

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 令和元年10月10日

基本目標B 新しいひとの流れをつくる

部会長 移住支援室

関係課名 長崎創生推進室、都市経営室、人権男女共同参画室、広報広聴課、住宅課、産業雇用政策課

基本的方向

移住定住希望者の視点に立ち、長崎県・市町共同で設立予定の長崎県移住促進センター(仮称)の活用などにより、雇用や就業、住まい等の移住の受け皿に関する総合的な相談体制の充実を図るとともに、長崎で暮らすことの魅力を発信することで長崎への多様な人材の還流と確保に取り組む。
併せて、特に若者が長崎で学ぶ魅力の向上に努めるとともに、教育機関、産業界等と連携し、人材育成と学卒者の地元定着に取り組む。

基本目標の評価

Cc 目標を一部達成しているものの、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

判断理由

●方針B1-1【学びの場と若者をつなぐ】

学びの場の魅力を向上する取組みについては、各所属と大学との連携事業が定着したことにより、大学との連携強化が着実に図られている。

高等教育機関の誘致を検討するため、長崎地域の7大学の誘致に対する意見を把握することができた。誘致可能な高等教育機関の把握、選定が今後の課題である。

また、学生向けシンポジウムを開催し、参加した学生に将来長崎で働き暮らしていくために、学生時代に何を学んでおくべきかを考える機会を提供することができた。

学びの場と地域をつなぐ取組みについては、市長等の講義を通して、各大学の学生に長崎の魅力等を伝えることができた。

ボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の様々な広報活動等により、学生・応援団ともに登録者数が増加し、延べ参加学生数も増加したことで、学生の成長及び地域の活性化に資することができた。また、ボランティアを通じ、他大学の学生をはじめ他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一つの要因ともなった。

●方針B1-2【働く場と若者をつなぐ】

テレビ放送、動画配信及び書籍の発行による地元企業の紹介、保護者向けの地元企業の就職セミナーの開催、県外大学への訪問により、市内出身の学生に向けた合同企業面談会の周知による地元企業の認知度の向上を図ることができた。

インターンシップの活用方法など採用活動における効果的な取組みをテーマとした企業向けセミナーの開催、地元企業の県外での採用活動に対する補助によるUIターン就職の促進、インターンシップ受入れに係る費用に対する補助による地元企業におけるインターンシップの充実を図ることができた。

しかしながら、地元企業においては県外企業に比べ採用活動のノウハウに差があることや、学生に対しても長崎で暮らす有益な情報が行き届いていない。ワーク・ライフ・バランスに関しては、まだ取組めていない企業もある。

●方針B1-3【暮らしと若者をつなぐ】

地元紙の掲載やリーフレットの施設窓口の設置など、市が伝えたい施策や魅力などを、分かりやすく周知し、長崎で暮らす魅力の発信を図ることができた。

若者のまちづくりへの参加促進に向けた取組みについては、市長等の講義を通して、各大学の学生に長崎の魅力等を伝えることができた。

ボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の様々な広報活動等により、学生・応援団ともに登録者数が増加し、延べ参加学生数も増加したことで、学生の成長及び地域の活性化に資することができた。また、ボランティアを通じ、他大学の学生をはじめ他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一つの要因ともなった。

●方針B2-1【移住希望者をサポートする】

移住の専門相談員の配置による移住希望者に対するサポートの充実、ながさき移住サポートセンターとの連携による移住相談や情報発信等、空き家・空き地バンク制度、移住支援空き家リフォーム補助金の交付により、移住者は平成29年度に比べて増加した。しかしながら、県内他市町では、移住希望者に対する補助金制度の充実等により、さらに移住者数を増やしている市町もあり、本市の増加する余地は十分にある。また、空き家・空き地バンクや住宅の補助金制度については、さらなる周知が必要である。

東京都や福岡市などの大都市や、お盆や年末年始の帰省時期に合わせた「長崎駅前移住相談会」の開催、ホームページや動画による移住関連の情報の提供により、より多くの移住希望者に相談の機会を提供することができた。

●方針B2-2【移住希望者をつくりだす】

移住専用ホームページ「ながさき人になろう」を通じて、移住希望者が活用できる行政サービスの発信及びプロモーション動画による長崎市の魅力発信等を行い、長崎で暮らす魅力を発信し、ホームページの閲覧件数は前年度に比べ増加した。

以上のことから「Cc」と判断した。

数値目標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい

指標名	基準値 (時期)	目標値 (時期)	区分	H27	H28	H29	H30	H31
社会移動数[暦年]	△1,044人 (26年)	△900人 (31年)	↑ 目標値	△ 1,015	△ 986	△ 958	△ 929	△ 900
			実績値	594	△ 1,456	△ 3,368	△ 2,664	
			達成率	258.5	52.3	△ 151.6	△ 86.8	
地場企業の新卒採用調査における市外からのUIターン就職者数【累計】 【補助代替指標】	163人 (26年度)	870人 (31年度)	↑ 目標値	170	342	516	692	870
			実績値	188	442	794	1,086	
			達成率	110.6	129.2	153.9	156.9	
県内大卒者の県内就職者数(※県内就職率10ポイント増)【補助代替指標】 (※Aから再掲)	1,055人 (26年度)	1,200人 (31年度)	↑ 目標値	1,071	1,147	1,150	1,187	1,200
			実績値	1,038	1,054	1,051	977	
			達成率	96.9	91.9	91.4	82.3	
ながさき移住サポートセンターと連携した取組みによる長崎市への移住者数【補助代替指標】	0人 (26年度)	95人 (31年度)	↑ 目標値	0	30	47	63	95
			実績値	0	75	65	92	
			達成率		250.0	138.3	146.0	

※社会移動数[暦年]は外国人を含む。【参考】日本人のみではH27△1,722人、H28△1,602人、H29△1,809人

※参考として、県内大卒者の県内就職率は、H28.3月卒業:39.6%、H29.3月卒業:39.2%、H30.3月卒業:38.9%となっている。

今後の取組方針

方針B1-1【学びの場と若者をつなぐ】

- ・長崎市と協働で研究や事業に取り組むことが学びの機会にもつながることから、庁内で取組事例を情報共有し、大学とのさらなる連携を図る。
- ・国が令和元年度に開設を予定している地方公共団体と大学のマッチングを支援するポータルサイトを活用して、地方に学部等を設置したいと考えている高等教育機関や、その高等教育機関が必要としている市からの支援策などの情報を収集するなど高等教育機関の誘致について、引き続き検討を進める。
- ・学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用し、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信する。
- ・各大学による地域学講座において、市長等の講義を引き続き行う。
- ・ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、ボランティア参加が少ない大学に、Uサポに登録している学生を派遣し、ボランティア参加を呼びかけるなど学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。

方針B1-2【働く場と若者をつなぐ】

- ・「長崎キラリカンパニー」を引き続き制作していくなど、多様な媒体を活用して地元企業の魅力を発信するとともに、企業の認知度を向上していく。
- ・福岡圏や首都圏の大学等を訪問し、就職に関する動向の情報収集を行うとともに、地元企業が参加する各種イベントの周知を行う。
- ・企業研究会や学生と企業の採用担当者との交流会を開催するなど、地元企業を知る機会を創出する。

方針B1-3【暮らしと若者をつなぐ】

- ・各大学による地域学講座において、市長等の講義を引き続き行う。
- ・ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、ボランティア活動を広めたい学生同士をマッチングするなど学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。

方針B2-1【移住希望者をサポートする】

- ・県外で開催する移住相談会や「ながさき移住サポートセンター」をはじめとする関係機関との連携により、移住希望者の掘り起こしを行うとともに、平成31年度に開設した移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」を通じて、きめ細やかな支援を継続して行っていく。
- ・平成31年度に創設した移住者向けの補助金制度について、周知を図り、移住者の増加につなげる。
- ・空き家・空き地バンクへの登録件数を増加させる取り組みとして、出前講座を今後も継続して開催し、制度の周知に努めるとともに、不動産事業者等の関係団体と連携して、長崎市への移住・定住及び空き家活用につながるなど一定の条件を満たす空き家も登録できるように制度の一部見直しを行う。
- ・移住相談会への参加件数及び独自開催件数は継続しつつ、どの相談会に参加し、どこで開催するか等、より効果的に移住者を増加させる方策を検討し、移住者の増加を図る。

方針B2-2【移住希望者をつくりだす】

- ・長崎市を移住先として選んでもらえるように、引き続きホームページ等においてまちの魅力の発信に努める。
- ・移住者へのアンケートの実施や他都市の成功事例を参考にしながら、移住希望者が移住を決定するにあたり必要とする情報等の分析に努め、より多くの移住者獲得を図る。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会からの評価(意見)

・B-4の重要業績評価指標(KPI)の「ホームページ閲覧件数」について、目標値と実績値に大きな乖離がある。第2期総合戦略における数値目標や重要業績評価指標(KPI)の目標値については、現状をしっかりと分析したうえで慎重に設定すべきである。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会からの提言・提案

・B-1において、長崎キラリカンパニーの動画再生回数が少ないが、従来のやり方を続けるのではなく、効果ができるよう手法を見直す必要がある。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組評価シート

作成日 令和元年10月10日

旗印B ながさきと若者をつなぐ

主管課 移住支援室

関係課名 長崎創生推進室、都市経営室、人権男女共同参画室、広報広聴課、住宅課、産業雇用政策課

旗印の内容B1 今いる若者とながさきをつなぐ

方針B1-1 学びの場と若者をつなぐ

平成30年度の取組概要

【学びの場の魅力を向上する】

●教育内容の充実

- ・各大学との包括連携協定等を基に、各所属において大学と連携した取組みを推進した。
- ・高等教育機関(大学や専門学校など)の誘致について検討するため、国の支援内容の情報収集や長崎地域の7大学との意見交換などを行った。

●就学環境の充実

- ・「長崎で学ぶこと・働くこと・暮らすこと」をテーマに、長崎で学んだ先輩と市長が自らの経験やこれからのまちの展望などについて語り合う「游学のまち長崎シンポジウム」を開催した。
- ・学びの場としての魅力向上に資する取組みの検討を進めるため、学生に対するアンケート調査を実施した。

【学びの場と地域をつなぐ】

●長崎の魅力を知る

- ・各大学による地域学講座において、長崎市の魅力やまちづくりの考え方、取り組んでいる政策などを学んでもらうため、市長等が講義を行った。

●まちづくり活動への参加を促す

- ・平成23年度から長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。

評価(成果・効果)

【学びの場の魅力を向上する】

●教育内容の充実

- ・長崎大学核兵器廃絶研究センター(RECNA)の核廃絶地球市民長崎集会実行委員会への参画やインターンシップ実習生の受け入れなど、各所属と大学との連携事業が定着してきたことにより、大学との連携強化が着実に図られている。(平成28年度:54件→平成29年度:60件→平成30年度:53件)

- ・高等教育機関の誘致に関して、国の支援内容や長崎地域の7大学の意見を把握することができた。

●就学環境の充実

- ・「游学のまち長崎シンポジウム」には、163名の参加があった。このシンポジウムに参加した学生やホームページ等でその内容に触れた学生にとって、将来長崎で働き暮らしていくために、学生時代に何を学んでおくべきかを考える機会となったことにより、学生の学びの質が高まった。

- ・アンケート調査により、長崎での学生生活を楽しまつために学生が主体となって活動したい取組みなどを把握することができた。

【学びの場と地域をつなぐ】

●長崎の魅力を知る

- ・市長等の講義を通して、各大学の学生に長崎の魅力等を伝えたことにより、長崎で学ぶことに興味を持つ学生が増えた。

●まちづくり活動への参加を促す

- ・様々な広報活動等により、学生・応援団ともに登録者数が増加し、延べ参加学生数も増加したことで、学生の成長及び地域の活性化に資することができた。また、ボランティアを通し、他大学の学生をはじめ他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一つの要因ともなった。

学生登録者数 平成29年度:2,799人→平成30年度:3,193人 (前年度比 14.1%増)

応援団登録数 平成29年度:269団体→平成30年度:294団体 (前年度比 9.3%増)

延べ参加学生数 平成29年度:5,189人→平成30年度:5,233人 (前年度比 0.1%増)

評価(問題点とその要因)

【学びの場の魅力を向上する】

●教育内容の充実

・長崎地域の7大学の中には定員割れをしている大学もあることから、高等教育機関を誘致することによる既存大学への影響を精査するなど、慎重な判断が必要である。また、高等教育機関側が市に期待する支援内容等の把握が難しい状況である。

【学びの場と地域をつなぐ】

●まちづくり活動への参加を促す

・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、長崎大学以外の大学にはボランティア支援の専任スタッフがおらず、積極的な関わりが難しいことなどにより、参加者がなかなか増加しない大学もある。

今後の取組方針

【学びの場の魅力を向上する】

●教育内容の充実

・長崎市と協働で研究や事業に取り組むことが学びの機会にもつながることから、庁内で取組事例を情報共有し、大学とのさらなる連携を図る。

・国が令和元年度に開設を予定している地方公共団体と大学のマッチングを支援するポータルサイトを活用して、地方に学部等を設置したいと考えている高等教育機関や、その高等教育機関が必要としている市からの支援策などの情報を収集するなど高等教育機関の誘致について、引き続き検討を進める。

●就学環境の充実

・学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用し、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信する。

【学びの場と地域をつなぐ】

●長崎の魅力を知る

・各大学による地域学講座において、市長等の講義を引き続き行う。

●まちづくり活動への参加を促す

・ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、ボランティア活動を広めたい学生同士をマッチングするなど学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。

平成30年度の実施概要

【地元企業の認知度を向上する】

●多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

- ・魅力ある地元企業を紹介するテレビ番組(長崎キラリカンパニー)を制作し、月1社(年間12社)を紹介するとともに、動画投稿サイトで公開した。
- ・市内出版社と共同で「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」を発行し、地元企業22社の紹介を行った。
- ・学生の就職先決定に大きな影響力を持つ保護者を対象に地元就職を促進するためのセミナーを開催した(9月)。
- ・企業ホームページの制作・改修費用や企業面談会等で使用する自社をアピールするための装飾物制作費用の一部を支援した。

●大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

- ・市内からの進学者が多い首都圏、関西圏、福岡県などの大学等を訪問し、就職に関する動向の情報収集を行うとともに、地元企業が参加する合同企業面談会など各種イベントの周知を行った。

【地元企業との交流の機会を増やす】

●地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

- ・長崎市の最大の転出先かつ転入元である福岡県で地元企業研究会を開催した(10月)。
- ・「企業と高等学校進路指導担当者との情報交換会」や「長崎県業界セミナーin福岡」、「学生と企業との交流会」といった地元企業の人材確保につながるイベントを労働局や県、大学と連携し開催した。
- ・採用活動に係る情報発信の方法や学生とのコミュニケーション方法など、地元企業の採用力向上に資するセミナーを開催した(7月、11月)。
- ・地元企業が県外開催の企業面談会へ出展する際の費用の一部を支援した。
- ・長崎工業会が実施している現場力向上塾、カイゼン先進工場研修会、人材育成スクール、IoT等新技術導入支援等の競争力強化や、企業見学バスツアー、人材確保セミナー等の経営力強化に向けた取組みを支援することで、ものづくりの現場における人材育成を図った。

●インターンシップの充実【A1-1から再掲】

- ・地元企業が県外の学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊費の一部を支援した。

【給与・労働時間を改善する】

【労働環境の改善に向け支援・啓発する】

●雇用環境の向上に向けた支援・啓発【A1-3から再掲】

- ・ハローワークOBである雇用コーディネーターが企業を訪問し、採用・人材育成に係るニーズや問題点について聞き取りを行った。また、ワーク・ライフ・バランスを始め、働き方改革、女性活躍推進といった労働環境の改善に係る啓発と併せ、国・県・市の支援制度の活用など各種施策の活用についてアドバイスを行った。
- ・地元企業の職場環境向上に資する経費への助成を含む「採用活動支援補助金」を創設した。

●ワーク・ライフ・バランスの周知・啓発【A1-3から再掲】

- ・「長崎市労政だより」によりワーク・ライフ・バランスに関連するイベント情報や制度等について情報発信を行った。
- ・魅力ある地元企業を紹介するテレビ番組「長崎キラリカンパニー」において、各企業が進めている職場環境改善の取組みを紹介した。
- ・男女共同参画推進センターにおいて、ワーク・ライフ・バランスに関する講座を開催した。
- ・男女共同参画推進センターが発行する啓発紙でワーク・ライフ・バランスに関する情報を掲載した。
- ・男女共同参画啓発紙「男女共同参画推進特集号」でワーク・ライフ・バランスに関する特集テーマを掲載した。
- ・男女が共に誰もが働きやすい職場環境づくりに取り組み、実践している事業所を「男女イキイキ企業」として表彰を行い、その取り組み内容を広く紹介した。

評価(成果・効果)

【地元企業の認知度を向上する】

●多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

・「長崎キラリカンパニー」について、放送後に動画投稿サイトで公開するとともに、平成29年度に紹介した12社のDVDを市内中学校・高校、市内外の大学等(計81ヶ所)に配布したことで、地元企業に対する認知度も徐々に向上している。また、企業ホームページへのリンク掲載や合同企業面談会での活用により、動画投稿サイトでの視聴回数も伸びており、番組の有効活用を図ることができた。

・「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」について、企業情報だけでなく、若手社員にスポットを当て、社会人になった自分をイメージできる内容とし、市内高校、市内外の大学等(計156ヶ所)に配布したほか、各種就職イベントへの参加者に配布したことで、学生に対し有益で訴求力のある情報を届けることができた。

・学生の就職先決定に影響力がある保護者を対象に、全国的な就職活動の動向や学生へのサポートの仕方、魅力的な地元企業や長崎の良さを伝える地元就職セミナーを開催(132人参加)したところ、「親としては子どもに地元で就職してもらいたいとの思いが強いので、今後も同様のセミナーを開催してほしい」、「地元企業の情報を詳しく知る良い機会となった」等の意見・感想が寄せられ、保護者の地元就職に関する意識を醸成することができた。

・企業ホームページの制作・改修に係る補助金を16社(16件)、装飾物制作に係る補助金を10社(10件)が利用し、地元企業の情報発信に関する取組みの充実を図ることができた。

●大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

・市内からの進学者が多い大学等を訪問し、地元企業及び地元企業が参加する合同企業面談会など各種イベントに関して大学等の就職担当者へ情報提供を行うとともに学生への周知を依頼し、大学等を通じた情報発信を行うことができた。

【地元企業との交流の機会を増やす】

●地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

・「福岡県での地元企業研究会」の開催や県や大学と連携し各種イベントを開催することで、より多くの学生などに対し、地元企業を知る機会を創出することができた。

・全国的な採用活動の動向やインターンシップの活用方法など、採用活動における効果的な取組みをテーマとした企業向けセミナーを開催(第1回123人、第2回101人参加)し、採用活動支援補助金やUIJターン就職促進事業費補助金とあわせて、企業の積極的な採用活動の促進を図ることができた。

・地元企業が県外開催の企業面談会へ出展する際の費用に係る補助金を11社(17件)が利用し、地元企業の県外での採用活動を支援することにより、UIJターン就職を促進することができた。

・長崎工業会が実施している企業見学バスツアーにおいて、長崎工業高校等の学生が地元企業を知る機会が創出されている。

●インターンシップの充実【A1-1から再掲】

・県外学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊に係る補助金を2社(2件)が利用し、地元企業のインターンシップの充実を図ることができた。

【給与・労働時間を改善する】

【労働環境の改善に向け支援・啓発する】

●雇用環境の向上に向けた支援・啓発【A1-3から再掲】

・雇用コーディネーターが平成30年度に企業155件を訪問し、労働環境の改善などのアドバイスをを行い、意識の醸成が図られた。

●ワーク・ライフ・バランスの周知・啓発【A1-3から再掲】

・「長崎市労政だより」による企業や市民への情報提供により意識の向上を図ることができた。

・「長崎キラリカンパニー」において地元企業の業務内容等と併せ、労働環境改善の取組みを紹介することで、企業の魅力を発信することができた。

・父子料理教室や働き方に関する講座など、ワーク・ライフ・バランスに関する講座を開催し、参加者からは「楽しく過ごせたうえにワークライフバランスの意味がわかった」などの声が聞かれ、ワーク・ライフ・バランスに関する啓発が図られた。

講座開催数 平成29年度:12回→平成30年度:12回(前年度から増減無)

講座定員充足率 平成29年度:77.3%→平成30年度:104.7%(前年度から27.4%増)

・「アマランス通信」では、ワーク・ライフ・バランスの重要性や考え方を掲載するなど、自身に関する身近な問題として考えてもらう機会が提供できた。

・男女共同参画啓発紙「男女共同参画推進特集号」では、今日から考えるワーク・ライフ・バランスを特集テーマに取り上げ、ワーク・ライフ・バランスに対する誤解を解消することで、自身のライフスタイルに合ったワーク・ライフ・バランスについて考えてもらう機会が提供できた。

配布部数 約162,000部(広報ながさき折込:158,300部、その他:約3,700部)

・10月1日から7日までの「パートナーシップ推進週間」に合わせて、男女が共に誰もが働きやすい職場環境づくりに取り組み、実践している事業所を募集し、「男女イキイキ企業」として3社表彰した。また、その取り組みを男女共同参画啓発紙や市ホームページ等で紹介することで、市民や事業所に対してワーク・ライフ・バランスに関する取り組みについての理解を深めてもらうことができた。

評価(問題点とその要因)

【地元企業の認知度を向上する】

- 多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】
- 大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

【地元企業との交流の機会を増やす】

- 地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】
- インターンシップの充実【A1-1から再掲】

・少子高齢化や人口減少による人手不足を背景に全国的な人材獲得競争が過熱するなか、学生が給与・休日・福利厚生といった情報で就職先を決定する傾向にある。

また、採用に積極的な県外企業が、事業内容や職場の状況を体感できるインターンシップの内容を充実させており、県外企業と地元企業の採用活動の知識・経験・ノウハウの蓄積に差が生じている。

このような中、地元企業には中小企業が多く、採用活動に人的・金銭的資源を十分に割けない状況も見受けられることから、地元企業の現状や仕事のやりがい、働きやすさや長崎で暮らす魅力といった有益な情報が学生一人ひとりに届いていない。

・長崎工業会が実施している企業見学バスツアーについて、対象が長崎工業高校のみとなっている。

【給与・労働時間を改善する】

【労働環境の改善に向け支援・啓発する】

- 雇用環境の向上に向けた支援・啓発【A1-3から再掲】

・「採用活動支援補助金」において、職場環境向上支援事業の利用がなかった。

- ワーク・ライフ・バランスの周知・啓発【A1-3から再掲】

・ワーク・ライフ・バランスを始めとする働きやすい職場づくりに取り組む企業は増加傾向にあるが、まだ取り組めていない企業もある。

・ワーク・ライフ・バランスに関する講座の参加者の募集において、広報紙やチラシ等で講座の趣旨を十分に伝えることができず、「期待していた内容と少し違っていた」など、満足度が低かった参加者もあり、満足度(89.1%)が、前年度(93.1%)より4ポイント減少している。

今後の取組方針

【地元企業の認知度を向上する】

- 多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

・魅力ある地元企業を紹介するテレビ番組を制作するとともに、市ホームページ等の広報媒体でのPRや市内中学校・高校、市内外の大学等へDVDを配布する。

・「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」を年2回(8月、12月)発行し、市内高校、市内外の大学等のほか、各種就職イベントの参加者に配布する。

・保護者向け地元就職セミナーを開催する(開催予定時期10月)。

・企業ホームページの制作・改修費用や企業面談会等で使用する自社をアピールするための装飾物制作費用の一部を支援する。

- 大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

・福岡圏や首都圏の大学等を訪問し、就職に関する動向の情報収集を行うとともに、地元企業が参加する各種イベントの周知を行う。

【地元企業との交流の機会を増やす】

- 地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

・福岡県での地元企業研究会を開催する(開催予定時期12月)。

・地元企業の採用力向上に資するセミナーを開催する(開催予定時期7月、11月)。

・地元企業が県外開催の企業面談会へ出展する際の費用の一部を支援する。

・長崎大学の学生NPO法人と連携し、学生と企業の採用担当者との交流を行い、地元就職について考える座談会を開催する(開催予定時期10月)。

・長崎工業会が実施している企業見学バスツアーについて、長崎工業高校以外の高校等も対象にするよう調整を図る。

- インターンシップの充実【A1-1から再掲】

・地元企業が県外の学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊費の一部を支援する。

・若年者の就職活動における企業研究として有益なインターンシップを実施する地元企業の情報を市ホームページ等で発信し、インターンシップの活性化を図る。

【給与・労働時間を改善する】

【労働環境の改善に向け支援・啓発する】

- 雇用環境の向上に向けた支援・啓発【A1-3から再掲】

・引き続き雇用コーディネーターによる企業訪問を行い、ワーク・ライフ・バランスを始めとする働きやすい職場環境づくりの推進について情報発信を行う。

・引き続き地元企業の職場環境向上を目的とした研修会の開催やセミナーへの参加に係る経費の支援を行う。また、補助制度の利用を促すため、一層の周知を図る。

- ワーク・ライフ・バランスの周知・啓発【A1-3から再掲】

・引き続き「長崎市労政だより」による情報発信を行い、働きやすい職場環境づくりに向けた各企業の取組みを促進する。

・ワーク・ライフ・バランスに関する講座の趣旨が的確に伝わるように、チラシや広報紙等での表現の仕方を工夫する。

平成30年度の取組概要

【長崎で暮らす魅力を発信する】

●多様な媒体による魅力発信

・長崎新聞「ととって」に記事を掲載し、主要な市政情報をイラストや写真を使って分かりやすく紹介するとともに、記事内容をリーフレットにして施設窓口などに配布した。

【若者のまちづくりへの参加を促進する】【B1-1から再掲】

●長崎の魅力をを知る

・各大学による地域学講座において、長崎市の魅力やまちづくりの考え方、取り組んでいる政策などを学んでもらうため、市長等が講義を行った。

●まちづくり活動への参加を促す

・平成23年度から長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。

評価(成果・効果)

【長崎で暮らす魅力を発信する】

●多様な媒体による魅力発信

市が伝えたい施策や魅力などを、分かりやすく周知することができた。

【若者のまちづくりへの参加を促進する】【B1-1から再掲】

●長崎の魅力をを知る

・市長等の講義を通して、各大学の学生に長崎の魅力等を伝えたことにより、長崎で学ぶことに興味を持つ学生が増えた。

●まちづくり活動への参加を促す

・様々な広報活動等により、学生・応援団ともに登録者数が増加し、延べ参加学生数も増加したことで、学生の成長及び地域の活性化に資することができた。また、ボランティアを通し、他大学の学生をはじめ他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一つの要因ともなった。

学生登録者数 平成29年度:2,799人→平成30年度:3,193人 (前年度比 14.1%増)

応援団登録数 平成29年度:269団体→平成30年度:294団体 (前年度比 9.3%増)

延べ参加学生数 平成29年度:5,189人→平成30年度:5,233人 (前年度比 0.1%増)

評価(問題点とその要因)

【長崎で暮らす魅力を発信する】

●多様な媒体による魅力発信

市民のライフスタイルや情報に対するニーズが多様化し、情報が溢れているため、市の施策や魅力などが届きにくくなっている。

【若者のまちづくりへの参加を促進する】【B1-1から再掲】

●まちづくり活動への参加を促す

・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、長崎大学以外の大学にはボランティア支援の専任スタッフがおらず、積極的な関わりが難しいことなどにより、参加者がなかなか増加しない大学もある。

今後の取組方針

【長崎で暮らす魅力を発信する】

●多様な媒体による魅力発信

市民が必要な情報を確実に入手できるように、社会動向の調査・情報分析などによるターゲットに応じた分かりやすい情報発信、職員の広報力の向上などに努めながら、戦略的・効果的な広報展開を図る。

【若者のまちづくりへの参加を促進する】【B1-1から再掲】

●長崎の魅力をを知る

・各大学による地域学講座において、市長等の講義を引き続き行う。

●まちづくり活動への参加を促す

・ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、ボランティア活動を広めたい学生同士をマッチングするなど学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。

旗印の内容B2 外にいる若者とながさきをつなぐ

方針B2-1 移住希望者をサポートする

平成30年度 of 取組概要

【サポート内容を充実する】

- ・平成29年度から移住の専門相談員を配置し、移住希望者へのサポートを行った。
- ・移住に係る支援制度をまとめたチラシを作成し、移住希望者へ配布した。
- ・県と長崎市を含む21市町が共同で運営する「ながさき移住サポートセンター」と連携した取り組みを行った。
- ・長崎市への移住につなげるため、活用可能な空き家の調査を行い、所有者の意向が確認できたものから、空き家・空き地情報バンクのホームページにて情報提供を行った。
- ・空き家・空き地バンクに登録された空き家に市外等からの住み替えを目的として、リフォーム工事を行う場合の工事費用の一部を助成する「移住支援空き家リフォーム補助金」等、移住者向けの補助として、「移住支援空き家リフォーム補助金」「特定目的活用支援空き家リフォーム補助金」「空き家家財処分費補助金」の事業を実施した。

【より多くの移住希望者に対応する】

- ・首都圏等で開催される移住相談会に参加し移住相談の対応を行った。また、移住者が多い福岡県において、ながさき移住サポートセンター、長与町及び時津町と合同で個別の相談会を開催した。
- ・お盆や年末年始に長崎駅前かもめ広場において、帰省客をターゲットとした移住相談会を開催した。
- ・ながさき移住サポートセンター東京窓口と連携した対応を行った。

評価(成果・効果)

【サポート内容を充実する】

- ・移住の専門相談員を配置することで、移住希望者に対して、より細やかなサポートができたとともに、前年度と比較して相談件数も増加した。(平成29年度相談件数 203件、平成30年度相談件数 400件)
- ・移住支援は「住まい」「仕事」「子育て」など内容が多岐にわたるが、情報を集約したチラシを作成・配布することで、相談者へ分かりやすい情報を提供することができた。
- ・移住相談や情報発信等に関し、ながさき移住サポートセンターと連携を行ったことで、前年度と比較して長崎市への移住者の増加につながった。(平成29年度 長崎市への移住者数 44世帯74人。うち、ながさき移住サポートセンター連携 40世帯65人、平成30年度 長崎市への移住者数 53世帯92人。うち、ながさき移住サポートセンター連携 47世帯79人)
- ・空き家・空き地バンクの登録件数については、平成30年度は27件であり、年度の目標値であった20件に達した。
- ・空き家・空き地バンク制度を活用して、市外からの移住に7件つながった。
- ・「移住支援空き家リフォーム補助金」の活用が3件あり、移住につながった。

【より多くの移住希望者に対応する】

- ・東京都や大阪市、福岡市などの大都市で開催される移住相談会への参加やお盆や年末年始の帰省時期にあわせた「長崎駅前移住相談会」の開催などにより、より多くの移住希望者に対して移住相談を行う機会を提供し、新たな移住希望者の掘り起こしを行うことができた。(相談会実績 平成29年度 9回、平成30年度 16回)

評価(問題点とその要因)

【サポート内容を充実する】

- ・専門相談員によるサポートにより、移住者数は増加しているものの、県内他市町では移住希望者が移住する際の経済的負担を軽減する補助金制度の充実により、さらに移住者数を増やしている市町もあり、他の市町と比較して、移住希望者に紹介できる補助金制度が少ないことから、まだ増える余地は十分にある。
- ・空き家・空き地バンク登録件数については、平成28年度から毎年20件、5力年で100件を目標としているが、3力年の累計で52件となっており、増加しているものの、現地調査からバンク登録に向けて空き家所有者に対しアンケートでの意向調査を行うものの、家財処分や相続問題などで登録にいたらなかったケースが多く、目標値には達していない。
- ・「移住支援空き家リフォーム補助金」は予算件数である3件分実施できたが、「特定目的活用支援空き家リフォーム補助金」及び「空き家家財処分費補助金」については、空き家の認定基準や、耐震基準などの要件に合う申請がなかったことから、実施件数は0件であった。

今後の取組方針

【サポート内容を充実する】

・県外で開催する移住相談会や「ながさき移住サポートセンター」をはじめとする関係機関との連携により、移住希望者の掘り起こしを行うとともに、平成31年度に開設した移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」を通じて、きめ細やかな支援を行う。

・平成31年度に創設した移住者向けの補助金制度（「移住支援補助金」、「子育て世帯ウェルカム補助金」）の周知を図り、移住者の増加につなげる。また、移住者向けの住まいに関する補助金については、平成29年度から開始した定住促進空き家活用補助金制度の周知に努めるとともに、補助条件としている空き家・空き地バンク登録件数の増加に努める。

・空き家・空き地バンクへの登録件数を増加させる取り組みとして、広報ながさきなどの広報媒体、自治会回覧などに加え、平成29年度から出前講座を開始しており、今後も継続して制度の周知に努める。また、空き家・空き地バンクの制度の一部を見直し、不動産事業者等の関係団体と連携して、長崎市への移住・定住及び空き家活用につながるなど一定の条件を満たす空き家も登録できるようにすることで、登録及び移住件数の増加につなげる。

【より多くの移住希望者に対応する】

・移住相談会への参加及び独自開催は継続しつつ、どの相談会に参加し、どこで開催するか等、より効果的に移住者を増加させる方策を検討し、移住者の増加を図る。

平成30年度の取組概要

【長崎で働く魅力を向上する】

●多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

・魅力ある地元企業を紹介するテレビ番組(長崎キラリカンパニー)を制作し、月1社(年間12社)を紹介するとともに、動画投稿サイトで公開した。

・市内出版社と共同で「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」を発行し、地元企業22社の紹介を行った。

・学生の就職先決定に大きな影響力を持つ保護者を対象に地元就職を促進するためのセミナーを開催した(9月)。

・企業ホームページの制作・改修費用や企業面談会等で使用する自社をアピールするための装飾物制作費用の一部を支援した。

●大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

・市内からの進学者が多い福岡圏や首都圏、関西圏の大学等を訪問し、就職に関する動向の情報収集を行うとともに、地元企業が参加する合同企業面談会など各種イベントの周知を行った。

●地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

・長崎市の最大の転出先かつ転入元である福岡県で地元企業研究会を開催した(10月)。

・「企業と高等学校進路指導担当者との情報交換会」や「長崎県業界セミナーin福岡」、「学生と企業との交流会」といった地元企業の人材確保につながるイベントを労働局や県、大学と連携し開催した。

・採用活動に係る情報発信の方法や学生とのコミュニケーション方法など、地元企業の採用力向上に資するセミナーを開催した(7月、11月)。

・地元企業が県外開催の企業面談会へ出展する際の費用の一部を支援した。

●インターンシップの充実【A1-1から再掲】

・地元企業が県外の学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊費の一部を支援した。

【長崎で暮らす魅力を発信する】

・多様なニーズを持つ移住希望者へ長崎市の行政サービスの情報等を一元的に発信するため、移住希望者向けホームページ「ながさき人になろう」を運営し、移住施策についての情報発信を行った。

●多様な媒体による魅力発信【B1-3から再掲】

・長崎新聞「ととって」に記事を掲載し、主要な市政情報をイラストや写真を使って分かりやすく紹介するとともに、記事内容をリーフレットにして施設窓口などに配布した。

評価(成果・効果)

【長崎で働く魅力を向上する】

●多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

・「長崎キラリカンパニー」について、放送後に動画投稿サイトで公開するとともに、平成29年度に紹介した12社のDVDを市内中学校・高校、市内外の大学等(計81ヶ所)に配布したことで、地元企業に対する認知度も徐々に向上している。また、企業ホームページへのリンク掲載や合同企業面談会での活用により、動画投稿サイトでの視聴回数も伸びており、番組の有効活用を図ることができた。

・「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」について、企業情報だけでなく、若手社員にスポットを当て、社会人になった自分をイメージできる内容とし、市内高校、市内外の大学等(計156ヶ所)に配布したほか、各種就職イベントへの参加者に配布したことで、学生に対し有益で訴求力のある情報を届けることができた。

・学生の就職先決定に影響力がある保護者を対象に、全国的な就職活動の動向や学生へのサポートの仕方、魅力的な地元企業や長崎の良さを伝える地元就職セミナーを開催(132人参加)したところ、「親としては子どもに地元で就職してもらいたいとの思いが強いため、今後も同様のセミナーを開催してほしい」、「地元企業の情報を詳しく知る良い機会となった」等の意見・感想が寄せられ、保護者の地元就職に関する意識を醸成することができた。

・企業ホームページの制作・改修に係る補助金を16社(16件)、装飾物制作に係る補助金を10社(10件)が利用し、地元企業の情報発信に関する取組みの充実を図ることができた。

●大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

・市内からの進学者が多い大学等を訪問し、地元企業及び地元企業が参加する合同企業面談会など各種イベントに関して大学等の就職担当者へ情報提供を行うとともに学生への周知を依頼し、大学等を通じた情報発信を行うことができた。

●地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

・「福岡県での地元企業研究会」の開催や県や大学と連携し各種イベントを開催することで、より多くの学生などに対し、地元企業を知る機会を創出することができた。

・全国的な採用活動の動向やインターンシップの活用方法など、採用活動における効果的な取組みをテーマとした企業向けセミナーを開催(第1回123人、第2回101人参加)し、採用活動支援補助金やUIJターン就職促進事業費補助金とあわせて、企業の積極的な採用活動の促進を図ることができた。

・地元企業が県外開催の企業面談会へ出展する際の費用に係る補助金を11社(17件)が利用し、地元企業の県外での採用活動を支援することにより、UIJターン就職を促進することができた。

●インターンシップの充実【A1-1から再掲】

・県外学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊に係る補助金を2社(2件)が利用し、地元企業のインターンシップの充実を図ることができた。

【長崎で暮らす魅力を発信する】

・ホームページ「ながさき人になろう」において、移住希望者が活用できる行政サービスの発信及びホームページに掲載しているプロモーション動画による長崎市の魅力発信等により、ホームページの閲覧件数が増加した。

●多様な媒体による魅力発信【B1-3から再掲】

市が伝えたい施策や魅力などを、分かりやすく周知することができた。

評価(問題点とその要因)

【長崎で働く魅力を向上する】

●多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

●大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

●地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

●インターンシップの充実【A1-1から再掲】

少子高齢化や人口減少による人手不足を背景に全国的な人材獲得競争が過熱するなか、学生が給与・休日・福利厚生といった情報で就職先を決定する傾向にある。

また、採用に積極的な県外企業が、事業内容や職場の状況を体感できるインターンシップの内容を充実させており、県外企業と地元企業の採用活動の知識・経験・ノウハウの蓄積に差が生じている。

このような中、地元企業には中小企業が多く、採用活動に人的・金銭的資源を十分に割けない状況も見受けられることから、地元企業の現状や仕事のやりがい、働きやすさや長崎で暮らす魅力といった有益な情報が学生一人ひとりに届いていない。

【長崎で暮らす魅力を発信する】

・ホームページで実際に暮らす先輩移住者の声を発信したり、移住体験施設を写真つきでわかりやすく紹介したことによりホームページの閲覧件数は増加したものの、移住希望者には、仕事や住まい、生活環境などの多岐にわたる検討事項があり、単に情報を発信するだけでは移住者の増加に直結しにくく、移住希望者がどういった情報を求めているか更に分析する必要がある。

●多様な媒体による魅力発信【B1-3から再掲】

市民のライフスタイルや情報に対するニーズが多様化し、情報が溢れているため、市の施策や魅力などが届きにくくなっている。

今後の取組方針

【長崎で働く魅力を向上する】

●多様な媒体の活用による情報発信【A1-1から再掲】

・魅力ある地元企業を紹介するテレビ番組を制作するとともに、市ホームページ等の広報媒体でのPRや市内中学校・高校、市内外の大学等へDVDを配布する。

・「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」を年2回(8月、12月)発行し、市内高校、市内外の大学等のほか、各種就職イベントの参加者に配布する。

・保護者向け地元就職セミナーを開催する(開催予定時期10月)。

・企業ホームページの制作・改修費用や企業面談会等で使用する自社をアピールするための装飾物制作費用の一部を支援する。

●大学・学生・企業等との連携による情報発信【A1-1から再掲】

・福岡圏や首都圏の大学等を訪問し、就職に関する動向の情報収集を行うとともに、地元企業が参加する各種イベントの周知を行う。

●地元企業を知る機会の創出【A1-1から再掲】

・福岡県での地元企業研究会を開催する(開催予定時期12月)。

・地元企業の採用力向上に資するセミナーを開催する(開催予定時期7月、11月)。

・地元企業が県外開催の企業面談会へ出展する際の費用の一部を支援する。

・長崎大学の学生NPO法人と連携し、学生と企業の採用担当者との交流を行い、地元就職について考える座談会を開催する(開催予定時期10月)。

●インターンシップの充実【A1-1から再掲】

・地元企業が県外の学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊費の一部を支援する。

・若年者の就職活動における企業研究として有益なインターンシップを実施する地元企業の情報を市ホームページ等で発信し、インターンシップの活性化を図る。

【長崎で暮らす魅力を発信する】

・移住者へのアンケートの実施や他都市の成功事例を参考にしながら、移住希望者が移住を決定するにあたり必要とする情報等の分析に努め、より多くの移住者獲得を図る。

●多様な媒体による魅力発信【B1-3から再掲】

市民が必要な情報を確実に入手できるように、社会動向の調査・情報分析などによるターゲットに応じた分かりやすい情報発信、職員の広報力の向上などに努めながら、戦略的・効果的な広報展開を図る。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
1	<p>(事業名) 若年者雇用促進費 【産業雇用政策課】</p> <p>(事業目的) 就職による県外転出に歯止めをかけるとともに、進学により県外へ転出した学生のUターン就職を促すため、学生やその保護者に対して、地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信するとともに、地元企業の積極的な採用活動を支援する。</p> <p>(事業概要) 【地元企業の知名度を向上する】 ●多様な媒体の活用による情報発信 ・魅力ある地元企業を紹介するテレビ番組(長崎キラリカンパニー)を制作する。 ・市内出版社と共同で「地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍」を発行する。 ・学生の就職先決定に大きな影響力を持つ保護者を対象に、地元就職を促進するためのセミナーを開催する。 ・企業ホームページの制作・改修費用や企業面談会等で使用する自社をアピールするための装飾物制作費用の一部を支援する。 ●大学・学生・企業等との連携による情報発信 ・市内からの進学者が多い福岡圏や首都圏・関西圏の大学等を訪問し、就職に関する動向の情報収集を行うとともに、地元企業が参加する各種イベントの周知を行う。 【地元企業との交流の機会を増やす】 ●地元企業を知る機会の創出 ・長崎市の最大の転出先かつ転入元である福岡県で、地元企業研究会を開催する。 ・地元企業の採用力向上に資するセミナーを開催する。 ●インターンシップの充実 ・地元企業が県外の学生をインターンシップに受け入れる場合に支給する旅費や宿泊費の一部を支援する。 ・インターンシップを実施する地元企業の情報を市ホームページ等で発信し、インターンシップの活性化を図る。</p> <p>※平成29年度までは「産業育成支援費」の一部と「Uターン就職促進費」として取り組んでいたが、平成30年度から従前の取組みに新たな取組みを加え「若年者雇用促進費」として事業化したもの。</p>	実施年度		新規
		成果指標		県内大卒者の県内就職率
		目標値	(%、人、円など)	49.0 %
		実績値	(%、人、円など)	36.7 %
		達成率	#DIV/0! %	74.9 %
		決算(見込)額	円	13,626,591 円
		成果指標及び目標値の説明		若年者の地元就職の実態を端的に表す数値として、県内大卒者の県内就職率を成果指標とした。 長崎大学による地方創生推進事業(COC+)における目標が5ヶ年で10ポイント増であることから、毎年度2ポイント増を目標としており、平成30年度末時点は49.0%としている。
		(取組実績)	(取組実績)	(取組実績)
		(成果・課題等)	(成果・課題等)	(成果・課題等)
		取組実績、成果・課題等		<p>【地元企業の知名度を向上する】 ●多様な媒体の活用による情報発信 ・長崎キラリカンパニー 紹介企業数:12社 DVD配布数:81機関(市内高校、市内外大学等) 動画投稿サイト視聴回数: 29,174回 ・地元企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍 掲載企業数:22社 書籍配布数:1,543冊(市内高校、市内外大学、イベント来場者等) ・保護者向け地元就職促進セミナー(9月) 参加者数:132人 ・企業ホームページに関する補助金 利用件数:16社(16件) ・装飾物に関する補助金 利用件数:10社(10件) ●大学・学生・企業等との連携による情報発信 大学等訪問件数:44校(福岡:37校、関東:3校、関西4校) 【地元企業との交流の機会を増やす】 ●地元企業を知る機会の創出 ・福岡での地元企業研究会(10月) 参加企業数:22社、参加学生数:40人 ・採用力アップセミナー(7月、11月) 参加者数:224人(第1回、第2回合計) ・県外面談会出展に関する補助金 利用件数:11社(17件) ●インターンシップの充実 ・インターンシップ受入に関する補助金 利用件数:2社(2件)</p> <p>(成果・課題等) 長崎キラリカンパニーの動画投稿サイトでの視聴回数が伸びており、書籍については企業や学生から好評をいただいている。一方、新規卒者の県内就職率は減少しているため、各種取組みの一層の周知を図っていく必要がある。</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
1	<p>(事業名) 游学都市・ながさき推進費 【都市経営室】</p> <p>(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づくりに取り組む。</p> <p>(事業概要) 長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「Uーサポ」について、長崎大学にその運営を委託する。 また、游学のまち長崎の情報発信を行うほか、各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携した取組みを推進する。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	長崎地域の大学の平均入学定員充足率	
		目標値	95.0 %以上	95.0 %以上
		実績値	90.6 %以上	93.8 %以上
		達成率	95.4 %	98.7 %
		決算(見込)額	2,000,000 円	2,178,240 円
		成果指標及び目標値の説明	長崎のまちの学びの場としての魅力が高まることで大学の魅力が向上し、各大学の入学定員に近づくと考えられるため、長崎地域の7大学の入学定員に対する入学定員数の割合の平均を成果指標とする。長崎地域の大学の平均入学定員充足率が95.0%以上となることを目標とする。	
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続きボランティア支援システム「Uーサポ」を実施した。(延参加学生数 平成29年度:5,189人) 市長と長崎地域7大学の学長で構成する「『游学のまち長崎』推進協議会」において、長崎のまちの学びの場としての魅力向上等に向けた取組みの方向性について協議した。 各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携した取組みを60件実施した。 <p>(成果・課題等)</p> <p>各取組みにより、大学の魅力発信や学びの場としての魅力向上等に努めているものの、長崎地域の大学等の学生数は平成24年度以降微減が続いている。</p> <p>今後、学生が主体的に企画した手法で、長崎で学生生活を過ごすことの楽しさを発信できる新たな取組みを進めていくとともに、学びの場としての魅力発信に引き続き取り組んでいく必要がある。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続きボランティア支援システム「Uーサポ」を実施した。(延参加学生数 平成30年度:5,233人) 市長と長崎地域7大学の学長で構成する「『游学のまち長崎』推進協議会」において、「長崎で学ぶこと・働くこと・暮らすこと」をテーマに、学生時代に何を学んでおくべきかを考えるシンポジウムを開催したほか、学生に対するアンケート調査を実施した。 各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携した取組みを53件実施した。 <p>(成果・課題等)</p> <p>長崎地域の大学等の学生数は平成24年度以降微減が続いていたが、大学の経営努力やこれまでの取組みなどにより、令和元年度には微増に転じた。</p> <p>今後、学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用し、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信するなど、学びの場としての魅力向上に引き続き取り組んでいく必要がある。</p>		

進行管理事業シート

【施策コード：B2-1、B2-2】

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
1	<p>(事業名) ながさき移住サポートセンター負担金 【移住支援室】</p> <p>(事業目的) 移住に関する相談体制の強化や、仕事・住まい・暮らしやすさ等に関する情報発信の充実を図り、移住希望者を県内へ誘導し、移住・定住を促進する。</p> <p>(事業概要) 県と長崎市を含む21市町が協働で運営する「ながさき移住サポートセンター」の事業費及び運営費を負担する。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	ながさき移住サポートセンターと連携した取組みによる移住者数	
		目標値	47.0 人	63.0 人
		実績値	65.0 人	79.0 人
		達成率	138.3 %	125.4 %
		決算(見込)額	6,066,000 円	5,282,000 円
		成果指標及び目標値の説明	移住サポートセンター「ながさき移住サポートセンター平成29年度事業計画」による事業目標(センターを介した移住者数:150人)の県内市町割(市9:町1)及び各市人口割を成果指標とした。	移住サポートセンター「ながさき移住サポートセンター平成30年度事業計画」による事業目標(センターを介した移住者数:200人)の県内市町割(市9:町1)及び各市人口割を成果指標とした。
		取組実績、成果・課題等	<p>((取組実績)</p> <p>・平成29年度の長崎市への移住者実績(移住サポートセンターとの連携によるもの)40世帯65人 ※長崎市独自の移住支援による移住者数 4世帯9人 ※合計44世帯74人</p> <p>(成果・課題等)</p> <p>・ながさき移住サポートセンターを平成28年度に設立、仕事・住まい・暮らしなどの移住希望者の多様なニーズに寄り添うため、長崎と東京に2つの窓口を開設するとともに、専門の職員を配置して無料職業紹介を行うなど、長崎市の窓口とも連携して取り組むことができた。</p>	<p>((取組実績)</p> <p>・平成30年度の長崎市への移住者実績(移住サポートセンターとの連携によるもの)47世帯79人 ※長崎市独自の移住支援による移住者数 6世帯13人 ※合計53世帯92人</p> <p>(成果・課題等)</p> <p>・ながさき移住サポートセンターを平成28年度に設立、仕事・住まい・暮らしなどの移住希望者の多様なニーズに寄り添うため、長崎と東京に2つの窓口を開設するとともに、専門の職員を配置して無料職業紹介を行うなど、長崎市の窓口とも連携して取り組むことができた。</p>

進行管理事業シート

【施策コード:B2-1】

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
1	<p>(事業名) 活用可能空き家調査費</p> <p>【住宅課】</p> <p>(事業目的) 本市における民間住宅(主に一戸建住宅)の空き家状況やその所有者、利用の意向などを調査し、活用可能な空き家を空き家・空き地情報バンクへ登録するとともに、公表することで、本市への移住・定住につなげる。</p> <p>(事業概要) (1) 空き家の特定 ・現地調査により空き家を特定し、活用可能な空き家かどうかの判断を行う (2) 所有者の意向確認等 ・所有者を特定し、意向調査を行う (3) 空き家・空き地情報バンクの拡充 ・空き家・空き地情報バンクへの登録を促し、ホームページなどで公開する</p>	実施年度	継続	
		成果指標	空き家・空き地バンク登録件数	
		目標値	40 件	60 件
		実績値	25 件	52 件
		達成率	62.5 %	86.7 %
		決算(見込)額	2,685,464 円	3,114,639 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>多くの空き家等の情報が掲載されることで、空き家の活用や定住促進の機会の増加につながると考えられるため、空き家・空き地情報バンクへの登録件数を成果指標とした。 平成28年度から平成32年度までの5ヶ年で登録件数(累計)100件とすることを目標としており、平成30年度は60件を目標値とした。</p>	
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 空き家・空き地情報バンク登録件数14件、累計25件</p> <p>(成果・課題等) 空き家対策の一つとして、空き家・空き地情報バンクを拡充し実施する目標があり、平成29年度に455件の活用可能な空き家を把握し、所有者の意向確認を順次行っているが、所有者の事情等により、登録件数の増加に結びついていない。</p>	<p>(取組実績) 空き家・空き地情報バンク登録件数27件、累計52件</p> <p>(成果・課題等) 空き家対策の一つとして、空き家・空き地情報バンクを拡充し実施する目標があり、平成30年度に268件の活用可能な空き家を把握し、所有者の意向確認を順次行っているが、所有者の事情等により、登録件数の増加に結びついていない。</p>		
2	<p>(事業名) 定住促進空き家活用補助金</p> <p>【住宅課】</p> <p>(事業目的) 戸建て空き家を移住や地域コミュニティ促進等での活用を目的としたリフォーム工事を行う場合、費用の一部を助成することで空き家の活用を図る。</p> <p>(事業概要) (1) 移住支援空き家リフォーム補助 ・市外からの住み替えを目的とした空き家のリフォーム工事 (2) 特定目的活用支援空き家リフォーム補助 ・空き家を地域コミュニティ促進に資する用途で活用することを目的としたリフォーム工事 (3) 空き家家財処分費補助 ・市外からの住み替えを目的とした空き家に残る家財等の撤去・処分</p>	実施年度	継続	
		成果指標	移住支援空き家リフォーム補助利用件数	
		目標値	20 件	3 件
		総事業進捗率	2 件	3 件
		達成率	10.0 %	100.0 %
		決算(見込)額	2,958,264 円	2,395,846 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>移住・定住の促進と空き家の活用のため、移住支援空き家リフォーム補助の見込み件数を目標値とし、利用件数を成果指標とした。</p>	
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 補助金の利用件数 (1)2件 (2)1件 (3)2件</p> <p>(成果・課題等) 空き家対策の一つとして、空き家のリフォーム等を実施したが、目標値を達成することができなかった。制度のさらなる周知と空き家バンク登録者にも利用してもらえるよう、事業の周知を行う。</p>	<p>(取組実績) 補助金の利用件数 (1)3件 (2)0件 (3)0件</p> <p>(成果・課題等) 空き家対策の一つとして、空き家のリフォーム等を実施し、目標値を達成した。制度のさらなる周知と空き家バンク登録者にも利用してもらえるよう、事業の周知を行う。</p>		