

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 目標評価シート

作成日 令和5年8月16日

## 基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

部会長	産業雇用政策課長
施策主管課	産業雇用政策課、都市経営室、移住支援室、長崎創生推進室
関係課	商工振興課、ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室、水産振興課、農林振興課、国際課、住宅政策室、広報広聴課、文化振興課、スポーツ振興課、建築指導課、人事課、東京事務所、平和推進課、観光交流推進室、ふるさと納税推進室、市民協働推進室、長崎学研究所、地域センター(高島、外海、琴海)

### 施策体系及び主管課 ※基本目標—具体的施策

基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>具体的施策</th> <th>施策主管課</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(1) 魅力ある仕事をつくる</td> <td>産業雇用政策課</td> </tr> <tr> <td>(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する</td> <td>産業雇用政策課</td> </tr> <tr> <td>(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める</td> <td>都市経営室</td> </tr> <tr> <td>(4) 移住を促進する</td> <td>移住支援室</td> </tr> <tr> <td>(5) 関係人口を創出・拡大する</td> <td>長崎創生推進室</td> </tr> </tbody> </table>	具体的施策	施策主管課	(1) 魅力ある仕事をつくる	産業雇用政策課	(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する	産業雇用政策課	(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める	都市経営室	(4) 移住を促進する	移住支援室	(5) 関係人口を創出・拡大する	長崎創生推進室
具体的施策	施策主管課												
(1) 魅力ある仕事をつくる	産業雇用政策課												
(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する	産業雇用政策課												
(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める	都市経営室												
(4) 移住を促進する	移住支援室												
(5) 関係人口を創出・拡大する	長崎創生推進室												

### 基本的方向

若い世代の転出超過に歯止めをかけるため、新たな産業の創出と育成や企業誘致、創業・スタートアップの促進、地元企業の雇用の強化などに取組み、将来に向けた安定的な雇用の確保・拡大の実現という視点から取組みを推進する。

また、特に若い世代に対し、長崎で学び、暮らし、楽しむ魅力を高め、情報発信を強化することで、多様な人材の還流と確保に取り組むとともに、移住希望者一人ひとりに対して、住まいなどの移住の受け皿に関するきめ細やかな支援を行うことで長崎への移住を促進し、併せて、関係人口の創出・拡大を図る。

特に「選ばれるまちになる」ため、「新産業の種を育てるプロジェクト」として、産学官金が連携しながら、新たな産業の創出を後押しすることにより、まちの経済の活力維持と働く場としての魅力向上を図る。

さらに、「長崎×若者プロジェクト」として、若い世代が「楽しむことができる場」と「チャレンジできる場」の創出や、「住みよかプロジェクト」として、住宅供給の観点から政策を立案し、各種施策を実施することで住みやすさの改善につなげる。

### 基本目標の総合評価

#### 総括

●基本目標の数値目標である「法人市民税法人税割を課税された法人数」は、令和4年度実績で4,041社で、目標値である4,091社を達成しておらず、「企業誘致に伴う新規雇用者数」は、令和2年度から4年度までの累計で785人であり、令和4年度の目標値である891人に達していない一方で、「移住者数」は、487人(令和4年度実績)で毎年度の目標値である344人を大きく上回っている。

●新事業や新分野進出への取組みも進み、誘致企業や移住者は増加しており、地域経済の強化の推進や新たな人の流れにつながっていると考えられる一方で、新規事業創出の地場企業への広がりや起業者への起業後のサポートなど、多くの課題がある。

以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。

### (1) 魅力ある仕事をつくる

- 新規事業に取り組む事業者の裾野を広げるため、地場企業を対象にした機運醸成事業に取り組むとともに、新規事業創出に向けたコミュニティ形成に対する支援の充実に努め、新規事業創出の体制強化につなげていく。
- 企業立地用地不足解消に向け、中期的、長期的に整備可能な公有地及び民有地についての適地調査を行う。
- デジタル人材の確保に向け、移住希望者への訴求や企業とのマッチング強化に取り組むとともに、地場企業が取り組む県外デジタル人材の採用支援を行う。
- 地元企業の人材育成、確保につながるよう、関係機関と連携した後継者育成や経営力強化の取組み、社会情勢や学生のニーズ・動向などを踏まえ、情報発信の充実に、認知度向上や受け入れ態勢の整備などの支援を行う。

### (2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する

- 長崎県、金融機関等と引き続き情報共有・連携の強化に努め、潜在的起業家の発掘・育成や起業後の持続的な成長をサポートする機能の充実に取り組む。
- 引き続き、効果的な補助制度の実施や関係機関と連携していくことで、交流人口の拡大に伴う消費の拡大や域外への販路拡大を促す機運を醸成し、地場事業者の競争力強化につなげる。
- ふるさと納税については、全国的にも寄附額が増加傾向にあることから、更に返礼品の掘り起こしを行い、魅力ある返礼品の充実に努めるため、カタログやポータルサイトの充実及びポータルサイトの追加等により、返礼品とともに長崎のまちの魅力をしっかり発信する。
- 多様な担い手の就農促進に向けて、SNS等の活用により、各種支援制度等の周知を図る。
- 農林水産業の生産性向上については、水産業においては、各活動組織間のネットワーク化による情報・技術の共有を図り、より効果的な活動に努め、農林業においては、長崎びわ「なつたより」のさらなる安定生産を強化するための苗木等の導入支援、簡易ハウスの導入等の支援を実施するとともに、いちごや花き等の施設園芸作物の経営の安定に向けた対策を検討する。

### (3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める

- U-サポの取組みについては、コロナの扱いが5類に移行し、対面型も含めたボランティア活動の回復が見込まれる中、長崎市で進む100年に一度のまちづくりを知る機会を設けるなど、学生ニーズを捉えた学びの場を創出し、低迷している参加状況のV字回復を目指す。
- 長崎市内の民間賃貸住宅家賃が高い状況を踏まえ、その低減を図るため、賃貸住宅や戸建て住宅の供給数の増加に繋がる取組みについて検討し、新たな仕組みの構築を図る。
- 高架下広場について、来年秋の長崎スタジアムシティ開業に併せて供用開始ができるように整備を進めるとともに、ものづくりワークショップなどの社会実験のフィールドとして活用することにより、スタジアムシティの状況や周辺環境に配慮した運営方法を検討していく。
- 若者を対象とした体験事業について、若者が興味・関心を持つイベント名称やちらしデザインにするなどの工夫を行い、SNSを活用した周知を行うとともに、開催曜日や時間帯についてアンケートを実施するなどニーズを把握することで、参加者を増やす。
- スタジアムシティ(令和6年秋)の開業を見据え、V・ファーレン長崎及び長崎ヴェルカのホームゲームに市内の小中学生とその保護者を抽選により無料招待する「市民応援DAY」を継続して実施するとともに、商店街等にのぼり旗等を装飾することによる盛り上げ空間の創出や参加型プログラムの展開など、市民の応援気運の醸成を図ること、「みる」スポーツを通じた、スポーツへの関心を高めるきっかけをつくる。
- 情報化の進展等を踏まえ、SNSを中心にインターネットを通じ、若者の関心や行動に応じた内容を積極的に発信する。

### (4) 移住を促進する

- 長崎市が主催する相談会の回数を増やすなどして、新規の移住相談者を増やしていくとともに、新たに「ながさきお試し暮らし応援事業」を実施し、長崎市の関係人口、移住相談者、ひいては将来的な移住者の増加につなげる。

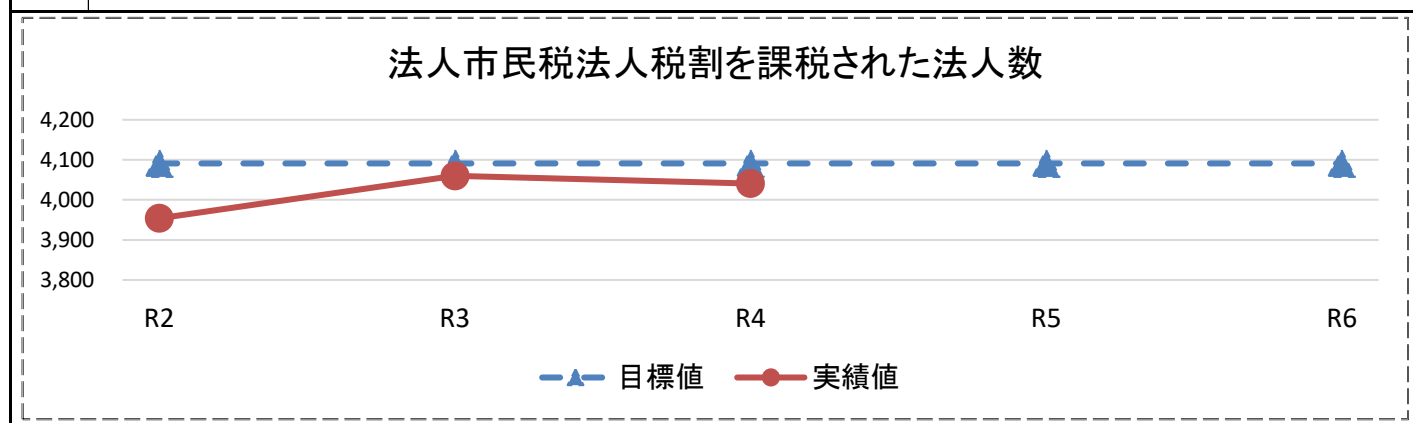
(5)関係人口を創出・拡大する

- 長崎〇〇LOVERSプロジェクトについては、SNSでの発信数や新規フォロワーを獲得するための取組みとしてインスタグラムの投稿キャンペーン等を行い、広く企画趣旨の浸透を図るとともに、イベント等への参加などのさらなる取組みも検討し、域外の人材と関係する機会の創出及び自走化の促進を図る。
- 長崎学研究事業について、域外における情報発信力向上のため、社会的影響力のあるクリエイター等とのネットワークの構築を図る。
- まちの進化の進捗に応じて「長崎MIRAISM」のコンテンツの充実を図る。また、「長崎MIRAISM」の内容を、働く世代に情報が一層届くようにするため、SNSやWebメディアを中心とした発信を行う。
- 遠藤周作生誕100年記念事業について、引き続きSNS等を通して遠藤文学の魅力を発信するプロモーションを実施し、観光分野とも連携し外海地区の魅力発信も行う。

数値目標の進捗状況

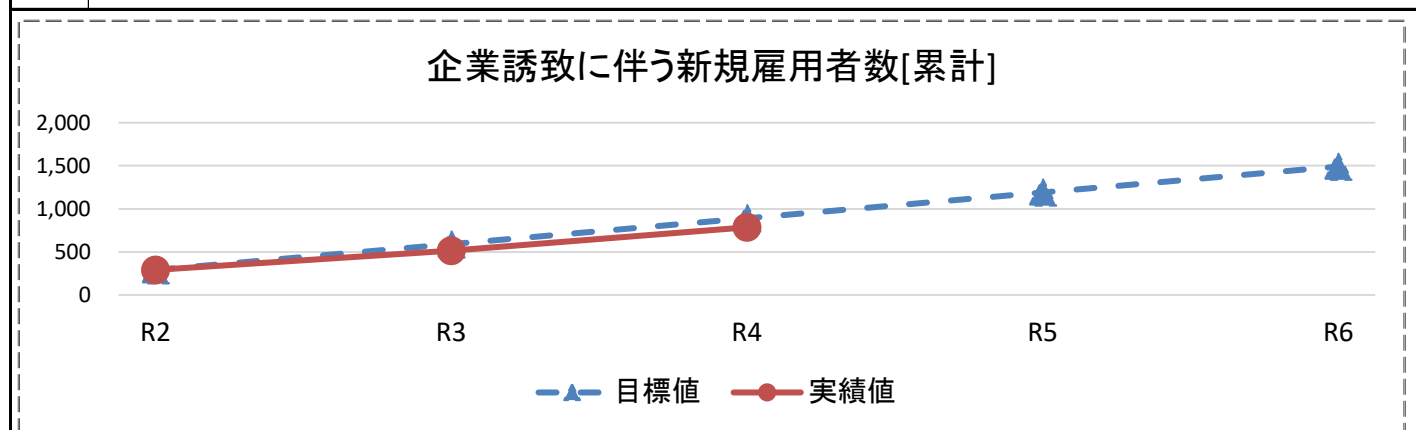
指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091社 (28~2年 度平均)	4,091社 (6年度)	目標値	4,091	4,091	4,091	4,091	4,091
			実績値	3,954	4,060	4,041		

備考



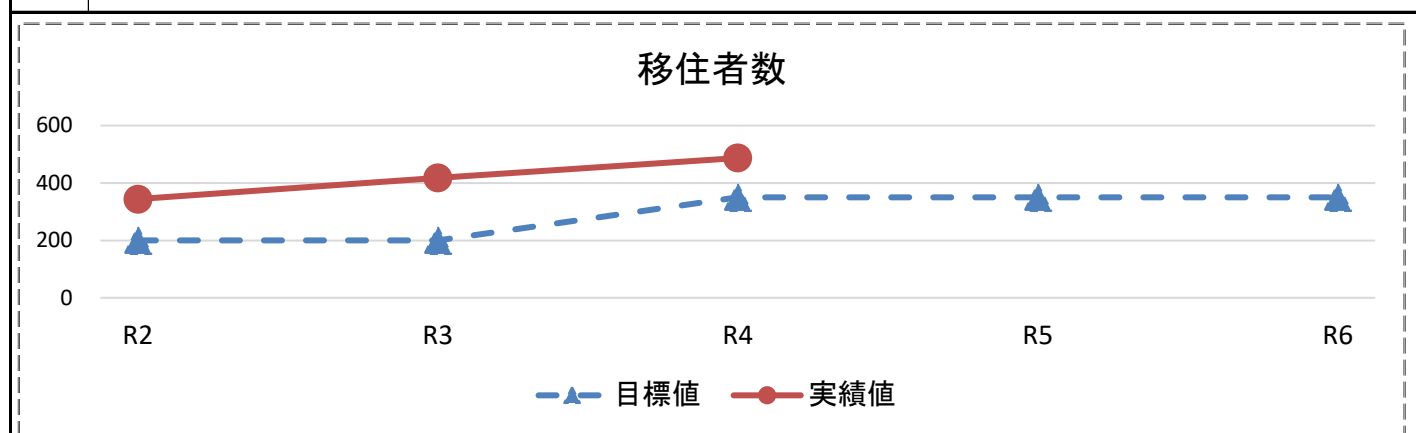
指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
企業誘致に伴う新規雇用者数[累計]	291人 (2年度)	1,491人 (6年度)	目標値	291	591	891	1,191	1,491
			実績値	291	515	785		

備考



指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
移住者数	344人 (2年度)	350人 (6年度)	目標値	200	200	350	350	350
			実績値	344	418	487		

備考



## 年度別主な取組み内容

R3年度	R4年度
<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業誘致の取組みによる企業立地件数の増加(令和3年度4件、令和2年度からの累計6件)</li> <li>・新規事業創出に係る取組みによる地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数の増加(令和3年度5件、令和2年度からの累計6件)</li> <li>・チャレンジ企業応援事業費補助金による企業の新事業展開及び生産性向上(令和3年度52件、令和2年度からの累計76件)</li> <li>・長崎市への移住促進の取組みによる移住者数の増加(令和3年度418人)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業誘致の取組みによる企業立地件数の増加(令和4年度5件、令和2年度からの累計11件)</li> <li>・新規事業創出に係る取組みによる地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数の増加(令和4年度10件、令和2年度からの累計16件)</li> <li>・チャレンジ企業応援事業費補助金による企業の新事業展開及び生産性向上(令和4年度34件、令和2年度からの累計110件)</li> <li>・SNS等活用支援事業費補助金による新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大(19件)</li> <li>・長崎市への移住促進の取組みによる移住者数の増加(令和4年度487人)</li> </ul>

## 外部評価

地元企業の新事業展開の推進や新産業創出、企業立地の推進、若年者雇用促進など、働く場の確保への取組みが進められている。しかし、企業が新しいサービスや事業を創造することには時間がかかる。そこで、地元企業の既存事業での収益力向上を、デジタル化と関連させながら、今後さらに進める必要がある。

また、産学官の関係者が連携して、長崎市の強みや弱みを踏まえた重点的な取組みの策定と推進をするだけでなく、若年者の地元定着の観点から、学生等へのアンケート調査などの実施による若い世代のニーズや考えなどに基づいた取組みを検討していただきたい。

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月16日

## 基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

具体的施策	(1) 魅力ある仕事をつくる
<p>新たな産業の創出・育成に係る取組みへの支援や地域の発展に寄与する企業誘致を推進することで、働く場を確保するとともに、ワーク・ライフ・バランスの周知・啓発などによる働きやすい職場環境づくりの推進と地元企業の情報発信の強化や学生とのマッチングなどによる雇用の強化を図り、多様な人材の確保に取り組む。</p>	
施策主管課	産業雇用政策課
具体的な取組みの担当課	産業雇用政策課
関係課	商工振興課、ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み													
<table border="1"> <tr> <th>具体的施策</th> <th>具体的な取組み</th> <th>担当課</th> </tr> <tr> <td rowspan="4">(1) 魅力ある仕事をつくる</td> <td>① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成</td> <td>産業雇用政策課</td> </tr> <tr> <td>② 企業立地の推進</td> <td>産業雇用政策課</td> </tr> <tr> <td>③ 働きやすい職場環境づくりの推進</td> <td>産業雇用政策課</td> </tr> <tr> <td>④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)</td> <td>産業雇用政策課</td> </tr> </table>	具体的施策	具体的な取組み	担当課	(1) 魅力ある仕事をつくる	① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成	産業雇用政策課	② 企業立地の推進	産業雇用政策課	③ 働きやすい職場環境づくりの推進	産業雇用政策課	④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)	産業雇用政策課		
具体的施策	具体的な取組み	担当課												
(1) 魅力ある仕事をつくる	① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成	産業雇用政策課												
	② 企業立地の推進	産業雇用政策課												
	③ 働きやすい職場環境づくりの推進	産業雇用政策課												
	④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)	産業雇用政策課												

### 成果

① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成
<p>●地域課題解決を切り口にオープンイノベーションの手法を活用した新規事業創出を支援するため、地域課題の整理、プロジェクト組成期の活動に係る補助、県外企業等の市内でのお試しサテライトに係る補助等を行ったことにより、新たな実証実験(10件)の実施、新規事業創出等に関心のある県外企業等の来訪(30件101人)、企業進出(2件)が図られ、新規事業創出・育成に寄与した。</p> <p>●「チャレンジ企業応援補助金」により、事業者18社に対する新製品・新サービスの開発支援として、高付加価値な新製品の開発や新たなサービスの提供に向けた設備投資や研究開発を中心とした補助を実施し、完成した新製品に対して、展示会や商談会への参加、テストマーケティングの支援を行った。展示会や商談会を通じて、消費者やユーザーの反応をフィードバックすることで、新製品のさらなるブラッシュアップにつながった。</p>
② 企業立地の推進
<p>●雇用機会の拡大と産業振興のため、(公財)長崎県産業振興財団に職員を3人(長崎に2人、東京に1人)派遣し、連携した企業誘致活動(財団の企業訪問件数:2,106件、市の企業訪問件数:74件)を行ったことにより、293人の新たな雇用が見込まれる企業立地(新設5社)が決定した。また、工場等を誘致するため、田中町企業立地用地を整備し、企業誘致活動及び分譲手続きを進めたことにより、県外企業1社(雇用予定者35人)、地場企業1社(雇用予定者43人)の立地が決定し、雇用機会の確保につながった。</p> <p>●誘致企業の事業を広く周知するとともに、誘致企業と地場企業のマッチングを図るため、誘致企業の事業紹介プレゼンテーションや個別商談会を行う「ながさき企業交流会」を開催したことにより、8社の出展企業と74人の参加者との交流が図られ、商談案件(2件)の創出につながった。</p>
③ 働きやすい職場環境づくりの推進
<p>●雇用の受け皿となる地元企業の受入れ態勢の整備を促進するため、リモートワークやテレワーク、副業解禁など、「若者が望む時間や場所に縛られない新しい働き方」(以下、「新しい働き方」という。)を推進する啓発セミナーや、個別導入支援(2社)とその報告会の開催などを実施したことにより、多くの企業からの参加(延べ158社198名)があり、意識の啓発、醸成を図ることができた。</p>



④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)
<ul style="list-style-type: none"> <li>●学生を始めとする若者に対し、地元就職の促進に資する情報をより効果的・効率的に届けるため、これまでの情報発信方法を一部見直し、SNS(Instagram、Twitter)による長崎での暮らし、働く魅力、学生の就職活動に役立つ情報の投稿(週2回)に加え、SNSや動画投稿サイト(YouTube)(以下、「SNS等」という。)を活用し、企業紹介ショート動画や就職活動の体験談をもとにした動画の配信などを行った。併せて、学生や市内外の大学等への周知やテレビやインターネット、SNS等による各種広告を幅広く展開したことで、SNS等の新規フォロワー1,616人の獲得や動画総再生回数1,137,170回と、多くの動画閲覧につながり、地元企業や長崎で暮らし、働く魅力の認知度向上に寄与した。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●地元企業に対して、オンラインを含む採用活動に要する経費の一部を支援するため、SNSやテレビ等を活用した各種広告費やPR動画の制作費、就職イベントへの出展費などの補助を実施し、20社の採用活動の支援を行った。</li> </ul>

問題点とその要因

① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成
<ul style="list-style-type: none"> <li>●オープンイノベーションの手法を活用した複数のプロジェクトが立ち上がり、関係者とともに企画・検討が続いているが、新規事業創出をめざす地場企業への広がりが乏しい。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●一部の市内事業者においては、チャレンジ企業応援補助金を活用し、新商品開発の取組みを進めているものの、その他の事業者については、取組みが進んでおらず、差別化が図られていないことから、数多くの類似商品が販売されており、その中から選ばれるよう、更にブランディングを高めていく必要がある。あわせて、商品PRや販売方法が多様化していることから、マーケティングなども行い、SNSなどECサイトによる販売の充実など消費者のニーズや購買方法に適合させていく必要がある。</li> </ul>
② 企業立地の推進
<ul style="list-style-type: none"> <li>●製造業の研究開発拠点等の企業立地が進んでいるなか、今後生産拠点への拡張移転なども予測されるが、市内の工業団地の中で選択肢として提示できる企業立地用地が不足している。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●IT関連企業(情報通信業)を中心に市内への企業立地が相次いでいるなか、デジタル人材が全国的に人手不足となっていることなどから、誘致企業においても人材採用に苦慮している。</li> </ul>
③ 働きやすい職場環境づくりの推進
<ul style="list-style-type: none"> <li>●「新しい働き方」について、セミナーや導入支援報告会を開催したことで、意識の啓発、醸成を図ることにはつながっており、取り組みたい意向も一定みられるが、地元企業の取り組み状況は、残業時間の削減や休暇制度の充実などが多く、「新しい働き方」の導入を促進するまでには至っていない。</li> </ul>
④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)
<ul style="list-style-type: none"> <li>●SNS等の投稿内容などについて、学生団体と随時協議し、意見を取り入れていることもあり、閲覧した学生からは好評で、学生の思考やニーズに沿うものを展開できていると考えているが、一方で、アカウント自体の認知度の低さやSNS等広告など各種広告や動画閲覧から十分にフォローへつなげられなかったことなどにより、SNS等フォロワー数の伸び悩みがみられる。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●採用活動の支援について、これまで地元企業の採用活動経費の一部を補助してきたが、コロナ禍以降、学生の価値観や就職活動の在り方が多様化しており、企業はこれまでの採用活動の見直しが求められる中、地元企業の多くは、人手不足やノウハウ不足などから十分な採用活動ができていない。</li> </ul>

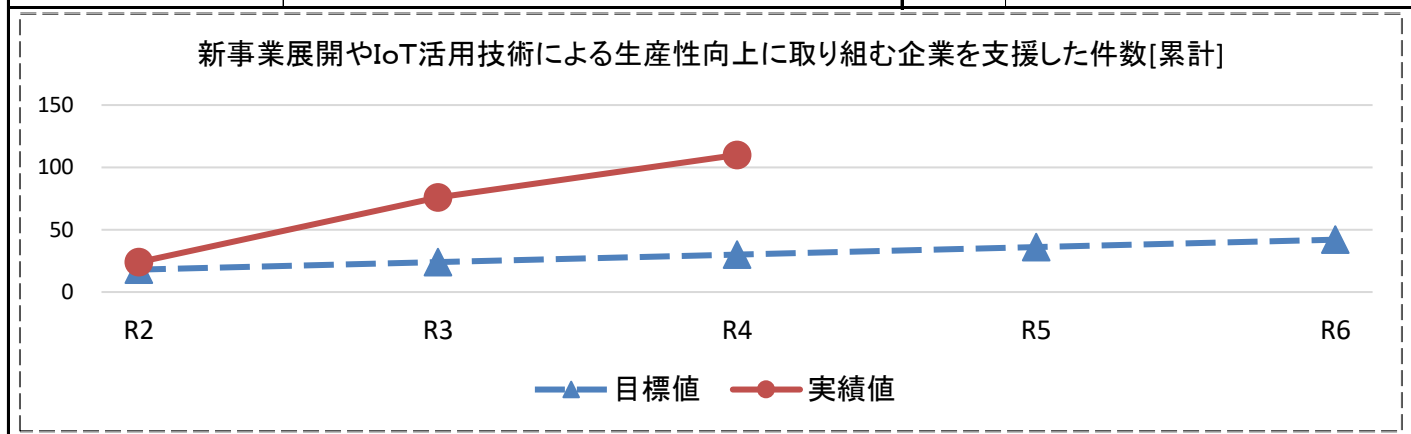
今後の取組み方針

① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成	
新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地場企業のうちこれまでアプローチできていなかった層の事業者に対し、関心や意識の底上げを図ることで新規事業に取り組む事業者の裾野を広げるため、地場企業を対象にした有識者等による基調講演やセミナーの開催などの機運醸成事業に取り組む。</li> </ul>
新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規事業創出に向けて、コミュニティ形成、プロジェクト組成、ビジネス化という流れで支援を実施しているが、経済成長戦略において重点施策に位置付けている「情報・環境関連」、「海洋・ものづくり」、「生命科学関連」、「交流」の4分野をはじめとした新規事業創出のためのコミュニティ形成に向けた活動への支援を充実させることで、新規事業創出の体制強化につなげていく。</li> </ul>
継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品の差別化・自社製品の更なる付加価値向上に向けて、市内事業者の更なる新商品開発と研究開発の取組みを促進するとともに、マーケティングなどを行いながら、SNSを活用した販売広告、消費者に興味を持って貰えるようなWEB上で商品PR方法等、同業他社との差別化に取り組む。</li> </ul>

<b>② 企業立地の推進</b>	
新規	●今後の企業立地用地整備計画の基礎資料とするため、中期的、長期的に整備可能な公有地及び民有地についての企業立地用地の適地調査を行い、複数の候補地を選定する。
新規	●地場企業も含めたデジタル人材の確保に向け、都市部の潜在的な移住希望者への訴求、企業とのマッチング強化のためのホームページ作成・SNS等での発信などによる企業情報の発信に取り組むとともに、県外デジタル人材の地場企業への就業促進を図るため、高度 IT エンジニアを正社員として採用する際に職業紹介等を利用する場合の人材紹介手数料等の支援を行う。
<b>③ 働きやすい職場環境づくりの推進</b>	
継続	●「新しい働き方」について、意識の啓発、醸成は図られていることから、取り組む意向がある企業に対して、伴走型で導入支援を行い、他企業のモデルとなるような好事例の創出を促進する。また、「新しい働き方」以外についても、課題等进行分析し、就業後の離職防止や社員満足度を高められる取組みを検討する。
<b>④ 地元企業の強化（企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進）</b>	
継続	●SNS等を活用した情報発信について、引き続き、最新の就活事情や学生のニーズ・動向などを踏まえた魅力的で訴求力の高い情報発信の充実を図るとともに、SNS等アカウントの認知度向上のための拡散方法や、フォロワーを増やすための誘因策を関係団体等との意見交換も行いながら検討する。
継続	●地元企業に対する採用力の強化や、企業の人手不足やノウハウ不足などの課題解決を図るため、採用コンサルティングなどの支援を実施する。また、引き続き、社会情勢やニーズの変化を的確に捉えた取組みも検討することで、地元企業の採用活動の促進を図っていく。

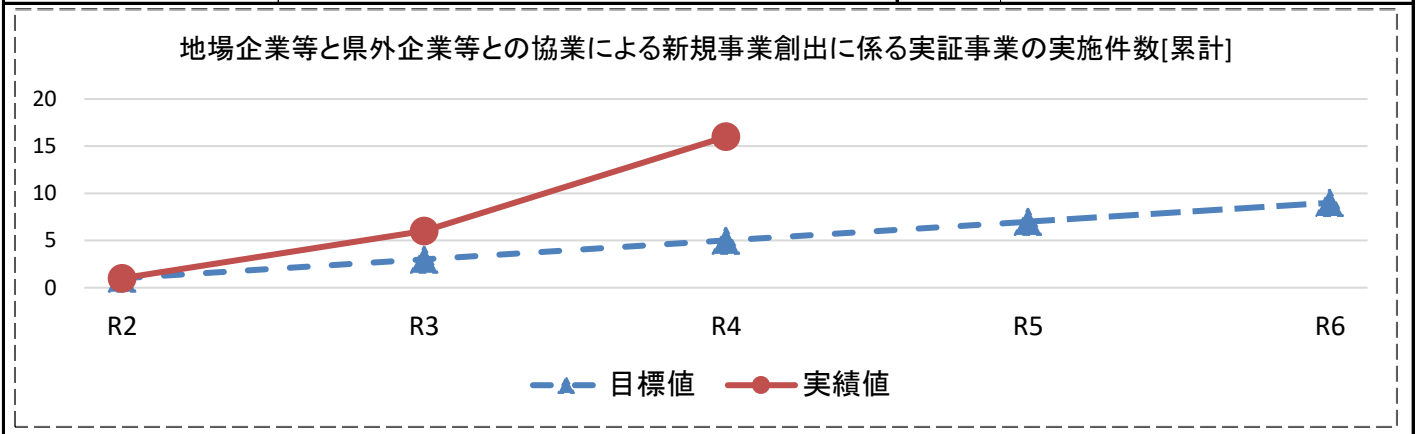
### 重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
新事業展開やIoT活用技術による生産性向上に取り組む企業を支援した件数[累計]	6件 (30年度)	42件 (6年度)	目標値	18	24	30	36	42
			実績値	24	76	110		
関連する具体的取組み	①地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成			備考				

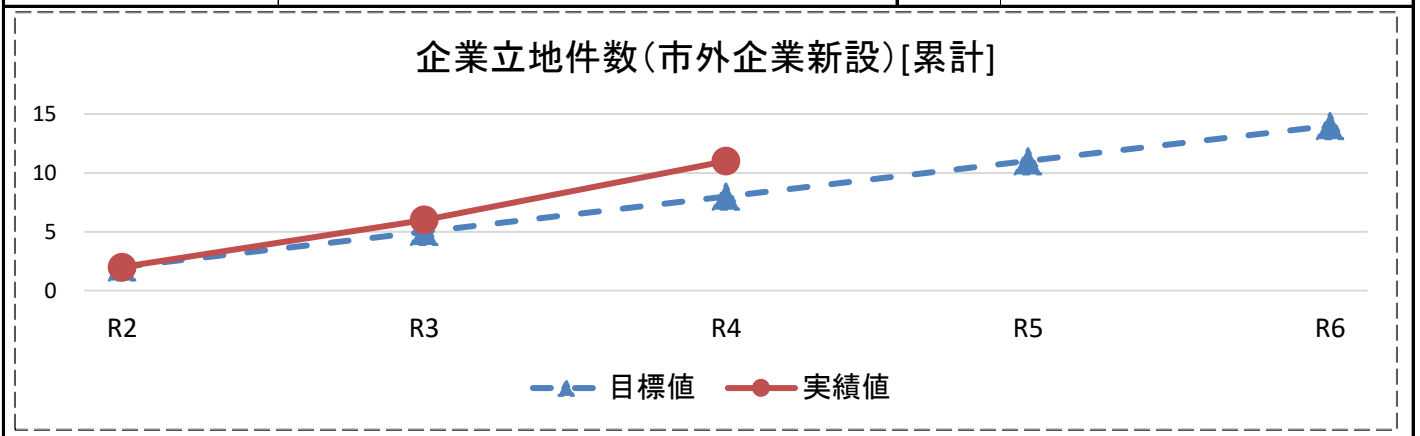




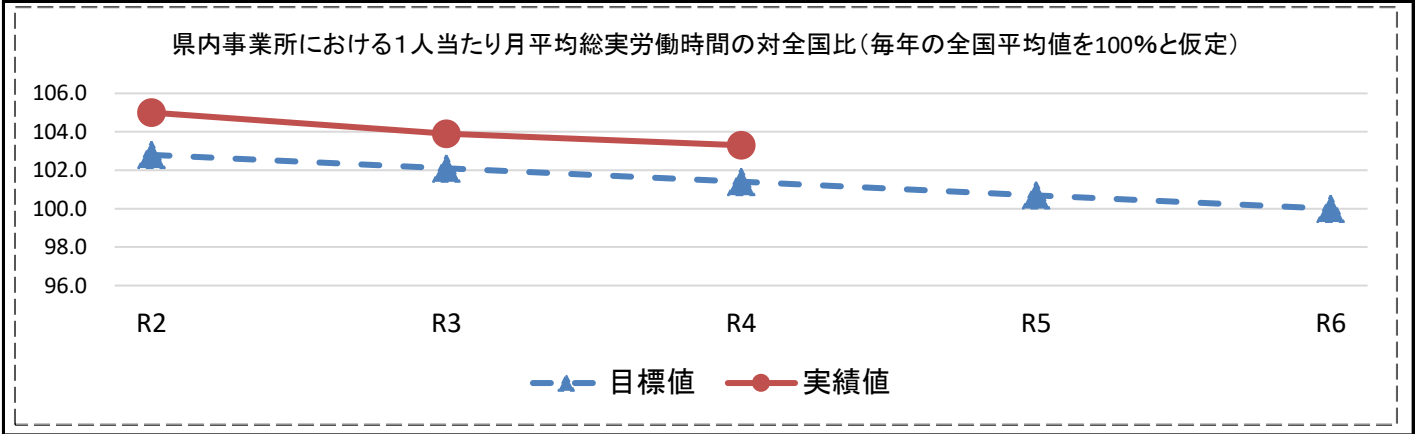
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数[累計]	1件 (2年度)	9件 (6年度)	目標値	1	3	5	7	9
			実績値	1	6	16		
関連する具体的取組み	①地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成			備考				



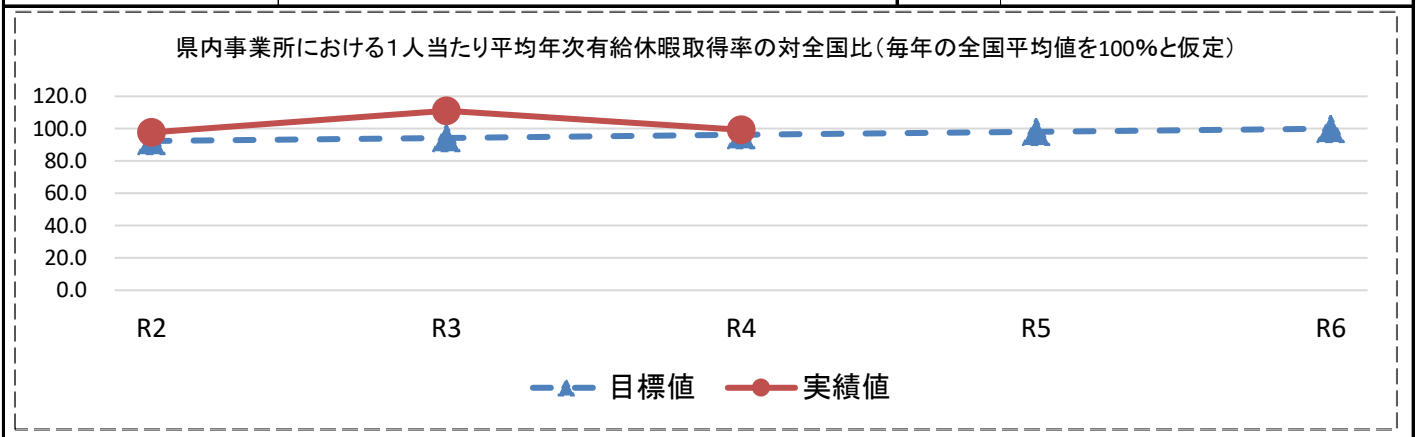
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
企業立地件数(市外企業新設)[累計]	2件 (2年度)	14件 (6年度)	目標値	2	5	8	11	14
			実績値	2	6	11		
関連する具体的取組み	②企業立地の推進			備考				



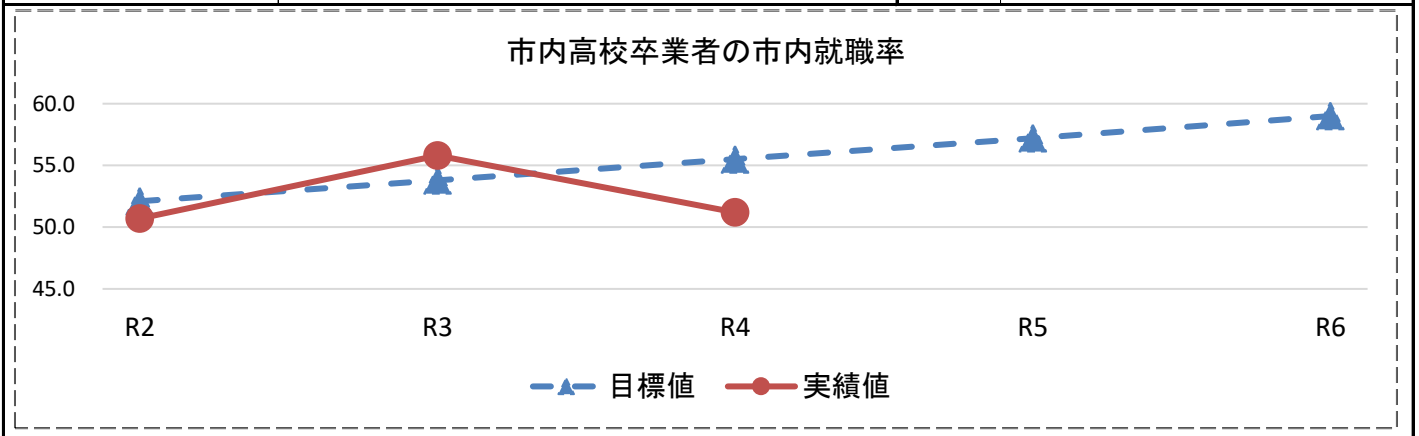
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
県内事業所における1人当たり月平均総実労働時間の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	104.2% (30年)	100.0% (6年)	目標値	102.8	102.1	101.4	100.7	100.0
			実績値	105.0	103.9	103.3		
関連する具体的取組み	③働きやすい職場環境づくりの推進			備考				



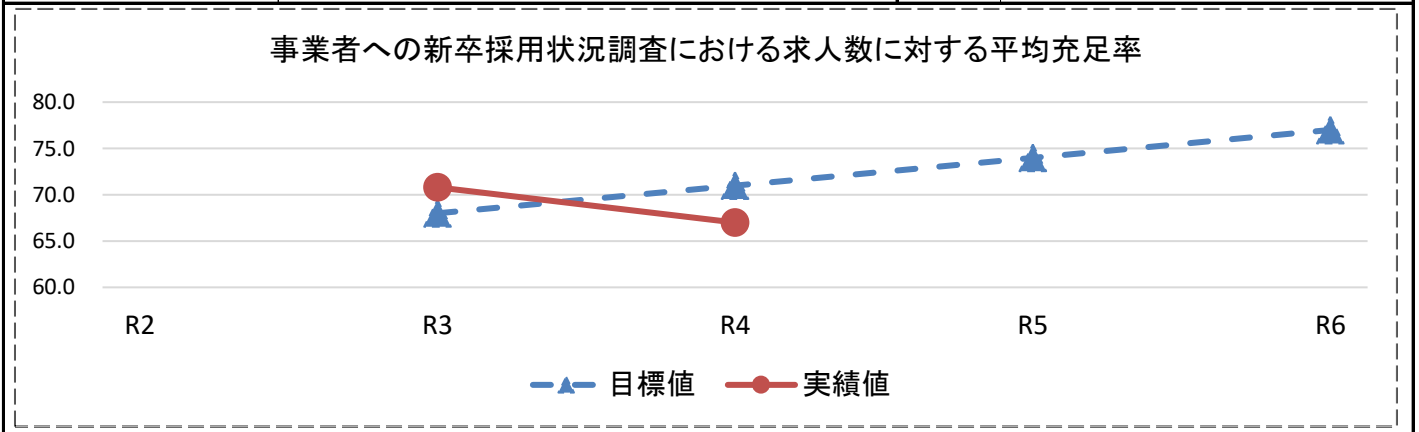
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
県内事業所における1人当たり平均年次有給休暇取得率の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	88.6% (30年)	100.0% (6年)	目標値	92.4	94.3	96.2	98.1	100.0
			実績値	97.7	111.1	99.3		
関連する具体的取組み	③働きやすい職場環境づくりの推進			備考				



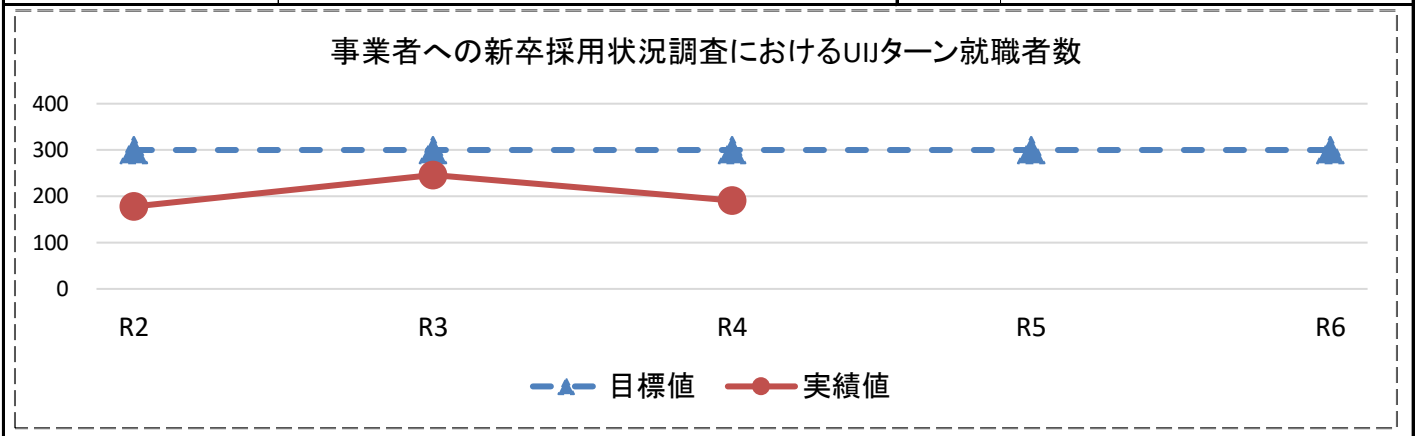
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
市内高校卒業者の市内就職率	48.7% (30年度)	59.0% (6年度)	目標値	52.1	53.8	55.5	57.2	59.0
			実績値	50.7	55.8	51.2		
関連する具体的取組み	④地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
事業者への新卒採用状況調査における求 人数に対する平均充足率	76.6% (30年度)	77.0% (6年度)	目標値		68.0	71.0	74.0	77.0
			実績値		70.8	67.0		
関連する具体的取組み	④地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)			備考	当該指標は令和3年度から新たに追加したものであるため、令和2年度は数値を入れていないもの。			



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
事業者への新卒採用状況調査におけるUIJ ターン就職者数	280人 (28~2年 度平均)	300人 (6年度)	目標値	300	300	300	300	300
			実績値	178	246	191		
関連する具体的取組み	④地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)			備考				



施策を推進する主な事業

	事業名	新産業・起業チャレンジ促進費	担当課	産業雇用政策課
	事業目的	地場企業の事業拡大や新分野の展開、スタートアップの育成などの「新産業の“種”」となる産業の創出及び育成		
	事業概要	地場企業と誘致企業や都市部の企業などをマッチングし、様々なアイデアやノウハウを取り込むことで新規事業創出を図る「オープンイノベーションの推進」や、起業を促し、新たなビジネスモデルを活用することで新規事業創出を図る「スタートアップ支援」に取り組み、「新産業の“種”」を育てる。		
1	取組実績	<p>①オープンイノベーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンイノベーション型新規事業創出プロジェクト推進費補助金 5件</li> <li>・実証事業実施件数 10件</li> </ul> <p>②企業コミュニティ醸成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サテライトオフィス等利活用促進費補助金 2件</li> <li>・サテライトオフィス等利活用促進費補助金対象施設利用企業数 23社(うち県外8社)</li> <li>・サテライトオフィス等トライアル事業費補助金利用企業・団体数 30件、101人</li> </ul> <p>③スタートアップ支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー 全4回、参加者数延べ81人</li> <li>・ワークショップ 全3回、参加者数延べ23人</li> <li>・起業家育成プログラム「ココデショ！」回数 全10回(7月～3月) 受講者数 14人</li> <li>・Nagasaki Startup Compassサミット2023開催 参加者数:121人(オンライン含む)</li> </ul>	決算(見込)額	32,828,623 円



【おさかなサブスクプロジェクト】



【NagasakiStartup Compassサミット2023】



2	事業名	企業立地推進費	担当課	産業雇用政策課	
	事業目的	市内への企業の立地を促し、産業の振興及び雇用機会の拡大を図る。			
	事業概要	企業の立地を促進するために必要な奨励措置を講ずるとともに、県及び公益財団法人長崎県産業振興財団と連携して積極的な企業誘致活動を展開する。			
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>市職員による企業訪問件数 74件</li> <li>企業立地決定件数 5社 雇用予定者数 293人</li> <li>企業立地奨励金交付企業 21社 267,766千円</li> </ul>	決算(見込)額	276,328,916	円



【島津製作所立地協定調印式】



【田中町企業立地用地】

3	事業名	若年者雇用促進費	担当課	産業雇用政策課	
	事業目的	若年者の地元就職・定着を促進する			
	事業概要	「地元で働く魅力の発信」、「新しい働き方の推進」、「採用活動の支援」の3つの柱で事業を展開することで、地元企業の知名度向上を図るとともに、企業の受け入れ態勢の整備促進などを支援する。			
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元就職促進プロモーション</li> <li>SNS等フォロワー数:4,546人(新規フォロワー数:1,616人)</li> <li>動画総再生回数:1,137,170回</li> <li>(企業紹介ショート動画:58,194回、就職活動の体験談をもとにした動画:1,078,976回)</li> <li>人材確保支援費補助金 交付決定企業数:20社</li> <li>企業紹介サイト 紹介企業数110社 サイト閲覧数36,472件</li> <li>保護者向け地元就職促進セミナー 参加者82人</li> <li>新しい働き方の推進</li> <li>導入支援企業数:2社</li> <li>セミナー等参加者数:延べ158社198名</li> <li>(啓発セミナー:参加者90社110人、推進研修:参加者10社16人、導入支援報告会:参加者58社72人)</li> </ul>	決算(見込)額	23,282,090	円



【地元就職促進プロモーション】



【地元就職促進プロモーション】

**基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる**

<b>具体的施策</b>	<b>(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する</b>
関係機関と連携した創業・スタートアップの希望者や販路開拓に取り組む事業者への支援、農林水産業における多様な人材の育成と生産性向上を支援する。	
<b>施策主管課</b>	産業雇用政策課
<b>具体的な取組みの担当課</b>	産業雇用政策課、商工振興課、農林振興課
<b>関係課</b>	ふるさと納税推進室、水産振興課

<b>施策体系</b>	※具体的施策—具体的な取組み	
<b>具体的施策</b>	<b>具体的な取組み</b>	<b>担当課</b>
(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する	① 創業・スタートアップの促進	産業雇用政策課
	② 販路開拓の支援	商工振興課
	③ 農林水産業を担う多様な人材の育成	農林振興課
	④ 農林水産業の生産性向上	農林振興課

**成果**

<b>① 創業・スタートアップの促進</b>
●新たなビジネスモデルを活用した新規事業創出を支援するため、「Nagasaki Startup Compass」を展開し、セミナー(4回、延べ81人参加)、ワークショップ(3回、延べ23人参加)等を行ったことにより、参加者のスタートアップに対する理解促進につながった。また、ビジネスモデルのブラッシュアップから事業アイデアの仮説検証までを行う起業家育成プログラム「ココデショ！」を実施し、最終的に5名の起業希望者が自身の事業アイデアを具体化して発表するなど、起業を目指す人材の発掘・育成(14人、13事業)が図られた。
<b>② 販路開拓の支援</b>
●「SNS等活用支援費」により、EC市場での売上や販路の拡大を図るために、SNSマーケティングや情報発信の取組み及びECサイトによる販路拡大の取組みに対して、長崎市が選定した専門家による年間5回の伴走型支援(事業計画や事業実施等へのコンサルティング)と、事業実施に対する補助を行った(19件)。その結果、対象事業者のSNSのフォロワー数が増加(平均増加率225%、最大増加率640%)するとともに、ECサイトにおける売上が増加(平均増加率174%、最大増加率423%)し、販路拡大につながった。
●ふるさと納税において、事務代行業者と連携し、返礼品の拡充を図ったことにより、返礼品の登録数が、令和3年度の1,252品から約1.8倍増加し、令和4年度は、2,240品となった。また、ポータルサイトのページの充実や寄附者目線に立った読みやすいカタログを作成して過去の寄附者へ送付するなどのPRを図ったことにより、令和3年度の1.3倍の1,464,190千円(件数:1.3倍 70,350件)の寄附を受け入れ、全国の寄附者に対し404,467千円分の返礼品を送付し、域外へ海産物・カステラをはじめとした地場産品の周知が図られ、販路拡大につながった。
<b>③ 農林水産業を担う多様な人材の育成</b>
●新規就農者の育成確保を図るため、関係機関における新規就農希望者を対象とした技術習得のための研修施設の設置や就農初期の負担軽減を図るための給付金、ハウス等施設整備のための補助事業、就農後のフォローアップ活動等就農支援により、令和4年度は、認定新規就農者が8人となり、経営安定及び定着につながった。

④ 農林水産業の生産性向上
<ul style="list-style-type: none"> <li>●市内の8漁協(12組織)が市内全海域において行う漁場環境の再生活動(食害生物の除去や母藻の設置などの藻場の保全及び漂流・漂着物・堆積物の処理等)に対して、活動に要する費用の支援を行ったことにより、水産生物の生育場となる藻場の被度が基準値の43.9%から48.5%に増加するなど、水産資源の維持・回復につながった。</li> <li>●長崎びわ「なつたより」の生産量の安定を図るため、令和4年度において苗木(466本)や土壌改良資材(1,723梱包)の購入に対する補助を受益面積1.2haを対象に実施した。また、びわ産地が抱える高齢化や労力不足等の課題を解決するため、JA選果場にびわ出荷レーン及びローラー台等を導入したことにより、出荷検査の労力軽減が図られるとともに、品質の検査体制が強化され、「なつたより」のブランド化の向上につながった。</li> <li>●いちごの生産量の拡大及び生産者の経営安定を図るため、環境制御機器を備えた低コスト耐候性ハウス等を建設し、6名の生産者に対し貸し付けるJAの取組みに対し、補助を行ったことなどにより、いちごの生産面積が拡大し、いちご産地の振興につながった。</li> </ul>

問題点とその要因

① 創業・スタートアップの促進
<ul style="list-style-type: none"> <li>●スタートアップの機運の醸成のため、セミナー、ワークショップ及び起業家育成プログラム等を実施しているが、参加者数は伸びておらず、また、起業後のサポートが十分とは言えない。</li> </ul>
② 販路開拓の支援
<ul style="list-style-type: none"> <li>●SNS等の活用の取組みに対し支援を行っているものの、SNS等の活用による効果や成功事例などが伝わっていないところもあって、SNSマーケティングについての必要性やその取組方法についての知識が不足しており、その取組みや資金投資ができていない事業者もいる。</li> <li>●ふるさと納税について、ポータルサイトの充実やカタログ発送等により、域外の方へ地場産品の周知が図られ、販路拡大につながっているが、全国的にも寄附額が増加傾向にあり、他の自治体においても寄付受入額増への取組みが進められていることから、長崎市を選んでもらうために、さらに魅力ある返礼品の充実を図るとともに、情報発信していく必要がある。</li> </ul>
③ 農林水産業を担う多様な人材の育成
<ul style="list-style-type: none"> <li>●新規就農者への支援については、研修制度や農地の取得、支援制度全般において、サポート体制は充実してきているものの、ホームページの周知だけでは、情報が十分に伝わっていないことから、新たな広報手段を検討し、就農希望者へ情報を十分浸透させる必要がある。</li> </ul>
④ 農林水産業の生産性向上
<ul style="list-style-type: none"> <li>●藻場の食害の原因となるウニの増加やアイゴやイスズミ等といった植食性魚類の活動が活発化し、活動期間も長くなっているため、さらに取組みを強化する必要があるが、これら食害生物の駆除を行う人員の確保が難しいことから、藻場が回復している箇所が、再び食害を受ける可能性がある。</li> <li>●長崎びわ「なつたより」については、栽培面積は順調に伸びているものの、高齢化による担い手不足や災害(寒害・台風被害)等の影響を受けやすいことなどにより、令和3年度に比べると、生産量が72トンから69トンに減少しており、生産量が安定していない。</li> <li>●いちごについては、新規のハウスや環境制御機器の導入が進み、生産性や収益性が高まっているが、耕作条件の良い農地の確保が難しくなっている。</li> </ul>

今後の取組み方針

① 創業・スタートアップの促進	
改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>●市をはじめ、長崎県、金融機関等もスタートアップ支援に取り組んでいるが、引き続き情報共有・連携の強化に努めるとともに、潜在的起業家の発掘・育成や起業後の持続的な成長をサポートする機能の充実などに取り組む。</li> </ul>
② 販路開拓の支援	
継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業者のSNSマーケティング・情報発信の能力強化及びECサイトによる販路拡大・売上増加について大きな成果を上げることができたため、SNS等の活用による効果や成功事例なども発信しながら、引き続き同様の支援を行っていく。</li> </ul>
改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ふるさと納税において、長崎を応援する方を増やし、寄附受入額も増やしていくために、カタログやポータルサイトの充実及びポータルサイトの追加等により、返礼品とともに長崎のまちな魅力をしっかり発信していく。</li> </ul>
継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ふるさと納税において、事務代行業者と連携しながら、返礼品事業者と協力して、これまで以上に返礼品の質の向上に取り組む。また、庁内の関係部署との連携により、長崎市の食や観光の強みを活かした魅力ある返礼品の掘り起こしに取り組む。</li> </ul>
③ 農林水産業を担う多様な人材の育成	
継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>●多様な担い手の就農促進に向けて、SNS等の活用により、各種支援制度等の周知を図る。</li> </ul>

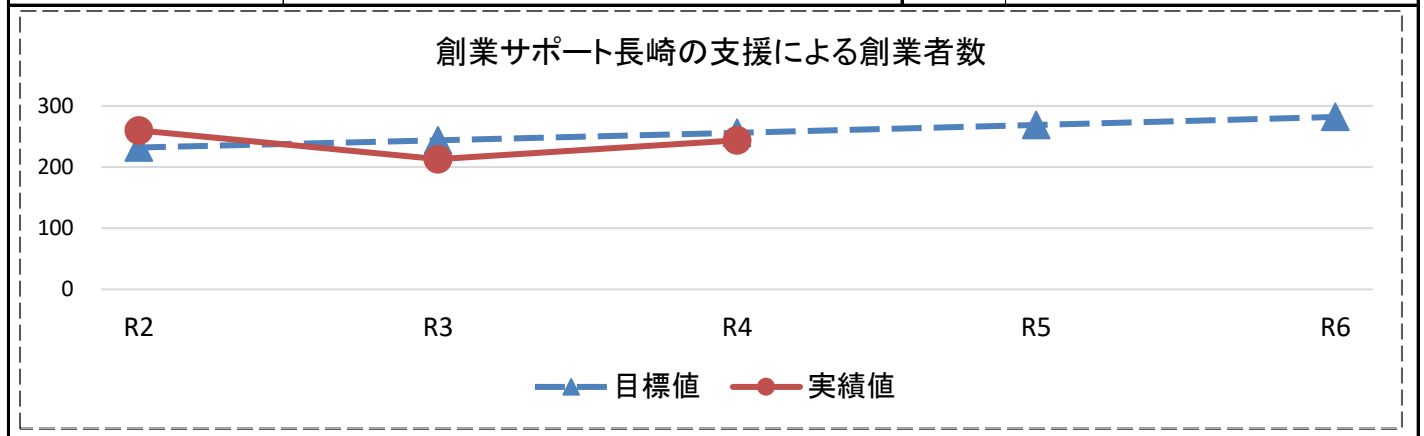
④ 農林水産業の生産性向上	
改善	●食害生物の駆除方法や繁茂の可能性が高い海藻の選定などについて、専門家のサポートを受けながら取組を進め、特に潜水機材を用いた作業などといった効果的な取組については、他地区への普及を行うなど、各活動組織間のネットワーク化による情報・技術の共有を図り、作業について学生ボランティア等の協力を得ながら、より効果的な活動に努める。
継続	●長崎びわ「なつたより」については、さらなる安定生産を強化するため、苗木等の導入支援に加えて、簡易ハウスの導入及び寒害対策に必要な小型温風機の導入に向けた支援を実施する。
継続	●いちごや花き等の施設園芸作物については、ビニールハウス関係経費や肥料・燃料等の物価高騰による生産コストの増加に加え、農業が農産物の販売時に価格転嫁し難い分野であることから、国、県及び市の役割分担のもと、引き続き、経営の安定に向けた対策を検討するとともに、耕作条件の良い農地を確保するため、農地の利用意向を取りまとめた地域計画(人・農地プラン)の策定を進める。

重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (元年度)	282人 (6年度)	目標値	232	244	256	269	282
			実績値	260	213	244		

関連する具体的取組み ①創業・スタートアップの促進

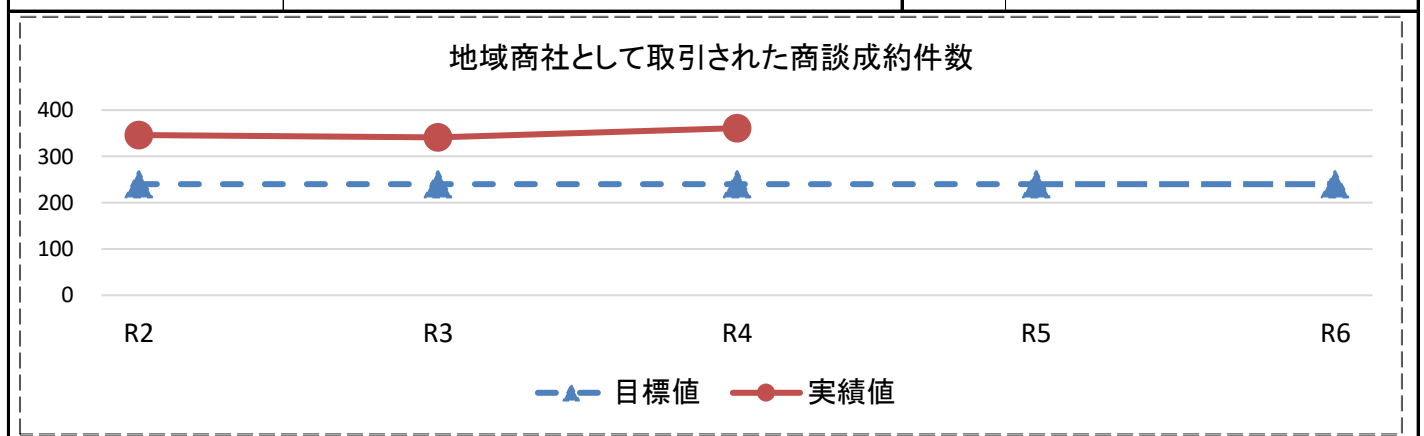
備考



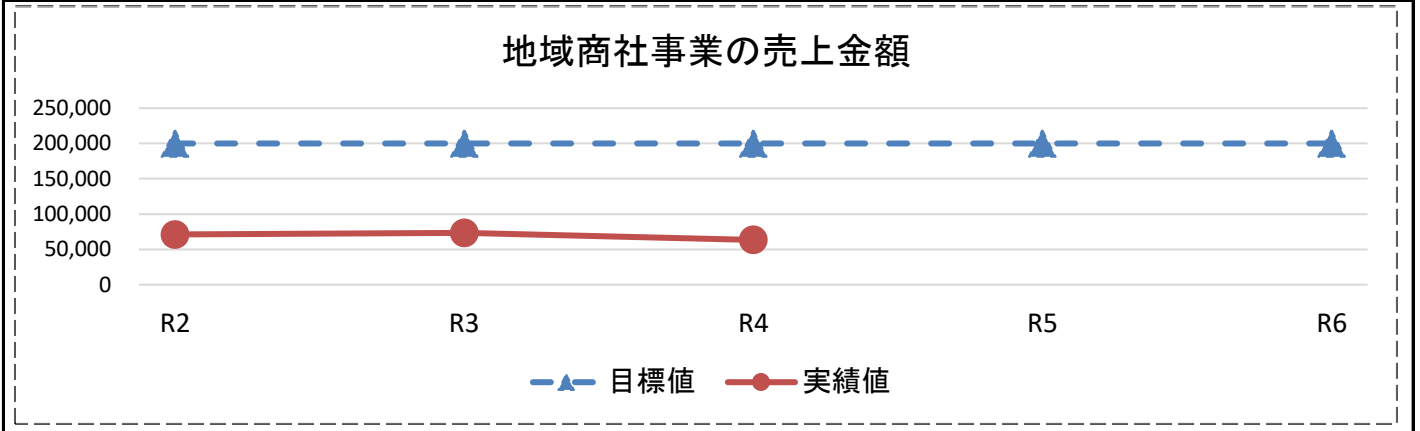
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地域商社として取引された商談成約件数	80件 (30年度)	240件 (6年度)	目標値	240	240	240	240	240
			実績値	346	341	361		

関連する具体的取組み ②販路開拓の支援

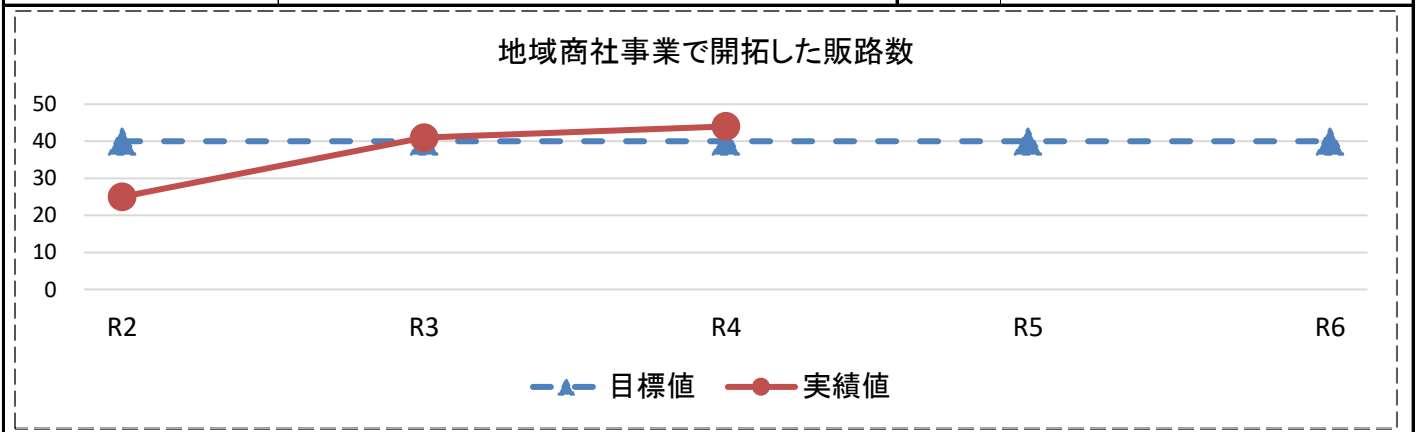
備考



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地域商社事業の売上金額	30,000千 円 (30年度)	200,000千 円 (6年度)	目標値	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
			実績値	71,235	73,398	63,415		
関連する具体的取組み	②販路開拓の支援			備考				

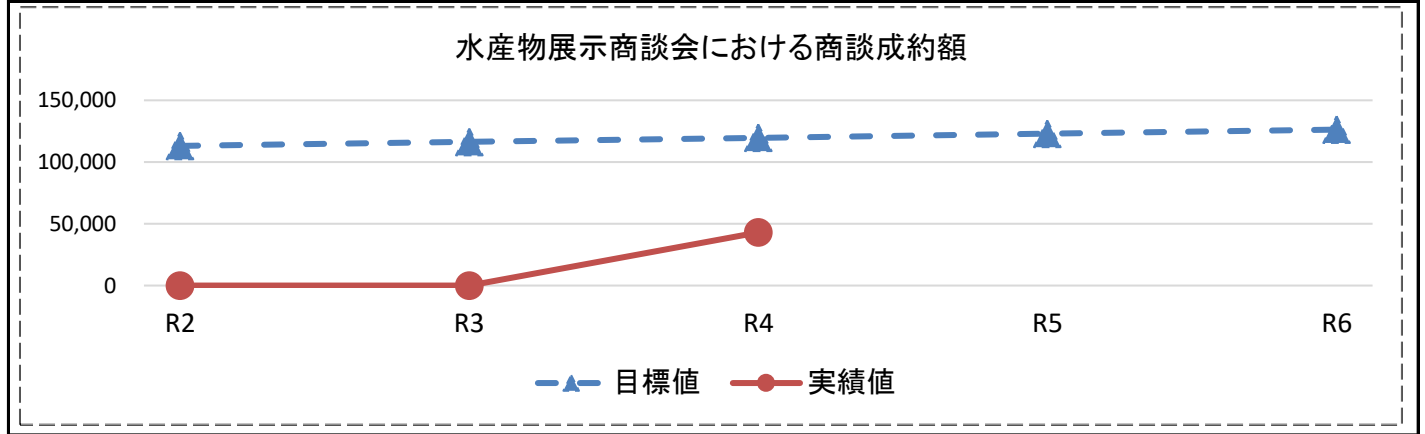


指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地域商社事業で開拓した販路数	8件 (30年度)	40件 (6年度)	目標値	40	40	40	40	40
			実績値	25	41	44		
関連する具体的取組み	②販路開拓の支援			備考				

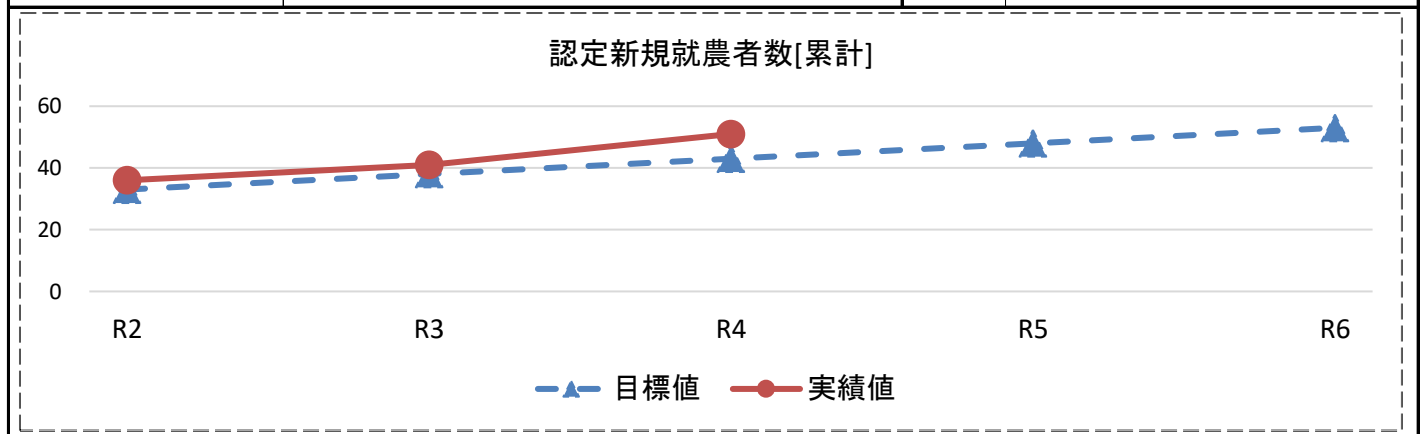




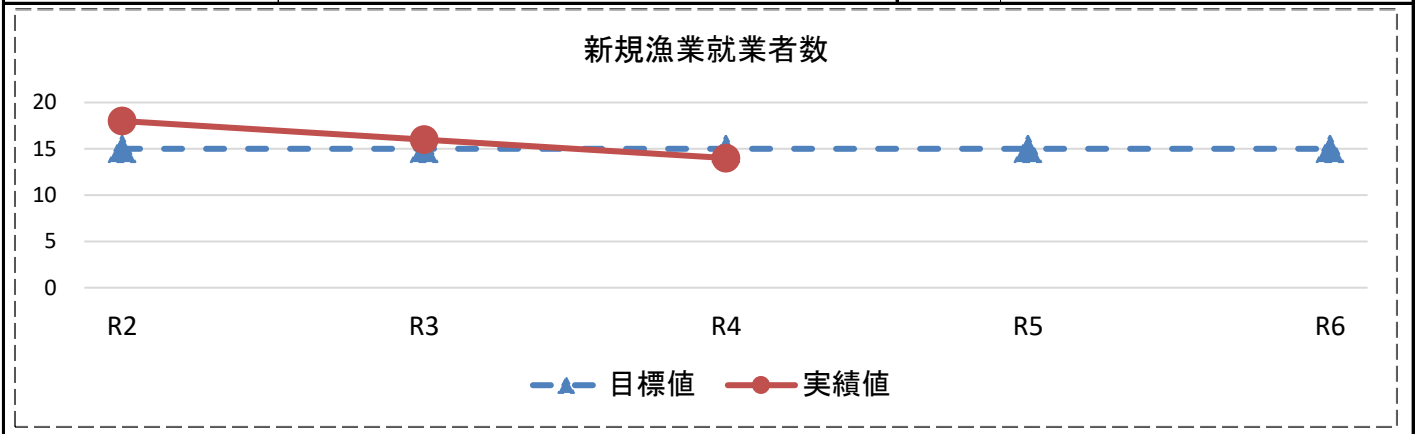
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
水産物展示商談会における商談成約額	109,800千 円 (30年度)	126,270千 円 (6年度)	目標値	113,094	116,388	119,682	122,976	126,270
			実績値	0	0	43,000		
関連する具体的取組み	②販路開拓の支援			備考				



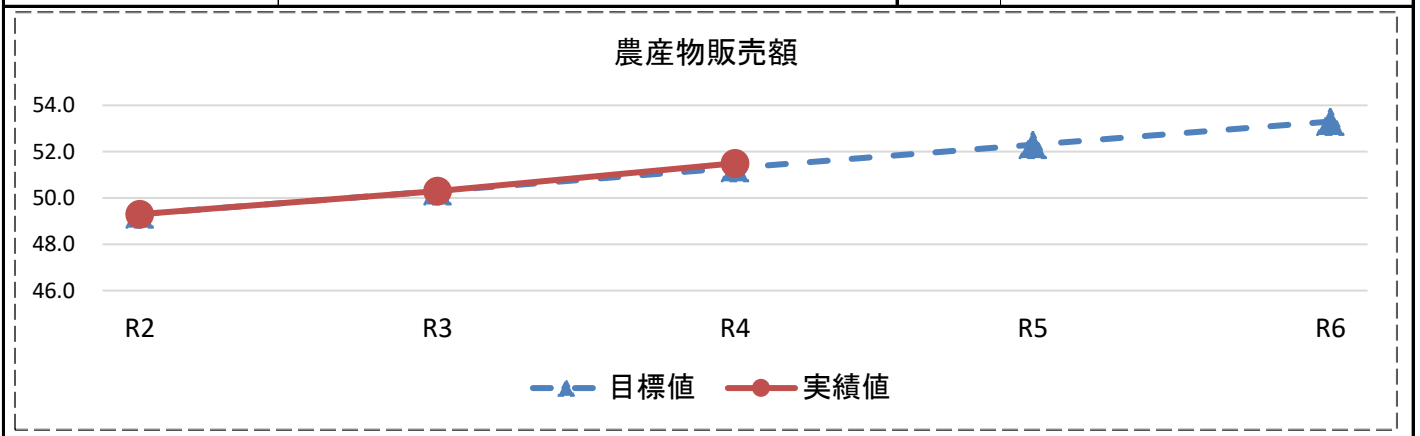
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
認定新規就農者数[累計]	23人 (30年度)	53人 (6年度)	目標値	33	38	43	48	53
			実績値	36	41	51		
関連する具体的取組み	③農林水産業を担う多様な人材の育成			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
新規漁業就業者数	12人 (元年度)	15人 (6年度)	目標値	15	15	15	15	15
			実績値	18	16	14		
関連する具体的取組み	③農林水産業を担う多様な人材の育成			備考				

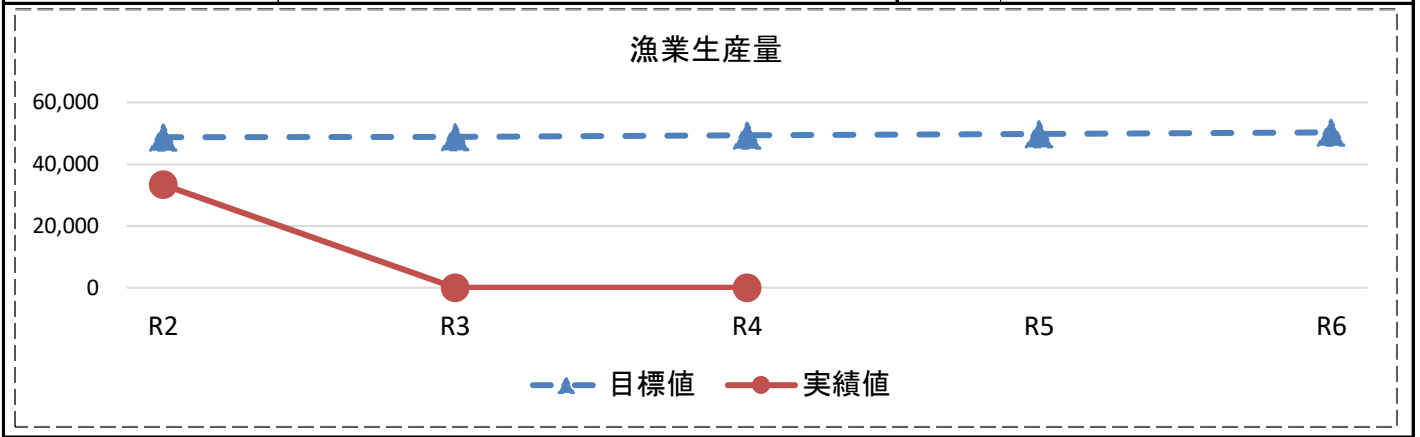


指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
農産物販売額	49.3億円 (2年度)	53.3億円 (6年度)	目標値	49.3	50.3	51.3	52.3	53.3
			実績値	49.3	50.3	51.5		
関連する具体的取組み	④農林水産業の生産性向上			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
漁業生産量	48,380トン (28~30 年 平均)	50,315トン (6年)	目標値	48,747	48,864	49,348	49,831	50,315
			実績値	33,357	未確定	未確定		

関連する具体的取組み ④農林水産業の生産性向上 備考 R3及び4: 県の統計調査の数値が未確定



施策を推進する主な事業

	事業名	新産業・起業チャレンジ促進費	担当課	産業雇用政策課
	事業目的	地場企業の事業拡大や新分野の展開、スタートアップの育成などの「新産業の“種”」となる産業の創出及び育成		
	事業概要	地場企業と誘致企業や都市部の企業などをマッチングし、様々なアイデアやノウハウを取り込むことで新規事業創出を図る「オープンイノベーションの推進」や、起業を促し、新たなビジネスモデルを活用することで新規事業創出を図る「スタートアップ支援」に取り組み、「新産業の“種”」を育てる。		
1	取組実績	<p>①オープンイノベーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンイノベーション型新規事業創出プロジェクト推進費補助金 5件</li> <li>・実証事業実施件数 10件</li> </ul> <p>②企業コミュニティ醸成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サテライトオフィス等利活用促進費補助金 2件</li> <li>・サテライトオフィス等利活用促進費補助金対象施設利用企業数 23社(うち県外8社)</li> <li>・サテライトオフィス等トライアル事業費補助金利用企業・団体数 30件、101人</li> </ul> <p>③スタートアップ支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー 全4回、参加者数延べ81人</li> <li>・ワークショップ 全3回、参加者数延べ23人</li> <li>・起業家育成プログラム「コココデシヨ！」 回数 全10回(7月～3月) 受講者数 14人</li> <li>・Nagasaki Startup Compassサミット2023開催 参加者数:121人(オンライン含む)</li> </ul>	決算(見込)額	32,828,623 円



【おさかなサブスクプロジェクト】



【NagasakiStartup Compassサミット2023】

2	事業名	がんばらば長崎市応援寄附推進費	担当課	ふるさと納税推進室
	事業目的	ふるさと納税制度を通じて、本市の魅力を域外へ伝えるとともに、地域経済の活性化を図る。		
	事業概要	ふるさと納税制度は、故郷に限らず自分の意志で応援したい自治体に寄附を行うことができる制度であり、魅力ある返礼品の充実や域外への情報発信に取り組む。		
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務代行業者と連携し、返礼品の見直しや新規開拓、定期便の拡充を行った。</li> <li>・カタログ56,000部を作製し、過去の寄附者等に送付したほか、新聞やWEB公告、メルマガ配信などの情報発信を行った。</li> </ul> ※令和4年度 ふるさと納税寄附金受入額 1,464,190千円	決算(見込)額	750,486,344 円



【長崎市ふるさと納税ロゴ】



【返礼品例: 出島ばらいろ】

3	事業名	水産多面的機能発揮対策支援費	担当課	水産振興課
	事業目的	市内沿岸域の藻場等の維持や回復、漂流・漂着物・堆積物の処理等の取組みを促進し、漁業生産量の維持・増大を図る。		
	事業概要	水産業や漁村が持つ多面的な機能を維持、発揮させるために、漁業者を中心とした活動グループにおいて、藻場の保全や海洋汚染の原因となる漂流・漂着物・堆積物の処理、干潟等の保全を行う。		
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・磯焼けの原因であるウニ類やアイゴなどの植食性魚類といった海藻を食料とする食害生物の除去を実施した。(ウニ類: 992,348個、植食性魚類: 1,533匹)</li> <li>・地元の小中学生等に対して、活動組織の構成員による講義や現地での海藻の種苗投入、食害生物の除去といった体験活動を通して磯焼けの現状を理解していただく活動を実施した。</li> </ul>	決算(見込)額	7,607,733 円



【潜水による除去作業】



【地元小学校での講義】



4	事業名	長崎びわ生産推進事業費補助金	担当課	農林振興課	
	事業目的	びわ優良品種「なつたより」の生産拡大と高品質化を支援することで、継続的かつ安定的な生産を促し、ブランド化を図る。			
	事業概要	「なつたより」への補植及び作業を省力化できる高品質化資材導入に係る事業経費の一部を補助する。			
	取組実績	・なつたより補植 34戸 466本 ・省力化品質資材 43戸 17.2トン	決算(見込)額	1,651,000	円



【なつたより補植】



【省力化品質向上資材】

5	事業名	【単独】農業振興施設整備事業費補助金 農業新規参入促進施設	担当課	農林振興課	
	事業目的	農業に参入しようとする企業又は個人に対して優先的に支援を行い、新たな担い手の育成及び耕作放棄地の活用につなげる。			
	事業概要	1 対象事業 ・生産基盤整備事業(ハウス/付帯施設等) ・小規模土地基盤整備事業(農地造成・改良 等) 2 面積要件 実施面積が300㎡以上であること 3 補助率 対象事業経費の1/2以内 (1事業主体当たり補助額上限4,000千円とし、事業期間中1回の利用に限る。)			
	取組実績	受益者 5戸 事業内容 圃場改良、いちご育苗ベンチの導入、びわハウスの改修、野菜ハウスの改修、冷蔵庫の設置、生産資材等	決算(見込)額	17,216,000	円



ハウス移設



灌水資材

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月16日

## 基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

具体的施策	(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める
若い世代に対して、魅力的な「学びの場」、「楽しむことができる場」、「チャレンジできる場」、「住まいを始めとした暮らしの場」を提供し、その魅力を広く発信する。	
施策主管課	都市経営室
具体的な取組みの担当課	都市経営室、住宅政策室
関係課	国際課、広報広聴課、商工振興課、文化振興課、スポーツ振興課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める	① 学びの場の魅力向上と発信	都市経営室
	② 暮らす魅力の向上と発信	住宅政策室
	③ 楽しみの創出と魅力の発信	都市経営室

### 成果

① 学びの場の魅力向上と発信
<ul style="list-style-type: none"> <li>●学生の自主的な社会参加活動を通じて、学生の人的成長と地域の活性化を図るため、ボランティア活動について学生と地域のマッチングを行うU-サポの取組みとして、大学1年生を対象とした「キャリア入門講座」でボランティア講話を行ったことにより、ボランティア登録が促進され、学生登録者数(R3 3,214人→R4 3,295人)が前年度より増加したことで、ボランティアのべ参加数(R3 3,835人→R4 4,376人)も増加につながった。</li> <li>●長崎への留学を呼び込むため、長崎留学生支援センター(大学・関係自治体・経済団体等で組織)において、国内外の日本語学校への長崎留学ガイドの送付やデータ版による募集支援、ホームページを通じたアルバイト紹介による生活支援、オンラインによるビジネス日本語セミナーや留学生活用セミナーなどの就職支援、同窓会ネットワークを活用した交流支援など、新型コロナウイルス感染症にも対応した各種支援を行ったことにより、外国人留学生数(在留資格が「留学」の市内在住者)は3年ぶりに増加に転じ1,157人となった。また、留学生生活の充実にもつながった。</li> </ul>
② 暮らす魅力の向上と発信
<p>【住みよかプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●令和4年度までに協力認定事業16件を認定(令和4年度は新たに10件を認定)し、市民や移住者に対し「住宅供給」や「情報発信」を行うと共に、住宅問題等について「相談・支援」ができる『仕組み』を構築した。</li> <li>●令和4年度における、協力認定事業者の主な取組実績は次のとおりである。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・特に子育てしやすい広さの賃貸住宅を建設し、適正価格により、若者や子育て世帯に向けて新たに222戸を供給した。</li> <li>・空き家をリノベーションし、若者や子育て世帯に向けて新たに6件を供給した。</li> <li>・「若者」、「ファミリー」、「移住者」等に向けて、「住まい」と「住みよか」を叶えるライフスタイル、文化、長崎市の魅力等について、ICT技術を活用して発信する情報発信Webマガジン(ポータルサイト)を作成した。</li> <li>・長崎市に住んでいる人、長崎市に住むことを検討している人、長崎市をもっと知りたい人等を対象とし、長崎市での暮らしの魅力について、YouTubeを活用して発信した。(9本)</li> </ul> </li> </ul>

### ③ 楽しみの創出と魅力の発信

●若者が実現したいアイデアや企画にチャレンジできる場を確保するため、その基盤となる「ながさき若者会議」の自立に向けて若者会議メンバーと協議・検討を進めた結果、若者による自立的な会議運営を行う「ながさき若者会議運営プロジェクト」が令和4年7月に立ち上がり、継続的な若者がチャレンジできる場が確保された。

●長崎スタジアムシティ前面のJR長崎本線の高架下「若者が楽しむことができる場」として広場を整備するため、主に若者を対象にアイデアワークショップを開催し若者の意見を取り入れながら広場の設計を実施した。

●若者が気軽に芸術文化を体験できる機会を創出し活動のきっかけに繋げるため、初めての取り組みとして高校生から30代までの若者を対象にいけばな体験・音楽鑑賞会(1回)を開催した結果、16人が参加し市民の芸術文化に対する興味・関心を高めた。

●高校生チャレンジショップ事業においては、高校生が、地元経営者の指導を受けながら、自ら値段設定や仕入れ、広報・広告等の準備を行い、チャレンジショップを出店し、さらには出店後の反省点を踏まえた改善をして再度出店し、令和4年度は合計3回出店した。この取組みにより、販売・経営のノウハウの蓄積、商品販売事業の難しさの体感など「学び」を提供することができた。また、高校生から地元就職へ前向きな意見があり、市内就職への機運醸成を図ることができた。

●長崎市をホームタウンとするプロスポーツチームであるV・ファーレン長崎及び長崎ヴェルカのホームゲーム並びに長崎県営野球場(ビックNスタジアム)で開催されたプロ野球公式戦に長崎市在住の小中学生と保護者のペア4,600人を無料招待することで、子育て世帯がトップレベルの競技を間近で見る機会を提供することができ、「みる」スポーツへの関心を高めることにつながった。(招待者数の内訳:V・ファーレン3,200人、長崎ヴェルカ600人、プロ野球800人)

●LINE等のSNSを活用して効果的に市の魅力や情報を伝えるため、市公式ラインアカウントの登録を促すインターネット広告を行った結果、登録者数が対前年度比で18,939人の増(R5.3月末登録者数38,844人)となった。

### 問題点とその要因

#### ① 学びの場の魅力向上と発信

●U-サポの取組みについては、ボランティア延べ参加数は、コロナ禍の収束とともに増加傾向にあるが、コロナウィルス感染拡大予防の理由から活動の抑制を余儀なくされたため、コロナ禍以前の状況(R元 5,431人)まで回復していない。

●長崎留学生支援センターにおいて、各種支援に取り組んだことなどで、外国人留学生は増加に転じているものの、外国人留学生の国籍が多様化していることにより、充実した留学生生活のための就職支援や情報発信など留学生の状況に応じて必要とされる取組みが多様化している。

#### ② 暮らす魅力の向上と発信

##### ●【民間賃貸住宅家賃】

長崎市の民間賃貸住宅家賃は全国的にも高い水準にあり、住居を長崎市外に構える一つの要因となっている。

##### ●【放置空き家】

比較的便利な場所に位置する空き家、車が通らない場所や斜面地に位置する空き家、老朽化しており危険性のある空き家など、様々な空き家が確認されているが、「改修や解体にかかる費用が高額である」、「買い手や借り手が見つからない」等の理由から、市場に流通していない空き家が多数存在している。

##### ●【市営住宅】

野母崎地区における住まいの支援策として、単身の新規就労者、子育て世帯、UIターン者等に向けた市営住宅を新たに新築し、入居者の募集を行ったが、同地区内では、住民の雇用の場が限られていること等から、依然として若年層を中心として人口流出が続いており、併せて少子化、高齢化が進行しているため、全ての住戸が満室とはなっていない状況である。

<b>③ 楽しみの創出と魅力の発信</b>	
	●「ながさき若者会議運営プロジェクト」を立ち上げ、若者の自立的運営の機運が高まっているが、若者会議のメンバーだけでは会議場所の確保や学びの質を確保するための講師招へいなど、持続的な会議運営が難しい。
	●高架下広場の計画地を取り巻く環境は来年秋の長崎スタジアムシティ開業を契機に大きく変化することが予想され、また周辺には住居等も存在していることから、スタジアムシティの状況や周辺環境に配慮した運営方法を検討する必要がある。
	●初めての取り組みとして若者を対象とした体験事業を実施したが、申込者数が少なかったことから、体験内容の魅力の周知が十分できていないこと、また、若者が参加しやすい曜日や時間帯にするなどの工夫が不足していることが要因であると考えられる。
	●令和2～4年度に高校生チャレンジショップ事業に取り組んだことにより、高校生の経営ノウハウの蓄積や、将来的な地元就職や創業に向けた機運醸成に繋がり、チャレンジできる場(仕組み)をつくることができたことから、このような取り組みが継続されるよう、必要に応じてサポートしていく必要がある。
	●市民への周知が十分でなく、「長崎スタジアムシティプロジェクト」の認知度が全体的に低く、特に若い世代が顕著であった。(令和4年度市民意識調査)
	●ライフスタイルや情報ニーズが多様化していることにより、市の魅力や情報を必要な人に最適なタイミングで届けることが難しくなっている。

**今後の取り組み方針**

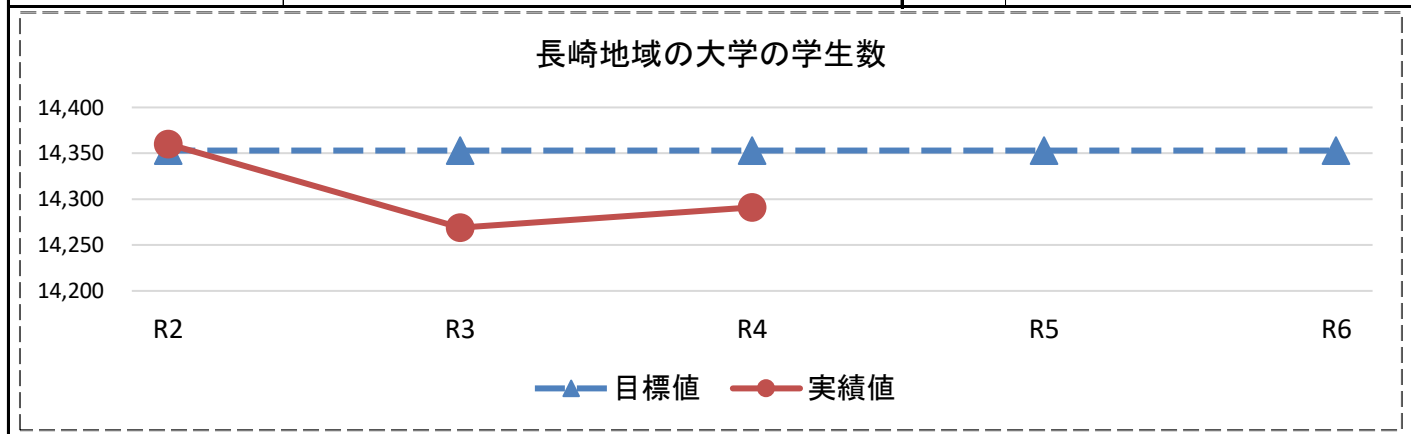
<b>① 学びの場の魅力向上と発信</b>	
改善	●U-サポの取り組みについては、コロナの扱いが5類に移行し、対面型も含めたボランティア活動の回復が見込まれる中、長崎市で進む100年に一度のまちづくりを知る機会を設けるなど、学生ニーズを捉えた学びの場を創出し、低迷している参加状況のV字回復を目指す。
継続	●長崎留学生支援センターを中心として、産学官の加盟団体、関係団体、企業と情報共有し、一体的に、外国人留学生の募集、就職、情報発信等の留学生の状況に応じた各種支援の取り組みを進める。
<b>② 暮らす魅力の向上と発信</b>	
継続	<p>【新たな仕組みの構築等】</p> <p>●長崎市内の民間賃貸住宅家賃が高い状況を踏まえ、その低減を図るため、賃貸住宅や戸建て住宅の供給数の増加に繋がる仕組みについて検討し、新たな仕組みの構築を図る。</p> <p>●上記取り組みの一つとして、地域の特性について着目し、地域の中で解決できるよう、空き家の掘り起こしから活用に繋がる仕組みについて構築する(今後、住みよかプロジェクト協力認定事業を活用する等し、検討していく)。</p> <p>●令和4年度までに構築した仕組み(「住宅供給」・「情報発信」・「相談・支援」)を引き続き活用し、住宅供給の観点から、更なる若者や子育て世帯の市外流出の抑制と市内定住の促進を図っていく(現在認定している協力認定事業者の他、必要に応じて新規認定も視野に入れ、今後取組む予定)。</p>



③ 楽しみの創出と魅力の発信	
改善	●「ながさき若者会議」の取組みについては、「若者がチャレンジできる場」を継続していくため、若者と行政のそれぞれの強みを活かした持続可能な運営体制をめざし、会議の共催という形で行政も伴走支援していく。
新規	●高架下広場について、来年秋の長崎スタジアムシティ開業に併せて供用開始ができるように整備を進めるとともに、ものづくりワークショップなどの社会実験のフィールドとして活用することにより、スタジアムシティの状況や周辺環境に配慮した運営方法を検討していく。
改善	●若者を対象とした体験事業について、若者が興味・関心を持つイベント名称やちらしデザインにするなどの工夫を行い、SNSを活用した周知を行うとともに、開催曜日や時間帯についてアンケートを実施するなどニーズを把握することで、参加者を増やす。
継続	●高校生チャレンジショップ事業はR4年度で事業は終了したが、今後も、将来的な地元就職や創業に向けた機運醸成が図られるよう、今後も、学校が行うチャレンジショップ等の取組みにおいて市の広報媒体を活用した広報面での協力を行うなど、学校の取組みに対して必要なサポートを行いたい。
改善	●スタジアムシティ(令和6年秋)の開業を見据え、V・ファーレン長崎及び長崎ヴェルカのホームゲームに市内の小中学生とその保護者を抽選により無料招待する「市民応援DAY」を継続して実施するとともに、商店街等にのぼり旗等を装飾することによる盛り上げ空間の創出や参加型プログラムの展開など、市民の応援気運の醸成を図ることで、「みる」スポーツを通じた、スポーツへの関心を高めるきっかけをつくる。
継続	●情報化の進展等を踏まえ、SNSを中心にインターネットを通じ、若者の関心や行動に応じた内容を積極的に発信する。

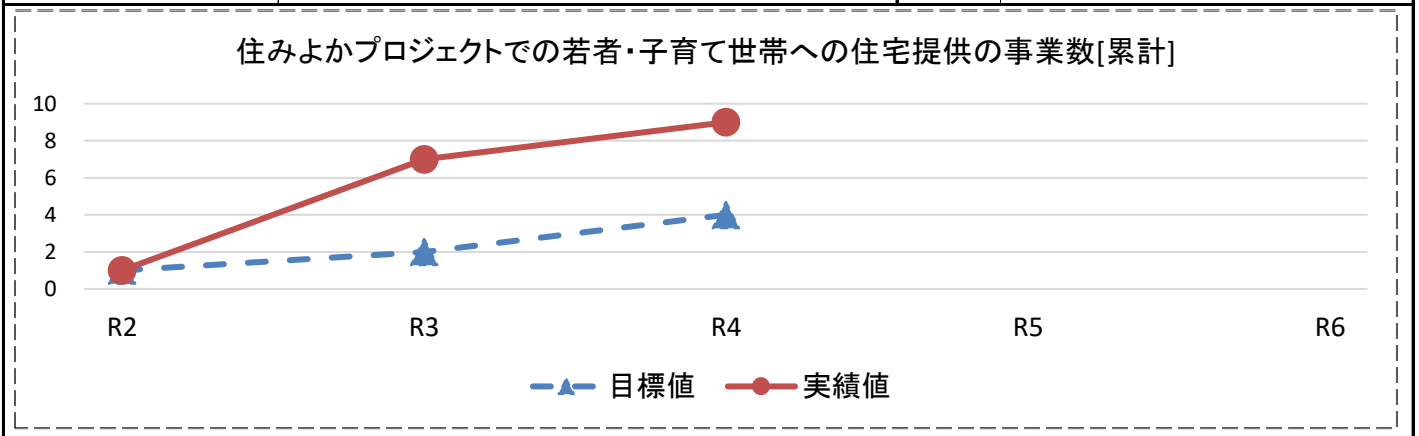
### 重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
長崎地域の大学の学生数	14,353人 (元年度)	14,353人 (6年度)	目標値	14,353	14,353	14,353	14,353	14,353
			実績値	14,360	14,269	14,291		
関連する具体的取組み	①学びの場の魅力向上と発信			備考				

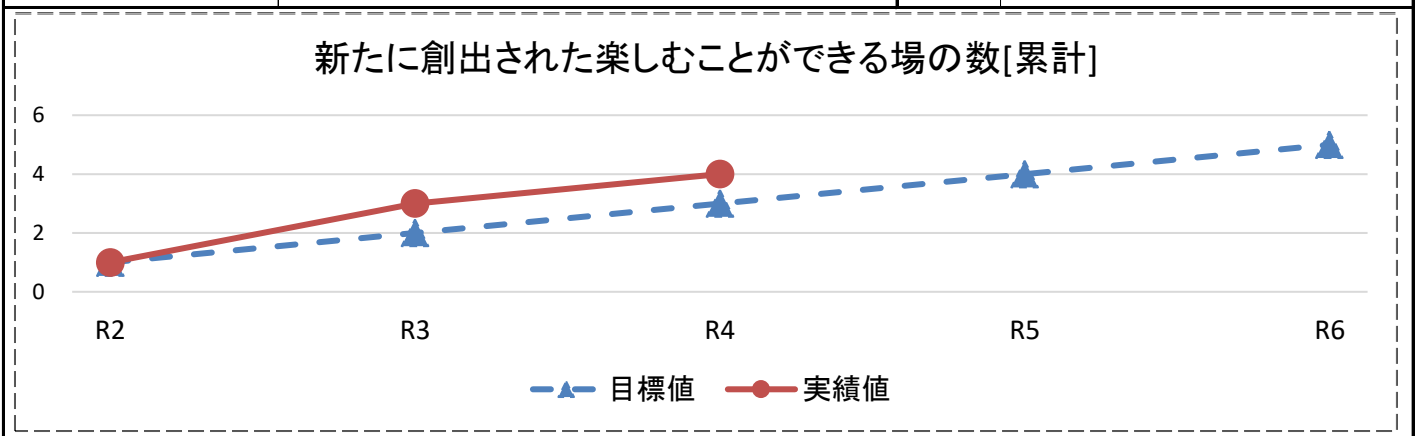




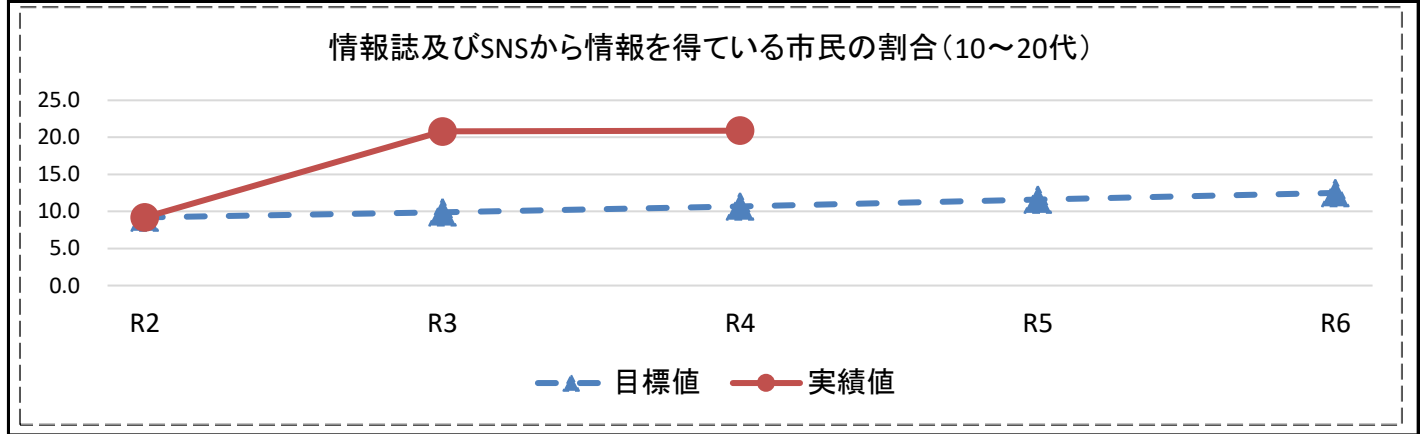
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
住みよかプロジェクトでの若者・子育て世帯 への住宅提供の事業数[累計]	0件 (元年度)	4件 (4年度)	目標値	1	2	4		
			実績値	1	7	9		
関連する具体的取組み	②暮らす魅力の向上と発信			備考				



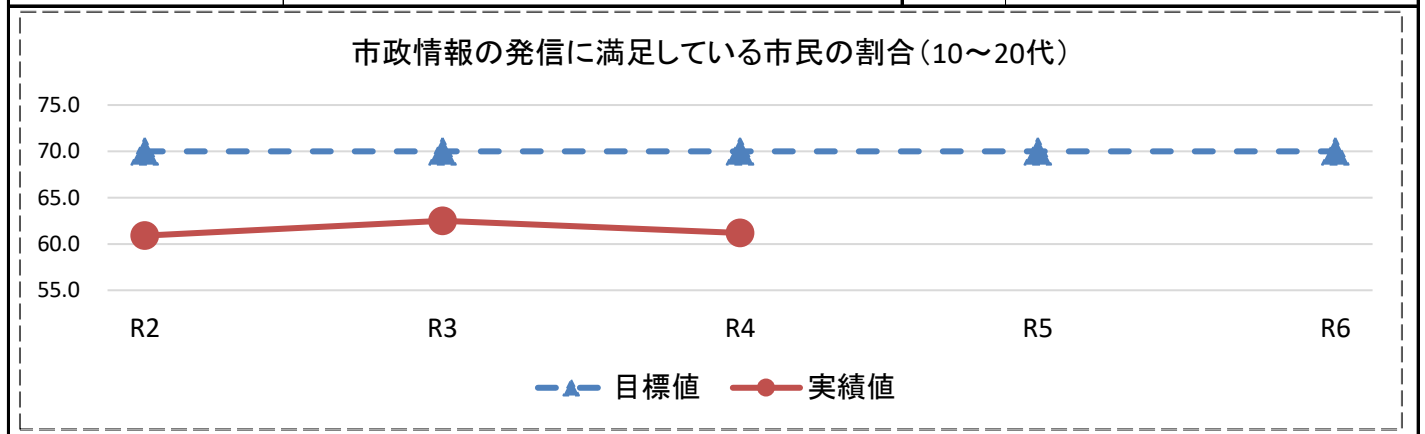
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
新たに創出された楽しむことができる場の数 [累計]	0件 (元年度)	5件 (6年度)	目標値	1	2	3	4	5
			実績値	1	3	4		
関連する具体的取組み	③楽しみの創出と魅力の発信			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
情報誌及びSNSから情報を得ている市民の割合(10~20代)	9.2% (2年度)	12.5% (6年度)	目標値	9.2	9.9	10.7	11.6	12.5
			実績値	9.2	20.8	20.9		
関連する具体的取組み	③楽しみの創出と魅力の発信			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
市政情報の発信に満足している市民の割合(10~20代)	68.2% (30年度)	70.0% (6年度)	目標値	70.0	70.0	70.0	70.0	70.0
			実績値	60.9	62.5	61.2		
関連する具体的取組み	③楽しみの創出と魅力の発信			備考				



施策を推進する主な事業

1	事業名	游学都市・ながさき推進費	担当課	都市経営室	
	事業目的	長崎のまち全体が貴重な学びの場となるような游学の地として個性と魅力を高め、若者をはじめ多くの人々が交流するまちとなることを目的とする。			
	事業概要	長崎地域の大学と連携し、学びの場としての魅力向上と長崎で学ぶ魅力の情報発信に取り組む。			
	取組実績	大学1年生を対象とした「キャリア入門講座」でボランティア講話を行い、ボランティア登録を促進した。 長崎のまちを舞台に最先端で活躍する人材を講師として招致し、学生が無料で視聴できるオンライン講座をリレー形式で実施した。	決算(見込)額	2,318,880	円



2	事業名	留学生支援・連携費	担当課	国際課	
	事業目的	産学官が一体となった「長崎留学生支援センター」を中心に、留学生の各種支援や留学生に長崎の歴史・文化を体験してもらうなど、留学生の満足度を高め、留学生数を増加させる。			
	事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・募集、生活、就職などの各種支援</li> <li>・留学生に長崎について知ってもらうための取り組み</li> <li>・海外への長崎留学の情報発信</li> </ul>			
	取組実績	・長崎留学生支援センターを中心とした産官学が一体となった支援 ・市有施設の入館料等免除	決算(見込)額	1,147,000	円



【長崎留学生支援センター  
(留学生と企業の交流会)】



【長崎平和大学における留学生への被爆体験講話】

	事業名	芸術文化体験教室開催費	担当課	文化振興課
	事業目的	子どもや若い世代から大人まで、気軽に伝統文化や芸術文化を体験できる機会を創出し、芸術文化活動に対する興味・関心を高める。		
	事業概要	様々なジャンルの芸術文化に楽しみながら触れる機会を創出し、裾野の拡大を図る。		
3	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・こども伝統文化体験教室 日本舞踊:4日間 参加者数延40人、いけばな:2回 参加者数30人、箏:5日間 参加者数延51人</li> <li>・活版印刷体験 開催回数1回、参加者数27人</li> <li>・豆本製作体験 開催回数2回、参加者数29人</li> <li>・写真ワークショップ 開催回数1回、参加者数15人</li> <li>・ステンドグラス体験 開催回数3回、参加者数24人</li> <li>・若者向け芸術文化体験 開催回数1回、参加者数16人</li> </ul>	決算(見込)額	1,739,339 円



事業名	住みよかプロジェクト	担当課	住宅政策室
事業目的	転出超過の大きな要因となっている若者や子育て世帯の市外への流出を抑制し、市内への転入を促進する等、住宅供給の観点から施策を立案・実施することで住みやすさを改善し、「若い世代に選ばれる魅力的なまち」になることを目指す。		
事業概要	「若い世代に選ばれる魅力的なまち」を目指し、官民連携により住宅施策を推進する。この推進に当たっては、協力認定制度を活用し、市民や移住者に対し、「住宅供給」や「情報発信」を行うと共に、住宅問題等について「相談・支援」ができる仕組みを構築する。		
4 取組実績	<p>【令和4年度における主な取組実績は次のとおり】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●市営住宅を活用した大学生入居社会実験</li> <li>●市営住宅の新規就労者・移住者向け住戸改善事業</li> <li>●市営住宅の子育て世帯向け住戸改善事業</li> <li>●市営住宅を活用した地域の担い手づくり(市営野母住宅)</li> <li>●協力認定事業による次の取組み <ul style="list-style-type: none"> <li>・特に子育てしやすい広さの賃貸住宅を建設し、適正価格により、若者や子育て世帯に向けて新たに222戸を供給した。</li> <li>・空き家をリノベーションし、若者や子育て世帯に向けて新たに6件を供給した。</li> <li>・「若者」、「ファミリー」、「移住者」等に向けて、「住まい」と「住みよか」を叶えるライフスタイル、文化、長崎市の魅力等について、ICT技術を活用して発信する情報発信Webマガジン(ポータルサイト)を作成した。</li> <li>・長崎市に住んでいる人、長崎市に住むことを検討している人、長崎市をもっと知りたい人等を対象とし、長崎市での暮らしの魅力について、YouTubeを活用して発信した。(9本)</li> </ul> </li> </ul>	決算(見込)額	0円



(有)明生興産  
空き家のリノベーション



(株)コミュニティメディア  
ICT技術を活用した  
市営住宅の3D画像



【品川 正之介氏】  
YouTubeを活用した情報発信

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月16日

## 基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

具体的施策	(4) 移住を促進する
長崎市への移住を促進するため、長崎で暮らす魅力を発信し、移住希望者一人ひとりに対してきめ細やかな支援を行う。	
施策主管課	移住支援室
具体的な取組みの担当課	移住支援室
関係課	建築指導課、住宅政策室、人事課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(4) 移住を促進する	① サポート内容・相談体制の充実	移住支援室

### 成果

① サポート内容・相談体制の充実
<p>●移住希望者の長崎市への移住を実現するため、移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」での移住相談対応など通じ、空き家活用の補助制度や空き家・空き地情報バンクの案内、移住者向けの要件緩和をした市営住宅への入居など住まいのサポート、ながさき移住ウェルカムプラザによる無料職業紹介所機能を生かした転職支援などの仕事のサポート、市職員のUIJターン採用や子育て世帯ウェルカム補助金などの各種補助金制度を実施した。その結果、長崎市への移住者数が230世帯487人となり、4年連続での増加及び目標達成となった。また、相談件数についても1,909件となり、移住者数と同様4年連続での増加及び目標達成となった。</p>

### 問題点とその要因

① サポート内容・相談体制の充実
<p>●移住者数、移住相談件数は、毎年度増加し、地域活動の担い手や企業の人材確保につながっている事例はあるものの、転出超過の外的要因などを踏まえると、多様な人材の還流と確保に十分寄与しているとは言い難い状況である。また、将来的な移住者となりうる関係人口の創出・拡大にも取り組んでいるところであるが、その取り組みから生み出される関係人口を移住者へつなげていくためのコーディネートが不十分であり、また、実際に移住までつなげるには十分な時間が必要である。</p>

### 今後の取組み方針

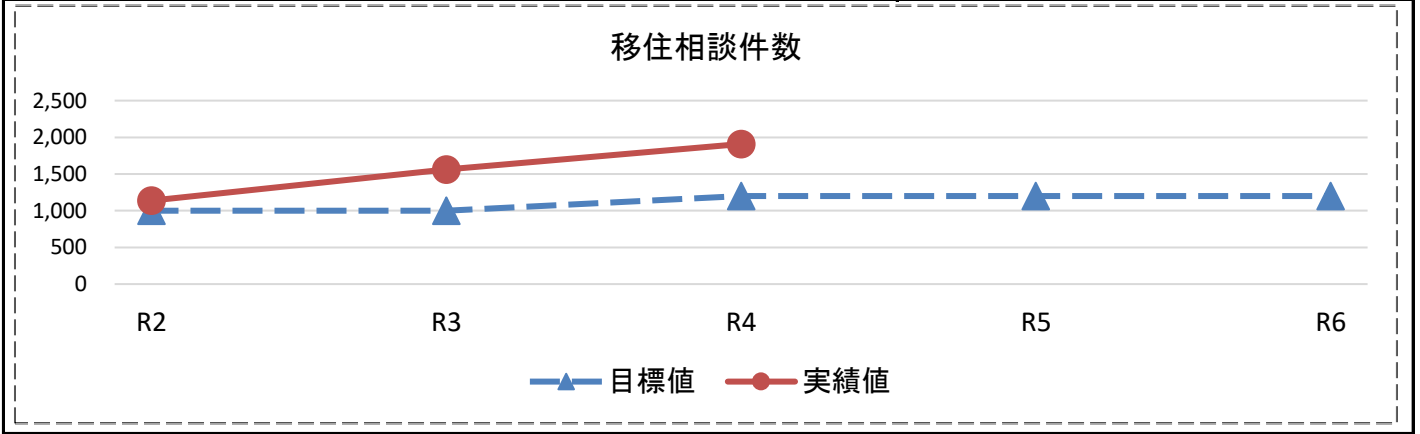
① サポート内容・相談体制の充実
<p>●長崎市が主催する移住相談会の回数を増やしたり、都市部で開催される移住PRイベントへの参加を増やすなどして、新規の移住相談者を増やしていくとともに、新たに「お試し暮らし応援事業」として、地方で二地域居住や副業、創業などを検討する人を対象に、滞在費の補助やホームページでの滞在時に必要な情報の発信、さらに滞在中に移住相談員が民間事業者等との連携により地域の企業や人との接点づくりのコーディネートを行うことで、対象者の再訪性を高め、関係人口と移住相談者、ひいては将来的な移住者の増加につなげる取り組みを行う。</p>

改善



重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
移住相談件数	1,138件 (2年度)	1,200件 (6年度)	目標値	1,000	1,000	1,200	1,200	1,200
			実績値	1,138	1,561	1,909		
関連する具体的取組み	①学びの場の魅力向上と発信			備考				



施策を推進する主な事業

事業名	ながさきウェルカム推進費	担当課	移住支援室
事業目的	移住希望者のニーズにこたえ、徹底したサポートを行うことで、本市へのさらなる移住者の増加につなげる。		
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ながさき移住ウェルカムプラザ」及び各種相談会での移住相談対応</li> <li>・移住支援のホームページ「ながさき人になろう」の運営、移住専門誌への記事掲載等による移住に関する情報発信</li> <li>・「レンタカー貸出サポート」等による移住準備や長崎の魅力体験の支援</li> <li>・「移住支援補助金」「子育て世帯ウェルカム補助金」による移住者に対する支援</li> <li>・ワーケーション受け入れによる関係人口の創出・拡大</li> </ul>		
取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎市への移住者数 487人</li> <li>・移住相談件数 1,909件</li> </ul>	決算(見込)額	56,588,528 円



【ながさき移住ウェルカムプラザ】



【長崎市移住・定住応援公式サイト】

2	事業名	ながさき移住サポートセンター負担金	担当課	移住支援室		
	事業目的	長崎県及び県下市町が連携・協力して、長崎県外から長崎県への移住を促進し、地域の活性化を図る。				
	事業概要	長崎県及び県下21市町で協働運営するながさき移住サポートセンターの事業費及び運営費の負担金				
	取組実績	・長崎市への移住者数(うちセンター連携分) 165人	決算(見込)額	5,953,000	円	



【長崎県下市町が参加する相談会】



【ながさき移住サポートセンターのホームページ】

3	事業名	定住促進空き家活用補助金	担当課	住宅政策室		
	事業目的	長崎市への移住を促進し、定住を図る				
	事業概要	戸建て空家のリフォーム工事や家財処分に要する費用の一部を助成する				
	取組実績	・移住支援空き家リフォーム補助金 6件 ・空き家家財処分費補助金 1件	決算(見込)額	2,938,000	円	

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月16日

## 基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

具体的施策	(5) 関係人口を創出・拡大する
地域課題の解決や将来的な移住に向けた裾野を拡大するため、定住に至らないものの、継続的に多様な形で長崎を応援してくれる「関係人口」の創出・拡大に取り組む。	
施策主管課	長崎創生推進室
具体的な取組みの担当課	長崎創生推進室
関係課	広報広聴課、東京事務所、都市経営室、移住支援室、平和推進課、観光交流推進室、ふるさと納税推進室、長崎学研究所、地域センター（高島、外海、琴海）、文化振興課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(5) 関係人口を創出・拡大する	① 域外の人材と関係する機会の充実	長崎創生推進室

### 成果

① 域外の人材と関係する機会の充実
<ul style="list-style-type: none"> <li>●長崎〇〇LOVERSプロジェクトにおいて、市民の長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビックプライド」を高めるとともに域外の人材と関係する機会の充実を図るため、小中学校での出前講座やSNSにおける写真投稿キャンペーンを実施したことにより、市民や長崎を訪れた方々の自主的な魅力の探求や発信などが図られ、関係人口の創出や拡大に向けた機運の醸成につながった。</li> <li>●長崎学研究事業について、長崎の歴史文化に関する理解促進を図るため、長崎学ネットワーク会議公開学習会を5回開催し、延べ265人の参加者があったことにより、長崎学の最新の研究成果を市民に発信することができた。このうち3回3名の域外研究者を講師として招いたほか、域外研究者3名から長崎学研究所紀要「長崎学」へ論考の寄稿を受けたことにより、域外の専門家人材との連携が図られ、今後の協力関係を築くことができ、関係人口の創出につながった。</li> <li>●交流人口や関係人口の増加を図るため、新長崎駅や新市庁舎の建設など100年に一度とも言われる長崎市の変化をまとめて紹介するシティープロモーション「長崎MIRAISM」を展開した。メインターゲットである若者の目線で長崎の新しい過ごし方や楽しみ方を紹介した動画を制作するなど、ホームページのコンテンツ充実を図るとともに、SNS広告などのWeb媒体を中心とした広告を行ったことにより、Twitterの県外フォロワーが8,000人以上増加し、市外の方に長崎の新しい魅力を紹介できた。</li> <li>●遠藤周作生誕100年記念事業については、遠藤文学の魅力を広く市内外へ伝え、それらを次世代につなぐため、若い世代に向けてSNSを活用したプロモーション等を12月末より実施し、品川駅構内や山陽新幹線内への広告掲載など、県外に向けた周知にも力を入れ、生誕100年の機運を高め、令和5年3月27日に特別企画展をスタートした。初日から3日間の来館者数は約190人で、令和4年度来館者数の平均の約1.8倍であり、21都道府県の方が訪れ、来館者数の増加につながった。</li> </ul>

## 問題点とその要因

### ① 域外の人材と関係する機会の充実

● SNSにおける写真投稿キャンペーンや出前講座等により企画趣旨の浸透に向けた取組みを進めているものの、Instagramの既存のフォロワー以外に向けた効果的な周知ができておらず、新規フォロワーの獲得ができていない(現在のフォロワー約5,000人)。また、新型コロナウイルス感染症拡大により、長崎〇〇LOVERSの企画趣旨を広範囲に広めるための地域に出向いてのイベント等への参加などを積極的に行うことができず、市民や域外の方に向けたさらなる浸透や自走化の促進を図れていない。

● 長崎学ネットワーク会議公開学習会は一定数の参加者があるものの比較的高齢の世代が多く、講座に関する周知が十分でないことなどにより、若い世代の積極的な参加につなげていない。

● 令和3年度に「長崎MIRAISM」のTwitterを開設後、フォロワー数は約14,000人を超えたが、市外・県外の多くの方に長崎の新しい魅力を発信し、十分に情報を拡散できるフォロワー数とまでは言い難い状況である。

● 遠藤周作生誕100年記念事業については、SNSを使って遠藤文学の魅力を発信し、交通広告やSNS広告など、首都圏に向けた生誕100年のプロモーションを行っているものの、コロナの影響もあり、コロナ禍前の来館者数までは増加していない。(来館者数:令和4年度:12,835人 令和元年度19,570人)

## 今後の取組み方針

### ① 域外の人材と関係する機会の充実

**改善** ● 長崎〇〇LOVERSプロジェクトについて、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが「5類感染症」に変更された中で、SNSでの発信数や新規フォロワーを獲得するための取組みとしてInstagramの投稿キャンペーン等を行い、広く企画趣旨の浸透を図るとともに、イベント等への参加などのさらなる取組みも検討し、域外の人材と関係する機会の創出及び自走化の促進を図る。

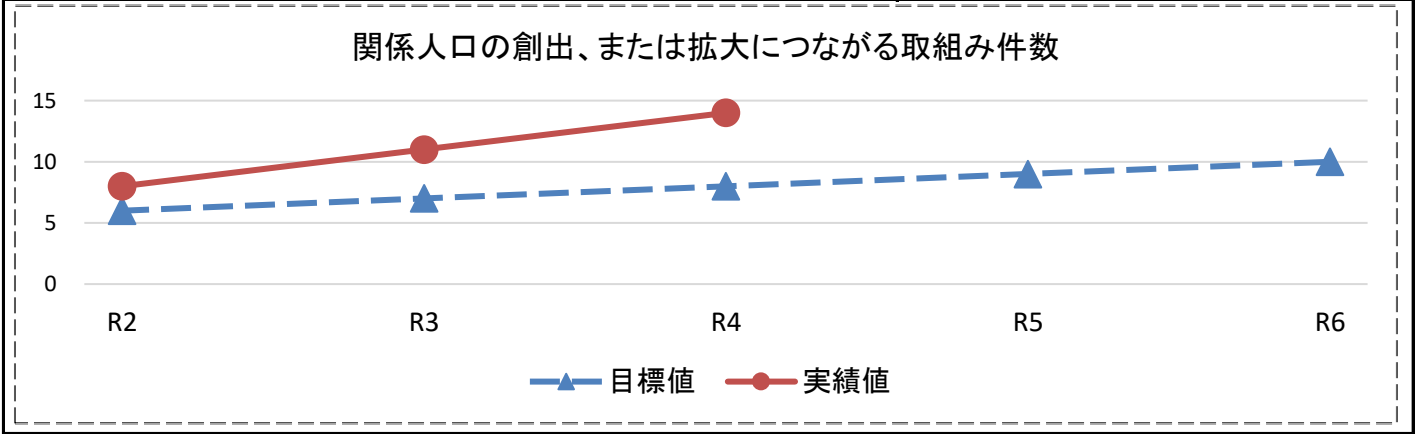
**継続** ● 長崎市民の皆さんが長崎市の魅力を自ら考え、域外へ長崎の日常の魅力を発信することで長崎ファンを創出する。  
● 情報発信力、情報収集力を高めるため、市域外における情報発信力や社会的影響力のあるクリエイター等とのネットワークの構築及び活用(情報発信・情報収集)を図る。(継続)  
● 幅広い世代が、楽しみながら歴史文化をはじめとする長崎の魅力について学ぶ機会が増えるよう、SNSの活用等による効果的な講座情報等の情報発信に努める。(新規)

**継続** ● まちの進化の進捗に応じて「長崎MIRAISM」のコンテンツの充実を図る。また、「長崎MIRAISM」の内容を、働く世代に情報が一層届くようにするため、SNSやWebメディアを中心とした発信を行う。

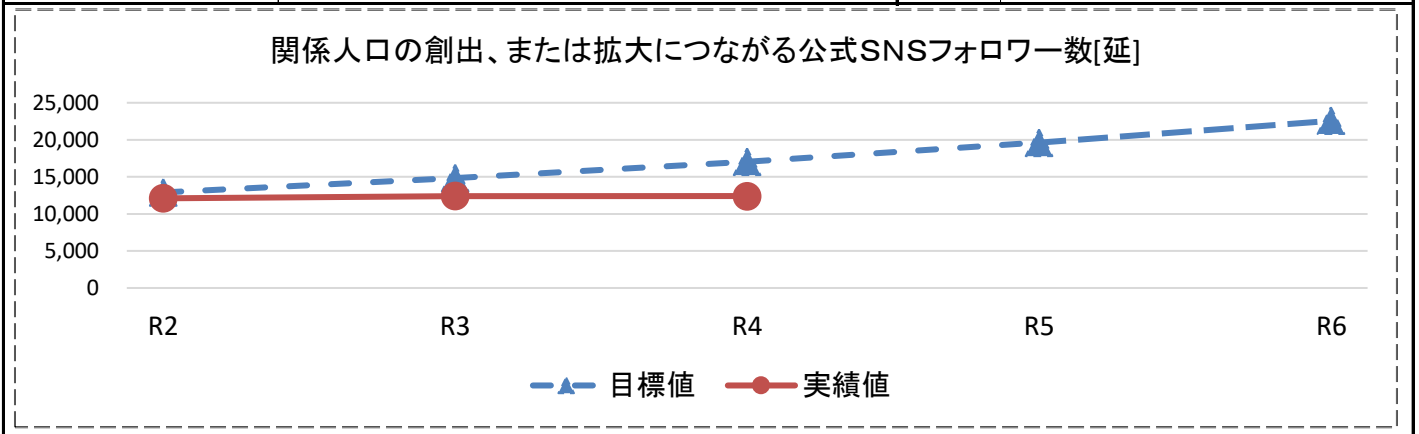
**継続** ● 引き続きSNS等を通して遠藤文学の魅力を発信するプロモーションを実施し、観光分野とも連携し外海地区の魅力発信も行う。

重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
関係人口の創出、または拡大につながる取 組み件数	5件 (元年度)	10件 (6年度)	目標値	6	7	8	9	10
			実績値	8	11	14		
関連する具体的取組み	①域外の人材と関係する機会の充実			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
関係人口の創出、または拡大につながる公 式SNSフォロワー数[延]	11,215人 (元年度)	22,558人 (6年度)	目標値	12,897	14,832	17,057	19,616	22,558
			実績値	12,101	12,395	12,389		
関連する具体的取組み	①域外の人材と関係する機会の充実			備考				





施策を推進する主な事業

1	事業名	まち・ひと・しごと創生総合戦略推進費(うち長崎〇〇 LOVERSプロジェクト分)	担当課	長崎創生推進室	
	事業目的	市民が日常の中で感じている長崎の魅力を再認識し、長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビックプライド」を高めるとともに、域外に新たな長崎ファンをつくって長崎市への新たな来訪者の増加や滞在時間の延長などによる消費の拡大に向けた取組みを進める。			
	事業概要	市民のシビックプライドの醸成や域外への発信による長崎ファンの創出に向けて、SNSでの写真投稿キャンペーンや出前講座を実施するもの。			
	取組実績	出前講座開催 2回 SNS写真投稿キャンペーン 実施回数 1回 応募件数 54件	決算(見込)額	511,335	円



【SNS写真投稿キャンペーン】



【出前講座】

2	事業名	シティプロモーション推進費	担当課	広報広聴課	
	事業目的	長崎市への興味関心を高め、交流人口や関係人口の増加につなげる			
	事業概要	シティプロモーション「長崎MIRAISM」の市外向けの情報発信			
	取組実績	長崎ミライツーリズム等コンテンツの充実(2エリアの追加) SNS広告の実施(Twitterフォロワー獲得広告 8,373人)	決算(見込)額	9,968,200	円



【長崎ミライツーリズム】





3	事業名	長崎学ネットワーク会議公開学習会	担当課	長崎学研究所		
	事業目的	長崎学の最新の研究成果を市民に報告・還元する機会を設け、長崎の歴史文化への理解促進を図				
	事業概要	長崎学に関連する研究に従事する講師を市内外から招聘し、公開学習会を開催する。				
	取組実績	長崎学ネットワーク会議公開学習会 開催回数 5回 延べ参加者数 265名 うち域外の研究者人材を講師として招いた回数 3回(3名)	決算(見込)額	261,140	円	

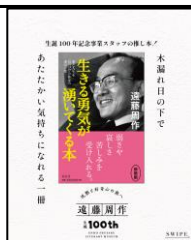


【公開学習会の実施状況】



【公開学習会の実施状況】

4	事業名	遠藤周作生誕100年記念事業	担当課	文化振興課		
	事業目的	遠藤周作が生誕して令和5年3月27日で100年を迎えることから、令和4～5年度を遠藤周作生誕100年の記念の年とし、この貴重な唯一の機会を活かして遠藤文学の魅力を広く市内外へ伝え、その功績を称えるとともに、それらを次世代につなぐための事業を実施するもの。				
	事業概要	市内外へ遠藤周作や外海の魅力を発信し、遠藤周作文学館へ来館いただくきっかけとなるよう、公式SNSや特設サイト、様々な媒体を活用した広告などによる広報プロモーションを行うもの。また、遠藤周作生誕100年特別企画展を実施し、企画展の開催にあわせて各都道府県から訪れてもらう取り組みとして「来館者マッププロジェクト」を実施するもの。				
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報プロモーションの実施 (ロゴマークの制作、公式SNS・特設サイトの開設・運営、交通広告等主に県外に向けた各種媒体を活用した広告、全国の書店への周知)</li> <li>・生誕100年特別企画展の開始(会期: R5.3.27～R6.9.26)</li> <li>・来館者マッププロジェクト(R5.3.27～3.30 21都道府県の方が来館)</li> <li>・記念講演会の実施 1回(R5.3.25開催・入場チケット300枚完売)</li> </ul>	決算(見込)額	17,712,107	円	



【公式インスタグラム: 著書紹介】



【生誕100年特別企画展】