

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2年9月23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 産業雇用政策課、農林振興課、住宅課、都市経営室
水産振興課、琴海地域センター、伊王島地域センター、高島地域センター、野母崎地域センター、外海地域センター、国際課

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 数値目標を一部達成したものの、基本目標等の達成は一部に留まる

判断理由

「数値目標」は4項目のうち、達成率100%以上のものが2項目と半数以下となったことから「C」とする。
また、各施策の重要業績評価指標(KPI)11項目のうち、達成率100%以上のものが4項目と半数以下であること、及び下記の各施策の取組状況を踏まえて「c」とする。

- UIターン者への雇用の確保(B-1)
・「地元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」「企業誘致に伴う新規雇用者数(市外企業新設)」のいずれも目標値を達成している。
- 農林水産業への就業促進(B-2)
・農業については、「認定新規就農者数」は目標値を達成している。漁業については、新規漁業就業者の早期自立と地域漁業への定着は図られたものの、「新規漁業就業者数」は目標値を達成していない状況にある。
- 住まいに関する支援(B-3)
・空き家・空き地バンクの登録物件は増加傾向にあるものの、「支援事業を活用した移住件数」は目標値を達成していない状況にある。
- 長崎で暮らす魅力の発信(B-4)
・「ホームページの閲覧件数」は目標値を達成しているが、「『ながさき暮らし』の推進による移住者数」は目標値を達成していない状況にある。
・「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」については目標値を達成している。
- 長崎で学ぶ魅力の向上(B-5)
・「県内大卒者の県内就職者数」は目標値を達成していない状況にあるものの、長崎地域の学びの場としての魅力向上については、「Uサポ」の参加学生の増加、外国人留学生の増加など成果が上がっている。

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

指標名	基準値 (時期)	目標値 (時期)	区分	H27	H28	H29	H30	R元	
社会移動数[暦年]	△1,044人 (26年)	△900人 (R元年)	↑	目標値	△ 1,015	△ 986	△ 958	△ 929	△900
				実績値	594	△ 1,456	△ 3,368	△ 2,664	△ 2,933
				達成率	258.5	52.3	△151.6	△86.8	△125.9
地場企業の新卒採用調査における市外からのUIJターン就職者数【累計】 【補助代替指標】	163人 (26年度)	870人 (R元年度)	↑	目標値	170	342	516	692	870
				実績値	188	442	794	1,086	1,433
				達成率	110.6	129.2	153.9	156.9	164.7
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 (R元年度)	↑	目標値	1,071	1,147	1,150	1,187	1,200
				実績値	1,038	1,054	1,051	977	917
				達成率	96.9	91.9	91.4	82.3	76.4
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 (R元年度)	↑	目標値	0	30	47	63	95
				実績値	0	75	65	92	292
				達成率	-	250.0	138.3	146.0	307.4

※社会移動数[暦年]は外国人を含む。【参考】日本人のみではH27△1,451人、H28△1,601人、H29△1,809人、H30△2,358人、R1△2,815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%、H31.3月卒業:36.7%、R2.3月卒業33.8%となっている。

今後の取組方針

- UIJターン者への雇用の確保(B-1)
 - ・UIJターン就職者への雇用の確保のため、「企業情報及び長崎で暮らす魅力の情報発信」「地元企業の採用活動の促進」「雇用環境の改善・向上」に産学官一体となって取り組むだけでなく、引き続き地元企業の採用活動の促進に取り組んでいく。一方で新規学卒者の県内就職率増に向けた各種取組みをより一層強化していく。
 - ・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、労働市場の需給バランスの変化が予想されることから、企業ニーズの把握に努め、新たな事業展開を検討する。
 - ・企業の設備投資や本社機能移転などの動向を捉えるとともに、新型コロナウイルス感染拡大に伴う企業活動の変化を見極めた上で、今後成長する産業や、本市に適している業種などを分析し、訪問先企業の効果的な選定を行う。
 - ・製造業等の受け皿となる田中町(卸団地横)の企業立地用地の整備を引き続き進める。
- 農林水産業への就業促進(B-2)
 - ・農業への就業促進については、初期の経営及び施設整備等投資に係る支援、経営確立に係るサポート体制の充実及び生産基盤整備の検討など、安心して農林業を営む環境づくりの推進等により、新規就業者育成確保及び定着に取り組む。
 - ・漁業については、漁協関係者と連携を図り、新規漁業就業者の受入先確保と広域的な受入体制の整備及び新規着業者への資材購入費等の経済的な支援を行うとともに、大都市圏で開催される漁業就業支援フェア及び令和元年度から開始した長崎県が開催する水産就業支援フェアの周知・支援を継続する。
- 住まいに関する支援(B-3)
 - ・住まいに関する支援を継続して行うとともに、移住希望者と地域団体等との引き合わせや地域イベントの案内など移住希望者と地域住民との関わりもサポートする。
 - ・空き家に関しては、これまでの情報発信に加え、関係団体と連携して空き家管理の重要性を啓発するとともに、地域との連携による地域内の空き家情報の収集や移住希望者への情報提供・現地案内等の支援を行う。
- 長崎で暮らす魅力の発信(B-4)
 - ・ながさき移住サポートセンターなど関係機関との連携により、移住希望者のニーズに対応したさらなるサポート内容の充実を図る。また、移住希望者を掘り起こすために、長崎で働く魅力を向上させる取り組みや長崎で暮らす魅力の発信に取り組む。
 - ・地域おこし協力隊員の活動を積極的にサポートするとともに、地域の魅力の情報発信を継続して行うための支援を行う。

● 長崎で学ぶ魅力の向上(B-5)

・長崎地域の大学への進学促進について、現施策の方針を継続するとともに、新たな要素として、若者が楽しみ、活躍できるという観点からの取組みも強化する。また、留学生への各種支援策については、長崎留学生支援センターを中心に関係団体、企業と情報共有し、一体的に募集、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る。

・学生の地元定着については、学生の地元就職の促進のため、引き続き地元企業情報の発信に取り組み、学生や保護者に地元企業の情報を丁寧に届けていだけでなく、新規学卒者の県内就職率増に向けた各種取組みをより一層強化していく。なお、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、労働市場の需給バランスの変化が予想されることから、企業ニーズの把握に努め、新たな事業展開を検討する。

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)

【施策B-1 UIJターン者への雇用の確保】

○ 重要業績評価指標が採用者数となっており、離職者を勘案していない。何人が残ったかを数えないと意味が無く、効果が測定できる指標を考えて設定すべきである。

【施策B-5 長崎で学ぶ魅力の向上】

○ 昨年度に「小中学生の頃に、長崎市で活躍する大学生と交流できる機会を作った方が良い」という議論があったが、この進捗についても記載すべきである。

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

【施策B-4 長崎で暮らす魅力の発信】

○ ホームページにワクワク感が必要であり、写真やインスタグラムの活用など、他都市の成功例も参考にしながら磨き上げる必要がある。また、長崎市への移住者で情報発信をされている方と相互にリンクを貼ったり、移住者同士が交流したり相談できるようなサイトを作るなどの工夫が必要である。

○ 地域おこし協力隊をもっと活用すべき。若い人材を呼び込み、活躍してもらうような仕組みを作ってほしい。また、そのような方の活躍を広めるためにも、情報発信の基盤を整備する必要がある。

○ コロナ禍を背景として地方に目が向けられているが、今後は地域間競争になると考えられるので、移住希望者や地方分散を検討する企業のニーズをしっかりと把握し、それに応える形でPRしていくことが求められる。

【施策B-5 長崎で学ぶ魅力の向上】

○ リモートワーク、ワーケーションはコロナ禍の一時的なものではなく、今後加速度的に本格的な動きになると考えられるので、長崎を拠点に暮らしながら、たまに東京の本社に出勤するなどの生活ができれば、卒業後に仕事を都合として、市外流出するような人材も市にとどまってくれるのではないかと。同時に、長崎市がリモートワークやワーケーションの受け皿になるためには、Wi-Fiの整備やコワーキングスペースの充実が必要であり、早急な対応が求められる。

○ 地元進学の方が就職時に地元就職する確率が上がるという話の一方で、一度は市から離れても地元就職を考える機会を与えた方が良いという話もある。その場合、地元の企業を知らずに出ていくと、戻りたいと思っても働きたい企業情報を得られないため、出ていくまでに地元の企業を知ってもらう方法を伝えておく事が重要である。

○ 留学生には触れられているが、これまで施策が無かった視点の「新しい人の流れ」として、外国人労働者の受入に関する議論も人口減少対策として同時に進めてほしい。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組評価シート

基本目標B 新しいひとの流れをつくる

施策 B-1 U I Jターナー者への雇用の確保

作成日	令和2年9月23日
-----	-----------

施策主管課	産業雇用政策課
関係課	—

[施策の方針]

U I Jターナーにより長崎市への定住を希望する人材が安心して就職できるよう、安定的な雇用の場の確保に取り組む。

<摘要>
 (1) 評価(K P I)
 a : 達成(100%以上)
 b : 概ね達成(95%以上)
 c : 未達成(95%未満)

[施策の取組み状況と成果]

施策		重要業績評価指標(K P I)	基準値	目標値 (R元)	単位	実績値 (R元)	対目標値	評価
B-1	U I Jターナー者への雇用の確保	地元企業の新卒採用調査における市外からのU I Jターナー就職者数【累計】	163	870	人	1,433	164.7%	a
		企業誘致に伴う新規雇用者数(市外企業新設)【累計】	772	2,410	人	2,459	102.0%	a
主な具体的取組み(令和元年度まで)		具体的取組みの内容(令和元年度まで)						
①求職者の地元就職のための受け皿確保【A-9から再掲】		・企業立地奨励制度を活用して、市外からの企業立地や市内企業の増設を促進した。また、情報通信関連産業や製造業などを中心に市独自で186439社の企業訪問を行い1社の誘致につながったほか、(公財)長崎県産業振興財団に職員を2人(長崎・東京に各1人)派遣し、県と連携した企業誘致活動を行った。						
②雇用を生み出す企業の進出のための基盤整備【A-9から再掲】		・鉄道・運輸機構などの関係機関とともに、田中町(卸団地横)の企業立地用地の整備を進めた。また、オフィスビル建設促進補助制度により、大規模雇用の受け皿となる1フロア200坪以上の面積を有するオフィスビル創出を促した。						
③U I Jターナー就職促進【A-8へ再掲】		・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。また、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。さらに、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。						
④学生等の地元定着【A-8から再掲】		・長崎大学のN P O法人と連携し、地元就職について考える座談会を開催するとともに、「企業と高等学校進路指導担当者との情報交換会」や「N A G A S A K I しごとみらい博」、「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。						
⑤地元企業の知名度向上【A-8から再掲】		・地元企業紹介番組(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。併せて、市内出版社と共同で地元企業紹介書籍(N A G A S A K I W O R K S T Y L E)を発行し、地元企業6222社の紹介を行った。						
⑥若年者の正社員化支援【C-1から再掲】		・ハローワークO Bである雇用コーディネーターによる企業訪問の際に、雇用に関する各種施策や助成金等(厚労省:正社員への転換に関する助成金(キャリアアップ助成金)等)について周知・アドバイスを行った。						

施策の進捗状況の評価（令和元年度まで）

- ①（公財）長崎県産業振興財団及び県と連携した企業誘致活動を行い、企業立地奨励制度を活用した結果、立地件数は平成27年度の11社から平成30年度末には20社令和元年度末には29社と増加して、2,358人2,459人の新規雇用者が生まれた。
- ②オフィスビル建設促進補助制度を活用したオフィスビルが2件竣工した。
- ③大学訪問により地元企業情報や各種イベントに関して、大学等を通じた情報発信が一定できたものの、福岡県で開催した地元企業研究会では参加者数が見込みを下回った。一方、県外開催の企業面談会出展に係る補助金については多くの地元企業に利用いただいております、UIJターン就職を促進することができた。
- ④労働局や県、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。
- ⑤地元企業紹介番組により地元企業に対する認知度も徐々に向上しており（再生回数 94,453回（58社、令和元年度末時点））、企業ホームページや企業面談会等でも活用いただくなど番組の有効活用を図ることができた。
また、地元企業紹介書籍は、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ものとしたことで、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。
なお、地元企業紹介番組の動画投稿サイトでの視聴回数が伸びていることや、書籍については企業や学生から好評をいただいていることから、一定の評価を得ているものと考えている。一方、新規学卒者の県内就職率は減少しているため、各種取組みをより一層強化していく必要がある。
- ⑥雇用コーディネーターの企業訪問により、雇用に関する各種施策や助成金について、周知・アドバイスを行うことができた。



第2期総合戦略における方向性（考え方）

就職による県外への人材流出に歯止めをかけるとともに、進学により県外に転出した学生のUターンを促していくため、「企業情報及び長崎で暮らす魅力の情報発信」「地元企業の採用活動の促進」「雇用環境の改善・向上」に産学官一体となって取り組む。

具体的には、学生やその保護者一人ひとりに地元企業情報を丁寧に届けていくことが重要であるため、**コロナ禍を踏まえ、SNSの活用も視野に入れたオンラインでの企業情報の発信**に取り組んでいく。

また、地元企業に対しては、積極的な採用活動を継続的に促していくことが重要であるため、引き続き地元企業の採用活動の促進に取り組んでいく。

一方、新規学卒者の県内就職率は減少しているため、各種取組みをより一層強化していく必要がある。

なお、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、労働市場の需給バランスの変化が予想されることから、企業ニーズの把握に努め、新たな事業展開を検討する。

企業の設備投資や本社機能移転などの動向を捉えるとともに、**新型コロナウイルス感染拡大に伴う企業活動の変化を見極めた上で、今後成長する産業や、本市に適している業種などを分析し、訪問先企業の効果的な選定を行う。**

地震の危険性が少ない、優秀な人材が確保しやすい、今後、IT人材が育成されるなどの本市の強みを活かした誘致活動を積極的に行う。

誘致対象業種に係る情報を有している建設会社や不動産会社などを訪問し、企業立地の動向について情報収集するとともに、市内に立地可能な企業の紹介などを依頼する。

製造業等の受け皿となる田中町（卸団地横）の企業立地用地を整備する。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組評価シート

基本目標B 新しいひとの流れをつくる

施策 B-2 農林水産業への就業促進

作成日	令和2年9月23日
-----	-----------

施策主管課	農林振興課
関係課	水産振興課、移住支援室

[施策の方針]

就業者の高齢化等による従事者の減少により、農林業、水産業が衰退しており、これら第1次産業従事者が居住する地域は、特に担い手を必要とする地域であることから、地域活性化のため、U I Jターンなど新規就業者の確保・育成に取り組む。

<概要>
 (1) 評価(KPI)
 a: 達成(100%以上)
 b: 概ね達成(95%以上)
 c: 未達成(95%未満)

[施策の取組み状況と成果]

施策		重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(R元)	単位	実績値(R元)	対目標値	評価
B-2	農林水産業への就業促進	認定新規就農者数[累計]	2	22	人	26	118.2%	a
		新規漁業就業者数[累計]	17	27	人	21	77.8%	c
主な具体的取組み(令和元年度まで)		具体的取組みの内容(令和元年度まで)						
①農林水産業への就業促進【A-3から再掲】		・新規就農者の掘り起しから相談対応、農業次世代人材投資資金・中高年新規就農者給付金の交付及び農業新規参入促進事業による施設整備に対する支援による、経営・投資の両面から支援・サポートを行った。なお、関係する民間団体の取り組みとして、JAによるハウスリース事業やJA出資型法人による就農研修事業がスタートした。 (認定新規就農者数[累計] R元年度実績値26人) ・また、新規漁業就業者を確保するため、新たに漁業者をめざす者に対し、 漁業就業実践研修技術習得支援就業確保支援、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した。(新規漁業就業者数[累計] R元年度実績値21人)						
②移住希望者に対するサポート【B-4から再掲】		・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」と連携し、移住相談会の開催や情報の発信を行った。平成29年度に移住に関する専門相談員を配置、 令和元年度に専任組織「移住支援室」を設置するとともに、ワンストップ移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」を開設し、移住希望者からの「住まい」「仕事」「子育て」等の相談に対して、きめ細やかな支援を行う体制を強化した。						

施策の進捗状況の評価(令和元年度まで)

①農業において、経営・投資の両面からの支援・サポートにより、意欲の高い青年等の新規就農が図られ、新たな担い手が確保できたが**(認定新規就農者数[累計] R元年度実績値26人)**、生産技術の未確立等により安定した所得確保が課題となっている。
 新規漁業就業者の早期自立と地域漁業への定着が図られたが**(新規漁業就業者数[累計] R元年度実績値21人)**、さらに長崎市の漁業就業者を増加させる取組みが必要である。

②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」と連携した移住相談会の開催や情報発信を行った。**平成29年度に移住に関する専門相談員の配置、令和元年度に専任組織「移住支援室」を設置するとともに、ワンストップ移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」を開設し、移住希望者からの「住まい」「仕事」「子育て」等の相談に対する支援体制の強化を図ることで、長崎市への移住者数は平成29年度74人、平成30年度92人、令和元年度292人と年々増加し、平成29年度の3.94倍↑、24倍に増加した。**



第2期総合戦略における方向性(考え方)

農林業の経営安定及び新規就業者の定着については、初期の経営及び施設整備に係る支援、経営確立に係るサポート体制の充実及び**生産基盤整備の検討**など安心して農林業を営む環境づくりの推進等により、意欲の高い農業者の育成や林業労働力の安定確保に取り組む。また、漁協関係者及び漁業関連団体と連携を図り、大都市圏で開催されていた漁業就業支援フェアの長崎県における開催、新規漁業就業者の受入先確保と広域的な受入体制の整備及び新規着業者への資材購入費等の経済的な支援を行い、漁業の担い手の確保・育成のための周知・支援事業を継続する。**【A-3から再掲】**
新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけとして地方への移住に関心が高まっているとの調査結果が出ており、この機を捉えてさらなる移住者の増加を図るため、移住希望者に対する情報発信については、仕事志向や余暇志向など個々の多様なニーズに対応する必要があることから、さらなる内容の充実を図る。また、移住希望者を掘り起こすために、長崎で働く魅力を向上させる取組みや長崎で暮らす魅力の発信に取り組む。
 移住希望者からの相談に対する支援に関しては、令和元年度に開設した移住の総合相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」において、専任の相談員が移住希望者一人ひとりに対し、きめ細やかな支援を行うとともに、ながさき移住サポートセンターなど関係機関と更なる連携を図る。**【B-4から再掲】**

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組評価シート

基本目標B 新しいひとの流れをつくる

施策 B-3 住まいに関する支援

作成日	令和2年9月23日
-----	-----------

施策主管課	住宅課
関係課	移住支援室、琴海地域センター

[施策の方針]

移住定住希望者の生活において必要な住まいに関する支援を行うことで、移住定住の促進を図る。
 住まいについて、利用者の多様なニーズに応じ、民間の空き家・空き地等を紹介するとともに、地域住民等と連携して、「お試し居住」など移住のきっかけづくりから定住までのプロセスを確立する。

<摘要>
 (1) 評価(KPI)
 a: 達成(100%以上)
 b: 概ね達成(95%以上)
 c: 未達成(95%未満)

[施策の取組み状況と成果]

施策		重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(R元)	単位	実績値(R元)	対目標値	評価
B-3	住まいに関する支援	支援事業を活用した移住件数	0	34	件	28	82.4%	C
		「ながさき暮らし」の推進による移住者数[累計]	3	22	件	14	63.6%	C
		【補助代替指標】空き家・空き地情報バンク登録件数[累計]	2	80	件	73	91.3%	C
主な具体的取組み(令和元年度まで)		具体的取組みの内容(令和元年度まで)						
①空き家・空き地を活用した移住定住の促進		・「長崎市空家等対策計画」に基づき、空き家活用の促進のため、活用可能な空き家の調査を行って、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。 ・また、空き家・空き地情報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たリフォーム工事や、空き家を地域交流に資する用途の建築物にすることを目的としたリフォーム工事を行う場合、工事費の一部を助成を行い、空き家・空き地情報バンク登録を条件に空き家に残る家財等の撤去・処分費の一部に対する助成を行った。						
②移住準備のための支援		・移住希望者に対し、最終的な移住先を決定するまでの間の長崎での生活拠点となる中長期滞在施設*の提供(高島地区、野母崎地区)を行った。 ※最長一年間の利用が可能						
③地域と連携した移住定住の促進		・移住希望者に地域をよく知ってもらい移住先探しを円滑に進めることを目的とし3カ月利用可能な移住体験施設の提供を行った。 ・また、移住体験施設利用者へ地域住民との交流の場となる地域イベントの案内などを行うとともに、求職のサポートや地域情報の提供を行った。						

施策の進捗状況の評価（令和元年度まで）

①空き家・空き地情報バンク制度を活用しての、市外からの移住は令和元年度に9件7件となった。空き家・空き地情報バンク登録件数は、平成28年度から毎年20件、5か年で100件登録を目標としているが、平成28年度から令和元年度の累計は73件（うち令和元年度：21件）であり、年度毎の目標値の20件に達している。

また、移住者向けの補助として、平成29年度から「移住支援空き家リフォーム補助金」累計6件（平成29年度：2件、平成30年度：3件、令和元年度：1件）「特定目的活用支援空き家リフォーム補助金」累計1件（平成29年度：1件）「空き家家財処分費補助金」累計2件（平成29年度：2件）となっている。

②平成28年度以降、高島地区、野母崎地区にある中長期滞在施設（各1棟）を4世帯11人の移住希望者が利用したが、このうち平成30年度にはそれぞれ1世帯（合計2世帯7人）の移住希望者が利用し、施設に居住しながら移住に向けた準備を行っている2世帯7人が長崎市内へ移住した。

③琴海地区にある移住体験施設（1棟）を（H28:2世帯2人、H29:3世帯6人、H30:1世帯2人、R1:2世帯2人）の移住希望者が利用し、住まい探しや求職の拠点として活用され、3世帯3人が長崎市内へ移住した。

また、体験施設の提供によって移住定住への住まい・仕事探しの拠点として一定の効果を上げることができたが、情報提供やサポートが直接移住先の住まいや仕事に結び付いたわけではなく、移住希望者のニーズを十分に把握し、必要な情報提供を行い、地域との関わりの支援をより積極的に行っていく必要がある。



第2期総合戦略における方向性（考え方）

移住促進にあたり、住まいに関する支援を継続して行うこととし、空き家活用を促進するとともに、移住先を決定するまでのお試し住宅としての移住体験施設の提供を行う。

加えて、希望に応じて移住希望者と地域団体等を引き合わせたり、地域のイベントを案内することで、移住希望者と地域住民との関わりもサポートする。

なお、空き家に関しては、本市のホームページや広報ながさきでの周知及びチラシ配布による情報発信に加え、司法書士会など関係団体と連携による住まいの終活フェア（無料相談会）を実施することで、市民に対し空き家管理の重要性を啓発するなど、更なる登録可能な空き家の発掘に努め、空き家バンクの登録数の増加につなげる。なお、地域とも連携して、地域内の空き家情報の収集に努めるとともに、移住希望者への情報提供や現地案内等の支援を行う。

また、移住体験施設については、施設が老朽化しているため、今後、民間施設を活用した滞在施設の提供などを検討する。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組評価シート

基本目標B 新しいひとの流れをつくる

施策 B-4 長崎で暮らす魅力の発信

作成日	令和2年9月23日
-----	-----------

施策主管課	移住支援室
関係課	琴海地域センター、伊王島地域センター、高島地域センター、野母崎地域センター、外海地域センター

[施策の方針]

移住定住希望者には仕事志向や余暇志向など個々の多様なニーズがあるため、移住定住者向け支援策をはじめ、長崎市の様々な魅力や行政サービスの情報を総合的に発信するとともに、長崎県移住促進センター（仮称）や地域おこし協力隊 等と連携しながら長崎の魅力を伝え、住みたい、住み続けたいまち・長崎をアピールする。

<摘要>
 (1) 評価(KPI)
 a: 達成(100%以上)
 b: 概ね達成(95%以上)
 c: 未達成(95%未満)

[施策の取組み状況と成果]

施策		重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(R元)	単位	実績値(R元)	対目標値	評価
B-4	長崎で暮らす魅力の発信	ホームページ閲覧件数【累計】	0	108,000	件	473,223	438.2%	a
		「ながさき暮らし」の推進による移住者数【累計】	3	22	件	14	63.6%	c
主な具体的取組み(令和元年度まで)		具体的取組みの内容(令和元年度まで)						
①移住定住者向けホームページの開設		・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、平成28年度に移住希望者向けホームページ「ながさき人になろう」を運営開設し、移住施策についての情報発信を行った。 ・また、令和元年12月に移住希望者が必要な情報を収集しやすくするために、ホームページのリニューアルを行い、情報発信の強化を図った。						
②移住希望者に対するサポート【B-2に再掲】		・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」と連携し、移住相談会の開催や情報の発信を行った。平成29年度に移住に関する専門相談員を配置、令和元年度に専任組織「移住支援室」を設置するとともに、ワンストップ移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」を開設し、移住希望者からの「住まい」「仕事」「子育て」等の相談に対して、きめ細やかな支援を行う体制を強化した。						
③地域おこし協力隊による長崎の魅力の発信		【伊王島地区】インターネットを活用した地域の観光情報の発信、QRコードを利用した新しい情報提供、伊王島地区の緑化、地域との交流を目的とした折り紙教室、地域活性化イベントの企画・調整・実施・支援 【高島地区】高島の風景写真と歴史を盛り込んだ「高島カレンダー」の作成、アニメ、映画のキャラクターになりきる「コスプレイベント」の開催誘致、情報誌等での高島の観光やイベントの情報発信活動、グリーンツーリズム団体の活動支援 【野母崎地区】野母崎地域情報の発信、各種地域イベントへの参加・支援、「2015砂浜Tシャツアート展」の開催（企画、運営）、「大スキのもぎき展」の開催（2016年1月ナガサキピースミュージアム）、「樺島灯台ウォーキング」の開催（企画・運営） 【外海地区】地域イベントへの参加、活動支援協力、山羊を活用した除草作業や甘藷の栽培など耕作放棄地を利用した活動 【琴海地区】グリーンツーリズム活動の支援、体験ペーロンの受け入れ支援、地域活動グループの連携と新たな組織の立ち上げ支援、四季彩館の活用と琴海の様々な情報発信など地域活性化につながる活動						

施策の進捗状況の評価（令和元年度まで）

①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等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。相談件数についても平成29年度203件、平成30年度400件、令和元年度1,009件と年々増加し、平成29年度の4.97倍1.97倍に増加した。

②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」と連携した移住相談会の開催や情報発信を行った。平成29年度に移住に関する専門相談員の配置、令和元年度に専任組織「移住支援室」を設置するとともに、ワンストップ移住相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」を開設し、移住希望者からの「住まい」「仕事」「子育て」等の相談に対する支援体制の強化を図ることで、長崎市への移住者数は平成29年度74人、平成30年度92人、令和元年度292人と年々増加し、平成29年度の3.94倍1.24倍に増加した。

③平成30年度は周辺地域4地区（伊王島、野母崎、外海、琴海）に各1名、合計4名令和元年度は琴海地区に新たに1名の隊員を配置した。これまで10名11名の地域おこし協力隊を配置したことで、地域の新たな魅力を掘り起こし、個性を活かしたまちづくりの推進が図られた。また、インターネットやSNSでの情報発信により、地域の魅力を伝えることで、地域のイベントなどへの集客増につながった。



第2期総合戦略における方向性（考え方）

新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけとして地方への移住に関心が高まっているとの調査結果が出ており、この機を捉えてさらなる移住者の増加を図るため、移住希望者に対する情報発信については、仕事志向や余暇志向など個々の多様なニーズに対応する必要があることから、さらなる内容の充実を図る。また、移住希望者を掘り起こすために、長崎で働く魅力を向上させる取組みや長崎で暮らす魅力の発信に取り組む。

移住希望者からの相談に対する支援に関しては、令和元年度に開設した移住の総合相談窓口「ながさき移住ウェルカムプラザ」において、専任の相談員が移住希望者一人ひとりに対し、きめ細やかな支援を行うとともに、ながさき移住サポートセンターなど関係機関と更なる連携を図る。【B-2に再掲】

また、地域おこし協力隊員の活動を積極的にサポートするとともに、地域の魅力の情報発信を継続して行うための支援を行う。

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2年9月23日
-----	-----------

基本目標B 新しいひとの流れをつくる

施策 B-5 長崎で学ぶ魅力の向上

施策主管課	都市経営室
関係課	国際課、産業雇用政策課

[施策の方針]

長崎市及びその近辺（以下「長崎地域」という。）の大学等の魅力向上につながる取組みを支援し、その魅力を情報発信することで長崎地域の大学等への進学を促進する。また、地元企業等とも連携を図り、地域の未来を担う人材を育成し、卒業後も地元に着する取組みを推進する。

<摘要>
 (1) 評価(KPI)
 a: 達成(100%以上)
 b: 概ね達成(95%以上)
 c: 未達成(95%未満)

[施策の取組み状況と成果]

施策		重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(R元)	単位	実績値(R元)	対目標値	評価
B-5	長崎で学ぶ魅力の向上	県内大卒者の県内就職者数	1,055	1,200	人	917	76.4%	c
		【補助代替指標】長崎地域の大学の平均入学定員充足率	87.7	95.0以上	%	92.0	96.8%	b
主な具体的取組み(令和元年度まで)		具体的取組みの内容(令和元年度まで)						
①長崎地域の大学への進学促進		<ul style="list-style-type: none"> ・長崎のまちが貴重な学びの場となるような環境づくりとして、長崎大学へ「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」の運営委託を行い、学生の自己成長及び地域の活性化を図るとともに、長崎地域の7大学と長崎市で構成する「游学のまち長崎」推進協議会において、進学を控える高校生に向けて長崎で学ぶ魅力を発信する事業を行った。(平成26年度～平成27年度…「キラキラ!7色大学!」の開催、令和元年度…「游学のまち長崎」動画制作プロジェクトの実施) ・留学生への各種支援策については、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、海外での留学フェアへの参加や国内の日本語学校から長崎への留学を呼び込むための説明会などの募集支援、アルバイトガイダンスなどの生活支援、企業と留学生の交流会などの就職支援、原爆による惨禍や平和の尊さについて理解を深めてもらうことを目的とした長崎平和大学などの交流支援などを行った。また、長崎市の歴史・文化への理解を深めてもらうため、引き続き市有施設への入館料等を免除した。 ・外国人留学生との協働については、長崎留学生支援センターが中心となり、海外長崎留学生同窓会を活用するなど長崎の魅力を海外へ発信するとともに、外国人留学生が国際交流イベントで母国の文化等を市民に紹介した。また、留学生の参加協力を得て、国際交流団体等のイベントや、日本語講座案内のベトナム語版の作成を行った。 						
②学生の地元定着		<ul style="list-style-type: none"> ・「游学のまち長崎」推進協議会において、長崎地域の大学生が地元企業への理解を深め地元就職を考える機会を創出した。(平成27年度～28年度…学生による地元企業紹介パンフレット作成、平成30年度…「游学のまち長崎」シンポジウムの開催) ・地元企業紹介番組(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。併せて、市内出版社と共同で地元企業紹介書籍(NAGASAKI WORK STYLE)を発行し、地元企業622社の紹介を行った。また、長崎大学のNPO法人与自然と連携し、地元就職について考える座談会を開催するとともに、「企業と高等学校進路指導担当者との情報交換会」や「NAGASAKIしごとみらい博」、「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。加えて、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。さらに、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。 						

施策の進捗状況の評価（令和元年度まで）

①長崎地域の大学への進学促進

「游学のまちdeやってみゅーで “U-サポ”」については、長崎大学以外の大学では、ボランティア支援専任スタッフがいなかったことや、**大学のカリキュラム上ボランティア参加が困難なことなどの理由から、参加者がなかなか増加しない大学もあるが、様々な広報活動等により、学生の登録者数・ボランティア活動の延べ参加学生数は増加傾向である。**

「游学のまち長崎」推進協議会における長崎で学ぶ魅力の発信については、平成26・27年度に実施した「キラキラ！7色大学！」では、長崎地域の7大学の特色ある取組みを紹介する発表を行い、参加した高校生等が7大学の魅力に触れる機会になったものの、本発表会のターゲットにしていた高校生やその保護者の参加者数が伸び悩んだことから、より効果的に魅力をPRする手法を検討する必要がある。

そこで、ターゲットである高校生により効果的に長崎で学ぶ魅力を伝えるため、令和元年度から、7大学から公募で集まった学生が長崎で学ぶ楽しさを発信する動画を制作しSNS等で発信する「游学のまち長崎」動画制作プロジェクトに取り組んでいる。令和元年度は、参加学生に他大学との交流を楽しみながら動画制作を学んでもらい、本プロジェクトの趣旨について理解を深めてもらうことができた。

留学生への各種支援策については、長崎留学生支援センターを中心とした各種支援等により外国人留学生数（在留資格が「留学」の市内在住者）は**1,272人**、1,179人に増加（各年12月末時点）しており、就職支援等により**34人**が県内に就職した。また、市有施設の入館料等を免除することで、より多くの外国人留学生が長崎市の歴史・文化に触れることができた。

外国人留学生との協働については、長崎留学生支援センターが中心となり、海外長崎留学生同窓会を活用するなど海外への情報発信を行い、長崎留学の価値を高めることにつながった。また、国際交流イベントで留学生が自国の文化を紹介し、市民に異文化理解の機会を提供することができた。

②学生の地元定着

「游学のまち長崎」推進協議会において、平成27年度～平成28年度には、長崎地域の大学生（平成27年度：113人、平成28年度：22人）が地元企業（平成27年度：18社、平成28年度：9社）を取材し地元企業紹介パンフレット（各年度3000部）を作成した。平成30年度には、長崎のまちで「学ぶこと・働くこと・暮らすこと」をテーマに、地元企業に就職した卒業生をパネリストに招き「游学のまち長崎」シンポジウムを開催（参加者163人）した。これらの取組みにより、長崎地域の大学生が地元企業への理解を深め、地元での就職について考え、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になった。

地元企業紹介番組により地元企業に対する認知度も徐々に向上しており（**再生回数 94,453回（58社、令和元年度末時点）**）、企業ホームページや企業面談会等でも活用いただくなど番組の有効活用を図ることができた。

また、地元企業紹介書籍は、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ものとしたことで、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。

なお、地元企業紹介番組の動画投稿サイトでの視聴回数が伸びていることや、書籍については企業や学生から好評をいただいていることから、一定の評価を得ているものと考えている。

また、労働局や県、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。

そのほか、大学訪問により地元企業情報や各種イベントに関して、大学等を通じた情報発信が一定できたものの、福岡県で開催した地元企業研究会では参加者数が見込みを下回った。

第2期総合戦略における方向性（考え方）

現施策の方針を継続するとともに、新たな要素として、若者が楽しめ、活躍できるという観点からの取組みも強化する。

具体的取組みとして、「游学のまちdeやってみゅーで “U-サポ”」については、学生が自ら社会の課題を見出し、主体的にボランティア活動を企画・実行する活動や、学生主体の情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。

また、長崎で学ぶ魅力の発信については、「游学のまち長崎」推進協議会において、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、若者に対して効果的にPRする手法を検討する**「游学のまち長崎」動画制作プロジェクトにおいて学生主体の動画制作を進め、効果的な情報発信に取り組む。**

さらに、若者のニーズを把握し、「若者が楽しむことができる場（機会）」をつくるとともに、「若者がチャレンジできる場」として、若者が実現したいアイデアや企画にチャレンジできる「仕組み」をつくる。

なお、民間において新たに実施される教育コミュニティの取組みとも連携することで、社会貢献できる人材の育成に取り組む。

留学生への各種支援策については、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る。また、日本語学校との情報共有と支援のための連携に取り組む。

外国人留学生との協働については、留学生が自らの力を活かすことができるとともに、市民の異文化理解や多文化共生にも寄与するよう、様々な機会をとらえ留学生との協働に取り組む。

地元就職の促進にあたっては、学生やその保護者一人ひとりに地元企業の情報を丁寧に届けていくことが重要であるため、引き続き地元企業情報の発信に取り組んでいく。

一方、新規学卒者の県内就職率は減少しているため、各種取組みをより一層強化していく必要がある。

なお、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、労働市場の需給バランスの変化が予想されることから、企業ニーズの把握に努め、新たな事業展開を検討する。

