

リニア基本戦略


平成23年5月

リニア中央新幹線地域づくり研究会

目次

1 戦略策定の背景・必要性	1
2 本県が直面する課題	2
1) 人口減少社会の到来（現役世代の減少、少子高齢化の進展）	
2) 若者の県外流出	
3) 労働力不足の深刻化	
3 本県の強み	4
1) 地理的優位性	
2) 豊富な観光資源	
3) 製造業の厚い集積（モノづくり立県）	
4 リニア開業がもたらす効果／影響	6
1) 所要時間の短縮	
2) 滞在可能時間の増加（＝行動範囲の拡大）	
3) 拠点空港へのアクセス利便性向上	
4) 岐阜県の新たな『東の玄関口』の形成	
5) アナウンスメント効果による知名度向上、イメージアップ	
6) 東海道新幹線・岐阜羽島駅の活性化	
7) ストロー現象への懸念	
5 基本戦略	10
目指す姿、3つの基本戦略	
基本戦略1 リニアを活かした観光交流人口の拡大	
基本戦略2 リニアを活かした新たな住まい方の実現	
基本戦略3 リニアを活かした産業活性化	
6 地域づくりを支える基盤づくり	19
7 今後の進め方	21

1 戦略策定の背景・必要性

- ◆ 現役世代の減少、少子高齢化、若年層の流出が続く中、本県（東濃地域）と首都圏間を最短30分で結び、観光や企業活動を中心に、人の交流を活発にすると考えられるリニア中央新幹線の開業は、岐阜県が発展していく上での大きな起爆剤となることが期待されます。
 - ◆ 一方、リニアの開業に伴い、通過型観光の増大、購買力の流出などのストロー現象や、沿線地域間競争の激化などの諸課題が懸念されます。
- 
- ◆ そのため、リニア効果を最大限に引き出し、その効果を持続させるため、戦略的な取り組みが必要です。

※この「リニア基本戦略」は、特に記載がない限り、首都圏～中京圏間でのリニア開業（2027年（平成39年）目途）を見据え、策定するものです。

<「リニア中央新幹線構想」について>

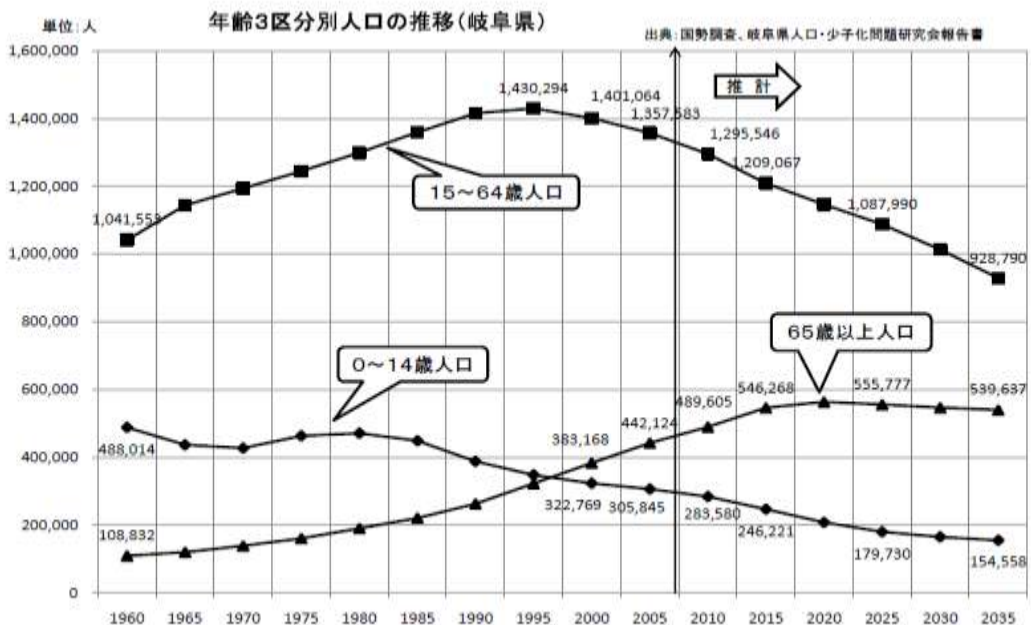
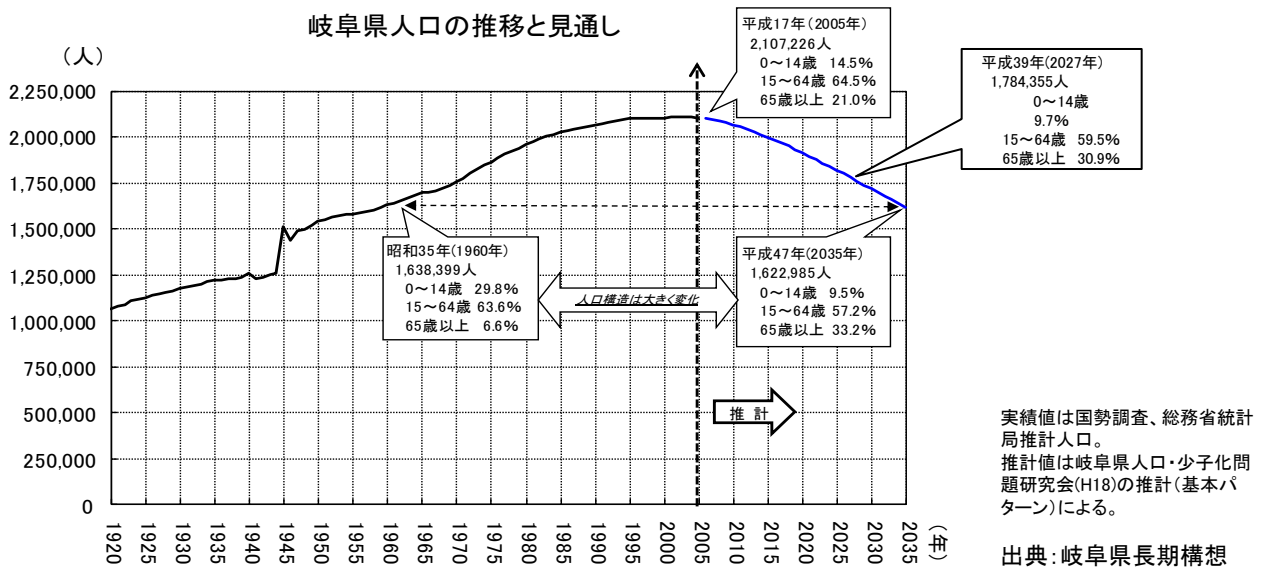
- リニア中央新幹線は、全国新幹線鉄道整備法の基本計画路線に位置付けられている「中央新幹線」を、時速500kmで走行する超電導リニアモーターカーによって結ぼうとするもので、東京都を起点に、甲府市付近、名古屋市付近、奈良市付近を主な経過地として、大阪市を終点としています。
- 東海旅客鉄道株式会社（JR東海）が、2027年（平成39年）の首都圏～中京圏間での営業運転開始を目標に、自己負担を前提に手続きを進めることを表明。現在、国土交通省の交通政策審議会において、全国新幹線鉄道整備法に基づき、営業主及び建設主体の指名並びに整備計画の決定に向けた審議が進められています。

2 本県が直面する課題

◆以下の理由から、「個人消費・地域内消費の減退」、「経済成長の鈍化」が懸念されます。

1) 人口減少社会の到来(現役世代の減少、少子高齢化の進展)

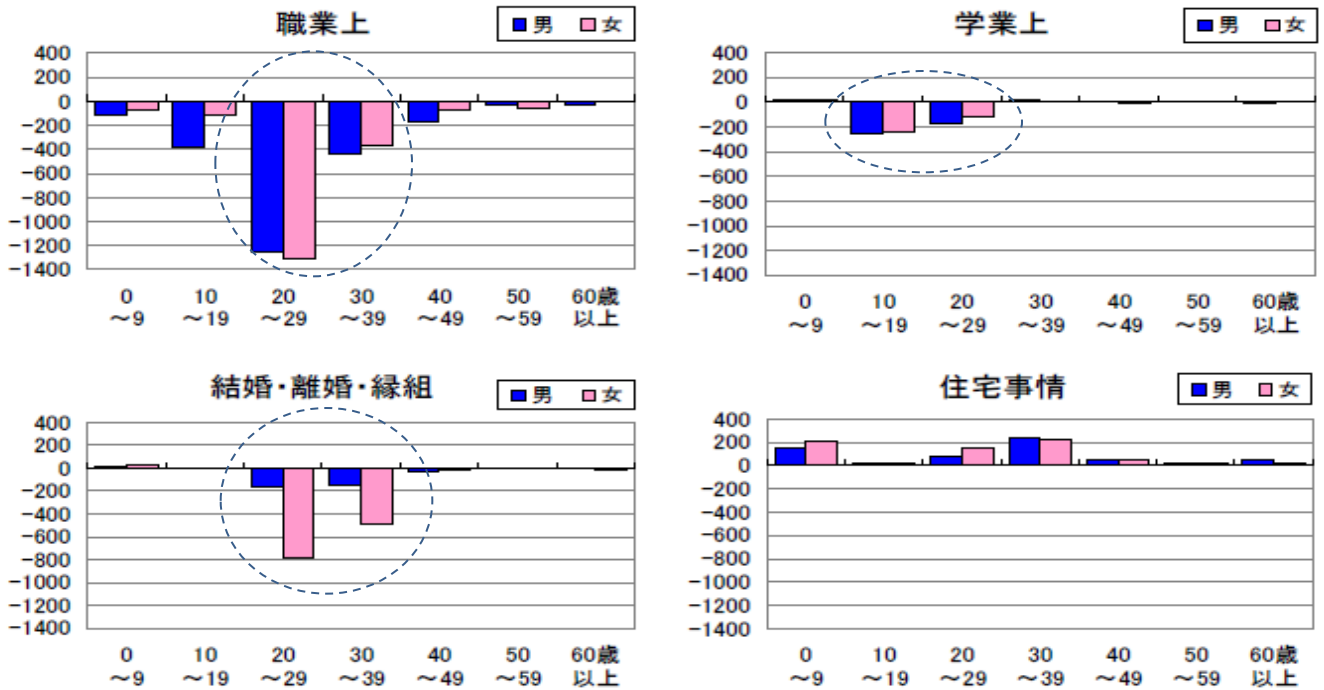
- 岐阜県の人口は2005年頃をピークに減少。2035年には約160万人。
→2005年比約50万人減
- リニア開業時（2027年）の人口は、2005年比約32万人減の約178万人。



2) 若者の県外流出

➤20代を中心とする若者が、就学、職場又は結婚のため他県に流出。

主な移動理由でみた世代別日本人の社会動態(岐阜県 H21)



出典:岐阜県「岐阜県人口動態統計調査結果」(平成21年) ※社会動態=転入者数-転出者数

3) 労働力不足の深刻化

- 岐阜県将来構想研究会による試算によれば、
 - 労働人口は2005年の113万人から、2035年には82万人程度に、約3割減少
 - 現在と同水準の生産性成長の場合、2030年までの平均経済成長率は $\Delta 0.54\%$



出典:岐阜県長期構想

3 本県の強み

◆国土の中央に位置する岐阜県の地理的優位性、豊富な観光資源や、製造業の厚い集積などの本県の強みを活かし、リニア中央新幹線を活用した地域づくりを進めていく必要があります。

1) 地理的優位性

➤本県は東西南北の要衝に位置。東京－大阪のほぼ中間地点。

➤国内外との交流拡大につながる交通基盤が充実。

→太平洋側と日本海側双方の国際物流インフラの活用が可能

✚ 高速道路ネットワーク

東名・名神高速道路、中央自動車道、東海北陸自動車道、東海環状自動車道 等

✚ 新幹線・在来線などの幹線鉄道網

東海道新幹線、東海道本線、中央本線、高山本線 等

✚ 国内外へのアクセス

中部国際空港、小松空港、富山空港

名古屋港、四日市港、伏木富山港 等



2) 豊富な観光資源

◆豊かな自然と伝統文化が豊富な本県は、国内旅行の目的地として、また外国人旅行者にとっても魅力ある地域。

✚ 「飛山濃水」の地

- ・飛騨：3000m級の北アルプス
- ・美濃：木曾三川に囲まれた海拔0mの水郷地帯

✚ ミシュランの三つ星観光地の飛騨高山、世界文化遺産・白川郷

✚ 1300年の歴史ある長良川鵜飼、日本三名泉の下呂温泉

✚ 全国的に人気の高山祭・郡上おどり など

◆金沢や立山黒部アルペンルートなど国際的な観光地を有する北陸地域との連携も可能



3) 製造業の厚い集積(モノづくり立県)

◆産業：モノづくり立県（製造業が産業の中心）

✚ GDPは約7兆円（全国22位）

うち、製造業は約2兆円と全体の1/4を占める

✚ 雇用面でも製造業のウェイトが高い

- ・事業所数：製造業割合 15.1%（全国1位）
- ・従業者数： " 24.9%（全国6位）

◆ 東海環状自動車道東回りの周辺地域に工業用地が豊富に集積

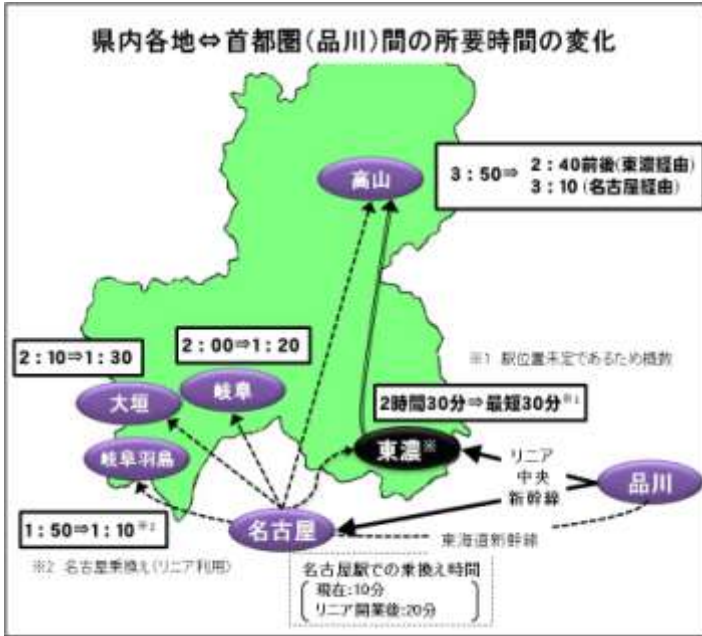


4 リニア開業がもたらす効果／影響

1) 所要時間の短縮

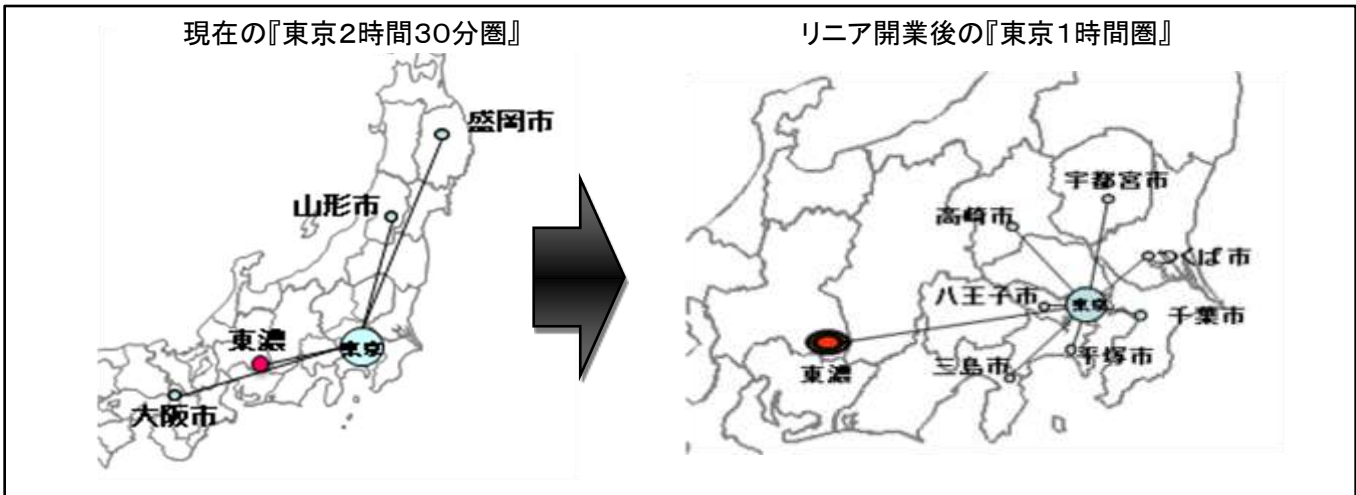
現状

- 岐阜羽島駅や名古屋駅を利用し、2時間程度で東京とアクセスが可能な利便性が高い地域である。
- リニア駅の設置が想定される東濃地域は、現在、大阪市や盛岡市、山形市などと同じ『東京2時間30分圏』。



リニア開業後

- 県内各地と東京間の所要時間が、さらに短縮され、多くの地域で1時間前半でのアクセスが可能となる。
- 現在、東海道新幹線のルート上にない、リニア沿線地域（長野県、山梨県等）と本県との鉄道アクセス利便性が大幅に改善する。
- 東濃－東京（品川）間は、最短で30分程度となり、現在より最大約2時間短縮され、宇都宮市、高崎市、つくば市といった首都圏近郊都市と同じ『東京1時間圏（通勤・通学等の日常的な行動範囲）』となる。



2) 滞在可能時間の増加(=行動範囲の拡大)

リニア開業後

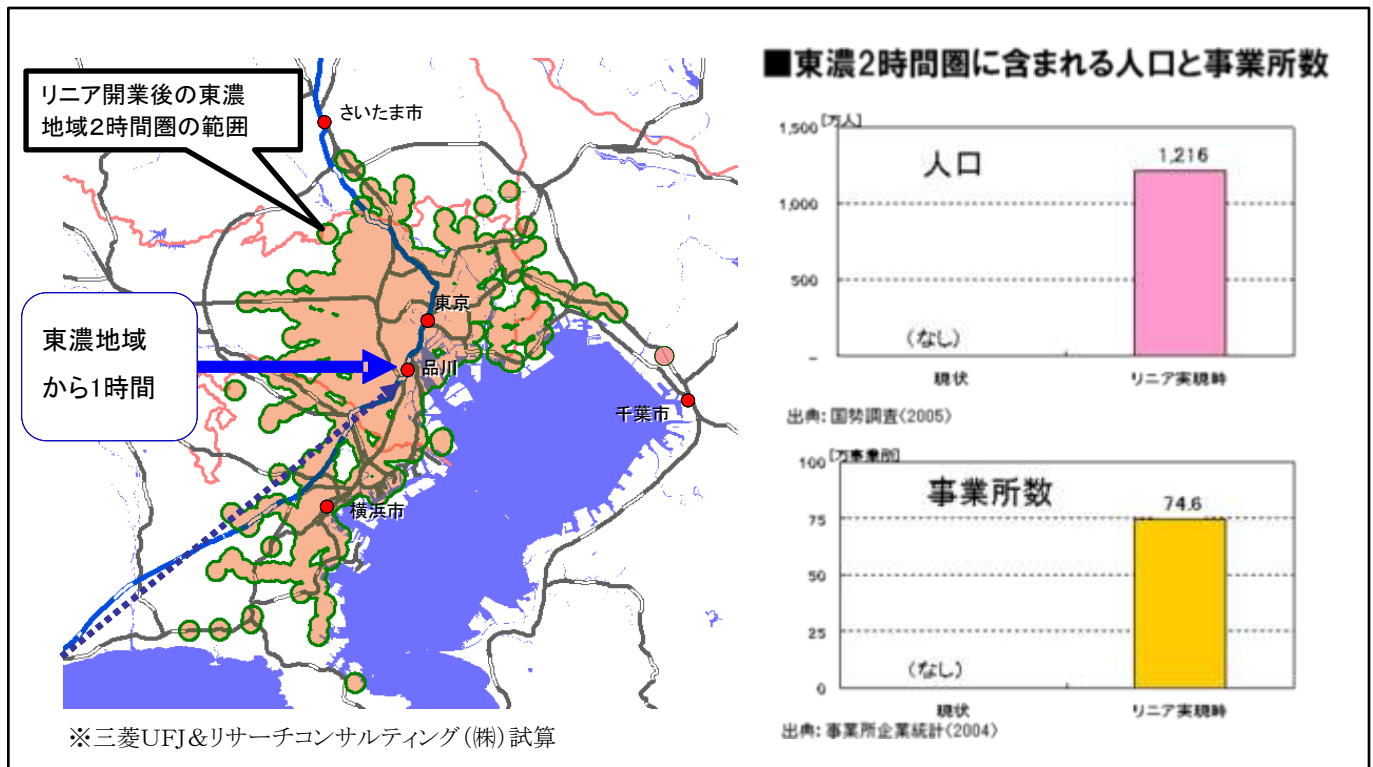
- リニア開業に伴う所要時間の大幅短縮により、目的地（旅行先・出張先等）での滞在可能時間が大幅に増加する。

＜県内主要地域における滞在可能時間の変化＞

出発地 又は到着地	現状	リニア開業後	増加量	＜滞在可能時間＞ 朝7時に首都圏又は県内各地を出発し、22時に出発地に戻るケースを想定。
岐阜	11時間	⇒12時間20分	+1時間20分	
高山	7時間20分	⇒約9時間40分	+約2時間20分	
東濃※	約10時間	⇒約14時間	+約4時間	

※駅位置が未定であるため概数とした。下線部は「東濃駅」を利用した場合の時間。

- 東濃地域から2時間で到達可能なエリアは、都心をはじめ、北はさいたま市、東は千葉市、南は横須賀市など広範囲に及び、エリア内の人口は0→1,216万人、事務所数は0→74.6万事業所となる。 ※三菱UFJ&リサーチコンサルティング(株)の試算による



3) 拠点空港へのアクセス利便性向上

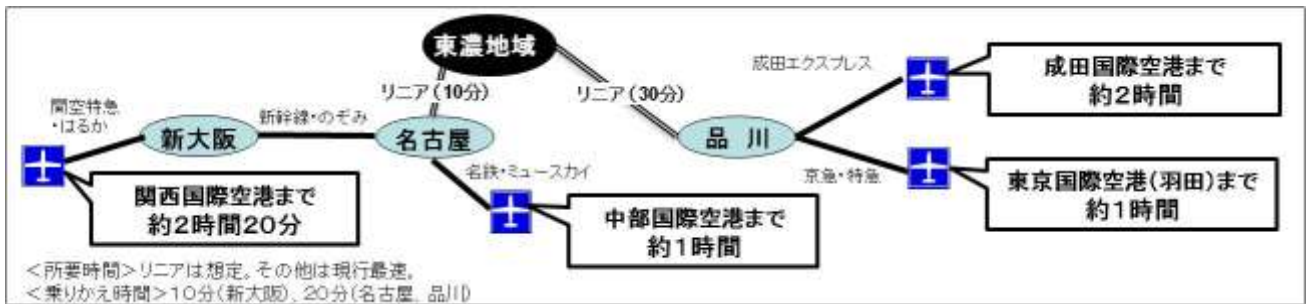
現状

- 東濃地域から、各拠点空港までの所要時間は、最も近い中部国際空港まで1時間20分で、他の3空港（成田、東京（羽田）、関西）までは3時間前後。



リニア開業後

- 東濃地域から中部国際空港、東京国際空港（羽田）まで1時間。成田国際空港まで2時間と大幅短縮され、アクセス利便性が大きく向上する。



4) 岐阜県の新たな『東の玄関口』の形成

現状

- 本県一首都圏間を移動する鉄道旅客は、所要時間が短く、運行頻度の高い、東海道新幹線の岐阜羽島駅や名古屋駅を玄関口（ゲートウェイ）とするケースが多い。

リニア開業後

- リニア駅が、首都圏から最も近い本県の『新しい玄関口』となり、岐阜羽島駅や名古屋駅とともに、本県一首都圏間を行き来する旅客の新たな交通結節点となる。

5) アナウンスメント効果による知名度向上、イメージアップ

リニア開業後

- 新幹線の開業にあわせて、テレビ・新聞等で地域情報が多数発信され、知名度向上やイメージアップにつながる。特に、リニア中央新幹線は、超電導浮上式のリニアモーターカーによる世界初の鉄道であることから、建設段階から国内はもとより海外にも情報発信され注目される可能性が高く、そのアナウンスメント効果は他の新幹線よりはるかに大きい。

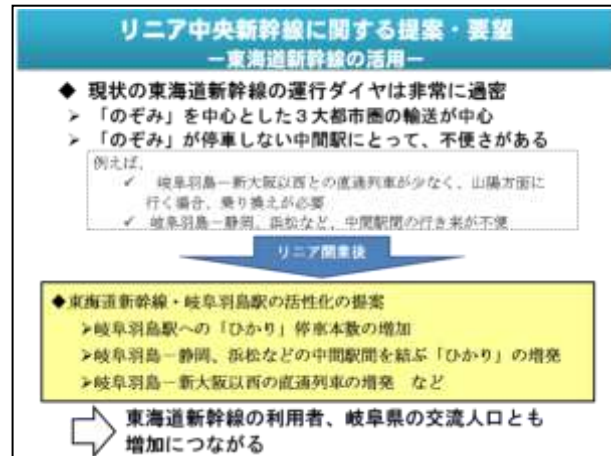
6) 東海道新幹線・岐阜羽島駅の活性化

現状

- 東京（品川駅）－岐阜羽島駅間の所要時間は、1時間50分。

リニア開業後

- 名古屋駅での乗換えを考慮しても、東京（品川駅）－岐阜羽島駅間が現在より40分短い1時間10分程度で結ばれる。
- さらに、大阪までの全線開業後は、東海道新幹線を活用した岐阜羽島駅の利便性向上や、『東の玄関口』となるリニア駅との連携等による広域観光の展開など、岐阜羽島駅のさらなる活性化が期待できる。



「第4回中央新幹線小委員会（H22.6.4）における岐阜県資料」より

7) ストロー現象への懸念

リニア開業後

- リニア開業による効果は、本県だけでなく沿線の他地域にも同様にもたらされることから、地域間競争が激化し、ヒト、モノ、カネがより求心力のある大都市に吸い取られる「ストロー現象」の発生が懸念される。

<懸念されるストロー現象>

- ① 宿泊を伴わない日帰り観光客の増加
- ② 支店・営業所の撤退など、企業の流出
- ③ 県外への通勤・通学者の増加による昼間人口の減少
- ④ 大都市圏への消費（買い物客）の流出
- ⑤ ①～④に起因する地域活力の低下に伴う人口の県外流出

- 既存新幹線の事例では、新幹線開業による経済波及効果が、ストロー現象による影響を大きく上回るという試算結果も報告されており、今後、プラスの効果を伸ばし、マイナスの効果を最小限にとどめていくための取り組みが重要と考えられる。

<参考：九州新幹線開業による経済効果について（（株）鹿児島地域経済研究所 H17.3）より>

- ◆ 九州新幹線部分開業後1年間の入り込み客の増加による鹿児島県への経済効果と、同期間に県外へ出かけた県内在住者が増加したことによる県外での消費支出増加額について試算。

<試算結果>

- ① 県内への入り込み客増加に伴う鹿児島県内の経済波及効果は165億7千万円
- ② 県外での消費増加額は48億4千万円



5 基本戦略(目指す姿、3つの基本戦略)

目指す姿

- ・地域外から人を呼び込み、交流人口を増やし、地域の消費を拡大
- ・他の地域に商品を売り、所得を稼ぎ出す

基本戦略 1

リニアを活かした 観光交流人口の拡大

ーリニアの開業により、アクセス利便性が大幅に向上する首都圏等や海外をターゲットとする観光誘客を展開し、岐阜県に人を呼び込み、地域の消費拡大につなげます。

首都圏等からの
観光誘客

リニア駅を
拠点とする
広域観光

拠点空港を
活かした
海外誘客

基本戦略 2

リニアを活かした 新たな住まい方の実現

ー大都市へのアクセスの良さと自然の豊かさ・住環境の良さを売りとした首都圏等住民の本県への二地域居住、移住・定住の促進と、若者の県外流出抑制により、地域活力の維持向上につなげます。

移住・定住、
二地域居住の推進

若者の県外流出抑制

地域づくりを支える基盤づくり

ーリニア開業効果を広く県内に波及させていくため、交流拡大・利便性向上につながる基盤づくりの検討を進めます

基本戦略を支える
アクセス整備

リニア駅を核とした
まちづくり

基本戦略 3

リニアを活かした産業活性化

ーリニア開業を呼び水に、総合車両所及び関連企業のほか、人の流れが向上することにより立地が期待される国内外の優良企業や保養・療養施設、教育・研究機関などの県内誘致と、リニアを活かした新たなビジネス展開を推進し、地域所得・雇用の拡大につなげます。

岐阜県の強みを
活かした企業誘致

リニアを活かした
地域産業の活性化

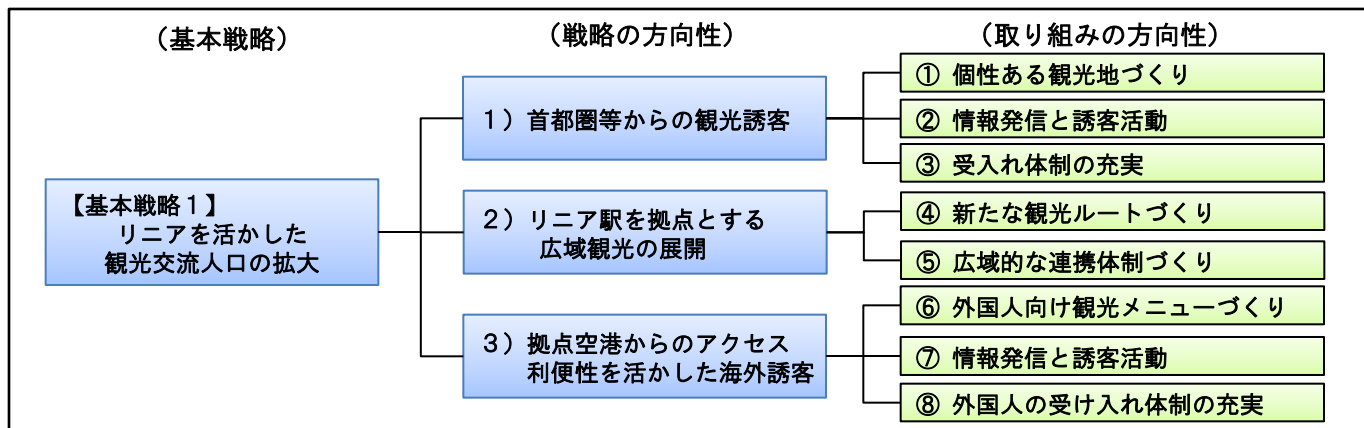
総合車両所の活用

基本戦略1 リニアを活かした観光交流人口の拡大

基本的な考え方

- ◆ 人口減少社会が到来し、定住人口が減少する中、県外から人を呼び込み、交流人口を増やし、地域の消費を拡大させる必要があります。
- ◆ 本県(東濃地域)と首都圏間を最短で30分程度で結ぶリニアの開業は、交流人口拡大の中核を担う観光に大きなインパクトをもたらすと考えられることから、リニアを活かした観光交流人口の拡大を目指します。

戦略の体系



戦略の方向性

1) 首都圏等からの観光誘客

- ◆ リニア開業により、本県(東濃地域)と首都圏間の所要時間が大幅に短縮され、首都圏住民が伊豆や箱根と同じように気軽な感覚で本県を訪れることが可能となるため、首都圏等からの日帰り観光や週末を利用した1泊旅行が大幅に増加することが期待される。
- ◆ こうした首都圏住民等をターゲットとする観光誘客を進める。

(取り組みの方向性)

① 個性ある観光地づくり

➢ 地域資源を掘り起こし、磨きあげ

➤ 岐阜の宝もの認定事業、ぎふウェルネス・ツーリズムの推進 等

➢ 本県の特徴を活かした旅行商品の造成

➤ 本県の強みであるモノづくりを活かした産業観光

➤ 豊かな自然環境や地域資源を活かした交流・体験事業 等

➢ 観光客の特性(旅行目的・形態・年齢・性別等)に応じた旅行商品の造成

➤ シニア層などに対する生活スタイルや行動・趣向に合った旅行商品の造成

➤ 首都圏方面からの日帰り旅行、週末を利用した1泊旅行 等

② 情報発信と誘客活動

- ▶ ターゲットを絞り込み集中的な誘客宣伝を実施
 - ✚ リニア開業を契機とした首都圏住民への「岐阜の魅力」の売り込み
 - ✚ リニアと岐阜を重ね合わせたキャッチコピー、ロゴマークの作成 等

③ 受入れ体制の充実

- ▶ 旅行者の満足度向上やリピーターを確保するためのホスピタリティの醸成
 - ✚ ボランティアガイドの養成、おもてなし研修等の実施
- ▶ 観光案内機能の充実
 - ✚ リニアを利用する旅行者のための観光案内所の設置、わかりやすい観光案内標識の設置 等

2)リニア駅を拠点とする広域観光の展開

- ◆ リニア駅を拠点とし、県内各地や隣接地域へ観光客を誘導する魅力ある観光ルートづくりを進めるとともに、市町村・圏域・県域を越えた広域的な連携体制を構築し、岐阜県の新たな『東の玄関口』となるリニア駅を首都圏からの観光客の新たな交流拠点として活用する。

(取り組みの方向性)

④ 新たな観光ルートづくり

- ▶ リニア駅を起点に、県内各地や近隣県へ観光客を誘導する周遊ルートの整備
 - ✚ 新幹線（東海道、北陸）、高速道路（中央、東海北陸、東海環状）、中部国際空港等を活用した周遊ルート
 - ✚ リニア駅を拠点とする観光バスツアー（リニア駅から県内各地・東海・北陸・信州へ）
- ▶ 3つの玄関口（岐阜羽島駅・岐阜駅、リニア駅）を活かした県内周遊観光

⑤ 広域的な連携体制づくり

- ▶ 市町村・圏域・県域を越えた地域間連携の推進
- ▶ 宿泊を核に、観光資源、交通・移動、案内・情報提供などを組み合わせた観光圏の整備



<リニアを活用した広域観光展開のイメージ>

3) 拠点空港からのアクセス利便性を活かした海外誘客

- ◆ リニア開業によりアクセス利便性が格段に向上する4つの国際空港(中部、成田、東京(羽田)、関西)や北陸地域の空港(富山、小松)を活用し、経済発展が著しい東アジア地域など新たな旅行需要が見込まれる海外からの誘客活動を積極的に展開する。
- ◆ そのために、外国人観光客の旅行トレンド等を踏まえた観光地づくりや、情報発信・誘客活動などを積極的に進めるとともに、外国人観光客が安心して快適に観光できるよう、外国人観光客向けのサービスの充実を図る。

(取り組みの方向性)

⑥ 外国人向け観光地メニューづくり

▶外国人旅行者の嗜好にあった観光資源を掘り起こし、磨きあげ

✚世界遺産

✚ミシュラン三ツ星観光地

✚温泉、スキー場・ゴルフ場 等

▶リニア沿線の国際観光地をつなぐ観光ルートづくり

✚ミシュラン三ツ星観光地(東京、富士山、高山・白川郷、伊勢・志摩、奈良)をめぐるルート

✚中部圏内の観光地(県内観光地&金沢、立山黒部アルペンルート、信州・上高地など)をめぐるルート 等

⑦ 情報発信と誘客活動

▶ターゲットを絞った誘客活動

✚岐阜県への訪問者数増加が著しい東アジア(台湾、中国、香港、韓国等)などを対象とする誘客活動

✚国際空港(中部、成田、東京(羽田)、関西)や北陸地域の空港(富山、小松)利用者向けの誘客活動

✚リニア乗車(リニア施設見学)と県内観光をセットにしたツアーの造成 等

⑧ 外国人の受け入れ体制の充実

▶外国人観光客が安心して快適に観光できる環境の整備

✚ホスピタリティ(おもてなしの心)の向上

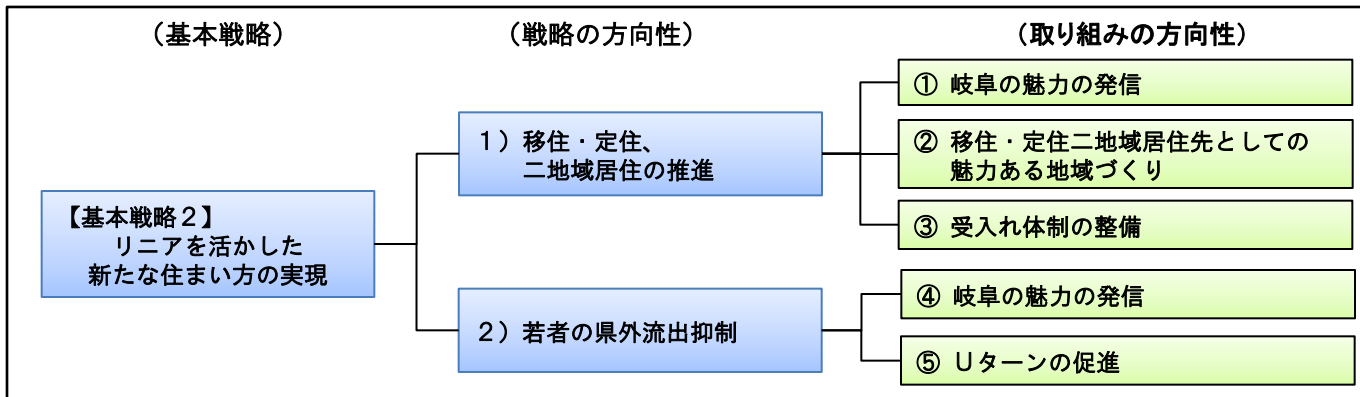
✚外国語表示の案内表示の設置 等

基本戦略2 リニアを活かした新たな住まい方の実現

基本的な考え方

- ◆ 少子高齢化の進展により懸念される、地域の担い手の減少や地域活力の低下を抑制するため、リニア開業を見据え、首都圏等の住民をターゲットとする本県への移住・定住、二地域居住を推進するとともに、県民が他地域に移住することなくふるさとに定住する環境を整備します。

戦略の体系



戦略の方向性

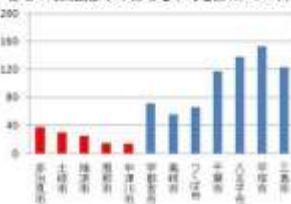
1) 移住・定住、二地域居住の推進

- ◆ 首都圏と本県(東濃地域)を最短30分程度で結ぶ、リニアの特性を活かした「新たな住まい方」を、首都圏住民向けに情報発信し、首都圏等からの新たな移住・定住、二地域居住先として、首都圏への利便性と豊かな自然が両立する岐阜県の魅力を積極的にアピールしていく。

＜リニアを活かした新たな住まい方の提案＞

- ◆ 東京への利便性と豊かな自然が両立
- ◆ 首都圏に比べ相対的に安い地価

都心1時間圏都市の住宅地平均地価(2007年)



都心1時間圏の主な都市



◆ 恵まれた住環境

- 持ち家住宅率 73.9%(全国5位)
- 一戸建の割合 75.4%(全国11位)
- 一住宅あたりの居住用の部屋の広さ 43.78畳(全国5位)

リニア開業後

- ◆ 大都市を仕事の場としつつ、週末や休暇に地方に滞在する「二地域居住」先として、

- ✓ 自然豊かな所で子どもを育てたい「子育て世代」。一家族は岐阜に住む。お父さんは平日は東京で仕事。金曜夜から月曜朝まで岐阜で家族と過ごす。
- ✓ 平日は首都圏に居住。週末は岐阜に滞在し、農業を体験しながら、地元の人々との交流を楽しむ。

- ◆ 本格的な「移住・定住」先として、

- ✓ 東濃にオフィスを構え、週2~3回東京や大阪で商談や打ち合わせを行う必要のある経営者。
- ✓ 退職後は都会を離れてのんびり暮らしたい。でも、時々東京に出かけたいシニア世代。

(取り組みの方向性)

① 岐阜の魅力の発信

➤リニアを活かした「新たな岐阜の住まい方」を首都圏等住民に発信

② 移住・定住、二地域居住先としての魅力ある地域づくり

➤多様な交流・体験機会の提供

➤グリーン・ツーリズムの推進 等

➤住宅、就職就業・暮らしの支援

➤住宅情報の提供

➤就職相談の実施、職業訓練・就業研修の実施 等

③ 受入れ体制の整備

➤受入れパーソン（地域の世話役）の発掘、育成

➤移住・定住モデルの構築、拡充

2)若者の県外流出抑制

◆リニアの開業により、本県(東濃地域)と首都圏が最短で30分程度で結ばれ、岐阜県が首都圏の一部になる。通勤・通学、買い物など日常的な活動の範囲が首都圏まで広がるなど、県民のライフスタイルが大きく変化する。

◆岐阜県に住みながら、首都圏の企業や大学への通勤・通学や、買い物やレクリエーション、国際空港が利用しやすくなるなど本県の居住魅力が高まる。また、リニアを活かした産業の活性化による雇用創出なども期待されることから、こうした魅力の情報発信などを進めることにより、人口の県外流出を抑制するとともに、大都市圏からのUターンを促していく。

(取り組みの方向性)

④ 岐阜の魅力の発信

➤県民向けに「岐阜県の居住魅力」を発信

➤リニアによる首都圏への通勤・通学

➤買い物、レクリエーションなど日常生活の選択肢の増加、質の向上（首都圏の都市機能の利用） 等

➤若者の定住を促進する「学業・雇用の場」の創出

➤リニアを活かした大学等教育機関の誘致

➤リニアを活かした企業誘致（総合車両所及び関連企業、国内外の優良企業や保養・療養施設、教育・研究機関など） 等

⑤ Uターンの促進

➤岐阜県出身者向けに「岐阜県の居住魅力」を発信

➤Uターンの相談への対応

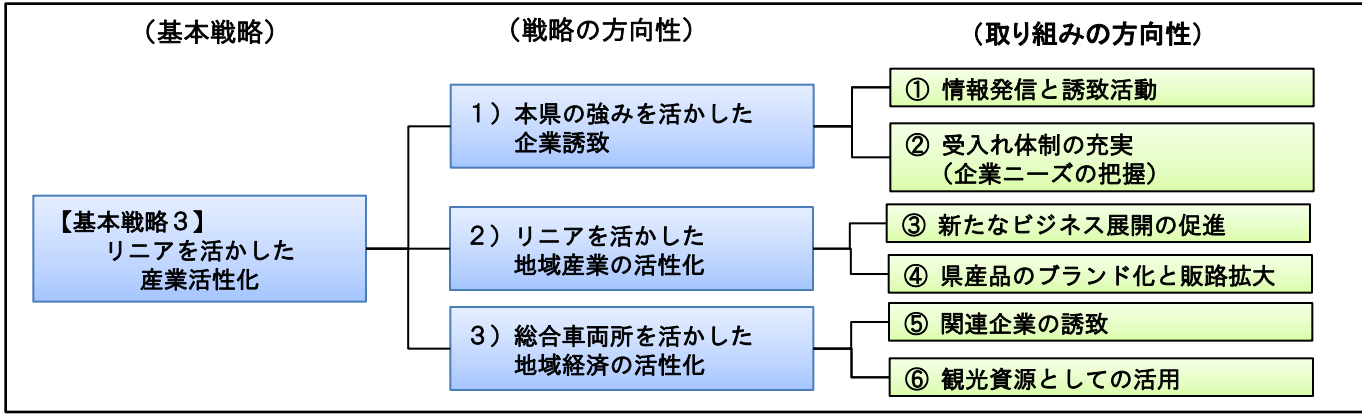
➤住宅、就職就業・暮らしの支援 等

基本戦略3 リニアを活かした産業活性化

基本的な考え方

◆ 東京－大阪間の中間に位置する地理的優位性や高速道路など交通ネットワークの充実等の本県の強みや、リニア開業によりもたらされる首都圏との大幅な時間短縮効果を活かし、国内外の優良企業の県内誘致やリニアを活かした新たなビジネス展開を推進し、産業の活性化を目指します。

戦略の体系



戦略の方向性

1) 本県の強みを活かした企業誘致

◆ 本県の強みである充実した高速道路等ネットワーク(物の流れ)とリニア開業(人の流れ)の効果をもっと活かし、今後、成長が期待される航空宇宙産業や最先端技術の研究施設、保養・療養施設、大学等教育機関の誘致を進め、地域経済の活性化と、若年層の県内流出の抑制を目指す。

<本県の強み>

- ◆ **地理的優位性**
 - 東京-大阪のほぼ中間に位置
- ◆ **交通ネットワークが充実**
 - 高速道路ネットワーク
 - ・ 東名・名神高速道路、中央自動車道、東海北陸自動車道、東海環状自動車道 等
 - 幹線鉄道ネットワーク
 - ・ 東海道新幹線、北陸新幹線（整備中）東海道本線、中央本線、高山本線 等
 - 空港・港湾
 - ・ 中部国際空港、小松空港、富山空港 名古屋港、四日市港、伏木富山港 等
- ◆ **広く安い土地の確保が容易**

+ (リニア開業後は)
東京、名古屋、大阪*が1時間圏内
※全線開業後

現在も、東海環状自動車道東回りの周辺地域に工業用地が豊富に集積。



(取り組みの方向性)

① 情報発信と誘致活動

- ▶首都圏をターゲットとする情報発信
- ▶リニア開業により進出する可能性のある企業の検討
- ▶高速道路とリニアをあわせたアクセス優位性など本県の強みを活かした誘致活動

② 受入れ体制の充実

- ▶企業誘致支援策の検討
- ▶人材確保・用地確保等の検討

2)リニアを活かした地域産業の活性化

- ◆リニアの開業により、首都圏という巨大マーケットに1時間程度でアクセスが可能となるため、首都圏向けのビジネスチャンス(商談機会増加、販路の拡大、企業・人材の交流)の拡大や、アナウンスメント効果により、首都圏の住民／企業に対する岐阜の知名度やイメージが向上することが期待される。
- ◆このような地域産業の活性化につながるビジネスチャンスを活かし、リニアを活かした新たなビジネスを展開し、地域産業等(農林水産業・商工業等)や地域経済の活性化を目指す。

(取り組みの方向性)

③ 新たなビジネス展開の促進

- ▶リニアを活かした新商品の開発、販路開拓に対する支援
- ▶産学官の連携(県内の研究機関等との連携)
- ▶イベント・コンベンション、ロケーションの誘致
- ▶企業ニーズに応じた産業人材の育成・確保

④ 県産品のブランド化と販路拡大

- ▶首都圏をターゲットとする地場産品の開発
- ▶首都圏向けの地場産品のPR、販路拡大

3) 総合車両所を活かした地域経済の活性化

- ◆ リニアの整備工場と車両基地からなる『総合車両所』と、その関連企業を誘致し、地域の雇用創出や人口の増加を目指すとともに、この施設を観光資源として活用する。

(取り組みの方向性)

⑤ 関連企業の誘致

- 総合車両所及び関連企業の誘致
- 総合車両所を活かした情報発信
 - ✚ものづくりのまち、先端技術のまち 等

⑥ 観光資源としての活用

- 見学場所の設置や見学コースの検討
- 他の（産業）観光施設との連携

<参考：JR東海浜松工場>

- ・ 敷地面積：約32ヘクタール
- ・ 社員数：約700名



JR東海浜松工場の社宅



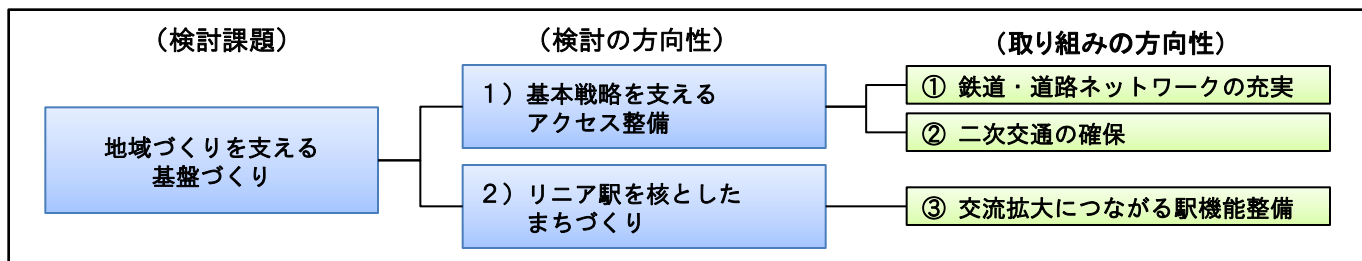
JR東海浜松工場の一般公開風景

6 地域づくりを支える基盤づくり

基本的な考え方

- ◆リニアを活用した地域づくりを通じて、その開業効果を広く県内に波及させていくためには、交流拡大につながる基盤づくりが重要となります。
- ◆そのためには、県内各地とリニア駅間を円滑にアクセスできる多様な交通体系を整備するとともに、岐阜県の「東の玄関口」にふさわしい、リニア駅を核としたまちづくりの検討を進めます。

体系



検討の方向性

1) 基本戦略を支えるアクセス整備

- ◆リニア駅を拠点に、県内各地を結ぶ鉄道・道路ネットワークをはじめ、様々な交通モード(手段)との連携について、観光だけではなく、ビジネスや県民の利用など、多面的な視点で検討を進める。

(取り組みの方向性)

① 鉄道・道路ネットワークの整備

- ▶リニア駅と各地を結ぶ道路ネットワークの充実
- ▶リニアから在来線への乗継利便性の確保（施設整備） 等

② 二次交通の確保

- ▶在来線の利便性向上（列車本数増、所要時間の短縮）
 - ▶リニア駅と岐阜・西濃地域、飛騨地域などを結ぶ在来線の所要時間の短縮、列車本数の増加、直通列車の運行
- ▶県内各地や周辺地域を結ぶ高速バス、路線バスの運行
- ▶タクシーサービスやレンタカー機能の充実
- ▶リニア駅を起終点とする定期観光バスの運行 等

2)リニア駅を核としたまちづくり

- ◆リニア駅を利用する県民はもちろん、首都圏方面等からより多くの来訪者(観光・ビジネス目的)を呼び込むことができるようなリニア駅及び駅周辺整備の検討を進める。
- ◆リニア駅については、単なる通過地点としてではなく、駅利用者の交流拠点となるよう魅力ある駅空間の検討を行う。

(取り組みの方向性)

③ 交流拡大につながる駅機能整備

➤観光・ビジネス拠点としての機能整備

✚ 交通結節点機能:バスターミナル、駐車場、駅前広場

✚ 観光拠点機能:インフォメーション、物産販売施設

✚ ビジネス拠点機能:イベント・コンベンション、宿泊施設 等

➤訪日外国人受入れのための機能整備

✚ 案内表示の多言語表記、通訳ボランティアの配置

✚ 外貨両替の利便性向上(外貨両替所、免税店の設置) 等

➤県民、地域住民の交流拠点としての機能整備

7 今後の進め方

◆リニアを活用した地域づくりの第1段階として、リニア開業効果を最大限に引き出し、県発展の突破口とするため、「目指す姿」を明らかにするとともに、それを実現するための具体的な施策展開の方向性を、今回『リニア基本戦略』として取りまとめました。

◆今後、リニアを活用した地域づくりの第2段階として、交通政策審議会の答申後、概略のルートと駅位置が示された段階で、リニアを活用した観光振興、産業振興等の具体的な取り組み、駅機能とその周辺整備、アクセス道路の整備の方向性など、具体的な地域振興策を盛り込んだ「リニア活用戦略」の策定に着手します。

- 「リニア活用戦略」では、リニア開業を見据えた取り組みにとどまらず、リニアの建設段階に有効な以下の取り組みなど、リニアの効果を最大限に引き出すためのあらゆる取り組みを検討していく必要があります。

例えば、

- 建設に係る直接的な経済効果はもちろん、建設従事者による消費活動などの間接効果が期待されるため、この効果を県内の雇用創出等につなげる取り組みを検討していく必要があります。
- リニアの建設現場(総合車両所、地上／トンネル区間)は、子供たちが最先端技術に触れる絶好の機会であることから、県内や近隣県の小中高生などを対象とした体験学習の場としての積極的な活用が期待されます。
- リニア中央新幹線のアナウンスメント効果を活かした情報発信を、建設段階から積極的に行っていくことが有効と考えられます。

- リニア開業までの約17年間に生じる産業経済やライフスタイルの変化等に的確に対応し、リニア効果を最大限に引き出し、その効果を持続させるための仕組みづくり(PDCAサイクル)も重要となります。

<リニアを活用した地域づくりのイメージ>

