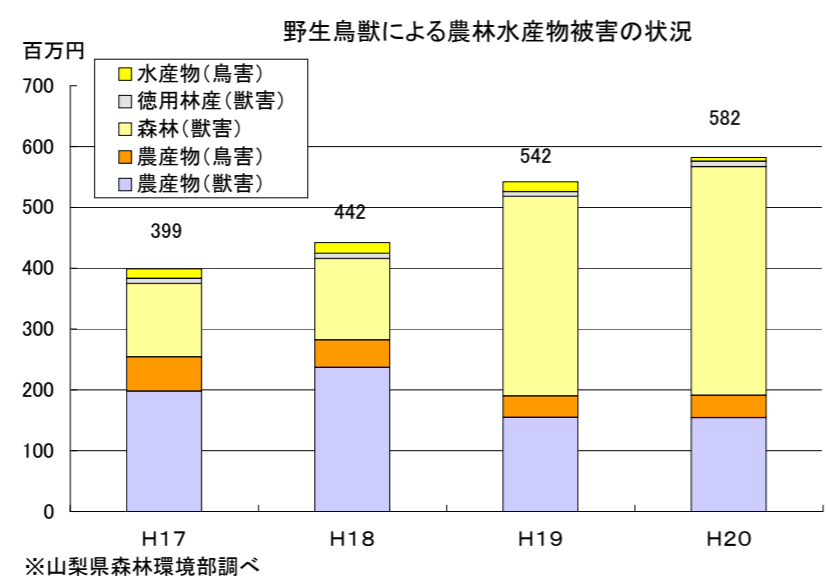
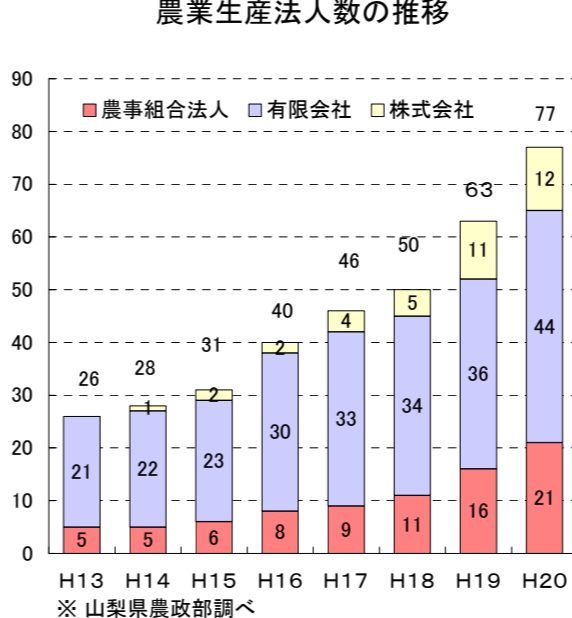
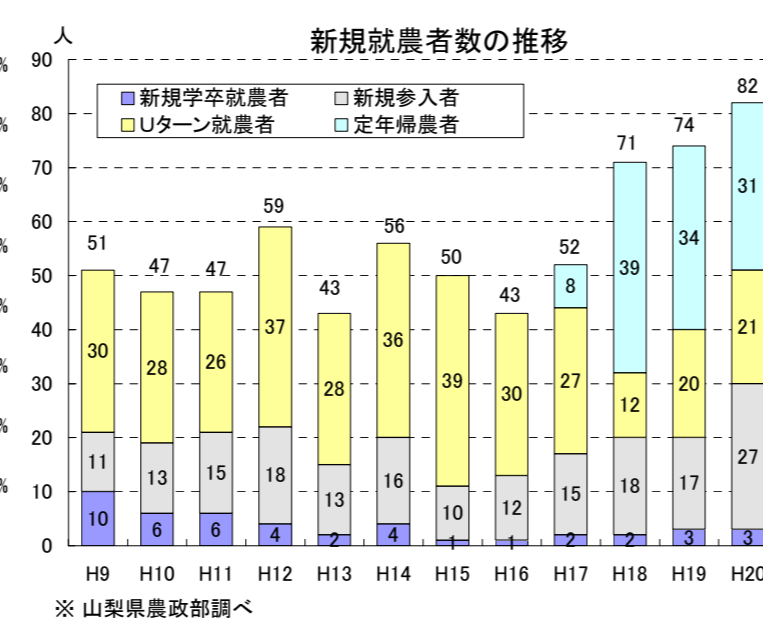
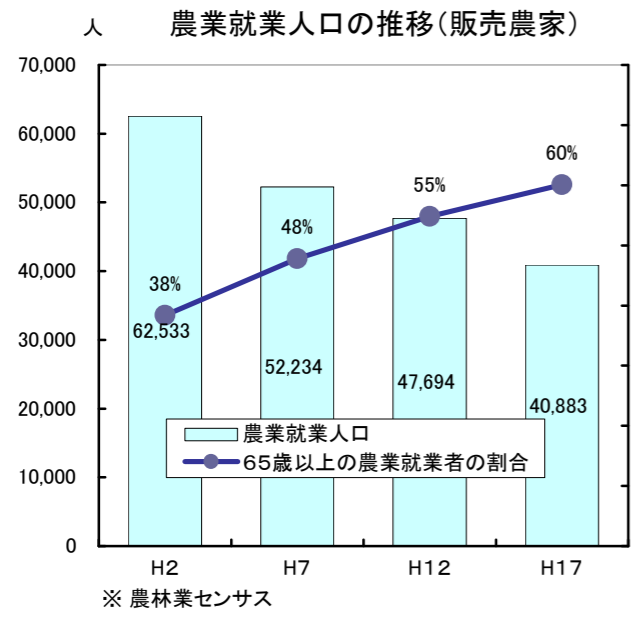
※掲載事項

I カみなぎる・やまなし	① やまなしブランドの確立に向けた広報戦略の展開	1ページ
	② 新たな農業の担い手づくり	3ページ
	③ 鳥獣害対策の推進	
	④ 経済・雇用対策の推進	4ページ
	⑤ 中小企業支援策の充実	
	⑥ 新産業創出の取り組み	5ページ
II やすらぎ・やまなし	① 防災拠点の整備	6ページ
	② 少子化対策の推進	7ページ
	③ 医療体制の充実	
III はぐくむ・やまなし	① 高等学校教育の充実	8ページ
	② 県立文化施設の整備	
IV さわやか・やまなし	① やまなしグリーンニューディール計画の推進	9ページ
	② 森林吸収源対策の推進	11ページ
	③ 山梨県環境整備センターの管理・運営	12ページ
V つどう・やまなし	① 新たな観光の振興	13ページ
	② インバウンド観光の推進	
VI むすぶ・やまなし	① 骨格道路網の整備	14ページ
	② 公共土木施設の長寿命化の推進	15ページ
	③ リニア中央新幹線の早期実現	16ページ

基本目標	項目	現状と課題	取り組みの方向
① やまなしブランドの確立に向けた広報戦略の展開 カみなぎる・やまなし	① やまなしブランドの確立に向けた広報戦略の展開 ■ 山梨県の知名度、イメージの低さ（日経リサーチ社/H20） ▶ 都道府県ブランドランキング 全国24位（長野10位、静岡13位、千葉18位、新潟19位） ■ メディアを通じた情報発信の少なさ（日経リサーチ社/H20） ▶ テレビ・ラジオCM 全国34位、新聞・雑誌広告20位、パンフレットやカタログ34位、新聞記事21位、雑誌記事22位 ■ 口コミによる情報伝達の不足（日経リサーチ社/H20） ▶ 出身者や出身有名人の話31位、周囲の評判や話36位 ■ やまなしブランドを確立していくためには、効果的な情報発信、着実な広報により、ブランド価値を高めることが必要 地域ブランド知覚指数(PQ値)都道府県ランキング (日経リサーチ「2008地域ブランド戦略サーベイ」より作成) 	山梨県と普段どのようなところで接触しているか 都道府県順位 	◆「やまなしブランドPRキャンペーン」の実施 ▶ ADトレインなど話題性のあるメディアの活用 ▶ パブリシティの強化 ▶ Webによる情報発信 【現在の主な取り組み】 ◇販路拡大戦略(関係部) ▶ トップセールスの活用 ▶ 産地ブランドの海外展開の強化 ▶ 異業種が連携した事業の展開 ▶ 大手企業と連携した県産品の販路拡大 ▶ デザイン開発支援の強化 ◇イメージアップ戦略 ▶ 首都圏への効果的な情報発信 ▶ 県職員一人ひとりがセールスパーソン ▶ 観光キャンペーンの推進 ▶ 景観形成の促進 ▶ 「やまなし魅力教育」の推進 ◇コミュニケーション拡大戦略 ▶ やまなしサポーターズ倶楽部(県ゆかりの在京財界人等) ▶ 山梨の魅力メッセンジャー(県内大学生) ▶ 「企業の森」の促進 ▶ 都市農村交流の推進 ▶ 山梨ライフ、二地域居住の推進
	<参考> 県産品(ワイン)の販路拡大 ■ ワインの消費・生産動向 ▶ 国内アルコール消費量は減少傾向 H10→H19 ▲7.3% ▶ うちワインのシェアは2.6%(H19)、H10年以降、大幅減(▲22.9%) ▶ うち国産ワインのシェアはH5年に50%を下回り、以降、減少傾向 H5:49.7% → H19:34.0% ■ 県産ワインの動向 ▶ 県産ワインのシェア(生産)は、全体の約12%、国産ワインの約34% ▶ 主要品種の甲州種は生産・醸造量ともに激減、ピーク時(H3年)の1/5 ▶ 近年、新聞等で国産・県産ワインが取り上げられる機会が増えているが、県産ワイン全体の販売増加には結びついていない	山梨県産ワインのシェア(H19出荷量ベース)  ※国税庁調べ(速報版) 甲州種ブドウの生産量・醸造仕向量の推移  ※甲州種ブドウ生産量は農林水産省「特産果樹生産動態等調査」(H19以降は調査がされていない) ※甲州種ブドウの醸造仕向量は山梨県ワイン醸造組合調べ	◆積極的・効果的なプロモーションの展開 ◆欧州市場での県産ワインの地位獲得に向けた取り組みへの支援 【現在の主な取り組み】 ◇都内・首都圏での試飲商談会、山梨ヌーボーまつりを支援 ◇県内・都内の飲食店での販売促進事業を支援 ◇組合のワイン輸出に向けた取り組みを支援 ◇ワイン醸造先端技術の導入 ◇小規模ワイナリーへの技術指導 ▶ 県、大学、組合からなる指導チームにより対応 ◇若手醸造家・農家研究会の活動を支援

基本目標	項目	現状と課題	取り組みの方向																																						
かみなぎる・やまなし	<p><参考> 県産品(ジュエリー)の販路拡大</p>	<p>■ バブル経済崩壊後の景気後退の中で、貴金属製品の出荷額は低迷 ※H2年:976億円 → H19年:399億円(▲59.1%)</p> <p>■ 製造→卸売→小売という従来の流通形態が流動するなか、消費者への直接販売に注力する動きが出てきている</p> <p>■ 製造～販売を通じたマーケティングと、消費者ニーズを形にするデザイン力が重要 ▶ジュエリー業界においては、高付加価値な「Koo-fu」ブランド確立への取り組みを進めている</p> <div data-bbox="816 346 1617 829" style="text-align: center;"> <p>貴金属製品の製造品出荷額の推移</p> <table border="1"> <caption>貴金属製品の製造品出荷額の推移 (億円)</caption> <thead> <tr><th>年</th><th>出荷額</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>平成2</td><td>976</td></tr> <tr><td>平成3</td><td>950</td></tr> <tr><td>平成4</td><td>820</td></tr> <tr><td>平成5</td><td>882</td></tr> <tr><td>平成6</td><td>850</td></tr> <tr><td>平成7</td><td>873</td></tr> <tr><td>平成8</td><td>800</td></tr> <tr><td>平成9</td><td>680</td></tr> <tr><td>平成10</td><td>650</td></tr> <tr><td>平成11</td><td>600</td></tr> <tr><td>平成12</td><td>550</td></tr> <tr><td>平成13</td><td>520</td></tr> <tr><td>平成14</td><td>480</td></tr> <tr><td>平成15</td><td>450</td></tr> <tr><td>平成16</td><td>420</td></tr> <tr><td>平成17</td><td>400</td></tr> <tr><td>平成18</td><td>380</td></tr> <tr><td>平成19</td><td>399</td></tr> </tbody> </table> <p>※山梨県工業統計調査</p> </div>	年	出荷額	平成2	976	平成3	950	平成4	820	平成5	882	平成6	850	平成7	873	平成8	800	平成9	680	平成10	650	平成11	600	平成12	550	平成13	520	平成14	480	平成15	450	平成16	420	平成17	400	平成18	380	平成19	399	<p>◆人材育成、販路拡大 人材育成を強化し、付加価値の高い製品を製造することにより、販路拡大を目指す</p> <p>◆消費者や観光客へのPR・販売 ジュエリー産地山梨の認知度の向上に努め、新たな顧客の開拓や新たな販売形態への取り組みを支援</p> <p>【現在の主な取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇消費者に直接アピールするため、大宝飾展や百貨店へのジュエリーショップの開設を支援 ◇海外販路拡大のため、香港ジュエリー&ジェムフェア展を支援(H21) ◇「Koo-fu」の産地ブランド確立と都内における販路開拓の取り組みを支援
	年	出荷額																																							
平成2	976																																								
平成3	950																																								
平成4	820																																								
平成5	882																																								
平成6	850																																								
平成7	873																																								
平成8	800																																								
平成9	680																																								
平成10	650																																								
平成11	600																																								
平成12	550																																								
平成13	520																																								
平成14	480																																								
平成15	450																																								
平成16	420																																								
平成17	400																																								
平成18	380																																								
平成19	399																																								
<p><参考> 県産品(果実)の販路拡大</p>	<p>■ やまなしブランド確立に向け、大田市場等におけるトップセールス、特選農産物出荷の拡大、オリジナル品種の早期産地化等を推進</p> <p>■ アジア諸国の経済発展を背景に、県産果実の輸出拡大に向けた取り組みを強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶現在は、台湾を主体にモモ、ブドウなどを輸出 ※H20年度実績 輸出品:203t 輸出額:1億8800万円 ▶更なる輸出拡大のためには、台湾の検疫措置への対応や輸出業者等とのネットワーク構築によるアジア諸国での市場開拓、観光やワイン等との一体的PR等が必要 <div data-bbox="638 1060 2122 1753" style="text-align: center;"> <p>県産果実の生産額実績の推移</p> <table border="1"> <caption>県産果実の生産額実績の推移 (百万円)</caption> <thead> <tr><th>年</th><th>果実生産額</th><th>構成比</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>H10</td><td>51,718</td><td>51.7%</td></tr> <tr><td>H11</td><td>55,743</td><td>54.0%</td></tr> <tr><td>H12</td><td>54,001</td><td>53.9%</td></tr> <tr><td>H13</td><td>49,185</td><td>53.2%</td></tr> <tr><td>H14</td><td>49,861</td><td>53.6%</td></tr> <tr><td>H15</td><td>45,007</td><td>50.6%</td></tr> <tr><td>H16</td><td>50,359</td><td>54.1%</td></tr> <tr><td>H17</td><td>49,133</td><td>54.5%</td></tr> <tr><td>H18</td><td>49,233</td><td>54.9%</td></tr> <tr><td>H19</td><td>50,908</td><td>56.0%</td></tr> <tr><td>H20</td><td>49,017</td><td>54.5%</td></tr> </tbody> </table> <p>※山梨県農政部調べ</p> </div>	年	果実生産額	構成比	H10	51,718	51.7%	H11	55,743	54.0%	H12	54,001	53.9%	H13	49,185	53.2%	H14	49,861	53.6%	H15	45,007	50.6%	H16	50,359	54.1%	H17	49,133	54.5%	H18	49,233	54.9%	H19	50,908	56.0%	H20	49,017	54.5%	<p>◆やまなしブランドの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶特選農産物の販売強化 ▶大消費地や地方の主要都市でのトップセールスや全国的な販促活動の強化 ▶オリジナル品種の開発と早期産地化 ▶マーケティングの強化 <p>◆新たな販売チャンネルの開拓</p> <p>◆県産果実の輸出促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶台湾の検疫措置に対応した生産・選果体制の整備 ▶信頼できるシッパー、インポーターとのネットワーク構築によるアジア諸国での市場開拓 <p>【現在の主な取り組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇やまなしブランドの確立(東京都内他の市場・量販店等) <ul style="list-style-type: none"> ▶県産農産物販売戦略会議の設置(H21年4月) ▶トップセールスの実施(東京都内他の市場・量販店等) ▶「やまなし桃の日フェア」(7月)、「ぶどうフェア」(9月)等の実施 ▶「山梨県特選農産物取扱認定店」の認定(13社24店舗) ◇県産果実の輸出促進 <ul style="list-style-type: none"> ▶輸出有望国におけるプロモーション(H21年6月:台湾、H21年7月:香港) ▶山梨中央銀行の香港駐在員事務所長に国際ビジネスプロモーターを依頼 ▶県産果実輸出ロゴマークの作成 ▶ジェトロ(日本貿易振興機構)への職員の派遣(H21～H22) 			
年	果実生産額	構成比																																							
H10	51,718	51.7%																																							
H11	55,743	54.0%																																							
H12	54,001	53.9%																																							
H13	49,185	53.2%																																							
H14	49,861	53.6%																																							
H15	45,007	50.6%																																							
H16	50,359	54.1%																																							
H17	49,133	54.5%																																							
H18	49,233	54.9%																																							
H19	50,908	56.0%																																							
H20	49,017	54.5%																																							

基本目標	項目	現状と課題	取り組みの方向
カ み な ぎ る ・ や ま な し	② 新たな農業の担い手づくり	<p>■ 本県では、農業従事者が減少する中、高齢化の進行が著しく、65歳以上の割合が60%に達している</p> <p>■ 新規就農者は、H17年度まで50名前後で推移したが、H20年度は82名(退職帰農、Uターン就農、新規参入等)</p> <p>■ 新たな担い手として、農業生産法人や企業の農業参入が増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 農業生産法人数 H14年度:28法人 → H20年度:77法人 ▶ 企業の農業参入 H21.12月現在:38法人 <p>■ 新規就農者の確保と併せて、農業の中核を担う認定農業者、農業生産法人の育成や企業の農業参入の促進など、多様な担い手の確保、育成が必要</p>	<p>◆ 多様な担い手の確保・育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 新規就農者の受入等を行うJA等が参画する法人の育成 ▶ 地域農業者が集落の合意に基づき組織した団体の育成 ▶ 地域農業のモデルとなる農業経営体(法人)の育成 ▶ 農業に関心のある企業の農業参入の促進 ▶ 都市住民や団塊の世代等の就農促進に向けた支援の強化 ▶ 果樹農家等の規模拡大支援 <p>【現在の主な取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 新規就農者の確保・育成 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 農業大学校の定員拡充等 ▶ 就農支援センターによる就農相談の実施 ▶ 退職帰農希望者等に対する職業訓練の実施 ▶ 農村資源を活用し社会貢献等を目指す「企業の農園づくり」の推進 ▶ 都市住民を新たな担い手として確保する農業協力隊推進事業の実施 ◇ 企業的経営の推進 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 認定農業者の育成に向けた経営改善計画づくりの支援等 ▶ 大規模農業経営体の育成(4モデル) ▶ 農業参入を促すための企業訪問、企業向けセミナーの開催 ▶ 参入企業のニーズに対応した農地のあっせん、ほ場整備等の推進
	③ 鳥獣害対策の推進	<p>■ 農山村環境の変化、自然環境の変化、狩猟者の減少などに伴い、ニホンジカやニホンザルなどの野生鳥獣の生息分布が拡大傾向にあり、農林業等への被害が深刻な状況</p> <p>■ このため、ニホンジカ、イノシシ、ニホンザルについて、被害の抑制と長期的な観点からの鳥獣保護を目的に、個体数管理、生息環境管理、被害防除対策を盛り込んだ「特定鳥獣保護管理計画」を策定し、個体数調整のための管理捕獲などの対策を実施</p> <p>■ 特定鳥獣保護管理計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ニホンジカ保護管理計画:H17.3 ▶ イノシシ保護管理計画:H18.3 ▶ ニホンジカ保護管理計画:H19.7 <p>■ しかしながら、本県の南アルプス国立公園や秩父多摩甲斐国立公園などの高山帯においても、ニホンジカなどの食害による高山植物への被害が指摘</p> <p>■ また、捕獲に従事している狩猟免許所持者が高齢化及び減少傾向</p> <p>※平成19年度の狩猟免許交付件数の増加は、網わな猟免許が網猟とわな猟に分かれたことによる</p>	<p>◆ 農林業被害軽減のための取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 管理捕獲による個体数抑制 ▶ 適正かつ効果的な捕獲を実施するための技術講習 ▶ 防護柵の設置による被害防除の推進 ▶ 野生獣を誘引する要素の除去対策の普及 など <p>◆ 野生獣個体群の健全な維持のための取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ モニタリング等調査研究の実施 <p>◆ 関係機関との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 隣接都県と情報共有の実施 <p>【現在の主な取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 個体数調整対策 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 市町村等が実施する農林業被害軽減のための捕獲に対する財政支援 ▶ 標高1,000m以上の鳥獣保護区内でのニホンジカの捕獲 ▶ (社)山梨県猟友会が実施する管理捕獲従事者の技術向上研修への財政支援 ▶ 東京都と共同捕獲の実施 ◇ 生息環境管理対策 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 野生動物を集落に寄せ付けないための緩衝帯設置の推進 ▶ 放任果樹、廃棄野菜等の除去の推進 ◇ 被害防除対策 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 防護柵の設置 ◇ モニタリング等調査研究 <ul style="list-style-type: none"> ▶ ニホンジカ、イノシシ、ニホンザルの生息状況等の調査 ◇ 関係機関との連携 <ul style="list-style-type: none"> ▶ シカ保護管理都県連絡会(東京、埼玉) ▶ 山静神ニホンジカ、ニホンザル情報連絡会(神奈川、静岡) ▶ 南アルプス高山植物等保全対策連絡会(環境省、林野庁等行政機関)



基本目標	項目	現状と課題	取り組みの方向
カミナギる・やまなし	④ 経済・雇用対策の推進	<p>■本県の経済情勢</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 県内景気は、持ち直しつつある ▶ 個人消費は、低迷したままだが、生産は低水準ながらも回復傾向を維持しており、回復が遅れ気味だった主力の機械関係業種でも、国内外需要の増加などを背景に、持ち直しが顕著になってきている <p>■本県の雇用情勢</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 雇用環境は、正社員採用の抑制や就職できない未職者の滞留が続くなど、依然として悪化している ▶ 雇用情勢は、有効求人倍率が過去最低水準で推移するなど、厳しい状況が続いている <div data-bbox="563 714 1691 1197"> <p>季節調整済 H17=100</p> <p>鉱工業指数(生産)</p> <p>※経済産業省：鉱工業指数</p> </div> <div data-bbox="1721 714 2819 1197"> <p>季節調整値</p> <p>有効求人倍率</p> <p>※山梨労働局調べ</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 現下の経済・雇用を下支えするための緊急的な対策の実施 ◆ 本県の将来の発展を見据えた未来への投資への取り組み <p>【現在の主な取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 緊急経済・雇用対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 地域経済対策協議会、緊急経済・雇用対策本部を開催し、各種対策を適時適切に推進 ◇ 雇用再生総合プロジェクトの推進 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 雇用を「守る」、「創る」、「育む」プロジェクトの実施 ◇ 基盤整備の促進 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 生活に密着した社会資本整備の前倒し執行等 ◇ 中小企業対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 中小企業者の経営の安定化を図るため、事業活動に必要な資金の貸付等を実施 ◇ 産業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 工業技術センターの試験研究機能の強化など、本県の将来の発展を見据えた未来への投資を推進
	⑤ 中小企業支援策の充実	<p>■ 地方分権推進により、国、県、市町村は、それぞれの役割の中で中小企業等の支援を実施</p> <p>■ 国の事業では、県や市町村を介さずに、直接、事業者や商工団体を支援する事業が増加するなど、県や関係団体の施策・事業との十分な連携が図られていない面も見受けられる</p> <p>■ 中小企業にとっては、これらの支援策を有効に活用できていないケースも生じている</p> <div data-bbox="712 1407 1573 1890"> <p>現在の中小企業支援体制</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 中小企業支援機関が連携・協働する新たな中小企業支援システムの構築 ◆ 中小企業を総合的に支援する施策の効果的な展開 <p>【現在の主な取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 地域力連携拠点会議 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 国が設置した県内7箇所の地域力連携拠点における施策の企画・調整の場 ◇ 中小企業サポートセンター事業 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 創業・経営革新支援 ▶ 産学官・企業間連携支援 ▶ 経営基盤等強化支援 ▶ 下請企業振興支援 等 ◇ 中小企業事業化サポート事業 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 事業計画作成支援 ▶ 国や県などの支援施策活用支援 ▶ 商品開発支援 ▶ ブランド構築支援 等