

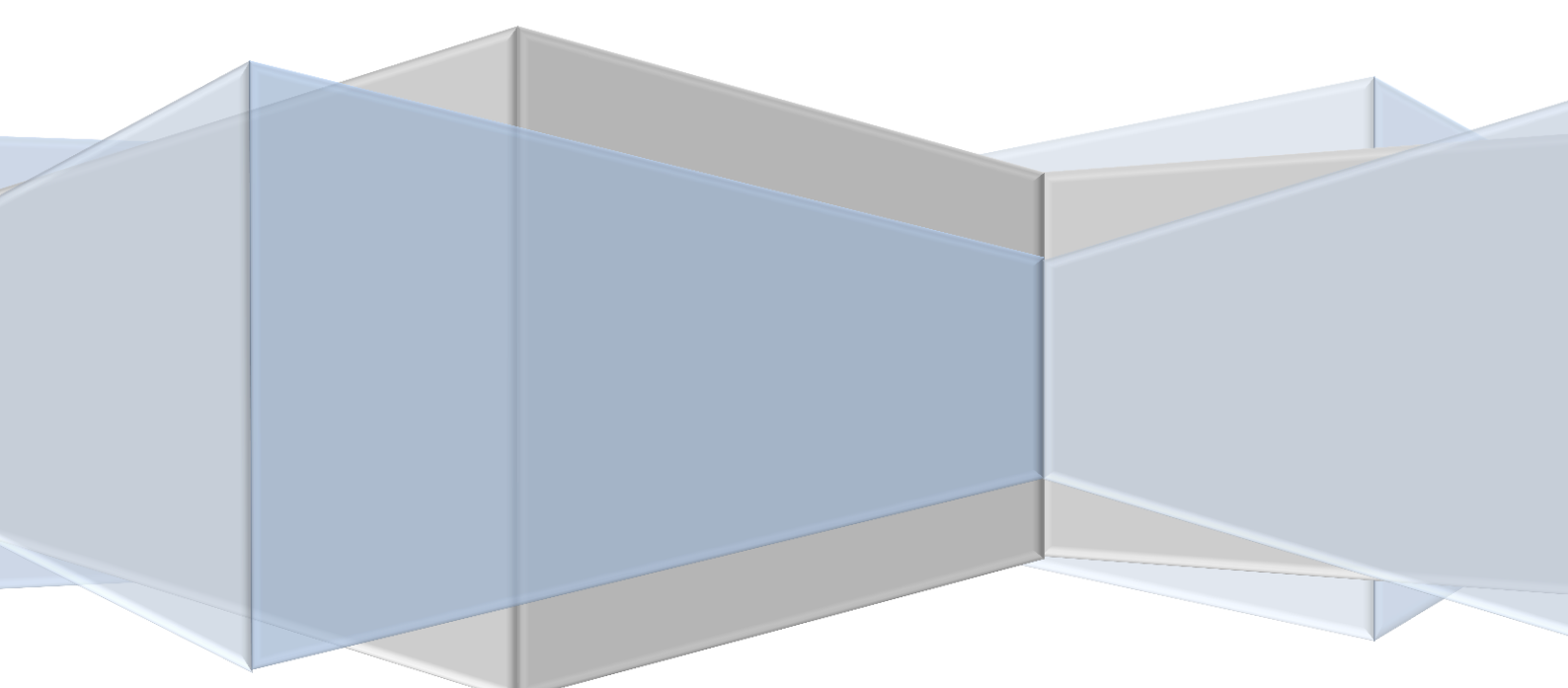
---

# 第四次長崎市経済成長戦略

---

～競争優位を備えた魅力ある企業群を創出～

平成 29 年度～平成 32 年度



平成 29 年 9 月  
長崎市商工部

## 目次

第1章 経済成長戦略の改訂と趣旨	1
1 経済成長戦略の改訂と背景	1
2 第四次経済成長戦略とは	1
3 第四次経済成長戦略の期間	2
4 第四次経済成長戦略の位置付け	2
第2章 第三次経済成長戦略の振り返り	3
1 第三次経済成長戦略における各部門の取組み	3
2 定量目標の検証	6
3 具体的取組みの検証	8
(1) 「船（造船・造機製造業）部門」の取組み	8
(2) 「食（食品加工・飲食）部門」の取組み	12
(3) 「観（観光関連産業）部門」の取組み	15
(4) 「未開拓分野への進出」の取組み	21
企業誘致の推進	21
MICE機能の充実	21
第3章 本市経済に係る現状	23
1 人口の推移	23
2 産業別構成比	26
3 総生産の推移	28
4 有効求人倍率等の指標	31
5 製造業の推移	32
6 観光関連産業の推移	35
第4章 本市産業に係る現状と課題	42
1 産業別の現状と推移	42
(1) 長崎市の人口動向から推計する製造業の推移	42
(2) 企業アンケート及び年齢別人口から推計する製造業の推移	46
(3) 人口動向及び企業アンケート等から推計する製造業の状況のまとめ	52
(4) 長崎市の人口動向から推計する観光関連産業の推移	54

2 関係団体へのヒアリング結果.....	56
(1) 直面している課題について.....	56
(2) 業況（景況感）や今後の業界の動向・展望について.....	56
(3) 事業・技術継承に関する取組み.....	57
(4) 長崎市に対する要望等.....	57
(5) 関係団体へのヒアリング結果の総括.....	58
3 調査、研究団体などの関係機関が分析する課題・提言等.....	59
4 企業誘致.....	60
<b>第5章 成長戦略の策定.....</b>	<b>64</b>
1 第四次経済成長戦略の目指すところ.....	64
2 船（造船・造機製造業）部門の目指す方向性及び戦略.....	65
3 食（食品加工・飲食）部門の目指す方向性及び戦略.....	68
4 観（観光関連産業）部門の目指す方向性及び戦略.....	71
5 企業誘致部門の目指す方向性及び戦略.....	74
6 人財確保と育成.....	75
<b>第6章 第四次経済成長戦略の推進について.....</b>	<b>76</b>
1 推進体制.....	76
2 定量目標.....	77
3 関係主体の役割.....	79
【参考】第四次経済成長戦略の策定の経過.....	80
【参考】長崎市経済活性化審議会委員名簿.....	81
【参考】長崎市経済活性化審議会への諮問.....	83
【参考】長崎市経済活性化審議会の答申.....	84

# 第1章 経済成長戦略の改訂と趣旨

## 1 経済成長戦略の改訂と背景

本市は、元亀2年（1571年）のポルトガル船の来航以来、異なる経済圏や異なる文化圏との交流の歴史の中で発展してきた。また、最後の被爆地という世界に類を見ない負の歴史からの復興を経験してきた。

長崎市の産業は、近代の我が国最初の艦船修理工場に端を発する造船業、以西底曳網、大中型まき網の拠点として発展してきた水産業を柱として成長してきた。また、長崎ならではの歴史的文化遺産と美しい自然に恵まれた国際観光都市としても発展している。

近年、造船造機産業においては、経済のグローバル化による国際競争の激化等の課題、水産業においては、漁場規制、魚価の低迷、漁獲高の減少傾向、漁業就業者の高齢化、漁場環境の変動等の課題を抱えており、観光においても、国際的な競合や観光ニーズ・形態の多様化への対応等、多くの課題を抱えている。

さらに、少子・高齢化の急速な進展、人口減少、情報通信の高度化や地域間格差の拡大などの要因により、地域経済・産業は大きく変化しており、本市経済の活性化及び持続的な発展を遂げるためには、これまでの施策展開の努力だけでは補いきれない状況下にある。

このような状況を踏まえて、本市としては、現在の経済の現況等を分析するとともに、経済界及び外部委員等の意見をいただきながら、今後の本市の持続的な経済成長の方向性を示す「第四次長崎市経済成長戦略」を策定することとする。

## 2 第四次経済成長戦略とは

長崎地域の「経済成長を促す方向性」を示すもの。

### 【具体的には】

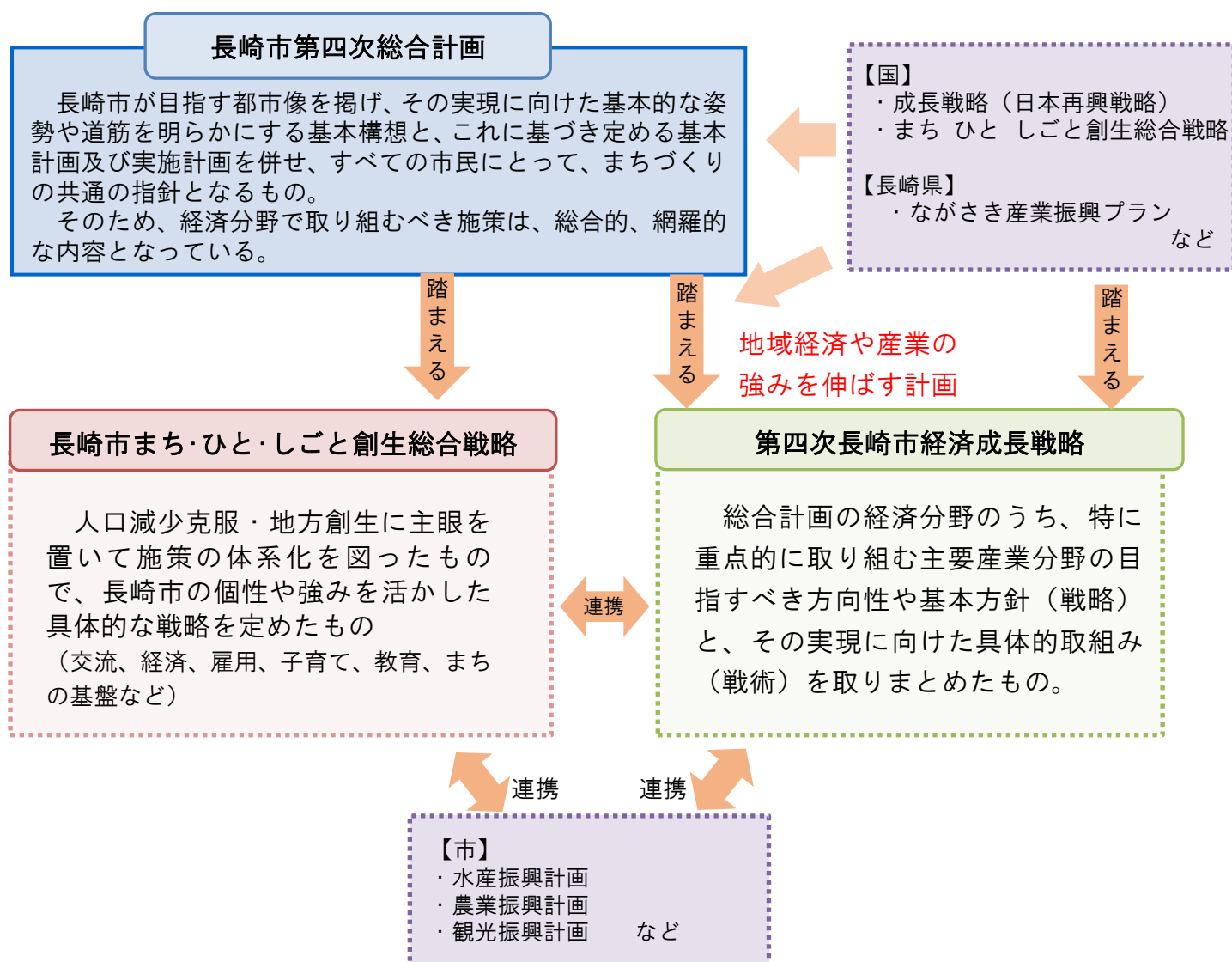
- (1)本市の産業における「固有の能力」や「強み」を活かした方針
- (2)地域の主要産業の目指すべき方向性
- (3)産学官をはじめとする地域一丸での連携・協働の在り方等を示すもの

### 3 第四次経済成長戦略の期間

- (1) 今後4年間を見据えた戦略（方向性やテーマ）を設定  
 戦略の対象期間：平成29年度から平成32年度の4年間
- (2) 上記(1)を実現するための戦術（具体的取組み）を設定  
 戦術の対象期間：経済情勢の変化や進捗状況に柔軟に対応するため、毎年検証し、適宜更新
- ※なお、第五次経済成長戦略の対象期間については、平成33年度～37年度の5年間で予定。

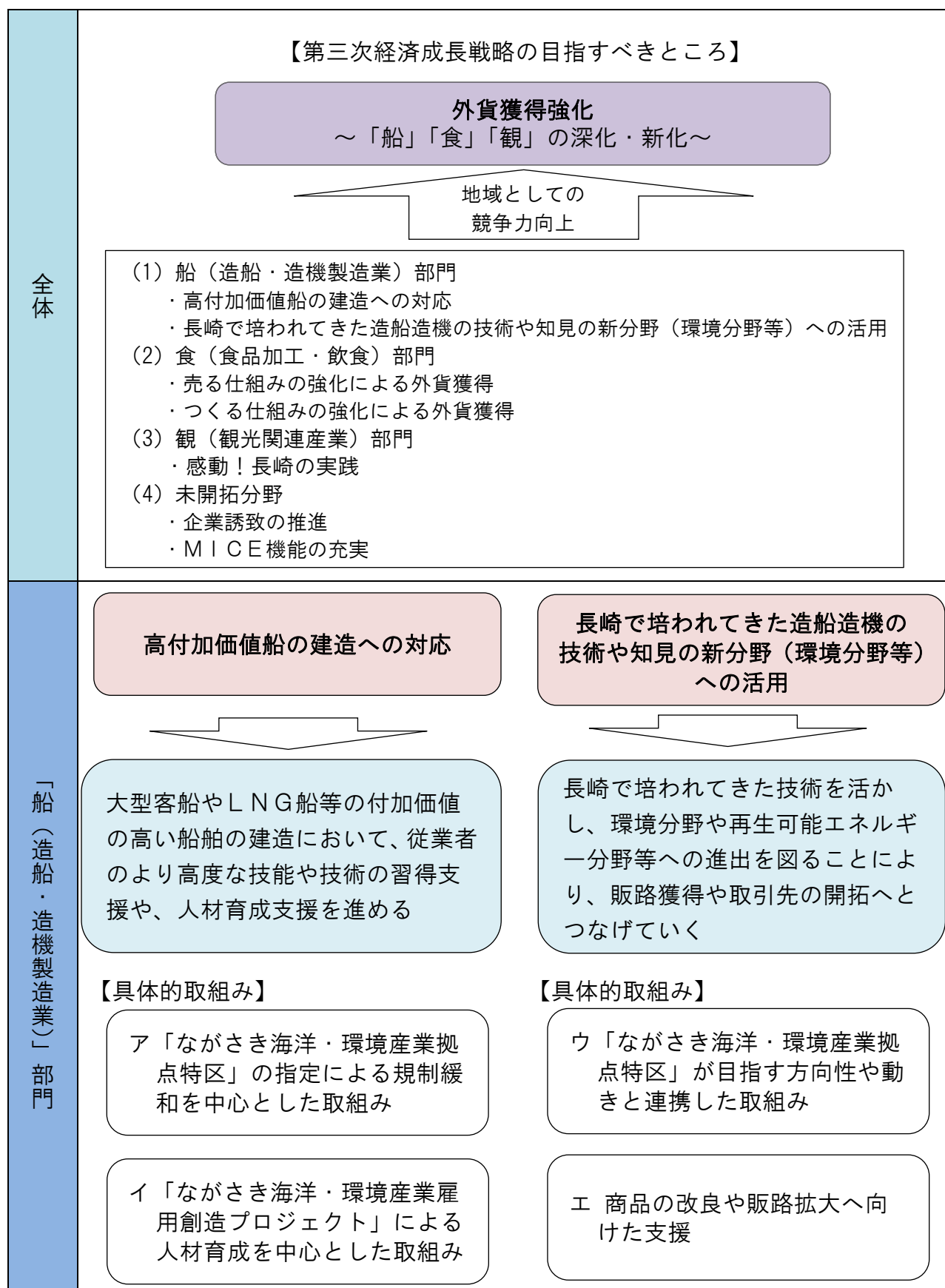
	H29	H30	H31	H32
第四次 経済成長戦略	長期的な戦略 方向性・テーマ・目標			
	戦術 (毎年検証し、更新)			

### 4 第四次経済成長戦略の位置付け



## 第2章 第三次経済成長戦略の振り返り

### 1 第三次経済成長戦略における各部門の取組み



売る仕組みの強化による外貨獲得

地域内の産学官金などの多様な連携を活用し、高めあいながら、情報発信や販路獲得・拡大へ向けて取り組む

【具体的取組み】

ア 域外への販路拡大

イ 域外からの消費獲得

ウ 地域における多彩な連携・協働

つくる仕組みの強化による外貨獲得

水準の高い衛生管理の実行や、小規模事業者などの協働によって、食品加工による販路獲得や拡大の機会を得て、外貨獲得と売上の増加へつなげる

【具体的取組み】

エ 水準の高い衛生管理の実行

オ 意識改革と、小規模事業者などの協働

感動！長崎の実践

～心に残る体験と魅力発信による付加価値の提供～

上質なおもてなしやブランド力の向上によって、新たな来訪者を創出し、リピーターとして、また、長崎の好印象を拡散するスピーカーとしての役割を果たしていただき、来訪者の増加と、滞在中の消費額増加につなげる

【ハード面】

ア 顧客目線に立った  
対応・利便性の向上

イ 宿泊の質の向上

ウ 長崎の魅力を活かした  
新たな取組みの活用

【ソフト面】

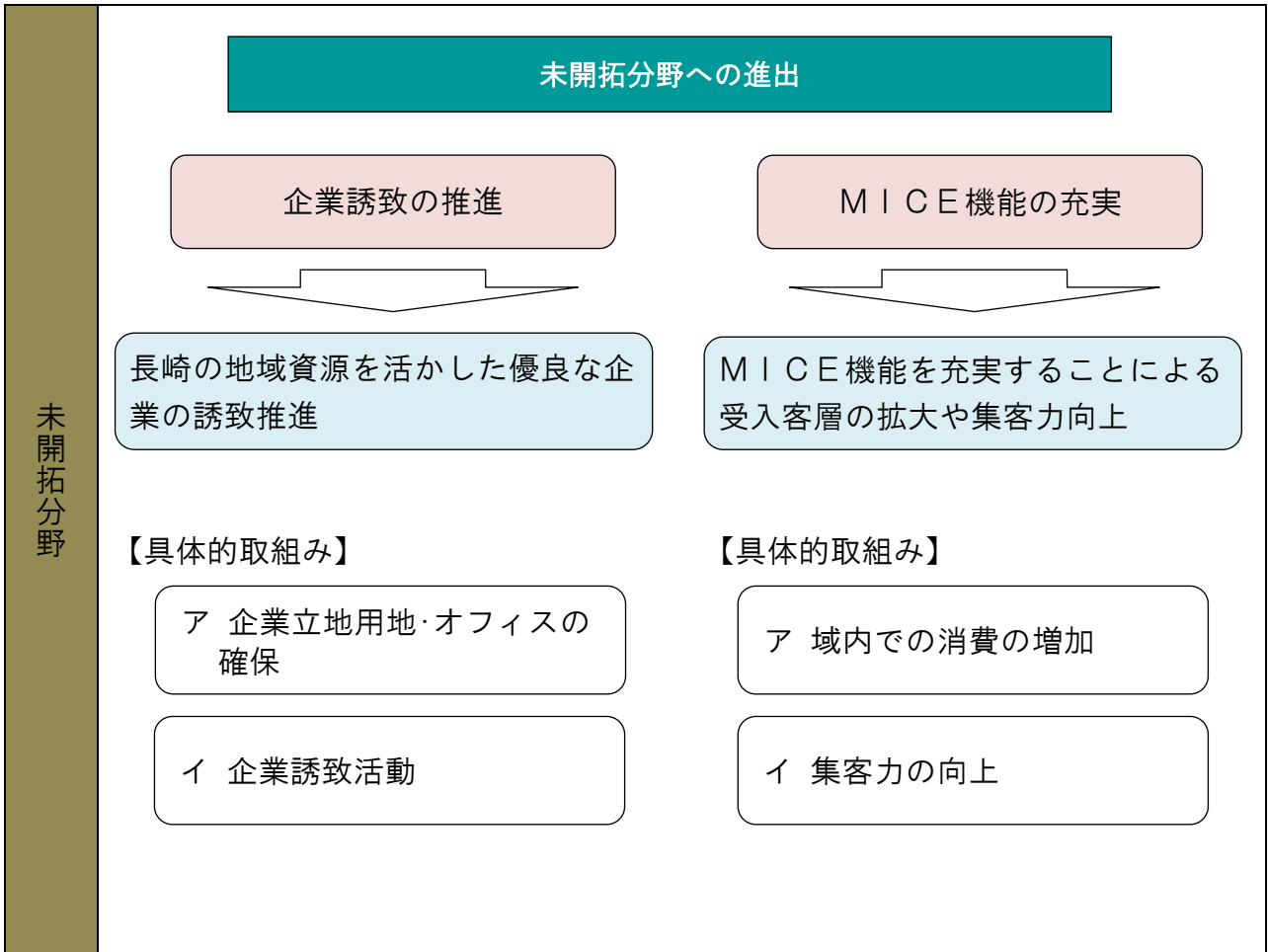
エ 「食」の魅力の活用

オ 情報発信の好適化

カ 顧客目線に立った  
対応・利便性の向上

キ 思い出に残る  
体験・お土産

ク 長崎の魅力を活かした  
新たな取組みの活用





## 2 定量目標の検証

### (1) 中小製造業の売上の状況

出典：工業統計調査（経産省）

指 標 名	区 分	H25 (設定時)	H26	H27
従業員数 4 人以上 200 人未満の事業所の製造品出荷額等 [暦年]	目標値	—	1,163 億円	1,187 億円
	実績値	1,020 億円	895 億円	992 億円
	達成率	—	77.0%	83.6%

- ・「従業員数 4 人以上 200 人未満の事業所の製造品出荷額等」については、船舶価格の低下の影響により基幹産業である造船業が低迷したため、減少傾向にあり、50～200 人未満の事業所の製造品出荷額が回復したものの目標値を達成できなかった。

### (2) 域外との貿易の状況

出典：貿易統計（財務省）

指 標 名	区 分	H25 (設定時)	H26	H27
長崎港の対アジア貿易額 [暦年]	目標値	—	1,226 億円	1,254 億円
	実績値	901 億円	994 億円	618 億円
	達成率	—	81.1%	49.3%

- ・「長崎港の対アジア貿易額」については、増加傾向にあったが、目標値は達成できず、平成 27 年度は、特に台湾向けの一般機械の輸出額（火力発電プラント関係）が大幅に減少したことから、達成率は 50% を割り込んだ。

### (3) 環境・新エネルギー分野などへの事業拡大の状況

出典：工業統計調査（経産省）

指 標 名	区 分	H25 (設定時)	H26	H27
輸送用機械器具製造業以外の出荷額等 [暦年]	目標値	—	3,521 億円	3,573 億円
	実績値	3,313 億円	4,636 億円	2,272 億円
	達成率	—	131.7%	63.6%

- ・「輸送用機械器具製造業以外の出荷額等」については、順調に推移し、目標値を達成していたが、平成 27 年度は、はん用機械器具製造業の出荷額等の減少により大きく減少し、目標を達成できなかった。

しかし、次の補助代替指標「機械・重電機器」受注残高の推移によれば、受注残高は増加傾向にあり、今後は出荷額の回復が予想される。

#### 【補助代替指標】

出典：日本銀行長崎支店

指 標 名	区 分	H25	H26	H27
「機械・重電機器」受注残高の推移 (長崎県)	実績値	5,097 億円	5,377 億円	5,829 億円

## (4) 食料品製造業の売上の状況

出典：工業統計調査（経産省）

指 標 名	区 分	H25 (設定時)	H26	H27
従業者数 4 人以上の食 料品製造業の事業所の 製造品出荷額等 [暦年]	目標値	—	304 億円	310 億円
	実績値	263 億円	251 億円	242 億円
	達成率	—	82.6%	78.0%

※「従業者数 4 人以上の食料品製造業の事業所の製造品出荷額等」の実績値については、それぞれ前年の実績値を表示。

- ・「従業者数 4 人以上の食料品製造業の事業所の製造品出荷額等」については、域内での人口が減少していく中で、域外での販路拡大やお土産品・飲食分野での取組みに対して十分な成果が得られていないこと、また、漁獲量の減少・原料価格の高騰により安定した加工原料の確保が困難であったことなどの要因から、減少傾向にあり、目標値を達成できなかった。

## (5) 観光振興策全般の達成成果を計る

出典：長崎市観光統計

指 標 名	区 分	H25 (設定時)	H26	H27
観光客数 [暦年]	目標値	—	620 万人	630 万人
	実績値	608 万人	631 万人	669 万人
	達成率	—	101.8%	106.2%

- ・「観光客数」については、平成 27 年 7 月に「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」が世界文化遺産に登録されたことに伴い、実施したプロモーションに加え、各種メディアで取り上げられる機会が増えたことで誘客につながったと考えられる。また、クルーズ客船の入港隻数が大幅に増加したことで、目標を達成した。

## (6) 観光がまちにもたらす経済効果や、長崎観光の魅力向上等の度合いを計る

出典：長崎市観光統計

指 標 名	区 分	H25 (設定時)	H26	H27
観光消費額 [暦年]	目標値	—	1,182 億円	1,217 億円
	実績値	1,203 億円	1,243 億円	1,368 億円
	達成率	—	105.2%	112.4%

- ・「観光消費額」については、観光客数の増加に加え、平成 27 年の観光客 1 人あたりの観光消費額が平成 25 年比で増額したこと（宿泊客 1,368 円増（4.8%増）、日帰り客 366 円増（2.8%増））により、前年比 125 億円増（10.1%増）で目標を達成した。

### 3 具体的取組みの検証

#### (1) 「船（造船・造機製造業）部門」の取組み

##### ア「ながさき海洋・環境産業拠点特区」の指定による規制緩和を中心とした取組み

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	派遣法の規制緩和、小ヶ倉柳埠頭整備（倉庫、荷役機器など）	<p>【取組み状況】</p> <p>特区指定により認められた「国と地方の協議会」による協議において、三菱重工長崎造船所が要望した次の 2 件について、規制緩和（現行制度内での運用）が認められた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同一特定倉庫内での保税工場の指定による物流コストの削減</li> <li>・ 保税地域における蔵置期間の延長による物流コストの削減 等</li> </ul> <p>【今後の方針】</p> <p>特区取組みに伴う効果等の検証を行い、特区の継続（H30 以降）について検討していく</p>
2	省エネ船（中小型船・漁船等）の開発	<p>【取組み状況】</p> <p>特区指定により認められた「国と地方の協議会」による協議において、県造船協同組合が、省エネ船の建造促進のための研究・開発に係る財政支援措置（補助制度の創設等）を要望したが、認められなかった。</p> <p>【今後の方針】</p> <p>特区取組みに伴う効果等の検証を行い、特区の継続（H30 以降）について検討していく</p>

##### イ「ながさき海洋・環境産業雇用創造プロジェクト」による人材育成を中心とした取組み

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	<p>OJT*等による高度・特殊技術者の育成</p> <p>※OJT (On-the-Job Training) 職場にて業務時間内に行われる実践的な人材育成方法</p>	<p>【取組み状況】</p> <p>特区に掲げた造船関連産業の人材育成について、左記プロジェクトを活用し、次の 4 事業の実施により、雇用の創出、人材育成が図られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 客船・次世代 LNG 船等向け艤装・高度溶接技術者の OJT 育成</li> <li>・ 設計実践 OJT 研修</li> <li>・ 新分野展開人材 OJT 育成</li> <li>・ 熟練技能者マッチング型人材育成 OJT 支援事業</li> </ul> <p>【今後の方針】</p> <p>H25 年度からの 3 ケ年事業であったが、一定、雇用創出・人材育成が図られたものの、さらなる人材確保・育成を図っていく必要がある。</p>
2	<p>ICT*活用による施行管理主任の育成</p> <p>※ICT (Information and Communication Technology) 情報・通信に関する技術の総称</p>	<p>【取組み状況】</p> <p>特区に掲げた造船関連産業の人材育成について、左記プロジェクトを活用し、次の 2 事業の実施により、雇用の創出、人材育成が図られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ICT を活用した高付加価値船施工管理高度化主任人材育成</li> <li>・ ICT を活用した施工管理効率化主任人材育成</li> </ul>

	<p>【今後の方針】 IoT<sup>※</sup>等の導入や中核人材育成については、今後取り組むべき課題として挙げられる。</p> <p>※IoT (Internet of Things) 様々な「モノ(物)」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</p>
<p>上記内容の事業の他、熟練技能継承のための教育シミュレーションシステム開発や海洋産業クラスター形成を目指した事業なども行われた。</p> <p>・※雇用創出目標 1,089 人⇒実績 1,165 人(県内) うち長崎市内の雇用者数 211 人(全体に対して約 18%)</p>	

ウ「ながさき海洋・環境産業拠点特区」が目指す方向性や動きと連携した取組み

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	環境分野や再生可能エネルギー分野等への進出については、特区の長崎地域ワーキンググループにおいて今後、検討を進めていく	<p>【取組み状況】 特区指定により認められた「国と地方の協議会」において協議する内容について協議する「長崎地域ワーキンググループ」内にさらに、「小ワーキンググループ：新エネルギー（小規模）研究開発とその実証」を設け、環境・再生可能エネルギー分野に特化した協議を行った。 当該小ワーキンググループにおいては、主に、当該分野における研究開発等に対する国補助の優先採択を要望する内容の協議を行った。</p> <p>【今後の方針】 再生可能エネルギー（洋上風力、潮流発電）については、長崎地域だけでなく、県内各地域で取り組んでいる状況から、検討の場の再構築が必要である。</p>
2	新エネルギー（小水力、バイナリー発電、浸透圧発電、潮流発電、ハイブリット発電等）に係る研究開発、人材育成・確保	<p>【取組み状況】 浸透圧発電に係る「ナノファイバーによる革新的な排水処理システムの開発」が、国事業の「H27 戦略的基盤技術高度化支援事業」に採択された。 潮流発電において、長崎海洋産業クラスター形成推進協議会からなるコンソーシアムが、国事業の「H28 潮流発電技術実用化推進事業」に事業者として採択され、潮流発電の早期実用化を目指す。</p> <p>【今後の方針】 新エネルギーに係る研究開発等については、引き続き国プロジェクト等を活用し、積極的に財源確保の取組みを進めていく。</p>

3	洋上風力発電については、実証実験の結果等を踏まえ実現可能性を見定めた上で検討していく	<p><b>【取組み状況】</b>  項目1、2のほか、洋上風力・潮流発電等の海洋エネルギーの実証実験、実用化、商用化に向け、具体的な取組みを行う民間の組織「NPO法人長崎海洋産業クラスター形成推進協議会」が平成26年10月に発足し、当該分野での官民連携した取組みも行われた。  また、長崎市においても、当該分野に進出しようとする地場企業の取組み（事業化可能性調査、人材育成）に対して支援（補助金）を行った。</p> <p><b>【今後の方針】</b>  洋上風力・潮流発電等の海洋エネルギーについては、官民連携した取組み及び当該分野に進出しようとする地場企業の支援を引き続き行い、実現可能性を見極めていく。</p>
---	--	--

エ 商品の改良や販路拡大へ向けた支援

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成28年度までの取組み状況及び今後の方針
1	売り先に合わせた改良や販路拡大へ向けた行政等のマッチング支援、企業同士が協働した情報発信、産学官での連携した商品づくり等で、売上増への効果を高める	<p><b>【取組み状況】</b>  新製品又は新技術の開発を促進するため、平成26年度から「挑戦型共同研究開発支援補助金」を創設し、大学等と共同研究を行う企業に対し下記の支援を行った。</p> <p>&lt;実績&gt;  (H26)  補助件数 3件  補助金額 5,143,000円  研究内容 固形燃料専焼ボイラの開発とビニルハウス自動加温システムの開発等</p> <p>その他 汚泥残渣を活用した肥料については、平成27年6月に肥料登録済み。また、研究開発後の知財に関する整理を行い、商用に向けた取組みを実施</p> <p>(H27)  補助件数 4件  補助金額 5,787,000円  研究内容 産業用バーチャルトレーニングシステムの研究・開発等</p> <p><b>【今後の方針】</b>  今後も創業期における新製品・新技術の開発を支援することで、企業の販路拡大の促進を図る。</p>

2	「優れモノ認証制度」の実施	<p><b>【取組み状況】</b>          トライアルオーダー認定制度を発展的に事業拡大させた「優れモノ認証制度」を平成 26 年度から実施し、企業の優れた製品・技術の販路開拓・拡大を図るため、情報発信等の支援を行った。</p> <p>＜実績＞          (H26)          認証件数 6 件          認証商品 PBウッド（廃プラ 100%を原料としたリサイクル商品）等          認証品購入額 長崎市役所 377,136 円          その他企業 36,730,720 円</p> <p>(H27)          認証件数 8 件          認証商品 アクアパワーサプライズ（多極発電機と垂直軸型翼車を組み合わせた水力発電機）等          認証品購入額 長崎市役所 9,104,732 円          その他企業 122,733,155 円</p> <p><b>【今後の方針】</b>          福岡市で開催される「モノづくりフェア」に長崎市がブースを出展するなどし、認証品のPRや販路拡大を引き続き支援する。</p>
---	---------------	--

(2)「食（食品加工・飲食）部門」の取組み

ア 域外への販路拡大

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	ながさきの食材のブランド化	<p><b>【取組み状況】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マッチングコーディネーターを配置のうえ、事業者の分析を行い、特性を活かした価値の高い商品開発・改良及び大都市圏への販路開拓の支援を開始した。</li> <li>・水産練り製品のブランド化においては、「長崎かんぼこ王国」の取組みによりPR強化が図られるとともに、会員各社によるそれぞれの個性を活かした商品開発が進んだ。</li> <li>・長崎市ブランド振興会において、品質や信頼性が高い特産推奨品の開発や、その認定及び販路拡大に取り組んだ。</li> <li>・「なつたより」については、民間のマーケティングマネージャーなどと販路や手法などの有利販売戦略を構築、実践した。</li> <li>・「長崎和牛・出島ばらいろ」については、JAと連携し、市内及び大都市圏でのフェア開催などにより販路拡大を図った。</li> <li>・「魚のまち長崎」イメージアップのため、域外等へPRしていく「四季の美味しい魚 27 種」を選定した。</li> <li>・「なつたより」「長崎和牛・出島ばらいろ」「長崎の魚」について、販売キャンペーンやホームページによる発信など、様々な媒体でのPRを行った。</li> <li>・長崎県水産加工振興祭に共催し、品評会の開催による水産加工業者の加工技術の向上を図るとともに、水産関係団体が行う商品開発、販売促進事業について支援を行った。</li> </ul> <p><b>【今後の方針】</b></p> <p>価値の高い商品開発・改良から経営指導、販路開拓まで総合的な支援を行う。また、バイヤーや消費者にブランドの価値を伝える取組みなど、認知度向上と消費拡大に向け継続的に取り組んでいく。</p>
2	首都圏等への販路開拓	
3	一時的な催事への出店に留まらない、弛まぬ情報発信	

イ 域外からの消費獲得

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	旬の食材を使った観光客の受入態勢整備	<p><b>【取組み状況】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 27 年度にお土産品コンテストを開催し、59 商品の応募があった。受賞作品については、観光施設等でのPR販売を行った。また、より魅力的なお土産品を開発するためのセミナーや開発されたお土産品の販路を開拓するための商談会を開催した。</li> <li>・長崎蒲鉾水産加工業協同組合を中心に、水産練り製品製造業者、行政、その他各種団体が連携した「長崎かんぼこ王国」において、「長崎おでん」などの商品開発やPRに取り組んだ。</li> </ul>
2	協業化や協働化による販売力等の向上	

3	経済関係団体などが有する支援メニューの有効活用等	<p>・豊かな水産物を活かした「魚のまち長崎」について、観光業、飲食業などと連携し、長崎の魚を素材としたご当地グルメを開発した。</p> <p>【今後の方針】 観光客の増加が見込まれる中、土産品コンテストの開催等により、観光イメージアップとなる新たな土産品開発を促進するとともに、効果的な販売につなげるための支援を行う。 また、季節毎の旬の魚や提供料理店、生産者などの情報発信の強化を図るとともに、開発したご当地グルメの観光客などへのPRを観光団体などと連携しながら実施する。食と観光の連携強化による消費拡大を図るため、(仮称)お魚センターなどの食の拠点について、検討を行う。 さらに、経済関係団体などが行っている支援メニューへの誘導を行い、効果的な事業展開を図る。</p>
---	--------------------------	---

ウ 地域における多彩な連携・協働

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	顧客に向けてより高い商品価値を提供するための、企業・大学・市民・行政が一体となった推進体制	<p>【取組み状況】 ・長崎蒲鉾水産加工業協同組合を中心に、水産練り製品製造業者、行政、その他各種団体が連携して商品開発やPRに取り組んだ。(長崎おでん、ちゃポリタン、高校生とのコラボ商品など) ・「シュガーロード」「砂糖文化」をキーワードに、長崎街道シュガーロードの魅力を菓子工業組合及び関連団体と連携し、スイーツコンテスト等のイベントでPRした。また、沿線各市と相互に連携して、共同で事業を行った。 ・特産品の海外への販路拡大のため、経済関係団体や事業者等で組織する輸出促進実行委員会と連携して取り組んだ。 ・「魚のまち長崎」のイメージアップを図り、域外等へPRしていくため、生産者、流通・加工業者、料理店、観光業、消費者で組織する「長崎の魚PR・おもてなしアクションチーム」を設立した。</p> <p>【今後の方針】 多彩な連携・協働が事業の効果を生むことから、今後とも関係団体との連携強化を図る。 また、海外における日本食ブーム、その中でも長崎の多彩な食を発信するため市内外の関係者との連携・協働を進める。</p>
2	生産者から消費者までが一体となった推進体制	



エ 水準の高い衛生管理の実行

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	地域の商品価値や販売力の向上、販路獲得や拡大につながる HACCP※などの衛生管理	<p>【取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・水産加工業者、関係団体などへのセミナー開催等により、地域内で HACCP の実践など衛生管理意識の向上を図った。</li> <li>・実践が見込まれる事業者については、その実践並びに認証取得を支援し、2 事業者が取得の準備を行っている。</li> </ul> <p>【今後の方針】</p> <p>今後 HACCP が義務化した際には、既存事業者の存続にかかわる問題となってくる可能性もあることから、引き続き導入に向けた奨励喚起を行う。</p>

※HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) 食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生するおそれのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析 (Hazard Analysis) し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点 (Critical Control Point) を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法

オ 意識改革と小規模事業者等の協働

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	消費者の客層に適した商品開発や生産力の向上	<p>【取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大都市圏を対象に販路開拓・拡大を行うため、新たな特産品の開発・改良への支援に取り組んだ。</li> <li>・事業者等と組織する長崎市ブランド振興会において、特産推奨品の開発や、その認定及び共同 PR に取り組んだ。</li> <li>・長崎蒲鉾水産加工業協同組合において、漁港に水揚げされた魚のすり身加工を協業化している。</li> <li>・同協同組合を中心に水産練り製品製造業者、行政、その他各種団体が相互に連携し、商品開発や PR に取り組んだ。</li> <li>・特産品の輸出については、香港での輸入商社等との商談会など販路獲得のための取組みを支援した。</li> </ul> <p>【今後の方針】</p> <p>販売ターゲットの絞り込み、顧客のニーズに見合った商品開発や改良を支援する。 海外向け商品開発・改良支援、海外向け商談会への共同出展等、地場企業の競争力強化に向けた取組みを支援する。</p>
2	協業化や協働化による商品開発力や競争力の向上	
3	研究機関や大学などを含めた産学官の連携	
4	経済関係団体などが有する支援メニューの有効活用	
5	リスク分散の意味でも、海外含めより多くの地域外の販路を獲得	

(3) 「観（観光関連産業）部門」の取組み

ア 顧客目線に立った対応・利便性の向上 [ハード面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	シニア層や高所得者層などの客層に応じた環境整備	<p>【取組み状況】</p> <p>バリアフリー特定事業計画に基づき、シニア層や障害者の方の利便性向上を図るため、公共交通機関等におけるバリアフリー整備を行った。</p> <p>平成 27・28 年度にはロープウェイ駅舎・待合所の耐震化工事に伴うバリアフリー化工事（エレベーターの設置）を行った。</p> <p>平成 28 年度末時点の目標：進捗率 77%</p> <p>【今後の方針】</p> <p>引き続きバリアフリー特定事業計画に基づき、整備を行う。</p> <p>平成 32 年度末時点の目標：進捗率 94%</p>
2	クレジットカード決済の対応機会を増やすなどの利便性向上	<p>【取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎浜んまち商店街振興組合連合会との連携 平成 25 年度の国の補正予算事業（中小企業庁・商店街まちづくり事業）を活用し、長崎浜んまち商店街振興組合連合会の包括決済事業に係る端末の更新事業を支援した。 同事業による長崎市内の端末設置台数 約 350 台</li> <li>・長崎浜市商店街振興組合との連携 トイレ、休憩スペース、観光情報発信等の機能を備えた「浜んまちガーデン」を平成 27 年 9 月にリニューアルオープンした。 外国人観光客を対象とした免税店舗の拡充を目的に、平成 28 年 2 月に浜んまち商店街に消費税免税手続一括カウンターを設置。なお、商店街が保有する施設にカウンターを設置する事例としては、全国初。 登録店舗数：19 店舗（H28.9 末現在）</li> <li>・観光施設における整備 グラバー園の入場料及び長崎ロープウェイの利用料の支払いにあたり、クレジットカードを利用可能とするための整備を平成 28 年度中に行った。</li> </ul> <p>【今後の方針】</p> <p>引き続き、長崎浜んまち商店街振興組合連合会の包括決済事業への支援を行うとともに、次世代の決済手法導入を含め、商業者の需要を把握しながら支援策を実施していく。</p> <p>また、さらなる免税店舗の拡充と免税商店街化を目指し、制度の要件緩和を国に要望するとともに、地域消費が拡大する取組みを官民連携して推進する。併せて、中心市街地以外の免税事業者の増加についても取り組む。</p>

3	情報の受発信にもつながるWi-Fi等の利便性向上	<p><b>【取組み状況】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Wi-Fi整備 平成26年度の国の補正予算による補助金（総務省・観光・防災Wi-Fiステーション整備事業）を活用し、市内観光施設10施設及び路面電車の電停全39地点に公衆無線LANを整備した。 民間事業者が行う公衆無線LAN環境整備など外国人観光客の受入環境整備（ハード面）に要する費用の一部を補助した。</li> <li>事業内容（ハード面） 無料無線LAN環境整備 6件 外国語表記整備 6件 免税手続きカウンター整備 1件</li> <li>・情報発信機器整備 世界遺産の構成資産における観光案内需要に対応するための情報発信機器（エアサインージ）を整備し、多言語による観光案内情報発信の態勢整備を実施した。 設置箇所数 10か所</li> </ul> <p><b>【今後の方針】</b> 引き続き、宿泊施設や商業施設等の公衆無線LAN環境の整備をはじめ、ストレスフリーの環境整備を官民連携して推進する。</p>
---	--------------------------	--

イ 宿泊の質の向上 [ハード面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成28年度までの取組み状況及び今後の方針
1	夜景ビューの部屋を差別化するなど、長崎の魅力を活かした環境整備	<p><b>【取組み状況】</b> 宿泊予約ウェブサイト等で、世界新三大夜景の記載が多く使われており、誘客に活用されている。夜景の魅力を活かした宿泊施設の新館整備等が民間事業者により行われた。</p>
2	くつろぎや憩いを提供できるサービスの向上	<p><b>【今後の方針】</b> DMOを中心に夜景を含めたブランド・誘客力の向上を図り、民間事業者の設備投資につなげていく。</p>

ウ 長崎の魅力を活かした新たな取組みの活用 [ハード面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成28年度までの取組み状況及び今後の方針
1	まちぶらプロジェクト	<p><b>【取組み状況】</b> 新大工エリア・中島川・寺町・丸山エリア、浜町・銅座エリア、館内・新地エリア、東山手・南山手エリアの5つのエリアを対象に、平成25～34年度の10年間を計画期間として、新大工町地区市街地再開発事業（平成25年度～）、浜町地区市街地再開発事業（平成26年度～）や旧長崎英国領事館保存修理事業（平成27～平成34年度）をはじめとした文化財の保存整備、前出の免税手続き一括カウンターや公衆無線LANの整備等を行った。</p> <p><b>【今後の方針】</b> 引き続き計画に基づき事業を進めていく。</p>

2	世界遺産登録に向けた動き	<p>【取組み状況】  長崎駅前かもめ広場内に世界遺産観光案内所を整備した。(当初予定の平成28年度の世界遺産登録に合わせ)外海(出津・大野)に観光客用の駐車場・トイレを整備した。  平成27年度世界遺産観光案内所利用者数  63,272人(平成27年4月25日開設)</p> <p>【今後の方針】  平成27年に世界遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産」に加え、「長崎の教会群とキリシタン関連遺産」についても、平成28年度の登録を見据えて整備を行っていたため、ハード面の整備は一定終えているが、観光客の動向を見据えて必要な受入態勢整備を行っていく。</p>
---	--------------	---

エ 「食」の魅力の活用 [ソフト面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成28年度までの取組み状況及び今後の方針
1	長崎ならではの食と連携した、地域外から呼び込める旅行商品開発	<p>【取組み状況】  卓袱料理や検番、長崎和牛等の素材を活用した商品造成の促進を図った。  「魚の美味しいまち長崎」の魅力発信を強化した。</p> <p>【今後の方針】  文化観光部、商工部及び水産農林部並びに民間事業者の連携体制により、朝市等、新たな資源の掘り起こしを行い、旅行商品・メニューの造成を図る。</p>
<p>上記内容の事業の他、外国人観光客が長崎の食を安心して楽しめるよう、飲食店が容易に多言語メニューを作成し、外国人観光客も多言語で店舗検索できるウェブサイト「EAT長崎」を整備した。 ※平成28年9月末時点利用店舗数：96店舗</p>		

オ 情報発信の好適化 [ソフト面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	長崎の多彩な魅力を、ひとからひとへ伝え共感できる手段の工夫	<p>【取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内観光客向けにフェイスブックなど SNS を活用したリアルタイムな情報発信を強化した。</li> <li>・著名人を観光大使等に任命することで、著名人がもつ強力な情報発信力を活用した。</li> </ul> <p>【今後の方針】</p> <p>SNS や動画配信など ICT を活用した情報発信手段の充実を図り、国内外を問わず口コミ情報の拡散を促進する。</p> <p>外国人観光客も視野に入れ、観光大使等の充実を図る。</p>
2	一方通行型から、SNS など双方向性を活かした情報の利用や共有化へ	<p>【取組み状況】</p> <p>国内観光客向けにフェイスブックなど SNS を活用した情報発信を強化した。</p> <p>【今後の方針】</p> <p>SNS を活用したフォトコンテストの開催や動画配信など ICT を活用した情報発信の充実を図り、国内外に対する情報の拡散を促進する。</p>
<p>上記内容の事業の他、(再掲)外国人観光客が長崎の食を安心して楽しめるよう、飲食店が容易に多言語メニューを作成し、外国人観光客も多言語で店舗検索できるウェブサイト「EAT長崎」を整備した。 利用店舗数：96 店舗 (平成 28 年 9 月末時点)</p>		

カ 顧客目線に立った対応・利便性の向上 [ソフト面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	シニア層や高所得層など客層に適した対応や、サービスの提供	<p>【取組み状況】</p> <p>(特活) バリアフリー推進協議会と連携して、ウェブサイトによるバリアフリー観光情報の発信及び交通事業者等を対象にバリアフリー対応人材の育成研修を行った。</p> <p>また、平成 26 年 10 月の長崎がんばらんば国体・長崎がんばらんば大会のために訪れる障害者・高齢者の長崎観光における利便性を図るため、バリアフリー観光ガイドブックを改訂し、配布した。</p> <p>[実績]</p> <p>人材育成研修          平成 26 年度 8 回実施し、53 名が受講          平成 27 年度 8 回実施し、47 名が受講</p> <p>情報発信          ウェブサイト情報掲載施設数 175 施設</p> <p>【今後の方針】</p> <p>引き続き民間事業者と連携して、計画的にバリアフリー観光まちづくりの推進を図っていく。</p>

2	W i - F i 等の利便性を活かした情報発信	<p>【取組み状況】 外国人観光客向けに公式観光サイト「あっ！とながさき」（多言語版）による着地情報発信を強化した。</p> <p>【今後の方針】 産学官の連携により、公衆無線LAN環境やICTを活用し、着地情報の発信を強化するとともに、様々なサービスを受けられるストレスフリーな環境を整え、観光客の満足度向上を図っていく。 また、外国人観光客が安心して滞在できるよう、災害・避難情報の多言語発信に取り組む。</p>
<p>上記内容の事業の他、民間事業者が行う館内放送の多言語化など外国人観光客の受入環境整備（ソフト面）に要する費用の一部を補助した。</p> <p>事業内容（ソフト面） 外国語音声案内整備 5件、外国語パンフレット作成 4件、外国語ホームページ作成 6件</p>		

キ 思い出に残る体験・お土産 [ソフト面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	海辺、夜景や体験型のオプションなどの商品化や魅力の向上	<p>【取組み状況】 旅行代理店を対象とした助成制度整備など民間における取組みを支援した。 長崎国際観光コンベンション協会の協力を得て、着地型旅行商品の造成に努めた。</p> <p>【今後の方針】 民間と連携し、農林水産業等、第一次産業を活用した郊外における滞在型・体験コンテンツ、とくに朝型観光の促進を図る。</p>
2	思い出を実体化するようなお土産の商品づくりや魅力の向上	<p>【取組み状況】 平成 27 年度にお土産コンテストを開催し、59 商品の応募があった。受賞作品については、観光施設等でのPR販売を行った。 また、より魅力的なお土産を開発するためのセミナーや開発されたお土産品の販路を開拓するための商談会を開催した。</p> <p>【今後の方針】 観光客の増加が見込まれる中、お土産コンテストの開催等により、観光イメージアップとなる新たな土産品開発を促進するとともに、効果的な販売につなげるための支援を行う。</p>

ク 長崎の魅力を活かした新たな取組みの活用 [ソフト面]

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	まちぶらプロジェクト	<p>【取組み状況】 長崎国際観光コンベンション協会や観光関連事業者と連携した商品造成支援及び長崎さるくの充実を図った。</p> <p>【今後の方針】 民間と連携し、まちなかのエリア内の魅力や、各エリア間の回遊性を促す情報発信に努め、滞在型・体験コンテンツの充実を図る。</p>
2	世界遺産登録に向けた動き	<p>【取組み状況】 ・パンフレット、ウェブサイト等を活用したプロモーションによる誘客を行ったほか、世界遺産の価値の理解を深めてもらうため、小菅修船場跡及び北溪井坑跡に地元自治会等との連携による案内人の配置、前出のWi-Fiを利用した情報発信機器の整備により、世界遺産の構成資産現地において、動画で解説をみることができるようコンテンツの制作を行った。 ・世界遺産の構成資産がある高島における周遊観光を推進するため、電気自動車を活用した事業に対する補助を行うとともに、電動アシスト付き自転車の設置を行った。</p> <p>【今後の方針】 「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録を見据えた情報発信や受入態勢整備を進めていく。</p>

(4) 「未開拓分野への進出」の取組み

企業誘致の推進

項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	<p>ア【企業立地用地・オフィスの確保】</p> <p>長崎市内への企業立地を促す用地・オフィスの確保</p>	<p>【取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業立地用地の確保 九州新幹線西九州ルートの特設トンネル工事に伴う発生土を活用して、田中町(卸団地横)において、企業立地用地の整備を行っている。</li> <li>・オフィスの確保 オフィス系企業の誘致推進を目的として、県有地にオフィスビル整備を行う(公財)長崎県産業振興財団に対し、県とともに建設費の資金支援を行うことを決定した。 また、ビルの建替えや再開発事業等の機会をとらえて、オフィスビルの創出を促すことを目的として、オフィスビルを整備する事業者に対する補助制度を創設することとしている。 (誘致実績) H26:4社、H27:2社、H28:2社</li> </ul> <p>【今後の方針】 経済情勢や企業ニーズ等の継続的な把握に努め、状況に即した施策を展開していく。</p>
2	<p>イ【企業誘致活動】</p> <p>県財団とも連携した、積極的な企業誘致活動の推進</p>	<p>【取組み状況】 県、(公財)長崎県産業振興財団と連携して誘致活動を実施している。</p> <p>【今後の方針】 長崎の強みを活かし、地域産業の発展に寄与する企業の誘致に向けて、県、(公財)長崎県産業振興財団との連携を強化し、より緊密な協力体制により戦略的・積極的な誘致活動を実施していく。</p>

M I C E 機能の充実

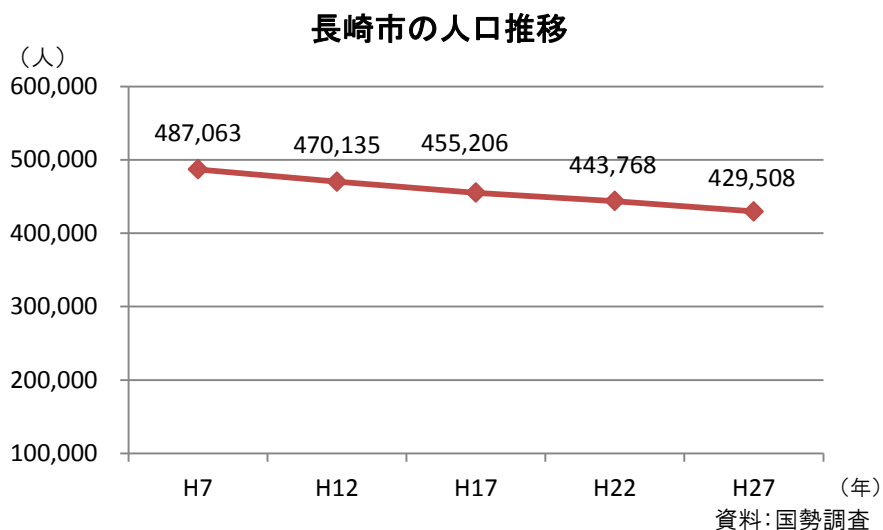
項目	第三次経済成長戦略で想定していた取組み	平成 28 年度までの取組み状況及び今後の方針
1	<p>ア【域内での消費の増加】</p> <p>1人当たりの観光消費額が一般宿泊観光の約2.5倍とされるM I C Eビジネス客の誘致への注力</p>	<p>【取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション開催費補助金助成 コンベンション主催者に対して、市内での宿泊者数に応じた助成を行い、長崎市におけるコンベンション開催を促進した。 ※助成金額の1/2ずつを県と市でそれぞれ負担 &lt;平成 26 年度実績&gt; 文化・学術コンベンション 28 件に対し、9,600千円を助成 スポーツコンベンション 3 件に対し 750 千円を助成 &lt;平成 27 年度実績&gt; 文化・学術コンベンション 31 件に対し、11,800千円を助成 スポーツコンベンション 3 件に対し 750 千円を助成</li> <li>・交流拠点施設の検討 平成 27 年 3 月に長崎駅西側の用地を交流拠点施設用地として取得し、「M I C E 機能を中核とした複合施設」を市の活用方針とした。</li> </ul>



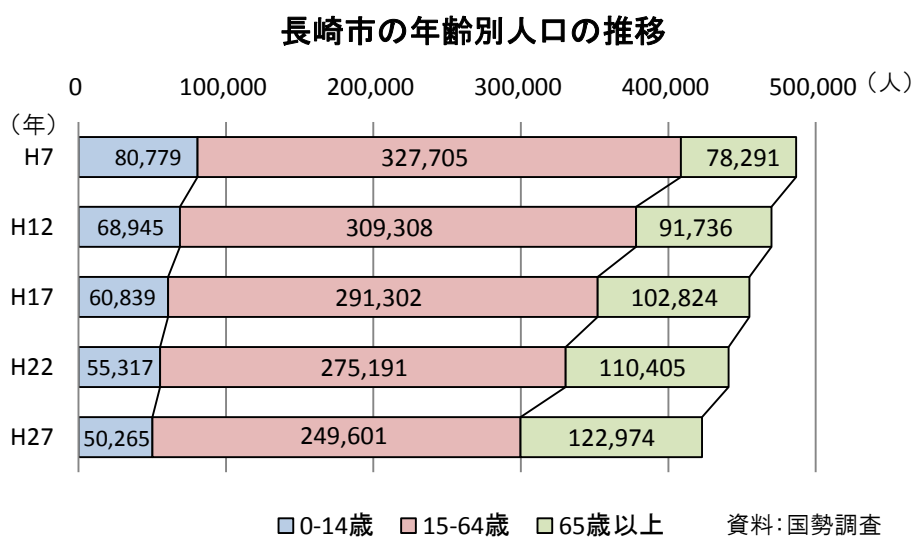
		<p>対話型市場調査(サウンディング調査)を実施し、MICE施設の民間事業者の考え方を一定聴取することができた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICEの誘致・受入</li> </ul> <p>平成26年8月に経済団体、地元企業など60団体からなる長崎MICE誘致推進協議会が設立され、地元事業者へMICE開催が及ぼすビジネスへの効果などの理解を深めてもらう目的でセミナー等を開催した。また、MICE業務の地元受注拡大を目指す長崎MICE研究会が発足した。</p> <p>平成28年度においては、長崎MICE誘致推進協議会が1団体1コンベンション誘致に向けたMICE需要量調査を実施した。</p> <p>長崎国際観光コンベンション協会と国際会議の誘致や連携を推進し、国際会議のキーパーソンである長崎大学教授への市長トップセールスを実施した。当該教授は、日本政府観光局(JNTO)が認定する「MICE誘致アンバサダー」に長崎県内で初めて認定された。</p> <p><b>【今後の方針】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション開催費補助金制度の整備</li> </ul> <p>長崎市におけるコンベンション開催を促進するため、補助金交付要綱の見直しを行い、コンベンション主催者にとって利用しやすい内容とする。また、制度の周知徹底に努める。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・交流拠点施設の検討</li> </ul> <p>交流拠点施設における民間収益施設の具体的な規模、配置など、複合施設としての詳細な内容については、今後、事業者の公募・選定を行い、その内容を整理・検討する。</p> <p>交流拠点施設の検討については、平成34年の新幹線開業のタイミングを逃さないよう取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICEの誘致・受入</li> </ul> <p>MICEの誘致・受入については、長崎国際観光コンベンション協会、長崎MICE誘致推進協議会と連携した誘致及びMICEの受け皿組織の整備の推進を図っていく。</p>
2	<p>イ【集客力の向上】</p> <p>宿泊客の増加や産業の活性化につながる、国内外での都市イメージの向上等</p>	<p><b>【取組み状況】</b></p> <p>長崎の文化財、夜景等の観光資源、食文化等を活用したユニークベニューを実施し、好評を得ている。</p> <p>また、コンベンション協会において毎年東京で開催される「国際ミーティング・エキスポ(IME)」に出展し、情報発信と幅広いPR活動を実施するとともに、キーパーソンの招へい事業や年2回の首都圏プロモーションなどを行っている。</p> <p><b>【今後の方針】</b></p> <p>長崎の魅力ある資源を活用し、様々なニーズに対応できるようユニークベニューを拡充する。</p> <p>また、長崎市の特色を活かした医学、平和などの会議や国際会議を開催することで、都市のイメージを向上させ都市のブランド力、競争力を高める。</p>

# 第3章 本市経済に係る現状

## 1 人口の推移

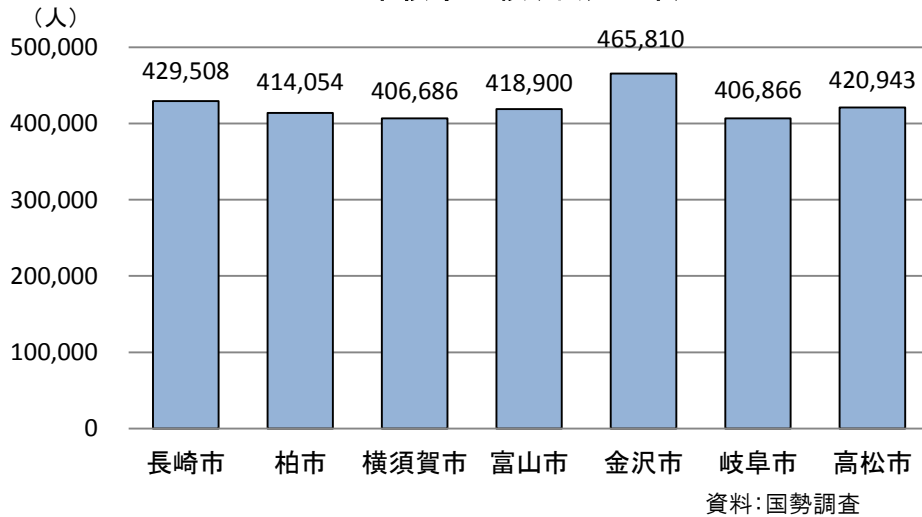


昭和50年頃まで人口が増加。一時安定するものの、昭和60年ごろを境に減少。



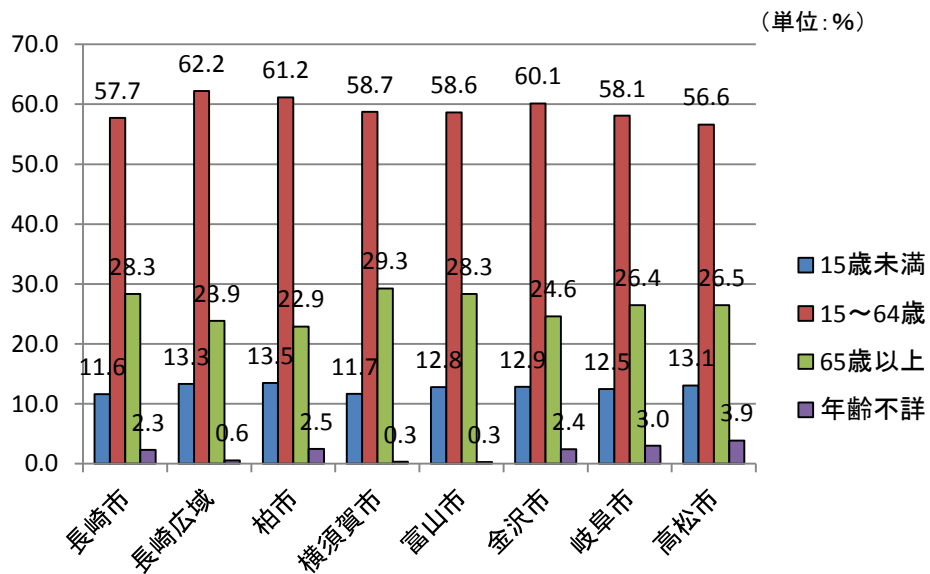
0-14歳（年少人口）及び15-64歳（生産年齢人口）は減少傾向。  
 生産年齢人口は、平成26年には構成比60%を下回った。平成27年では59.1%。  
 65歳以上（老年人口）は増加しており、平成27年では構成比29.0%。

### 人口の中核市比較(平成27年)



人口規模に近い都市を抽出

### 年齢別人口の構成比比較(平成27年)



※数値は構成比の割合

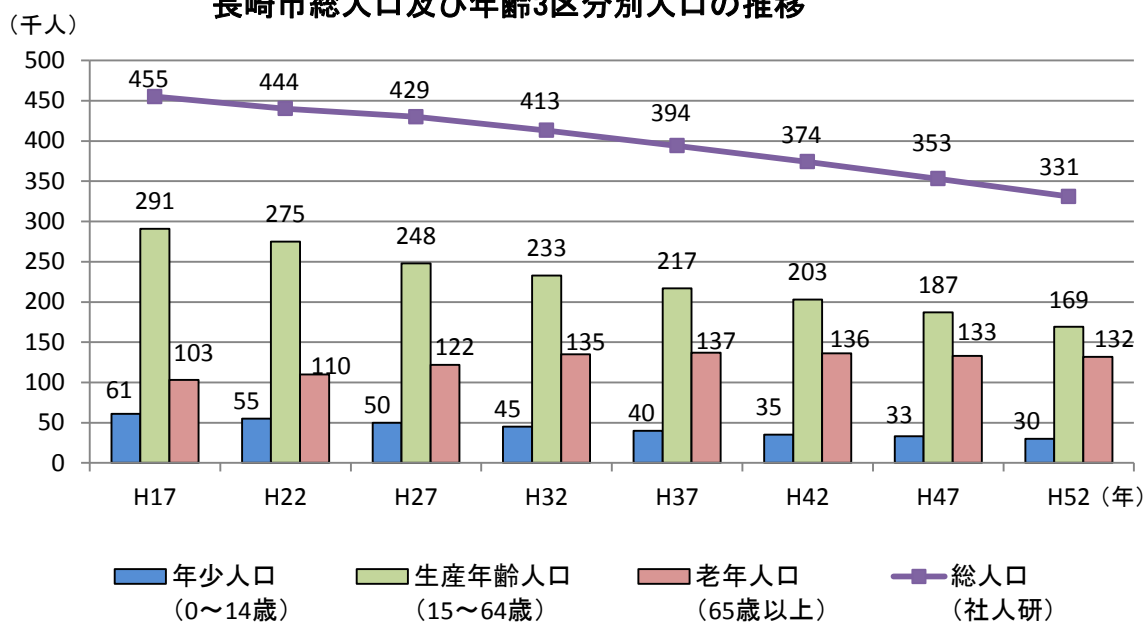
※長崎広域は平成22年の数値

資料:国勢調査

構成比はほとんど変わらない。

※長崎広域とは長崎市、諫早市、長与町、時津町を集計したもの。以下同じ。

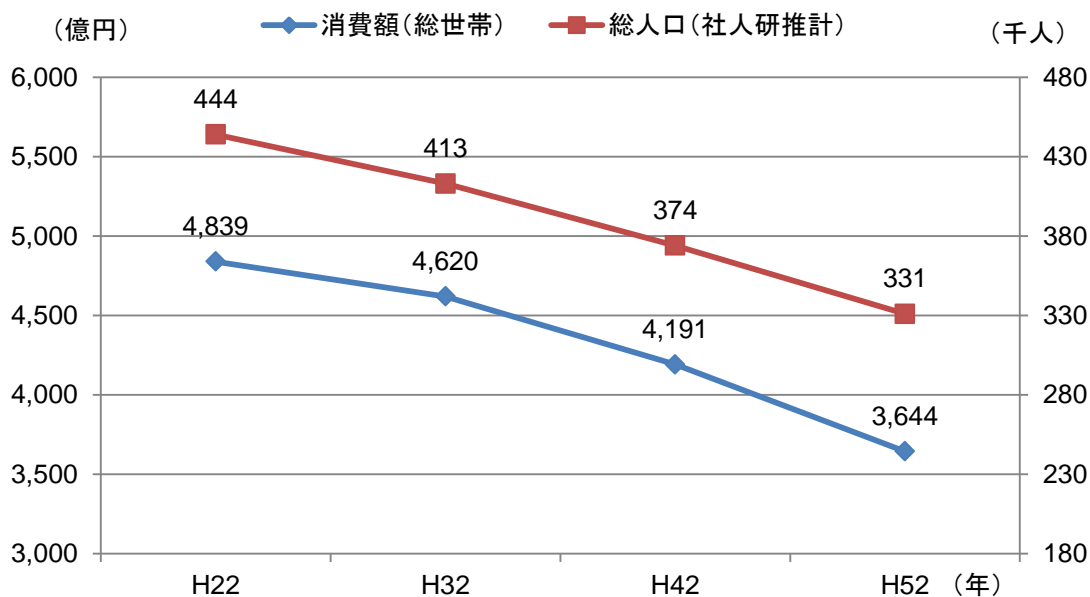
## 長崎市総人口及び年齢3区分別人口の推移



資料:総務省「国勢調査」、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(平成25年3月推計)」  
 ※総数には「年齢不詳」を含むため、内訳を合計しても総数に一致しない。

長崎市の総人口は、平成27年から25年後の平成52年には、約10万人減少(▲23.3%)し、33.1万人になり、また、総人口に占める年少人口割合は約9%に減少、老年人口割合は約40%にまで増加し、急速に少子化・高齢化が進行することが予想される。そのような中、生産年齢人口は、平成52年には約8万人減少(▲約32%)し、経済活動の減速が予想される。

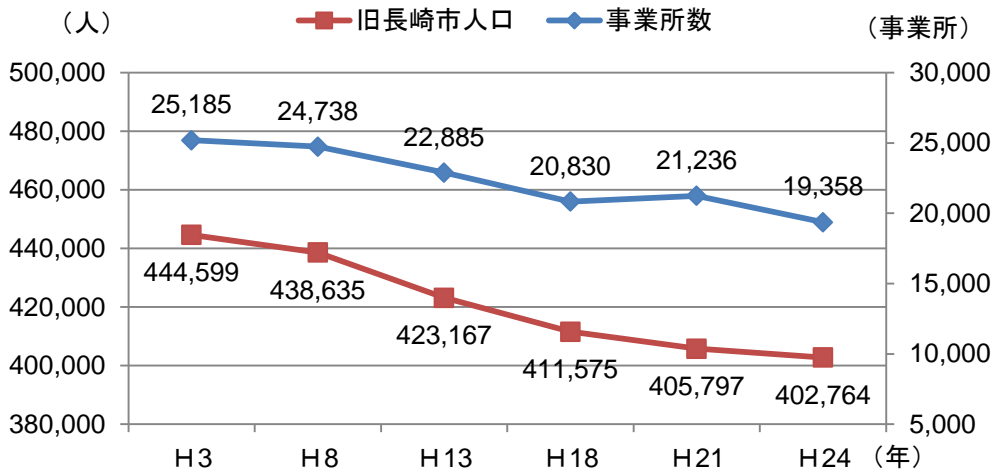
## 人口減少に伴う消費額の推移



資料:国勢調査、全国消費実態調査を基に長崎経済研究所で推計。  
 将来人口推計値は、国立社会保障・人口問題研究所

平成22年から平成52年にかけて、長崎市の消費支出は約25%減少する見込みである。

## 旧市内人口と事業所数の推移



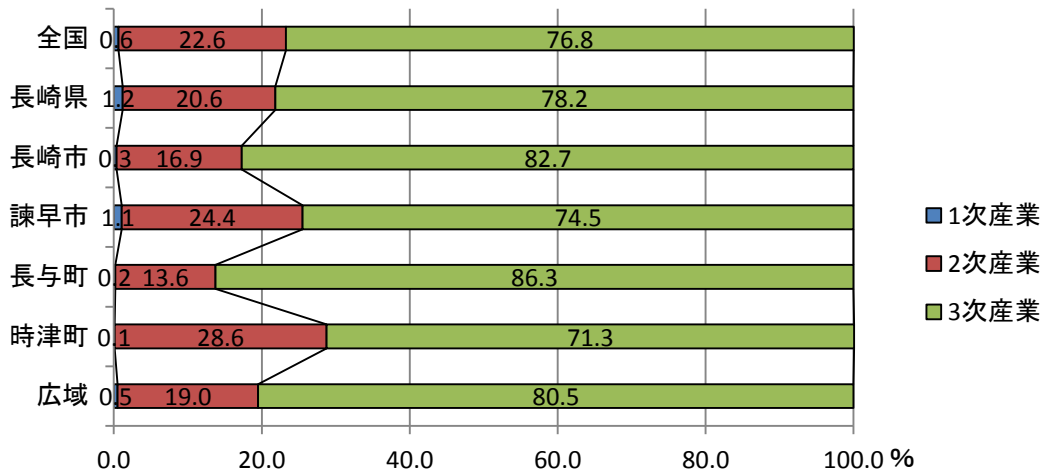
資料: 事業所数は H18 までは総務省「事業所・企業統計調査」、H21 以降は「経済センサス」

旧長崎市人口は、H3 は H2 の、H8 は H7 の国勢調査データを使用。H13 は国勢調査に基づく推計、H18 以降は住民基本台帳に基づく 12 月末人数

人口と事業所数の減少に相関関係が見られる。

## 2 産業別構成比

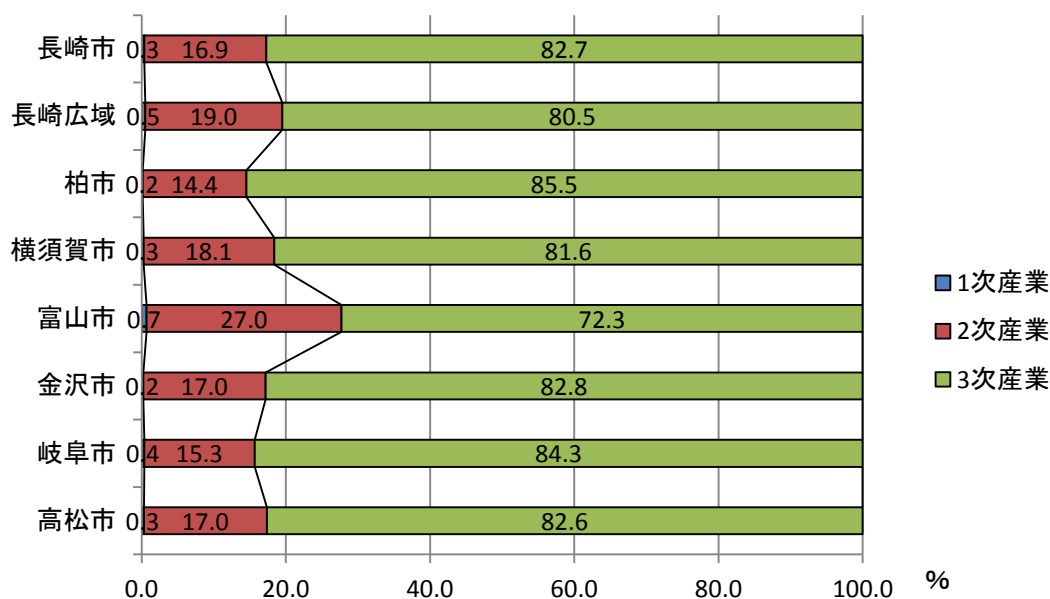
### 近隣市町 就業者数の産業別構成比(平成26年)



資料: 平成26年センサス

諫早市及び時津町は 2 次産業の割合が高い。

### 中核市 就業者数の産業別構成比(平成26年)

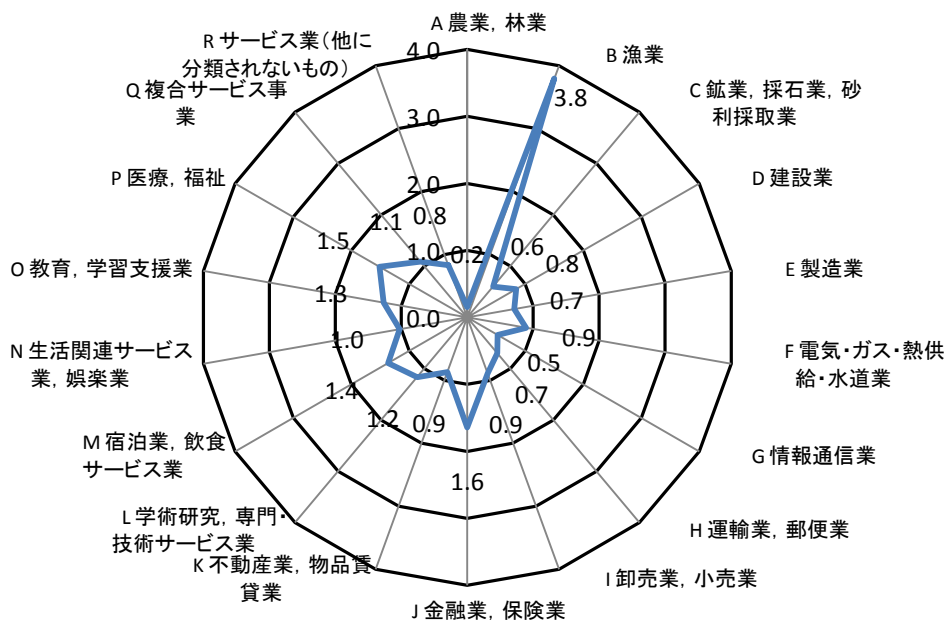


資料:平成26経済センサス

富山市においては2次産業の割合が高い。長崎市と金沢市は構成比が非常に似ている。

### 長崎市の業種別就業割合の対全国比(特化係数)平成26年

※全国値を1.0とする

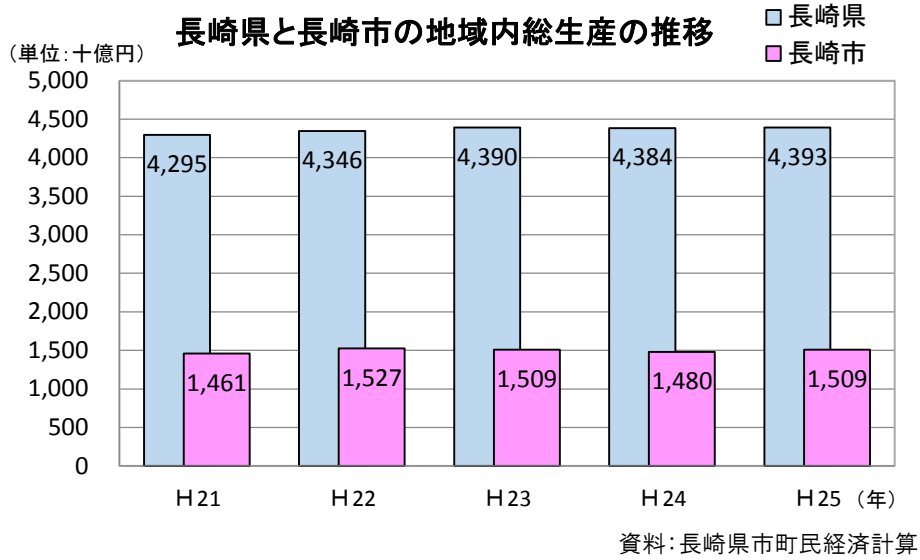


資料:平成26年経済センサス

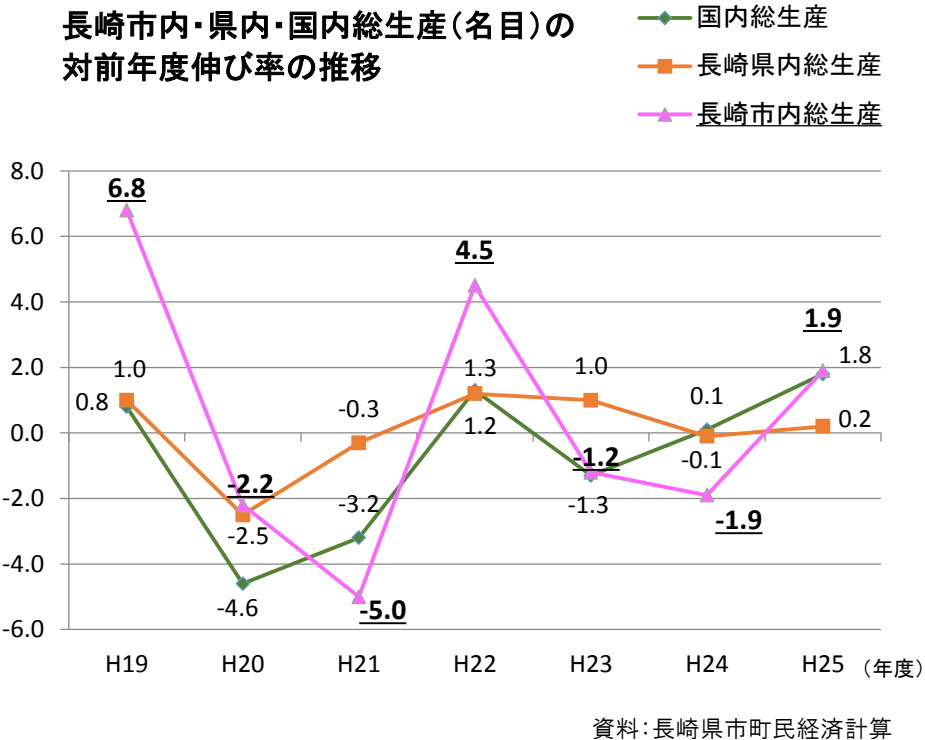
※特化係数 =  $\frac{\text{市の業種別就業者数構成比}}{\text{国の業種別就業者数構成比}}$

業種別の全国比を見てみると、長崎市においては漁業への就業者数の割合が高く、金融業・保険業、医療・福祉、宿泊業・飲食サービス業も相対的に割合が高い。

### 3 総生産の推移

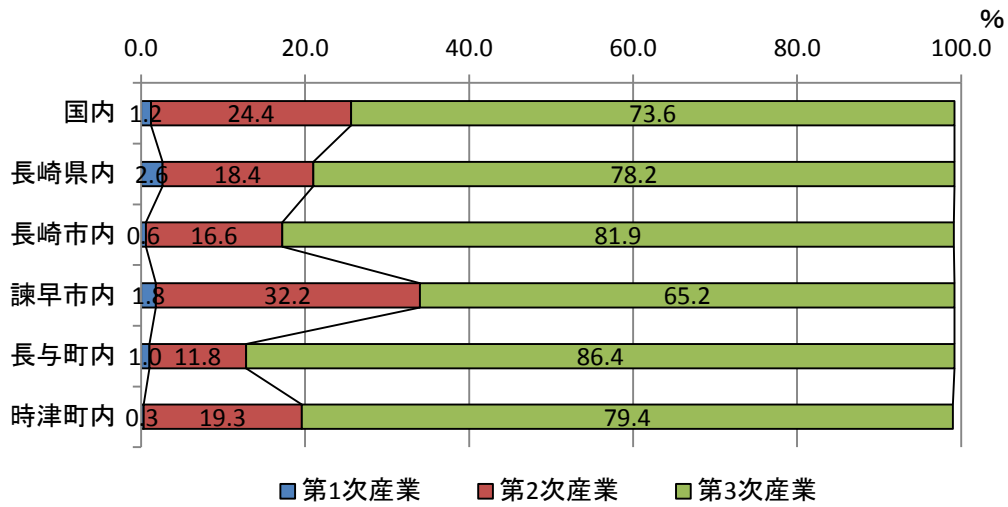


長崎県の総生産は微増。長崎市の総生産は1.5兆円前後で推移。  
県内総生産の1/3以上の割合を占める。



長崎市は変動幅が大きく、近年は総生産額の伸びが認められる。

### 総生産の産業別構成比(平成25年度)



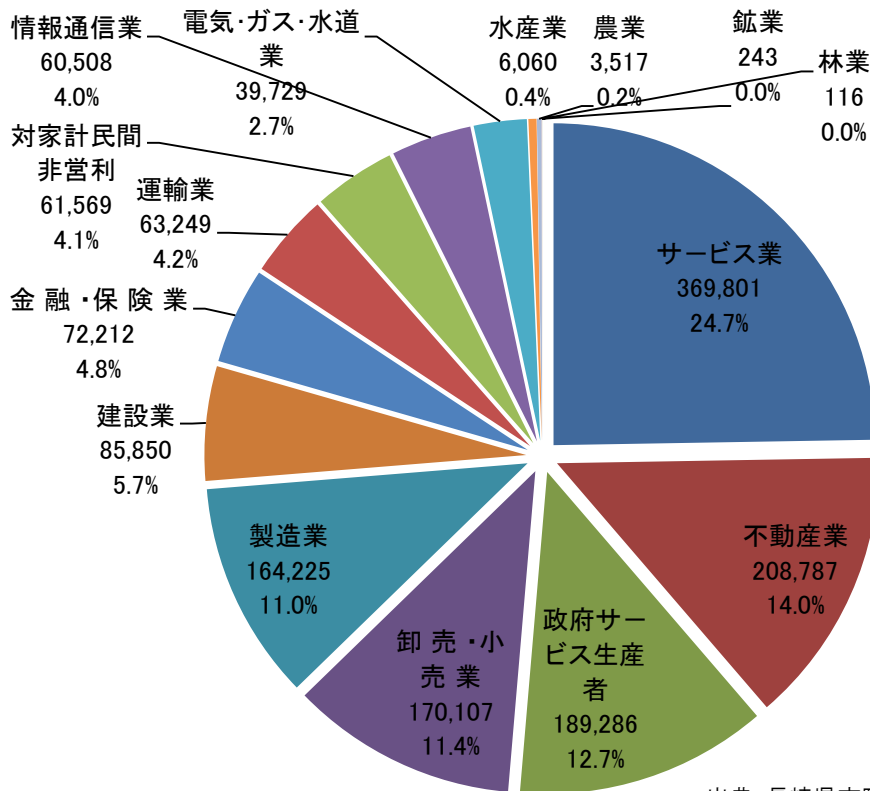
※1 国内の総生産については平成25年(暦年)

※2 総生産には輸入品に課される税・関税等が含まれるため、各産業の合計は100とはならない。

資料:長崎県市町民経済計算

諫早市の第2次産業の割合が高いのは、諫早中核工業団地や諫早貝津工業団地等の工業団地が影響していると思慮される。

### 長崎市の産業(大分類)別総生産額及び構成比(平成25年度)

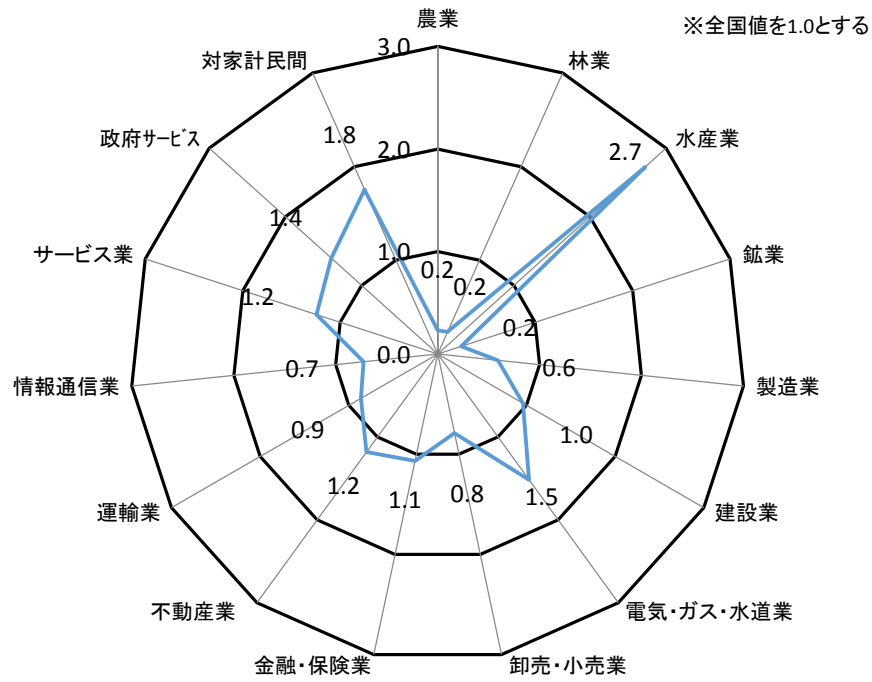


出典:長崎県市町民経済計算(H25)

サービス業は、市内総生産の約25%を占める。



## 長崎市内総生産の産業別構成割合の対全国比(特化係数)平成25年度

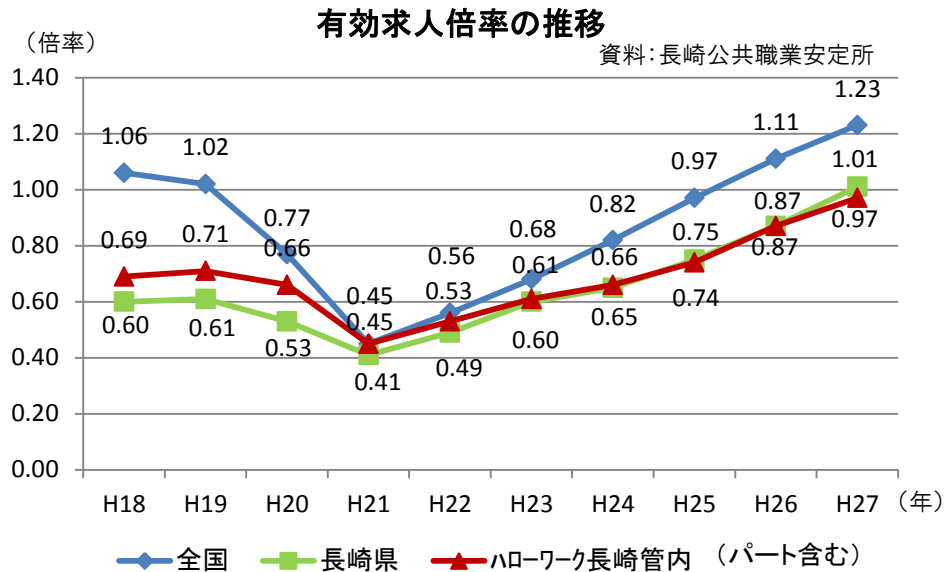


資料:長崎県市町民経済計算

※特化係数 =  $\frac{\text{市の業種別総生産(名目)構成比}}{\text{国の業種別総生産(名目)構成比}}$

総生産（名目）において、業種別の全国比を見てみると、水産業は突出しており、製造業においては低めの水準となっている。

#### 4 有効求人倍率等の指標



職種別の有効求人数・求職数及び有効求人倍率の状況（正社員・正職員）

《参考：長崎公共職業安定所管内(長崎市、長与町、時津町) 平成 28 年 3 月分より》

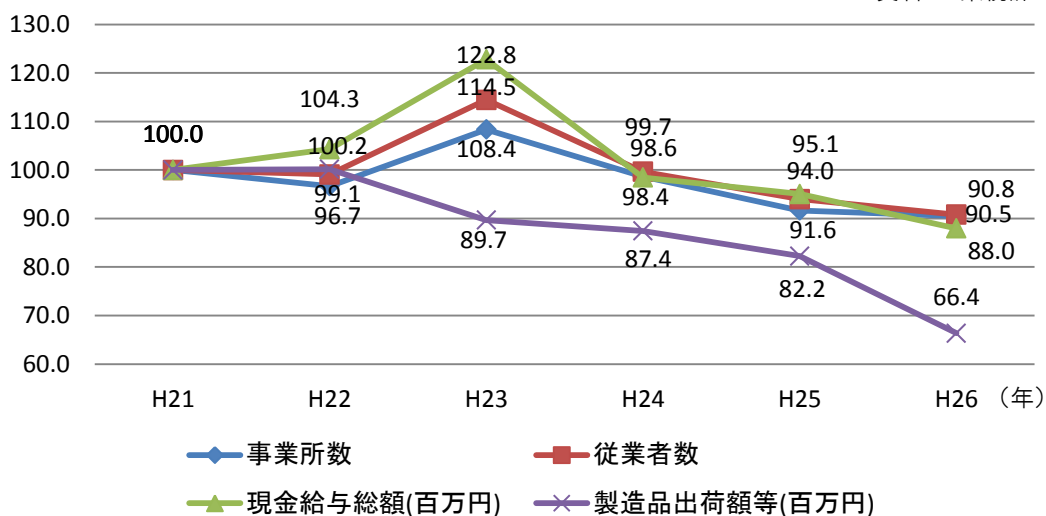
職 業	有効求人数	有効求職数	有効求人倍率	
			長崎地域	全国(参考)
<b>専門的・技術的職業</b>	<b>1,363 人</b>	<b>1,085 人</b>	<b>1.26</b>	<b>1.85</b>
建築・土木技術者	131 人	35 人	3.74	4.54
社会福祉の専門的職業	260 人	194 人	1.34	2.18
<b>事務的職業</b>	<b>676 人</b>	<b>2,258 人</b>	<b>0.30</b>	<b>0.35</b>
一般事務員	418 人	1,924 人	0.22	0.28
会計事務員	69 人	159 人	0.43	0.54
<b>販売の職業</b>	<b>542 人</b>	<b>641 人</b>	<b>0.85</b>	<b>1.40</b>
<b>サービスの職業</b>	<b>1,254 人</b>	<b>928 人</b>	<b>1.35</b>	<b>2.15</b>
介護サービスの職業	640 人	363 人	1.76	2.12
飲食物調理の職業	209 人	157 人	1.33	2.41
<b>生産工程の職業</b>	<b>848 人</b>	<b>445 人</b>	<b>1.91</b>	<b>1.11</b>
金属材料製造等	363 人	129 人	2.81	1.69
製品製造・加工処理	96 人	117 人	0.82	1.13
<b>建設・採掘の職業</b>	<b>396 人</b>	<b>137 人</b>	<b>2.89</b>	<b>3.08</b>
建設の職業	189 人	40 人	4.73	3.16

製造業や建設関係において人手不足となっている一方、事務職においては求人数が不足しているなど、「雇用のミスマッチ」が続いている。

## 5 製造業の推移

### 平成21年を100とした場合の増減(長崎市推移)

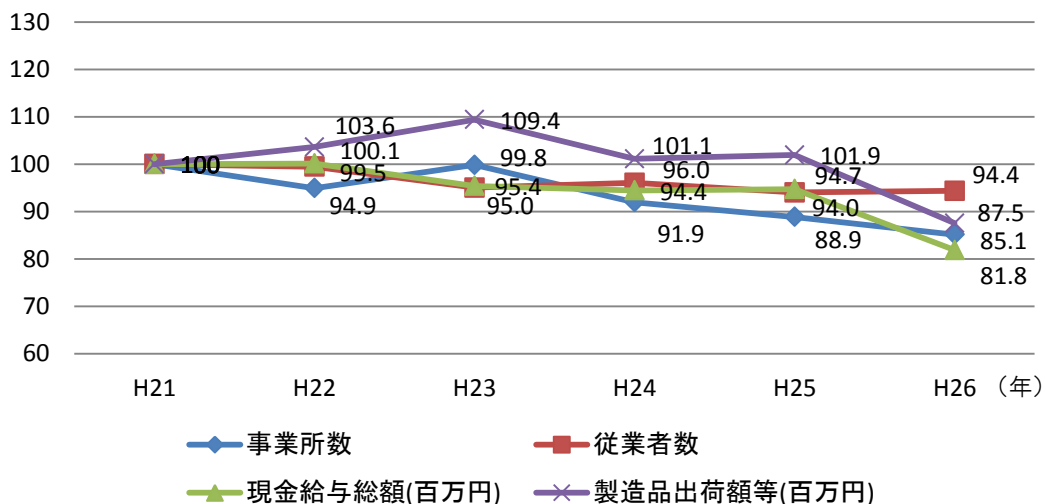
資料:工業統計



長崎市の製造業に係る推移	H21	H22	H23	H24	H25	H26
事業所数	359	347	389	354	329	325
従業者数(人)	14, 156	14, 025	16, 204	14, 107	13, 307	12, 853
現金給与総額(百万円)	71, 633	74, 696	87, 964	70, 516	68, 088	63, 020
製造品出荷額等(百万円)	601, 412	602, 466	539, 398	525, 920	494, 647	399, 038

### 平成21年を100とした場合の増減(中核市平均推移)

資料:工業統計

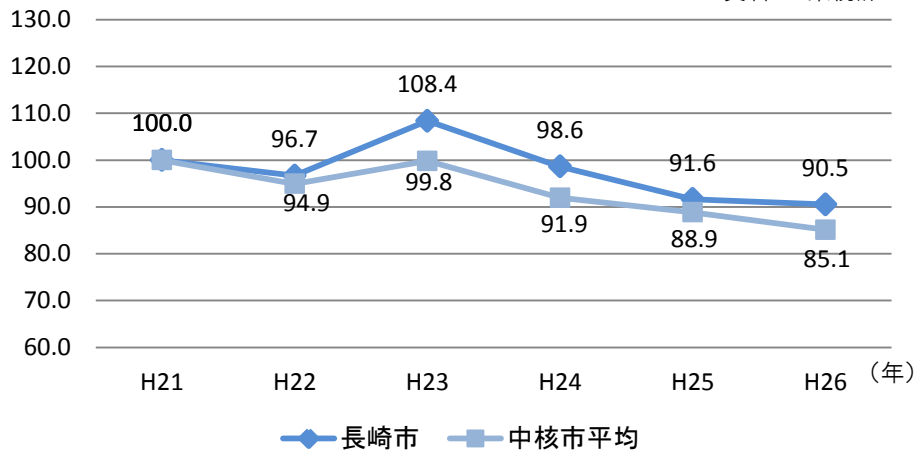


中核市平均の推移	H21	H22	H23	H24	H25	H26
事業所数	633	601	632	582	562	539
従業者数(人)	18, 764	18, 661	17, 830	18, 021	17, 643	17, 705
現金給与総額(百万円)	77, 595	77, 683	74, 018	73, 275	73, 494	63, 509
製造品出荷額等(百万円)	469, 148	486, 034	513, 099	474, 251	478, 111	410, 675

中核市: 柏市、横須賀市、富山市、金沢市、岐阜市、高松市 以下同じ

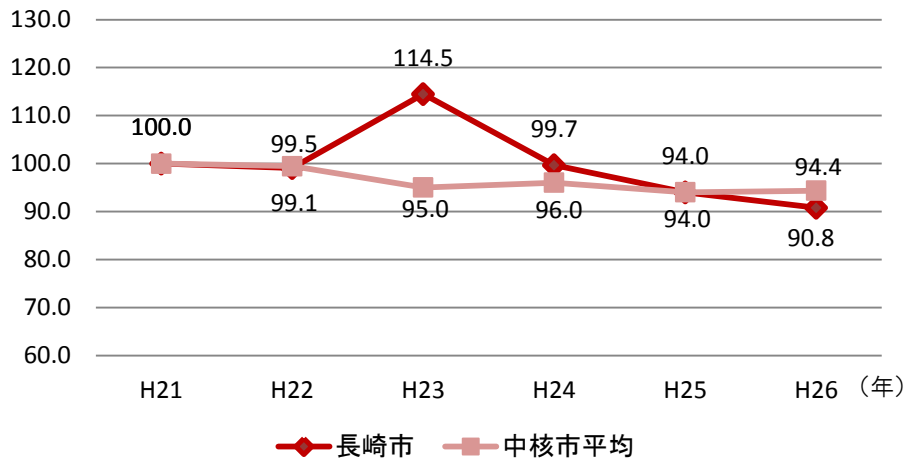
平成21年を100とした場合の増減(事業所数)

資料:工業統計



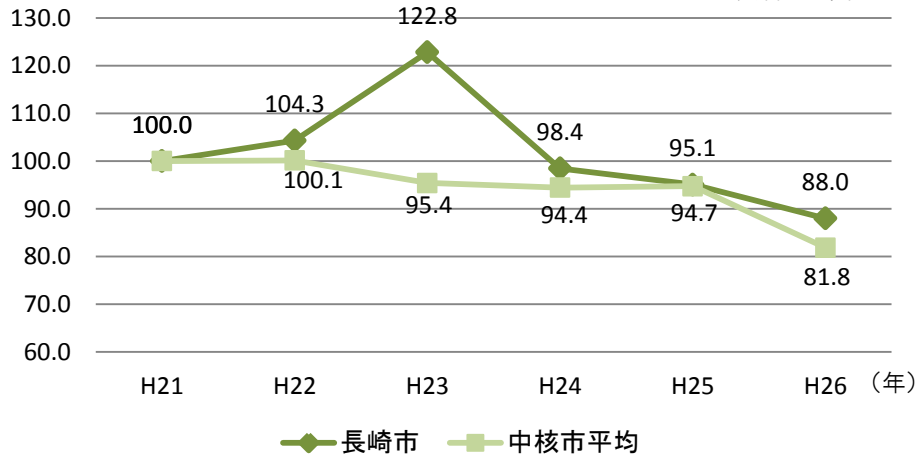
平成21年を100とした場合の増減(従業者数)

資料:工業統計



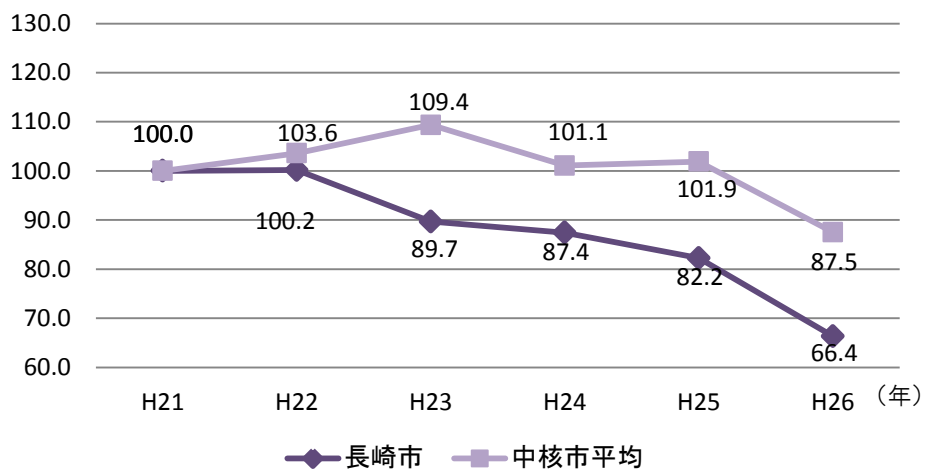
平成21年を100とした場合の増減(現金給与総額)

資料:工業統計



### 平成21年を100とした場合の増減(製造品出荷額等)

資料:工業統計

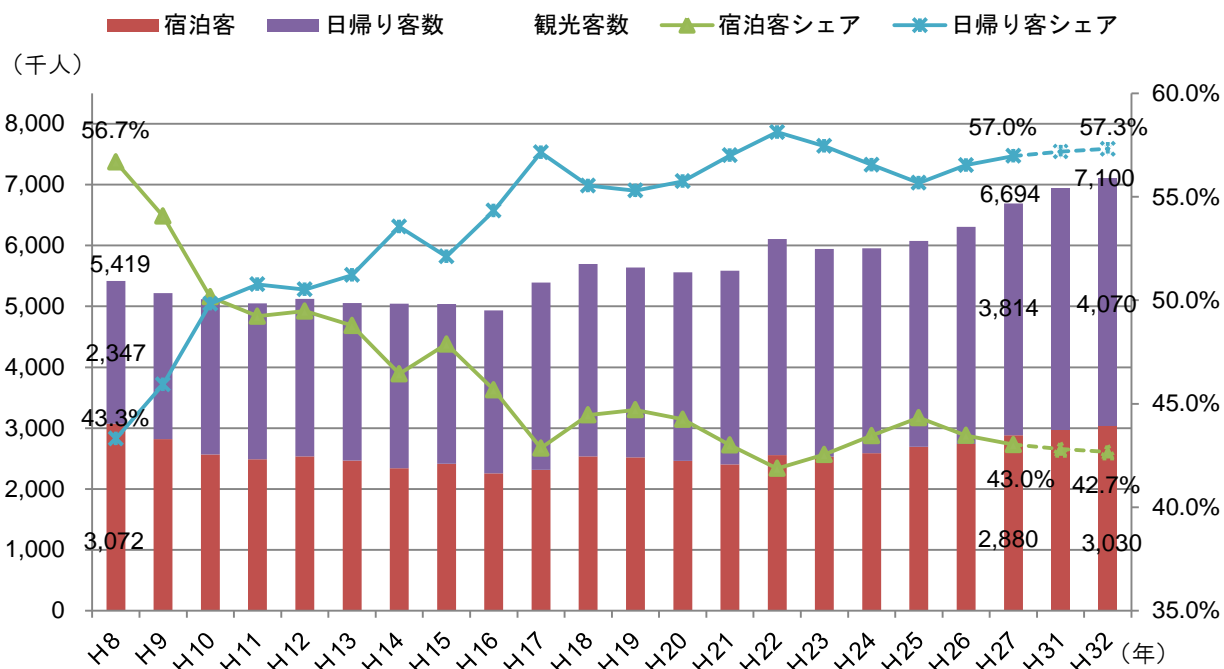


事業所数、従業者数、現金給与額の中核市平均との比較では、概ね長崎市の減少率は低く推移しているが、製造品出荷額等においては、長崎市の減少率が著しい。

## 6 観光関連産業の推移

【観光客数】

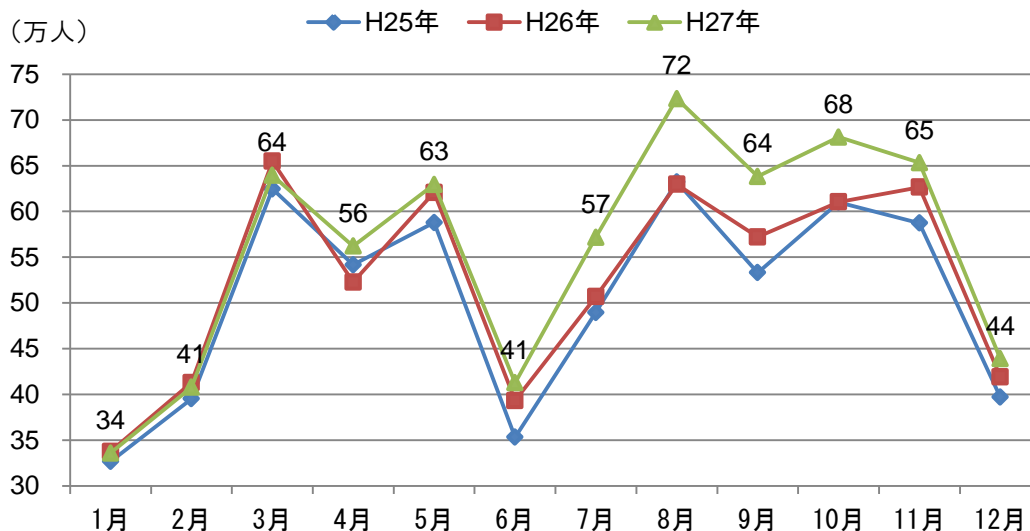
### 観光客数、宿泊客数・日帰り客数及びシェアの推移



出典：長崎市観光統計

観光客数は増加傾向にある。

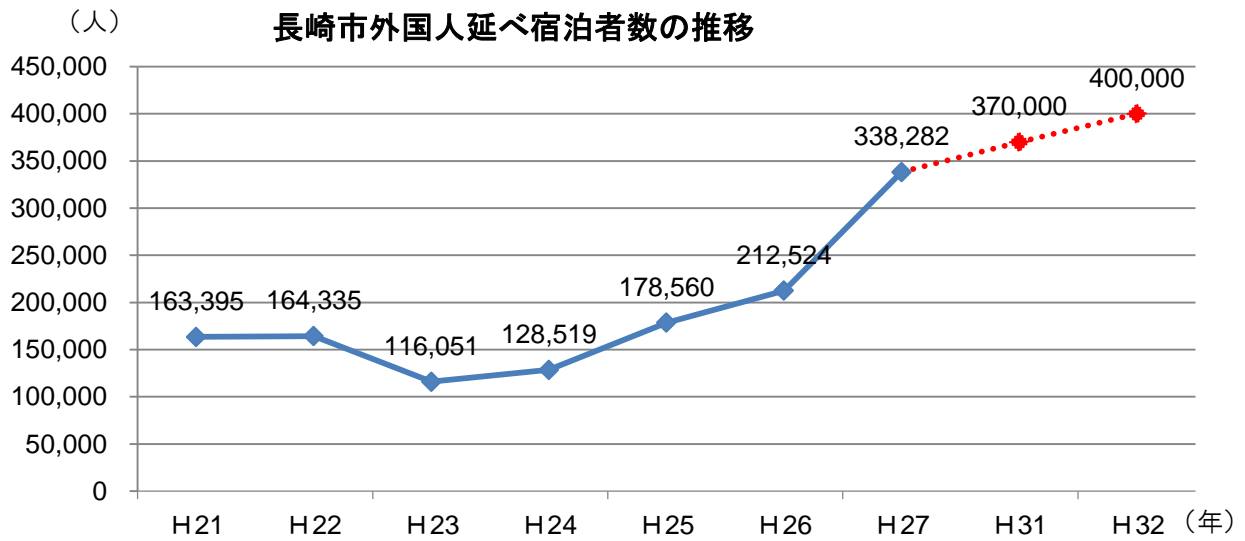
### 長崎市観光客数(月別)



出典：長崎市観光統計

1月、2月、6月及び12月が閑散期になっている。

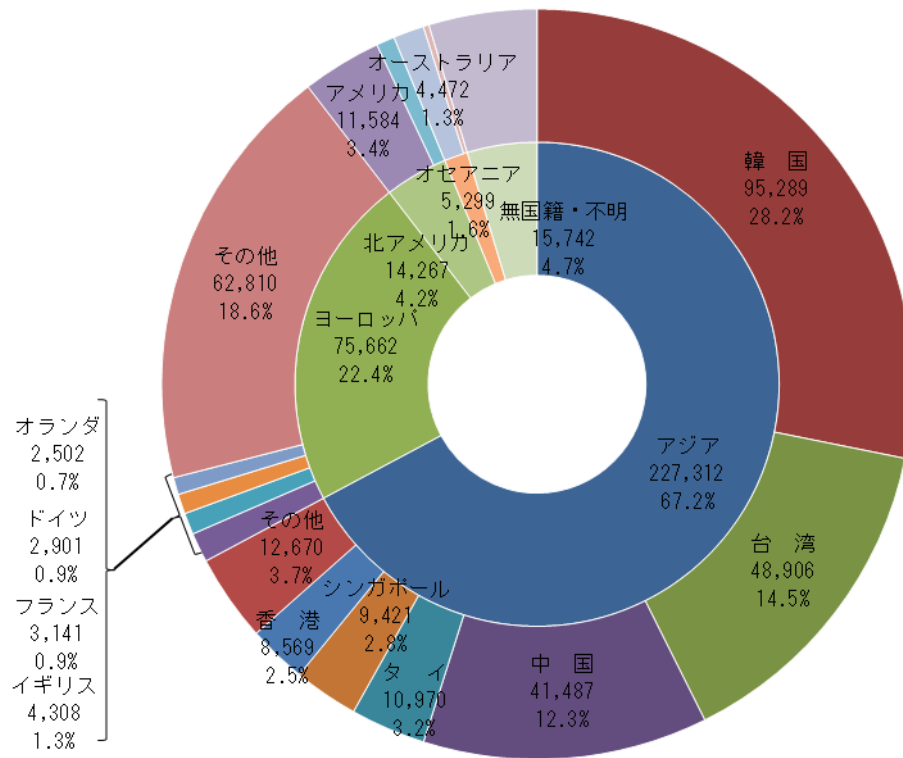
【外国人延べ宿泊者数】



出典:長崎市観光統計

東日本大震災の影響により平成 23 年に減少したが、その後増加傾向にある。

### 長崎市外国人延べ宿泊者国籍別シェア

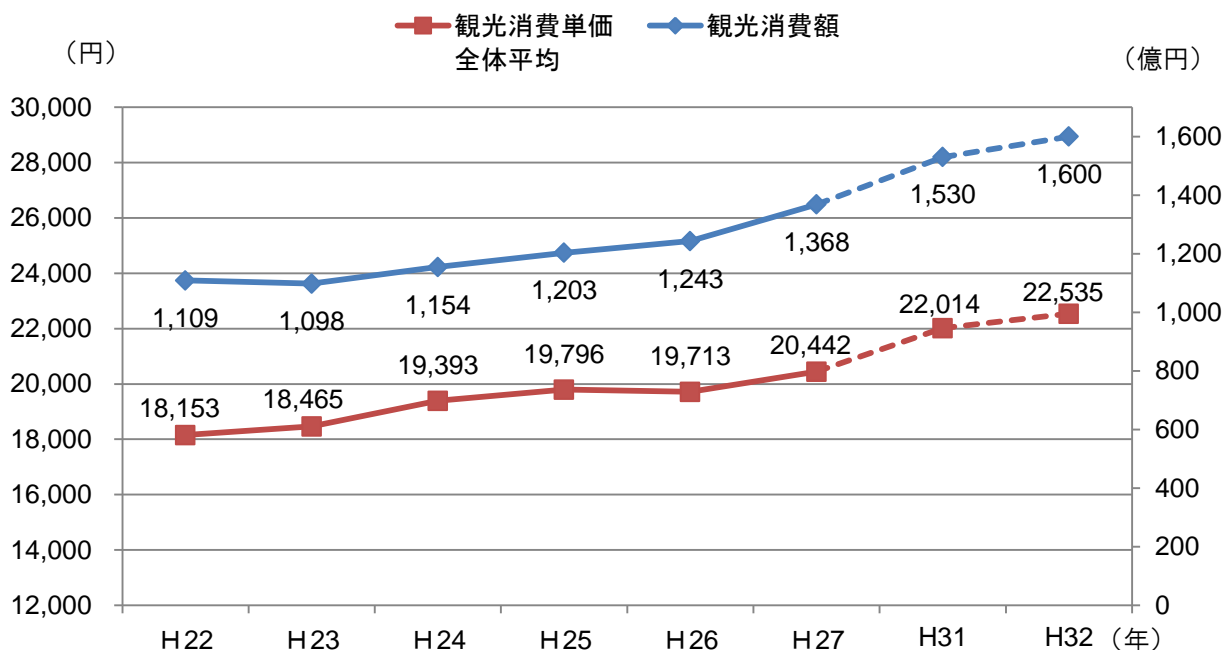


出典:長崎市観光統計

国籍別シェアの上位は、韓国、中国・台湾の順長崎市内においては、韓国が 28.2%で最大。

【観光消費額・観光消費単価】

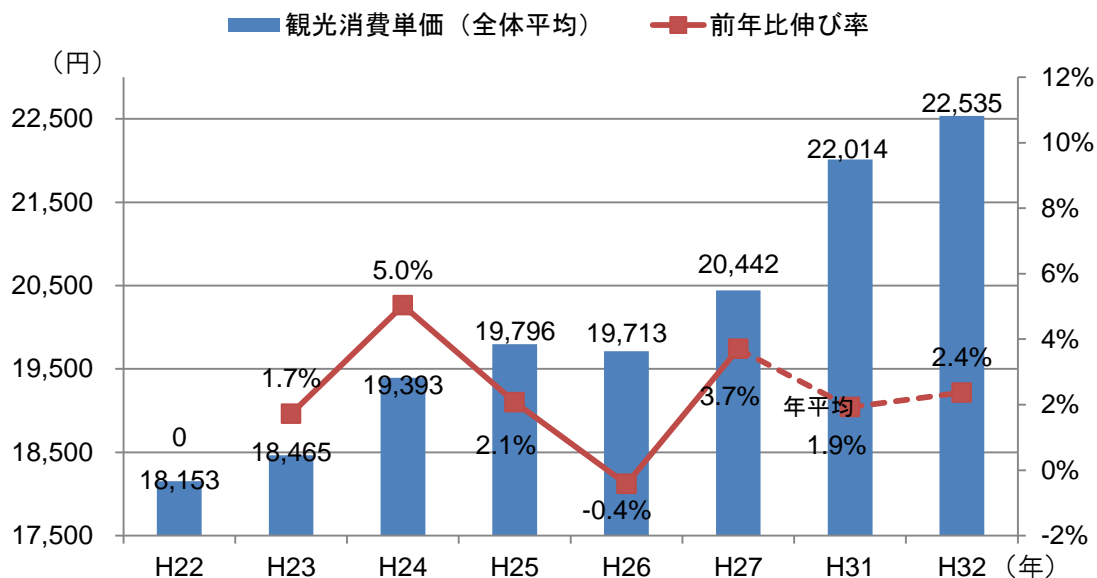
長崎市の観光消費額・観光消費単価の推移



出典：長崎市観光統計

観光消費額、観光消費単価とも増加傾向にある。

観光消費単価及び前年比の推移

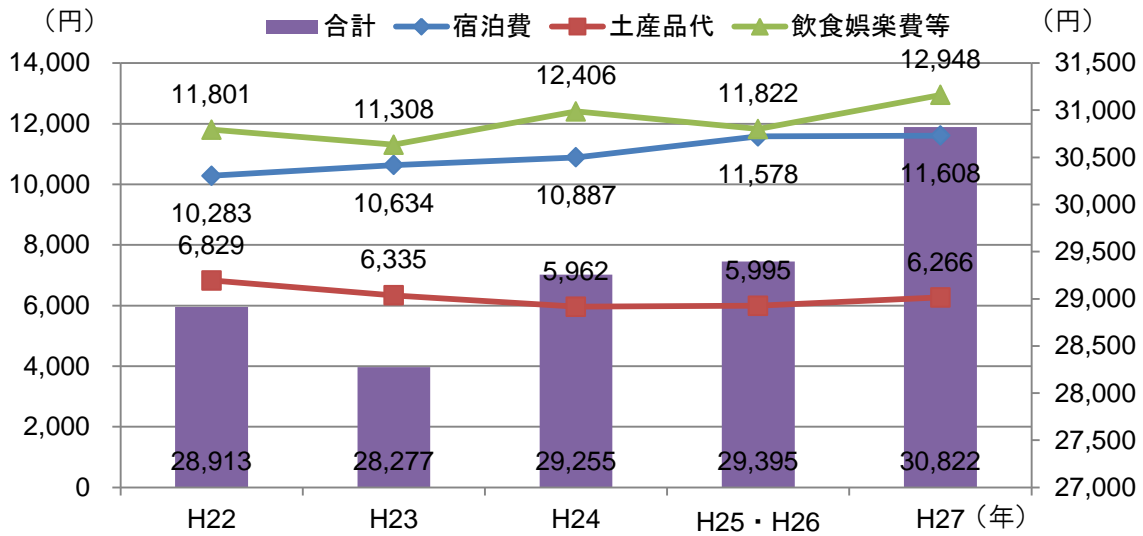


出典：長崎市観光統計

平成 26 年に前年比で減少したものの、平成 27 年には再び増加に転じた。

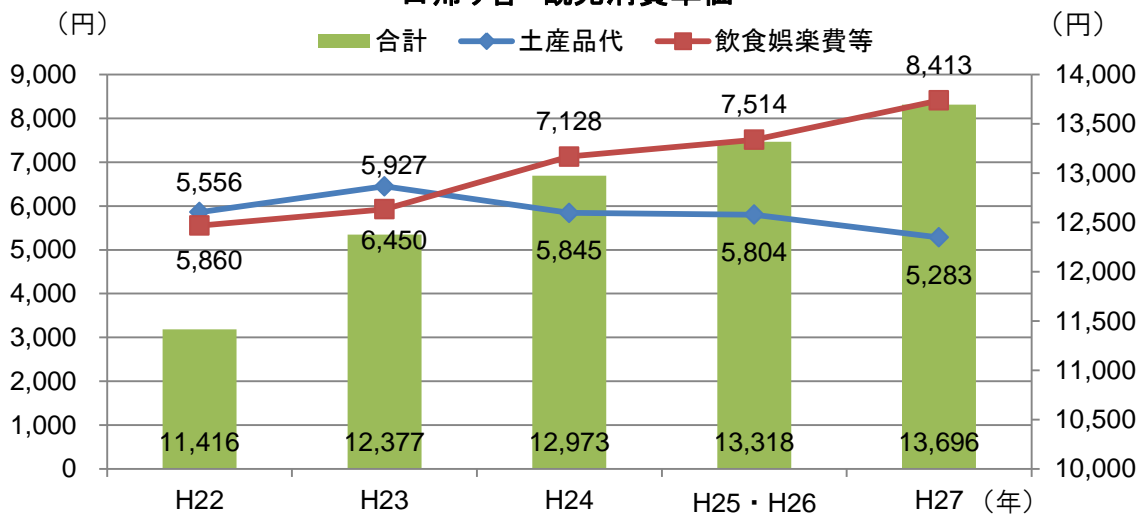


### 宿泊客 観光消費単価



出典：長崎市観光統計

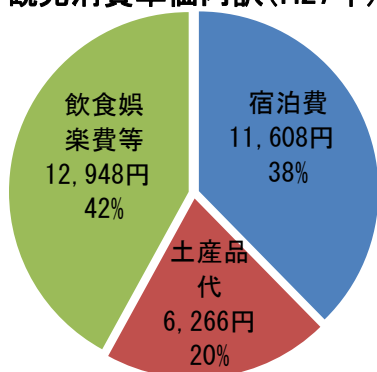
### 日帰り客 観光消費単価



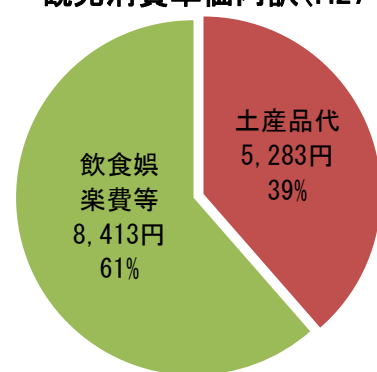
出典：長崎市観光統計

宿泊客・日帰り客とも観光消費単価は増加傾向にある。

#### 宿泊客 観光消費単価内訳(H27年)



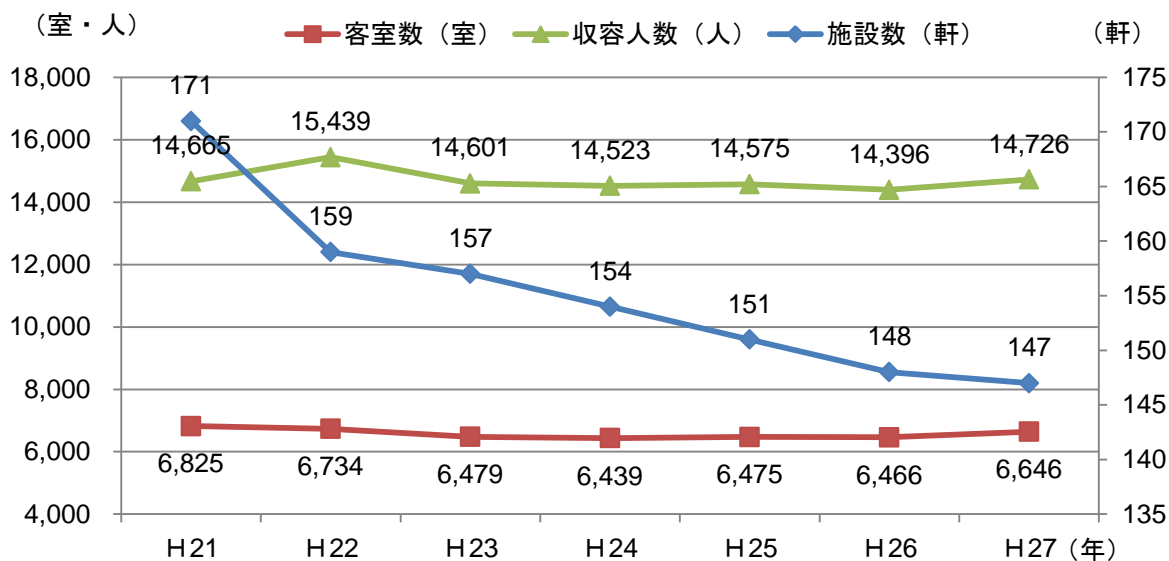
#### 日帰り客 観光消費単価内訳(H27年)



出典：長崎市観光統計

【宿泊施設】

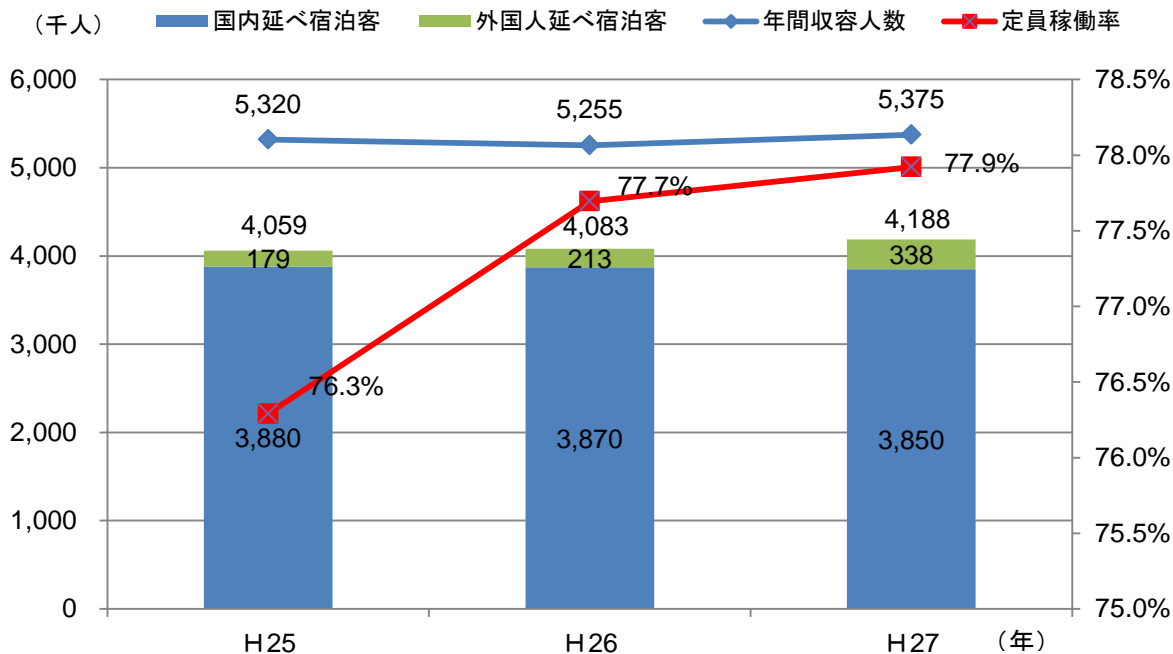
宿泊施設数・室数・収容人数の推移



出典：長崎市観光統計

施設数は減少しているが、客室数及び収容人数はほぼ横ばいとなっている。

市内宿泊施設の定員稼働率



出典：長崎市観光統計

外国人延べ宿泊客の増加に伴い、宿泊施設の定員稼働率は上昇している。

## 【免税店】

(軒)

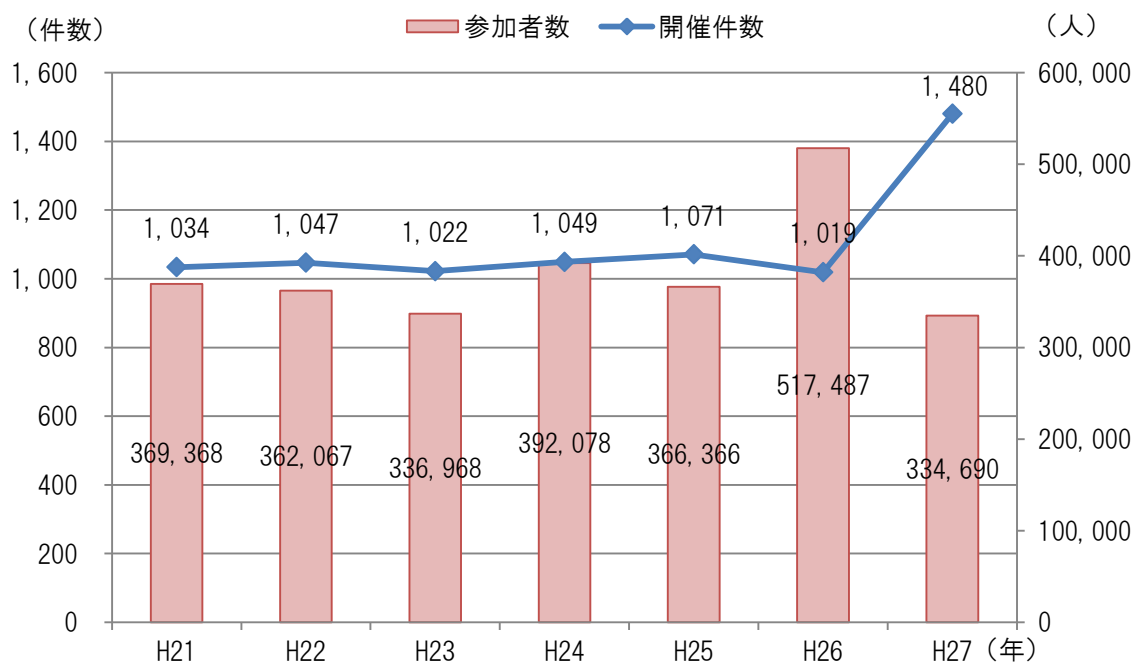
免税店舗数	平成 26 年		平成 27 年	
	4 月 1 日時点	10 月 1 日時点	4 月 1 日時点	10 月 1 日時点
長崎市	18	33	84	149
伸び率 (%)	—	83.3	154.5	77.4
長崎県	27	43	167	291
伸び率 (%)	—	59.3	288.4	74.3
全国	5,777	9,361	18,779	29,047
伸び率 (%)	—	62.0	100.6	54.7

出典:国税庁集計

全国を上回る伸び率で店舗数は増加している。

## 【MICE】

### 長崎市コンベンション開催件数及び参加者数の推移

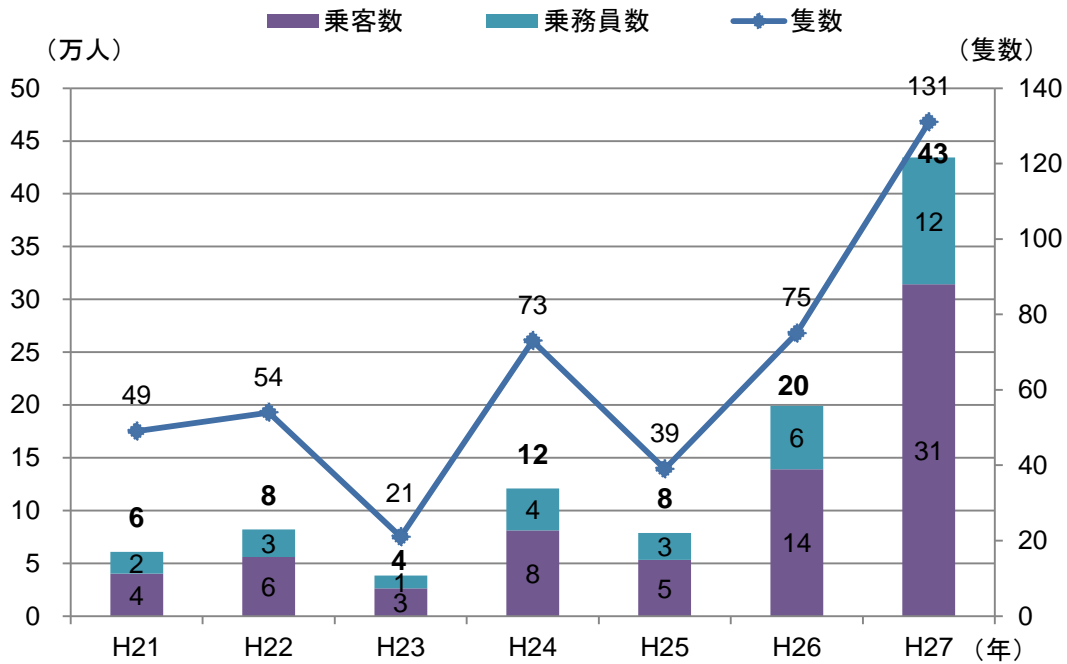


出典:長崎市観光統計

平成 26 年は国体開催により、参加者数は大幅に増えているが、国体参加者数（約 23 万 4,000 人）を除けば約 27 万人である。

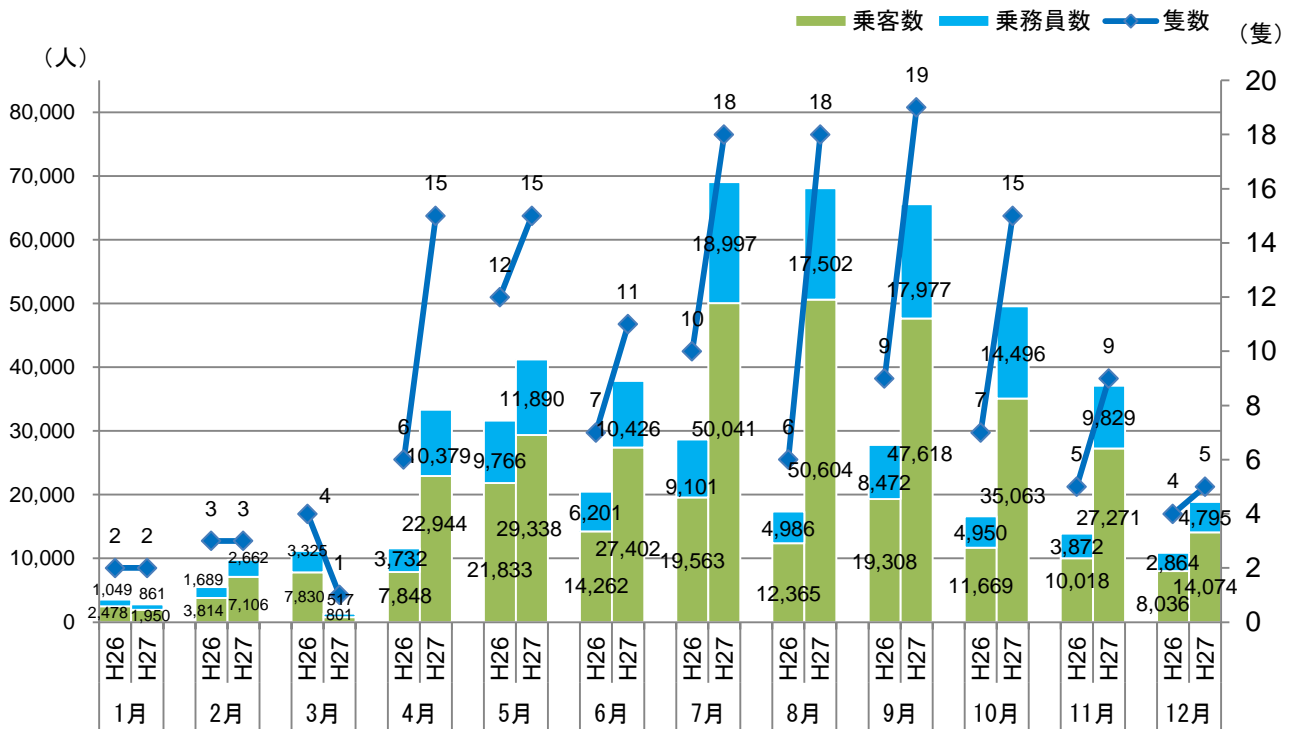
【クルーズ船】

長崎港クルーズ船入港隻数、乗客・乗務員数の推移



出典:長崎市観光統計

クルーズ船 (内航・外航) 乗客・乗務員・隻数推移

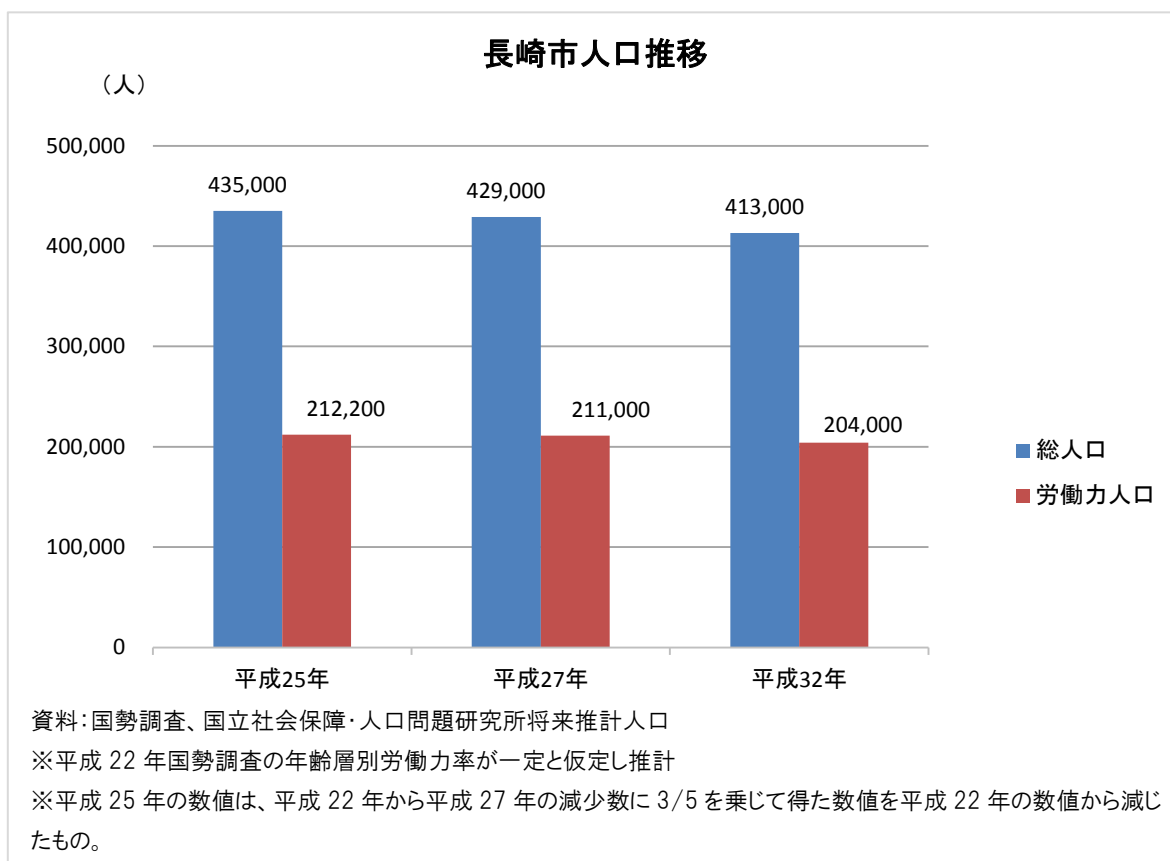


出典:長崎市観光統計

## 第4章 本市産業に係る現状と課題

### 1 産業別の現状と推移

#### (1) 長崎市の人口動向から推計する製造業の推移



長崎市の人口及び労働力人口については、年々減少し、平成25年と平成32年を比較すると、総人口が5.06%、労働力人口が3.86%それぞれ減少する見込みとなっている。

このことから、労働力人口の減少から推計される製造業従業者数や製造品出荷額等の推移を分析する。

まず、労働力人口の推移からその減少率を算出し、製造業及びはん用機械器具製造業・輸送用機械器具製造業・食料品製造業の従業者数を推計すると次のとおりとなる。

(単位：人)

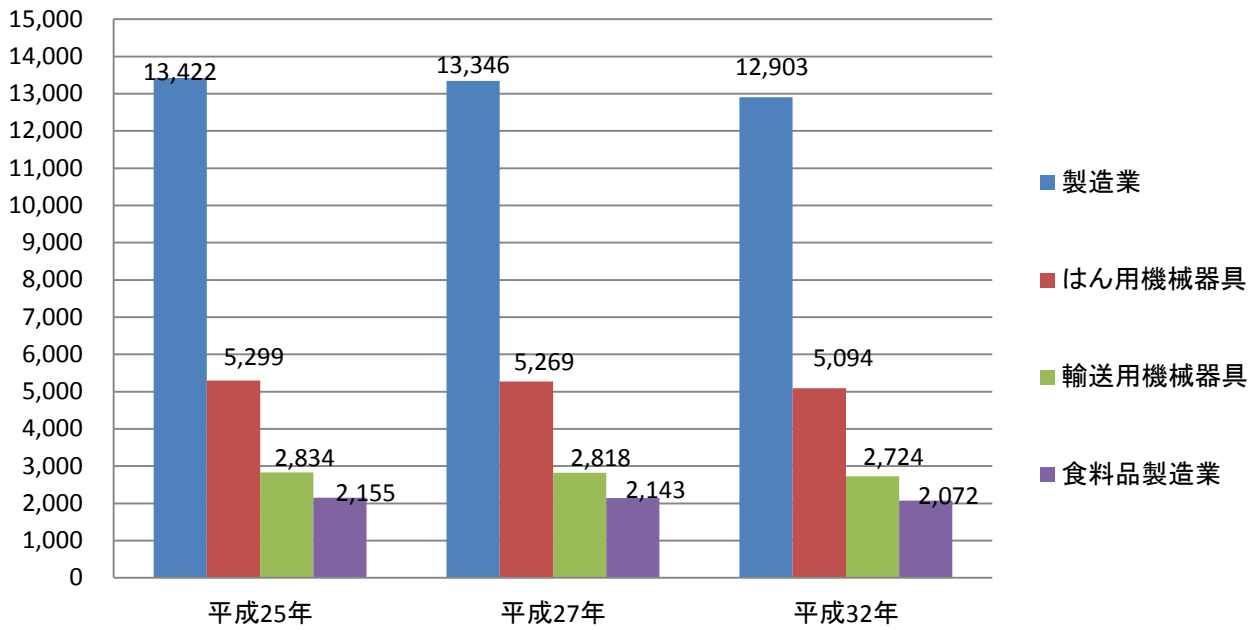
労働力人口の推移からの算出	総人口	労働力人口 (15-60歳人口)	15-60歳人口の減少率 (平成25年との比較) (%)	従業者数			
				製造業	はん用 機械器具	輸送用 機械器具	食料品製 造業
平成25年	435,000	212,200		13,422	5,299	2,834	2,155
平成27年	429,000	211,000	0.57	13,346	5,269	2,818	2,143
平成32年	413,000	204,000	3.86	12,903	5,094	2,724	2,072

※1 平成25年の製造業・はん用・輸送用の従業者数は、工業統計の平成24年から平成26年の平均値

※2 平成27年以降の従業者数は、平成25年の数値に各年の労働力人口の減少率を乗じて算出

## 従業者数推計

(人)



資料：国勢調査及び工業統計

※1 工業統計は従業者4人以上の事業所が対象

※2 平成25年の製造業・はん用・輸送用の従業者数は、工業統計の平成24年から平成26年の平均値

※3 平成27年以降の従業者数は、平成25年の数値に各年の労働力人口の減少率を乗じて算出

平成 25 年を起点とした製造品出荷額と現状の能力で今後も生産活動を行うとした場合の予測

### 製造品出荷額の推移(予測)

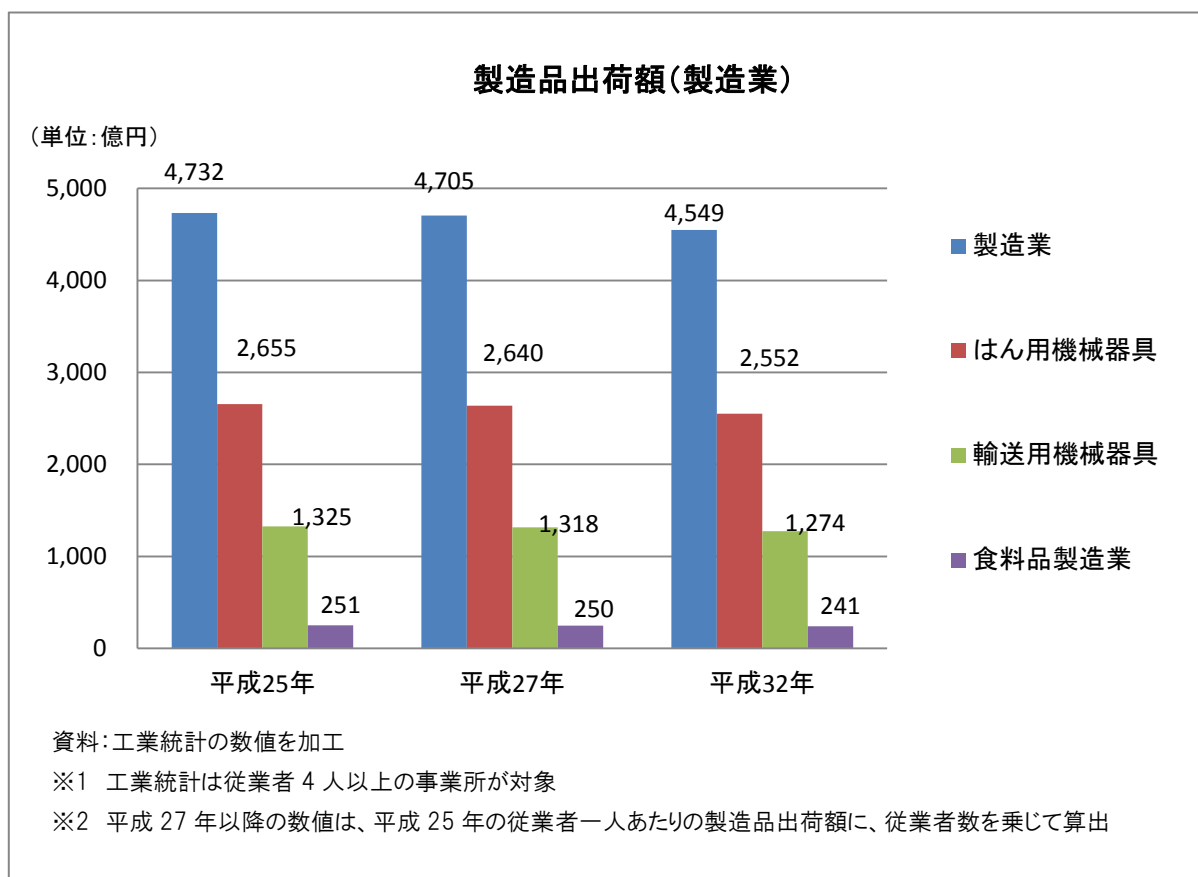
(単位:億円)

(単位:人)

	製造業	はん用 機械器具	輸送用 機械器具	食料品 製造業	従業者数			
					製造業	はん用	輸送用	食料品
平成25年	4,732	2,655	1,325	251	13,422	5,299	2,834	2,155
平成27年	4,705	2,640	1,318	250	13,346	5,269	2,818	2,143
平成32年	4,549	2,552	1,274	241	12,903	5,094	2,724	2,072

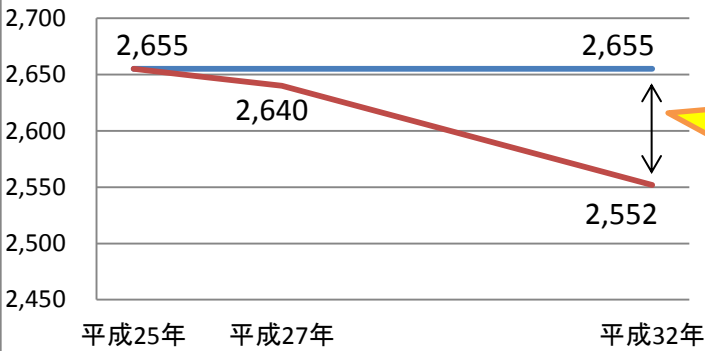
※1 平成25年の製造業・はん用・輸送用の従業者数は、工業統計の平成24年から平成26年の平均値

※2 平成27年以降の数値は、平成25年の従業者一人あたりの製造品出荷額に、従業者数を乗じて算出



### 製造品出荷額(はん用機械器具)

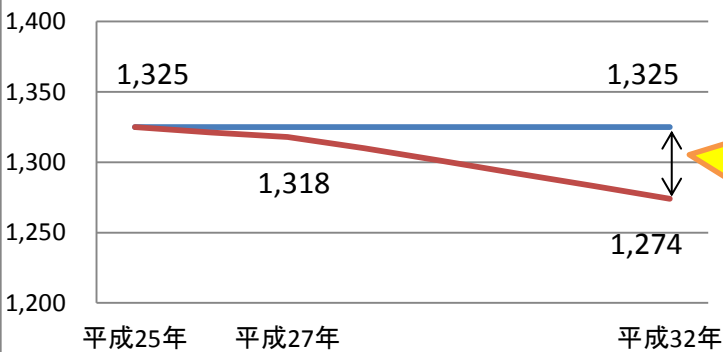
(単位:億円)



・ 103 億円減  
 ・ 平成 25 年の製造品出荷額を維持するためには、205 人の従業者が不足する。  
 (平成 25 年従業者 1 人あたりの製造品出荷額を引用)

### 製造品出荷額(輸送用機械器具)

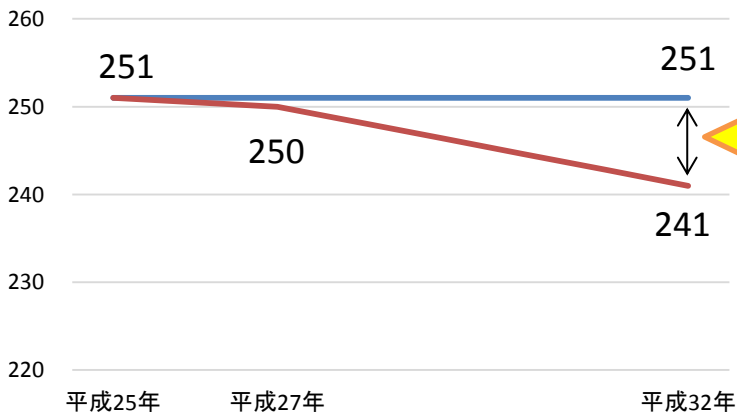
(単位:億円)



・ 51 億円減  
 ・ 平成 25 年の製造品出荷額を維持するためには、110 人分の従業者が不足する。  
 (平成 25 年従業者 1 人あたりの製造品出荷額を引用)

### 製造品出荷額(食料品製造業)

(単位:億円)



・ 10 億円減  
 ・ 平成 25 年の製造品出荷額を維持するためには 83 人分の従業者が不足する。  
 (平成 25 年従業者と平成 32 年の従業者数の差)



(2) 企業アンケート及び年齢別人口から推計する製造業の推移

関係団体及び企業の協力のもと、長崎市内で製造業（主にはん用機械器具・輸送用機械器具部門）を営む企業へ「従業者数及び退職者数」に関するアンケートを実施した。このアンケート結果を活用し、推計される製造業従業者数や製造品出荷額等の推移を分析する。

なお、食料品製造業部門においては、長崎市年齢別推計人口（平成27年国勢調査の確定値を基に算出）を参考に分析する。

【パターン①：有効求人倍率を使用した場合】

○はん用・輸送用機械器具部門

(単位:人)

長崎市内で製造業を営む企業へのアンケート結果【はん用・輸送用機械器具部門】	① H27.4.1現在の従業者数	② 定年退職者数の見込 H27.4月～H35.3月までの8年間の合計数	③ H35.3月末従業者数の見込 ②の退職者補充等を踏まえた現時点での見込	④ 採用がない場合の従業者数 ①-②	⑤ 採用者数 ③-④	⑥ 有効求人倍率2.26による採用率(1/2.26)	⑦ 有効求人倍率2.26による採用者数 ⑤×⑥	⑧ 有効求人倍率によるH35.3末の従業者数の見込 ④+⑦	⑨ 減少率(%) 1-⑧/①
企業アンケート(50社)	3,327	733	3,212	2,594	618	0.442	273	2,867	13.83

※有効求人倍率2.26は、ハローワーク長崎(平成28年7月分)男女計フルタイム常用の「生産工程の職業」から引用

※有効求人倍率とは、求職者に対する求人数の割合。例:求職者1人に対し、2.26件の求人がある。

(単位:人)

有効求人倍率からの算出	⑨ 減少率(%)	従業者数		
		製造業	はん用機械器具	輸送用機械器具
平成25年		13,422	5,299	2,834
平成32年	13.83	11,565	4,566	2,442

※1 平成25年の製造業・はん用・輸送用の従業者数は、工業統計の平成24年から平成26年の平均値

※2 平成32年の従業者数は、平成25年の数値に有効求人倍率から試算した従業者数の減少率を乗じて算出

○食料品製造業部門

(単位:人)

長崎市年齢別推計人口による算出【食料品製造業】	① H25従業者数 工業統計より	② 定年退職者数の見込 H25～H32年度退職者の合計数(年齢別人口から算出)	③ H33.3月末従業者数の見込 ②の退職者補充等を踏まえた現時点での見込(人口減少率3.86%にて算出)	④ 採用がない場合の従業者数 ①-②	⑤ 採用者数 ②の退職者数と同数とする	⑥ 有効求人倍率2.26による採用率(1/2.26)	⑦ 有効求人倍率2.26による採用者数 ⑤×⑥	⑧ 有効求人倍率によるH33.3末の従業者数の見込 ④+⑦	⑨ 減少率(%) 1-⑧/①
	2,155	207	2,071	1,948	207	0.442	91	2,039	5.38

※有効求人倍率2.26は、ハローワーク長崎(平成28年7月分)男女計フルタイム常用の「生産工程の職業」から引用

※有効求人倍率とは、求職者に対する求人数の割合。例:求職者1人に対し、2.26件の求人がある。

(単位:人)

有効求人倍率からの算出	⑨ 減少率(%)	従業者数
		食料品製造業
平成25年		2,155
平成32年	5.38	2,039

※ 平成32年の従業者数は、平成25年の数値に有効求人倍率から試算した従業者数の減少率を乗じて算出

平成 25 年を起点とした製造品出荷額と現状の能力で今後も生産活動を行うとした場合の予測

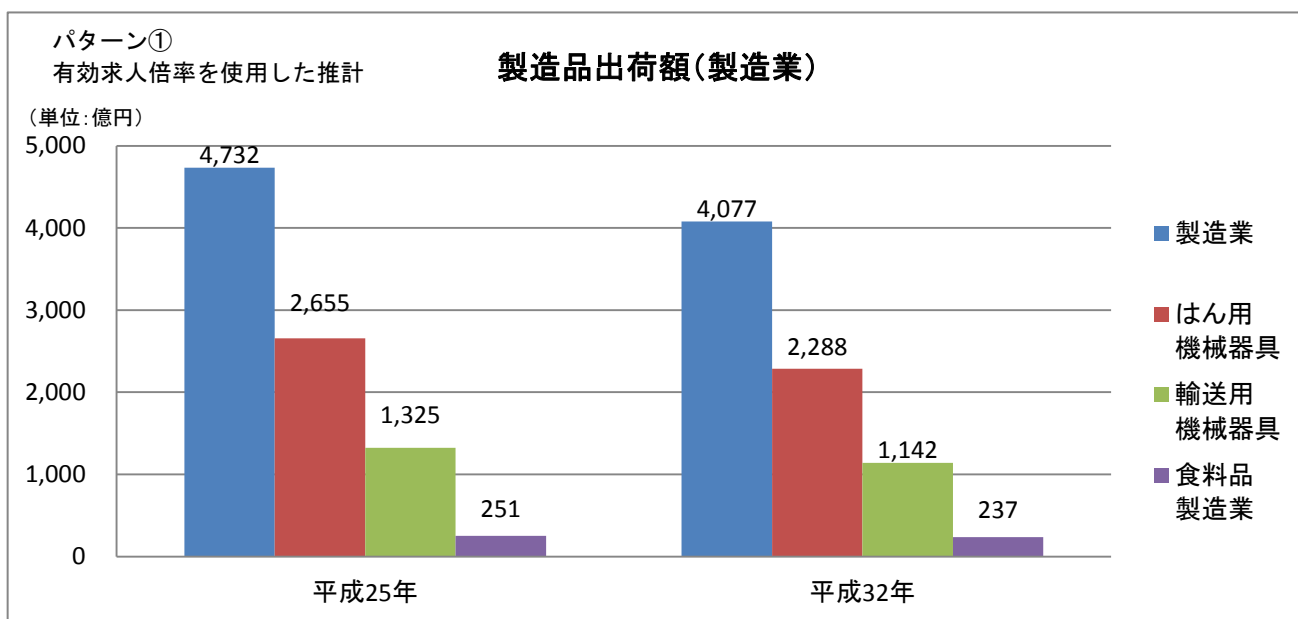
### 製造品出荷額の推移(予測)

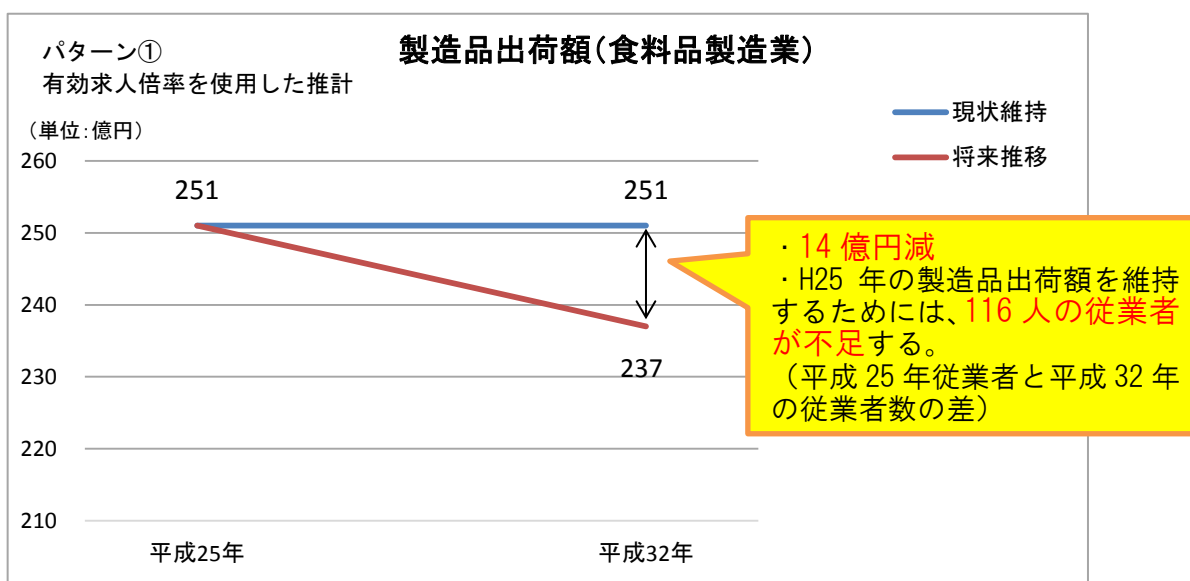
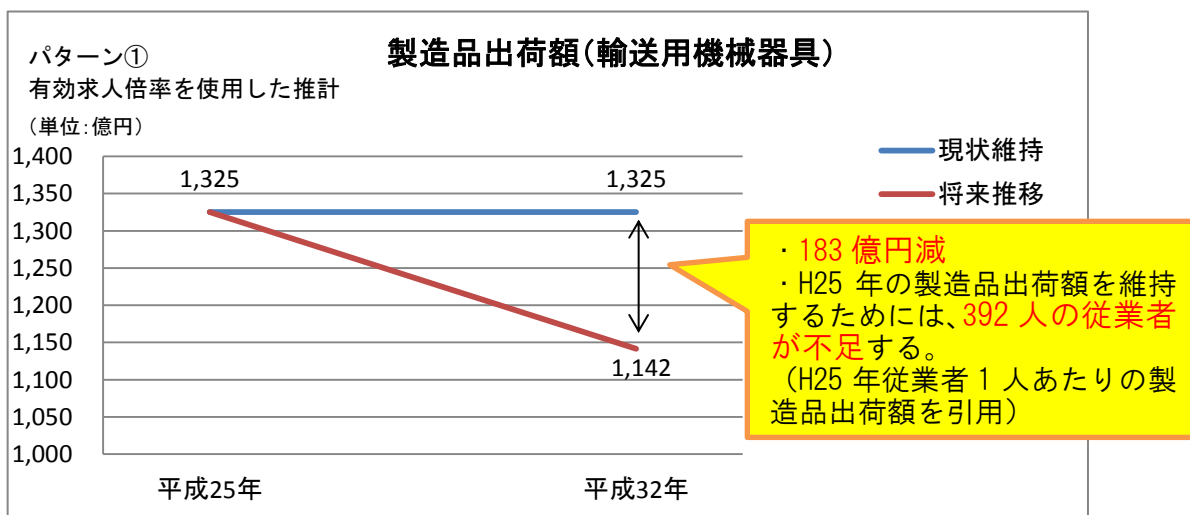
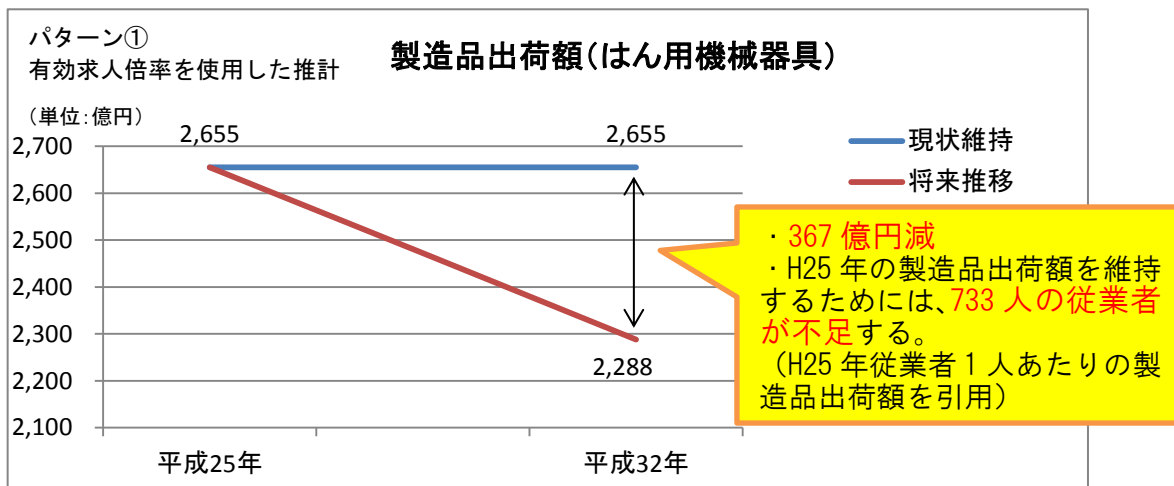
(単位:億円)

(単位:人)

有効求人倍率からの算出	製造業	はん用 機械器具	輸送用 機械器具	食料品 製造業	従業者数			
					製造業	はん用 機械器具	輸送用 機械器具	食料品 製造業
平成25年	4,732	2,655	1,325	251	13,422	5,299	2,834	2,155
平成32年	4,077	2,288	1,142	237	11,565	4,566	2,442	2,039

※ 平成32年の数値は、平成25年度の従業者一人あたりの製造品出荷額に、従業者数を乗じて算出





【パターン②：充足率を使用した場合】

○はん用・輸送用機械器具部門

(単位:人)

長崎市内で製造業を営む企業へのアンケート結果【はん用・輸送用機械器具部門】	① H27.4.1現在の従業員数	② 定年退職者数の見込 H27.4月～H35.3月までの8年間の合計数	③ H35.3月末従業員数の見込 ②の退職者補充等を踏まえた現時点での見込	④ 採用がない場合の従業員数 ①-②	⑤ 採用者数 ③-④	⑥ 充足率 13.6%による採用率	⑦ 充足率13.6%による採用者数 ⑤×⑥	⑧ 充足率13.6%によるH35.3末の従業員数の見込 ④+⑦	⑨ 減少率(%) 1-⑧/①
企業アンケート(50社)	3,327	733	3,212	2,594	618	0.136	84	2,678	19.51

※充足率13.6%は、ハローワーク長崎(平成28年7月分)男女計フルタイム常用の「生産工程の職業」から引用

※充足率とは、新規雇用者数に対する企業の新規求人数の割合。例:企業が100人の求人を出し13人雇用した(できた)。

(単位:人)

充足率からの算出	⑨ 減少率(%)	従業員数		
		製造業	はん用機械器具	輸送用機械器具
平成25年		13,422	5,299	2,834
平成32年	19.51	10,803	4,265	2,281

※1 平成25年の製造業・はん用・輸送用の従業員数は、工業統計の平成24年から平成26年の平均値

※2 平成32年の従業員数は、平成25年の数値に充足率から試算した従業員数の減少率を乗じて算出

○食料品製造業部門

(単位:人)

長崎市年齢別推計人口による算出【食料品製造業】	① H25従業員数 工業統計より	② 定年退職者数の見込 H25～H32年度退職者の合計数(年齢別人口から算出)	③ H33.3月末従業員数の見込 ②の退職者補充等を踏まえた現時点での見込(人口減少率3.86%にて算出)	④ 採用がない場合の従業員数 ①-②	⑤ 採用者数 ②の退職者数と同数とする	⑥ 充足率 13.6%による採用率	⑦ 有効求人倍率2.26による採用者数 ⑤×⑥	⑧ 有効求人倍率によるH33.3末の従業員数の見込 ④+⑦	⑨ 減少率(%) 1-⑧/①
	2,155	207	2,071	1,948	207	0.136	28	1,976	8.31

※充足率13.6%は、ハローワーク長崎(平成28年7月分)男女計フルタイム常用の「生産工程の職業」から引用

※充足率とは、新規雇用者数に対する企業の新規求人数の割合。例:企業が100人の求人を出し13人雇用した(できた)。

(単位:人)

充足率からの算出	⑨ 減少率(%)	従業員数
		食料品製造業
平成25年		2,155
平成32年	8.31	1,975

※ 平成32年の従業員数は、平成25年の数値に充足率から試算した従業員数の減少率を乗じて算出

平成 25 年を起点とした製造品出荷額と現状の能力で今後も生産活動を行うとした場合の予測

製造品出荷額の推移(予測)

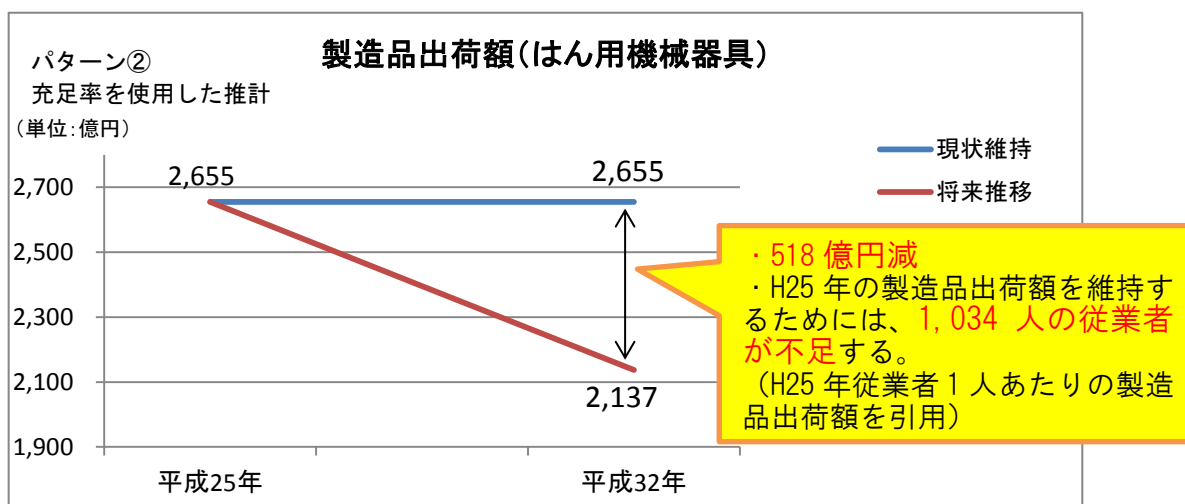
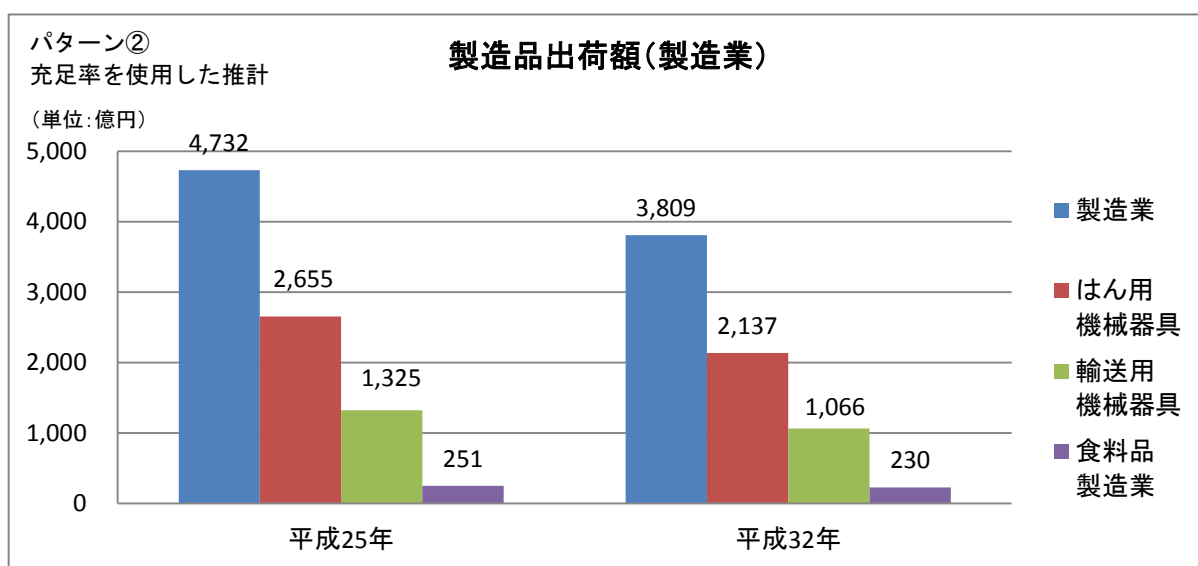
(単位:億円)

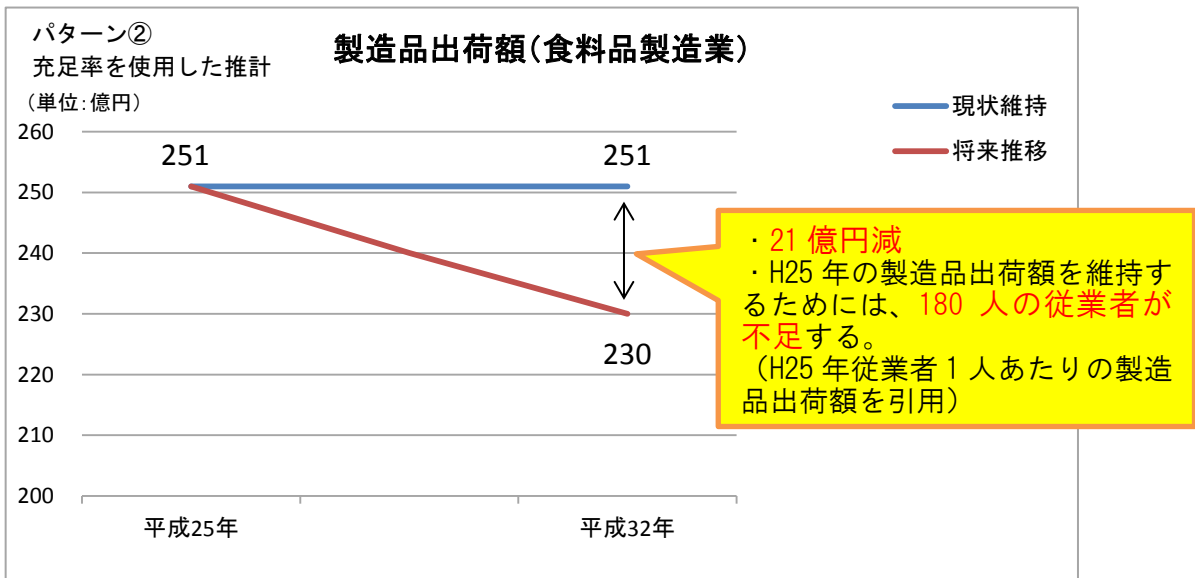
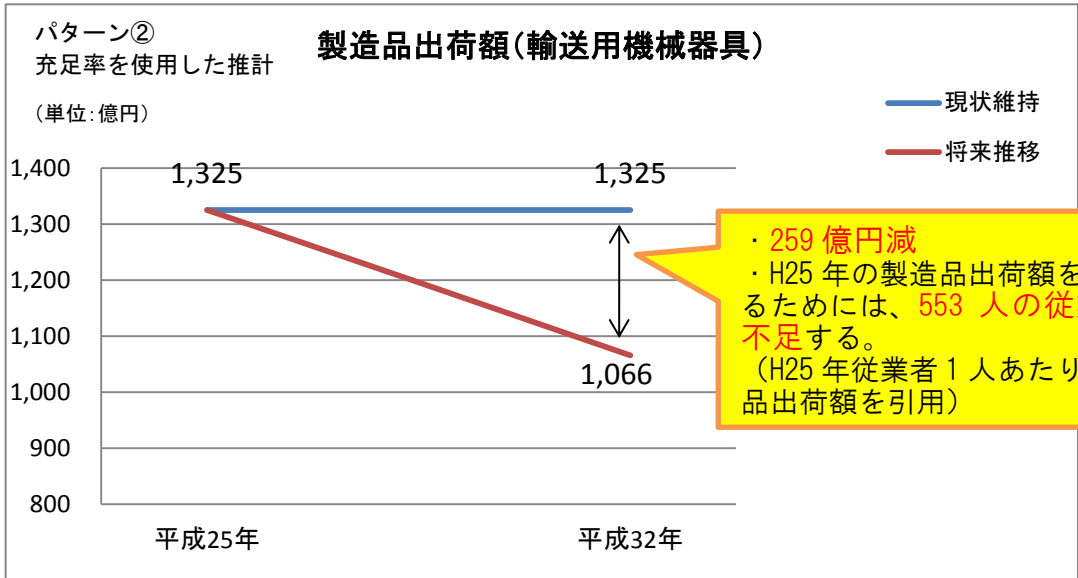
(単位:人)

充足率 からの算出	製造業	はん用 機械器具	輸送用 機械器具	食料品 製造業	従業者数			
					製造業	はん用 機械器具	輸送用 機械器具	食料品 製造業
平成25年	4,732	2,655	1,325	251	13,422	5,299	2,834	2,155
平成32年	3,809	2,137	1,066	230	10,803	4,265	2,281	1,975

※1 平成25年の製造業・はん用・輸送用の従業者数は、工業統計の平成24年から平成26年の平均値

※2 平成32年度の数值は、平成25年度の従業者一人あたりの製造品出荷額に、従業者数を乗じて算出





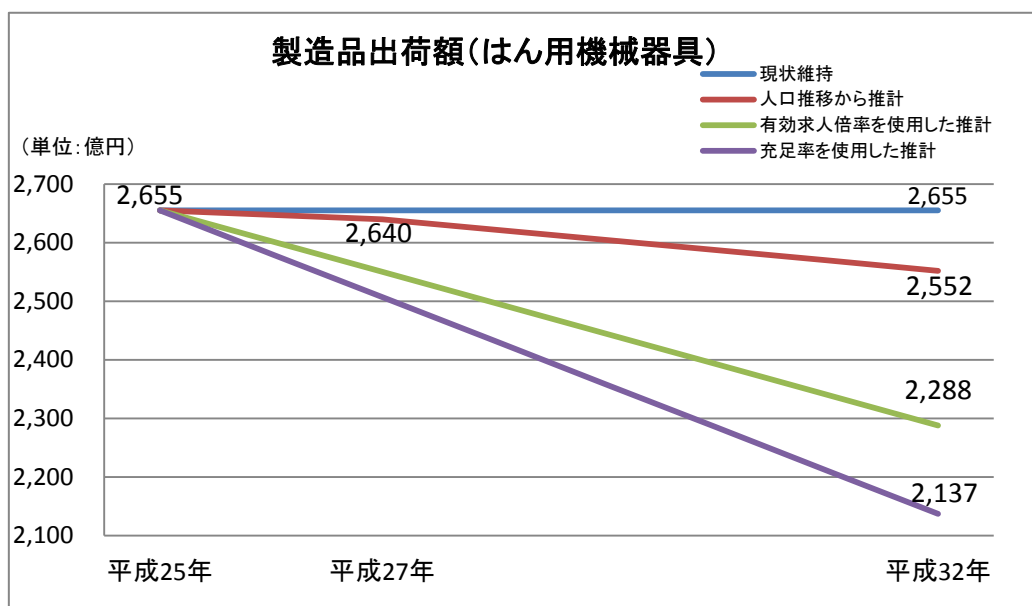
(3) 人口動向及び企業アンケート等から推計する製造業の状況のまとめ  
 これまでの推計をまとめると次のような製造品出荷額及び従業者数の推移が予想される。

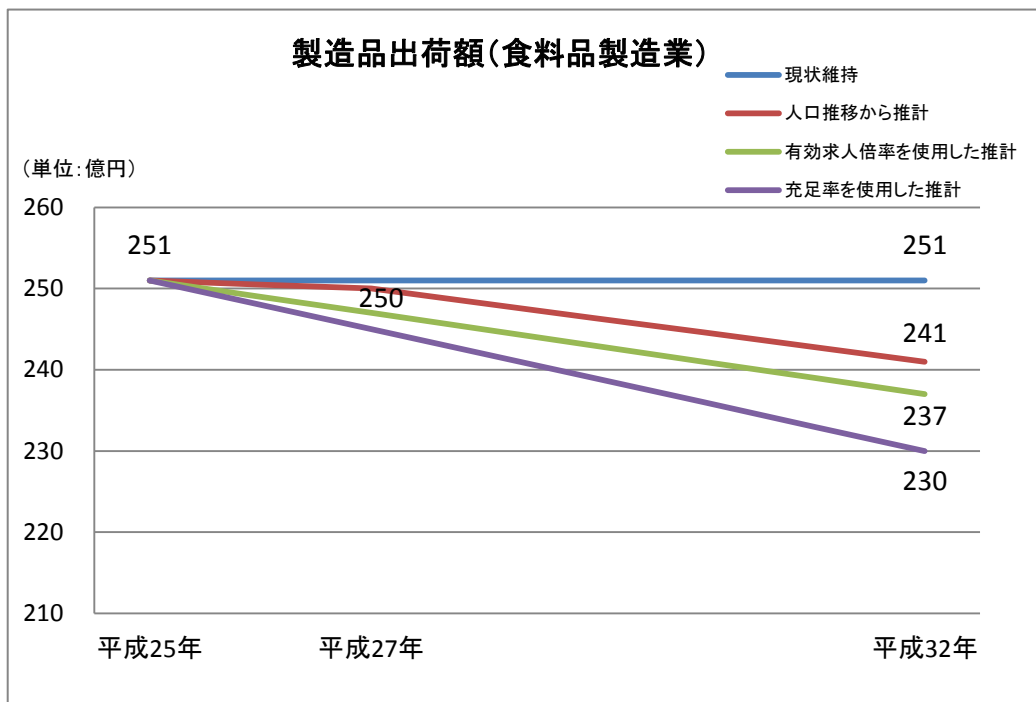
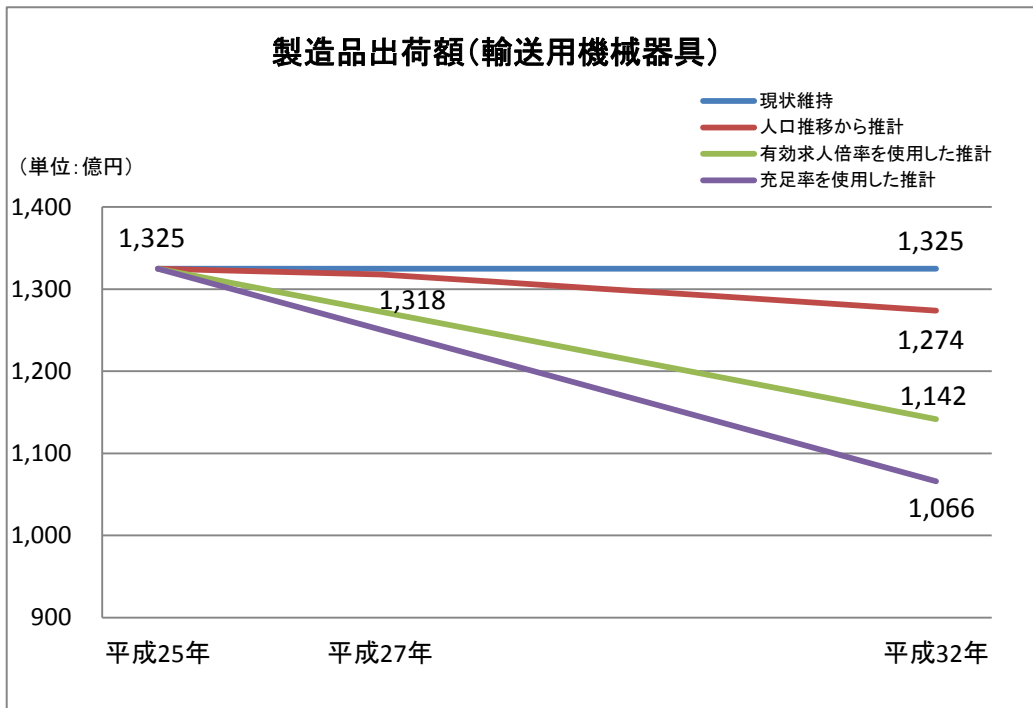
単位：人

従業者数の推計		平成25年 ①	平成32年 ②	減少数 ①－②
製造業	人口推移からの推計	13,422	12,903	519
	有効求人倍率を使用した推計		11,565	1,857
	充足率を使用した推計		10,803	2,619
はん用機械器具	人口推移からの推計	5,299	5,094	205
	有効求人倍率を使用した推計		4,566	733
	充足率を使用した推計		4,265	1,034
輸送用機械器具	人口推移からの推計	2,834	2,724	110
	有効求人倍率を使用した推計		2,442	392
	充足率を使用した推計		2,281	553
食料品製造業	人口推移からの推計	2,155	2,072	83
	有効求人倍率を使用した推計		2,039	116
	充足率を使用した推計		1,975	180

単位：億円

製造品出荷額の推計		平成25年 ①	平成32年 ②	減少数 ①－②
製造業	人口推移からの推計	4,732	4,549	183
	有効求人倍率を使用した推計		4,077	655
	充足率を使用した推計		3,809	923
はん用機械器具	人口推移からの推計	2,655	2,522	133
	有効求人倍率を使用した推計		2,288	367
	充足率を使用した推計		2,137	518
輸送用機械器具	人口推移からの推計	1,325	1,274	51
	有効求人倍率を使用した推計		1,142	183
	充足率を使用した推計		1,066	259
食料品製造業	人口推移からの推計	251	241	10
	有効求人倍率を使用した推計		237	14
	充足率を使用した推計		230	21





人口減少とともに労働者人口も減少する見込みの中、現状の能力で、今後も生産活動を行うとした場合、はん用機械器具、輸送用機械器具及び食料品製造業すべてにおいて、大幅な製造品出荷額の減少が推測される。

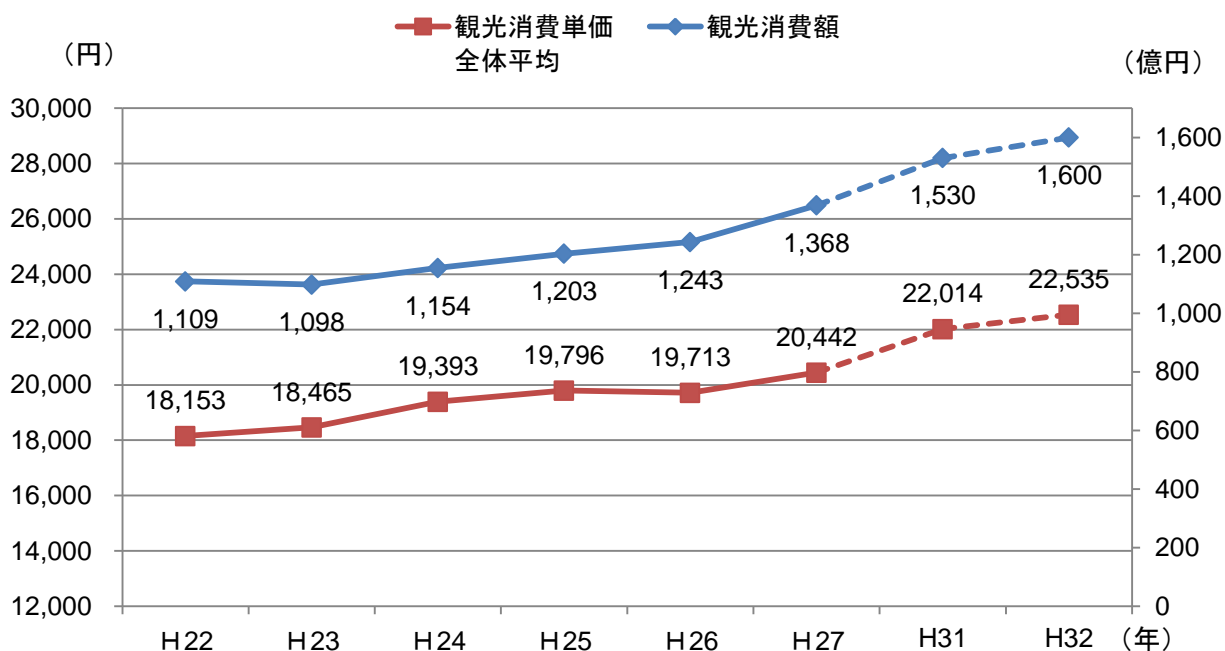
今後の生産性の維持若しくは減の幅を圧縮するためには、技術・技能の向上と生産設備の能力向上が不可欠であると考える。

なお、減少率については、人口推移からの減少率、有効求人倍率からの減少率、充足率からの減少率の3パターンによる試算を行ったが、今般の人口減少社会及び雇用情勢を鑑み、有効求人倍率からの減少率を本戦略では利用したい。



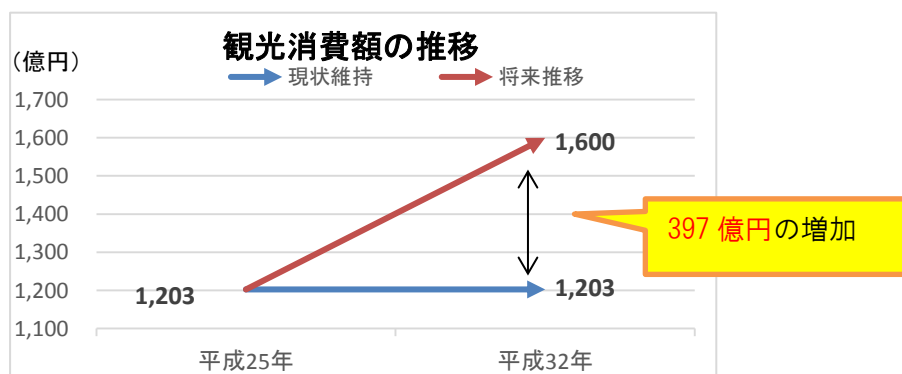
(4) 長崎市の人口動向から推計する観光関連産業の推移

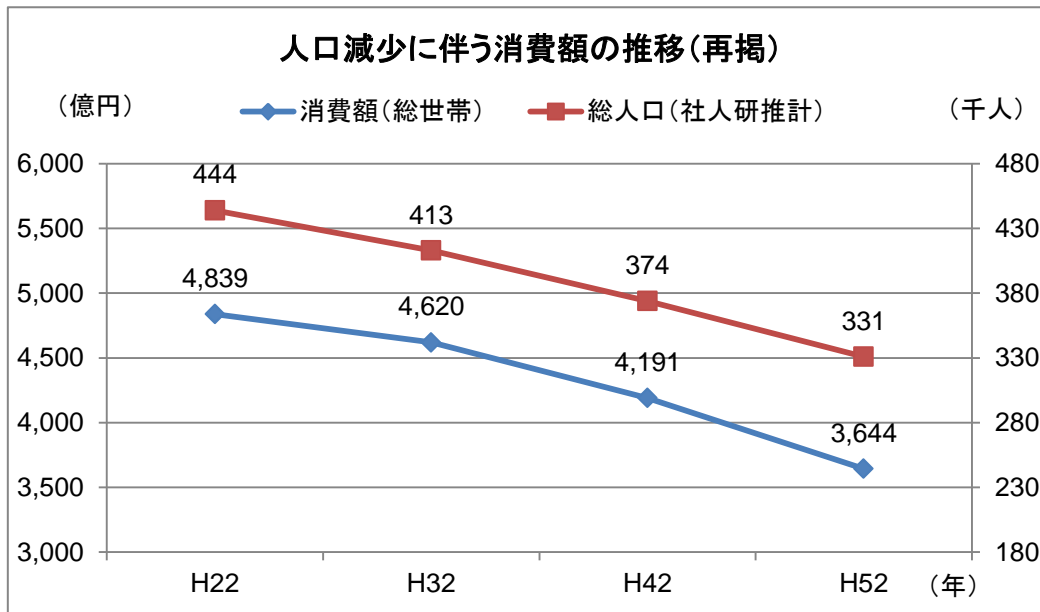
長崎市の観光消費額・観光消費単価の推移(再掲)



出典:長崎市観光統計

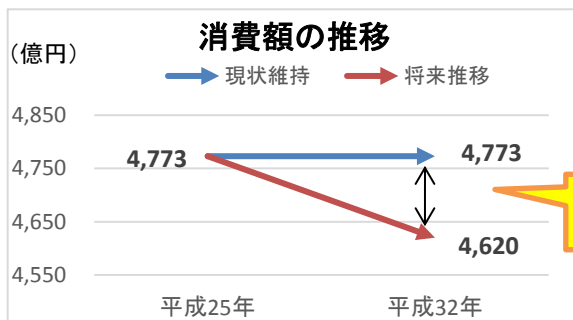
観光消費額、観光消費単価とも増加傾向にある。





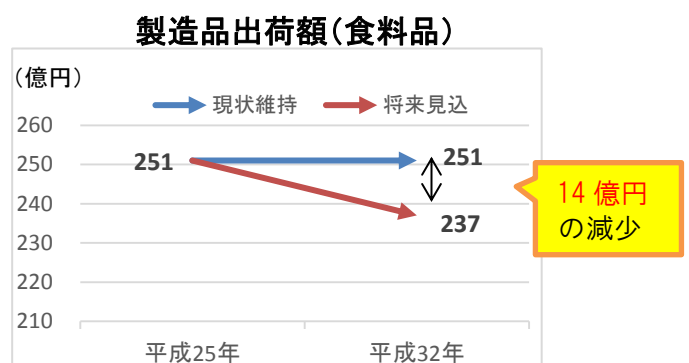
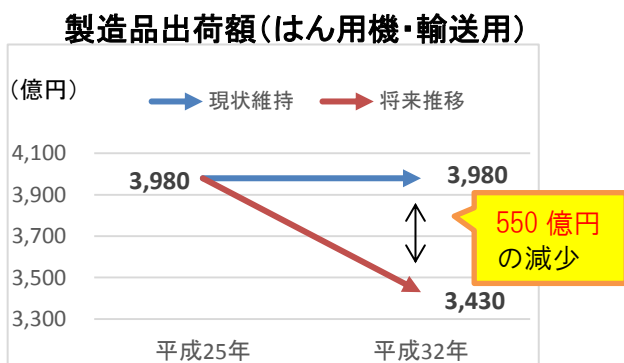
資料：国勢調査、全国消費実態調査を基に長崎経済研究所で推計  
 将来人口推計値は、国立社会保障人口問題研究所

平成 22 年から平成 52 年にかけて長崎市の消費支出は約 25%減少する見込み。



※平成 25 年の数値は、平成 22 年から平成 32 年までの減少額を 10 年で除して、3 年をかけた数値を平成 22 年の額から減したもの

【参考：再掲（有効求人倍率を採用した試算）】



## 2 関係団体へのヒアリング結果

### (1) 直面している課題について

部門	関係団体へのヒアリング結果
船	ヒアリングした全ての団体から、「人材の確保及び育成」との回答があり、また、研修実施団体において、研修環境等の課題から、効果的な技能教育の実施に支障をきたしている等の回答があった。
食	ヒアリングしたほとんどの団体から、「人材の確保及び育成」の問題により、事業継承自体が難しいとの回答があった。 また、原料の高騰や人口減少等の外的要因が売上減少に大きく反映しているとの意見があった。 さらに、熊本地震による修学旅行の減少なども売上減少の一因となっているとの回答があった。
観	熊本地震による影響は、新たに発生した課題であり、さらに今年度の国による支援後に観光客が回復するかどうかについては、大きな脅威となっている。 交通事業者については、観光客が増加傾向にあっても、地域住民の利用者が大きく占めることから、いずれも人口減少を深刻な課題と挙げている。 また、観光関連に限らず人手不足が大きな課題となっている。 さらに、低価格志向、節約志向による売上の伸び悩みは全国的な課題でもある。

### (2) 業況（景況感）や今後の業界の動向・展望について

部門	関係団体へのヒアリング結果
船	造船界の業況としては、2～3年は手持ち工事の関係で良いとの回答ではあるが、その後の受注環境の悪化を懸念する意見があった。
食	業況としては、観光客数の増加が中小企業の利益につながっておらず、今後、人口減少に伴う売上減少を懸念する意見があった。 また、後継者の課題がある中で、後継者の有無により投資意欲の差が生じている。 今後の業界の動向・展望については、東京オリンピック、新幹線、世界遺産等、交流人口の取り込みが極めて重要であり、そのニーズに対応するため、魅力ある飲食の開発、食の拠点整備、宿泊施設と飲食店の提携等の事業者間連携、産業体験型観光が必要であるとの意見があった。 また、地場産品を使った他地域との商品の差別化など付加価値向上に向けた取組みが必要であり、販路開拓については、ターゲットの明確化や市場のグローバル化への対応についての意見があった。人材不足の課題については、若手経営者の活性化及び人材の育成が必要であるとの回答があった。

観	<p>業況としては、熊本地震の影響による観光客の減少等で低調であることが挙げられている。</p> <p>長期的には、人口減少の影響の懸念が強いが、九州新幹線西九州ルートの開業や交流拠点施設の整備による交流人口の拡大効果が期待されている。</p> <p>人口減少等により次第に悪化していくとの展望から、経済団体から新たな展開による投資の重要性が挙げられている。</p>
---	---

### (3) 事業・技術継承に関する取組み

部門	関係団体へのヒアリング結果
船	特に技術継承に関する取組みについては、独自の取組みを行っている団体はなく、長崎地域造船造機技術研修センターが行う研修に参加し、技能の習得を図っている状況。
食	各団体ともに、従業者の高齢化の問題が深刻であり、団体によっては65歳以上の労働者や外国人を雇用する動きもみられる。講座等による文化の継承や研修への支援が必要であるとの意見があった。
観	<p>前出の課題の中で人手不足が多く挙げられているところであり、取組みとしても苦慮している状況がうかがえた。</p> <p>熟練者の活用等に加え、インバウンド対応に向けた外国人人材の活用等の前向きな取組みが挙げられている。</p>

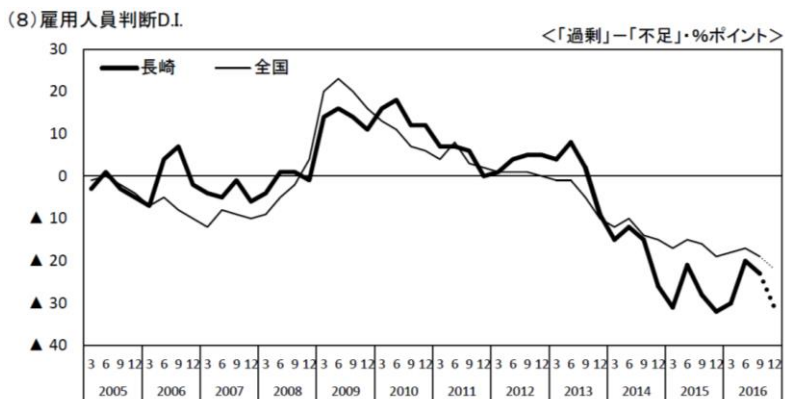
### (4) 長崎市に対する要望等

部門	関係団体へのヒアリング結果
船	研修施設に対する支援や既存技術を活用した海洋エネルギー分野などの新産業への進出支援の要望が共通している項目として挙げられる。
食	地元製品のPR強化、設備等への補助及び新たな展開に対する後押し等の支援を行ってほしいとの意見があった。
観	<p>人口減少による地域需要の低迷が懸念されており、魅力創出やハード面整備（受入態勢整備）、また、経営安定化に向け、安定的な観光客の誘客等により交流人口の拡大が図られることが求められている。</p> <p>また、行政として地域を統括する役割が期待されており、調整機能とリーダーシップが求められている。</p> <p>さらに、交流人口増加のチャンスを活かした事業者への支援が求められている。</p>

(5) 関係団体へのヒアリング結果の総括

部門	関係団体へのヒアリング結果
船	<p>足元の景況感については、3年程度の手持ち工事を有していることから良好と判断していることが判明した。しかしながら、その後の受注環境の悪化を懸念する団体も同様にみられた。</p> <p>また、各団体とも「人材の育成・確保」が課題となっており、何らかの対応策を講じる必要がある。併せて、現在の研修施設が行っている技能研修は、新人研修のみであり、研修内容の充実及び拡充についても検討していく必要がある。</p> <p>なお、大手造船所が発表した技術センターの設立の検討については、長崎市に誘致できるよう業界団体と連携し、参画していく必要がある。</p>
食	<p>足元の景況感については、人材不足等の内的要因及び人口減少・原料高騰等の外的要因により悪化していると判断されている。</p> <p>また、各団体とも「人材確保・事業継承」が課題となっており、併せて、老朽化等による設備投資に対する支援及び新たな事業展開に対する後押しも検討していく必要がある。</p> <p>なお、新幹線やMICE等導入に伴う交流人口の拡大が見込まれるため、長崎の食の情報発信をさらに強化していく必要がある。</p>
観	<p>熊本地震の影響による観光客の減少や、人口減少に伴う売り上げの減少傾向により景況感は低調であるものの、九州新幹線西九州ルートの開業や交流拠点施設の整備による交流人口の拡大効果が期待されており、都市の基盤整備が求められている。</p> <p>また、人手不足が大きな課題となっており、熟練者の活用に加え、外国人人材の活用等の取組みに対する支援が必要となっている。</p> <p>なお、行政には、魅力創出やハード面整備（受入態勢整備）等による交流人口の拡大と、地域を統括する調整機能と、リーダーシップ等が求められており、交流人口の拡大を推進する体制づくりが急務であることがうかがえる。</p>

参考：長崎県内の全産業（製造業・非製造業 140社）における雇用人員の過不足感



出典：日本銀行長崎支店「長崎県・企業短期経済観測調査(短観)2016年9月」

### 3 調査、研究団体などの関係機関が分析する課題・提言等

部門	関係機関が分析する課題・提言等
船	<p>日本銀行長崎支店及び長崎経済研究所それぞれのレポートにおいても、関係団体へのヒアリングで課題として挙げられている「人材の確保及び育成」が、同様に課題として挙げられている。</p> <p>その他にも、独自の調査結果等から、現場力の向上、IoT等の導入、研究拠点の形成や中小造船における新しい技術、新しい船種の導入などが挙げられている。</p> <p>双方のレポートは、それぞれ課題に対する対応策も併せて記載されており、今後、地域全体として取り組むべき方向性を見出すうえで、非常に有益なものであり、大いに参考としていくべきと考える。</p> <p>また、国土交通省の「海事産業の生産性革命(i-Shipping)による造船の輸出拡大と地方創生のために推進すべき取組について」の答申においては、日本の建造量シェアを19%（2015年）から2025年には30%にまで広げる目標を掲げ、シェア拡大による雇用の創出は1万人の増加を試算しており、人材の確保が重大な課題になると考えられる。</p>
食	<p>日本銀行長崎支店のレポートにおいては、人口減少が加速していく中、県外需要の取込みやお土産品への対応等の需要喚起が不十分であるとの課題が挙げられ、需要喚起のための情報発信の充実や商品展開、食の安全への対策、さらに、マーケティングに長けた人材の積極登用等、外部の目・知識の活用について、提言がなされている。</p> <p>また、経済産業省の「第19回産業構造審査会」及び水産庁の「水産をめぐる事情について」においても、国内の需要が減少していく中で、輸出力強化やインバウンド需要の戦略的獲得が挙げられている。輸出等に対応するためには、相手国の衛生基準への適合や、実需者のニーズに応じた供給等が不可決と指摘されている。</p>
観	<p>日本銀行長崎支店及び長崎経済同友会のレポートにおいて、人口減少の状況に対して観光消費の拡大を図るために、マーケティング、ブランド構築の重要性について共通しており、長崎経済同友会の提言書においては、その中核的存在としてDMOが挙げられている。また同提言書では都市基盤の整備についても触れており、「長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、「長崎市観光振興計画2020」における「交流の産業化」の取組みによる地域経済の活性化に対する経済界の期待が高いことがうかがえる。</p>

## 4 企業誘致

(1) 長崎県基本計画のポイント（企業立地促進法に基づく基本計画、H25.4.1国の同意）

ア 造船関連産業で培われた高度加工組立技術の蓄積、豊富な農林水産資源、大学・高専・工業高校などの優秀な人材、環境・新エネルギーや医療・福祉分野の先進的な取組み、アジアとの歴史的・地理的近接性などの強みを活かしながら、関係市町と県が一体となって、企業立地に向けた取組みを強力に推進し、造船・自動車等の輸送用機械関連産業や半導体、電気・電子関連産業等の集積を図る。

イ 工業団地の整備や人材の育成・確保などに取り組み、新規雇用創出を目指す。

(2) 第四次総合計画における基本方針

ア 長崎市に集積が乏しい業種や環境・新エネルギー分野等について、市外からの企業立地を促し、地域の産業を多様化する。

イ 長崎市の優位性を活かし、企業立地用地の造成等により、市外からの新たな企業立地を促し、雇用の拡大を図る。

(3) 施策の方針

企業のBCP（事業継続計画）に対する意識の高まりから、活動拠点の分散化の動きが活発化しており、また地域再生法改正による「企業の地方拠点強化税制」等、国の地方創生施策の後押しもあり、企業を誘致する機会の増加が期待される。

企業誘致は、雇用の創出、経済の活性化に効果的で即効性があり、若者の県外流出対策としての効果も期待できることから、積極的に取り組む必要がある。

また、企業進出の受け皿となるオフィス系企業向け物件の確保や企業立地用地の整備に取り組む。

(4) 背景と長崎市の強み・弱み

ア 都市圏から地方への拠点分散の背景

(ア) 地震被害の恐れ

30年以内の震度6の発生確率が高い

(イ) 人材の確保が困難

(ウ) 事業所運営コストの高騰

(エ) BCP（事業継続計画）策定の要請

財務省等の企業への要請

イ 長崎市の強み

(ア) 地震の危険性が低い

(イ) 人口比で高等教育機関の数が多い

(ウ) 人材が確保しやすい

(エ) 県民性：誠実、従順、なまりが少ない

(オ) 事業所運営コスト（人件費・賃料）が安い

ウ 長崎市の弱み

(7) 良質な立地用地の不足

交通利便性に優れ、必要なインフラが整備された値頃感のある立地用地が不足している。

(イ) 地理的・地形的ハンディキャップ

- a 九州西端に位置し、大都市（消費地）・生産拠点から遠く、輸送コストが必要となる。
- b 大きな水源がなく、山に囲まれ、斜面地が多いといった地理的要因から水道料金が高くなっている。

(ウ) オフィス物件の不足

オフィス系企業の立地が進む中、100人以上が就労可能な約200坪以上の面積をもつオフィスビルが、長崎市内において著しく不足している。

(5) 具体的取組み

ア 企業立地奨励制度

企業の立地を促進するため、必要な奨励措置を講ずることにより、産業の振興及び雇用機会の拡大を図る。

(ア) 企業立地奨励制度の概要

a 対象業種

- ①造船・自動車等の輸送用機械関連産業
- ②産業用機械、新エネルギー・環境関連産業      ③情報通信関連産業
- ④食品関連産業      ⑤医工連携関連産業      ⑥陸上養殖業
- ⑦農業      ⑧その他の対象業種

b 指定要件

立地形態		規模等	投下固定資産総額 (操業前)	雇用従業者数
建物設置型	新設	大企業	3億円以上	10人以上
		中小企業者	3千万円以上	5人以上
		陸上養殖業法人	3千万円以上	3人以上
		農業法人	2千万円以上	3人以上
	移増設	中小企業者	3千万円以上	5人以上
		陸上養殖業法人	1.5千万円以上	2人以上
		農業法人	1千万円以上	2人以上

立地形態		規模等	投下固定資産総額 (操業前)	雇用従業者数
建物借上型	新設	大企業	—	10人以上
		中小企業者	—	5人以上
		陸上養殖業法人	—	3人以上
		農業法人	—	3人以上



### c 指定要件奨励金の種類

#### (a) 施設等整備奨励金

投下固定資産総額(操業前)の売買価格と固定資産評価額の、いずれか低い額に補助率を乗じた額を5年間で分割交付。 ※ 建物設置型が対象

業種	補助率
①～⑦	15%
⑧	10%

#### (b) 建物等賃借奨励金

建物等賃借費用(限度額 10,000 円/坪)に補助率を乗じた額を3年間交付。

業種	補助率
①～⑦	50%
⑧	25%

※ 平成 28 年 9 月 30 日条例改正にて、限度額 5,000 万円(3 年総額)を撤廃し、10,000 円/坪を設定。

#### (c) 雇用奨励金

雇用形態	単価	障害者加算
正社員	50 万円/人	+50 万円
非正規	30 万円/人	+30 万円
短時間	15 万円/人	+20 万円

※ 最大3年間交付。

※ 特例指定事業者(操業日後5年以内に移転し、かつ奨励対象従業者を100人以上雇用する計画を有するものとして市長が認めるもの)にあつては、最大5年間交付。⇒平成28年9月30日条例改正にて追加。

※ 2年目・3年目は、前年より5人以上増員している場合、交付対象。

※ 長崎市民が対象。

### イ 固定資産税の課税免除(企業立地促進法に基づき条例制定)

企業立地を促進するため、固定資産税の課税免除を行うことにより、産業集積の形成及び活性化を図る。

### ウ 固定資産税の不均一課税(軽減措置)(地域再生法に基づき条例制定)

本社機能の移転又は拡充を促進するため、固定資産税の不均一課税を行うことにより、経済の活性化及び雇用機会の創出を図る。

エ 雇用を生み出す企業の進出のための基盤整備

(ア) オフィスビル整備(出島県有地)

大規模なオフィスフロアが不足している中、長崎県の『長崎金融バックオフィスセンター構想 2020』に掲げるオフィス系企業の誘致を推進することを目的として、県有地を活用してオフィスビルを整備する(公財)長崎県産業振興財団に対して、その建設費を県市で折半し、無利子で貸付けることで、資金支援を行う。

(イ) 工場立地用地整備

a 田中町

九州新幹線西九州ルートの特設トンネル工事に伴う発生土を活用して、田中町(卸団地横)において、企業立地用地の整備を行う。

○計画概要

事業対象地	長崎市田中町(卸団地横)
開発区域面積	約 14.3 ha
有効利用面積	約 2.6 ha
工事期間	平成 28 年 8 月～平成 32 年 3 月(予定)
発生土搬入量	約 70 万 m <sup>3</sup> (想定)

b テクノヒル茂木(平成 25 年整備済)

事業対象地	長崎市北浦町(旧県立南商業高校跡地)
開発区域面積	3.9 ha
有効利用面積	2.4 ha
工事期間	平成 24 年 12 月～平成 25 年 10 月(完了)

※平成 25 年 12 月に自動車部品製造企業の(株)カネミツの立地が決定。

施設名称	リサーチセンター(KRC)	カネミツ長崎工場
竣工時期	平成 27 年 5 月	平成 27 年 8 月
事業内容	次代製品の基礎的研究と新技術の創出、産学共同研究	金属塑性加工品(エアバッグ部品)の生産
雇用従業者数	25 名(平成 28 年 9 月現在)	

c 公共施設マネジメント

公共施設マネジメント等で発生する遊休市有地を、企業立地用地として活用を図る。

オ 誘致活動

平成 18 年度から(公財)長崎県産業振興財団に職員 2 名(長崎県、東京都に各 1 名)を派遣し、企業訪問等の誘致活動を展開している。財団は、企業誘致推進本部(長崎)のほか、東京・名古屋に企業誘致センターを設けて、3 拠点にて活動を行っている。

# 第5章 成長戦略の策定

## 1 第四次経済成長戦略の目指すところ

経済環境がグローバル化し、複雑化、多様化する中であって、長崎が地域経済の活性化を図るためには、多彩な消費者のニーズを捉え、差別化された顧客価値の提供を可能とする競争優位を築き、高め、持続させる必要がある。

第四次経済成長戦略では、「競争優位を備えた魅力ある企業群を創出」することを基本方針とし、長崎市第四次総合計画の「活力に満ち、発展し続けるまち」を目指す。

また、長崎市においては、平成28年6月に「連携中枢都市宣言」を行い、12月に長与町及び時津町と連携中枢都市圏形成に係る「連携協約」を締結したことを踏まえ、第四次経済成長戦略においては、結びつきが強い近隣自治体との広域的な連携により、行政区域を越えて、それぞれの限られた財源や地域資源などを活用し合いながら、地域経済を活性化し、持続可能な地域社会を形成するための取組みを推進する。

【第四次経済成長戦略の基本方針】

**「競争優位を備えた魅力ある企業群を創出」**

各部門	船	食	観	企業誘致
基本戦略	人財・技術・新化	差別化・新市場進出	交流の産業化	長崎の強みを活かしたターゲットを絞り込んだ企業誘致の推進
個別戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人財の確保と育成</li> <li>・技術力の向上による差別化</li> <li>・既存技術を活用した海洋エネルギー分野への進出の加速</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品価値向上</li> <li>・強みを活かした大都市圏・海外への市場拡大</li> <li>・交流人口のニーズに対応した商品・サービスの提供</li> <li>・人財確保と育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客創造</li> <li>・価値創造</li> <li>・交流を支える都市の基盤整備</li> <li>・交流の産業化を進める体制づくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業インセンティブの強化</li> <li>・企業立地基盤の整備</li> <li>・誘致活動の強化</li> </ul>



## 2 船（造船・造機製造業）部門の目指す方向性及び戦略

### (1) 目指す方向性

- ア 高度な技術・技能を有し、効率的で高い生産性を生み出す体制の確立
- イ 技術力で差別化できる高付加価値船舶・製品の製造
- ウ 造船・造機技術が活かせる新たな事業分野への進出
- エ 国際的な競争力の維持・強化



### (2) 基本戦略（船）

船（造船・造機製造業）における基本戦略

## 「人財・技術・新化」

※人財とは、人を財（たから）と位置付けたもの

※新化とは、将来へ向けた新分野や新市場への進出

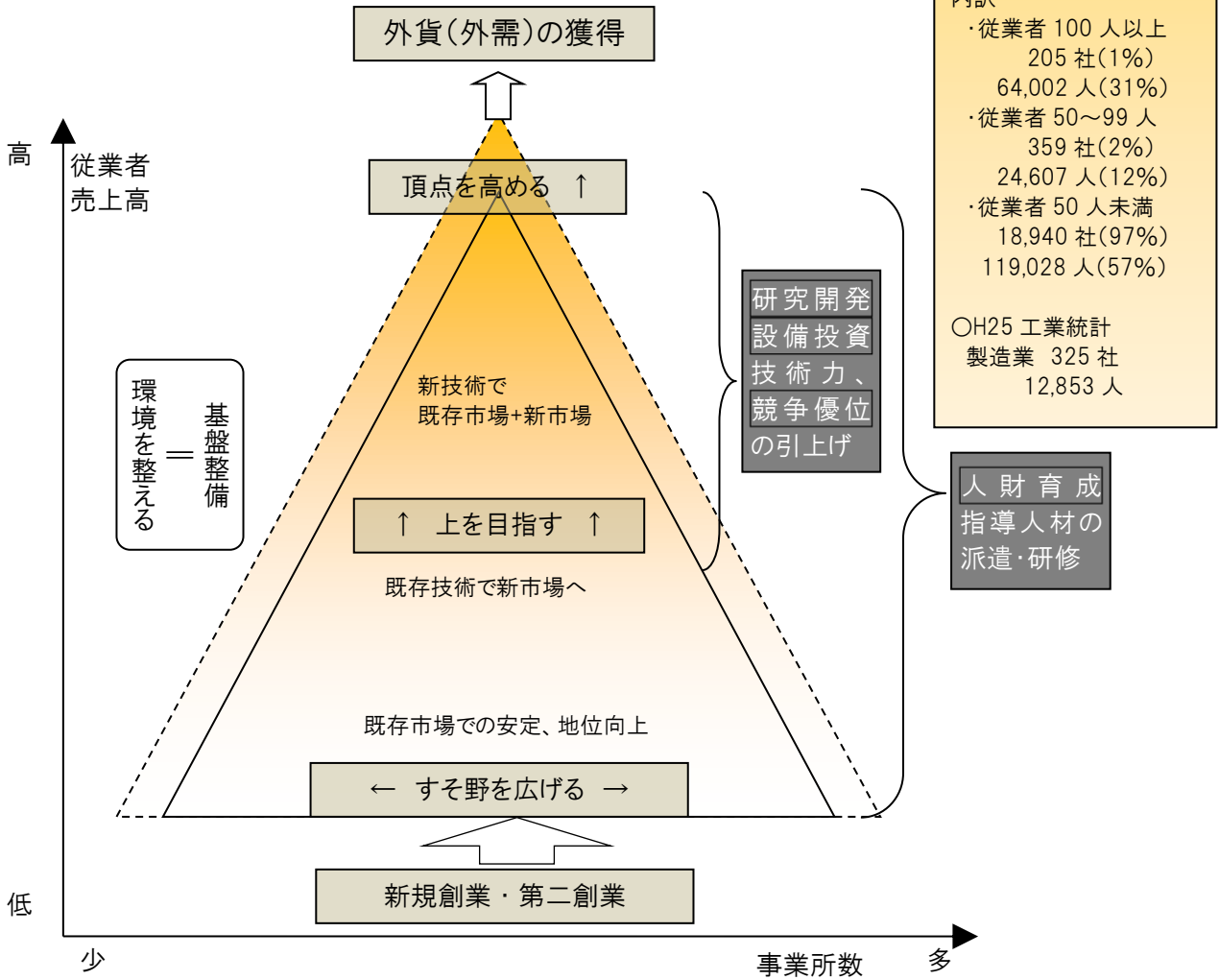
### (3) 個別戦略と戦術（船）

個別戦略	戦術（取組み内容）
<p>ア 人財の確保と育成</p>	<p>(ア)人財の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高校、大学との連携による新卒者の採用増加</li> <li>・ 中途採用者の受入れ支援</li> <li>・ 外国人労働者の活用</li> <li>・ 業界の魅力をPR</li> </ul> <p>(イ)人財育成（研修）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 指導者（講師）の確保</li> <li>・ 階層別研修（初級・中級）、技術・技能・現場管理者の体系的な研修カリキュラムの検討</li> <li>・ 造船企業と協力企業との連携促進</li> <li>・ 大手造船企業の技術センター設立協議への参画と設立実現に向けた支援の検討</li> <li>・ 恒常的に使用可能な研修場所の確保・構築</li> </ul>

個別戦略	戦術（取組み内容）
イ 技術力の向上による差別化	(ア)研究開発 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大学(院)と研究所との連携・共同研究</li> <li>・ エンジニア等の確保と育成</li> </ul> (イ)環境対策 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NOx、SOx、バラスト水規制を踏まえた新技術の開発及び新技術の投入</li> </ul> (ウ)省エネ対策 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 船型開発</li> <li>・ LNG等の代替燃料を踏まえたエンジン、燃料供給システムの開発と装置の普及</li> <li>・ 空気循環システムの効率向上と装置の普及</li> </ul> (エ)建造技術 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ブロック建造方式の更なる進歩</li> <li>・ 溶接、切断等の工作技術の研究と採用</li> <li>・ 建造工程における品質管理、加工精度の向上</li> </ul> (オ)IT・IoT化への対応 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産設備、運搬設備等の自動化・機械化</li> <li>・ IoT/ビッグデータを活用した運航支援・保守管理サービス（i-Shipping (Operation)）に対応した先進的な技術の導入</li> </ul> (カ)中小造船企業における新しい技術・船種の導入
ウ 既存技術を活用した海洋エネルギー分野への進出の加速	(ア)実証試験⇒商用化への流れをつくる <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地場企業の当該分野進出促進</li> <li>・ 実証フィールドの基盤整備</li> <li>・ 国プロ<sup>※</sup>等の優先採択</li> </ul> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 5px; margin-left: 20px;"> <small>※国プロ（国家プロジェクトの略）政府系機関が行う研究・技術開発プロジェクトなど、政治主導・行政主導による新興分野・新規分野に投資する活動を指す</small> </div> (イ)中核企業を育成し、地場企業とのマッチングにより事業化を加速 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当該分野における参画可能分野の見極め</li> <li>・ 関係団体との推進体制の強化</li> </ul> (ウ)海洋クラスターに対する産学官の継続的な支援
<b>広域連携の推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経済成長戦略の策定               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 圏域での経済成長戦略の策定、推進及び進捗管理</li> </ul> </li> <li>・ 産業クラスターの形成、地域製造業の振興               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 圏域の海洋産業クラスター形成、地場製造業のものづくりの生産性向上</li> </ul> </li> <li>・ 都市圏での取組みとして、上記戦術の具体化に向けた検討を加速</li> </ul>	

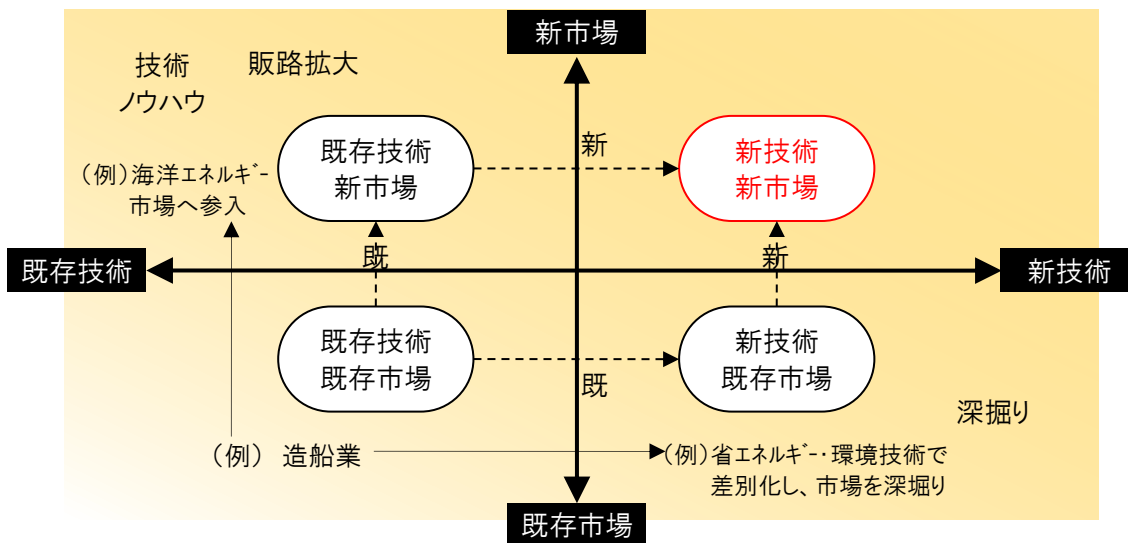
(4) 個別戦略のイメージ図

- ア 人財の確保と育成
- イ 技術力の向上による差別化



ウ 技術力の向上による差別化と

既存技術を活用した海洋エネルギー分野への進出の加速のイメージ



### 3 食（食品加工・飲食）部門の目指す方向性及び戦略

#### (1) 目指す方向性

- ア 事業者の特性（多品種・希少性・和華蘭食文化）を活かし、商品価値に見合った高単価での販売体制を確立することで、域内の市場縮小分を単価上昇分で補填できている。
- イ 各事業者が各種セグメントの中からターゲットを明確にし、効果的な販路開拓戦略のもと、大都市圏及び海外へ販路開拓を図っている。
- ウ 観光客等をターゲットとした、お土産品や飲食店の商品及びサービスが充実し、消費行動を促し、新しい顧客開拓ができている。



#### (2) 基本戦略（食）

食（食品加工・飲食）における基本戦略

**「差別化・新市場進出」**

#### (3) 個別戦略と戦術（食）

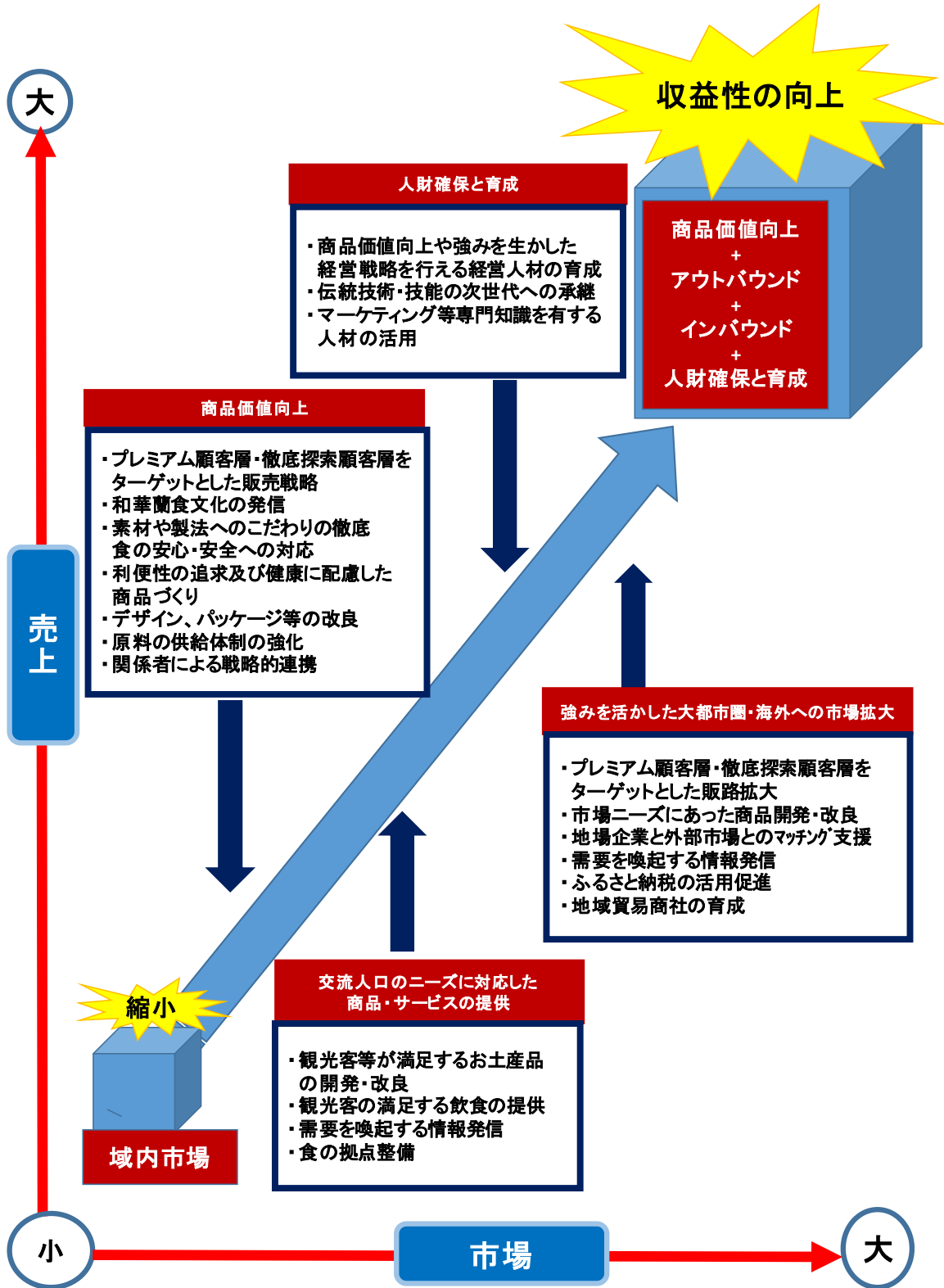
個別戦略	戦術（取組み内容）
ア 商品価値向上 ～優位性を磨き競争力UP～	<ul style="list-style-type: none"><li>・プレミアム顧客層・徹底探索顧客層をターゲットとした販売戦略</li><li>・歴史や文化に裏付けられた和華蘭食文化の発信</li><li>・素材や製法へのこだわりの徹底</li><li>・食の安心・安全への対応</li><li>・利便性の追求及び健康に配慮した商品づくり</li><li>・デザイン、パッケージ等の改良</li><li>・事業承継策の充実</li><li>・原料の供給体制の強化</li><li>・関係者による戦略的連携</li></ul>

<p>【アウトバウンド】</p> <p>イ 強みを活かした大都市圏・海外への市場拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレミアム顧客層・徹底探索顧客層をターゲットとした販路開拓</li> <li>・市場ニーズにあった商品開発・改良</li> <li>・地場企業と外部市場とのマッチング支援</li> <li>・緻密なメディア戦略による情報発信</li> <li>・ふるさと納税の活用促進</li> <li>・地域貿易商社の育成</li> </ul>
<p>【インバウンド】</p> <p>ウ 交流人口のニーズに対応した商品・サービスの提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客等に満足してもらえるお土産品の開発・改良</li> <li>・観光客に満足してもらえる飲食の提供</li> <li>・緻密なメディア戦略による情報発信</li> <li>・食の拠点整備</li> </ul>
<p>エ 人財確保と育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品価値向上や強みを活かした経営戦略を行える経営人材の育成</li> <li>・伝統技術・技能の次世代への承継（事業承継）</li> <li>・マーケティング等専門知識を有する人材の活用</li> </ul>
<p>広域連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源を活用した地域経済の裾野拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>圏域の多様な資源を活用した地場産品のブランド育成・販路拡大</li> </ul> </li> <li>・都市圏での取組みとして、上記戦術の具体化に向けた検討を加速</li> </ul>	



(4) 個別戦略のイメージ図

- ア 商品価値向上 ～優位性を磨き競争力UP～
- イ 強みを活かした大都市圏・海外への市場拡大（アウトバウンド）
- ウ 交流人口のニーズに対応した商品・サービスの提供（インバウンド）
- エ 人財確保と育成



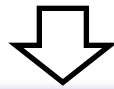
## 4 観（観光関連産業）部門の目指す方向性及び戦略

### (1) 目指す方向性

**観光（関連）産業における雇用創出と所得向上**  
 ～定住人口の減少に伴う消費の縮小を観光消費の拡大で補う～

ア 年間を通じて多様な来訪者（観光客・ビジネス客等）が訪れている  
 イ 来訪者のニーズをとらえた高付加価値で、満足度の高いサービス・商品が提供されている  
 ウ 都市基盤が整備され、来訪者の受入態勢が整備されている  
 エ 産学官による地域一体となった観光地域づくりの推進体制が確立されている

### (2) 基本戦略（観・MICE）



#### 観・MICEにおける基本戦略

## 「交流の産業化」

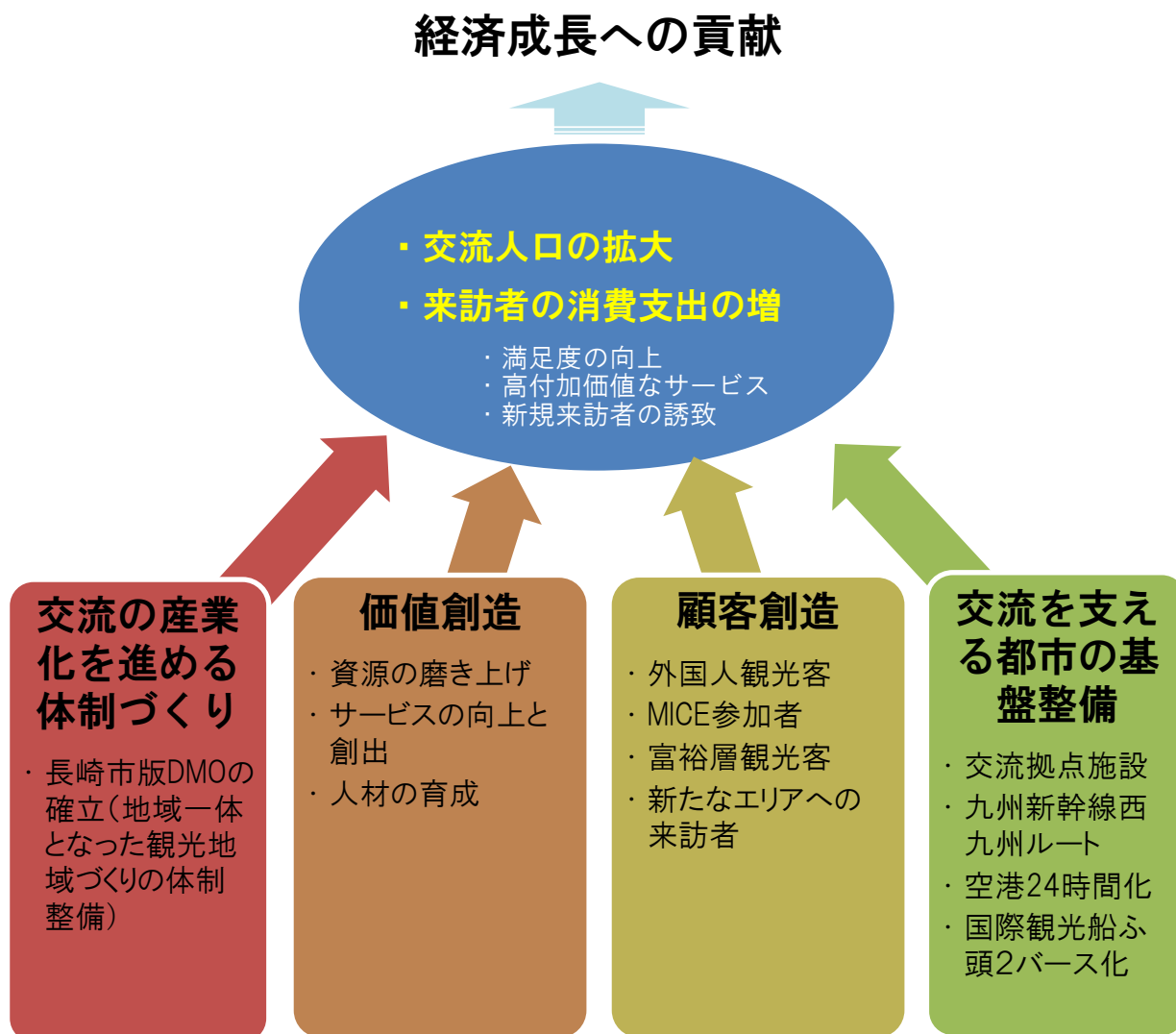
「人」の交流によって生み出される機会を財・サービスの生産活動につなげ、経済の活性化を図っていく。そのために価値の向上、新たな価値の創出を図ることで、新たな交流の創出を図るとともに、交流の質の向上（経済効果の向上）を図る。

### (3) 個別戦略と戦術（観・MICE）

個別戦略	戦術（取組み内容）
ア 顧客創造	(ア)外国人観光客誘致 ・海外への効果的な情報発信・誘致活動 ・外国人観光客の受入態勢整備 ・インバウンド消費の拡大 ・多様なニーズに対応できる人材育成 ・外国人観光客の受入態勢整備 ・「つながるDejima」プロジェクトの推進 (イ)MICE誘致 ・MICE誘致対策の推進 ・周辺地域における地域特有の資源磨きと活用 (ウ)富裕層観光客誘致 ・宿泊施設のグレードアップ、誘致の推進 (エ)交流のエリア拡大 ・まちぶらプロジェクトの推進 ・観光関連団体及び近隣自治体との連携

<p>イ 価値創造</p>	<p>(ア)資源の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎独自の歴史や文化等を有する観光資源の魅力向上</li> <li>・世界文化遺産の保存と理解促進</li> <li>・世界新三大夜景の魅力向上</li> <li>・長崎特有の資源を活用した観光メニューの創造</li> <li>・ビッグデータ等を活用した戦略策定</li> <li>・市民・国内観光客への効果的な情報発信</li> <li>・修学旅行の誘致強化</li> <li>・世界文化遺産の周知啓発と活用</li> <li>・観光客の平準化による通年型観光の推進</li> <li>・交通事業者と連携した情報発信</li> <li>・SNS等を活用した情報発信</li> </ul> <p>(イ)サービスの向上と創出</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな付加価値のある旅行スタイルの検討</li> <li>・新しいお土産品開発</li> </ul> <p>(ウ)人財の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか商店街を支える商業人材の育成</li> <li>・長崎大学のアートマネジメント人材育成事業との連携</li> <li>・長崎市伝統工芸人材育成の取組み</li> <li>・観光分野におけるマーケティング人材の育成</li> <li>・魅力探求の需要に応える人材の育成</li> <li>・業界の魅力をPR</li> </ul>
<p>ウ 交流を支える 都市の基盤整備</p>	<p>(ア)交流人口の拡大を図る都市基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・交流拠点施設</li> <li>・九州新幹線西九州ルート (長崎駅周辺土地区画整理事業等)</li> <li>・空港24時間化</li> <li>・国際観光船ふ頭2バース化</li> <li>・九州横断自動車道四車線化</li> </ul> <p>(イ)来訪者の受入態勢の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バリアフリー対応等の道路整備</li> </ul>
<p>エ 交流の産業化を進める体制づくり</p>	<p>(ア)長崎市版DMOの確立</p>
<p>広域連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戦略的な観光施策 圏域への観光誘客やコンベンション誘致などによる交流人口の拡大</li> <li>・高度な中心拠点等の整備 圏域の交流拠点としての機能整備を推進し、域外からの交流人口を拡大</li> <li>・都市圏での取組みとして、上記戦術の具体化に向けた検討を加速</li> </ul>	

(4) 個別戦略のイメージ図



## 5 企業誘致部門の目指す方向性及び戦略

### (1) 目指す方向性

ア 長崎の強みを活かせる企業誘致  
 イ 良質な雇用の創出と所得の向上  
 ウ 産業発展に寄与する業種の立地



### (2) 基本戦略(企業誘致)

企業誘致における基本戦略

**「長崎の強みを活かし、ターゲットを  
 絞り込んだ企業誘致の推進」**

### (3) 個別戦略と戦術(企業誘致)

個別戦略	戦術(取組み内容)
ア 企業インセンティブの強化	(ア)企業誘致の促進のため、企業立地奨励金を交付 (イ)大規模雇用の受け皿となる1フロア200坪以上の面積を有するオフィスビルを整備する事業者に対する建設促進補助金を交付 (ウ)誘致企業の事業運営を支援するため、継続的なアフターフォローを実施 (エ)経済情勢や企業ニーズに対応するため、機動的に奨励制度の見直し・強化を実施 (オ)高度産業人財の育成(国・県等と連携して実施)
イ 企業立地基盤の整備	(ア)オフィス系企業の受け皿となるオフィスビルの整備(出島県有地オフィスビル建設への無利子融資) (イ)製造業等の受け皿となる工場立地用地の整備
ウ 誘致活動の強化	(ア)国や企業の動きを捉えた戦略的・積極的な誘致活動を県、(公財)長崎県産業振興財団と連携して実施 (イ)長崎の強みを活かして地域産業の発展に寄与する企業の誘致 (ウ)県、(公財)長崎県産業振興財団との連携を強化し、緊密な協力体制を構築

## 6 人財確保と育成

### (1) 目指す方向性

- ア 企業の成長を支える人財の確保と育成
- イ 優良な産業人財の育成
- ウ 技術・技能の継承を支える人財

### (2) 部門別の人財確保・育成

部門	取組み内容
ア 船	<p>(ア)人財の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高校、大学との連携による新卒者の採用増加</li> <li>・ 中途採用者の受入れ支援</li> <li>・ 外国人労働者の活用</li> <li>・ 業界の魅力をPR</li> </ul> <p>(イ)人財育成（研修）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 指導者（講師）の確保</li> <li>・ 階層別研修（初級・中級）、技術・技能・現場管理者の体系的な研修カリキュラムの検討</li> <li>・ 造船企業と地元企業との連携促進</li> <li>・ 大手造船企業の技術センター設立協議への参画と設立実現に向けた支援の検討</li> <li>・ 恒常的に使用可能な研修場所の確保・構築</li> </ul>
イ 食	<p>(ア)人財の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 設備投資や経営者の意識改革による労働環境の向上</li> <li>・ 職業（商品）の魅力発信</li> <li>・ 伝統技術・技能や事業継承</li> </ul> <p>(イ)人財育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケティング、ブランディング、衛生管理等の専門知識を有する人材の育成</li> <li>・ 外部からの専門家の登用</li> </ul>
ウ 観	<p>(ア)人財の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 業界の魅力をPR</li> </ul> <p>(イ)人財育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国人観光客を誘致するため、多様なニーズに対応できる人材育成</li> <li>・ まちなか商店街を支える商業人材の育成</li> <li>・ 長崎大学のアートマネジメント人材育成事業との連携</li> <li>・ 長崎市伝統工芸人材育成の取組み</li> <li>・ 観光分野におけるマーケティング人材の育成</li> <li>・ 魅力探求の需要に応える人材の育成</li> </ul>

## 第6章 第四次経済成長戦略の推進について

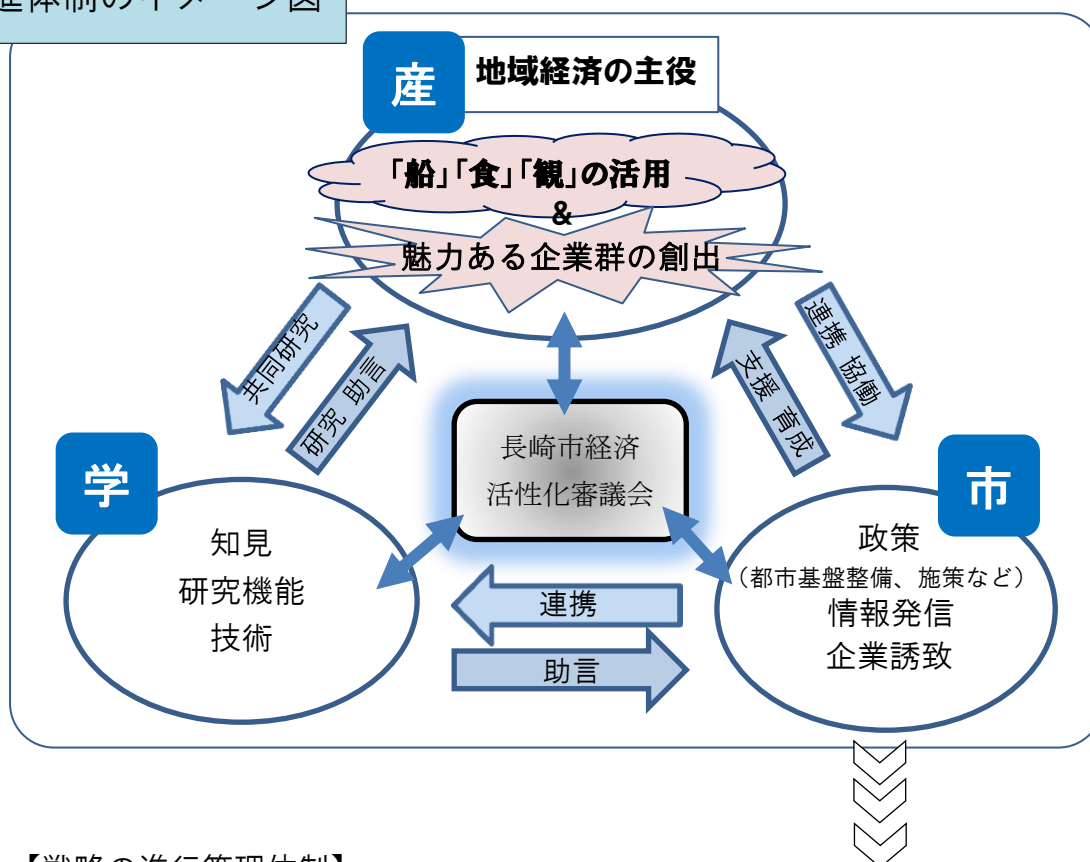
### 1 推進体制

本戦略による方向性に則り、各部門別の部会において進捗管理を行い、定量目標の達成に向け事業を実施していく。なお、全体の進捗管理は、商工部産業雇用政策課にて実施する。

また、平成28年9月に設置された、学識経験者及びその他関係団体等で構成する「長崎市経済活性化審議会」において、事業の推進や実施状況等の取組みを検証する。

さらに、事業者、大学や研究機関等、市民などの関係主体が目標を共有し、それぞれの役割や責務を果たし、協働しながら地域経済の振興に取り組むことが求められる。

推進体制のイメージ図



【戦略の進行管理体制】

部会	船	食	観	企業誘致
所属	商工部	商工部 水産農林部 文化観光部	文化観光部 商工部	商工部

※1 全体の進捗管理は、商工部産業雇用政策課にて実施

※2 広域連携については各部門において実施

## 2 定量目標

	目的	指標名	出典等	基準値	定量目標値[※]
(1)	製造業の売上の増え方や競争力向上の度合いを計る	はん用機械器具・輸送用機械器具の製造品出荷額[暦年]	工業統計調査 (経産省)	3,980 億円 (H25 年実績)	3,980 億円 (H32 年)
補助	製造業の売上の増え方や競争力向上の度合いを計る	はん用機械器具・輸送用機械器具の製造に係る従業者数	工業統計調査 (経産省)	8,133 人	7,852 人
(2)	中小製造業の売上の増え方や競争力向上の度合いを計る	従業者数 4 人以上 200 人未満の事業所の製造品出荷額等[暦年]	工業統計調査 (経産省)	1,020 億円 (H25 年実績)	1,020 億円 (H32 年)
(3)	域外との貿易の状況を計る	長崎港の対アジア貿易額[暦年]	貿易統計 (財務省)	900 億円 (H25 年実績)	1,546 億円 (H32 年)
(4)	環境・新エネルギー分野などへの事業拡大の度合いを計る	輸送用機械器具製造業以外の出荷額等[暦年]	工業統計調査 (経産省)	3,313 億円 (H25 年実績)	3,313 億円 (H32 年)
(5)	食料品製造業の売上の増え方や競争力向上の度合いを計る	従業者数 4 人以上の食料品製造業の事業所の製造品出荷額等[暦年]	工業統計調査 (経産省)	251 億円 (H25 年実績)	251 億円 (H32 年)
補助	食料品製造業の売上の増え方や競争力向上の度合いを計る	従業者数 4 人以上の食料品製造業の事業所における従業者 1 人当たり粗付加価値額	工業統計調査 (経産省)	432 万円	457 万円
(6)	観光がまちにもたらす経済効果や、長崎観光の魅力向上等の度合いを計る	観光消費額 [暦年]	長崎市 観光統計	1,203 億円 (H25 年)	1,600 億円 (H32 年)
(7)	観光振興施策全般の推進成果の度合いを計る	観光客数 [暦年]	長崎市 観光統計	608 万人 (H25 年)	710 万人 (H32 年)
補助	観光振興施策全般の推進成果の度合いを計る	観光消費単価	長崎市 観光統計	19,796 円	22,535 円
(8)	誘致・立地実績によって、雇用の拡大へ向けた取組みの進捗状況を計る	企業立地件数 (市外企業新設) [累計]	—	4 件 (H25 年度)	17 件 (H32 年度)
(9)	市外企業の立地に伴う新規雇用者数によって、雇用創出の進捗状況を計る	企業誘致に伴う新規雇用者数 [累計]	—	248 人 (H25 年度)	2,610 人 (H32 年度) (年間給与総額： 80 億円)

※定量目標値は第四次総合計画の後期基本計画に基づき算出。

(1) はん用機械器具・輸送用機械器具の製造品出荷額の目標値 3,980 億円は、工業統計の平成 25 年の



数値（平成 24 年から平成 26 年の平均値）を起点とし、平成 32 年においても維持することを目標とした。

また、「船」の目指す方向性が人財確保であるため補助代替指標として、長崎市で製造業を営む企業へ「従業者数及び退職者数」に関するアンケートを実施し、平成 25 年の数値（平成 24 年から平成 26 年の平均値）に有効求人倍率から試算した従業者数の減少率を乗じ算出した。

(2) 従業者数 4 人以上 200 人未満の事業所の製造品出荷額等の目標値 1,020 億円は、基準値の維持を目標とした。人口減少等による域内での需要・販売額の減少に対し、域外での販売額を増やすことにより、基準値を維持する目標とした。

(3) 長崎港の対アジア貿易額の目標値 1,546 億円は、基準値から近年の年平均増加額（87 億円）の毎年増を目標とした。

(4) 輸送用機械器具製造業以外の出荷額等の目標値 3,313 億円は、基準値の維持を目標とする。新分野への進出や事業化は、本格化までに時間を要しながら進展すると考えられることから、基準値を維持する目標とした。

(5) 従業者数 4 人以上の食料品製造業の事業所の製造品出荷額等の目標値 251 億円は、基準値の維持を目標とする。人口減少等による域内での需要・販売額の減少に対し、域外での販売額を増やすことにより、基準値を維持する目標とした。目標値は「長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を引用。

また、「食」の目指す方向性が収益性の向上であるため補助代替指標として、製造品出荷額 251 億円を維持した場合の 1 人当りの粗付加価値額（生産額から税、原材料額等、減価償却額を減じた付加価値額）を算出し 457 万円とした。

なお、算出にあたり従業者数については、人口減少率と有効求人倍率を加味した数値（H25 年：2,155 人→H32 年：2,039 人）を使用している（詳細については P46 を参照のこと）。

(6) 及び(7) 前期目標値は、第四次総合計画の後期基本計画に基づき設定。

また、補助代替指標として、平成 32 年の定量目標値の観光消費額を観光客数で除した観光消費単価を算出し 22,535 円とした。

(8) 実績値に、平成 27 年度から平成 30 年度までは年 1 社以上、平成 31 年度以降は、オフィスビル建て替えや、工業団地分譲開始等の進展を考慮し、年 2 社以上を目標としている。

(9) 実績値に、今後の雇用計画数及び新規立地企業の雇用見込み人数（1 社 100 名想定）を加えたものを目標としている。また、年間給与総額：80 億円については、平成 26 年賃金構造基本統計調査（長崎県）の 40 歳未満の短時間労働者及び一般労働者の年間給与平均 310 万円と、企業誘致に伴う新規雇用者数 2,610 人（平成 23 年からの累計）を乗じたもの。

### 3 関係主体の役割

長崎市の経済成長戦略は、今後の経済成長の基本的方向性を示すものである。

その方向性に沿って実際に取り組み、実行に移していくためには、それぞれの縦割りの垣根を下げながら、行政だけの取り組みとして捉えることなく、商工業の事業者、大学や研究機関等、市民そして行政が、連携し役割を分担し合いながら取り組んでいくことが必要である。

#### (1) 事業者の役割

事業者は、自らの経済活動が地域産業の振興へつながるという大きな役割を担っており、地域経済の主役である。その具体化に向けて、船・食・観といった業種間・分野間の交流、顧客価値の提供、コラボレーションや協働などによる新分野進出や市場開拓などへ取り組むことが必要だと考える。

そのためには、事業者が積極的な取り組みと顧客へ向けた的確な情報発信に努めるとともに、大学や研究機関、行政など、地域における多彩な関係機関との連携を図り、推進力としていくことが求められる。

#### (2) 大学や研究機関等の役割

大学や研究機関等は、事業者の研究開発活動に対する支援のため、事業者や関係機関との連携を図るとともに、次世代の市場や分野を拓く、新たな技術、製品の創造や磨き上げを支援することが求められる。

また、地元で培われてきた海洋技術等を再生可能エネルギー等へ活用する技術やアイデアなど、今後活用が期待される環境分野等の新たな産業や市場へ地元事業者の参入がより円滑に図られるよう、技術指導などによる事業化や起業へ向けた、自在な連携や協働などを支える役割が求められる。

#### (3) 市民の役割

長崎が有する、他所は真似できない能力や強みである技術や産業への理解を深め、活かし、ともに産業を育むためには、市民の活躍も欠かせないと考える。

事業者や研究機関等が製品開発や技術開発に取り組むためには、消費者のニーズを的確に把握していくことが求められる。市民は、地域経済を担う消費者として、経済振興につながる活動や事業などに対して、意見や評価を提供するなどして、支援し、ともに取り組んでいくことが重要である。

#### (4) 行政の役割

行政（長崎市）は、長崎に固有の能力や強みである「船」「食」「観」を活かした、多彩で多様な連携を推進し、長崎に培われてきた技術や知見を新たな産業の創出や新分野への進出に活かす取り組みを支援することが求められている。

また、事業者の活動がより効果的なものとなるよう、各種業界や関係団体等との連携を深めて、効果的で積極的な情報の発信に努め、社会や経済の変化等に応じた施策の見直しにも努める。

さらに、企業立地においても、県や関係機関と積極的に連携して実行力を高めるよう努める。

## 【参考】第四次経済成長戦略の策定の経過

平成28年度

年 月 日	項 目
平成28年9月30日	第1回長崎市経済活性化審議会 「船（造船・造機製造業）部門」
平成28年10月31日	第2回長崎市経済活性化審議会 「観・MICE（交流の産業化）部門」
平成28年11月16日	第3回長崎市経済活性化審議会 「食（食品加工部門）・企業誘致・広域連携 部門」
平成28年12月15日	第4回長崎市経済活性化審議会 「総括」

平成29年度予定

年 月 日	項 目
平成29年4月21日	長崎市経済活性化審議会へ素案を諮問
平成29年4月28日	第1回長崎市経済活性化審議会 「素案審査」
平成29年5月11日 ～ 同年6月9日	パブリックコメント実施
平成29年7月12日	第2回長崎市経済活性化審議会 「素案への答申案について」（書面会議）
平成29年7月19日	市長への答申
平成29年9月	戦略完成

【参考】長崎市経済活性化審議会委員名簿

30名(敬称略、審議会役職、五十音順)

氏名	団体名及び役職	分野	審議会役職
嶋野 武志	長崎大学 産学官連携戦略本部 副本部長	学識	会長
松永 安市	長崎商工会議所 専務理事	産業界	副会長
安部 賢作	三菱重工業(株) 長崎造船所 所長代理	産業界	委員
五輪 清隆	長崎市議会議員	市議会	委員
岩根 信弘	長崎県経営者協会 専務理事	産業界	委員
浦川 基継	長崎市議会議員	市議会	委員
小谷 哲也	日本貿易振興機構長崎貿易情報センター (ジェトロ長崎) 所長	産業界	委員
佐々木 信行	日本労働組合総連合会長崎県連合会 長崎地域協議会 事務局次長 運輸労連長崎県連書記長	労働	委員
篠原 壽成	日本銀行 長崎支店長	学識	委員
中村 政博	(株)長崎経済研究所 取締役 調査研究部長	学識	委員
林 広文	長崎市議会議員	市議会	委員
平松 喜一郎	長崎経済同友会 副代表幹事	産業界	委員
本田 時夫	長崎市商店街連合会 副会長 (株)梅月堂 代表取締役	産業界	委員
山口 弘幸	公募市民	公募	委員
吉原 孝	長崎市議会議員	市議会	委員

氏名	団体名及び役職	分野	審議会 役職
井筒 龍介	長崎県造船協同組合 理事長 ( (株) 井筒造船所 代表取締役会長)	産業界 (船)	臨時 委員
久保 菊雄	協同組合三菱長船協力会 専務理事	産業界 (船)	臨時 委員
田中 和幸	新経営研究会 (ひこばえ会) 幹事長	産業界 (船)	臨時 委員
西 亮	長崎工業会 会長 ( 滲透工業(株) 代表取締役社長)	産業界 (船)	臨時 委員
松村 栄人	(株) 九州スチールセンター 代表取締役社長	産業界 (船)	臨時 委員
石本 仁太郎	長崎市ブランド振興会 理事 ( (株) 白雪食品 代表取締役社長)	産業界 (食)	臨時 委員
坂本 卓也	(株) 坂本屋 代表取締役	産業界 (食)	臨時 委員
多比良 純一	長崎蒲鉾水産加工業協同組合 専務理事	産業界 (食)	臨時 委員
林田 邦彦	チョコーコー醤油 (株) 代表取締役	産業界 (食)	臨時 委員
渡邊 英行	長崎漁港水産加工団地協同組合 理事長 ( (株) ヤマス 代表取締役社長)	産業界 (食)	臨時 委員
小田 博之	全日本空輸 (株) 長崎支店 支店長	産業界 (観)	臨時 委員
川添 暢也	(一社) 長崎国際観光コンベンション協会 理事 ( (一社) 長崎市タクシー協会 会長)	産業界 (観)	臨時 委員
小林 秀顕	(株) 稲佐山観光ホテル 代表取締役社長	産業界 (観)	臨時 委員
深田 康弘	九州旅客鉄道 (株) 長崎支社 支社長	産業界 (観)	臨時 委員
松尾 俊裕	(株) JTB 九州長崎支店 支店長	産業界 (観)	臨時 委員

【参考】長崎市経済活性化審議会への諮問

長 産 雇 第 60 号  
平成 29 年 4 月 21 日

長崎市経済活性化審議会  
会長 嶋野 武志 様

長崎市長 田上 富久  
(商工部産業雇用政策課)

第四次長崎市経済成長戦略（素案）について（諮問）

このことについて、長崎市の経済の活性化及び持続的な発展を図るため、本市産業構造の現状分析及び今後の産業振興の方向性を示す長崎市経済成長戦略を改訂するにあたり、別添「第四次長崎市経済成長戦略（素案）」について貴審議会の意見を求めます。

【参考】長崎市経済活性化審議会からの答申

平成 29 年 7 月 19 日

長崎市長 田上 富久 様

長崎市経済活性化審議会  
会長 嶋野 武志

第四次長崎市経済成長戦略の策定について（答申）

平成 29 年 4 月 21 日付け長産雇第 60 号により諮問を受けた「第四次長崎市経済成長戦略（素案）」について、本審議会は慎重に審議を行いました。

その結果、今回の改訂は、平成 26 年度の策定から 3 年が経ち、船（造船・造機製造業）部門における大手造船所のグローバル競争下での構造改革をはじめとする基幹製造業を取り巻く環境変化、食（食品加工・飲食）部門における事業者の特性や製品の特長を踏まえた市場拡大戦略の必要性の増大、観（観光関連産業）部門における MICE、外国人観光客、富裕層など、新たな顧客を創造する都市ブランド確立の必要性の高まりなどに対応するため、必要な見直しを図るものであり、概ね妥当であると認めます。

なお、審議の過程で出された意見を別紙のとおり付しますので、戦略の策定にあたっては、本審議会の意見を十分に尊重いただくとともに、戦略の基本方針「外貨獲得強化～競争優位を備えた魅力ある企業群を創出～」の実現に向けて、産学官一体となった取組みを進めていただくよう申し添えます。

**【第四次長崎市経済成長戦略（素案）に対する意見】**

長崎の経済成長を進めるにあたっては、グローバル化の進展に伴うリスクや課題を踏まえながら、各事業者、大学、行政が連携するとともに、それぞれが役割を自覚し、真摯に具体的な取組みを進め、長崎が有する潜在能力をいかんなく発揮して、新たなチャンスを活かしていただきたい。

**1 「船（造船・造機製造業）」について**

今後、長崎の基幹製造業の強みを活かすためには、技術や研究環境を整えていくとともに、人口減少や高齢化による後継者不足の解消、技術の伝承を図るため、人材の確保・育成が必要である。また、人材確保にあたっては若年者を引き付ける魅力が必要であり、例えば、造船においては、IT・環境技術や省エネ技術などのハイテク技術などが駆使されていることなどを発信する必要がある。人材確保・育成にあたっては、産学官が意識を共有し、一体となって方策を検討していただきたい。

**2 「観・MICE（観光関連産業）」について**

観光の分野については、観光客のニーズのほか、客層や動向分析などきめ細やかなデータ分析を行い、施設の充実、事業支援に努めていただきたい。

また、長崎のブランド力を高めていく必要があるが、このブランド力を高めるにあたっては、長崎が持つ歴史・文化・多様性をはじめとする独自性を明確にするなど、グローバルレベルでも通用する長崎のブランドの本質を突き詰め、水産、観光、食などの様々な業界の方々と共に中長期的な視点をもって進めていただきたい。

**3 「食（食品加工・飲食業）」について**

食品加工・飲食業については、水産加工が盛んな都市と比較して粗付加価値額が低いことを業界として共有し、今後、収益性の向上に取り組んでいただきたい。特に食品加工業においては中小零細企業が多いため、製品の開発・製造・販売などに関して臨機応変に協力する相手を変えるなどの戦略的連携により、競争力強化や経営の効率化を図り、課題となっている所得の向上につながる施策の推進に努めていただきたい。



#### 4 「企業誘致」について

企業誘致の目的は雇用の場の確保であることを認識し、各企業がグローバル競争下で海外進出も視野に入れるなかでの都市間競争において、企業に選ばれるための長崎の強み・弱みをしっかりと把握したうえで、企業誘致を推進していただきたい。

また、長崎市は厳しい転出超過が続いており、中でも県外流出の大半を占める若年者が求める職種などについても分析を行い、若年者が長崎市に留まるよう努めていただきたい。

#### 5 戦略の推進について

戦略の推進にあたっては、具体的な取組みを実行し、目標を達成することが重要である。戦略が「絵に描いた餅」とならず、各事業者が環境変化に合わせ、臨機応変に対応できるよう、次の点について留意されたい。

##### (1) 期間について

長崎市の上位計画である総合計画との整合性を踏まえ、これまでの3年間から4次を4年、5次以降を5年とする期間の設定は理解する。

しかしながら、時代の動きが激しい中、環境変化が想定以上に大きい場合には、戦略・戦術の見直しを柔軟に行っていただきたい。

##### (2) 目標について

各主要部門である「船」・「食」・「観」・「企業誘致」の定量目標については現時点におけるボトムラインとして捉え、目標達成に向け努力をしていただきたい。なお、大きな外部環境の変化があった場合には、当審議会の意見を踏まえながら臨機応変に目標の再設定を行っていただきたい。

##### (3) 推進体制について

今後、この戦略の先に様々な課題が生ずることが考えられる。目標値の設定及びその目標値を実現するために、主体となる民間企業とどのように戦略を共有し実行していくかが重要である。

また、産学官で意識を共有するとともに、市民一人ひとりが当事者として意識を持てるような方策を念頭に置きながら、目標に向かって進むことができるような仕組みづくりに努めていただきたい。



長崎市商工部産業雇用政策課

〒850-8685長崎市桜町4-1商工会館4階

TEL 095-829-1313

FAX 095-829-1151

E-mail [sangyo@city.nagasaki.lg.jp](mailto:sangyo@city.nagasaki.lg.jp)