

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6年7月17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、新産業推進課、都市経営室、長崎創生推進室
関係課	ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室、都市計画課、商業振興課、農林振興課、水産振興課、住宅政策室、国際課、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、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	
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	新産業推進課
(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	長崎創生推進室
(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

●移住者、誘致企業は増加し、新事業や新分野進出への取組みも進んでおり、移住人材、創業企業、誘致企業が地場企業とともに産業の活性化に寄与しているものと考えられる一方で、企業立地用地不足やデジタル人材の不足など解決すべき課題がある。

●原油・原材料高騰の影響を受けた事業者に対する生産性向上支援、地場事業者の情報発信などによる人材確保支援、販路拡大などの競争力強化支援などの取組みが一定進んでいるものの、物価高騰や円安に伴うコスト高などにより、売上や利益の伸びを実感できているとは言い難い。

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

- 地場企業を核とした新規事業創出を目指すコミュニティの創出・拡大を図るため、多様な主体との交流を促進するとともに、新規事業創出に向けたプロジェクトが継続的に創出・育成される環境を構築する。
- 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る。
- 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企業立地用地としての適地調査を行い、候補地を選定するとともに、為石浄水場跡地について、南環状線トンネル工事に伴う発生土を活用し、企業立地用地として整備する。
- 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するため、移住希望者と長崎市内の企業をつなぐイベントを実施するとともに、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。
- 地元企業の人材育成につながるよう、関係機関と連携した後継者育成や経営力強化の取組みに対する支援を行うとともに、社会情勢や学生のニーズ・動向などを踏まえ、各年代に応じたきめ細やかな情報発信を強化する。また、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の採用活動の支援や「新しい働き方」の伴走支援など、受け入れ態勢の整備に向けた支援を行う。

(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する

- スタートアップ支援において、長崎県や金融機関等と引き続き情報共有・連携強化を図るとともに、起業後の事業フェーズごとの支援ニーズを把握し、事業内容のブラッシュアップなど事業化に向けた支援や、投資家とのマッチング機会の創出など、持続的な成長をサポートする機能の充実に取り組む。
- 交流人口の拡大の好機を活かし、地場事業者の販路拡大につながる取組みを支援するための効果的な補助制度を実施する。併せて、関係機関と連携して長崎の優れた技能・技術を活かした魅力ある製品や、豊富な農水産物や加工品の魅力を発信するとともに、ふるさと納税制度の活用など域外への販路拡大を促す機運を醸成し、地場事業者の市場での競争力強化につなげる。
- 水産業における新規着業者に対する支援の充実を図り、経営の安定化と地域への着業を促進する。
- 新規就農者の確保・育成については、経営安定及び就農定着に向けて、就農初動期の負担軽減のための支援を図るとともに、支援制度の十分な周知に努めるほか、お試し農業体験を実施する。
- 水産業におけるスマート機器導入の効果検証と横展開を推進し、沿岸の漁船漁業についてもスマート化に向けた検討を進めるとともに、多面的活動を継続し、専門家のサポートや組織間の情報共有を進め効果的な藻場造成を図る。
- 長崎びわ「なつたより」については、災害に強い産地づくりに向けて、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推進する。また、びわ産地全体として、高齢化や労力不足による生産環境の維持が課題となっていることから、スマート農業機器を活用した防除作業やハウスピニールの張替などを行う作業受託組織の設立・運用について検証を行う。
- いちごや花き等の施設園芸作物については、さらなる生産性や収益性の向上に向けて、スマート農業機器等の導入を推進するとともに、小規模基盤整備等に対する支援や燃油価格高騰対策に継続して取り組む。

(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、今年度も長崎スタジアムシティと連携した取組みを行うこととしており、今後とも学生ニーズを捉えた長崎ならではの学びの場を創出し、魅力向上を図っていく。
- 「ながさき若者会議」の取組みについては、R8年度以降も引き続き持続可能な会議運営をするために、自走できる仕組みの構築を若者とともに考えていく。
- 留学生の県内事業所への就職率増に向けて、長崎留学生支援センターを中心として、産学官の加盟団体や企業と連携した取組みを推進する。
- 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。
- 上記取組みの一つとして、地域の特性について着目し、空き家の掘り起こしから活用に繋がる仕組みについて検討し、住みよかプロジェクト協力認定事業を活用する等して構築していく。
- 令和5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が図れるよう、現在認定している協力認定事業者の取組みのほか、必要に応じて新規認定も視野に入れて進めていく。
- 高架下広場の完成後は、広場の活用に向けたしくみづくりに向け、イベント開催等の社会実験を行う予定としており、当該広場が長崎スタジアムシティにより生じる周辺住環境への影響を緩和するとともに、賑わいの創出にも貢献できるよう、社会実験を通じて地域と共生した広場活用のしくみづくりを検討していく。
- 若者を対象とした体験事業について、引き続き若者が興味・関心を持つイベント内容やチラシデザインをするなどの工夫を行い、SNS等を活用した周知を行うとともに、高校生も参加しやすい開催日時を設定することで、参加者を増やす。

(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などして、新規の移住相談者を増やしていくとともに、ワーケーションのコーディネート機能の充実を図るため、長崎市内外の企業が参画する官民連携組織を構築し、持続可能なワーケーションの受け入れの仕組みを構築することで、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。

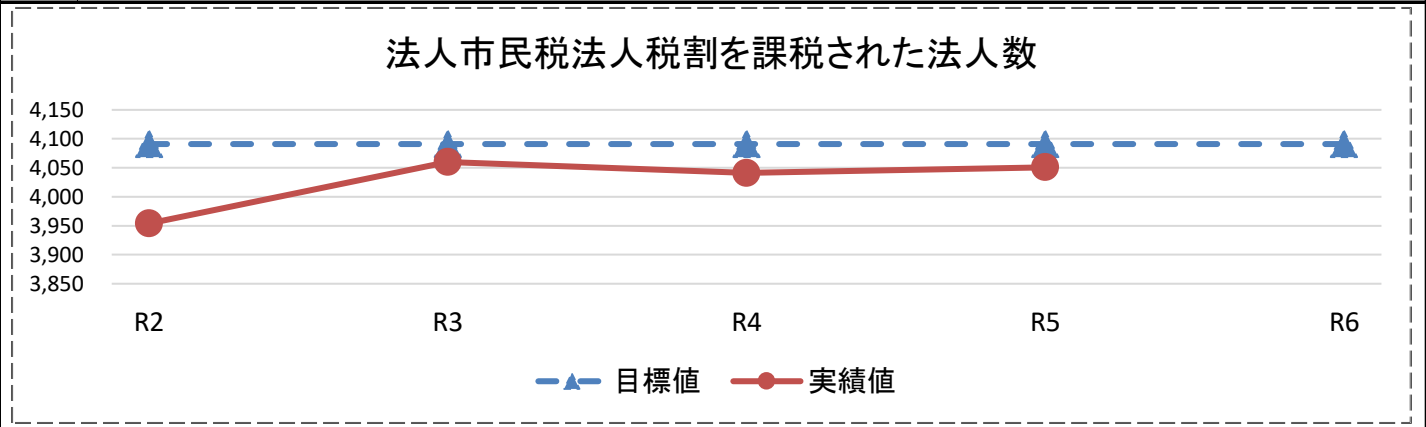
(5) 関係人口を創出・拡大する

- 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、長崎創生プロジェクト認定事業との連携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。
- ワーケーションの推進にあたり、コーディネート機能の充実を図るため、長崎市内外の企業が参画する官民連携組織を構築し、持続可能なワーケーションの受け入れの仕組みを構築することで、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組みを行う。
- シティプロモーションの内容を刷新する予定であり、長崎市の魅力が市外の多くの人々に伝わるような、新たなコンセプトの検討、広報ツールを制作するとともに、SNSを中心とした情報発信を行う。
- 遠藤文学の魅力を市内外に発信するとともに、生誕100年記念事業の成果を活かしながら特に次世代につなぐ取組みに注力する。また、観光分野とも連携し文学館を含めた外海地区の魅力発信を行っていく。
- 首都圏との関係交流促進のため、物産イベント等への出展参加、SNSの活用、修学旅行誘致に係る講演、市人会及び在京同窓会への参加等、様々な方法で首都圏在住者に向けた長崎市の情報発信を行う。

数値目標の進捗状況

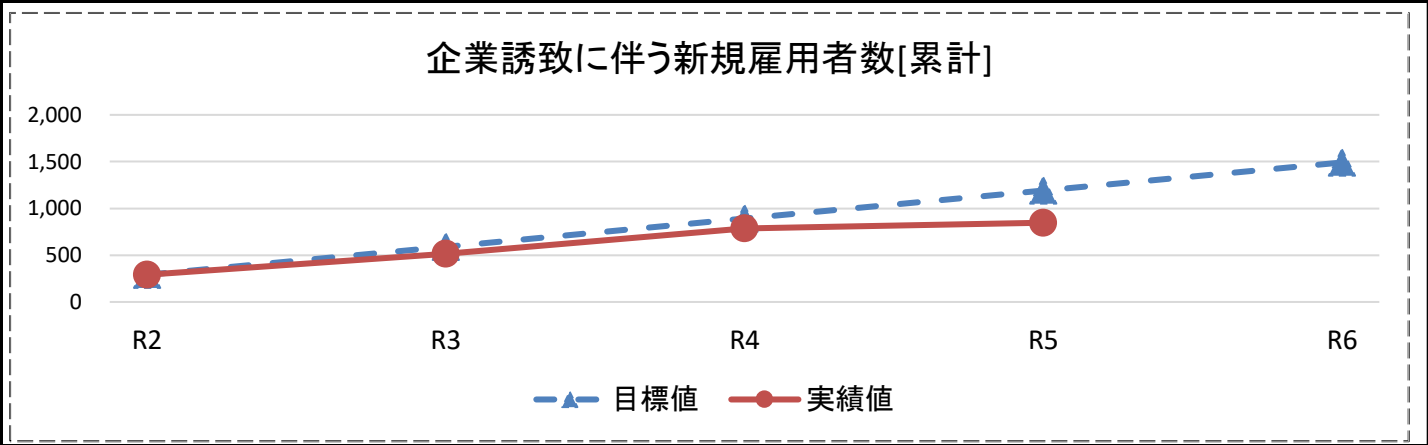
指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091社 (28~2年 度平均)	4,091社 (6年度)	目標値	4,091	4,091	4,091	4,091	4,091
			実績値	3,954	4,060	4,041	4,051	

備考



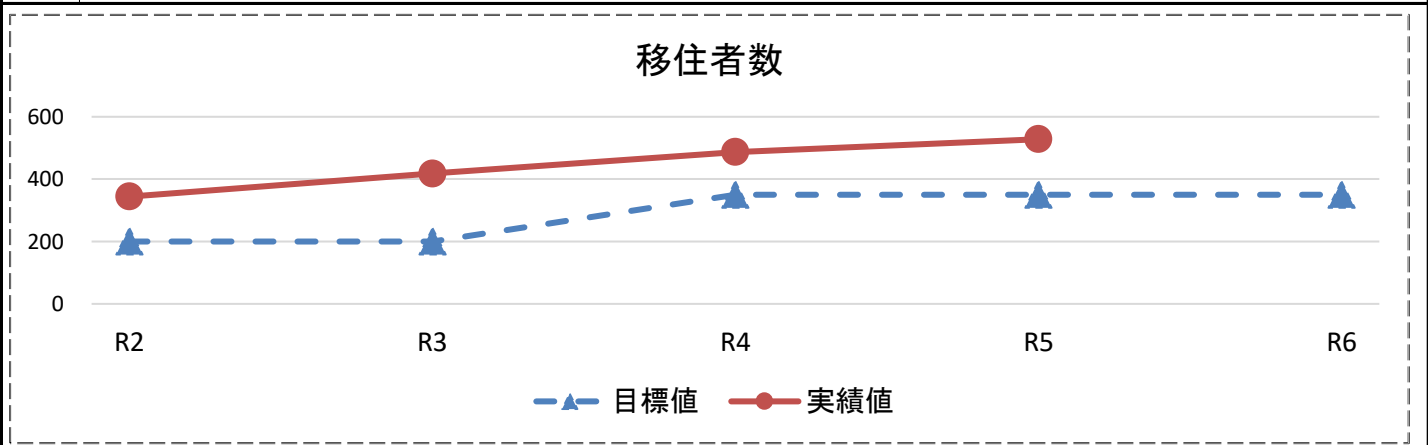
指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
企業誘致に伴う新規雇用者数[累計]	291人 (2年度)	1,491人 (6年度)	目標値	291	591	891	1,191	1,491
			実績値	291	515	785	847	

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	528	

備考



年度別主な取組み内容

R3年度	R4年度	R5年度
<ul style="list-style-type: none"> ・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) ・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) ・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) ・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) 	<ul style="list-style-type: none"> ・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) ・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9件、令和2年度からの累計15件) ・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) ・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) ・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) 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業誘致の取組みによる企業立地件数の増加(令和5年度6件、令和2年度からの累計17件) ・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5年度7件、令和2年度からの累計22件) ・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5年度57件、令和2年度からの累計167件) ・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(17件) ・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5年度528人)

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6年7月17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
	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。
施策主管課	産業雇用政策課
具体的な取組みの担当課	新産業推進課、産業雇用政策課
関係課	ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室、都市計画課

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
(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	新産業推進課
	② 企業立地の推進	新産業推進課
	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
<ul style="list-style-type: none"> ●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、新事業創出に係るセミナー(参加者192人)、メタバース企業交流セミナー(参加者23人)、プロジェクト形成期の活動や、県外企業等が市内で試行するサテライトオフィス活用に対する補助等を行ったことにより、新たな実証実験(7件)の実施や、新規事業創出等に関心のある県外企業等の来訪(15件、70人)が図られ、新規事業の創出・育成に寄与した。また、新たに新産業イノベーションコミュニティ活動費補助金を創設し、新規事業の創出のためのコミュニティ形成に向けた活動の活性化を支援した(1件)。 ●新製品、新サービス開発、事業拡大、DXの推進、新事業展開等の支援のため、原油・原材料高騰の影響を受けた事業者に対して「長崎市チャレンジ企業応援補助金」を実施したことにより、売上や収益の拡大に向けた取組みが進み、個社の経営課題の解決が図られた。(81件)
② 企業立地の推進
<ul style="list-style-type: none"> ●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:2,386件、市の企業訪問件数:43件)を行ったことにより、542人の新たな雇用が見込める企業立地(新設6社)が決定した。 ●誘致企業や地場企業の企業間交流のため、「IT・デジタル」「海洋・ものづくり」「生命科学」3分野の交流会を実施し、計92人の参加者間で交流を図った。 ●本市のIT関連産業をはじめとした産業の振興を図るため、県外から高度ITエンジニアを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補助を行ったことにより、域外からのデジタル人材の確保につながった(1件)。

③ 働きやすい職場環境づくりの推進
<ul style="list-style-type: none"> ●学生を含めた若者等が求める職場環境と地元企業のアンマッチを解消するため、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。)をテーマに、地元企業に対し、先進事例紹介や意識啓発のセミナーを合わせて2回開催(参加企業61社72人)するなど、地元企業の意識の啓発を図り、「新しい働き方」に取り組むきっかけづくりに努めた。
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"> ●高校生や大学生を始めとする若者に対し、学生の7割が情報源としているSNS(Instagram、X)にて、「長崎での暮らし」や「働く魅力」及び「学生の就職活動に役立つ情報」を週2回投稿するとともに、企業紹介ショート動画を週1回程度配信した。このような取り組みにより、動画の総再生回数が約27万回となるなど、若者に向けて地元企業の情報発信を強化することで、地元企業の認知度向上に努めた。 ●働く「人」に着目して会社の特徴や雰囲気や学生に伝える企業紹介サイト(NAGASAKI WORK STYLE)の掲載企業を12社増やすとともに(掲載企業数は122社)、SNS広告で周知するなどして、サイトへ誘導を図ることで、アクセスが78,269件増加し、地元企業の認知度向上に努めた。 ●地元企業に対して、インターンシップについてのセミナーを3回開催(参加者90社)し、昨今の新卒者採用活動におけるインターンシップの重要性について、地元企業への浸透を図り、地元企業のインターンシップの内容充実と実施に向けたきっかけづくりに努めた。 ●従来実施していたSNS等広告、PR動画の制作及び就職イベントへの出展に加え、採用に係るホームページの制作や改修、採用活動の見直し等に対応するための採用コンサルティングへの補助制度を新たに整え、人材確保において人手不足やノウハウ不足、コスト不足への対応に苦慮している企業の採用活動の支援(計18社)を行うことで、地元企業の採用強化を図った。

問題点とその要因

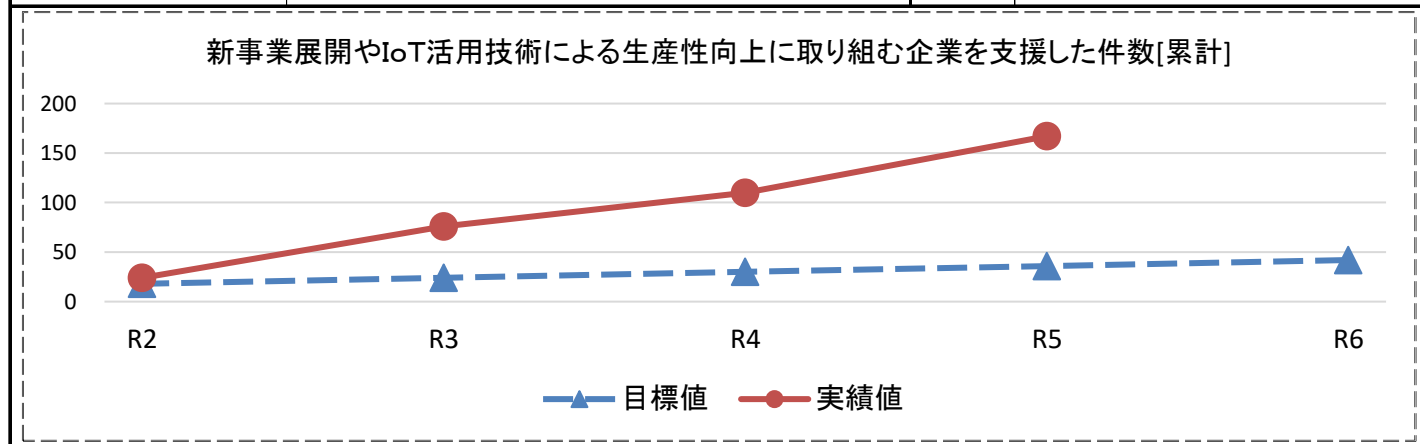
① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成
<ul style="list-style-type: none"> ●新規事業創出に参画する企業は、県外企業が大半を占め、特定の企業に取組みが集中しており、地場企業の参入が少ない。 ●コミュニティ形成・プロジェクト組成に対する支援体制が確立されておらず、継続的かつ一貫した支援が十分にできていない。また、経済成長戦略において重点施策に位置づけている「情報、環境」、「海洋・ものづくり」、「生命科学」、「交流」の各分野に対する重点的な支援が不十分である。
<ul style="list-style-type: none"> ●物価高騰や人手不足の影響により、新製品・サービス開発の取組みよりも効率化や省力化など生産性向上の取組みを行った事業者が多かった。
② 企業立地の推進
<ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●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、県外デジタル人材の市内への就業促進を図るため、都市部人材向け企業情報発信としてSNS広告や高度ITエンジニア確保支援補助金を実施しているものの、依然として誘致企業においても人材採用に苦慮している。
③ 働きやすい職場環境づくりの推進
<ul style="list-style-type: none"> ●「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、学生が魅力を感じる働き方を認識する企業は増えているものの、人手不足やノウハウ不足などの理由により、「新しい働き方」の導入に取り組む地元企業は少ない状況である。
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"> ●地元企業を紹介するSNSやホームページの広報手段は整いつつあるものの、小学生から大学生に向けた情報発信の手法等の整理が十分でないことから、各年代に応じたきめ細やかな情報発信ができていない。 また、就職に影響を持つ保護者世代への対応については、地元就職促進にかかるセミナーの実施にとどまっていることから、更なる情報発信の強化が必要である。 ●これまでも地元企業の採用活動に対して支援を行ってきたが、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。

今後の取組み方針

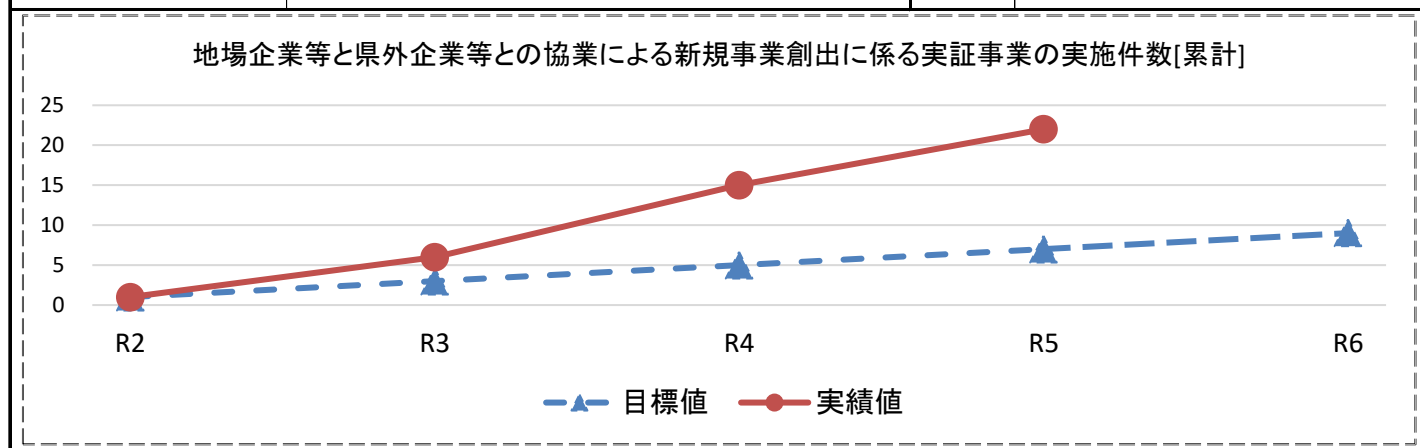
① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成	
改善	●地場企業を核とした新規事業創出を目指すコミュニティの創出・拡大を図るため、多様な主体との交流を促進するとともに、新規事業創出に向けたプロジェクトが継続的に創出・育成される環境を構築する。その実現のため、コミュニティ活動状況等の情報発信や、外部人材を活用したハンズオン支援にも取り組む。
改善	●新規事業創出に向けて、コミュニティ形成、プロジェクト組成、ビジネス化という流れで支援を実施しているが、重点4分野においては補助の拡大枠を新たに設けるとともに、民間のノウハウを活用した伴走支援にも重点的に取り組むことで、同分野における新規事業創出を促進する。
継続	●消費者の嗜好や生活様式、または企業ニーズや販売方法などが大きく変わるなか、各購買層やニーズに対応した商品づくりを促進していく必要があることから、引き続き、市内事業者による魅力ある新製品・新サービスの開発や、販路開拓・拡大の取組みを支援し、競争力の強化を図る。
② 企業立地の推進	
改善	●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としての適地調査を行い、候補地を選定する。
新規	●為石浄水場跡地について、南環状線トンネル工事に伴う発生土を活用して企業立地用地として整備する。
改善	●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訴求するため、移住希望者と長崎市内の企業をつなぐイベントを実施するとともに、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。
③ 働きやすい職場環境づくりの推進	
継続	●「新しい働き方」について、人手不足の中、企業単体で対応できない状況やノウハウ不足を解消するため、伴走型で導入支援を行う。また、このような取組み事例をセミナー等で周知していくことで、他企業のモデルとなるような好事例の創出を促進する。併せて、「新しい働き方」以外についても、課題等を分析し、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し、人手不足を解消するために、若年者だけでなく多様な人材の雇用促進につながる支援を行う。
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)	
改善	●小学生から大学生に向けた情報発信の手法等の整理が十分でないことから、効果的な情報発信が行えるよう関係機関を通じて学生のニーズ把握等の情報収集を行い、各年代に応じたきめ細やかな情報発信を強化する。また、セミナー動画を活用するなど、就職に影響を持つ保護者世代への取組みを強化する。
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、採用活動に要する経費などの支援を引き続き実施する。また、深刻な人手不足に対応するため、新たに社会情勢やニーズの変化を的確に捉えた多様な人材の雇用促進を図る取組みや、若年者等の地元就職・定着を促進する取組みへの支援も検討し、地元企業の採用活動支援を強化する。

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
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	167	
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				



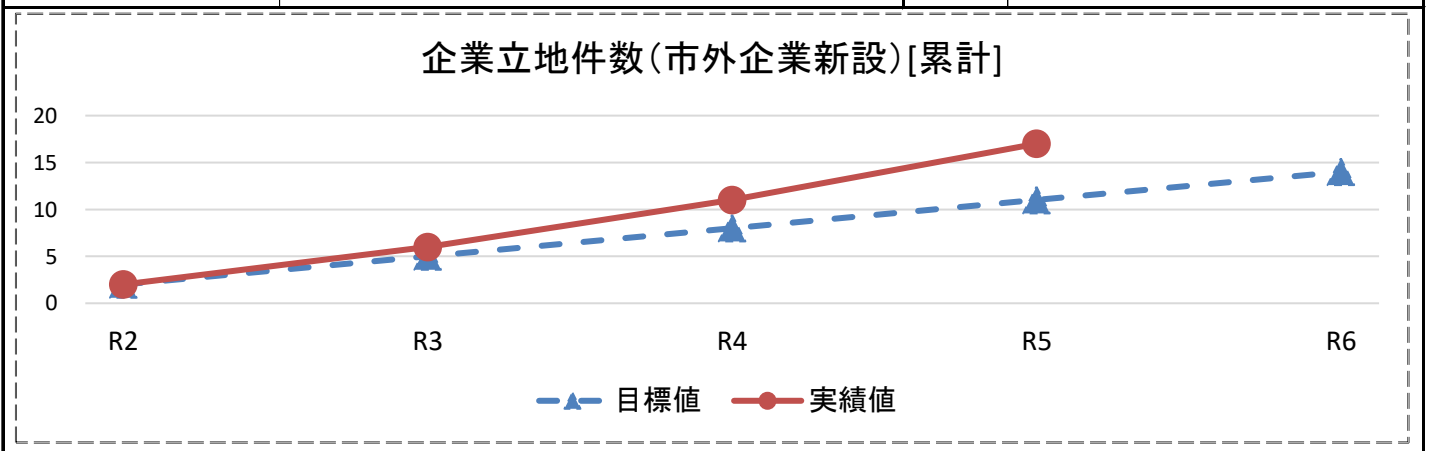
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数[累計]	1件 (2年度)	9件 (6年度)	目標値	1	3	5	7	9
			実績値	1	6	15	22	
関連する具体的取組み	①地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成			備考				



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	17	

関連する具体的取組み ②企業立地の推進

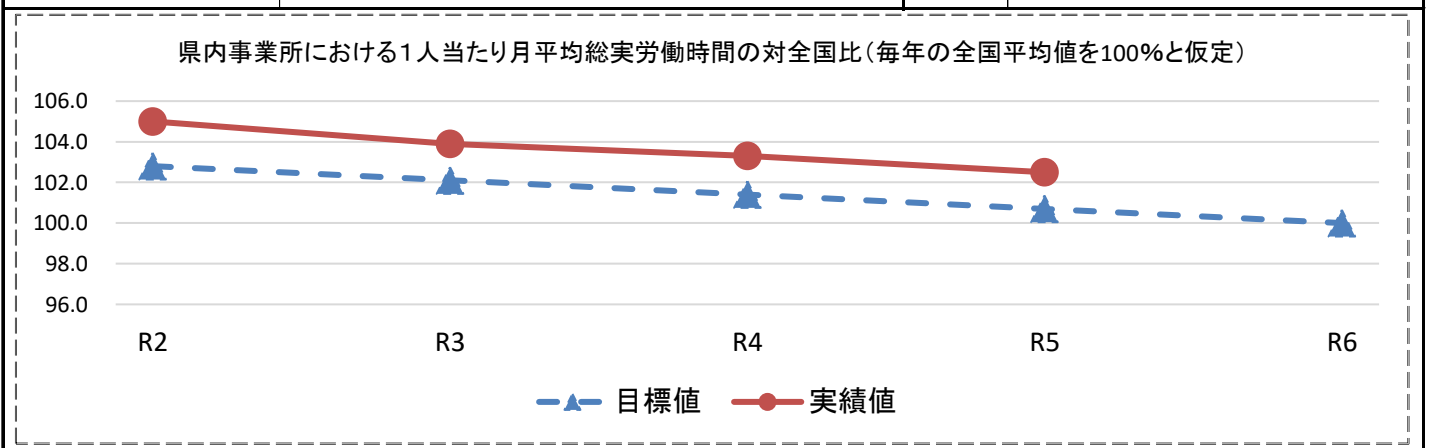
備考



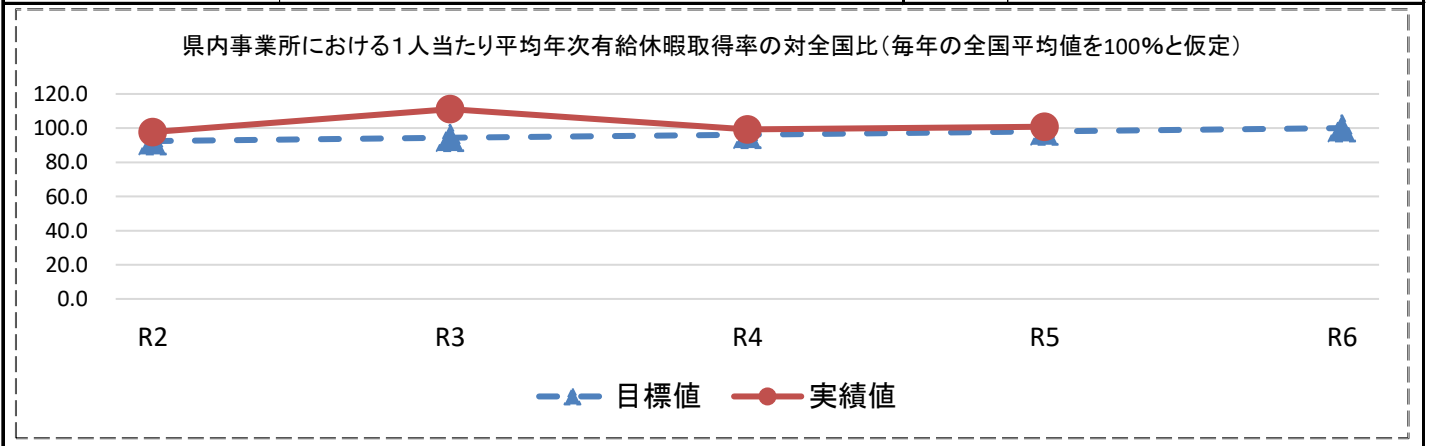
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
県内事業所における1人当たり月平均総実労働時間の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	104.2% (30年)	100.0% (6年)	目標値	102.8	102.1	101.4	100.7	100.0
			実績値	105.0	103.9	103.3	102.5	

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

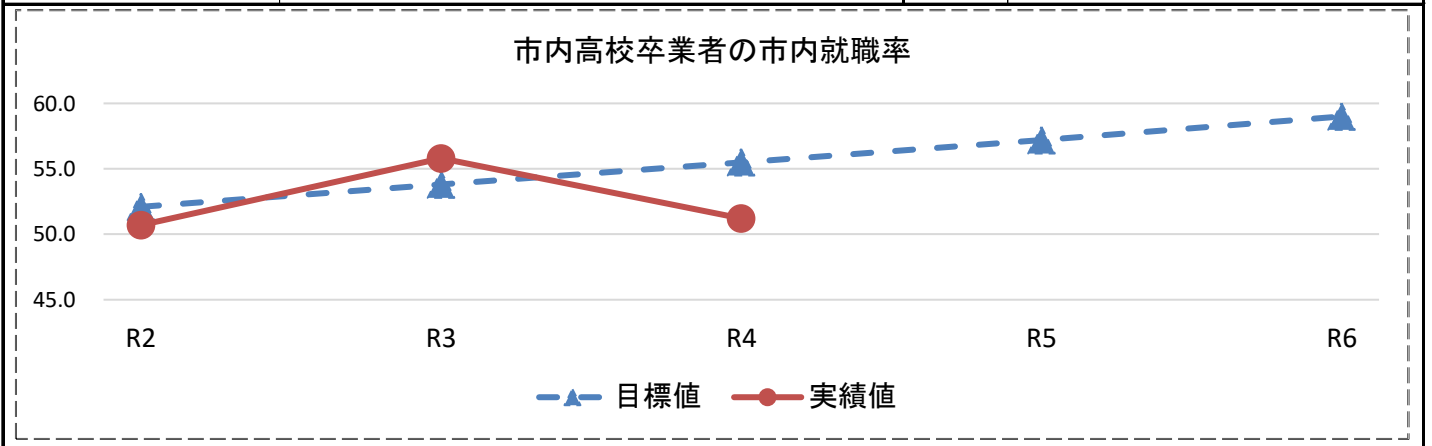
備考



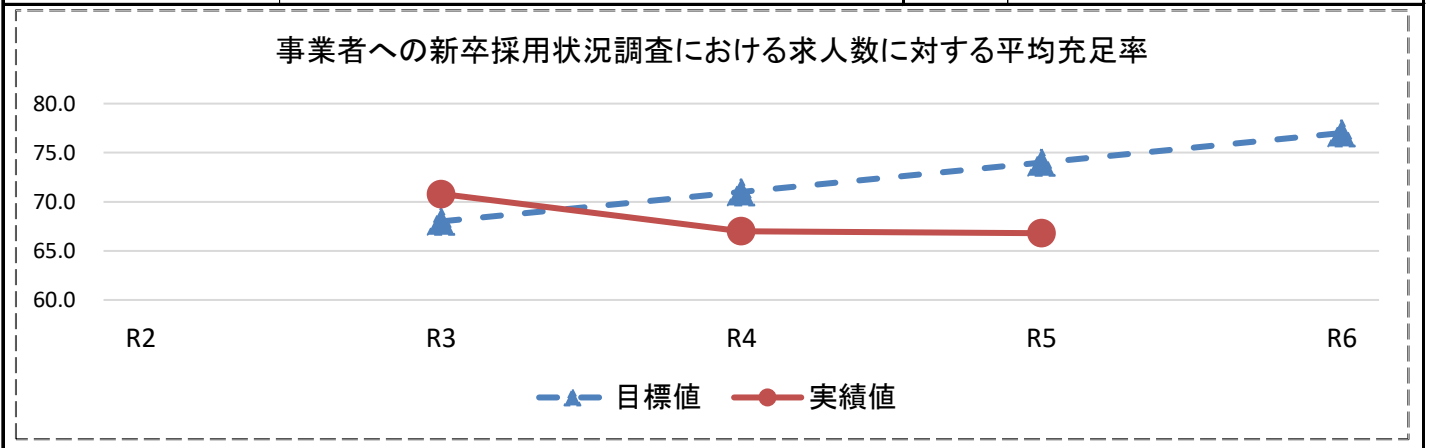
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
県内事業所における1人当たり平均年次有給休暇取得率の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	88.6% (30年)	100.0% (6年)	目標値	92.4	94.3	96.2	98.1	100.0
			実績値	97.7	111.1	99.3	100.8	
関連する具体的取組み	③働きやすい職場環境づくりの推進			備考				



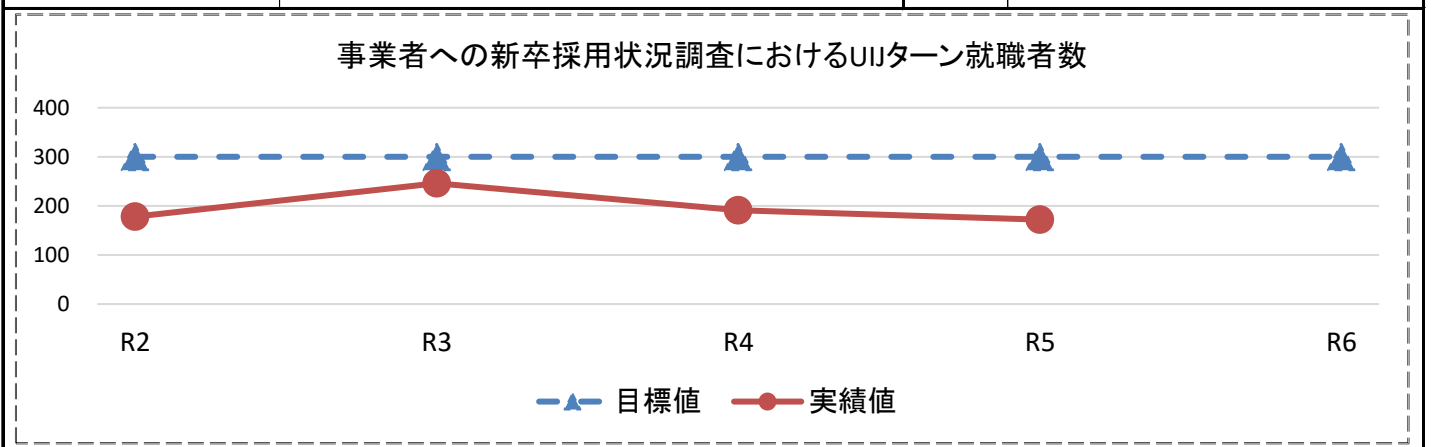
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
市内高校卒業者の市内就職率	48.7% (30年度)	59.0% (6年度)	目標値	52.1	53.8	55.5	57.2	59.0
			実績値	50.7	55.8	51.2	確認中	
関連する具体的取組み	④地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)			備考	※R5年度の実績値は令和6年8月頃公表予定			



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	66.8		
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	172	
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	新産業推進課
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"> ・新規事業創出機運醸成セミナー 全1回、参加者数192人 ・メタバース企業交流イベント 全1回、参加者数23人 ・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 4件 ・実証事業実施件数 7件 <p>②企業コミュニティ醸成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 15件、70人 <p>③スタートアップ支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー 全4回、参加者数延116人 ・ワークショップ 全1回、参加者数9人 ・起業家育成プログラム「コッコデショ！」 回数 全10回(7月～3月) 受講者数 17人 ・Nagasaki Startup Compassサミット2024開催 参加者数:114人(オンライン含む) 	決算(見込)額	15,303,494 円



【おさかなサブスクプロジェクト】



【Nagasaki Startup Compassサミット2024】

2	事業名	企業立地推進費	担当課	新産業推進課	
	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(公財)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"> ・市職員による企業訪問件数 38件 ・企業立地決定件数 6社 雇用予定者数 542人 ・企業立地奨励金交付企業 17社 213,710千円 	決算(見込)額	222,233,787	円



【ONE DEJIMA立地協定調印式】



【企業交流会】

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	<p>【地元で働く魅力の発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元就職促進プロモーション SNS投稿+企業紹介ショート動画、フォロワー数 フォロワー数及び登録者数 Instagram 1,172人 X 2,548人 YouTube 718人 動画総再生回数 267,655回 ・企業紹介サイト 掲載企業数122社 サイト閲覧数114,741件(令和5年度) ・保護者向け地元就職促進セミナー 参加者:78名(会場参加21名、オンライン参加57名) <p>【地元企業の受入態勢支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材確保支援費補助金 交付決定企業数:18社 ・経営者層向け新しい働き方マインドアップセミナー 参加企業数:15社15人 ・先進事例紹介セミナー 参加企業数:46社57人 	決算(見込)額	25,165,884	円



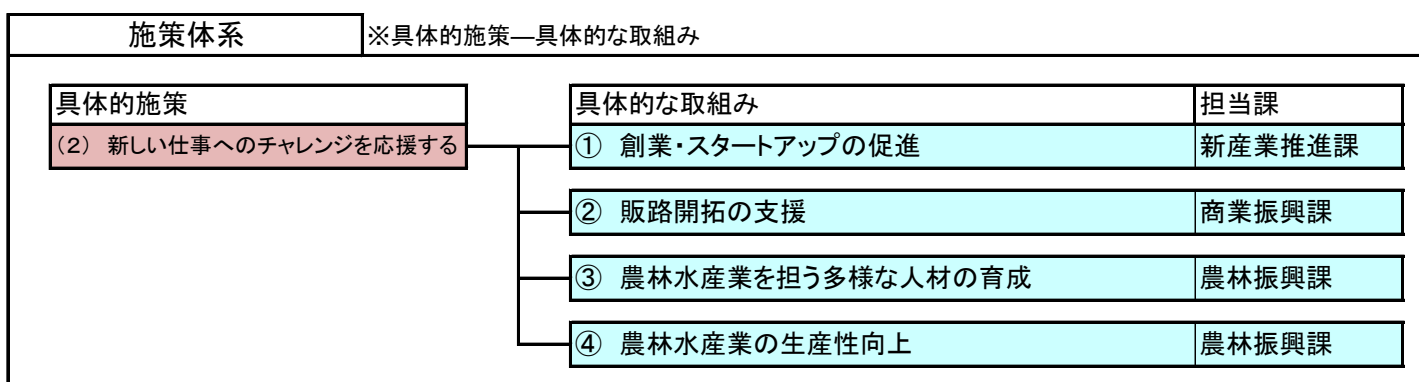
【地元就職促進プロモーション】



【NAGASAKI WORK STYLE (企業紹介サイト)】

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	(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する
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。	
施策主管課	新産業推進課
具体的な取り組みの担当課	商業振興課、農林振興課
関係課	水産振興課



成果

① 創業・スタートアップの促進
●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116人参加)、ワークショップ(1回、9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人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(17人)が図られた。さらに、プログラムの卒業生を対象に、メンタリング(6回、延12人)や個別相談会(5回、延5人)などのフォローアップを実施した。
② 販路開拓の支援
●「SNS等活用支援費」において、事業者の新たな顧客の獲得及び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り組み及びECサイトによる販路拡大の取り組みに対して、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(17件)。その結果、SNSのフォロワー数が増加(平均増加率227%、最大増加率865%)するとともに、ECサイトにおける売上が増加(平均増加率204%、最大増加率780%)した。
●長崎市へのふるさと納税促進による地場産品の認知度向上と販路拡大のため、ふるさと納税における新規ポータルサイトの追加及び返礼品ページのブラッシュアップ、SEO対策(キーワード検索をした際、特定の商品を上位に表示させる手法)などを実施した。令和5年度は、令和4年度の1.13倍となる1,656,560千円(件数:1.07倍 75,137件)の寄附を受け入れ、全国の寄附者に対し、返礼品として海産物・カステラをはじめとした地場産品(492,388千円分)を送付したことで販路拡大につながった。また、ふるさと納税の返礼品の登録数について、事務代行事業者と連携し、返礼品の拡充を図ったことにより、令和4年度の2,240品から約1.82倍増加し、令和5年度は、4,083品となった。
③ 農林水産業を担う多様な人材の育成
●漁業担い手を確保するため、新規漁業就業希望者2名について、刺網漁業等の実践研修を支援し、研修生の技術習得を後押ししてきた。また令和4年度に着業した2名について、地域漁業への定着を促進するため、フォローアップ事業において着業後の漁業経費等に対する支援を行い、着業後の経営安定に貢献した。
●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業支援により、令和5年度は3名が認定新規就農者となり、経営安定及び定着につながった。

<p>④ 農林水産業の生産性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ●漁業協同組合のDX化の取り組みを支援推進するため、経済システム・会計システムの改修及び付随する機器類の更新などの支援を実施したことにより、電子帳簿保存やインボイス発行に対応したほか漁協内での情報共有が可能となり、漁協事務の効率化が図られた。 ●令和4年度に導入支援を行ったAI搭載自動給餌機の運用が開始され、養殖漁業者の作業効率化及び生産性向上が図られた。
<ul style="list-style-type: none"> ●漁業生産量の維持・増大を図るため、市内の水産多面的機能発揮対策事業において、市内の13活動組織が行う漁場環境の再生活動(食害生物の除去や母藻の設置等の藻場の保全及び漂流、漂着物、堆積物の処理等)に対し支援を行ったことにより、藻場の被度が基準値の43.9%から52.1%に増加するなど、漁場環境の改善に効果があった。
<ul style="list-style-type: none"> ●長崎びわ「なつたより」の販売量の安定を図るため、令和5年度において苗木(417本)や土壌改良資材(14.0トン)の導入に対する補助を実施した。また、令和5年度から、土壌改良資材の導入に係る支援対象をハウスびわ(8.1トン)にも拡大したことや、露地びわ全体の収穫期における鳥類対策として、追払機器等の購入(11台)に対する補助を実施したことで、びわ産地全体の生産性の向上にも寄与した。また、寒害対策として、簡易ハウスの整備(9a)や小型温風器の導入(4台)に対する支援を行ったことなどにより、災害に強い産地づくりに寄与した。
<ul style="list-style-type: none"> ●いちごや花き等の施設園芸作物の経営安定を図るため、低コスト耐候性ハウスを建設するための小規模基盤整備(11,237.7㎡)に対する支援や燃油購入費用に対する支援を行ったことなどにより、生産基盤の強化や生産コストの低減に寄与した。

問題点とその要因

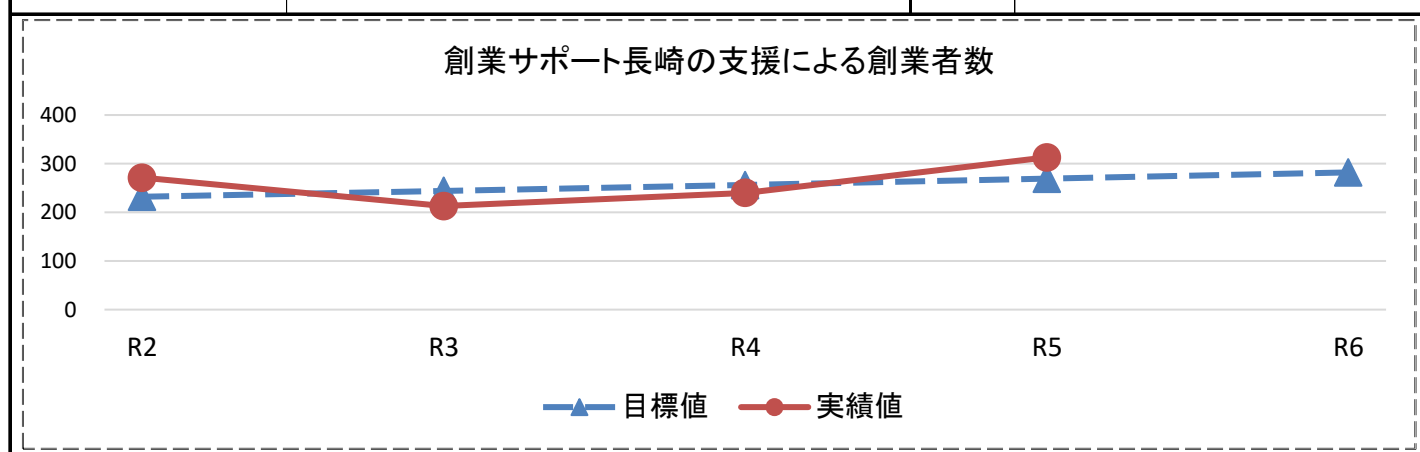
<p>① 創業・スタートアップの促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●スタートアップの機運醸成を図るため、セミナー、ワークショップ及び起業家育成プログラム等を実施しているが、参加者募集の周知が十分ではなく、参加者数が伸びていない。また、資金調達支援、投資家とのマッチングなど起業後のサポートが十分とは言えない。
<p>② 販路開拓の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ●事業者の新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大を図るため、SNS等の活用支援を行っているものの、SNSマーケティングの必要性や取組方法についての知識が不足していることにより、その取組みや資金投資ができない事業者もいる。 ●ふるさと納税において、ポータルサイトの追加等により、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ものの、全国的に寄附額が増加傾向にあり、地域間競争が激しくなっていることから、長崎市を選んでもらううえで強みとなる返礼品や、PR等が十分でない。
<p>③ 農林水産業を担う多様な人材の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ●技術習得支援については、漁場探索や漁獲技術などの未熟さから収入を安定的に得られるかや、地域漁業にうまく溶け込んでいけるかといった定着に対する不安感などから、研修中や研修後に地域漁業への着業及び確実な定着が難しく、漁業者が離職することがある。 ●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、農作業や農業経営に対する理解が浅いため、農業に対するイメージが不明瞭なまま就農しようとしていたり、逆に就農を断念する方も出てきている。
<p>④ 農林水産業の生産性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ●漁業協同組合の規模によって経営状況や業務量に差があるのに対し、デジタル化やDX化のためのシステム導入や維持管理にかかる費用は一定以上あるため、漁協間で温度差がある。 ●ICT機器の運用にあたっては、サーバー管理費や情報料等、経常的に費用が発生する状況があるが、水産関連のスマート機器についてはまだ導入事業者が少なく、経営体規模の違いや海況の年変動等を考慮する必要があり、スマート化によってどれだけの費用対効果があるのか検証できていない。
<ul style="list-style-type: none"> ●全体的な藻場の被度は増加しているものの、海流や地形等の海洋環境の違いや食害の度合い等の様々な要因により、藻場の種類や繁茂状況が海域により大きく異なっており、場所によっては被度が上がっていないエリアがある。
<ul style="list-style-type: none"> ●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)等の影響などにより、販売量が安定していない。特に、令和5年度は、令和5年1月に発生した寒害の影響により、多くの幼果が枯死したことで、令和4年度に比べると、販売量が69トンから38トンと大幅に減少した。
<ul style="list-style-type: none"> ●いちごや花き等の施設園芸作物については、新規のハウスや環境制御機器の導入が進み、生産面の効率性が高まっているものの、物価高騰によるビニールハウス関係経費や肥料・燃料等の生産コストの増加、消費の減退などにより、令和4年度に比べると、販売量は減少傾向である。また、施設園芸のニーズが高まり、質の高い農地の確保が求められているものの、国の事業要件に沿うような大規模な基盤整備の候補地がないことや、地権者の合意形成を得ることが難しい農地が多いため、新規就農希望者等の要望に見合った農地を確保することが難しい。

今後の取組み方針

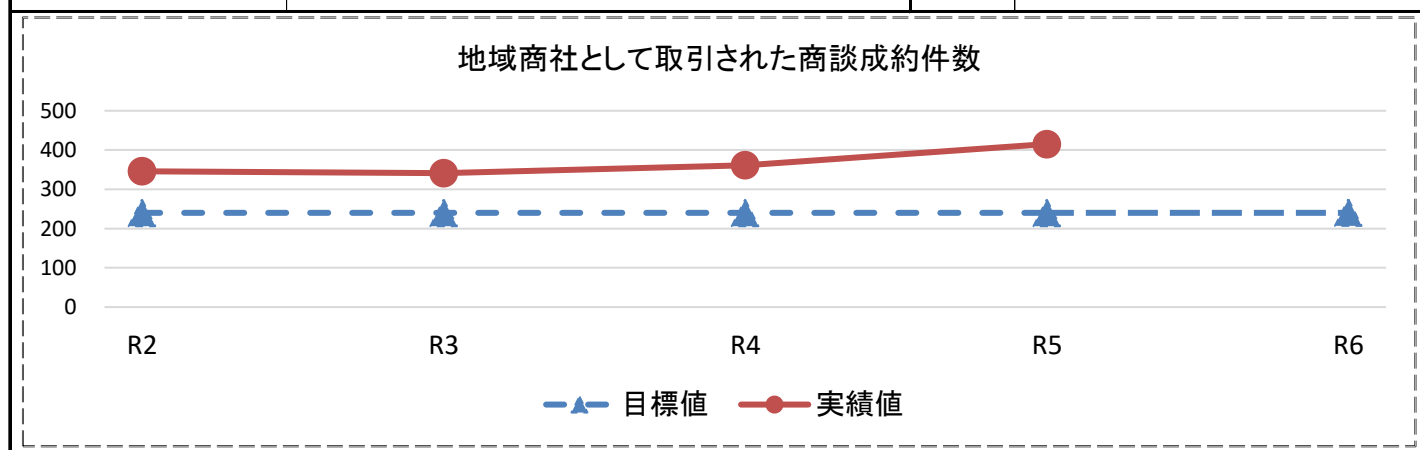
① 創業・スタートアップの促進	
改善	<ul style="list-style-type: none"> ●長崎県、金融機関等もスタートアップ支援に取り組んでおり、引き続き情報共有・連携強化を図り、情報発信に努めるとともに、起業後の事業フェーズごとの支援ニーズを把握し、事業内容のブラッシュアップなど事業化に向けた支援や、投資家とのマッチング機会の創出など、持続的な成長をサポートする機能の充実に取り組む。
② 販路開拓の支援	
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●事業者のSNSマーケティング・情報発信の能力強化及びECサイトによる販路拡大・売上増加について大きな成果を上げることができたため、これまでSNSの知識の不足により、活用していなかった市内中小事業者に対して、この成功事例を周知し、取り組む動機づけを行いながら、引き続き支援を行う。
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●ふるさと納税において、長崎市を応援する人を増やし、寄附受入額を増やしていくために、ポータルサイトの追加やポータルサイトのページ内のブラッシュアップ等により、返礼品とともに長崎市のまちな魅力を発信する。 ●引き続き、ふるさと納税の事務代行事業者と連携しながら、返礼品事業者と協力して、返礼品の質の向上や強みとなる返礼品の開発に取り組む。また、観光商品や体験型商品等の活用や現地決済型ふるさと納税の促進、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や長崎スタジアムシティに関連する返礼品の掘り起こしに取り組む。
③ 農林水産業を担う多様な人材の育成	
改善	<ul style="list-style-type: none"> ●技術習得研修については、地域漁業への着業及び確実な定着を目的に支援内容を整理し、漁業者の離職防止を図る。またフォローアップ事業については、継続して実施し経営の安定化と地域漁業への定着を促進するとともに、より定着率を高めるため、効果的な支援内容について検討を行う。
改善	<ul style="list-style-type: none"> ●多様な担い手の就農促進に向けて、各種支援制度の充実及びSNS等の活用による周知に努めるほか、県と連携した産地の圃場見学やお試し農業体験を新規に実施する。
④ 農林水産業の生産性向上	
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●養殖漁業の生産性向上のため、令和4年度に導入を支援したAI搭載型スマート給餌機の有効性や実用性などの検証を進めながら、横展開に向けた課題の抽出を行う。一本釣りやはえ縄等の沿岸の漁船漁業についても、漁業のスマート化に向けた検討を進める。 ●沿岸漁業者にDX化を推進するため、操業効率化や省力化のためのモデルを策定する。
改善	<ul style="list-style-type: none"> ●漁協のDX化や組織強化、経営力強化を図るため、漁協の合併を検討する。
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●藻場の被度が上がっていないエリアについて、専門家や漁業者などの意見を参考にその要因を整理し、食害生物のより効果的な駆除方法や繁茂の可能性が高い海藻の選定、母藻の設置などについて、専門家のサポートを受けながら取り組みを進め、効果的な取り組みについては、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	<ul style="list-style-type: none"> ●長崎びわ「なつたより」については、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推進する。また、びわ産地全体として、高齢化や労力不足による生産環境の維持が課題となっていることから、スマート農業機器を活用した防除作業やハウスピニールの張替などを行う作業受託組織の設立・運用について検証を行う。
改善	<ul style="list-style-type: none"> ●いちごや花き等の施設園芸作物については、さらなる生産性や収益性の向上を図るため、スマート農業機器等の導入を推進するとともに、燃油購入費用に対する支援についても、今後の情勢を踏まえたうえで、必要に応じて実施する。また、JAや地元農業委員等の関係機関と連携しながら、地域の特性に応じた基盤整備手法の検討を進めるとともに、国の事業要件に見合わない小規模な基盤整備については、市単独の補助事業を活用して優良農地の確保を支援する。

重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

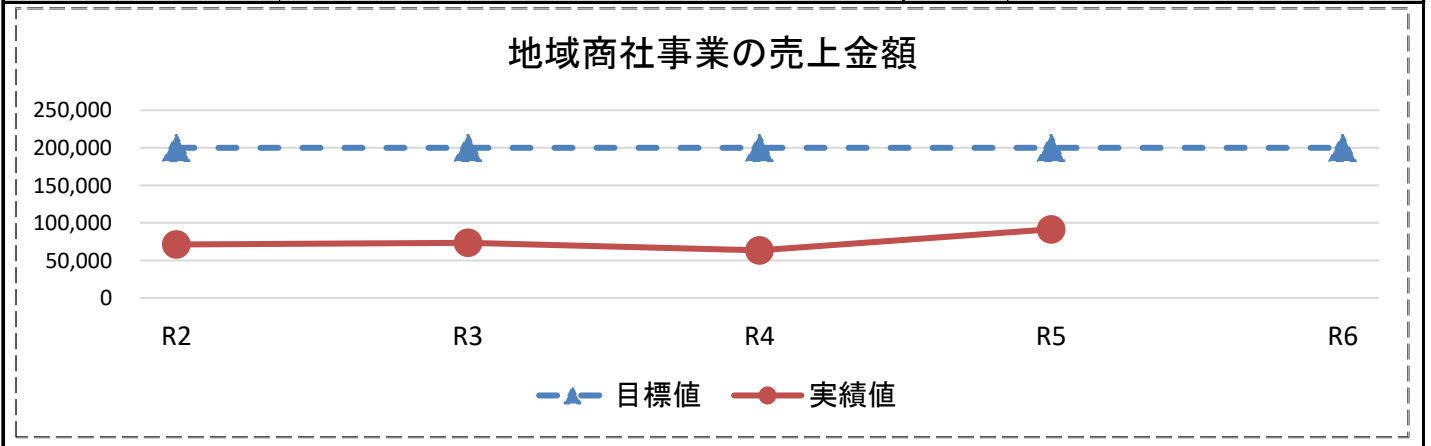
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (元年度)	282人 (6年度)	目標値	232	244	256	269	282
			実績値	271	213	240	313	
関連する具体的取組み	①創業・スタートアップの促進			備考				



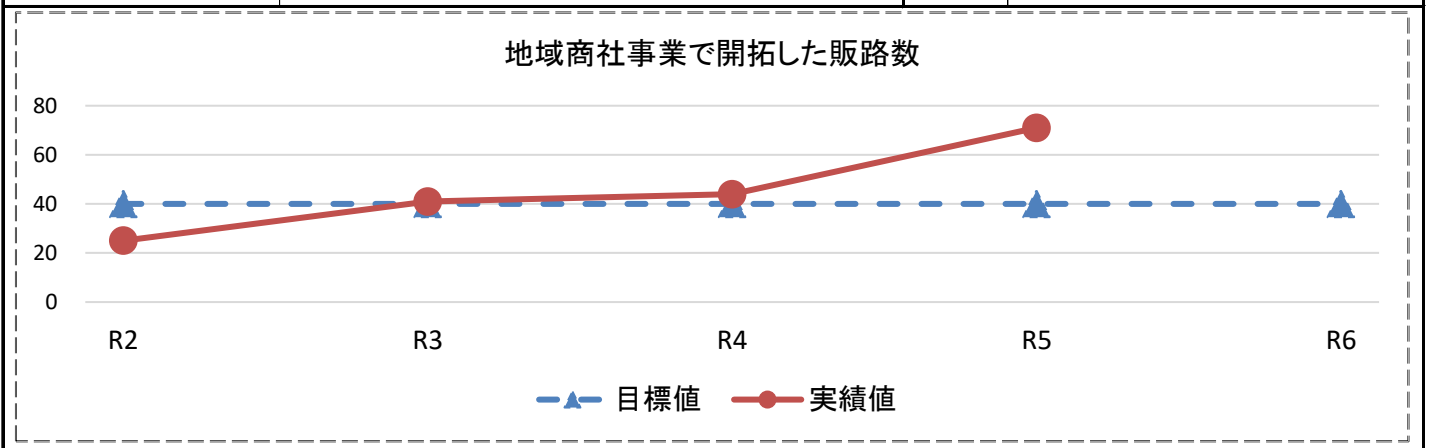
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地域商社として取引された商談成約件数	80件 (30年度)	240件 (6年度)	目標値	240	240	240	240	240
			実績値	346	341	361	415	
関連する具体的取組み	②販路開拓の支援			備考				



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	91,487	
関連する具体的取組み	②販路開拓の支援			備考				



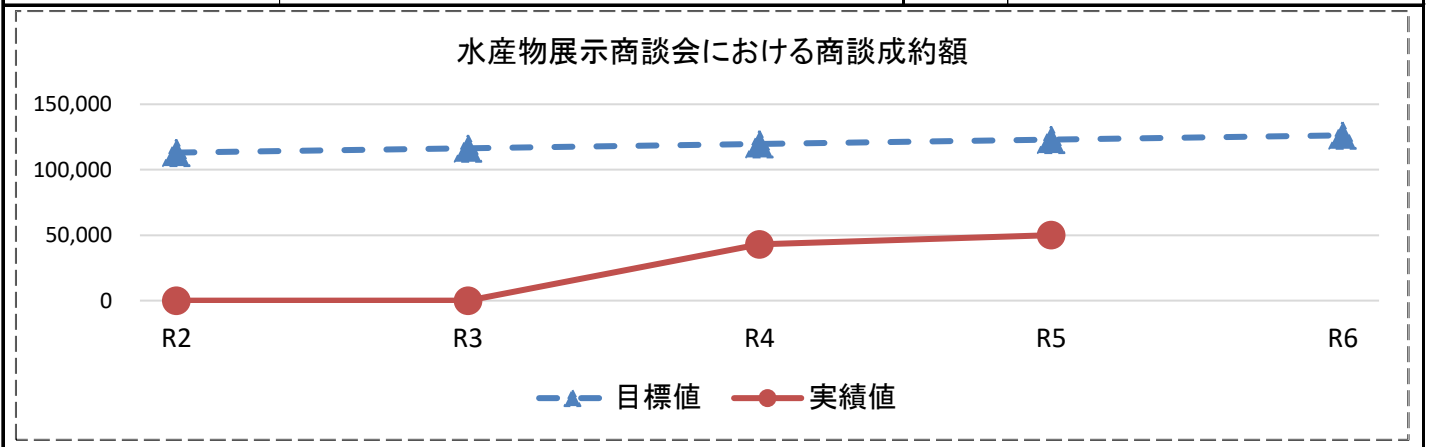
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
地域商社事業で開拓した販路数	8件 (30年度)	40件 (6年度)	目標値	40	40	40	40	40
			実績値	25	41	44	71	
関連する具体的取組み	②販路開拓の支援			備考				



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	50,000	

関連する具体的取組み ②販路開拓の支援

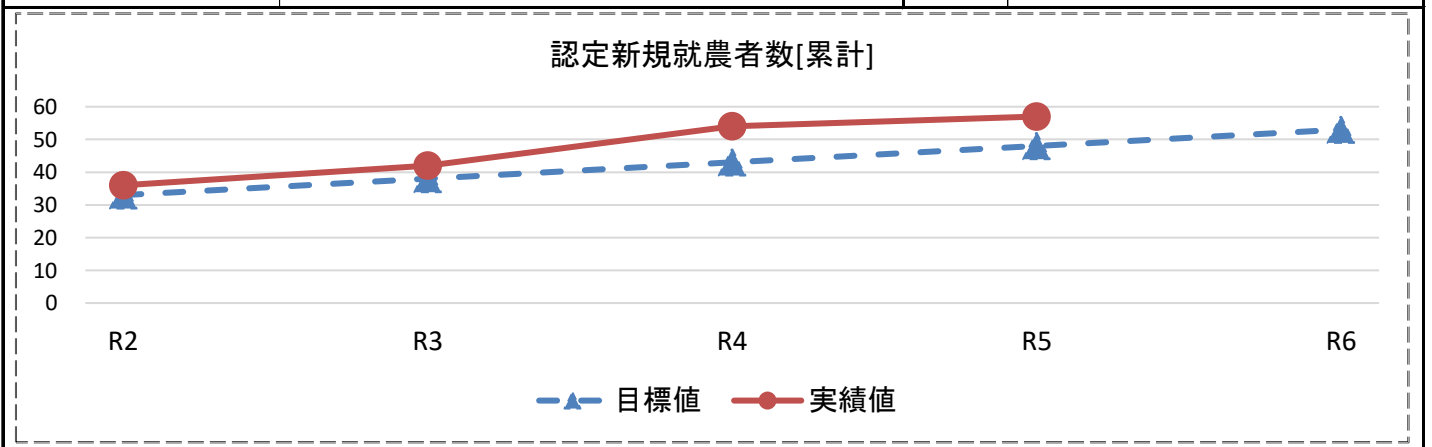
備考



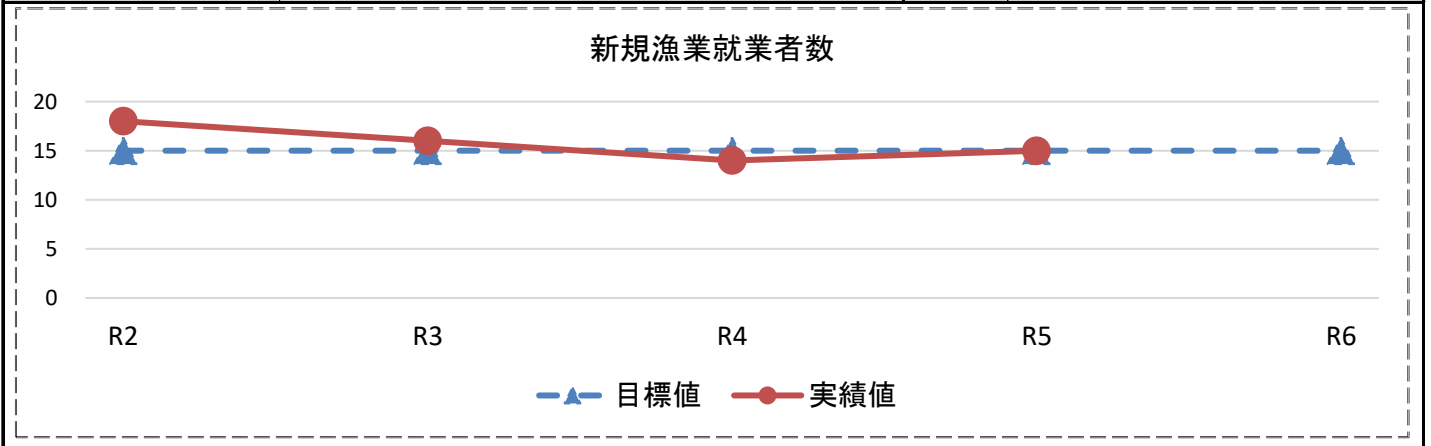
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
認定新規就農者数[累計]	23人 (30年度)	53人 (6年度)	目標値	33	38	43	48	53
			実績値	36	42	54	57	

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

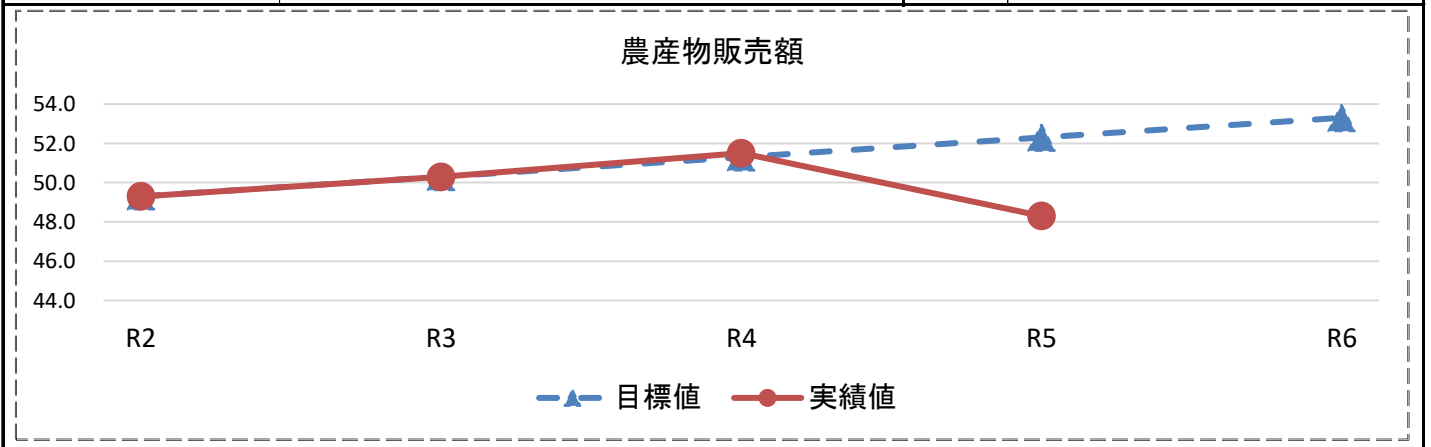
備考



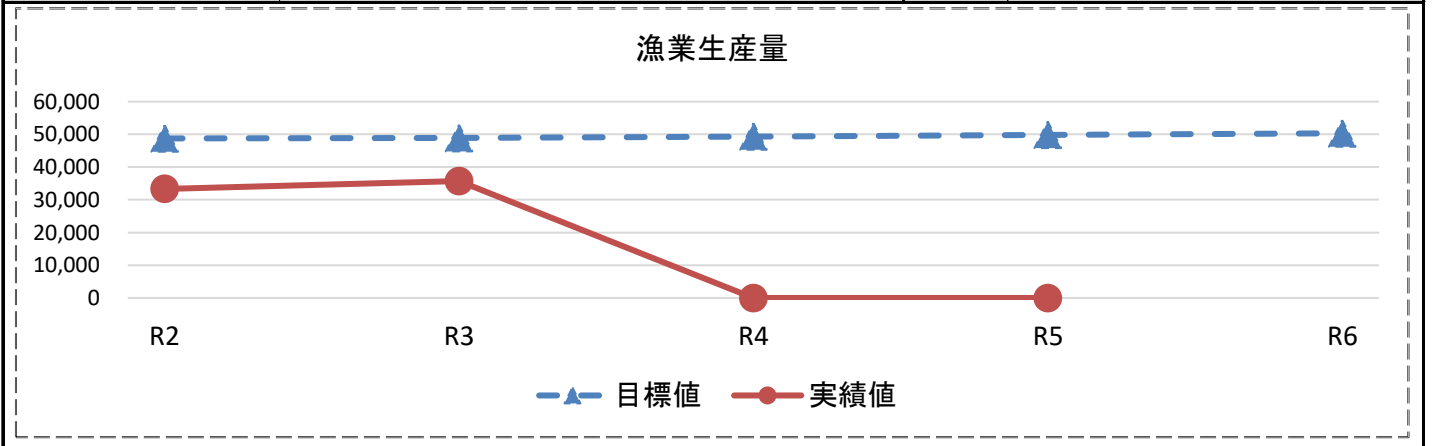
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
新規漁業就業者数	12人 (元年度)	15人 (6年度)	目標値	15	15	15	15	15
			実績値	18	16	14	15	
関連する具体的取組み	③農林水産業を担う多様な人材の育成			備考				



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	48.3	
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	35,718	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	R4及び5: 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	新産業推進課	
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"> ・新規事業創出機運醸成セミナー 全1回、参加者数192人 ・メタバース企業交流イベント 全1回、参加者数23人 ・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 4件 ・実証事業実施件数 7件 <p>②企業コミュニティ醸成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 15件、70人 <p>③スタートアップ支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー 全4回、参加者数延116人 ・ワークショップ 全1回、参加者数9人 ・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 17人 ・Nagasaki Startup Compassサミット2024開催 参加者数:114人(オンライン含む) 	決算(見込)額	15,303,494	円

長崎から毎月届くおさかなサブスク



【おさかなサブスクプロジェクト】



【Nagasaki Startup Compassサミット】

事業名	がんばらんば長崎市応援寄附推進費	担当課	商業振興課
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。		
1	取組実績	決算(見込)額	867,876,720 円
	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・カタログ50,000部を作製し、過去の寄附者等に送付したほか、ダイジェスト版カタログを作製し、観光案内所(長崎駅)に設置、東京事務所等イベントにて配布を行った。また、新聞やWEB公告、メルマガ配信などの情報発信を行った。 ※令和5年度 ふるさと納税寄附金受入額 1,656,560千円		



【長崎市ふるさと納税ダイジェスト版カタログ】

【返礼品例:しめさば】

事業名	新規漁業就業促進事業	担当課	水産振興課
事業目的	漁業への新規就業者の確保と円滑な着業の促進を図る。		
1	事業概要	新規就業者を確保するため、新たに漁業者を目指す希望者に対し、漁業技術習得支援、新規着業者フォローアップ等の各種事業を実施し、意欲ある漁業者を育成する。	
	取組実績	決算(見込)額	3,439,000 円
	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業就業実践研修事業による研修実施 2名 ・新規着業者フォローアップ事業による着業者支援 2名 		



【新規漁業就業研修の様子】

1	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	長崎びわ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及び鳥類追払機器等の導入に係る事業経費の一部を補助する。				
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・なつたより補植 (受益農家数) 32戸 (苗木本導入数) 417本 ・省力化品質資材 (受益農家数) 52戸 (資材購入量) 22.04トン ・鳥類追払機器等 (受益農家数) 19戸 (機器導入数) 11台 ほか 	決算(見込)額	2,364,000	円	



【なつたより補植】



【省力化品質向上資材】

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6年7月17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
具体的な取り組みの担当課	都市経営室、住宅政策室
関係課	国際課、広報広聴課、文化振興課、スポーツ振興課

施策体系	※具体的施策—具体的な取り組み	
具体的施策	具体的な取り組み	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"> ●学生の自主的な社会参加活動を通じて、学生の人間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-サポの取り組みとして、大学1年生を対象とした「ちよいボラ祭」でボランティア活動をアピールしたことにより、ボランティア延べ参加数(R4年4,376人→R5年5,361人)が増加し、コロナ禍以前の状況(R元年5,431人)までほぼ回復した。 ●長崎ならではの学びの場づくりの一環として、まちの魅力向上の観点から大学生が「長崎スタジアムシティにあったらいいもの」を提案するワークショップを開催した。(参加者31名) ●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としての「ながさき若者会議」を自立的に運営することを目指した「ながさき若者会議運営プロジェクト(R4年7月設立)」を伴走支援することにより、継続的に若者がチャレンジできる場が確保されている。 ●引き続き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)と協力し、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を行うことで、長崎への留学の魅力を発信した。加えて同センターと連携し、ホームページを通じたアルバイト紹介による生活支援や、オンラインによるビジネス日本語セミナー、留学生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、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)は前年比177人増の1,334人となった。また、長崎留学生支援センターは令和5年度から、文部科学省からの3か年の委託事業として留学生就職促進プログラムに取り組んでおり、新たにインターンシップ・プログラムの手法を検討するとともに、産学官の関係団体へ事業概要の説明を行った。
② 暮らす魅力の向上と発信
<ul style="list-style-type: none"> ●「若い世代に選ばれるまち」を実現するため民間と連携して取り組んでいる「住みよかプロジェクト協力認定制度」では、認定事業者が路面電車沿い等の利便性の高い圏域を中心とした若者や子育て世帯向けの賃貸住宅を346戸、リノベーションした空き家を若者向けに5件供給するなど、若者や子育て世帯が住まいを検討する際の選択肢となる住宅の供給数の増加につながった。 ●若者や子育て世帯が戸建て住宅の購入を検討する際の選択肢を拡げるため、住宅団地開発を許容する制度の見直しを行い、住宅用地の供給促進を図った。

③ 楽しみの創出と魅力の発信

- 長崎スタジアムシティと連携した賑わいを創出するため、長崎スタジアムシティ前面の高架下において、広場の整備を進めている。
- 若者が気軽に芸術文化に触れ、楽しむ機会を創出するため、高校生から30代までの若者を対象に茶道体験(3回・最終回では音楽鑑賞も併せて実施)を開催したことにより、延39人の参加があり、参加者からのアンケート結果は満足度が高く、好評であったことから、市民の芸術文化に対する興味関心を高めることにつながった。
- プロスポーツ応援事業
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5,200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1,200人、プロ野球800人)

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がコロナ禍以前までの状況には回復したが、長崎大学以外の大学については、ボランティア支援の専任スタッフがいないことや、大学のカリキュラム上、ボランティア参加が困難なことにより、参加実人数は回復できていない(令和元年度:1,188人→令和5年度:979人)。
- 「ながさき若者会議運営プロジェクト」について、R7年度までは、学びの質を高めるための講師謝礼金やワークショップ用文具の調達、会場の借上げに係る資金面の支援を行っていきこととしているものの、運営スキームが確立していないことにより、現時点で、R8年度以降自走できる仕組みの構築ができていない。
- 長崎留学生支援センターが中心となり、募集・生活・就職、交流支援に取り組んだことなどにより外国人留学生は増加しているが、企業側と就職を希望する留学生との間に、日本語でのコミュニケーションへの不安、定着率が低く短期間で離職する、留学生への地元企業のPRが十分でないなど、地元企業への就職につなげる取組みに課題が多く、長崎県内の大学を卒業した留学生の県内就職率は約16.6%に留まっている。

② 暮らしの魅力の向上と発信

- 「住みよかプロジェクト協力認定制度」において官民連携の仕組みが構築されたことにより、長崎市内外への情報発信や住宅供給等なされているものの、認定事業者は限られおり、また、平地が少ない等の長崎市特有の地理的要因などから若者や子育て世帯のニーズに合った住宅供給の大幅な拡大は短期的には難しい状況である。
- 市街化調整区域の住宅団地開発を許容する制度の見直しは、その見直しから時間が経っていないことから、その効果ができるにはまだ時間がかかる。

③ 楽しみの創出と魅力の発信

- 高架下広場については、賑わい創出のしくみづくりを検討しているが、一方で、長崎スタジアムシティの開業によって周辺の住環境悪化を懸念する意見も寄せられており、長崎スタジアムシティの開業後の状況や周辺環境に配慮した運営方法、広場の活用に向けたしくみづくりが求められている。
- 全体の応募者数は多かったが、高校生からの応募が少なかったことから、高校生が参加しやすい開催日時の工夫や周知が不足していたことが要因であると考えられる。
- プロスポーツ応援事業
令和6年10月の長崎スタジアムシティ開業を見据え、V・ファーレン長崎及び長崎ヴェルカのホームゲームへの招待事業を継続して実施し、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。

今後の取組み方針

① 学びの場の魅力向上と発信

継続

- U-サポの取組みについては、事業受託先であるやってみゅーでスクと連携し、大学生やボランティア募集の可能性のある団体への周知を行い、事業の更なる活性化を図る。併せて、今年度開業する「長崎スタジアムシティ」と連携した取組みを行うことで、学生ニーズを捉えた長崎ならではの学びの場のさらなる魅力向上を図っていく。
- 「ながさき若者会議」の取組みについては、R8年度以降も引き続き持続可能な会議運営をするために、自走できる仕組みの構築を図っていく。
- 留学生の県内事業所への就職率増に向けて、長崎留学生支援センターを中心として、産学官の加盟団体や企業と連携した新たな取組み(留学生向けの企業見学会やインターンシップ・プログラム)を推進する。

② 暮らす魅力の向上と発信

継続

- これ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が図れるよう、現在認定している協力認定事業者の取組みのほか、必要に応じて新規認定も視野に入れて進めていく。
- その取組みの一つとして、地域の特性について着目し、空き家の掘り起こしから活用に繋がる仕組みについて検討し、住みよかプロジェクト協力認定事業を活用する等して構築していく。
- 住宅供給の促進に繋がるよう制度の周知に努めるとともに、供給量等の把握を行っていく。

③ 楽しみの創出と魅力の発信

継続

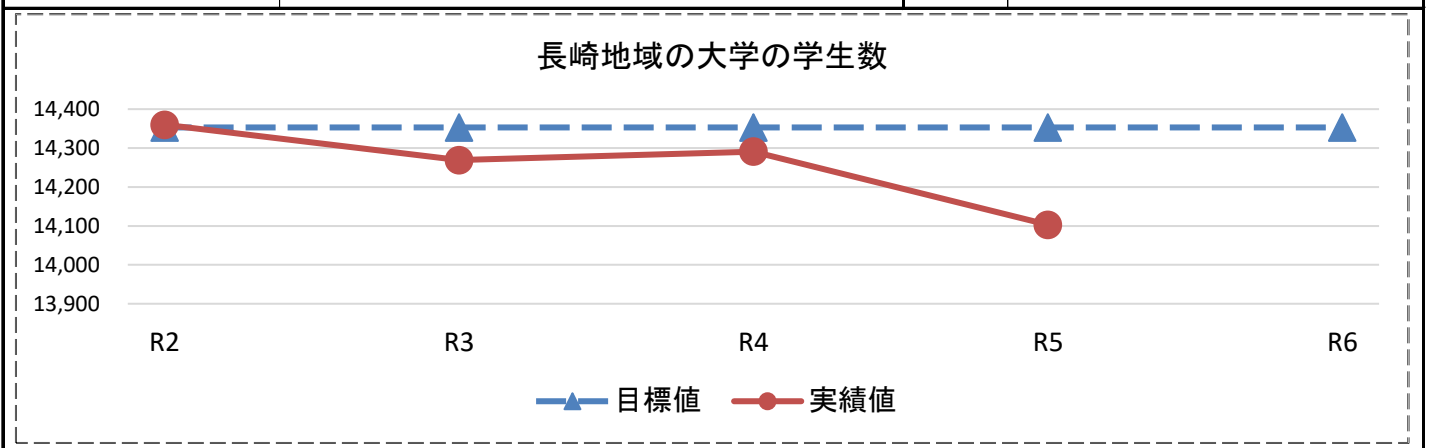
- 高架下広場の完成後は、広場の活用に向けたしくみづくりに向け、イベント開催等の社会実験を行う予定としており、当該広場が長崎スタジアムシティにより生じる周辺住環境への影響を緩和するとともに、賑わいの創出にも貢献できるよう、社会実験を通じて地域と共生した広場活用のしくみづくりを検討していく。
- 若者を対象とした体験事業について、引き続き若者が興味・関心を持つイベント内容やチラシデザインをするなどの工夫を行い、SNS等を活用した周知を行うとともに、高校生も参加しやすい開催日時を設定することで、参加者を増やす。

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	14,103	

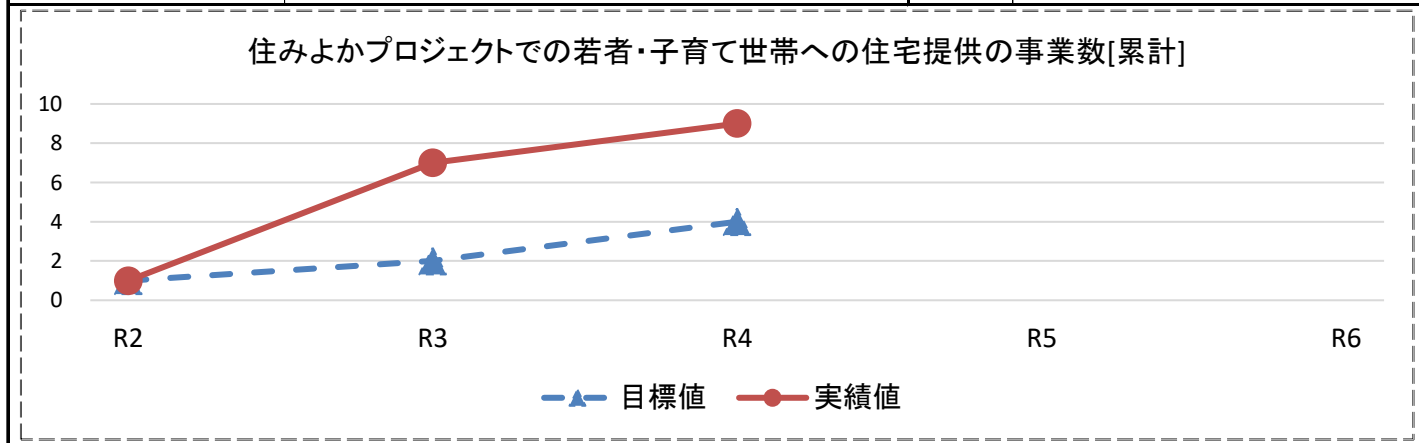
関連する具体的取組み ①学びの場の魅力向上と発信

備考



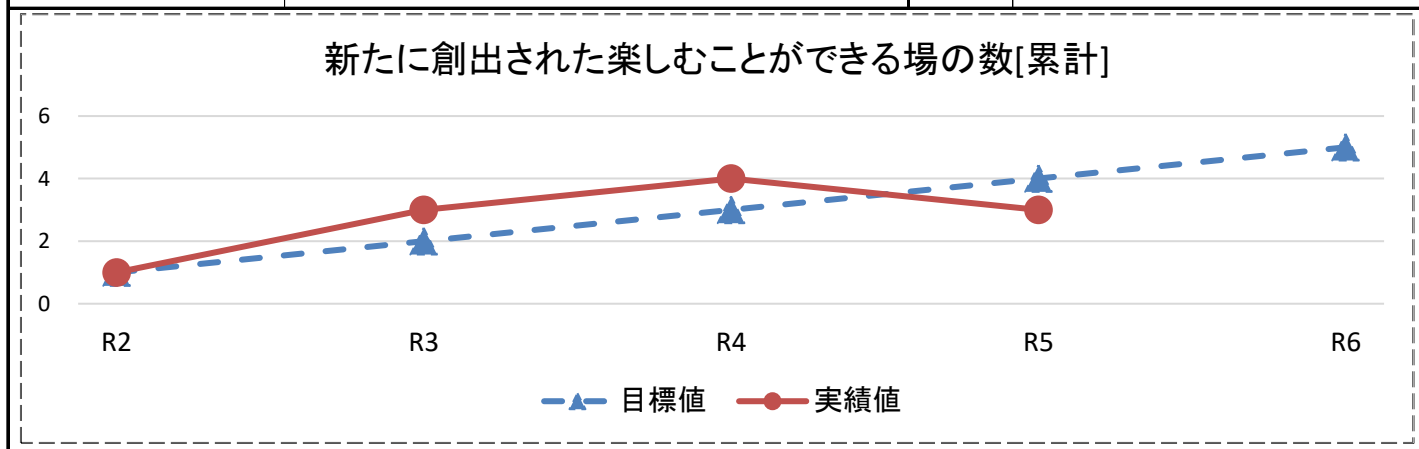
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
住みよかプロジェクトでの若者・子育て世帯 への住宅提供の事業数[累計]	0件 (元年度)	4件 (4年度)	目標値	1	2	4		
			実績値	1	7	9		

関連する具体的取組み ②暮らす魅力の向上と発信 備考

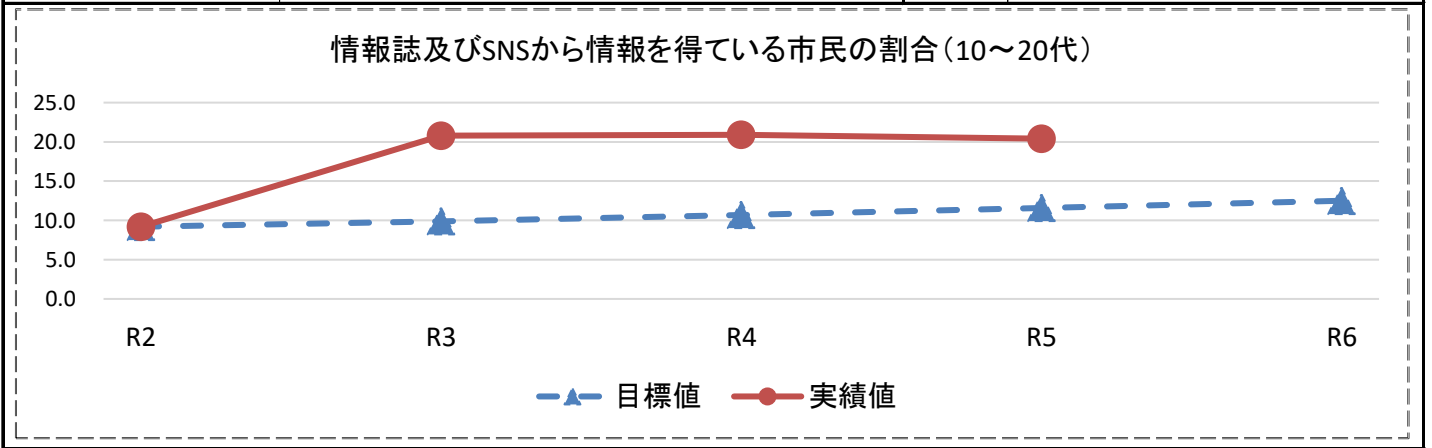


指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
新たに創出された楽しむことができる場の数 [累計]	0件 (元年度)	5件 (6年度)	目標値	1	2	3	4	5
			実績値	1	3	4	3	

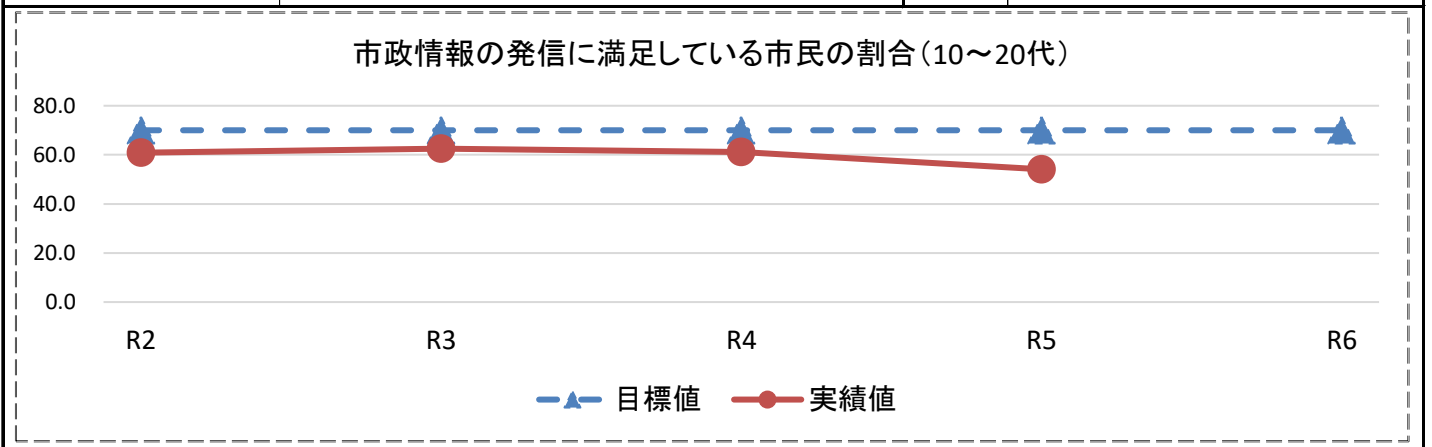
関連する具体的取組み ③楽しみの創出と魅力の発信 備考



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	20.4	
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
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	54.1	
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

	事業名	游学都市・ながさき推進費	担当課	都市経営室	
1	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「ちよいボラ祭」で応援団や学生自主企画に、それぞれの活動に即した体験的なワークショップを催してもらい、ボランティア活動をアピールすることで、ボランティアへの参加を促進した。	決算(見込)額	2,500,000	円



【ちよいボラ祭】

施策を推進する主な事業

	事業名	留学生支援・連携費	担当課	国際課	
1	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"> ・募集、生活、就職などの各種支援 ・留学生に長崎について知ってもらうための取り組み ・海外への長崎留学の情報発信 			
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎留学生支援センターを中心とした産学官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	1,197,000	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

施策を推進する主な事業

事業名	インターネット情報発信	担当課	広報広聴課
事業目的	生活スタイルや情報ニーズの多様化が進む中、「即時性」や「利便性」などインターネットの優位性を活かして、市民や世界中の多くの方々に対して、市の取り組みや施策、観光・平和情報などを発信する。		
事業概要	ホームページ、動画配信(市長記者会見)、SNS(LINE、X、Facebook)による情報発信。		
取組実績	市民に市の取り組みや施策などを、タイムリーに、より分かりやすく、丁寧に紹介した。 国内・世界につながる媒体という特性を踏まえて、長崎への誘客や関心を高めるための情報を紹介した。	決算(見込)額	4,366,680 円



施策を推進する主な事業

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。		
取組実績	こども伝統文化体験教室 茶道体験:2回 参加者数39人、いけばな:2回 参加者数38人、箏体験:6回 参加者数延49人 豆本制作体験 開催回数2回 参加者数35人 若者向け芸術文化体験教室 開催回数3回 参加者数39人	決算(見込)額	1,450,937 円



施策を推進する主な事業

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。		
1 取組実績	<p>【令和5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"> ●市営住宅を活用した大学生入居社会実験 ●市営住宅の新規就労者・移住者向け住戸改善事業 ●市営住宅の子育て世帯向け住戸改善事業 ●市営住宅を活用した地域の担い手づくり(市営野母住宅) ●協力認定事業による次の取組み <ul style="list-style-type: none"> ・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346戸を供給した。 ・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5件を供給した。 ・住まいを検討する方々が活用できる場として空き家をリノベーションした住宅等を供給することにより、暮らしを支える住みよい生活環境を創出した。(写真①) ・現在利用していない銀行の旧社宅を活用して、窓リフォーム等により断熱性能を向上させたり、IoTの最新設備を導入するなど、子育て世帯が子育てのしやすい賃貸住宅を適正な家賃にて供給した。(写真②) 	決算(見込)額	0 円



【(写真①)空き家をリノベーションし活用を行った梅香崎商店】



【(写真②)旧社宅を活用し賃貸住宅として供給した桜馬場住宅】

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6年7月17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	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	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	長崎創生推進室

成果

① サポート内容・相談体制の充実
<p>●長崎市への移住を希望する方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」や都市部の移住相談会での移住相談対応のほか、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及び移住者向けに要件緩和をした市営住宅への入居などの住まいのサポート、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。</p> <p>その結果、長崎市への移住者数が262世帯528人となり、5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2,158件となり、移住者数と同様5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、どちらも目標値を達成しており、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、転出超過の状況などを踏まえると、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。</p> <p>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機能が不十分であり、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。また、新たに将来的な移住につなげるワーケーションを推進していくにあたり、コーディネート機能の充実を図るため、長崎市内外の企業が参画する官民連携組織を構築し、持続可能なワーケーションの受け入れの仕組みを構築することで、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	2,158	
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				

移住相談件数

区分	実績値
R2	1,138
R3	1,561
R4	1,909
R5	2,158

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	長崎創生推進室
1	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"> ・「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 ・移住支援のホームページ「ながさき人になろう」の運営等による情報発信 ・「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 ・「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 ・ワーケーション受け入れ、「お試し暮らし応援事業」による関係人口の創出・拡大 		
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎市への移住者数 262世帯528人 ・移住相談件数 2,158件 	決算(見込)額	70,957,375 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】

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6年7月17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、平和推進課、観光交流推進室、商業振興課、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"> ●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。 ●将来的な移住につながる関係人口の創出や移住希望者の獲得を図るため、ワーケーションの個人モニター及び企業の視察受け入れを行ったところ、個人モニターでは29人、企業の視察受け入れでは4社が来訪し滞在した。来訪者に対してアンケートや聞き取りを行い、長崎市でワーケーションを受け入れる際の課題の抽出、企業側のニーズの把握につながった。また、令和5年度からの新たな取り組みとして、地方移住や二地域居住などを検討する方を対象として「ながさきお試し暮らし応援事業」を実施したところ、2人の利用があり、そのうち1人が今年度中に移住予定となっている。 ●長崎学普及啓発事業において、長崎の歴史文化への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444人の参加者を得た。このうち3回について3名の域外大学研究者を講師として招いたことにより、域外の専門家人材との連携が図られた。また、令和5年11月に本市で開催された中央大学を事務局とする比較文明学会研究大会において本市学芸員等が研究発表を行うなど、積極的な開催支援を行った。これらの取り組みにより域外研究者との今後の協力関係を築くことができた。 ●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、Xのフォロワーがさらに3,000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。 ●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実施し、生誕100年の機運を高めた。令和5年3月27日にスタートした特別企画展には全国47全ての都道府県から来館があり、記念事業として実施した読書感想文コンクールでは高校生部門で県外からも多数の応募があるなど、市域を超えた交流が生まれた。 ●長崎市の観光、物産、食等に対する首都圏在住者の認知度向上のため、物産展開催や区民まつりへの出展参加等を10回行い、観光パンフレット配布や物産品販売を通して長崎市の魅力を発信することができた。

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のための新たな取組みや仕組みの構築ができておらず、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)。

● 将来的な移住者となりうる関係人口の創出・拡大としてワーケーションの推進、お試し暮らし応援事業に取り組んでいるが、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機能が不十分であり、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。

● 「長崎MIRAISM」のXのフォロワー数は令和5年度末時点で約17,000人で、毎年度増加しているが、市外・県外の多くの方に長崎の新しい魅力を発信し、情報を拡散するためには、さらに多くのフォロワーを獲得する必要がある。

● 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たものの、コロナ禍前の来館者数までは増加しなかった。(来館者数:令和5年度:17,319人 令和元年度19,570人) コロナ禍を経た来館者の内訳・動向の分析が必要である。

● 首都圏における物産展の開催や区民まつりへの出展参加等により、長崎市の観光、物産、食等のPRを行ってきたが、コロナ禍前の規模でイベントが実施されるようになったのは令和5年度からであり、情報発信が十分行き届いていない。

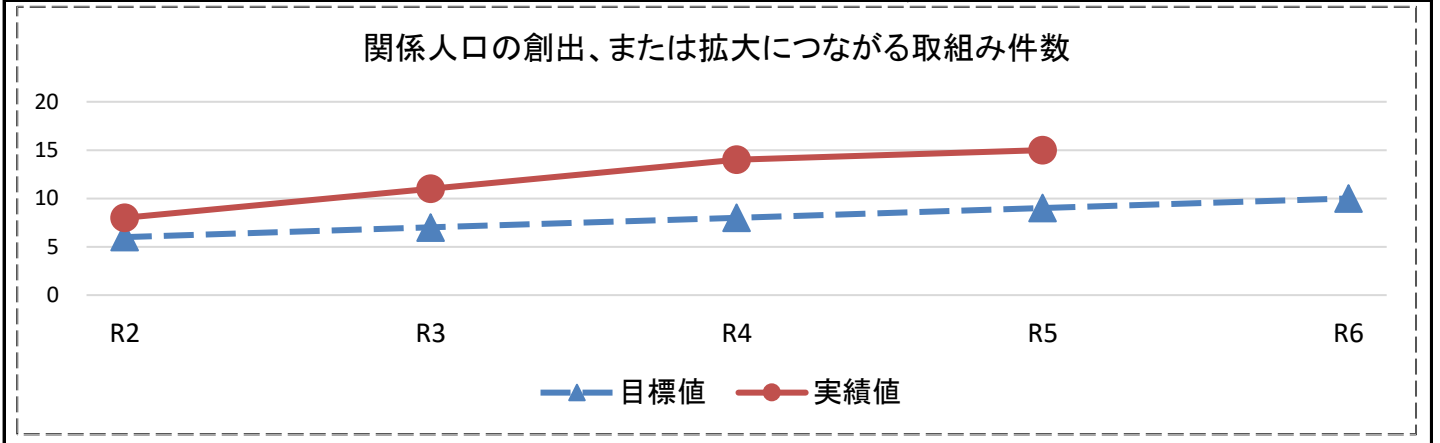
今後の取組み方針

① 域外の人材と関係する機会の充実

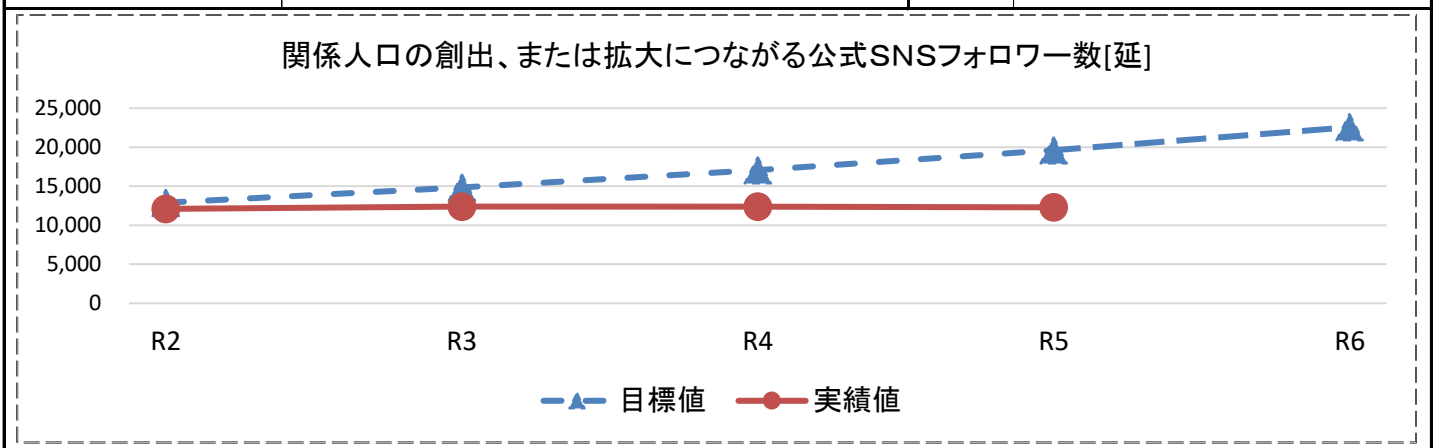
改善	<p>● 長崎〇〇LOVERSプロジェクトについて、域外の人材との交流を促進するため、引き続き写真投稿キャンペーンを行うとともに、出前講座等の小中学校等と連携した取組みを一層進める。</p> <p>また、市内で開催されるイベントとのコラボにより周知の強化を図るほか、長崎創生プロジェクト認定事業との連携により、地方創生につながる活動をしている多様な主体を巻き込んだ取組みなどを検討し、域外の人材と関係する機会の創出及び自走化の促進を図る。</p>
改善	<p>● ワケーションの推進にあたり、コーディネート機能の充実を図るため、長崎市内外の企業が参画する官民連携組織を構築し、持続可能なワーケーションの受け入れの仕組みを構築することで、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組みを行う。</p>
改善	<p>● 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。</p> <p>● 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。</p> <p>● 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。</p> <p>● 現在のシティプロモーションは次のステップに進む時期に来ており、刷新する予定である。長崎市の魅力が市外の多くの人々に伝わるような、新たなコンセプトの検討、広報ツールを制作するとともに、SNSを中心とした情報発信を行う。</p>
継続	<p>● 引き続き、遠藤文学の魅力を市内外に発信するとともに、生誕100年記念事業の成果を活かしながら特に次世代につながる取組みに注力する。また、修学旅行をはじめとした団体旅行等の動向を分析し、観光分野とも連携しながら文学館を含めた外海地区の魅力発信を行っていく。</p>
継続	<p>● 物産イベント等への出展参加、SNSの活用、修学旅行誘致に係る講演、市人会及び在京同窓会への参加等、様々な方法で首都圏在住者に向けた長崎市の情報発信を行う。</p>

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	15	
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	12,286	
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 26件	決算(見込)額	249,535	円	



【出前講座】



【SNS写真投稿キャンペーン】

2	事業名	長崎学調査研究費	担当課	長崎学研究所		
	事業目的	長崎学を継承、発展させ、長崎の歴史文化の魅力を深めるとともに、その豊かさや楽しさを広く市民に伝え、関心を高めていくことを目的とする。				
	事業概要	長崎学の調査研究、普及啓発、後継者育成に努め、その成果を市内外に発信する。				
	取組実績	(1) 調査研究事業 長崎学に関する資料調査・収集(購入14件) 長崎の歴史文化に関するレファレンス対応(94件) (2) 普及啓発事業 長崎市長崎学研究所紀要『長崎学』第8号の刊行 長崎学ネットワーク会議理事会の開催(6回) 長崎学ネットワーク会議公開学習会の開催(5回、延べ参加者数444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人) 第41回比較文明学会大会開催支援 職員による講演・講義(15回、延べ参加者数348名) (3) 後継者育成事業 長崎学児童研究コンクールの開催(1回、応募校数13校、応募作品数411点) 長崎学研究発表会の開催(1回、参加者数56名)	決算(見込)額	2,889,838	円	



【公開学習会の実施状況】



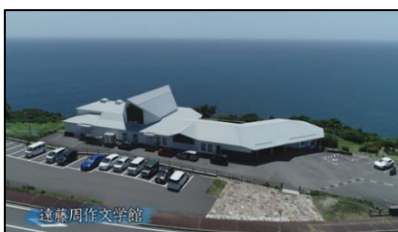
【比較文明学会大会ポスター】

3	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」の市内外向けの情報発信		
	取組実績	長崎MIRAISM専用ホームページの閲覧数(約30万回) プロモーションムービーの再生回数(約220万回) 博多駅、福岡市営地下鉄構内での交通広告	決算(見込)額	9,284,000 円



【長崎MIRAISMプロモーションムービー】

4	事業名	遠藤周作生誕100周年事業	担当課	文化振興課
	事業目的	遠藤周作が生誕して100年を迎えることから、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、その功績を称えらるとともに、それらを次世代につなぐもの。		
	事業概要	「出会う」「堪能する」「次世代へつなぐ」の3つの柱のもと、アーカイブ映像の制作や読書感想文コンクールの開催等を行うとともに、広報プロモーションとして公式SNS等での遠藤文学の魅力発信を行う。		
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・遠藤周作アーカイブ映像制作 YouTube掲載(遠藤周作の人物像、文学館プロモーション映像) ・遠藤周作生誕100年記念講演会 R5.9.16長崎ブリックホールで開催、来場者約660人 ・生誕100年記念遠藤周作読書感想文コンクール 応募総数70点、入賞者8人 ・遠藤周作生誕100年記念事業広報プロモーション インスタグラム投稿176回、X投稿161回 ・遠藤周作生誕100年記念文集「遠藤周作とのめぐりあい」発行 販売数714部(R6.3.31時点) 	決算(見込)額	25,638,364 円



【遠藤周作文学館プロモーション映像】



【遠藤周作読書感想文コンクール(表彰式)】