

まちづくりの方針

私たちは「人や企業に選ばれ、産業が進化し続けるまち」をめざします

基本施策

地場事業者の成長を支援します

個別施策

- C1-1 地場事業者の経営力の強化を支援します
- C1-2 地場事業者の人材確保・育成を支援します
- C1-3 地場事業者の市場での競争力の強化を支援します

基本施策

人や企業を呼び込み、新たな事業を創出して、産業を強くします

個別施策

- C2-1 域外から企業を誘致し、新たな産業や雇用を創出します
- C2-2 産学官金や企業間の連携による新事業の創出や新分野への進出を促します
- C2-3 働く世代を中心とした移住を促進し、地域や企業を活性化させます

基本施策

次世代につながる農林業を育てます

個別施策

- C3-1 農林業の生産性を高め、次世代を担う多様な経営体を育成します
- C3-2 安心して農林業を営める環境づくりを進めます

基本施策

水産業を環境変化に強く活気のある持続可能な産業にします

個別施策

- C4-1 水産業の生産性を高め、次世代を担う多様な経営体を育成します
- C4-2 水産資源の管理・回復と機能性の高い漁港整備を進めます

基本施策

地元農水産物の消費を拡大します

個別施策

- C5-1 新たな販路拡大や消費拡大を図ります
- C5-2 長崎ならではの食材や食文化に対する意識の醸成を図ります

基本計画で定めた各種施策を達成するための具体的な事業計画を示した「実施計画書」はこちら



C1 地場事業者の成長を支援します

商工振興課

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
地場事業者が	売上と利益を伸ばしている。

めざす姿を達成するための個別施策

- C1-1 地場事業者の経営力の強化を支援します
- C1-2 地場事業者の人材確保・育成を支援します
- C1-3 地場事業者の市場での競争力の強化を支援します

成果指標

成果指標	基準値	目標値
市内製造業の付加価値額 [暦年]	2,088億円 (R 2年)	2,088億円 (R 7年)
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091社 (H28 ~R2年度平均)	4,091社 (R 7年度)
旅行消費額（飲食費・土産代）の1人当たり単価 [暦年]	12,453円 (R元年)	13,325円 (R 7年)

関連するSDGs



個別施策
C1-1

地場事業者の経営力の強化を支援します

商工振興課

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
地場事業者が	経営資源*を磨き、生産性を高めている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

うまくい
ていること

- 新事業や生産性向上に向けた設備導入にかかる支援制度の活用が図られており、設備投資に意欲的な市内事業者も多い。

チャンス

- 基幹製造業を取り巻く環境が大きく変化するなか、これまでの技術を活かし新たなビジネスに参入している企業が増えている。
- 新技術（ICT*・IoT*、AI*、RPA*）の進化、5G*の活用により、地場事業者の生産性の向上が見込まれる。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

うまくい
ていないこと

- 経営者の高齢化と、後継者不足等により経営基盤が弱体化している。

弱み

- 新技術（ICT・IoT、AI、RPA）をはじめ、DX*に対する事業者の理解が進んでいない。
- 商店街施設・設備が老朽化・陳腐化し、商店街の魅力が低下している。
- 経営者の高齢化や組合員数の減少等により、商店街の活動が低迷している。

脅威

- コロナ禍により、景気の先行きが不透明である。



III 取組方針

① 制度融資*の充実

- 経済情勢を十分に考慮しながら、取扱金融機関や信用保証協会、県と連携し、制度融資の内容や手続き等の周知、見直しを定期的に行い、経営の安定化だけでなく、設備投資を進めるための制度融資の充実を図ります。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

- 地場事業者が抱える事業承継などの問題解決に向け、関係機関との連携を図りながら支援を行っていきます。

③ 生産性向上のための取組みへの支援

- ICT・IoTやAI、RPAなど、新技術導入による生産性向上の取組みを支援します。

④ 商店街の経営力強化

- 商店街等の賑わい創出や魅力向上のために、組織力強化のための商店街の現状分析や課題解決に向けた活性化プランの作成や商店街等が行う施設整備への支援を行います。



LED化したアーケード照明



まちゼミ開催

関連するSDGs

8

働きがいも
経済成長も

9

産業と技術革新の
基盤をつくろう

関連する計画等

● 長崎市経済成長戦略

* 経営資源（参照 P10）

* ICT（Information & Communications Technology）（参照 P24）

* IoT（Internet of Things）（参照 P19）

* AI（Artificial Intelligence）（参照 P19）

* RPA（Robotic Process Automation）

これまで人間が行ってきた定型なパソコン操作をソフトウェアのロボットにより自動化するもの。

* 5G

携帯電話等に採用される通信規格のひとつであり、従来の通信規格（4G）よりも超高速、超低遅延、多数同時接続が可能となる。

* DX（デジタルトランスフォーメーション）（参照 P38）

* 制度融資

市内中小企業者の運転資金や設備資金の調達の円滑化を図るため、市が金融機関等と連携して設けた低利の融資。

2025年度にめざす姿（なにか、どうなっている）

対 象	意 図
地場事業者が	働く世代から選ばれる職場となっている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

チャンス

- 令和3年3月新規大学卒業者の県内就職率が前年同期を上回るなど、コロナ禍の影響もあり、地元志向が高まっている。
- 事業者の採用活動及び学生の就職活動は非接触型（オンライン）が中心となっており、地場事業者にとって、活動に係る時間や事務の軽減、県外人材との接触を効率的に行うことができる環境になりつつある。
- 若者の働き方に対する意識が変化・多様化しており、テレワーク*の導入やワークライフバランス*の推進に取り組むことで、地場事業者が就職先の選択肢となり得る状況になりつつある。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

うまくいっていないこと

- 人材育成に十分取り組めていない事業者が見受けられる。
- 建設業や医療・福祉など、一部の業種で人材が不足している。
- 地場事業者における雇用環境の改善の遅れや、学生の就職先に対するイメージとのギャップなどにより新規学卒者の離職率が全国平均を上回っている。

弱み

- 大手企業と比べて、地場事業者は人材や資金等の経営資源*が限られるため、情報発信力が弱く、認知度が低い。

脅威

- 大都市圏の企業を中心に、積極的な採用活動や採用エリアの拡大が行われている。



III 取組方針

① 人材の育成

- 個々の事業者では行うことが難しい技術・技能の伝承や、高度技術者等の中核的人材の育成の取組みについて引き続き支援するとともに、後継者育成や経営力強化のための取組みなどを支援します。

② 情報発信

- 地元就職の促進にあたっては、学生や保護者の一人ひとりに事業者が認知されることが重要であるため、学生・保護者の趣向を踏まえた効果的・効率的な情報発信に取り組めます。

③ 採用活動の支援

- 事業者に対しては、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、オンラインを含む採用活動の支援に取り組めます。

④ 受入れ態勢の整備

- 地方への関心が高まっている中、雇用の受け皿となる事業者の受入れ態勢の整備が重要であるため、事業者における働き方改革を推進します。

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市経済成長戦略



長崎地域造船造機技術研修センターでの研修



企業向け採用活動セミナー

* テレワーク

「tele = 離れた所」と「work = 働く」をあわせた造語。情報通信技術(CT)を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方。

* ワークライフバランス

仕事と生活の調和。

* 経営資源 (参照 P10)

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対象	意図
地場事業者が	新たな需要や販路を開拓している。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

- うまくいっていること**
 - シュガーロード*が日本遺産*に認定され、長崎の菓子の認知度向上が期待される。
- 強み**
 - 造船業で培われた金属加工技術をはじめとする優れた技能・技術を有する地場事業者がいる。
 - 水揚げされる魚種が日本一であるなど、豊富な水産資源がある。
- チャンス**
 - 出島メッセ長崎*・新幹線開業に伴い、域外からの訪問客の増加が見込まれる。

II うまくいないこと、弱み、脅威

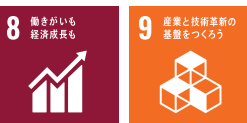
- うまくいないこと**
 - 地場事業者の多くは小規模事業者であり、営業力や商品開発力が弱い。
- 脅威**
 - 人口減少に伴い、域内市場が縮小し、消費の減少が見込まれる。



III 取組方針

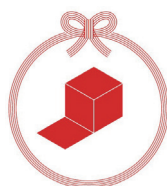
- ① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援**
 - 出島メッセ長崎・新幹線開業やシュガーロードの日本遺産認定などを契機として、交流人口の拡大が見込まれる中、関係団体と連携を図りながら、観光客及びビジネス客のニーズを把握し、域外からの来訪者への売上拡大の取組みを支援します。
- ② 域外への情報発信と販路拡大**
 - 地場製品のブランド化を図るとともに、地域商社*やふるさと納税制度の活用や、事業者が行う販路拡大のための取組みを支援することなどにより、新たな顧客の獲得を図り、地場製品の域外への情報発信と販路拡大をめざします。
- ③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進**
 - 地場事業者がこれまでに培ってきた優れた技術・技能を活かした魅力ある製品の開発や新たなサービスの提供の取組みを支援することで、市場の開拓・拡大や顧客獲得をめざします。
 - 日本遺産をはじめとする地域資源を活かし、地域独自の魅力ある製品・サービスの開発を促します。
- ④ 貿易の促進**
 - グローバル経済が進展するなかで、国際物流の強化は必要不可欠であり、荷主企業の更なる掘り起こしや貨物量の増大を図るとともに、長崎港の更なる利用促進を図るため、港湾施設の概要や各種助成制度の周知及び広報等の取組みを強化します。

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市経済成長戦略



シュガーロード

シュガーロード連絡協議会のロゴ



長崎かんぼこ



長崎港小ヶ倉柳埠頭

* シュガーロード

江戸時代、海外貿易の窓口であった長崎と小倉を結ぶ長崎街道は、多くの人々で賑わい、海外からの新たな文化・技術が街道を通して全国へと広まった。砂糖やお菓子文化も街道を通して広まったことから、長崎街道は「シュガーロード」と呼ばれている。

* 日本遺産

地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産 (Japan Heritage)」として文化庁が認定したものを。

* 出島メッセ長崎 (参照 P23)

* 地域商社

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事業者に代わって販路を新たに開拓し、収益を引き出す役割や、事業者に対する商品開発支援及びコンサルティング機能、地域ブランディング機能等を担う事業者。

人や企業を呼び込み、新たな事業を創出して、産業を強くします

産業雇用政策課

2025年度にめざす姿（なにか、どうなっている）

対 象	意 図
移住人材、創業企業、誘致企業が	地域経済活動に活力を与え、地場企業と共に産業を活性化させている。

めざす姿を達成するための個別施策

- C2-1 域外から企業を誘致し、新たな産業や雇用を創出します
- C2-2 産学官金や企業間の連携による新事業の創出や新分野への進出を促します
- C2-3 働く世代を中心とした移住を促進し、地域や企業を活性化させます

成果指標

成果指標	基準値	目標値
企業誘致に伴う新規雇用者数[累計]	291人 (R 2年度)	1,791人 (R 7年度)
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 (R 2年度)	11件 (R 7年度)

関連するSDGs



2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
市外企業が	長崎市内に立地し、企業の集積と雇用の増大がなされている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

うまくいっていること

- 情報通信関連の企業や研究開発拠点を中心に平成28年度から令和2年度までに長崎市外の企業が20社新設するなど、長崎市への企業立地が相次いでいる。

強み

- 市内に多くの大学が立地していることに加え、情報通信関連学部の設置により専門人材も育成されている。（長崎大学情報データ科学部、長崎県立大学情報システム学部）
- 工業系の国家資格試験の高校生合格者数が全国で上位であるなど、若い世代の優秀な人材も多い。
- 地震など自然災害のリスクが比較的少ない。

II うまくいないこと、弱み、脅威

うまくいないこと

- ITに関する専門知識や技能を持った人材は全国的に人手不足のため、誘致企業の人材採用が課題となっている。

弱み

- 九州西端に位置し、東京・大阪などの大都市(消費地)や生産拠点から遠く、輸送コストが割高になる。
- 山に囲まれ斜面地が多く、平地が少ない。
- 工業用に利用できる大きな水源がない。



III 取組方針

①長崎の強みを活かした企業誘致

- 地震が少なく人材が確保しやすいという長崎市の強みを活かし、企業の設備投資の動向と、本社機能や開発部門の地方移転に向けた取組みなどを捉えながら、情報通信関連産業等の誘致活動を実施します。

②誘致企業に対する立地後のアフターフォローの充実

- 誘致企業が従業員を確保できるよう、採用活動への支援や事業内容の周知などを行います。
- 誘致企業が長崎での事業展開を円滑に行えるよう、地場企業との協業の支援などを行います。

関連するSDGs

8 働きがいも経済成長も



9 産業と技術革新の基盤をつくろう



関連する計画等

- 長崎市経済成長戦略
- 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略



企業立地用地整備事業（田中町）



誘致企業が入居するオフィスビル「クレインハーバー長崎ビル」



誘致企業が入居するオフィスビル「長崎BizPORT」

2025年度にめざす姿（なにか、どうなっている）

対 象	意 図
地場企業が	産学官金や企業間で連携や協業関係を築きながら、 新事業や新分野進出を進めている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

- うまくいっていること**
 - 県や金融機関、他自治体との連携支援により、都市と地方による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に向けた取組みが生み出されている。
 - 長崎サミット*においてもオープンイノベーションを通じて、新産業創出を目指すことで合意されるなど、長崎地域全体でオープンイノベーションを推進する機運が醸成されつつある。
- 強み**
 - 市内の様々な支援機関が連携して創業を支援する「創業サポート長崎*」による支援体制が構築されており、令和2年度においてはその支援によって260者が創業している。
- チャンス**
 - 立地した県外情報通信関連企業と地場企業に協業の動きが見られる。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

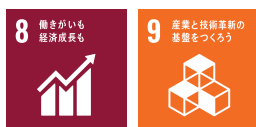
- うまくいっていないこと**
 - オープンイノベーションの手法を活用した新規事業の創出については、現状、各主体が自然発生的に連携を行っているにすぎず、この動きを加速させるための組織横断的な支援体制が整っていない。
 - 長崎市内において、スタートアップ*（新たな市場の開拓等を目指す起業）についての理解が深まっていないことから、スタートアップを目指す起業事例が少なく、結果としてスタートアップに関する機運が低い状況にある。



III 取組方針

- ① 新規事業創出に対する支援体制の構築**
 - 県外企業と地場企業によるオープンイノベーション型新規事業創出のため、より効果的な支援が行える組織横断的な体制を構築します。
- ② スタートアップの機運の醸成**
 - スタートアップを目指す人材の掘り起こしや起業家コミュニティの活性化を図ります。

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市経済成長戦略
- 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略



オープンイノベーションの手法を活用したプロジェクト「おさかなサブスク」



起業家育成プログラム「コッコデショ！」

* オープンイノベーション
自社以外の様々な組織や機関が持つ技術やアイデア、サービス、ノウハウ、データ、知識などを組み合わせ、革新的なビジネスモデル、製品、サービスの開発につなげるビジネス手法。

* 長崎サミット
長崎商工会議所、長崎経済同友会、長崎県経営者協

会、長崎青年会議所のトップと長崎市長、長崎県知事、長崎大学長により構成される会議体で、産学官が連携して経済活性化を推進するために意見交換等を行うもの。

* 創業サポート長崎
国から認定された長崎市創業支援事業計画を実施する、行政、金融機関、産業関係団体等全13機関からなる創業支援チーム体制。長崎市が創業希望者の総

合窓口となり、創業するまでそれぞれの専門知識を活かして支援を行う。

* スタートアップ（参照 P27）

個別施策
C2-3

働く世代を中心とした移住を促進し、地域や企業を活性化させます

移住支援室

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
働く世代を中心とした 移住希望者が	長崎市への移住を実現し、地域や企業を活性化させている。

現状分析と取組方針

Ⅰ うまくいっていること、強み、チャンス

うまくい
ていること

- 人口減少対策の一環で、令和元年度から専任の組織及び相談窓口を設置し移住支援に取り組んでおり、以降毎年200人という移住者数の目標を達成している。

強み

- 移住先として、都市部での暮らしに加え、豊かな自然に囲まれた暮らしのどちらにも対応でき、市全体がコンパクトであり、都市部で暮らしながら余暇で自然を楽しむ暮らしも実現できる。

チャンス

- 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、都市部から地方への移住の機運が高まっている。
- これまでの移住は転職を前提としたものであったが、柔軟で多様な働き方が大企業を中心に広まったことで、テレワーク*を行いながら、都市部での仕事を続けつつ地方に移住するケースが増えてくることが想定される。

Ⅱ うまくいっていないこと、弱み、脅威

うまくい
ていないこと

- 移住者の状況として、Uターン*が7割を占めており、Iターン*を検討している方の移住先の候補に長崎市が選ばれていない可能性がある。
- 移住先の地域としては、市内中心部が約8割を占めており、移住を検討している方に豊かな自然に囲まれた暮らしができる周辺地区の魅力が伝わっていない可能性がある。



Ⅲ 取組方針

①移住者に対する支援

- 移住希望者が移住を実現できるよう、移住に関してのワンストップ窓口による「仕事」「住まい」等に関する相談対応のほか、特に移住の決定に重要な要素である仕事に関して、就職支援を行うなど移住に関するきめ細やかな支援を行います。

②移住に関する情報発信

- 移住検討者の移住先の候補に選ばれるよう、長崎市で暮らす魅力の発信強化や長崎の魅力を体験できる取組みを行います。

③関係人口*の創出・拡大

- 将来的な移住者の裾野を拡大するため、関係人口の創出・拡大につながる取組みを行います。

④移住後のサポート

- 移住者が長崎市に定住できるよう、移住後のサポートを行います。

関連するSDGs

11

住み続けられる
まちづくりを

関連する計画等

- 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略



移住希望者向けパンフレット

* テレワーク（参照 P80）

* 関係人口（参照 P24）

* Uターン・Iターン

大都市圏の居住者が地方に移住する動きの総称。Uターンは出身地に戻る形態、Iターンは出身地以外の地方へ移住する形態をさす。

C3 次世代につながる農林業を育てます

農林振興課

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
農林業者が	安全・安心で新鮮な農林産物を安定的に供給し、経営が安定している。

めざす姿を達成するための個別施策

- C3-1 農林業の生産性を高め、次世代を担う多様な経営体を育成します
- C3-2 安心して農林業を営める環境づくりを進めます

成果指標

成果指標	基準値	目標値
1 経営体当たりの農産物販売額	5,000千円 (R 2年度)	5,507千円 (R 7年度)

関連するSDGs



2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
農林業者が	安定した農林業経営を行っている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

うまくいっていること

- 長崎びわ「なつたより」の認知度向上及び植栽促進により、産地の維持・拡大が図られている。
- 「長崎和牛・出島ばらいろ」の肥育頭数が維持できている。
- 産地や関係機関との連携した担い手の育成体制の構築により、いちごや花きにおける新規就業者が増加している。
- 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、近年は毎年平均12人のペースで新たな担い手が生まれている。
- 林業の担い手に対し支援を行うことで、林業労働力が維持されている。

チャンス

- ICT*等の先端技術を活用したスマート農業*等の新技術の導入が進んでいる。
- 新たな研修制度やハウスリース事業*が始まっている。
- コロナ禍により、新しい生活様式への転換がはじまったことから、自然豊かな地方に生活の拠点を求める田園回帰志向*が高まっている。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

うまくいっていないこと

- 長崎びわ「なつたより」は生産者の高齢化や管理作業の集中による労力不足、寒害被害により、安定生産が難しい。
- びわなどの果樹や花き施設など災害の影響を受けやすい作物の経営安定の必要性がある。
- 「長崎和牛・出島ばらいろ」は素牛*価格の高騰により生産コストが増加していることから、安定生産が難しい。
- 新たな地域ブランドとなりうるいちごや花きなど、施設園芸*の生産性を向上させるために、さらなる施設の高度化が必要である。
- 就農初期の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。



III 取組方針

①産地の効率性・収益性向上による経営安定の推進

- 長崎びわ「なつたより」については、これまでの生産量の安定に向けた苗木等の支援に加え、スマート農業技術の導入による労力の軽減や経営安定に向けた補完作物の導入を推進します。
- 「長崎和牛・出島ばらいろ」については、素牛導入に対する支援により、安定的な肥育牛の供給を推進します。
- いちごや花き等の新規推進品目の生産量の安定拡大を目指し、施設園芸を中心とした生産基盤整備の強化やスマート農業等の収益性向上に向けた取組みを進めます。

②多様な担い手の育成・確保

- 農林業への就業促進については、就農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の推進等により、新規就業者の育成確保及び定着に取り組めます。また、移住定住希望者向けホームページや各種就農相談会等において、支援制度の周知を図ります。

* ICT (Information & Communications Technology)
(参照 P24)

* スマート農業

ロボット技術やICT (情報通信技術) を活用して、省力化・精密化や高品質生産を実現する新たな農業のこと。

* ハウスリース事業

ビニールハウスを建設・取得した団体等が農業者に一定期間ハウスを貸し付ける事業のこと。

* 田園回帰志向

若い世代を中心に、都市部から過疎地域等の農山漁村へ移住しようとする動きのこと。

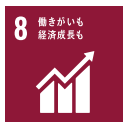
* 素牛

肥育する前の、生後6ヶ月から12ヶ月未満ぐらいの子牛。肥育とは、食肉用の家畜の肉量を増やし、肉質をよくするための飼育法で通常1年8ヶ月から2年肥育して市場に出荷される。

* 施設園芸

ビニールハウス等を利用して野菜・花き・果樹等を栽培する園芸のこと。加温設備を備えるものと無加温のものがある。

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市農業振興計画
- 農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想
- 長崎びわ産地振興方針2025
- 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- 実質化された人・農地プラン
- 長崎市森林整備計画



びわスマート選果システム



長崎びわ



長崎和牛（出島ばらいろ）



新規就農者向け研修

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
農林業者が	安心して農林業を営んでいる。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

- うまくいっていること**
 - 人・農地プランの実質化*により、各集落において、守るべき農地や担い手が明確になっている。
 - 農地中間管理事業*の活用等により、認定農業者等の担い手への農地の集積が進んだことで、遊休農地の発生防止・解消につながっている。
 - 「捕獲」・「防護」・「棲み分け」の3対策を柱とした地域ぐるみの有害鳥獣対策*の推進により、有害鳥獣による農作物被害は減少している。
 - 間伐材*の活用により、伐採される樹木の有効活用を図り、森林整備、森林保護に寄与している。
- チャンス**
 - コロナ禍により、地方移住やグリーンツーリズム*、農業体験などのニーズが高まっている。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

- うまくいっていないこと**
 - 地域ぐるみの取組みを推進してきたことにより、農作物被害は減少傾向にあるものの、有害鳥獣の生息域は広域化し、生活環境の被害が拡大している。
- 弱み**
 - 農地の大半は狭小な傾斜地にあることから、車道までの距離があり機械の搬入が困難であることなど、耕作条件が悪い農地が多いため、農地の貸し手と借り手のマッチングが進みにくい。
- 脅威**
 - 営農環境の保全活動を行う組織の構成員の高齢化や後継者不在等により、担い手不足となり、保全する農地を減らす組織が多い。
 - 林業従事者の高齢化や減少、木材価格の低迷等による経営意欲の減退などのため、管理が行き届いていない森林が増加しており、森林の持つ多面的機能*が低下している。



III 取組方針

- 人・農地プランに基づく農地の有効活用**
 - 実質化された「人・農地プラン」に基づき、担い手への農地利用の集積・集約化や遊休農地の発生防止・解消等を進めます。
- 営農環境の保全と地域資源の活用**
 - 集落の維持・強化を図るため、営農環境の保全に向けた地域活動の推進と支援に取り組みます。
 - 耕作条件の悪い農地の改善や老朽化した農道・水利施設等の機能保持を図るため、小規模基盤整備や小規模水利施設の補修支援、農道の維持・管理等に取り組みます。
 - グリーンツーリズムについて、活動団体の支援を行いながら、受入れ体制の強化を図るとともに、近隣大都市圏を含む域内外へのさらなるPR強化に取り組みます。
- 有害鳥獣対策の推進**
 - 「捕獲」・「防護」・「棲み分け」の3対策を柱に、地域ぐるみで農作物被害対策に取り組むとともに、生活環境被害対策を強化します。

<p>* 人・農地プランの実質化 農地利用アンケート調査を行い、農業者（耕作者又は地権者）の年齢と後継者の有無等を確認後、その結果を地図化したものを基に集落で話し合いを行い、5年～10年後の農地利用を担う経営体（中心経営体）に関する将来方針を定めた人・農地プランを作成すること。</p> <p>* 農地中間管理事業 農地中間管理機構（本県：長崎県農業振興公社）が、農地を貸したい農家から農地を借り受け、経営規模拡大や農業経営の効率化を進める担い手への農地の集積・集約化を推進する事業のこと。</p>	<p>* 地域ぐるみの有害鳥獣対策 地域での有害鳥獣捕獲隊の結成や、農家・自治会等による有害鳥獣侵入防止柵設置など、地域住民が主体となって行う対策のこと。</p> <p>* 間伐材 間伐とは、森林の混み具合に応じて、樹木の一部を伐採し（間引く）、残った樹木の成長を促す作業であり、その際に伐採された木材のこと。</p>	<p>* グリーンツーリズム 都市部に住む人たちが自然豊かな農山漁村地域等に滞在し、様々な体験を通じ、現地の人たちと交流を図りながら、自然・文化に触れ、人・地域と一緒に楽しむ滞在型余暇活動の総称。</p> <p>* 森林の持つ多面的機能 生物多様性の保全、土砂災害の防止、水源のかん養などの森林の持つ機能のこと。</p>
---	---	--

④ 森林の保全・活用の推進

- 森林の持つ多面的機能*を発揮させるため、適切な管理が必要な森林の整備促進を図ります。
- 木材の良さに触れてもらい、森林資源の有効利用や木材の魅力等を伝えるなどの地域産材のPRに取り組みます。

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市農業振興計画
- 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- 農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想
- 農業農村整備事業管理計画
- 実質化された人・農地プラン
- 長崎農業振興地域整備計画
- 長崎・西彼地域鳥獣被害防止計画
- 長崎市森林整備計画
- 長崎市公共建築物等利用促進方針
- 森林経営計画



人・農地プラン集落会議



グリーンツーリズム（うどん打ち体験）



捕獲技術研修会（くくり農実演）



間伐により整備された森林

* 森林の持つ多面的機能（参照 P89）

C4

水産業を環境変化に強く活気のある持続可能な産業にします

水産振興課

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
水産業者が	効率的で収益性の高い経営を行っている。

めざす姿を達成するための個別施策

C4-1 水産業の生産性を高め、次世代を担う多様な経営体を育成します

C4-2 水産資源の管理・回復と機能性の高い漁港整備を進めます

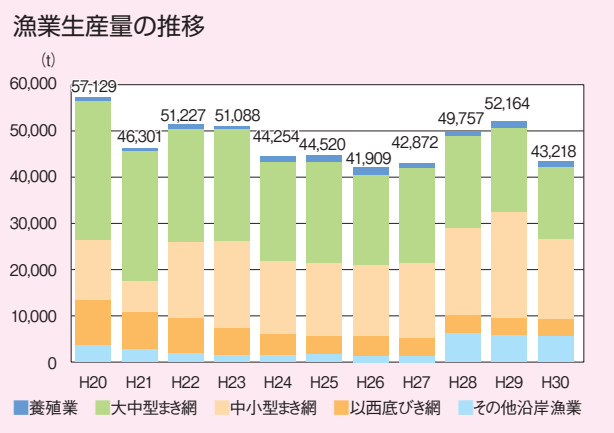
成果指標

成果指標	基準値	目標値
漁業生産量〔暦年〕	48,380t (H28-30年平均)	50,799t (R 7年)
長崎市内で売られている水産物について新鮮さ、品数に満足している市民の割合	82.7% (R 2年度)	82.7% (R 7年度)

関連するSDGs



ウニ駆除



2025年度にめざす姿（なにか、どうなっている）

対 象	意 図
水産業者が	安定した水産経営を行っている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

- うまくいっていること**
 - 新規漁業就業者に対し、研修の受入れや研修終了後の経営が不安定な期間の燃油・資材等の経費に対する支援を行い、早期自立と地域漁業への定着が図られている。
 - 意欲ある若手漁業者が自らの漁業経営を検証しながら収益性の高い漁業に取り組んでいる。
 - 漁船のリース事業やエンジン交換等の支援により、収益性が向上し、漁業者の経営安定化に向けた環境が整えられている。
 - 漁業協同組合の冷凍・冷蔵庫等の施設更新により、水産物の鮮度向上、作業の省力化が図られている。
- チャンス**
 - ICT*等の先端技術の活用により、生産性の向上が期待できる。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

- うまくいっていないこと**
 - 漁獲量の変動により安定した経営が難しいため、新規漁業就業を希望する者が少ない。
 - 養殖用の餌や燃油等の価格が高騰しているため、漁業者の経営が厳しくなっている。
- 弱み**
 - 新規漁業就業希望者の漁業研修を受入れることができる指導者が限られている。
- 脅威**
 - 水産業の従事者数は総人口の減少率以上に減少している。また、高齢化も進んでいる。



III 取組方針

- ① 支援事業の活用による経営力強化
 - 水産業の担い手の確保のため研修制度の充実や活用の推進に努めます。
 - 水産関係団体が行う機器等の導入に対する支援を継続することで、経営力を強化します。
 - ICT等の先端技術を活用したスマート水産業*及び未利用資産等を活用した陸上養殖*等の導入に取り組み、水産業の収益性を向上することで、職業としての魅力を高めます。
 - 消費者ニーズに対応可能な施設等を整備し、国内外の販売力強化に努めます。
- ② 資源管理型漁業*と複合漁業*の推進
 - 資源量に配慮した漁業に取り組むことで将来に渡り持続可能な漁業を目指します。
 - 養殖業の普及等、複合漁業を推進することで安定した漁業経営につなげます。

* ICT (Information & Communications Technology)
(参照 P24)

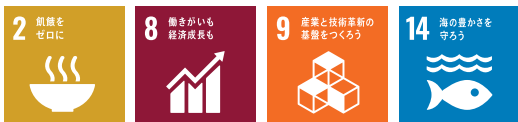
* スマート水産業
ICT (情報通信技術) 等を活用して漁業活動や漁場環境の情報を収集し適切な資源評価・管理を促進するとともに、生産活動の省力化や操業の効率化、漁獲物の高付加価値化により、生産性を向上させる取組のこと。

* 陸上養殖
海上ではなく陸上に設置した水槽等により、魚介類を人工的に育てること。

* 資源管理型漁業
漁業者が、地域の漁業や資源の状況に応じた自主的な管理を実施し、水産資源の維持・増大を適切に図りつつ漁業経営の安定化をめざす漁業のあり方。

* 複合漁業
単一漁業種類だけではなく、複数の漁業種類を組み合わせて経営する漁業のこと。

関連するSDGs

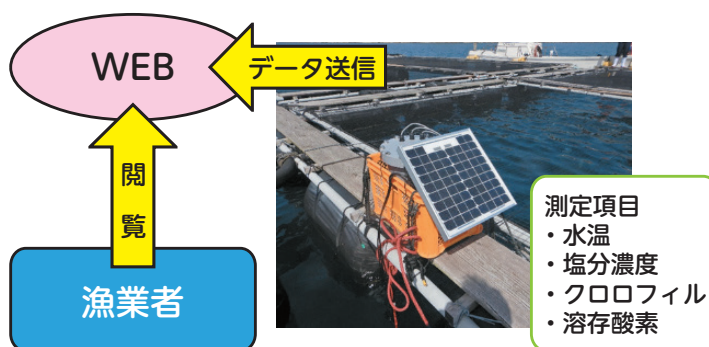


関連する計画等

- 長崎市水産振興計画
- 浜の活力再生プラン/浜の活力再生広域プラン

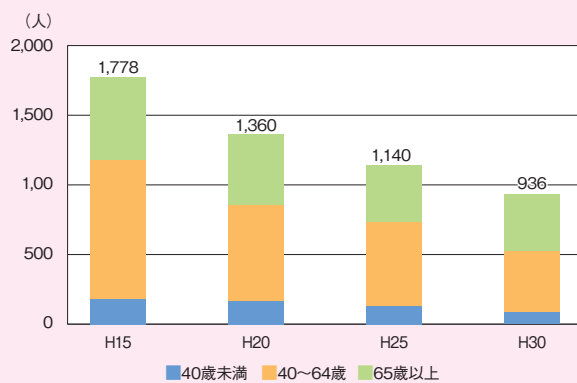


製氷・冷凍施設



ICT等の活用（環境データ把握）

漁業就業者数の推移



資料：漁業センサス

2025年度にめざす姿（なにか、どうなっている）

対 象	意 図
漁業者が	水産物を安定的に生産している。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

- うまくいっていること**
 - 漁港施設の整備により利用者の安全性・利便性が向上している。
 - 水産種苗*の放流事業を継続して実施することにより、一部の魚種で水揚量が増加している。
 - 市内12活動組織による漁場環境の保全活動により、藻場*の再生が図られている。また、漁業者だけでなく、ボランティアなど地元住民が活動に参加し、地域が一体となって漁場環境の保全に取り組むことで意識の醸成が図られている。
- 強み**
 - 水産センターにおいて放流用種苗の生産や藻場の再生に向けた海藻類の種苗生産技術開発等の試験や調査が可能である。
- チャンス**
 - 水産物の資源量や漁獲可能量等を把握するため、漁獲量等の情報を電子的に収集する体制の構築を進めるなど、ICT*等を活用した情報収集・分析技術が進んでいる。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

- うまくいっていないこと**
 - 漁港施設の整備は優先順位をつけて進めているが、交付金の内示減により、一部計画通りの事業量を達成できていない。
 - 藻場の再生は、活動を行う人員不足によりウニ駆除が追い付かないことや、海水温の上昇により植食性魚類*の活動期間が長くなったことなどにより、成果が十分に出ていない地域がある。
 - 放流用、養殖用の種苗について、新たな魚種への展開ができていない。
 - 漁業者の減少により、事業規模が縮小し、放流尾数が減少傾向にある。
- 脅威**
 - 藻場の回復状況は、海水温の上昇など自然環境の変化の影響が大きい。



III 取組方針

- ① 水産基盤の総合的・計画的な整備**
 - 機能保全計画及び長寿命化計画に基づく漁港施設や海岸保全施設の整備を行うことで、水産物の安定供給に努めます。
- ② 適正な資源管理と新技術の活用**
 - 漁場環境の再生について、ウニ駆除や母藻*の設置等に持続的に取り組みます。
 - 効果的な水産種苗の放流により水揚量の増加につなげ漁業生産の安定を図ります。
 - 水産センターにおいて、新魚種（海藻）の種苗生産技術開発に取り組みます。
 - ICT等の先端技術を活用したスマート水産業*及び未利用資産等を活用した陸上養殖等の導入に取り組み、水産物の安定供給と安定経営を実現します。
 - 資源量に配慮した漁業の実施に向けた調査等の取組を強化します。

* 水産種苗
養殖や放流等を行うことを目的に、採捕又は人工的に生産された稚魚・稚貝等のこと。

* 母藻
海藻のタネ（胞子・遊走子など）を得るための成熟した海藻のこと。

* 植食性魚類
海藻や海草を食べるアイゴやブダイなどの魚類のこと。

* 海藻
沿岸の浅海域において、海藻（草）が繁茂している場所のこと。海藻（草）類を食べる生き物にとって重要な餌場になるだけでなく、魚介類のすみ場、産卵場、保育場になる。

* ICT (Information & Communications Technology) (参照 P24)

* スマート水産業 (参照 P92)

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市水産振興計画
- 浜の活力再生プラン/浜の活力再生広域プラン



漁港整備（浚渫*）



海藻プレート



漁獲されたクロアワビ（放流由来の特徴である緑色部のある個体）

* 浚渫

作業船を使って、海底の土砂を取り除くこと。

C5 地元農水産物の消費を拡大します

水産農林政策課

2025年度にめざす姿（なにか、どうなっている）

対 象	意 図
地元農水産物が	多くの人に認知され、消費の拡大が図られている。

めざす姿を達成するための個別施策

C5-1 新たな販路拡大や消費拡大を図ります

C5-2 長崎ならではの食材や食文化に対する意識の醸成を図ります

成果指標

成果指標	基準値	目標値
市内産の農産物販売額	49.3億円 (R 2年度)	54.3億円 (R 7年度)
市内産の水産物販売額	46.7億円 (R 2年度)	60.7億円 (R 7年度)
市内産農産物及び加工品購入率	49.5% (R 2年度)	50.2% (R 7年度)
市内産水産物及び加工品購入率	49.2% (R 2年度)	50.7% (R 7年度)

関連するSDGs



2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
地元農水産物が	市内外で消費されている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

うまくいっていること

- 「魚の美味しいまち長崎」ガイドブックの配布やデジタル化、「さしみシティ*」動画の放映、SNS*による情報発信等のPRにより、観光客の「長崎の魚」に対する認知度が向上している。
- 水産物展示商談会への出展により、バイヤーとの密接な関係が構築されている。
- 直売所等における旬の魚イベントが定着している。
- 長崎びわ「なつたより」は、「びわフェスタ」などによるPRを通じて、品質の高さが認知されつつあり、今後の販売拡大が期待される。
- 「長崎和牛・出島ばらいろ」は、市内取扱店舗の増によって消費者が商品に接する機会が多くなったこともあり、新たな顧客確保ができています。
- 「ながさき実り・恵みの感謝祭」等により、消費者が地元産品を直接手に取り、味わうことができる機会を増やすことで、市内産農水産物のPRや地産地消*の意識醸成が図られている。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

うまくいっていないこと

- 「長崎の魚」の認知から消費へ促す、食べ方の提案などの取組みが不足している。
- ハトシ、からすみなど長崎独自の水産物に対するバイヤーの関心、評価は高いが、食生活の変化による魚を食べる機会の減少等もあり、消費者までその魅力が十分には伝わっていない。
- 長崎びわ「なつたより」や「長崎和牛・出島ばらいろ」は、高価格に見合う品質であるということを消費者に伝え、選んで食べてもらう工夫が不足している。
- 「長崎和牛・出島ばらいろ」の流通量が少なく、市外への流通や、確実な入荷が必要なホテル等での使用が困難である。

脅威

- 台風等による被害や生産者の高齢化により生産物が減少している。



III 取組方針

① 「長崎の魚」の魅力発信と消費拡大

- 「長崎の魚」については、刺身という食べ方に着目したキャッチコピー「さしみシティ」を掲げたPRを継続するとともに、機運醸成を図るため、市民や企業等による「さしみシティ」を活用した情報発信や消費拡大等につながる活動を支援するなど、民間主体の取組みを促します。
- DMO*との連携により、マーケティング調査や「観光×食」の商品充実、域外への広域プロモーションを行います。
- 更なる知名度向上と販売促進に向けて、水産物展示商談会への出展を継続して支援します。また、新型コロナウイルス感染症の影響下においても商談を実施できるように新たな取組みを検討していきます。

② 推進品目のブランド強化と販路拡大

- 長崎びわ「なつたより」の高単価販売、「長崎和牛・出島ばらいろ」の取扱店への支援等を通じたブランドの強化に加え、新規推進品目として「いちご」や「花き」などの販路拡大の支援を行います。

③ 地産地消の推進

- 地産地消推進の拠点である農水産物直売所の販売促進支援のため、新しい生活様式での地産地消イベントの開催をはじめとしたPRを実施します。

* さしみシティ

新鮮な旬の魚がいつでも味わえる長崎の強みについて、刺身という食べ方に焦点を当てたキャッチコピー。

* 地産地消

国内の地域で生産された農林水産物を、その生産された地域内において消費する取組みのこと。

* DMO (Destination Management/Marketing Organization)

(参照 P24)

* SNS (Social Networking Service)

(参照 P16)

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市農業振興計画
- 長崎びわ産地再生計画
- 長崎市水産振興計画
- 長崎市観光・MICE戦略
- 長崎市新幹線開業アクションプラン



さしみシティ



長崎いちご (ゆめのか)



道の駅直売所

2025年度にめざす姿（なにが、どうなっている）

対 象	意 図
市民が	ながさきの食について理解を深めている。

現状分析と取組方針

I うまくいっていること、強み、チャンス

うまくいっていること

- 長崎ならではの食材や食文化の発信により、市民認知度は市内産農産物が8割、水産物が9割近くに達している。
- 離乳食レシピ本と幼児を対象とした絵本の活用により、子どもの成長過程に応じた魚食普及の仕組みをつくることができている。

II うまくいっていないこと、弱み、脅威

うまくいっていないこと

- 生産量が少なく市民が実物を目にする機会が限られる「ながさき伝統野菜*」の市民認知度は一般的な野菜類と比べると低調である。
- 「食卓の日*」に関する各種取組みが固定化していることや、PRの範囲が限定的であることから、市民への認知は広まっていない。



III 取組方針

①長崎ならではの食材と食文化の発信

- 幅広い層に長崎ならではの食材や食文化を周知するため、広報ながさき、SNS*などを活用した情報発信の強化と、長崎「食」の博覧会*、晩餐会*などのイベントの新しい生活様式での開催に取り組みます。
- 魚食や鯨食をはじめとした、食文化を継承するため普及啓発活動を行います。
- 生産者と食の提供者のマッチングや、生産者と食関係団体が連携して取り組む、地元産品を使ったフェアのPRの支援などを行います。

②「食卓の日」の推進

- 「食」の大切さに対する市民の理解を深めるため、賛同団体と連携し、「食卓の日」にちなんだ市内産の農水産物を使用した、特別メニューの提供や料理教室の開催などの取組みを広く情報発信します。

* ながさき伝統野菜

長崎の郷土料理に昔から使われていた、「長崎白菜（唐人菜）」、「長崎たかな」、「長崎赤かぶ」等の伝統野菜のことで、長崎生まれのものや、海外から伝わり、長崎の限られた地域で育てられたものがある。

* 食卓の日

地元農水産物の家庭での利用促進と、食卓を囲むことで家族や人間関係の絆を深める機会が創出されるよう、長崎市が国の食育推進基本計画に定められた「食育の日」である「毎月19日」を『食卓の日』と定めたもの。

* SNS（Social Networking Service）
（参照 P16）

* 長崎「食」の博覧会

長崎の「食」に関わる産業の活性化を図るため、多種多様な食文化に代表される長崎の「食」の魅力を市民や観光客にPRするイベント。

* 長崎「食」の晩餐会

地元食材の消費拡大を図るため、NPO法人長崎の食文化を推進する会と連携し、市民や観光客を対象として開催する、旬の地元食材をテーマにした晩餐（夕食）会。

関連するSDGs



関連する計画等

- 長崎市農業振興計画
- 長崎びわ産地再生計画
- 長崎市水産振興計画
- 長崎市観光・MICE戦略
- 長崎市新幹線開業アクションプラン



ゆうこう



くじら料理教室