

令和6年度 第2回 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会

日時 令和6年7月24日（水）15：00～17：00

場所 市役所8階 庁議室

議題

- 1 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価及び検証について
 - (1) 特定目標の評価及び検証について
 - (2) 基本目標1の評価及び検証について
- 2 その他

審議結果

1 開会

【事務局】

- ・会議資料の確認
- ・新たな委員及び事務局側の出席者を紹介。
- ・委員数20名のうち16名の委員が出席しているため、長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会規則第5条第2項の規定により、会議が成立していることを報告。

2 議題審議

(1) 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価及び検証について

ア 特定目標の評価及び検証について

【長崎市】

- ・特定目標の目標評価シート及び検証シートについて部会長から概略を説明。
- ・委員からの事前質問

【会長】

特定目標について事前に意見は出ていない。早速質疑に入りたいと思う。

まず、特定目標の目標評価シートについて、4つほど柱があるが、顧客創造プロジェクトについて意見等あるか。

【委員】

1 ページ目の第3期総合戦略へ向けた方向性、取組の方針について、問題点としてインバウンドの誘致においては、広域連携が不可欠であるが、データに基づく訪問客の移動ルートの把握等々と書いてあるが、この取組み方針の中で、長崎市を訪れる外国人観光客の移動・滞在データの分析を行うことでの記載があるが、分析については、RESASを使っ

ているのか。

【長崎市】

これについては、モバイル空間統計といい、ドコモインサイトマーケティングが携帯電話の基地局に繋がっている電波を拾い、外国人観光客が入国してから出国するまで、電源を切ることなく継続して繋がっていた方のデータを取得しており、このデータを購入している。

【委員】

これに対しては、的確な分析ができているということで理解してよいか。

【長崎市】

これまでは定量分析と言い、どこの国・地域からどのような人が来ているのか、そして、その方が滞在で宿泊しているのか日帰りなのかといったことは分かっていたが、これに加え、今年度から同じデータを活用して、長崎に来た方が、他のどの地域に行っているかを含めてデータを購入することになっている。これにより、とり広域的な視点での誘客の戦略や周遊プランの活用というのができると考えている。

【会長】

先ほどの説明は、今年から始めたということでよいか。

【長崎市】

定量分析、どこからどういう人が来ているのかといった分析は以前から行っていたが、それに加えて移動情報というところを今年度から購入することとしている。

【会長】

承知した。ほかに質問等はないか。

【委員】

文章の中に何度も「連携」という文字が出てくるが、特に「ゴールデンルート・アライアンス」やいわゆる広域連携ということは、具体的にどのようなことをするのか。枠組みだけに捉われているように見受けられると思っており、もう少し具体的に、連携をして何をするのか、何をしたいと連携をするのかというところを深掘りできればいいと思っているが意見を伺いたい。

【長崎市】

一言で連携といっても様々あり、西日本ゴールデンルート・アライアンスについては、福岡市が中心となって声掛けがあっているものである。県・市含めて16の自治体が加盟しており、ここに長崎市も加盟し、今回、新しく部会が立ち上がった。ルートを創造する部

会、それを発信していくプロモーション部会の二つである。

具体的には、関西万博を中心に 350 万人の訪日外国人が来られるということになっているので、その方たちに西のほうへ来ていただく取組みの中で、魅力的なプラン、滞在のモデルルートを作るというところと、それから効果的な発信というところが重要となる。これについては、行政だけではできないので、当然ながら DMO にも入っていただき、また、移動手段が重要となってくるため、JR 西日本・JR 九州さんも一緒に商品造成を図り、販売をしていくということになる。

確かにご指摘のとおり、「連携」という言葉だけでは見えてこないというところがあるので、具体が分かるような記載をしていきたいと思う。

【委員】

目標評価シート特定目標の 1 について。基本的方向の中段に、「定住人口の減少に伴う消費縮小を補うことで、雇用創出と所得向上につなげていく」とあるが、私もこれが最終的な目標だと考えている。

これを踏まえながら、2 ページ目・3 ページ目には、例えば顧客創造プロジェクトや価値創造プロジェクトではどういう事業があって、こういう成果があったということや今後の取組についても記載があった。4 ページ目には、ひとつの大きな結果として、旅行消費額といった数値目標の達成状況がある。

こういった記載で、元々掲げていた目標に対してどういう状況だということとは良く分かったが、私が本質的に知りたいのは、先ほどの定住人口の減少に伴う消費の縮小。例えば基準値を平成 30 年とした場合、どれくらいの消費縮小があり、金額にするとどれくらいだったのかということ。

2 つ目が、旅行消費額と記載があるが、補うという点で、この縮小分をどれくらい補うことができたのかということ。

最後に、文章の中で雇用創出と所得向上に繋げるということで記載があるので、どれくらいつながったのかというところを数字で分かればよいが、分からなければ具体的な事例をもって教えていただければと思う。

全般的にこういう経過があって、どういう成果があったというところを知りたい。

【長崎市】

人口の状況から申し上げると、長崎市の主要産業と言えば観光ということで力を入れてやってきたという経過であるが、人口の転出に関して、仕事というところが一番の肝だというふうに思っている。

そういった中で、転出超過の状況について申し上げると、令和 5 年度の転出超過については、全国 3 位といった厳しい状況になっている。造船業によって昭和 50 年あたりには 50 万人ほどの人口であったものが、現在 40 万人を切っているという状況になっており、人口規模からすると、やはり当然消費も落ちているということになっている。

今後、人口が 28 万人まで減るという見込みを立てている。大きな視点での回答となってしまうが、直接的にこれまでの取組が、消費額の縮小や人口流出の歯止め、転出超過の縮

小といったところには至っていないという状況が見て取れると思われる。

そういった中で、鈴木市長の下、アクションプランを立ち上げ、経済再生と少子化対策の両輪で取組を進めていくこととしているが、委員からご意見があった視点での分析は非常に重要な視点だと考えている。数字として捉えることはなかなか難しいと思っている部分もあるが、当然必要な情報であり、まさにそこが肝だと我々も思っているため、分析を深めつつ、今後の人口減少対策について、長崎市として取り組めることをやっていきたい。

【委員】

国のほうでも、例えば国民一人当たり、年間どれくらいの消費をしているかというような数字が出ていたと思う。当然ながら観光客についても消費がいくらという数字が出ていて、そことの比較というのは見たことがある。過去、長崎市でも市民一人当たりの消費額を出していて、その数字を旅行客に置き換えた場合に、インバウンドだと何人分、国内観光客だと何人分といった分析を出していたと思う。

現時点でこういった数字がないということは別にいいが、数値として見える化することで、観光事業者や我々のような立場だけでなく、市民といった多くの方に観光の効果等を伝えられるのではないかと考えており、その点をよろしく願いたい。

それともう一点だけ、雇用の創出については、経済波及効果が出る際に就業誘発数も出ていると思う。「就業誘発数＝雇われた人数」ということではないが、今後、ひとつの基準として持ちながら、どれくらいの効果があったというところでお示しいただければと思う。

【会長】

今後、次期戦略をつくる際の参考になると思うので、ご検討いただければと思う。

それぞれのプロジェクトに分けてというより、全体的な話でもよいので、他にご意見等ないか。

【委員】

宿泊税に関して方々で聞かれていることかと思うが、宿泊税の活用先について、どのようにお金が使われたのか。詳細に関して、出来る限り詳細な項目と一円単位レベルで、長崎市民として見たいなと思うが、現在、情報が公開されていない。

情報が公開されているのであれば、どこで見られるのか、もし公開されていない場合はどのような手続きを経れば市民が情報にアクセスできるのか教えていただきたい。

【長崎市】

宿泊税については、令和5年の4月から導入している。昨年度2月までに宿泊された方の分が3月までに収入として入ってきており、決算に反映されるが、現在、決算について整理中である。決算の整理が終われば、どれくらいの金額が入ってきたかということと、それに対しどういった使い方をしたかということがお示しできる。

今年度については、約3億2千万円の税収を見込んでおり、これを各事業に振り分けているところで、プロモーションやオーバーツーリズム対策、ゴールデンルート・アライア

ンスといった広域連携に係る費用などに充当しているところである。

昨年度にどのような取組に対していくら使ったのかという情報については、決算の中で市民の皆様に見ていただけることになる。

【委員】

旅行者の消費額とあるが、これは売り上げのことであり、この部分に関して、付加価値がどうだったのか。

旅行業や飲食サービスについては、付加価値が非常に低いため、これを上げていくための対策をやっていないといけない。目標として雇用創出と所得向上とあるが、そういうことだけだと難しい。如何に付加価値を上げるのか、これが令和3年度の経済センサスでは、長崎県全体の情報であるが1番付加価値が高いのが建設業である。2番目が医療福祉で、3番目が製造業。宿泊業は最下位であり、建設業と比べると4分の1に近い。

このところを上げていかないと、目標にある所得向上には繋がらないと思う。この原因として、たしかに全国的に宿泊業の付加価値は低いため、やはり大きな問題を抱えていると思う。高額消費の旅行者誘客もやっており、実際に、非常に高価なホテルも出てきているが、一般の観光客が来るようなところというのは、なかなかこういったことができないという問題があると思われる。難しいとは思いますが、そこにも手を付けないといけない。

【長崎市】

長崎市の場合は、やはり製造業が少ないということで、税収全体に占める割合も低いというのが現状である。

委員ご発言の件については、この後の経済の部分で詳しくご審議いただきたい。

それから先ほど宿泊税の話が出たが、今年度の当初予算として3億2千5百万円計上しているが、この分については、予算に係る議会資料においても用途を公表している。一番大きいのが情報提供の部分であったり、あるいはサービス向上であったりと、用途を明らかにしている。先ほど観光政策課長から申し上げたように、最終的には決算において、宿泊税をどれだけ使ったかについては、これから具体的にお示ししていきたいと思うが、宿泊税やその他の税については、特定目的税となり、用途を示す必要があるため、その他消費税のかさ上げ分であるとか、そういった部分については、財政のほうでお示しすることになっているので、そちらをご覧いただければと思う。

それと委員からご意見のあった消費の問題があるが、金額的にはよく調べていきたいと思うが、消費の減、定住人口の減というのは、最終的には納税義務者が減ってくることによって全体的な市税の減につながるものである。もう一つの一般財源として普通交付税というものがあるが、この算定も人口によるものなので、交付税の減につながっていき、非常に財政的には大きな影響がある。交流の産業化というのは、あくまで交流人口を増やすことで、それを産業化して定住人口を増やすという狙いで特定目標に掲げているわけであり、なかなかそこが実現していないということは我々も苦しいところがある。

今回いろいろ大きな議論をしながら出島メッセを建設したりしてきたが、これから効果を発揮していくためにも、経済効果が上がり、定住人口が増えるような施策を第3期戦略

でも考えていきたいと思っているため、次回、もっと分析を進めたうえでご議論いただきたいと思う。

【委員】

先ほどの委員のご意見に関して質問したい。付加価値に対する視点というのはいいい視点であるとハッと気づかされたが、この付加価値の定義というのは何であるのか。

この意図としては、付加価値を上げるべきは事業者の役割だと思うが、事業者がおそらく付加価値の定義を理解されていないとなれば、市が税金を投下してでも、まずは事業者に定義を周知して、付加価値を上げるための自助努力を促していく。それに対する補助制度を構築していくという流れになるのかなという意味での質問である。

【委員】

付加価値で一番大きな値を占めるのは、人件費である。要するに給料であり、給料が大きくなってくると必然的にまわりの活動で大きくなっていくものであるが、付加価値経済というものをしっかりと周知しないと、売り上げばかりを追いかけてしまう。賃金については、国において賃金を上げようとやってきているが、企業における賃金単価は上がらない。付加価値を高めることが賃金単価の向上につながる。付加価値についてもいくつか指標があるが、私の場合は、売上額を就業人数で割ることで計算した。

【会長】

付加価値は何種類か定義があるため、どれをとるかでかなり変わってくる。

人件費は、だいたいどれも共通してはいっているため、そういう意味では、人件費は一つの大きな柱になると思う。ただ、最低賃金を上げだすと、企業の経営のほうを圧迫してくる。特に観光・飲食業は中小企業、零細企業が多いため、そこに対してただ簡単に賃金を上げろとは言いつらいところが出てくるため、助成金や補助金という話になってしまうかもしれないが、それは依存型の経済になってしまうというジレンマもあり難しい。

ただ、どの付加価値をとるか、もし議論するのであれば、どういった数字をとって、また数式を示したうえで、提案を出していくことが必要だと思う。

検証シート、全体的な5年間の振り返りになるが、こちらのほうは如何か。

個人的な意見であるが、アジアの人の観光のスタイルと欧米の人の観光スタイルは恐らく違う。日本はどちらかというとアジア型のため、観光地を巡ってすぐに戻るといった感じになるが、欧米の方はどちらかというと1週間ぐらい滞在するような観光になると思う。

おそらくそういったことと、それから何を観るのか、例えばお寺や遺跡のようなものを観て喜ぶのか、どこに需要があるのか、先ほどデータを取っているとの説明だったが、どういうところで何をしているのかといったところまで細かくデータを取っていないと、それこそ満足度の高い旅行になっていかない気がするが、何かそういったデータを取っているのか。

【長崎市】

会長のご意見のとおり、アジアの方と欧米の方の滞在の仕方というのは全く異なる。欧米豪の方は、歴史文化、特にその奥にあるストーリーをどうみるかということを中心にされるため、街歩きも含めて楽しめる傾向にあり、逆にお買い物は少な目ということもある。そういったものは、観光動向調査のほうでも出ているが、その方の趣味嗜好について言及した調査にはなっていないため、今後必要かなというふうに考えている。

今行っているものは、主要な観光地を巡るだけでなく、地元の人との触れ合いがあるような例えば外目地域のようなところも含めて、より滞在時間を長くしてもらえるようなプランの造成というところに取り組んでいるところである。

【会長】

自分で調べたわけではない情報で恐縮だが、滞在型といったときに、何かを巡るというより、何か日本的なものを観たいという感じがある。そうするといったい何が日本的なのか趣向が一人ひとり全然異なるので、一概に言えないかもしれないが、例えば竹やぶを見るとき、そこらにあるお地蔵さんを見て回るとか、そのようなことが割と欧米の方には多いといった話もあるため、我々日本人が持っているような観光のイメージとは違うようなものを考えていかないと、本当の意味で滞在型にはならないのかもしれない。

しかも駅や中華街といったところにあるホテルは基本滞在型を考えてある。そうすると1週間くらい宿泊する客を前提に考えるはずであるため、そういう人たちに対してどうやって過ごしてもらうかというような観光プランを作っていくと、おそらくあつという間にホテルがダメになっていくと、個人的に心配している。

そういったことは、これからの話になるのだろうが、のんびりと構えられないため、DMO といったところと協力して分析をされていくというのが必要なのではという感想めいた話である。

【委員】

参考になるかわからないが、2点紹介したい件がある。

一つはインバウンドの件、長崎県インバウンド推進室を訪れた際、インバウンド推進室が何を目標としているのか尋ねた際に、単純にインバウンドの寄港数であるという話だった。その後の県下自治体への周遊ルートへの協力はあるのかというところについては、各自治体の自助努力によるものとのことだった。それは確かにそうだなと、長崎市は横浜に次ぐインバウンドの寄港数となっているため、県としては恐らく成功したという自負があるのだろうと感じた。一方で会長から意見があったように、インバウンド客が現在アジアからの客が多いという中で、長崎に来てどこに行くかという、無料のところへ行っていると、無料のところへバスハイクできる事業と連携をしているという話を聞くと、やはりまだ長崎の例えば世界遺産の教会群というようなルートというのはまだ可能性としてはあるのかなと。先日、世界遺産チャーチトラスト会に参加させていただいたが、今どのような周遊ルートをつくるのかというのをすごく試行錯誤されているところがあったため、そこを情報共有をして、もっと皆さんでアイデアを出していくことはとても有意義なのではないかと思う。

もう1点。今、銀行のほうで各都銀から連携しましょうと言われるが、長崎は100万ドルの夜景であるとか、世界遺産がたくさんあるので、欧米のラグジュアリーなホテルと一緒に作りましょうという相談がけっこうきている。ただそこを冷静に捉えると、ラグジュアリーなホテルをつくり、誰が得をするのかというと、そこのホテルをつくったところだけだという思いである。そのラグジュアリーな方々をどう観光に結び付けていくかということ、会長から意見のあった日本固有の何か、長崎独特の文化を学べるパッケージというようなものをつくると少しは波及できるのかなと感じた。これは、私の足元で起きていることのちょっとした情報共有である。

【会長】

人が来るけど、たぶんお金は落ちないと、お金が落ちてもそういうホテルにという形で恐らく東京のほうへお金が流れてしまうので長崎にほとんどメリットがない。下手するとそういう循環になりかねないので、そういったことを含めて、今後のことを考えていかないといけないのかなと思う。特にインバウンドは朝来て夜に出て行ってしまうというパターンも多いので、何かしら滞在へつなげていけるようなことを考えていく必要があると思う。ほかに何かないか。

【委員】

検証シートの3ページ。細かい話になってしまうが、3ページのところの真ん中と、それから③のところである。夜景の取組みが実はそこに記載されている。

私はやはり交流の産業化や観光を進めるうえで、滞在してもらい、お金を落としてもらい、満足してもらいということが一番肝になるのだろうと思っている。観光客の消費動向からみても、やはり一番高いのは宿泊。それから飲食と続くので、そこが大事だというふうに思っている。そういった中で、ここに課題としての記載で、長崎市街地が中心となり、広域的な夜景資源の掘り起こしが課題というふうに書いてあるが、私は長崎市街地の中心部を持続的に極めていく、維持していくということがものすごく大事かなというふうに思う。そういった中で、この広域エリアに夜景観光の取組みを拡げていきたいということは、具体的に例えば野母崎とか、あるいは外海といったところへ拡げていきたいということを書かれているのかというのが質問である。

それともう一つ、その右側の方向性・取組みの方針のところ、夜景のブランド力の強化の継続、それから掘り起こした夜景資源を新たな夜景観光としてというふうに書いてあるが、夜景ブランドの強化というのは、具体的にどういうふうにしていかれるのかなという話と、掘り起こした夜景資源というのは、広域的な夜景資源として何か掘り起こしていられるような動きがあるのかなというのが初耳であり、興味があってお聞きしたい。

外に拡げることが悪いという意味ではなく、ちょっと興味があったのでお伺いしたい。

【長崎市】

今まで長崎の夜景というと、稲佐山や長崎港を中心としたところの夜景というイメージが強かったと思っている。その中で、今回広域的なというところで、委員からの話に出た

野母崎だとかそういうところの部分にも、まだ掘り起こしができる部分があるのではないかと、今回の名月サミットの中で実施するようなフォトコンテストを市民から出していただくということで募集をかけている。そういったところが、まさに我々が気づかないようなところの写真が出てくれば、そういったところを題材としてコースに入れたりだとか、観に行ってください。もしくは、今回、いつ頃撮っただとか、撮ったポイントといったこともわかるように出していただいているため、訪問客にも写真を撮っていただくような形もできるのではないかと。特に名月、夜ということで、当然宿泊型で滞在していただくことになり、さらに今までなかったような野母崎だとか、琴海、茂木といったところにも足を伸ばしていただける新たなルートになるのではないかと、今回このような形で書かせていただいている。今回のフォトコンテストによってブランドとなるものが生まれれば長崎の新たな夜景の魅力として追加され、長崎の夜景のブランド力が上がるのではないかと、このような形でここに書かせていただいている。

【委員】

夜景といっても、例えば野母崎では、月も星も確かにとてもきれいだと感じる。全国どこにもあるといえはあがあるのだが、やはり長崎市の中では特別な魅力かなというふうに思うので、新たな魅力としてそれをしっかりと発信していく、掘り起こしていくということは、それはいいと思う。つまり、ソフト面の取組みがされるというふうに私は理解したが、例えば中心市街地の円形の夜景が見飽きただとか、中近景で歩きながらの夜間景観づくりだとかは一定整備がなされていると思うが、そのあたりについては、今後も持続的に何かやっていけるのだろうか。人口が減ってくると夜景自体の魅力も落ちてくる。その兼ね合いを持ちながらキープすることが、せっかく世界新三大夜景にもなったので、そこをうまく活用していく方法なのかなと考えるが、斜面地に住む人の灯りも含めて、そのあたりどう考えているのか再質問して最後にしたい。

【長崎市】

もちろん長崎市街地のところをやめたのかということそうではなく、そういったところの当然魅力を上げながら、例えば夜景を見ながら食につなげるといったことをいうが、食とつなげることによって滞在時間も伸びるということがあるため、そういったつながりの部分であるとか、ナイトタイムエコノミーという部分で、これまでいろんなプランをつくってきているため、そういったもので体験を楽しみながら夜を楽しんでいただくということを引き続き考えていきたい。

【委員】

長崎商工会議所青年部から毎年政策提言をさせていただいており、毎年のようにナイトタイムエコノミーに関してテーマに掲げさせていただいている。我々も長崎夜景プロモーション実行委員会に参画をさせていただいて、夜景フォトコンテストを実施したが、結構応募数とかも 500 くらいあったが、今回の名月フォトコンテストは 7 月 31 日までの〆切と伺っているが、現在どれくらい集まっているのだろうか。

【長崎市】

今現在、120 ほど応募があつている。特にこの7月に集中して応募があつているので、みなさん作品を選ばれながら送ってこられているのだろうと感じている。

【委員】

今回のコンテストで集まった素材で拡げていくということは、すごくいい取組みだなと思うが、そこありきになってしまうとかなり戦略として弱いような気がしていて、もう少し具体的な取組みというか、夜景のブランド力を強化するというのであれば、骨組みをしっかりとされたほうがいいのではないかと思った。我々青年部としてもナイトタイムエコノミーについてしっかり提言の中に取り込めるよう研究を進めていきたいと思っている。

【会長】

本日の午前中に中国から経済学部の方が来られて、6年ぶりに来られたかと思うが、話をしている中で、夜景が寂しくなったという発言があつた。だからまちなかに人を集めてきてコンパクトシティをつくるということも大切だろうと思うし、今のは一人の意見であるため全体に展開するのは無理があるのかもしれないが、コンパクトシティをつくっていくことと夜景その他観光資源を拡げていくことは多少矛盾するところがあるため、そこをどうバランスをとっていくか考えていく必要がある。

割と先ほどの言葉に強力な印象があつたので、一人だけの意見だけれども、これは言っておこうかなと。それからあまり話題にならなかったが刺身の話である。さしみシティ、これはビジョン会議でも言ったが、日本中において海に面していない県はほとんどない。だからそうするとどこへ行っても刺身はあるわけで、ちょっとお刺身をブランド化していくとか魚をブランド化していくというのは結構難しい話である。だとすると、どういうふうにそれを織り込んで、今さしみシティを始めだしているので、さらにこれをどう展開していくのか、次の第3期戦略へ向けて、具体的なことを考えていく必要があるのかと思っている。

この目標評価については、長崎市の評価はいろいろ厳しい意見を受けていたが、長崎市事態もかなり厳しめに考えておられるが、資料に書かれているようなことで、特段の意見はないということによろしいか。

ただ、具体的な総括のところでは、定住人口の消費減に対してどうやっていくか、旅行者の消費を増やしていくかといったことや宿泊税の使い道をオープンにしていくこと、それから雇用の創出へ向けてどう進めていくかといった今年だけでなく次につながる話だと思うが、今年はその出発点として位置付けていろいろ取り組んでいただければと思う。

それでは、特定目標については、ここまでとさせていただき、次は基本目標1に移るが、長崎市側の出席者の交代があるため、しばらく休憩とさせていただく。

イ 基本目標1の評価及び検証について

【長崎市】

- ・基本目標の目標評価シート及び検証シートについて部会長から概略を説明。
- ・委員からの事前質問に対して各施策主管課から回答。

【会長】

まず目標評価シートについて、ご意見等あればお願いしたいが如何か。

ひとつデータの中で気になったのが、企業立地・誘致の数が増えて、就職者数が増えていないような感じがしたが、企業誘致に伴う新規雇用者数はあまり増えていなくて（6ページ）、それから企業立地（10ページ）は比較的増えている。だが、主に新規の雇用者数は減っている。これは何かあるのか。

【長崎市】

企業誘致については、一定の雇用計画を定めて企業に進出いただいている。中でも新卒の就職というところかというと、各企業ともに概ね順調に採用ができているという状況にあり、一方で、中堅人材、一定スキルを有する人材の採用については、なかなか人手不足人材不足というところがあり、なかなか採用に苦慮しているという状況にある。結果として、全体の就業者数が落ちているとご意見があっているデータとしては何ページのことをおっしゃっているのか。

【会長】

企業誘致に伴う新規雇用者数というところであるが、4ページあたりだと思う。ここでは目標を下回っているようだ。一方で誘致した企業立地、10ページの市外企業新設のところが増えている。したがって、企業が増えたが新規雇用者はそれほど伸びていないのかなと。

【長崎市】

ここについては、まず、新規雇用者数の目標設定の考え方が、こちらが平成28年から平成30年の進出企業の実際の雇用数の平均として年間300ということで設定をしている。

オフィスの需要がだいたい埋まってきたという中で、現在例えばコールセンターといった大規模雇用の立地は一定落ち着いてきている。平成28年当時は結構多かった。現在は、企業数は多いが、企業の研究開発拠点であったり、比較的、知識集約型の企業ということで雇用計画自体が20名とかあるいは10名とかいう状況であり、専門性がより高い企業の誘致が進んでいるというところで雇用数自体がまだちょっと目標値を達成していないという状況である。

【会長】

以前、長崎市の仕事を請け負った際には、長崎市の企業は研究開発力が弱いと言われたことがある。やはり三菱が強かったのだろう。三菱に頼っていたから三菱がやってしまう

ということがあったのだろうが、三菱がどんどん縮小し始めると、地場企業にその研究開発力が残っていない可能性があるのか調べていく必要があるが、そういったこともあるので、まだ先のことになるかもしれないが考えたほうがよいのかなと思う。

【副会長】

長崎市の誘致企業について研究開発の拠点として設置したいということで一つ確認だが、その雇用が満たされていないということになるのか。一応満たされていることになるのか。

【長崎市】

雇用計画自体は、新卒採用については計画通りに進んでいるが、中途採用というところでどうしても苦戦している状況であり、雇用計画自体を、人事担当者をしっかり置いている企業は達成しているが、企業の中でも二極化している状況にある。

【副会長】

新卒採用はできているが、中途採用が満たされていないという認識でよいのか。

【長崎市】

そうであり、特に IT 系のデジタル人材というところでなかなか全国で取り合いになっているため、難しい状況である。

【会長】

今のは、デジタル系・IT 系というのは、新卒者が採用できているという話か。

【長崎市】

予定通り採用できている企業もあり、中途採用に比べれば、やはり長崎大学や県立大学とかの情報系の学部もあり、そこも誘致の強みとなっていることもあり、新卒のほうは結構採用できている企業もあるという状況である。

【会長】

逆に裏返して言えば採用できていない企業もあると思う。長崎県が誘致した企業で一人も採用できなかったという企業もあったりするため、IT 系においてもうまく採用ができているのかどうかは、一度調べられたほうがいいのかもわからない。

【長崎市】

採用支援については、長崎県の産業振興財団と連携して取組みを進めているため、ご指摘の通り、そういったところは企業ごとに要因があると思うため、そこは共有しながら取組みを進めていきたいと考える。

【長崎市】

補足だが、IT系の人材というか、なかなか全国的に人材不足で確保できないという中で、今年になるが、長崎県と長崎大学と連携して、バングラディッシュからIT人材を確保しようという新たな取組みを進めているところである。

【委員】

目標評価シートの7ページ目中段、問題点とその要因において、やはりここで、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と書かれているが、その原因は何だと考えているのか。

【長崎市】

ここについては記載が十分ではなく、記載している内容については、こういった状況にあるということに記載しているものであり、課題としては地場企業の方に聞き取り等をする、新規事業創出に対する経験やノウハウといったことが不足しているところでお聞きしている。したがって、そういった部分を補うということではないが、県外企業とのマッチングや企業間の交流を促進する取組みを実施していきたいと考えている。

【委員】

地場企業の参入が少ないということは、現状の稼ぐところをしっかりとやっていくということをやっていく必要がある。新規事業というのは稼げない。短い期間では絶対に稼げない。これは投資のできる企業がない、余裕がないというところが一番大きい。経験とかそういう問題ではない。どうも誘致企業を中心に県内企業を活性化しようと考えているが、誘致企業が持ってくることは全部下請けである。どんどん県内企業が下請けに流れていくという現実がある。今後のことを考えると県内企業のほとんどが下請けの生産性が低い企業になってしまうと、そう思う。

その問題点解決というのが、この資料を見ると新規事業のほうへ突破口を持っていつているが、新規事業を100件やってだんだん成長するとお考えか。一番稼いでいるのは現状実施しているサービスであり、現状サービスでもっと儲かろうということをしちんとやっていないと、地場企業はなかなか新規事業に参入できないと思われる。

デジタル化というのは非常に大事なことであり、やはり地場企業が本当に元気になるためには、今のビジネスモデルをデジタルで改善して、どこまで収益を上げることができるか、まずはそこからやらないと、新規事業にも全く乗ってこない。

県内で99.9%は中小企業であり、いわゆる分類上大企業と呼ばれる県内企業は52社しかいない。この現実を踏まえないと、やはり新しい分野であればいいという話ではない。

現状サービスをどう支援するのかという視点がないと、なかなか県内の経済活性化というのは難しいと考える。

【長崎市】

委員ご指摘の通り、一足飛びに新規事業創出といった部分に特化するのではなく、各企

業が積み上げてこられた技術力であったり強みであったりを有しておられると思うため、そういった部分をしっかりと伸ばしていくための施策で、その注力するためにやはり生産性を上げて余力を生み出していく必要があると考えているため、DX の取組みを併せて進めていきたいと考えている。

【副会長】

委員と同じことを言うと思うが、現在、情報系の大学に勤務しており、学生が誘致企業に就職することが多くなっており、地場企業にはなかなか就職しない状況。地場企業からも学生が来なくなっているということをよく耳にする。誘致企業を持ってくると、やはり市内での就職率は上がるかもしれないが、この施策というのはどうしても地場企業に人が行かなくなってしまうため、地場企業を苦しめる、極端なことを言うつつぶしてしまうような施策だと思う。一方でさらに大きく地元企業をフォローするような施策で手を打っていかないといけないと思うため、第3期総合戦略には、その点を重視した取組みを入れていただきたいと思っている。

【長崎市】

経済産業部としては当然、地場企業振興というところが一丁目一番地の施策となるため、そういった部分をもっとこう前面に打ち出して、新たな観点の施策などについても意見をいただきながら構築して参りたい。

【長崎市】

補足であるが、まさに委員ご指摘のとおりで、これまでは人材も多くいらっしゃったため企業誘致を進めると地元採用ができていた。現在は、人材の取り合いとなっておりなかなか採用に繋がらない。熊本では、半導体関連で企業誘致が進んでいるが、やはり地場企業には厳しい状況と聞いている。しかしながら成長産業の誘致は重要であり、産業のバランスを考えると企業誘致をしないということは難しい。しっかりと地場企業の方々のフォローにも取り組みたい。

資料には記載がないが、たしかに企業のDX化は非常に重要なことであるため、昨年も補正予算を組みながらDXへ向けた支援に取り組んできた。また、県のほうでもDXの取組みを支援する補助金を実施しているので周知を徹底するほか、来年度に向けて、地場企業のDX化を推進する取組みができないか、銀行と連携を図っているところである。

次期戦略に向けては、地場企業の支援についても取組みの柱に入れる整理もしてまいりたい。

【会長】

昨年度の審議会の中でアンケートを取るという話になっていなかっただろうか。

【長崎市】

長崎大学・県立大学・活水大学へ依頼してアンケート調査を実施した。

1万人近くを対象者とさせていただいたが、回答数が少なく、回答率が4.8%にとどまった。内容の分析もしているが、回答率が低いため、統計学的にデータの有効性がどうかといったところもある。あらためて内容を見たうえで、情報提供できるようなものであれば審議会でもお示ししたいと思う。

【会長】

話を横に逸らしたが、アンケートの前までの話では、みなさん第2期を越えて第3期を見据えた話になっていたと思うが、DX化の話というのは避けては通れない当たり前の話となっており、産業というよりは基盤となってくるため、インフラとして位置付けなければいけないため、そうするとすべての目標に関わるものとしてやっていかなければいけない。DX化に関しては、第3期戦略に向けてどう位置付けて、どういった目標にするのか考えていく必要があると考える。

【委員】

先ほどの委員の質問に賛同する部分と、銀行としても新産業については長崎市と連携して取り組んでいる部分があるので少し補足させていただきたい。

長崎市の産業構造を見ると、観光業そして製造業、また水産業も含めてであるが、なかなか産業構造上、人口の消費に対する収入というか、人口ありきで人口が増加する体制であれば本業を伸ばしていくことで一定の効果があると思うが、今、巷で起こっている減少を銀行として捉えているのが、中小企業において内部留保・自己資本がある程度高い企業が、なかなか三菱の撤退をみて、新たな産業に踏み込めていないというところがある。これに対して、今県外の特に東京であるが、東京のベンチャーあたりが生み出した革新的なサービスを実証する場として、長崎なり地方の各産業構造に課題があるところにピンポイントでアプローチしてきている。実証実験をして、ビジネスとしてマーケットニーズがあれば、そこを拡大していこうというフェーズに入っているのかなと認識している。なので実証事件の質問をしたのは実は私であり、国が関与して補助がある実証実験の場合、長崎市に事例はないとのことだったが、他市町にはあり、それは上場企業が話を持ちかけ実証実験をしたもので、実際これはビジネスにならないという判断で撤退していくという現象が起きている。これに対して地元企業は設備投資だけをさせられ、物だけが残ったけれども売る先がないといった現象が起こっているのが事実である。

そこで委員に一つ意見したいが、新規産業ではなく既存事業に力を入れるべきだと言われているのは、一方でどういったものに対してテコ入れをすればいいのか。

【委員】

これまでDX化を進めてきてるところもあるが、やはり基本的には自分たちが一番稼げるところのデータ化を進める必要がある。決してDXとまではいかないが、そうすることで売り上げが伸びた企業もある。これは産業ごとにその方法は変わっていくが、やはり、人材とどういったことに投資をするのか見極めることが重要。

【委員】

若干誘導した部分があったが、銀行のほうでは、ハード面の投資については一旦一巡してという理解である。銀行ではデジタル化推進部があり、そこは県や長崎市と連携しており、現在長崎市とも DX に関する補助金を作っている。

私も委員の意見に同意見であり、DX やデジタル化、IoT など類義語があり過ぎて、恐らく何がどれに効果的なのかという理解ができていないところだと思うので、リテラシー向上も含めて、地場企業への講演といった事業も一つ有効になるのかなと思っている。

【委員】

企業側の人材育成もやらないといけない。いわゆるコンサルタントが入ってやればいいという話かといえばそうではなくて、人材育成を含めて全部一緒に持続的にやらないといけない。

【会長】

いきなりすべてを教育するのは難しい話であり、また、変な言い方だがその辺の小さなお店の人にいきなりデジタル化を進めることもまず難しい話。だが、データに基づく仕入れや仕込みの量など、考えてみれば当たり前のところをデジタル化していくが必要であり、そういったデジタル化へ向けたインフラ整備やリテラシー教育なども必要なかなと思う。ある程度の人員規模の企業であれば普通にデジタル化に取り組むのだろうが、そうではない規模の企業が地域の仕事を支えるため、そういったところにも広げていくような施策というのが必要だと思う。

【委員】

今年、人口が社会増となった要因を教えてください。

【長崎市】

社会増となったが、その状況が、4月の異動のみとなっている。5～6月はまた社会減に転じている。3月までは38万人に減っていたものが4月には39万人に戻ったが、また38万人に減っている。

我々も分析をしているが、やはり直接的な原因を突き止めることは難しい。年齢や性別で見た際に、転出が抑制されていた。転入も増えてはいたが、転出が抑制されていたというのがやはり大きかった。そこをさらに深掘りしていくと、昨年もアミュプラザ新館やマリOTTホテル開業といった長崎駅周辺の再開発の影響があったが、あとはスタジアムシティの影響が強い。実際に多くの雇用をされていて、若い世代、高卒の方とかも雇用されているという状況を聞いている。あとプラスでオフィス棟もあり、実際に一部の企業において家族連れで転入されたという要素もあっており、そういったところでスタジアムシティの影響が一番多いのかなと考えている。やはり、長崎から県外へ転出されずに留まっていたところの影響ではないかと、今のところ傾向として思っているところである。

【委員】

スタジアムシティの話があったが、戦略の資料を見ていくと、スタジアムシティは何か移住者といった社会減に効く施策や学びの場を増やすというような感じで記載があるが、スタジアムシティで社会減が抑制されたものを一旦除外して、分析されたほうがいいのではないかと思ったことが一つ。

あとこれは私の個人的な悩みというか相談になってしまうかもしれないが、統計とかに弱いので、いろんな施策があり、実際にどれが効果があり、相関があっているのか関係があるのかが見えにくく、評価が難しいなと思っていたところであり、ただの吐露となってしまった。

【長崎市】

1 点目の件に関して、スタジアムシティが今年開業することにあたって、特需効果じゃないが、そういった特殊なことだと思っており、経済や子育ての分野など、長崎市の施策を取り組んでいって、底上げしていくというところが必要だと思っている。

我々も4月に少し人口が戻り確かに少しうれしかったが、そこからまた減少に転じたため、やはり一喜一憂することなく、各種取組みを進めていかないといけないなというふう考えている。

社会減の話もおっしゃるのとおりであり、これをやれば、これが一番効くというのは、なかなか難しいので、指標を設定することに悩んでいるところである。ただ指標は考え方の一つとして持っておかなければならないと思っているため、難しいところがあるが、第3期戦略へ向けて整理をしていきたいと考えている。

【会長】

たしかに KPI が多すぎるというところもある。すでにつくってしまっているのじゃないが、次期以降は、KPI の在り方や、因果関係・相関関係というのがわかるように絞っていくことも必要なのかなと思う。あとは、KPI の数字だけではなく、定性的なものも本当はあるはずなので、そういったもののつくってあってもいいのかなと思うが、いずれにしても全部第3期の話になるのかなと思っている。

【委員】

検証シートの④地元企業の強化について、こちらの中で NAGASAKI WORK STYLE というサイトワークスタイルというサイトのことが記載されているが、先ほど拝見したところとても良いサイトだなと思った。誘致企業に対して人が集まって、地元の企業の人手が不足してしまうという状況というのは、やはり若い方が地元企業の魅力を知らない、情報をキャッチする方法がないということが一因としてあるのではないかと思うところがあり、こういった地元の企業の情報をたくさん集めたサイト、さらにその中で働いている方が発信されている情報とかも載っていたりするので、とてもいいなと思ったのだが、問題点として、広報の仕方だったりとか、第3期へ向けた方向性とかも拝見したが、もちろん広報というのはすごく大事なことで周知に向けた取組みもだが、せっかくこれだけの企業を集め

たサイトを作られているので、企業関連のイベントであつたりとかいうものの申込みができるようになったりすると、就活に対する盛り上げみたいなのを市が積極的に行っていただくと、地元の企業との連携というところも生まれると思われるほか、よりよい取組みに繋がるのではないかと感じている。

また、今後のサイトの展開について、広報以外のところで考えていることなどがあれば伺いたい。

【長崎市】

サイト自体は、県もサイトを作っているが、我々はあるべく人に焦点を当てて、若い方に企業紹介をしていただくというような視点でサイトを作っている。あとは Instagram において、ショート動画を活用して若い人向けに「就活シェア」 というもので情報発信をしており、一定数伸びているが、課題としては、これが一方的な情報発信になっているため、これがどこまで就職というところまでリーチできているのかというところは、疑問がある。そこを我々も課題として持っており、次に向けての取組みとして、学生のみなさんとのコミュニティをつくることで、企業の囲い込みより早い段階から情報を届けたりだとか、地場企業とのつながりを持っていただくような取組みを次年度以降にやってみたいと考えている。

相手があることなので、どこまでできるのかということはあるが、そういった方向性を今考えているところである。

【委員】

当事者の学生さんたちの話も聞いていただくと、すごく可能性を持っているサイトだと思うため、今後楽しみに拝見したいと思う。

【会長】

このサイトは、掲載料はとるのか。

【長崎市】

掲載料はとっていない。

【会長】

リクナビだとかは、結構な掲載料なので、地元の企業は掲載しにくいということがあるので、そういう意味では、地元企業を知ってもらえるサイトを作るというのとでもいいことだと思うが、長崎県の「N なび」はあまり知られていない。N なびのようにならないように、N なびがなぜ見られないのか、その辺も調べられるといいのかもしれないと思う。

【長崎市】

学生さんや先生にとっても、逆に情報過多になっていて、どれを見てたらいいのかも分からないような状態になっていて、実際にリクルートのような日本全国規模のサイトを見

て就職されているみたいなことが多いみたいであり、我々のサイトでは、若者と企業の双方の取組みとして進め、なるべく早く知っていただくことで、学生のコミュニティや SNS で広がっていく。そういった方向性でやっていきたいと考えている。

【会長】

以前アンケートをとって調べたのは、地元就職する人というのは、親の意見が結構影響しているみたいであるため、学生さんだけでなくやはりご両親といった方に対しても情報発信できると本当はいいのかもしれないと思う。

【長崎市】

おっしゃるとおり、最近の学生には6～7割親の影響があるという統計もある。県も含めてであるが、保護者の方にリーチしていくこともやはり大切であると我々も考えており、昨年、保護者向けのセミナーを開催し、今年はこのセミナーを YouTube 等で配信するような形をとっており、できるだけ保護者にリーチできるように取り組んでいるところである。

【委員】

大学生や若い人たちの人材の確保、地元への就職というのものすごく大切なというふうに思うが、私が長崎北高校 PTA 会長を仰せつかっており、3年生は一生懸命勉強して大学を決めているが、1年生の段階からどこの大学へ行こうかと考えている学生がたくさんいる。その中でやはり地元の大学へ入ってそのまま地元で就職してもらうのが一番いいのかなと考えるが、どうしても県外の大学へ出てしまうと、県外でそのまま就職して結婚、子育てしてという流れがあるので、ぜひ、高校生や中学生といった早い段階で、長崎にはこういった企業があるといったことや、長崎大学や県立大学からこういうところへ就職しているといった情報も発信していただいたい。親目線として、そういった情報があれば、親から子へ、長崎におらんねっていうような子育てができるんじゃないかなと、親の発言が子どもたちに影響がすごくあると思うので、ぜひそういう発信の仕方も取り入れてもらいたい。

【長崎市】

今おっしゃられたところも、我々も取組が足りないと認識しており、長期間のスパンにはなるが、キャリア教育というのが非常に後々有効な手段になってくると思っている。そういう意味からすると、小学校・中学校は長崎市が教育委員会を持っているため、社会科見学じゃないが、地元企業に触れるような取組みというのが独自にされているが、もう少し我々産業サイドも入って押し上げていくと、高校になると県教育委員会となるが、そこにも実は今週、県のほうへ今の実情と今後連携ができないかという話をし始めたところで、切れ目のないキャリア教育といったこともこれからやっていきたいと考えている。

【会長】

少し時間を過ぎてしまったが、基本目標1については評価としてはこれでいいのではな

いかと思うが、今後どう改善を図るか、次の第3期戦略へ向けて準備をして、今年できることをいろいろしていただければと思う。

3 閉会

【会長】

それでは本日予定していた議題は終了したのでこれをもって本日の長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会を終了する。

以上