

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | |
|-------|---------------------|
| 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 | (1) 魅力ある仕事をつくる | 関係課 | 新産業推進課、ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室 |
| 施策主管課 | 産業雇用政策課 | | |

| | |
|--------|---------------------------|
| 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 |
| 担当課 | 新産業推進課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①新産業の創出及び育成について、産学官金が組織横断的に連携して、オープンイノベーション型新規事業創出を支援するという新たな支援モデルが構築されたことで、新産業の種となりうる取組事例が創出され、新規事業創出・育成に寄与した。</p> <p>②長崎地域造船造機技術研修センターや長崎工業会の取組みを支援し、新入社員の人材育成や経験者研修を行うなど、競争力強化を図ったことにより、地場企業の知識・技能が向上した。</p> <p>③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」を実施したことにより、各事業者の経営の多角化や生産性向上、新製品のさらなるブラッシュアップなど競争力強化につながった。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①オープンイノベーション型の新規事業創出について、地域課題の提供や地場企業・県外企業等のマッチングなどを含め、プロジェクトの創出を促すための支援体制が十分でなく、新規事業創出をめざす地場企業への広がりが乏しい。</p> <p>②長崎地域造船造機技術研修センターや長崎工業会においては、生産性向上や人材育成などの研修を行っているが、人材不足等により参加できない企業も多い。</p> <p>③物価高騰や人出不足等、先行きが不透明となっており、設備投資等の新たな取組みに慎重になっている企業が多い。</p> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|
| <p>①地場企業を核とした新規事業創出をめざ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。</p> <p>②長崎地域造船造機技術研修センターや長崎工業会における新人研修のための施設の確保や中堅人材の研修など基幹製造業の人材育成のあり方について関係機関と引き続き協議する。</p> <p>③経営の多角化や収益の柱を増やす新事業展開などを中心として、引き続き生産性を向上させる取組みの支援を行う。</p> |

| | |
|--------|----------|
| 具体的取組み | ②企業立地の推進 |
| 担当課 | 新産業推進課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①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派遣し、連携した企業誘致活動を行ったことにより、新たな雇用が見込まれる企業立地が複数者決定した。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>②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。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①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。</p> <p>②IT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。</p> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|
| <p>①誘致企業の従業員確保のための採用活動への支援、事業内容の周知や長崎での事業展開を円滑に行うための地場企業との協業の支援など、誘致企業に対する立地後のアフターフォローの充実を図るとともに、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、整備について検討を進める。</p> <p>②地場企業も含めたデジタル人材の確保に向け、デジタル人材が集積している都市部における潜在的な移住希望者をターゲットとした取組みを進める。</p> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | |
|--------|------------------|
| 具体的取組み | ③働きやすい職場環境づくりの推進 |
| 担当課 | 産業雇用政策課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|--|
| ①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。）について、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、地元企業に対して、先進事例紹介や意識啓発のセミナーを開催するなど、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。 |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|--|
| ①「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、地元企業自らが取り組む時間の確保が困難な場合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。 |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|--|
| ①「新しい働き方」について、地元企業自らが取り組む時間の確保が困難な場合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。 |

| | |
|--------|-----------------------------------|
| 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） |
| 担当課 | 産業雇用政策課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|---|
| ①企業の情報発信については、ホームページ等での動画配信などに加え、令和3年度以降は、より学生に情報を届けるため、学生の7割が情報源としているSNS（Instagram、X）を活用し、「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」をテーマとした記事やショート動画を週2回投稿するなどの取組みを行った。 また、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媒体（NAGASAKI WORK STYLE）について、コロナ禍で学生の情報収集がオンラインに移行している状況を踏まえ、令和3年度以降は冊子からウェブサイトへ移行し、掲載企業を令和2年度の84件から令和5年度には122社へ増やすとともに、令和5年度にSNS広告を行うなどして、ウェブサイトへ誘導を図ることで、地元企業の認知度向上に努めた。 |
| ②近年の20代・30代の転出超過や、コロナ禍で学生の就職活動や企業の採用活動においてオンラインでの活動が普及しており、企業においては、全国的にSNS広告や自社PR動画のYoutube投稿による情報発信に取り組む事例が増えていることから、オンラインを含む採用活動や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たことで、人材確保における人手不足やノウハウ不足、コスト不足に苦慮している企業の採用活動を支援し、地元企業の採用強化を図った。 また、新卒者採用活動におけるインターンシップの重要性が増したため、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開催し、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。 |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|---|
| ①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、小学生から大学生までの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アプローチも不十分である。 |
| ②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。 |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|
| ①小学生から大学生までの情報発信の手法等の整理が十分でないことから、関係機関を通じて情報収集を行い、各年代に応じたきめ細やかな情報発信を強化する。 また、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。 |
| ②地元企業に対する採用力の強化や、企業の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。 |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | | | |
|-------|-----------------------|-----|-------------------|
| 具体的施策 | (2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する | 関係課 | 商業振興課、水産振興課、農林振興課 |
| 施策主管課 | 新産業推進課 | | |

| | |
|--------|----------------|
| 具体的取組み | ①創業・スタートアップの促進 |
| 担当課 | 新産業推進課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①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、ワークショップ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、起業をめざす人材の発掘・育成が図られた。</p> <p>②創業サポート長崎を構成する各支援機関において、創業の各段階に応じた支援を行った結果、創業希望者の事業計画の実行性の向上が図られたことで創業につながった。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①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、参加者募集の周知が十分ではなく、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> <p>②コロナ禍以降、支援機関同士の情報共有の場であるミーティングが開催できておらず、十分な情報共有がなされていない。</p> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|
| <p>①金融機関等と共にスタートアップ支援に取り組んでいるが、引き続き関係機関との情報共有・連携の強化に務めるとともに、スタートアップの機運醸成を図り、潜在的起業家の発掘・育成や起業後の継続的な成長をサポートする機能の充実などに取り組む。</p> <p>②創業サポート長崎内の各支援機関同士で調整を行うことにより、創業者に対して創業の段階に応じた適切な支援を実施できる体制の強化を図る。</p> |

| | |
|--------|----------|
| 具体的取組み | ②販路開拓の支援 |
| 担当課 | 商業振興課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①地域商社事業については、市内事業者の販路開拓を行うため、単独ではマーケティングや販路開拓に取り組むことが困難な小規模・零細事業者に代わって地域商社2社が新商品開発や販路開拓の支援などを行ったことにより、市内事業者の売上につながった。</p> <p>②長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、水産練り製品のブランド化、消費拡大をめざすため、「長崎かんぼこ王国」と連携し、イベント出店やSNS活用の支援、専門家による伴走型支援、首都圏での電子広告等を行ったことにより、長崎かんぼこへの関心が高まった。</p> <p>③SNS等活用支援事業については、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結果、対象事業者のSNSのフォロワー数が増加するとともに、ECサイトにおける売上が増加し、販路拡大につながった。</p> <p>④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、令和元年度に600品だった返礼品の登録数が約6.8倍増加し、令和5年度には、4,083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、令和元年度690,809千円（31,211件）だった寄附が2.4倍増加し、令和5年度1,656,560千円（75,137件）と寄附を受け入れも増加し、全国の寄附者に対し返礼品（492,388千円分）を送付することで域外へ海産物・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。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①地域商社事業については、域外への販路拡大に意欲的な事業者が少ないため商品開発や生産力が限られているとともに、地域商社2社は民間企業であり、売れる商品を目利きして取り扱うため、取り扱う商品に限りがある。</p> <p>②長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、継続して、情報発信や販路拡大事業など長崎かんぼこのブランド化に取り組んでいるが、ブランドの確立は難しく、長崎かんぼこが十分に認知されていない。</p> <p>③SNS等活用支援事業については、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。</p> <p>④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、域外への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附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は、魅力ある返礼品の充実や情報発信が十分でない。</p> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|--|
| <p>①地域商社事業については、今後も地域商社2社が、市内事業者の販路及び売上の拡大を図るためのサポートをしていくとともに地域商社が取り扱う商品を増やすための事業者とのマッチングを行うことなど、地場事業者の新商品の開発や販路開拓につなげる。</p> <p>②長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、「長崎かんぼこ王国」と引き続き連携を図りながら、各種イベント出店などを通して情報発信を行うとともに、長崎かんぼこ全体のブランド力の強化につなげる。</p> <p>③SNS等活用支援事業については、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、引き続き支援を行う。</p> <p>④ふるさと納税において、長崎市を応援する人を増やし、寄附受入額も増やしていくために、ポータルサイトの自治体紹介や返礼品のページ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発信する。</p> <p>また、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。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。</p> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | |
|--------|-------------------|
| 具体的取組み | ③農林水産業を担う多様な人材の育成 |
| 担当課 | 農林振興課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） | 問題点とその要因（令和5年度まで） | 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|--|--|---|
| <p>①農業担い手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、就農初期の負担軽減を図るための給付金、ハウス等施設整備や経営継承を推進するための補助事業の実施により、新たな担い手の確保、経営安定及び定着につながった。</p> <p>②漁業の担い手確保のため、新規漁業就業希望者に対して刺網漁業等の実践研修を支援し、技術習得を図ることができた。</p> <p>また、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や初期投資に対する支援を行い、着業後の経営安定を図ることができた。</p> | <p>①農業従事者の高齢化と後継者不足は依然として進行しており、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いるものの、新規就農後の安定した経営には個人差がある。</p> <p>また、就農希望者に対しても、従来のホームページの周知だけでは、農作業や農業経営のイメージを掴むことが困難であるため、新たな広報手段を検討する必要がある。</p> <p>②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ることができるかや、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。</p> <p>就業後の安定した漁家経営の継続が厳しい状況であり、新規漁業就業を希望する者が少なく、担い手の確保が難しい状況となっていると同時に、研修指導者となる漁業者の高齢化が進み、受入先が限られマッチングがうまくいかない場合がある。</p> | <p>①農業の新たな担い手の確保及び定着を図るため、新規就農者に対しては、新規就農者育成総合対策及び中高年新規就農者給付金による就農初期の給付金や、施設整備への支援による初期投資の軽減及び関係機関と連携したサポート体制を強化することで、経営改善を進めていく。</p> <p>また、後継者の継承については、新規就農者育成総合対策事業及び経営継承・発展等支援事業等を活用し、その確保・経営安定を進める。</p> <p>加えて、多様な担い手の就農促進に向けて、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実施する。</p> <p>②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。</p> <p>新規漁業就業者の受入体制の整備を行うとともに新規就業希望者が行う漁業技術の習得に対する支援を継続して行う。また、担い手の確保のため、大都市圏等で開催される漁業就業支援フェア等の周知・支援を積極的に実施する。</p> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | |
|--------|--------------|
| 具体的取組み | ④農林水産業の生産性向上 |
| 担当課 | 農林振興課 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） | 問題点とその要因（令和5年度まで） | 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|--|--|---|
| <p>①認定農業者を中心とした意欲の高い農業者の経営の安定を図るため、施設等整備に対する補助を行ったことで、当該農業者の生産性の向上や経済的負担の軽減に寄与した。</p> <p>②長崎びわ「なつたより」の販売量の安定を図るため、苗木や土壌改良資材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、簡易ハウスの整備や小型温風機の導入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。</p> <p>③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に対する支援や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、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、生産基盤の強化や生産コストの低減に寄与した。</p> <p>④漁業協同組合及び漁業者が行う各種施設・機器の整備を支援したことにより、漁獲物の鮮度向上が図られて付加価値が向上するとともに、水産物の販売力向上や魚介類の品質保持による魚価の向上により、漁協及び漁業者の経営安定化が図られた。</p> <p>⑤漁業協同組合のDX化の取組みを推進するため、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を実施した漁業協同組合へ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、漁協内の情報共有が可能となり、漁協事務の効率化が図られた。</p> <p>⑥令和4年度に導入支援を行ったAI搭載自動給餌機（3台）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。</p> <p>⑦漁業生産量の維持・増大を図るため、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・堆積物の処理など）に対し支援を行ったことにより、R5年度の全体的な藻場の被度はR元年度の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。</p> | <p>①近年の局所的な気象災害や気候変動及びコロナ禍などにより、農産物の生育・販売状況が悪化し外的要因に影響を受ける部分が多い。</p> <p>②長崎びわ「なつたより」については、栽培面積は伸びているものの、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。</p> <p>③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、販売量は減少傾向である。</p> <p>④漁業協同組合等水産関係団体が行う施設等の整備に係る要望の年度の偏りにより、補助の採択を受けられず、要望どおりに事業が実施できない場合がある。また、漁業者の減少や水揚量の減少に伴い、漁業協同組合の経営状況が厳しく、施設更新の経費負担が大きくなっている。</p> <p>⑤ 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。</p> <p>⑥ICT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るため、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。</p> <p>⑦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。</p> | <p>①気象災害等に強く、新型コロナウイルス感染症など外的要因が生じても業務が継続でき、収益性の高い施設等の農業生産基盤整備を支援することで、認定農業者を中心とした意欲の高い農業者の経営安定につなげる。</p> <p>②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取組みを推進する。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ビ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。</p> <p>③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、小規模基盤整備等に対する支援や燃油価格高騰対策を継続して実施する。</p> <p>④水産関係団体の要望を把握し、事業の必要性、有効性を精査するとともに、年度の偏りを解消するため、計画的な事業の実施に努め、国・県の補助事業を引き続き活用し、水産関係団体の経営安定を図るための支援を行う。</p> <p>⑤漁業協同組合のDX化や組織強化、経営力強化を図るため、漁業協同組合の合併を検討する。</p> <p>⑥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。また、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。</p> <p>⑦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組みを進め、効果的な取組みについては、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。</p> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | | | |
|-------|----------------------|-----|-------------------------------|
| 具体的施策 | (3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める | 関係課 | 国際課、広報広聴課、商業振興課、文化振興課、スポーツ振興課 |
| 施策主管課 | 都市経営室 | | |

| | |
|--------|---------------|
| 具体的取組み | ①学びの場の魅力向上と発信 |
| 担当課 | 都市経営室 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） | 問題点とその要因（令和5年度まで） | 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|--|---|--|
| <p>①U-サポ事業の活性化のため、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-サポの取組みを行ったことにより、ボランティア延べ参加数が増加（令和5年度：5,361人）し、コロナ禍の影響で、大幅に落ち込んでいたボランティア延べ参加数がコロナ禍以前の状況（令和元年度：5,431人）までほぼ回復した。</p> <p>②留学生数を伸ばすため、長崎留学生支援センターを中心に、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に加え、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で留学生生活の充実が図られたことなどにより、新型コロナウイルス感染症の影響で、令和2年度、3年度と大幅に落ち込んでいた留学生数がコロナ前（令和元年度：1,272人）を超え、令和5年度で1,334人と増加した。</p> | <p>①U-サポの取組みについては、中心となる長崎大学以外の学生の参加者数も一部増加しているものの、参加者がなかなか増加しない大学もある。要因としては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等が要因である。また、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り、コロナ禍以前までの状況には回復したが、参加実人数は回復できていない（ボランティア参加実人数令和元年度：1,188人→令和5年度：979人）。</p> <p>②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しているものの、国籍の多様化や社会情勢の変化などにより、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ニーズに応じた取組みが求められている。</p> | <p>①U-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、学生やボランティア募集の可能性が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、令和6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。</p> <p>②長崎留学生支援センターを中心として、産学官の関係団体と情報共有し、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組みを進め、また、留学生が長崎留学の魅力を見出し、自らがその発信者となるよう、引き続き、市民の異文化理解や多文化共生の取組みなど、様々な機会をとらえた留学生との協働に取り組むとともに、留学生に対する市有施設入館料等の免除等により長崎の魅力を紹介していく。</p> |

| | |
|--------|--------------|
| 具体的取組み | ②暮らす魅力の向上と発信 |
| 担当課 | 住宅政策室 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） | 問題点とその要因（令和5年度まで） | 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|---|---|
| <p>①若者や子育て世帯の住環境を向上させ「若い世代に選ばれるまち」を実現するため、市民や民間団体等が主体又は市と協働して実施する取組みを認定する「住みよかプロジェクト協力認定制度」を創設し、令和5年度までに20件を認定した。</p> <p>これにより市民や移住者に対し「住宅供給」や「情報発信」を行うとともに、地域のキーマン等が暮らしに関する不安や困りごとを解消するための「相談・支援」を行うなどの『仕組み』を構築することができた。</p> <p>この民間連携事業では、若者や子育て世帯に向けた賃貸住宅やリノベーションした空き家などを令和5年度までに約850戸供給したほか、認定事業者が長崎市に移住する際の相談・支援、WebページやYouTubeによる情報発信など若者や子育て世帯が住まいを選択するための環境づくりが図られた。</p> <p>そのほか市営住宅の特定の住戸において、入居条件の緩和による新規就労者や移住者の受入れや子育て世帯向けに改修した住戸の期限付き入居、市街化調整区域での規制緩和による住宅用地の供給促進など若者や子育て世帯の住宅供給の促進に努めた。</p> | <p>①民間との連携で構築された仕組みによる認定事業者の住宅供給や市街化調整区域における規制緩和は、若者や子育て世帯が自分のライフスタイルに合わせた住まいを選択するための住環境の向上に寄与しているものの、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。</p> | <p>①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るため、これまでに構築した仕組み（「住宅供給」・「情報発信」・「相談・支援」）を引き続き活用するほか、新たな住宅供給等に繋がる取組みなどを検討し、必要に応じて「住みよかプロジェクト協力認定制度」による新規認定も視野に取り組んでいく。また、規制緩和などの新たな制度の見直しについては、住宅供給の促進に繋がるよう周知に努めるとともに、供給量等の把握も行っていく。</p> <p>併せて、アンケート調査による若者や子育て世帯のニーズや社会動向など新たな要素も取り入れながら、状況に合った施策を展開していく。</p> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | |
|--------|---------------|
| 具体的取組み | ③楽しみの創出と魅力の発信 |
| 担当課 | 都市経営室 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①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。</p> <p>②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。</p> <p>③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、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実施）を開催し市民の芸術文化に対する興味・関心を高めた。</p> <p>④V・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やアウェイゲームのパブリックビューイングを実施することで、子育て世帯が「みるスポーツ」を通してスポーツへの関心を高めるきっかけをつくることができた。</p> <p>⑤長崎の魅力を若い世代にも感じてもらうため、Xやインタグラム等のSNSを活用して情報発信を行ったことにより、若者が長崎の魅力にふれる機会を創出できた。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①「ながさき若者会議運営プロジェクト」を立ち上げ、令和7年度までは、学びの質を確保す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くこととしているが、現時点で、令和8年度以降自走できる仕組みの構築ができていない。</p> <p>②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。</p> <p>③茶道体験について、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ることが要因であると考えられる。</p> <p>④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の応援機運を更に高めるための取り組みを行っていく必要がある。</p> <p>⑤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。</p> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|
| <p>①「ながさき若者会議」の取組みについては、令和8年度以降も引き続き持続可能な会議運営を行うために、自走できる仕組みの構築を図っていく。</p> <p>②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。</p> <p>③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ャリデザインに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。</p> <p>④スタジアムシティの開業を見据え、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、商店街や長崎駅及び浦上駅から長崎スタジアムシティまでの歩行者動線等へ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。</p> <p>⑤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。</p> |

| | | | |
|-------|------------|-----|-----------------|
| 具体的施策 | （4）移住を促進する | 関係課 | 建築指導課、住宅政策室、人事課 |
| 施策主管課 | 長崎創生推進室 | | |

| | |
|--------|-----------------|
| 具体的取組み | ①サポート内容・相談体制の充実 |
| 担当課 | 長崎創生推進室 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①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」や都市部での移住相談会での移住相談対応などを通じ、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UI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・相談件数ともに令和元年度から毎年度増加している。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①移住希望者のニーズに沿った支援を進めることで、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。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> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|--|
| <p>①県外の移住希望者に対する相談対応など移住支援の取組みを進めてきて、5年連続で移住者数、移住相談件数が増加し、目標達成しているが、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。そのため、移住支援についてはきめ細やか対応を引き続き行うとともに、将来的な移住者につながる可能性がある関係人口の創出・拡大の取組みについて拡大して取り組んで行く必要がある。</p> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

| | | | |
|-------|------------------|-----|---|
| 具体的施策 | (5) 関係人口を創出・拡大する | 関係課 | 広報広聴課、東京事務所、都市経営室、長崎創生推進室、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 |
| 施策主管課 | 長崎創生推進室 | | |

| | |
|--------|------------------|
| 具体的取組み | ①域外の人材と関係する機会の充実 |
| 担当課 | 長崎創生推進室 |

| 取組みと成果（令和5年度まで） |
|--|
| <p>①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。</p> <p>②ワーケーションの受け入れについては、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、民間のネットワーク組織と連携してワーケーションに関する講演会を開催するとともに、市独自でワーケーションの個人モニター及び企業の視察受入を行った。その結果、市内でワーケーションを受け入れる機運の醸成に一定寄与でき、また、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。ワーケーションモニターを通じて把握できた課題を踏まえて、令和5年度からの新たに「ながさきお試し暮らし応援事業」を実施したところ、令和5年度中に2人の利用があり、そのうち1人が令和6年度中に移住予定となっている。</p> <p>③長崎学研究所においては、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開催し、長崎学の最新の研究成果を市民に発信しており、この公開学習会において域外の長崎研究者を講師として招いた。また、毎年度刊行している長崎市長崎学研究所研究紀要「長崎学」へ、域外の専門家人材から論考の寄稿を受けた。特に令和4年度に刊行した紀要「長崎学」第7号は、令和2年度から3年度にかけて長崎学研究所が東京大学史料編纂所等と行った共同研究の成果の特集号として刊行した。令和5年度には、本市での学会開催に際して、事務局である中央大学研究者への積極的な支援を行った。これらの取組みにより、域外の専門家人材との連携を図ることができ、今後の関係人口の創出に寄与する協力関係を築くことができた。</p> <p>④シティープロモーション「長崎MIRAISM」については、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。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のフォロワーが増加し、市外の方に長崎の新しい魅力を紹介でき、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。</p> |

| 問題点とその要因（令和5年度まで） |
|---|
| <p>①長崎〇〇LOVERSプロジェクトにおいて、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。</p> <p>②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。</p> <p>③長崎学研究所においては、これまで長崎を研究対象とする域外の専門家人材との協力関係を構築してきたが、一方では長崎を研究対象とする研究者の減少が指摘されている状況にある。</p> <p>④「長崎MIRAISM」のXのフォロワー数は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。</p> |

| 第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針 |
|---|
| <p>①長崎〇〇LOVERSプロジェクトについて、SNSにおける既存のフォロワーへの訴求に加え、域外の人材との交流の促進や新規フォロワー獲得のため、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。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> <p>②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。</p> <p>③長崎学研究所においては、これまでに協力関係を構築した長崎を研究対象とする域外の専門家人材との連携を引き続き図っていくとともに、新たな域外の専門家人材の発掘や協力関係の構築に努める。</p> <p>④シティープロモーションの取組については、次のステップに進む時期に差し掛かってきていることから取組内容を刷新する予定。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> |

第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証シート

⑤ふるさと納税については、ポータルサイトの事務代行事業者の見直しを行い、返礼品の開発や定期便の拡充等を行ったほか、カタログを作成して過去の寄附者への送付、新聞広告やWEB広告等により情報発信の強化に努めた。域外の寄附者へ寄附額の約3割の額の特産品を送付しており、返礼品を通じて地場産品の域外への周知が図られ、関係人口の創出・拡大につなげることができた。

⑥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実施し、生誕100年の機運を高めることができた。また、県外に向けた周知にも力を入れるとともに特別企画展を開催し、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、関係人口の創出・拡大につなげることができた。

⑦東京事務所においては、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し、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。

⑤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、域外への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り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は、魅力ある返礼品の充実や情報発信が十分でない。

⑥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たものの、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5年度：17,319人、令和元年度19,570人）

⑦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、令和4年度まではコロナ禍でPRイベント等が縮小・中止されていたことにより十分にPRできていなかった。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。

⑤ふるさと納税において、長崎市を応援する人を増やし、寄附受入額も増やしていくために、ポータルサイトの自治体紹介や返礼品のページ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発信する。

また、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、これまで以上に返礼品の質の向上に取り組む。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。

⑥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ぐ取り組みに注力する。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。

⑦さらなる関係人口の創出、移住相談者の増加に向けて、首都圏における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。