

令和6年度 基本施策評価シート

作成日 令和6年6月12日

基本施策	C1	地場事業者の成長を支援します	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	地場事業者が		売上と利益を伸ばしている。
第五次総合計画[前期基本計画]基本施策掲載ページ			78ページ
基本施策主管課名	産業雇用政策課	関係課名	新産業推進課、商業振興課

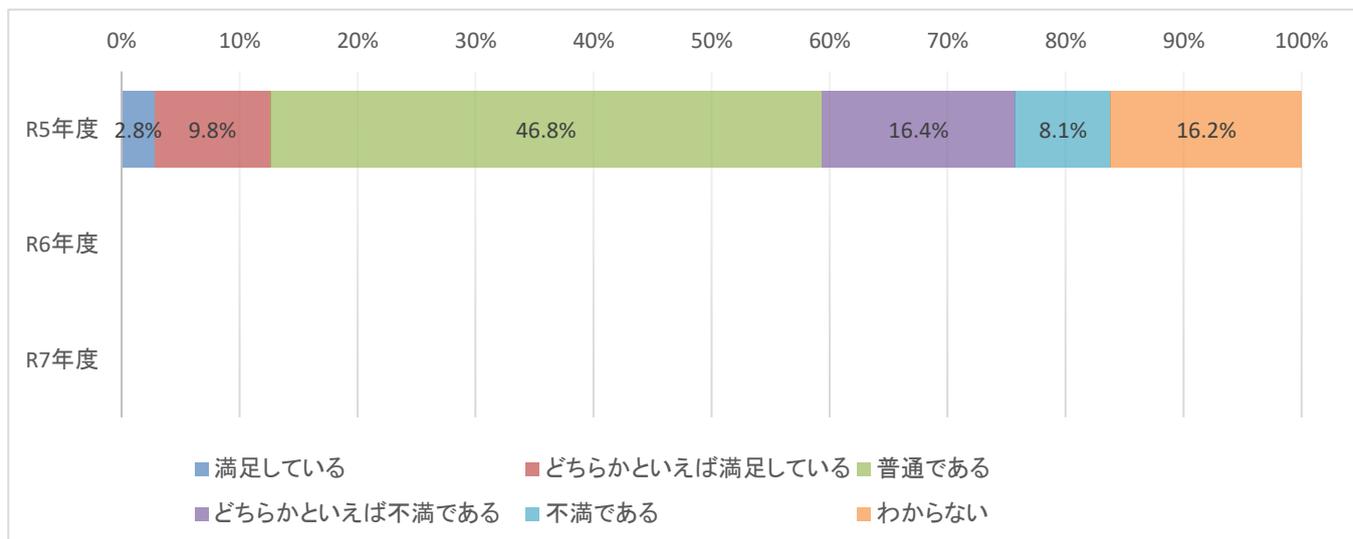
基本施策の総合評価

総括	<ul style="list-style-type: none"> ●基本施策の成果指標である「法人市民税法人税割を課税された法人数」は、4,051社(令和5年度実績)で、令和7年度の目標値である4,091社と同程度である。 ●原油・原材料高騰の影響を受けた事業者に対する生産性向上支援、地場事業者の情報発信などによる人材確保支援、販路拡大などの競争力強化支援などの取組みが一定進んでいるものの、物価高騰や円安に伴うコスト高などにより、売上や利益の伸びを実感できているとは言い難い。 ●市民満足度については、「不満である」及び「どちらかといえば不満である」と回答した人の割合が24.5%で、「満足している」及び「どちらかといえば満足している」と回答した人の割合12.6%を上回る調査結果であった。以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。
C1-1	●国や県、関係機関と連携しながら、補助金やセミナー、伴走型支援などの様々な支援を実施することで、事業者の経営力の強化を図る。
C1-2	●地元企業の人材育成につながるよう、関係機関と連携した後継者育成や経営力強化の取組みに対する支援を行うとともに、社会情勢や学生のニーズ・動向などを踏まえ、各年代に応じたきめ細やかな情報発信を強化する。また、企業の人手不足やノウハウ不足などの課題解決を図るための採用活動の支援や「新しい働き方」の伴走支援など、受け入れ態勢の整備に向けた支援を行う。
C1-3	●交流人口の拡大の好機を活かし、地場事業者の販路拡大につながる取組みを支援するための効果的な補助制度を実施する。併せて、関係機関と連携して長崎の優れた技能・技術を活かした魅力ある製品や、豊富な農水産物や加工品の魅力を発信するとともに、ふるさと納税制度の活用など域外への販路拡大を促す機運を醸成し、地場事業者の市場での競争力強化につなげる。

二次評価(施策評価会議による評価)

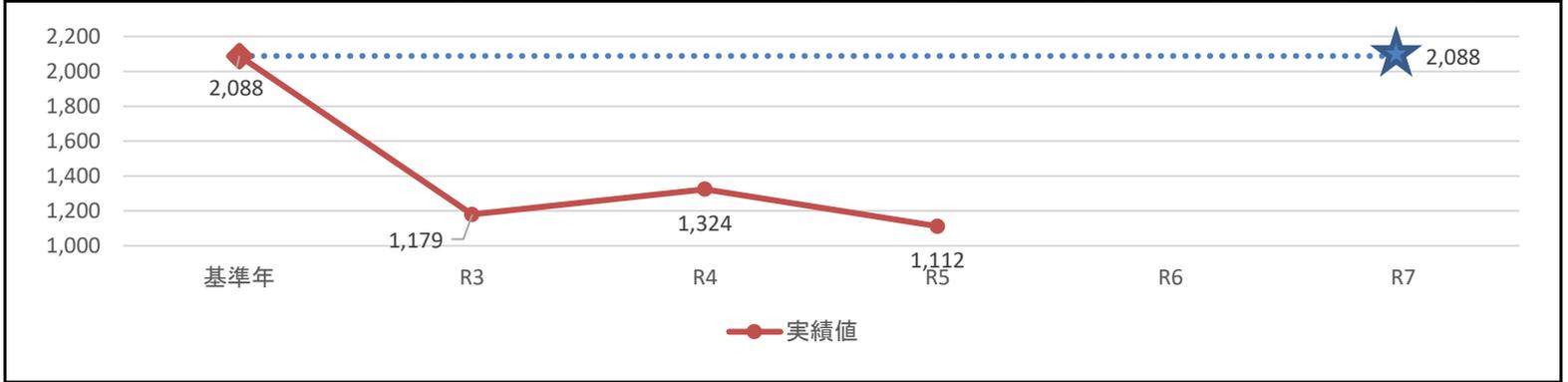
●	【C1】 長崎あじさいpayの成果やスタジアムシティに関連する今後の取組みについても可能な限り記載すること。
●	【C1-1】 地場事業者等のDXの推進の支援について、ターゲットを絞りながら、関係部局連携のもと取り組むこと。
●	【C1-2】 地元での就職支援については、企業情報の発信など、引き続き強化を図り取り組んでいくこと。

基本施策に対する市民満足度調査結果

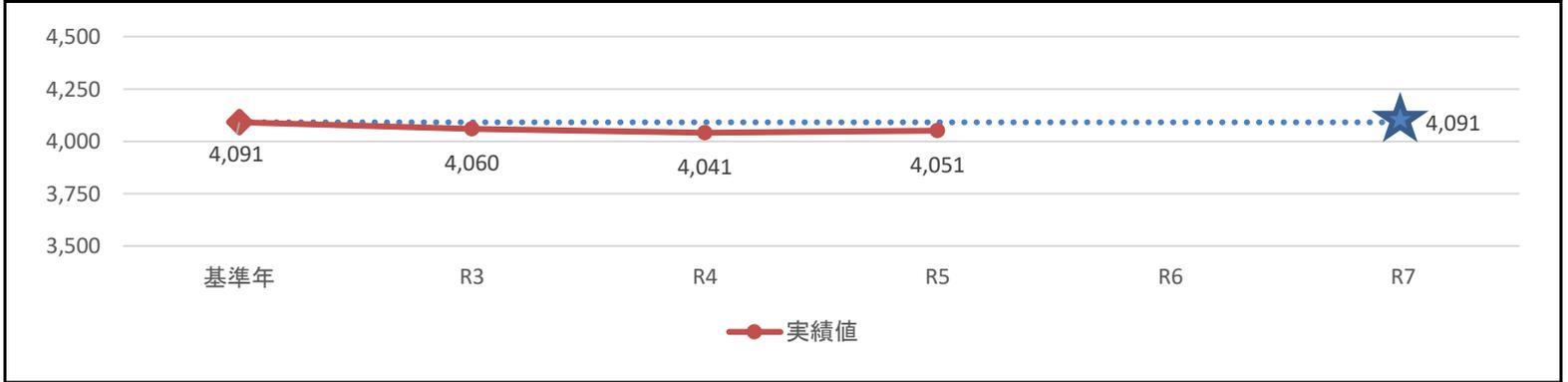


成果指標

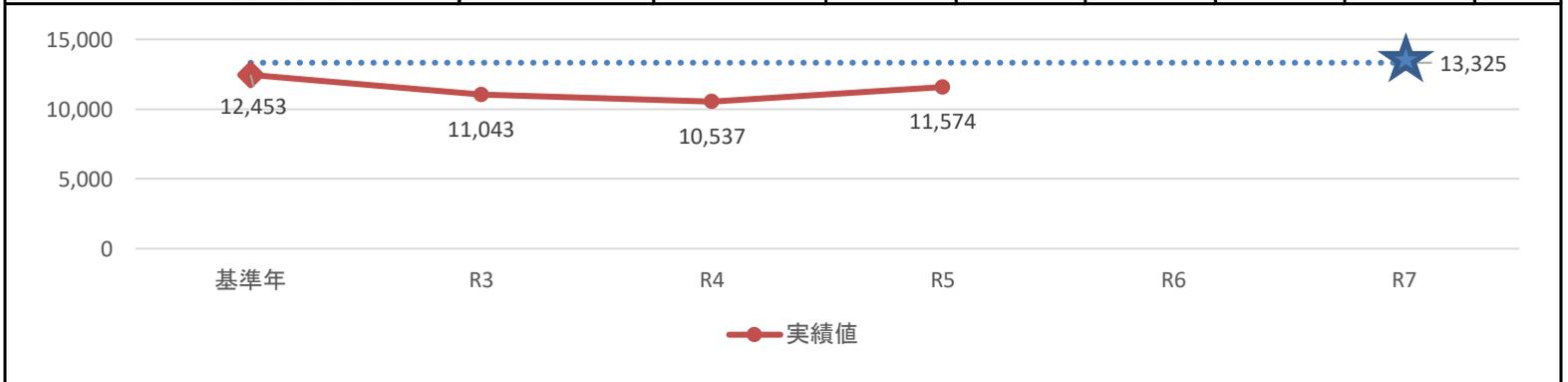
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
市内製造業の付加価値額[暦年]	2,088億円 (R2年)	2,088億円 (R7年)	1,179	1,324	1,112	0	0	↓



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091社 (H28~R2年度の 平均)	4,091社 (R7年度)	4,060	4,041	4,051	0	0	↓



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
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 (R7年)	11,043	10,537	11,574	0	0	↓



年度別 主な取組内容

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
<ul style="list-style-type: none"> ・にぎわい復活支援事業費補助金による地域内の消費喚起(28件) ・チャレンジ企業応援事業費補助金による企業の生産性向上等(84件) ・SNS等活用支援事業費補助金による新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大(19件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・貨物自動車運送事業者燃油価格高騰対策支援金による事業継続支援(87件) ・中小企業設備整備事業費(省エネルギー設備等)補助金による企業の生産性向上(50件) ・チャレンジ企業応援補助金による企業の生産性向上等(81件) ・伴走型支援の実施による中小企業のDX推進(5社) ・空き店舗活用にぎわい創出事業費補助金による商店街等の空き店舗へ新たに開業する店舗数(11件) ・SNS等活用支援事業費補助金による新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大(17件) ・企業紹介サイト(NAGASAKI WORK STYLE)の掲載企業の増加(12社(登録企業数122社))やSNS広告などのサイトへ誘導によるアクセス増数(78,269件) 		

令和6年度 個別施策評価シート

個別施策	C1-1	地場事業者の経営力の強化を支援します	
2025年度に めざす姿	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。	
個別施策主管課名	商業振興課		

成果

① 制度融資の充実

●令和5年度は事業者における資金繰りを支援するため、各融資取扱金融機関や商工会議所等に対して積極的な周知を依頼したことにより、成果指標としている企業の設備投資等に係る融資資金の実行について、令和4年度の計2件、4,540千円から、令和5年度は計5件、32,310千円に増加し、全体の融資資金では計70件、417,065千円の融資を実行し、事業者の経営安定化につなげた。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

●経済の健全な発展に寄与するため、事業者の総合的な経営改善等に取り組んでいる市内3地区の商工会に対し、運営費及び事業費の一部を補助するとともに、各商工会や長崎商工会議所等と連携して国・県・市の制度の情報提供を行うなど、事業者への支援を行った。

●燃油価格高騰の影響による経費の増加などの厳しい経営環境にある市内貨物運送事業者の事業継続を図るため、「貨物自動車運送事業者燃油価格高騰対策支援金」を交付し、経営安定化に寄与した(87件)。

③ 生産性向上のための取組みへの支援

●生産性向上を目的としてエネルギーコストに要する経費削減の取組みを促進させるため、原油・原材料高騰の影響を受けた事業者に対して、「中小企業設備整備事業費(省エネルギー設備等)補助金」を実施したことにより、事業継続及び雇用の継続につながった(50件)。

●経営課題をICTを活用して解決するために、デジタル・トランスフォーメーションの専門家による伴走型支援を実施し(5社)、身近なロールモデルとなる企業を輩出するなど中小企業者のDX推進に寄与した。

●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金」を実施したことにより、各事業者の生産性向上につなげた。(81件)

④ 商店街の経営力強化

●人口減少社会に対応する力強い商店街を創出し、地域のにぎわいを創出するため、商店街等を核とする地域のにぎわい創出支援事業として、商店街等が実施する商店街活性化プラン策定の取組み(1件)及び商店街のにぎわい創出事業(4件)に対して補助を行うとともに、商店街加入を条件とした空き店舗活用にぎわい創出事業を実施(商店街向け1件、出店者向け11件)したことで、商店街の組織力や経営力の強化につなげた。

●原油価格・物価高騰による影響が懸念されている中、景気の持ち直しの動きをさらに後押しするため、「プレミアム付商品券等発行支援費補助金」により、商店街や大規模小売店舗等が独自にプレミアム付商品券等を発行する事業を支援することで、事業者の売り上げ増加と物価高騰に苦しむ消費者の支援につながるとともに、商店街等が事業主体となることで、組織力強化の一助にもなった。(32件)

また、原油価格・物価高騰に伴う消費者及び事業者支援並びにキャッシュレスの推進を図るため実施した「プレミアム付電子商品券発行事業」により、令和5年11月から令和6年2月までの約4か月間で市内において約44億円が消費され、事業者の売上に貢献するとともに、キャッシュレスの推進に寄与した。

問題点とその要因

① 制度融資の充実

● 県等の他の制度融資との優位性などにより、各種融資資金の中で利用に偏りが見られ、近年は利用件数が減少傾向にある。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

● 原油・原材料高騰の影響などにより厳しい経営状況の事業者が多い中、国・県・市も各種支援を行っているものの、物価高騰や人手不足が追い打ちをかけ、景気の回復が実感できない状況も生じている。

● 燃油価格は依然として高騰化し、経費の増加など厳しい経営環境にある中で、顧客離れの影響などにより価格への反映も難しい状況である。

③ 生産性向上のための取組みへの支援

● 物価高騰や円安の進行に伴い、原材料費や燃料費などのコスト高に直面しており、収益面においても厳しい事業環境に置かれていることにより、生産性向上に向けた投資が難しい状況にある。

● 生産性向上に対しDX推進の有効性に関しては広く認識されつつあるものの、ITやDXに関わる人材が不足しており、何から始めていいのかわからない等の理由により、DXに取り組めていない企業や、散発的な実施に留まっている企業が大半を占めている状況にある。

● 物価高騰や人手不足等、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。

④ 商店街の経営力強化

● 空き店舗活用にぎわい創出事業費補助金など様々な事業の実施により商店街の経営力強化に一定の成果はあったものの、新型コロナウイルス感染症の影響による買い物手法の変容や物価高騰等の影響により、空き店舗が増加し、商店街の賑わいが失われつつある。また、店主の高齢化、後継者不足等による組合の担い手不足などにより、商店街の組織力や経営力の弱体化が懸念される。

● プレミアム付商品券等発行支援事業は、事業者の売り上げ支援や消費喚起としてのカンフル剂的役割は果たすが、商店街への恒常的な消費喚起にはつながりにくい。また、実施にあたりプレミアム分や各種手数料など、多額の経費が生じるため財源の確保が困難な状況にある。

今後の取組方針

① 制度融資の充実

継続 ● 今後も金利変動等の経済情勢を十分に考慮しながら、経営の安定化のためだけでなく、経営革新を進めるための制度融資の充実を図る。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

継続 ● 引き続き市内3地区商工会及び商工会議所等と連携しながら、国・県の情報提供を図るとともに、市として求められる施策を検討し実施することで、各管内の地場事業者への支援を行う。

改善 ● 産業活動を支える物流機能として重要な役割を担う貨物運送事業が、重要インフラとしての役割を持続的に担っていくための適正運賃の確保による価格転嫁などについて、荷主企業や消費者等の理解と協力を求めていく。

③ 生産性向上のための取組みへの支援

継続 ● 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に、引き続き生産性向上に向けた取組みに対する支援を行う。

継続 ● 伴走型支援を実施したロールモデル企業を中心に、DX推進における課題と、その克服に向けた取組みについてまとめ、支援機関と連携して横展開を行い、企業のDX化を推進する。

④ 商店街の経営力強化

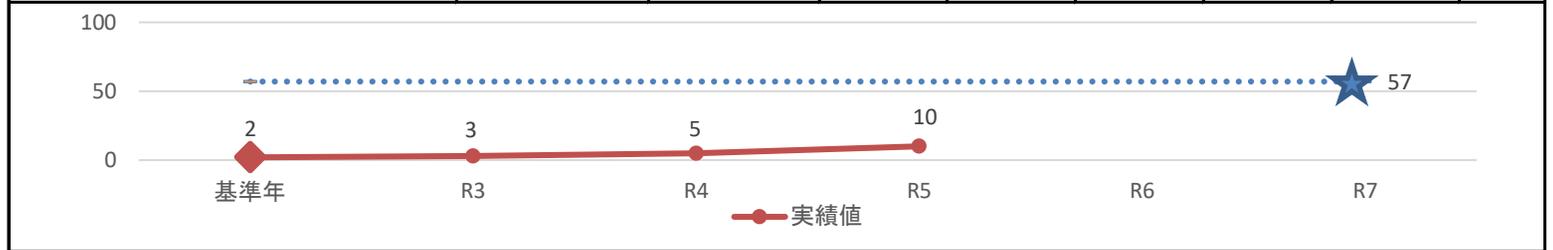
継続 ● 引き続き、商店街活性化プランや共同施設整備事業に対する支援を行うとともに、令和6年度は、スタジアムシティ開業に伴う交流人口拡大の効果をまちなかエリアに波及させるため、DMOや商工会議所、関係所属と連携しながら、回遊促進に向けた商店街等のイベント実施を支援することで、商店街のにぎわい創出及び経営力・組織力の強化につなげる。

継続 ● 事業者向けに、商店街加入を条件とした空き店舗活用への支援や繁盛店を生み出すための新たな改善事業への支援を行うことで、商店街等の活性化及び経営力・組織力の強化につなげる。

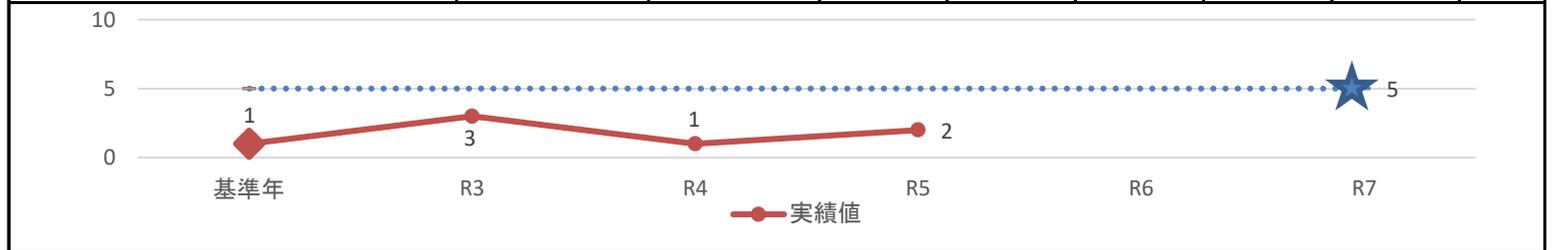
新規 ● 「プレミアム付電子商品券発行事業」については、地域経済の活性化、キャッシュレスの推進及びボランティアポイント付与による市民の行動変容の促進などを目的とした「地域通貨」として、持続可能な仕組みづくりと導入の効果などその必要性を含め関係部局で検討を行っていく。

成果指標

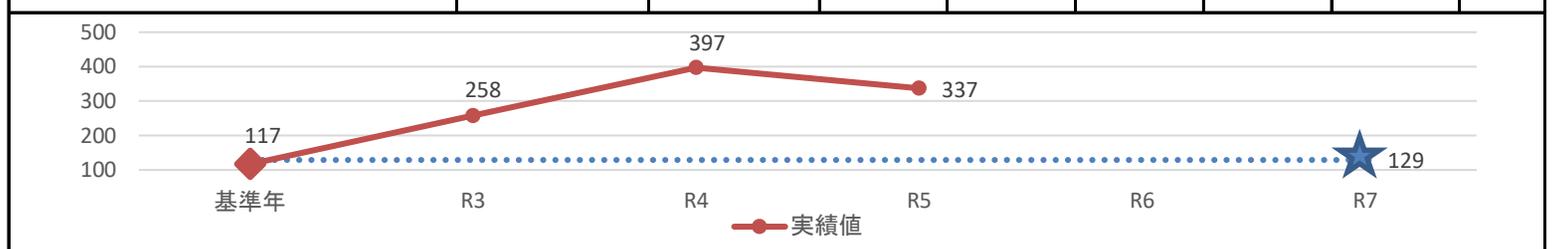
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					前年度 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
市の制度融資の活用件数[累計]	2件 (R2年度)	57件 (R7年度)	3	5	10	0	0	▲



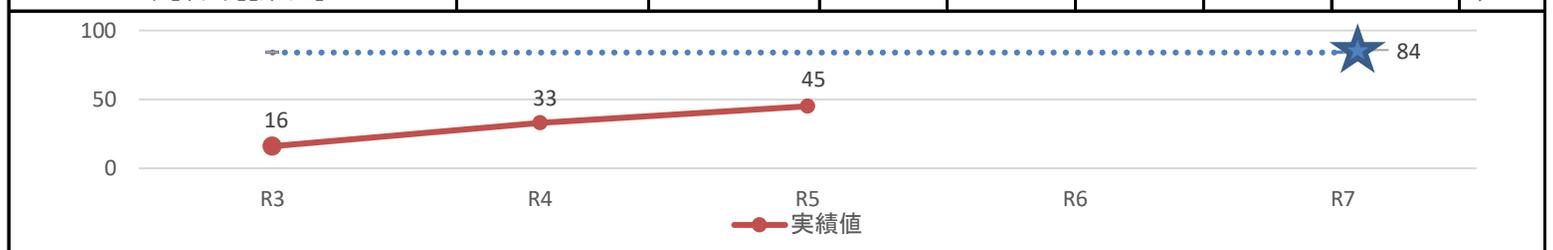
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
長崎市事業承継支援補助金の活用件数	1件 (R2年度)	5件 (R7年度)	3	1	2	0	0	▲

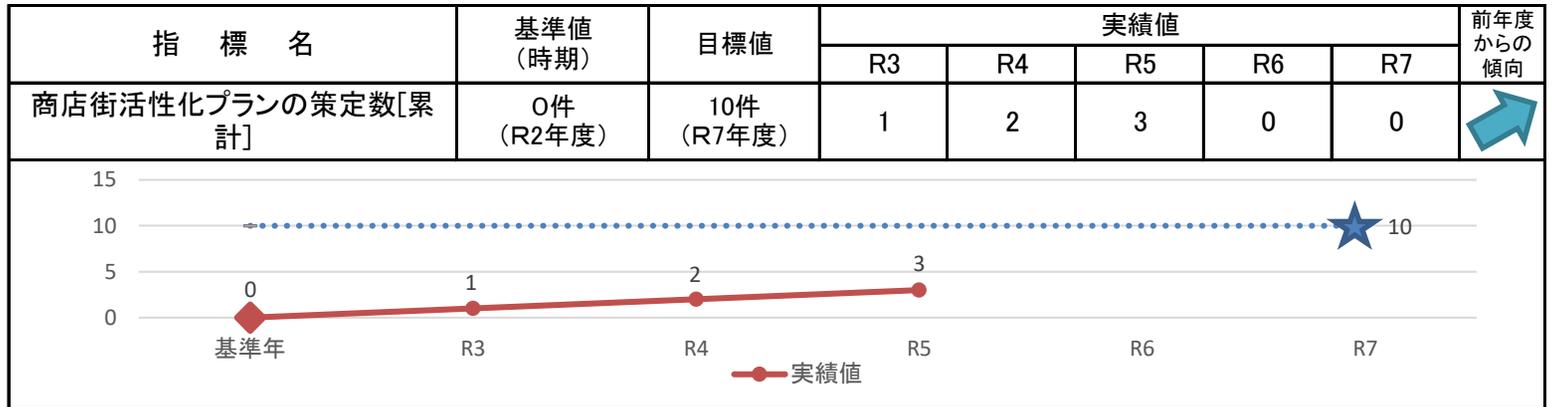
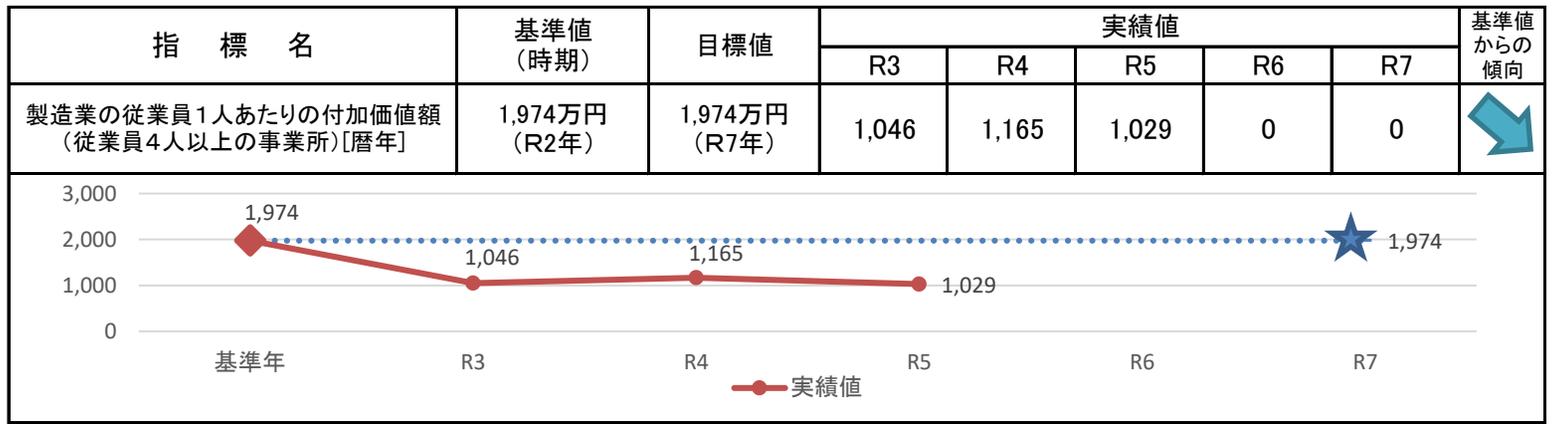


指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
長崎商工会議所及び商工会による経営革新に関する相談・指導件数	117件 (R元年度)	129件 (R7年度)	258	397	337	0	0	▲



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					前年度 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
先端設備等導入計画に係る認定件数[暦年][累計]	—	84件 (R7年)	16	33	45	0	0	▲





施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	長崎市チャレンジ企業応援補助金		新産業推進課
	成果指標	補助実施件数		 <p>【取組み例】</p>
	目標値	50件		
	実績値	81件		
	達成率	162.0%		
	成果指標・ 目標値の説明	<p>補助実施件数が増加することで、市内事業者の新たな取組みが推進され、生産性向上、売上増加につながることから成果指標とした。</p> <p>予算150,000千円に対して、1件当たりの補助限度額が3,000千円のため、目標値(補助実施件数)を50件と定めたもの。 $150,000千円 \div 3,000千円 = 50件$</p>		
	事業目的	事業者の売上の維持・拡大や経費削減、効率化など、経営基盤の強化に向けた取組みを促進させる。		
	事業概要	売上拡大につながる新製品・新サービス開発の取組みをはじめ、技能・技術の高度化による事業拡大、経営の多角化に向けた新事業展開、DXの推進による生産性向上や効率化などの取組みに要する経費の一部を補助する。		
	取組実績	「長崎市チャレンジ企業応援補助金」により、原油・原材料高騰の影響を受けた事業者に対して、設備導入を中心とした支援を81件実施した。		
		決算(見込)額	146,328,911	

2	事業名 担当課	空き店舗活用にぎわい創出事業費補助金		商業振興課
	成果指標	商店街等の空き店舗に新たに開業する店舗数		 <p>【出店例】</p>
	目標値	5件		
	実績値	11件		
	達成率	220.0%		
	成果指標・ 目標値の説明	<p>空き店舗を活用して魅力ある店舗の出店を行う事業者や商店街等を支援するため、成果指標とした。</p> <p>予算額(出店者向け)10,000千円に対し、1件当たりの補助限度額が2,000千円のため、目標値を5件と定めた。 $10,000千円 \div 2,000千円 = 5件$</p>		
	事業目的	西九州新幹線や長崎スタジアムシティの開業などのまちの変革によって拡大が見込まれる交流人口を商店街へ誘導するきっかけとなるような魅力ある店舗の空き店舗への出店や、商店街が地域のにぎわいを創出するために実施する空き店舗を活用した地域コミュニティ拠点の整備等に対して支援を行う。		
	事業概要	商店街が行う空き店舗対策、事業者が商店街内の空き店舗への新規出店に要する経費の一部を補助する。		
	取組実績	商店街等の空き店舗に新たに開業する事業者に対し、出店に要する経費の一部を11件支援した。		
		決算(見込)額	19,789,000	

令和6年度 個別施策評価シート

個別施策	C1-2	地場事業者の人材確保・育成を支援します	
2025年度に めざす姿	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。	
個別施策主管課名	産業雇用政策課		

成果

① 人材の育成

●次世代の造船業を担う新人や中堅者のための人材育成を行う長崎地域造船造機技術研修センターの取組みを支援し、技能職の新人研修(7社12人参加)や経験者研修(10社19人参加)、安全体感及び感性研修(12社23人参加)の実施などにより、能力向上につながった。

●長崎工業会の取組みを支援し、ものづくり企業等の中核人材や製造現場のリーダー的人材に必要な能力を養成する研修事業として「現場力向上研修会」(16人)を行った。また、現場作業員、管理職、経営者層などの階層別に応じた研修、企業の課題克服に向けて取り組む「ものづくり人材育成スクール(27人)」の実施により、人材の育成に努めた。

② 情報発信

●高校生や大学生を始めとする若者に対し、学生の7割が情報源としているSNS(Instagram、X)にて(株)マイナビ 学生動態調査)、「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」を週2回投稿するとともに、企業紹介ショート動画を週1回程度配信した。このような取組みにより、総再生回数が約27万回再生されるなど、若者に向けて地元企業の情報発信を強化することで、地元企業の認知度向上に努めた。

●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サイト(NAGASAKI WORK STYLE)の掲載企業を12社増やすとともに(登録企業数は122社)、SNS広告を打つなどして、サイトへ誘導を図ることで、アクセスが78,269件増加し、地元企業の認知度向上に努めた。

③ 採用活動の支援

●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3回開催(参加者90社)し、昨今の新卒者採用活動におけるインターンシップの重要性(学生の約7割がインターンシップ等に参加した企業または同業種に入社予定と回答～リクルート未来研究所より～)について、地元企業への浸透を図り、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。

●従来実施していたSNS等広告、PR動画の制作及び就職イベントへの出展に加え、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、人材確保において人手不足やノウハウ不足、コスト不足への対応に苦慮している企業の採用活動の支援(計18社)を行うことで、地元企業の採用強化を図った。

④ 受入れ態勢の整備

●学生を含めた若者等が求める職場環境と地元企業のアンマッチを解消するため、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。)をテーマに、地元企業に対し、先進事例紹介や意識啓発のセミナーを合わせて2回開催(参加企業61社72人)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。

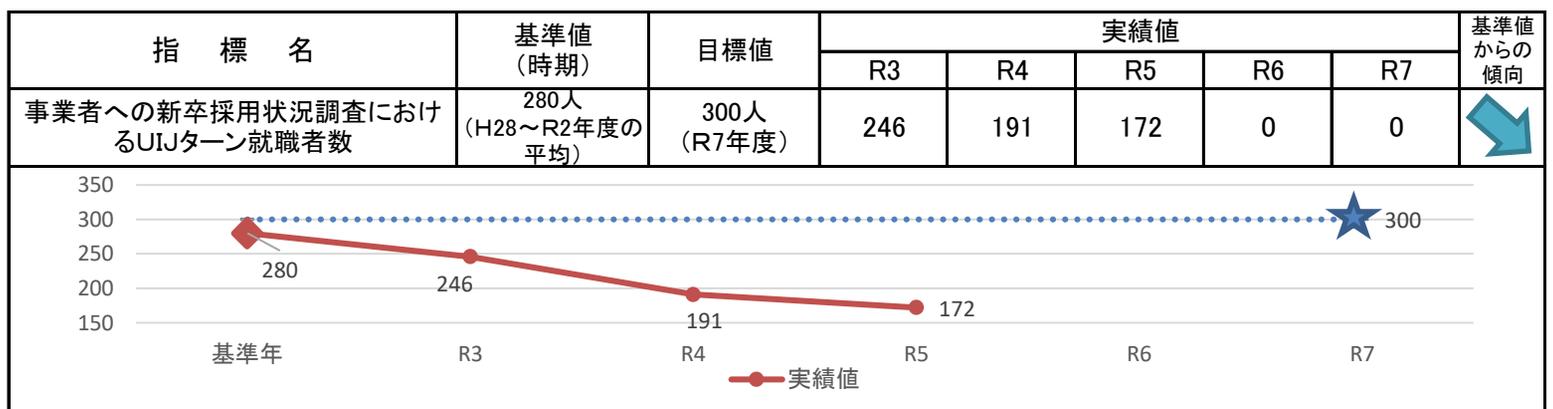
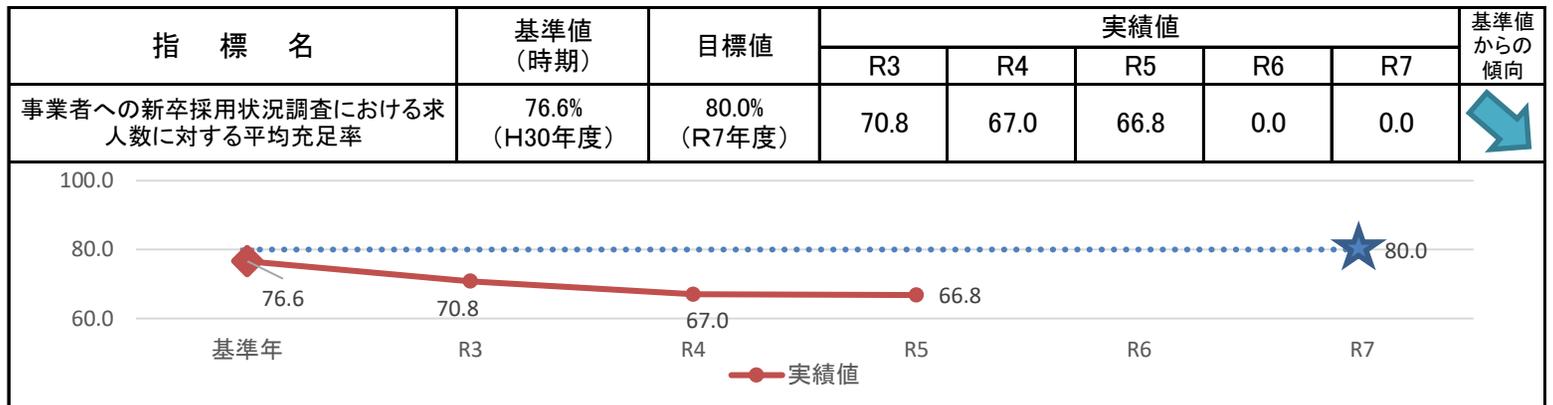
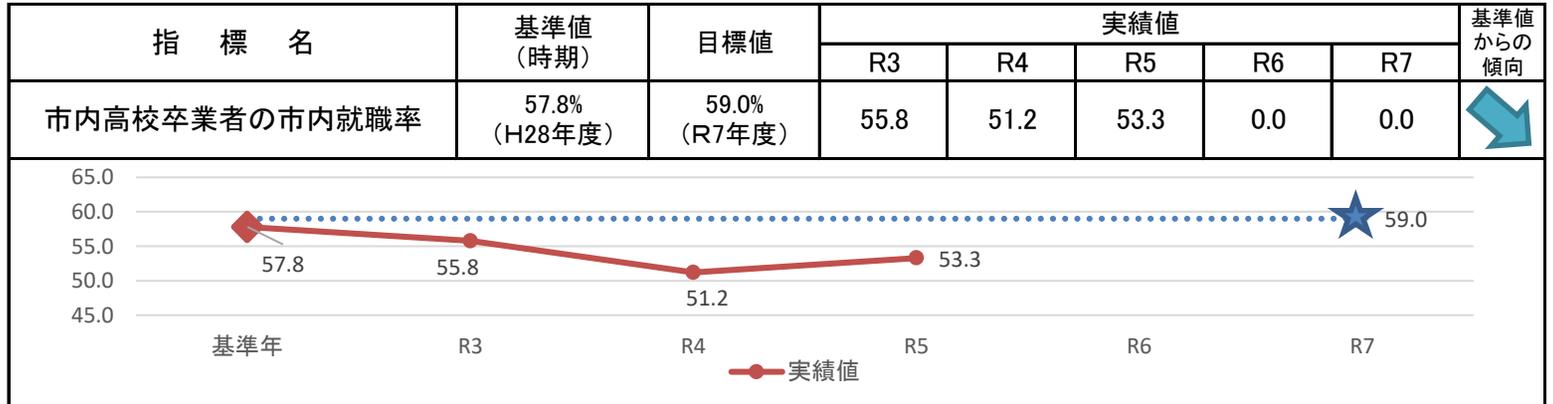
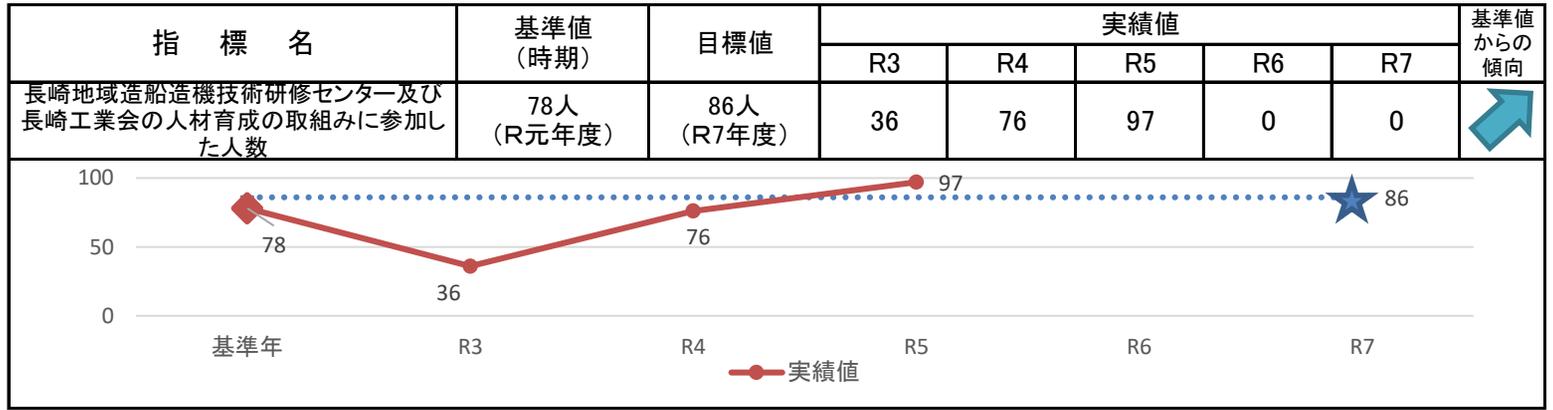
問題点とその要因

① 人材の育成
●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。
② 情報発信
●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、小学生から大学生に向けた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対応については、地元就職促進にかかるセミナーしか実施していないことから、更なる情報発信の強化が必要である。
③ 採用活動の支援
●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。
④ 受入れ態勢の整備
●「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、人手不足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。

今後の取組方針

① 人材の育成	
継続	●長崎地域造船造機技術研修センター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、長崎県造船協同組合、協同組合三菱長船協力会、長崎県などの関係機関と引き続き協議し、より良い研修を行っていく。
継続	●長崎工業会において、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への取組みが効果的に行われるよう支援するとともに、後継者育成や経営力強化のための取組みなどを支援する。
② 情報発信	
改善	●小学生から大学生に向けた情報発信の手法等の整理が十分でないことから、効果的な情報発信が行えるよう関係機関を通じて学生のニーズ把握等の情報収集を行い、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。
③ 採用活動の支援	
継続	●地元企業に対する採用力の強化や、企業の人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。
④ 受入れ態勢の整備	
継続	●「新しい働き方」について、人手不足の中、企業単体で対応できない状況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。

成果指標



施策を推進する主な事業

事業名 担当課	若年者雇用促進費	産業雇用政策課												
成果指標	事業者への新卒採用状況調査における求人数に対する平均充足率	 <p>【地元就職促進プロモーション】</p>												
目標値	80.0%													
実績値	66.8%													
達成率	83.5%													
成果指標・ 目標値の説明	①事業者の新卒採用における求人数に対する充足率(採用者数/求人数)の平均。 ②平均充足率が増加することで、事業者が働く世代から選ばれる職場になっていると考えられるため。 ③事業者に対する新卒採用状況調査により把握する。 ④直近3年間で最も高い平成30年度の実績を上回ることを目標とする。													
事業目的	若年者の地元就職・定着を促進する													
事業概要	「地元で働く魅力の発信」、「新しい働き方の推進」、「採用活動の支援」の3つの柱で事業を展開することで、地元企業の知名度向上を図るとともに、企業の受入れ態勢の整備促進などを支援する。													
取組実績	【地元で働く魅力の発信】 ・地元就職促進プロモーション SNS投稿+企業紹介ショート動画、フォロワー数 <table border="1" data-bbox="433 1011 937 1137"> <thead> <tr> <th></th> <th>X</th> <th>Instagram</th> <th>YouTube</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>総再生回数(回)</td> <td>5,627</td> <td>35,016</td> <td>227,012</td> </tr> <tr> <td>フォロワー(人)</td> <td>2,548</td> <td>1,172</td> <td>718</td> </tr> </tbody> </table> ・企業紹介サイト 紹介企業数122社 サイト閲覧数114,741件(令和5年度) ・保護者向け地元就職促進セミナー 参加者:78名(会場参加21名、オンライン参加57名)			X	Instagram	YouTube	総再生回数(回)	5,627	35,016	227,012	フォロワー(人)	2,548	1,172	718
	X	Instagram	YouTube											
総再生回数(回)	5,627	35,016	227,012											
フォロワー(人)	2,548	1,172	718											
	決算(見込)額	25,165,884 円												

令和6年度 個別施策評価シート

個別施策	C1-3	地場事業者の市場での競争力の強化を支援します	
2025年度に めざす姿	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。	
個別施策主管課名	商業振興課		

成果

① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援

●シュガーロード連絡協議会(事務局:長崎市)において、令和2年6月に日本遺産の認定を受けた「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」を活用し、各都市の個性を発揮した地域の活性化を図るため、市内・外でのイベント出展によるPR(13件)、学校と連携した講座開催(小学校2件、中学校1件)によるシビックプライドの醸成、ガイドブック等の制作・配付など様々な情報発信に取り組んだことにより、シュガーロード連絡協議会のホームページアクセス件数が令和4年度の24,098件から約1.8倍増加し、令和5年度は43,291件となり、認知度が向上したことに加え、物販イベントの実施によりシュガーロードに関連のあるカステラ等スイーツを取り扱う事業者の販路拡大・売上増につながった。

② 域外への情報発信と販路拡大

●「SNS等活用支援費」において、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、市が選定した専門家による年間5回の伴走型支援(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(17件)。その結果、SNSのフォロワー数が増加(平均増加率227%、最大増加率865%)するとともに、ECサイトにおける売上が増加(平均増加率204%、最大増加率780%)した。

●長崎市へのふるさと納税促進による地場産品の認知度向上と販路拡大のため、ふるさと納税における新規ポータルサイトの追加及び返礼品ページのブラッシュアップ、SEO対策(キーワード検索をした際、特定の商品を上位に表示させる手法)などを実施した。令和5年度は、令和4年度の1.13倍となる1,656,560千円(件数:1.07倍 75,137件)の寄附を受け入れ、全国の寄附者に対し、返礼品として海産物・カステラをはじめとした地場産品(492,388千円分)を送付したことで販路拡大につながった。また、ふるさと納税の返礼品の登録数について、事務代行事業者と連携し、返礼品の拡充を図ったことにより、令和4年度の2,240品から約1.82倍増加し、令和5年度は、4,083品となった。

③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進

●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金」を実施したことにより、売上や収益の拡大に向けた取組みが進み、個社の経営課題の解決が図られた。(81件)

④ 貿易の促進

●「長崎～釜山国際定期コンテナ航路」の維持強化のため、長崎港活性化センター(事務局:長崎市)において、長崎港におけるコンテナ輸出入貨物量の増加に向けた取組みを進めており、令和5年度には、肥料及び古紙の輸出に係る助成制度を新設(令和5年度利用実績:肥料 102TEU、古紙 80TEU)するとともに、トライアル助成制度の拡充(令和5年度利用実績:トライアル 40TEU)を行い、長崎港の利用につなげた。

※TEUとは…コンテナの単位で、ISO規格の20フィートコンテナ(全長は約6m)を1TEUとする。

問題点とその要因

① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援

●日本遺産「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」について、長崎市民の認知度は一定高まっているものの（長崎市 市政モニターアンケート調査／R2:66.7%→R4:73%）、市外へ向けた情報発信や観光客誘致の取組みが十分ではなく、市外在住者を対象とした「令和4年度長崎市日本人観光客動向調査報告書」では、認知度が9%と低い状況であることから、購買には十分につながっていない。

② 域外への情報発信と販路拡大

●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、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。

●ふるさと納税において、ポータルサイトの追加等により、域外の方へ地場産品の周知が図られ、販路拡大につながっているものの、全国的に寄附額が増加傾向にあり、地域間競争が激しくなっていることから、長崎市を選んでもらううえで強みとなる返礼品や、PR等が十分でない。

③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進

●物価高騰や人手不足の影響により、新製品・サービス開発の取組みより、効率化や省力化など生産性向上の取組みを行った事業者が多かった。

④ 貿易の促進

●令和5年中の「長崎～釜山国際定期コンテナ航路」におけるコンテナ輸出入貨物量については、住宅資材を取り扱う大口荷主の輸出入ルートの変更があったことなどから、前年と比較して1,040TEU減の3,336TEUとなった。
また、荷主企業を訪問するなどして、長崎港の利用促進及び周知を図っているものの、多くの事業者に向けた周知の機会が不足している。

今後の取組方針

① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援

継続 ●日本遺産「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」を活用した交流人口の拡大・消費活動の促進を図るため、関係部局やDMO等と連携して市外への情報発信や観光客誘致の取組みを強化するとともに、引き続き、認知度向上に向けたシュガーロードの展示会イベント、ウォーキングイベント及び学校と連携した講座を開催する。また、市内の店舗の販路拡大・売上増を図るため、市外での物販イベントや観光案内所（長崎駅）等でのシュガーロードの美味しいお菓子を紹介するガイドブックの配布を行う。

② 域外への情報発信と販路拡大

継続 ●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、これまでSNSの知識の不足により、活用していなかった市内中小事業者に対して、この成功事例を周知し、取り組む動機づけを行いながら、引き続き支援を行う。

継続 ●ふるさと納税において、長崎市を応援する人を増やし、寄附受入額を増やしていくために、ポータルサイトの追加やポータルサイトのページ内のブラッシュアップ等により、返礼品とともに長崎市のまちの魅力を発信する。

継続 ●引き続き、ふるさと納税の事務代行業者と連携しながら、返礼品事業者と協力して、返礼品の質の向上や強みとなる返礼品の開発に取り組む。また、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。

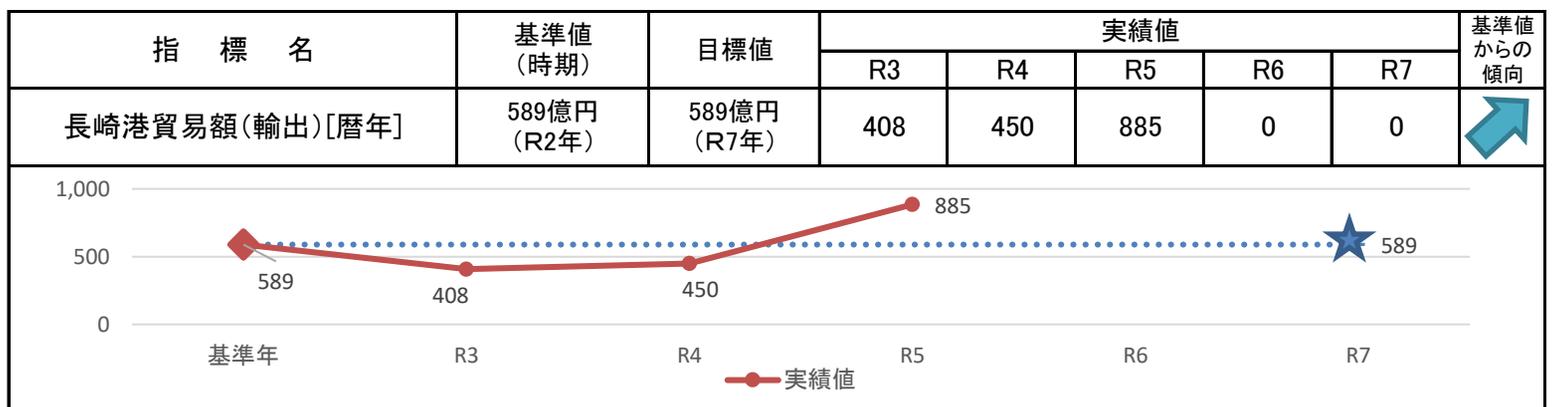
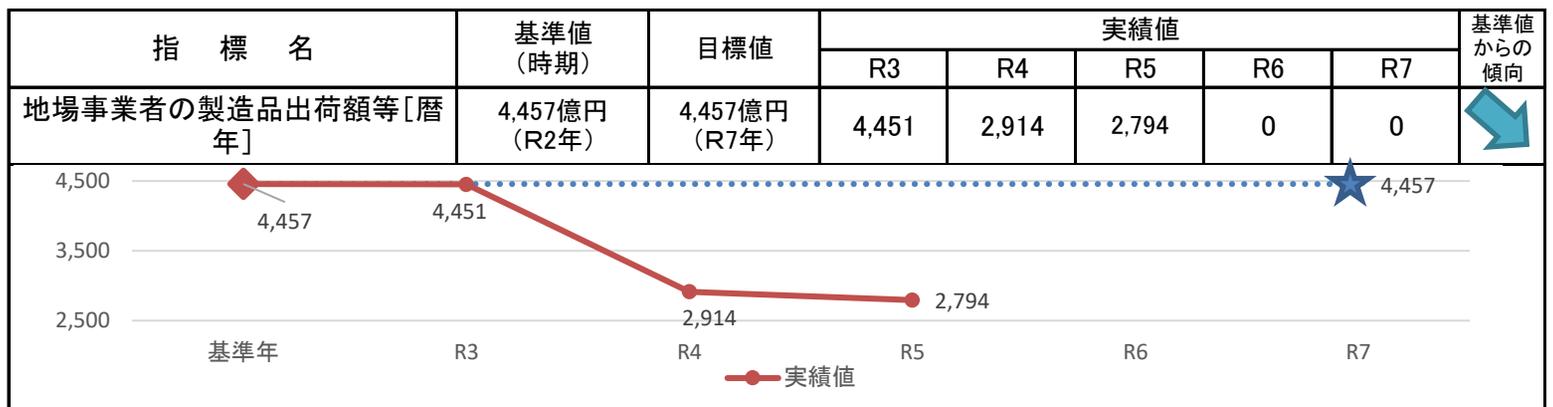
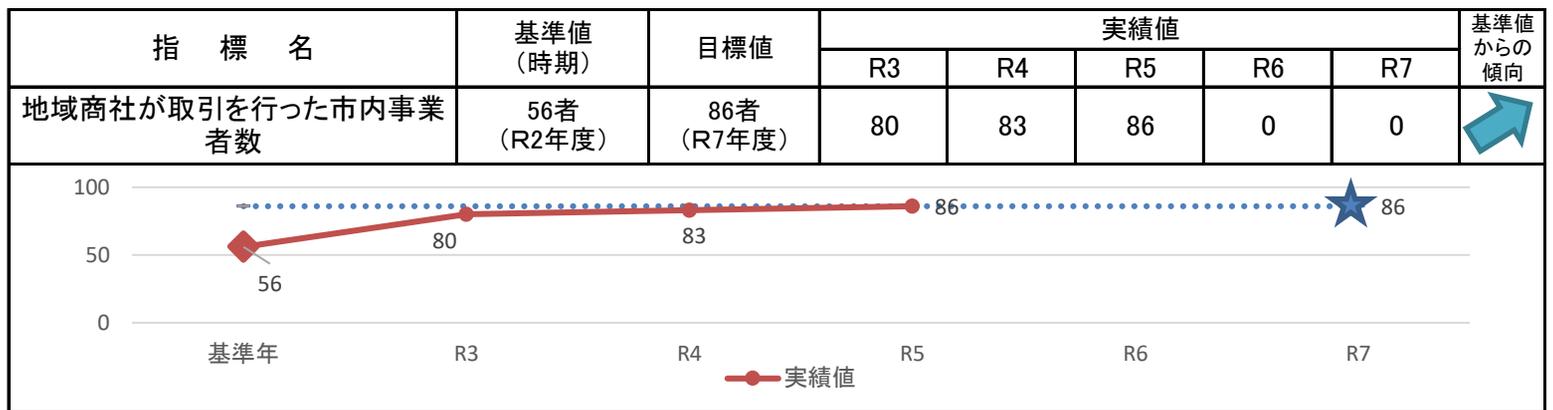
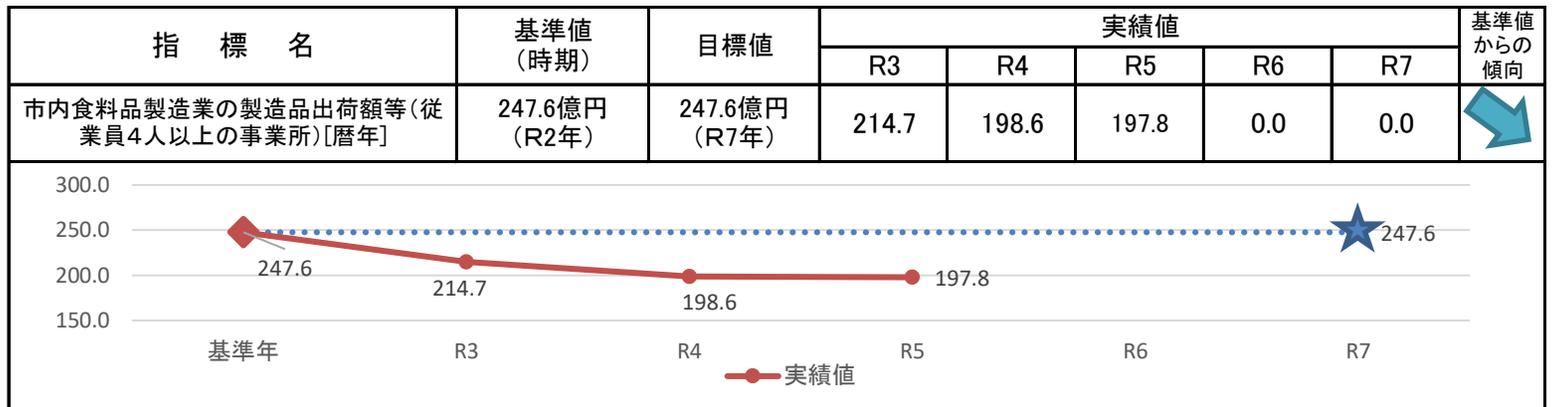
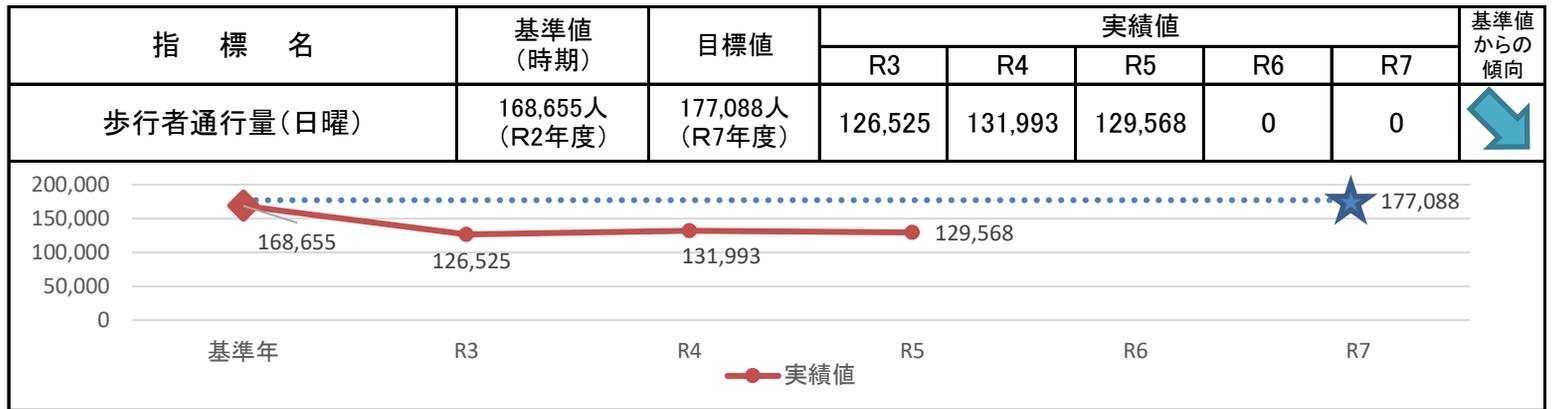
③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進

継続 ●消費者の嗜好や生活様式、または企業ニーズや販売方法などが大きく変わるなか、各購買層やニーズに対応した商品づくりを促進していく必要がある。また、スタジアムシティ開業に伴う更なる交流人口拡大の好機を逃さないよう、引き続き、市内事業者による魅力ある新製品・新サービスの開発や、販路開拓・拡大の取組みを支援し、競争力の強化を図る。

④ 貿易の促進

継続 ●引き続き、各種助成制度を柱として、荷主企業への集荷活動を行うとともに、長崎港のポートセミナーを開催し、長崎港周辺企業に対しPRを行うなど、長崎港の利用促進を図る。

成果指標



施策を推進する主な事業

事業名 担当課	SNS等活用支援費		商業振興課
成果指標	SNSマーケティング又はECサイトによる販売促進の取組みを行った件数		 <p>【取組み例】</p>
目標値	20件		
実績値	17件		
達成率	85.0%		
成果指標・ 目標値の説明	<p>SNS・ECサイトを活用した外貨獲得事業に対して支援を行うことにより、市内中小企業者が新たな需要や販路を開拓することで、売上と利益を伸ばすことができるため、SNSマーケティング又はECサイトによる販売促進の取組みを行った件数を成果指標とした。</p> <p>予算額(市内中小企業者向け)30,000千円に対し、1件当たりの補助限度額が1,500千円のため、目標値を20件と定めた。</p>		
事業目的	物価高騰等によるコスト増加や、ECサイトでの購買行動の定着等消費行動の変化に事業者が対応していくため、SNS等のDXを活用したマーケティングや新たな顧客の獲得、販路拡大等に向けた取組みを促進させるため、今後も成長が見込まれるEC市場での売上及び販路の拡大を図る。		
事業概要	事業者が実施するSNSマーケティングでのファン拡大の取組みを支援し、更に獲得したファンをECサイトへ誘導し、購買につなげる仕組みを構築するため、専門家による事業者の伴走支援及びその取組みに要する経費の一部補助を行う。		
取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS等活用支援事業補助金 交付決定企業数:17件 ・補助事業者のSNSフォロワー数の平均増加率227%、(最大増加率865%) ・補助事業者のECサイトにおける平均増加率204%、(最大増加率780%) 		
	決算(見込)額	30,186,000	円