

令和 6 年度

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の
評価及び検証に関する報告書

令 和 6 年 1 2 月

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会

目 次

1	長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会における評価（外部評価）	1
2	長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会委員名簿	1
3	長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略における施策体系	3
4	評価及び検証について	3
5	評価及び検証にあたっての視点	4
6	長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会の開催状況	5
7	評価に対する意見等	
	総評	6
	基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる	10
	基本目標2 子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる	15
	基本目標3 「まちの形」と「まちを支えるしくみ」をつくる	18
	特定目標 交流の産業化	21
	＜資 料＞長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会規則	24

1 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会における評価（外部評価）

(1) 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会の設置目的

「長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、「総合戦略」という。）の策定や着実な実施、実施した施策・事業の効果の検証とそれに基づく継続的な改善の推進（戦略の進行管理）のために、専門的立場や市民の立場からの意見を反映させることによって、総合戦略の効果的かつ効率的な推進に取り組むことである。

(2) 評価及び検証について

令和5年度における第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「現総合戦略」という。）に基づく取組みに対して、長崎市の内部評価について、中立的・専門的観点から、評価結果や評価の手法その他評価全般について意見をいただくとともに、地方創生の実現及び人口減少の克服に関する、総合戦略における今後の施策の展開に対する新たな取組みの提案等を行うもの。

また、令和6年度が現総合戦略の最終年度となることから、次期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「次期総合戦略」という。）の策定に向けて、現総合戦略の計画期間を通した検証を行い、次期総合戦略に必要となる視点等の検討を行ったため、報告書を取りまとめて市長へ提出する。

2 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会委員名簿

ふりがな 氏 名	主な役職名等	備考
いしばし たけし 石橋 剛史	日本労働組合総連合会長崎県連合会長崎地域協議会 事務局次長	
おかだ ひろまさ 岡田 裕正	長崎大学経済学部 教授	会長
おかべ せいじ 岡部 聖二	長崎市漁業協同組合長連絡協議会	
おのうえ まさひこ 尾上 雅彦	有限会社明生興産 代表取締役	
さかい ふみひろ 境 文博	株式会社十八親和銀行地域振興部	
さとう かおる 佐藤 かおる	長崎労働局雇用環境・均等室 室長	
しながわ しょうのすけ 品川 正之介	公募市民	
たかはし けいこ 高橋 佳子	長崎商工会議所青年部 会長	

ふりがな 氏 名	主な役職名等	備考
つかしま 塚島 ひろあき 宏明	長崎旅館ホテル組合 理事	
ともなが 朝長 たかし 孝至	長崎文化放送株式会社 本社営業部長	
なかの 中野 かずひで 一英	長崎県次世代情報産業クラスター協議会会長	
ひらおか 平岡 とおる 透	長崎県立大学情報システム学部 教授	副会長
ほそかわ 細川 ひでき 英樹	株式会社日本政策金融公庫長崎支店 支店長兼国民生活事業統轄	
ほりた 堀田 としろう 敏郎	長崎市PTA連合会 顧問	
またはり 股張 かずお 一男	一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会 常務理事	
まつお 松尾 もとひろ 肇浩	一般社団法人長崎市保育会 副会長	
みぞうち 溝内 みほこ 美保子	長崎市子育て支援ネットワーク連絡会	
むらた 村田 さとる 聡	株式会社長崎経済研究所 調査研究部 部長	
やまぐち 山口 さとし 聡	公益社団法人長崎県宅地建物取引業協会長崎支部	
よしだ 吉田 まさみ 雅美	公募市民	

(50 音順掲載)

3 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略における施策体系

目標	具体的施策
基本目標 1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる	(1) 魅力ある仕事をつくる
	(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する
	(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める
	(4) 移住を促進する
	(5) 関係人口を創出・拡大する
基本目標 2 子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる	(1) 結婚・妊娠・出産の希望をかなえる
	(2) 子育ての環境を充実する
	(3) 学校における教育環境を充実する
基本目標 3 「まちの形」と「まちを支えるしくみ」をつくる	(1) 地域の力でまちづくりを進める
	(2) コンパクトで暮らしやすいまちをつくる
	(3) 地域をネットワークでつなぐ
特定目標 交流の産業化	(1) 顧客創造プロジェクト
	(2) 価値創造プロジェクト
	(3) 交流を支える都市の基盤整備
	(4) 交流の産業化を進める体制づくり

4 評価及び検証について

令和6年度の長崎市の総合戦略の評価においては、令和5年度に実施された総合戦略の3つの基本目標及び特定目標並びにそれらの下に位置付けられる合計15の具体的施策すべてについて、長崎市関連部局による内部評価を実施している。

また、令和6年度が現総合戦略の最終年度となることから、次期総合戦略の策定に向けて、現総合戦略の計画期間を通した検証を行っている。

本審議会においても、上記のすべてについて評価及び検証を実施したところであり、委員の専門性を十分に反映させるとともに、総合戦略における施策の実施に対して、意見・提案を行った。

5 評価及び検証にあたっての視点

本審議会では、市が実施した基本目標等の評価・検証結果と、市の総合戦略の評価・検証全般の手法などについて、次の項目をポイントとして評価等を行った。

(1) 市内部で行った評価及び検証に対する視点

- ・ 評価・検証結果が妥当であるか。
- ・ 施策の進捗状況の認識やその理由が長崎市の現状や市民の感覚とかけ離れていないか。
- ・ 数値目標、重要業績評価指標（K P I）はふさわしいものであったか。
- ・ 市民にわかりやすく記載されているか。
- ・ 今後の取組方針等が課題を踏まえた的確なものとなっているか。
- ・ 市内部の連携がとられているか。
- ・ 長崎市が取り組むべきことで欠落しているものはないか。

(2) 評価及び検証の手法に対する視点

- ・ 制度設計や運営状況等は適切か。
- ・ 市民にわかりやすいものとなっているか。

(3) 施策に関する提案や次期総合戦略策定に向けた今後の方向性に対する意見等

- ・ 今後の施策展開に関して、新たな取組みの提案はないか。
- ・ 次期総合戦略における今後の方向性等について、必要となる視点等はないか。

6 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会の開催状況

(1) 第1回

- ア 日時 令和6年7月23日（火） 14時00分～16時10分
イ 場所 市役所8階 庁議室
ウ 議題 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
・基本目標2の評価及び検証について
・基本目標3の評価及び検証について

(2) 第2回

- ア 日時 令和6年7月24日（水） 15時00分～17時00分
イ 場所 市役所8階 庁議室
ウ 議題 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
・特定目標の評価及び検証について
・基本目標1の評価及び検証について

(3) 第3回

- ア 日時 令和6年10月9日（水） 10時00分～12時00分
イ 場所 市役所9階 中会議室
ウ 議題 1 令和6年度長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価に関する
報告書（案）について
2 次期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の骨子について

(4) 第4回

- ア 日時 令和6年11月14日（木） 10時00分～12時00分
イ 場所 市役所5階 第2委員会室
ウ 議題 次期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略について

7 評価に対する意見等

(1) 総評

長崎市の人口は、昭和60年を過ぎた頃から減少に転じた。その主な原因は、少子高齢化の進行、若年層を中心とした転入者数の大幅な減少であり、令和4年7月時点で推計人口が40万人を下回っている。また、直近の令和6年12月1日時点では、387,829人となっており、依然として減少に歯止めがかかっていない。

この長崎市の人口減少を、自然動態と社会動態に分けて見ると、次のような状況である。

自然動態については、年間出生数の減少が続く一方、年間死亡数は、近年6,000人近い状態で推移している。令和5年は、出生数が2,186人に対し死亡数は5,959人で、3,773人の自然減となっており、その傾向の拡大が続いている。

社会動態については、総務省住民基本台帳人口移動報告(令和6年1月公表)によると、令和5年の長崎市においては、日本人が2,348人の転出超過となっており、全国の自治体と比較しても転出超過数が多い状況である。

このように、長崎市は自然動態・社会動態の両面において人口減少が著しい危機的な状況にあるため、その克服が喫緊の課題である。

この人口減少に歯止めをかけることを目的として、長崎市は、「第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下、現総合戦略と略)を令和2年3月に策定した。現総合戦略の基本的な考えは、「社会減・自然減の両面で人口の減り方をおさえる」、「人口が減っても暮らしやすいまちにする」、「交流人口を増やす」の3点である。これらの考えに基づいて、総合戦略では、長崎市がめざすべき姿として「若い世代に選ばれる魅力的なまち」を掲げた。そして、この魅力的なまちを実現するため、3つの基本目標及び1つの特定目標と、各目標別に数値目標をたてた。さらに、各目標の着実な実行状況を把握するために、各目標の下に策定した具体的施策ごとに重要業績評価指標(KPI)を設定し、施策の成果・効果の客観的な検証と、必要に応じて改善を行う仕組み(PDCAサイクル)を構築している。

本審議会は、まち・ひと・しごと創生に関する施策を実施するうえで、産業界、教育機関、行政機関、金融機関、労働団体、メディア、士業、市民などの関係者の声を十分に反映させることが肝要であると考え設置されたものである。長崎市が行った総合戦略に係る取組みの評価について、本審議会は、中立的・専門的観点から意見を述べるとともに、行政の外からの目線に立ったその効果の検証により総合戦略の客観性のある評価の公正かつ円滑な運用と向上及びオール長崎市で総合戦略を推進することを可能とする重要な役割を果たしている。

また、令和6年度は現総合戦略の最終年度であるため、今年度中に策定する次期総合戦略がより実効性が高い戦略となるよう、計画期間を通した検証を行うことで、人口減少の克服と地域活力の向上に向けた動きを切れ目なく進めていくため、特に重要な役割を担っている。

さらに、オール長崎市で総合戦略の目標達成に向けた施策を進めていくためには、施策の成果、問題点とその要因分析、またこれらに基づく今後の取組みなどについて行った議

論を市民にわかりやすく伝えていくことにより、市民が総合戦略をはじめとする長崎市の人口減少対策について理解し、その実現に向けて取り組んでいくことが強く求められる。

以上のことを踏まえて、本審議会から意見を述べる。

【全体】

- 現代において、D X化は避けては通れない当たり前の話であり、産業だけでなく社会基盤となってくるため、インフラとして位置付ける必要がある。そのため、すべての目標に関わるものとして取り組んでいく必要があり、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。
- 重要業績評価指標（K P I）が多いと感じるため、次期戦略においては、K P Iの在り方や、目指すべき姿等との因果関係・相関関係を分かりやすく整理し、数を絞っていくことも必要ではないか。また、定量的な分析だけでなく、定性的な分析もあっていいのではないかと考える。

ア 基本目標1「経済を強くし、新しいひとの流れをつくる」

企業誘致や新規事業の創出など、新しいものに目を向けた取組みを進めている一方で、現状稼げているのは地場企業の既存のサービスである。また、誘致企業をもつてくると、市内の就職率は上がると思われるが、地場企業に人が行かなくなるなど人材不足が進んでしまう懸念もある。その意味でも、次期総合戦略には地場企業を大きく支援することに重視した取組みを組み込んでいただきたい。

また、D Xに関して、企業側の人材育成やリテラシーの向上も必要になってくると思われるため、企業のデジタル化を一体的かつ継続的に進めていただきたい。

イ 基本目標2「子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる」

長崎市の晩婚化・未婚化は加速していると思われるが、現在行っている婚活イベントや意識啓発の取組みより、まずは経済的な不安の解消が近道だと考える。

また、子育て支援の部分では、子育て支援を行う機関や団体等とのネットワークづくりの促進・連携体制の構築は素晴らしい取組みだと思うため、引き続き取り組んでほしい一方で、子どもの遊び場として、あぐりドームの予約が土日は取りづらいことや、公園でも思い切り遊べなくなっている問題も起きていると感じている。遊ぶのは子どもたちであるため、親だけでなく子どもたちの声も拾うよう、子どもたちを対象としたアンケート調査や小・中学校に出向くなどして直接聞いてはどうか。

ウ 基本目標3「「まちの形」と「まちを支えるしくみ」をつくる」

数値目標である「住みやすいと思う市民の割合」と「自分が住んでいる地域に愛着を持っている市民の割合」について、なぜ住みやすいと思っているのか、なぜ愛着があるのかなど、深掘りして分析する必要があるのではないかと考える。

また、「まちの形」に関して、長崎スタジアムシティの開業により、まちの中心が変わってきていると思われる。コンパクトシティの考え方も含めて次期総合戦略では、全体的なまちづくりについても考えていただきたい。

さらに、公共交通に関しては、路線バスの運転手不足によりバスの使い勝手が悪くなっていると思われるため、解決に向けた取組みを進めていただきたい。

エ 特定目標「交流の産業化」

定住人口の消費減に対する交流人口の消費額や、交流に伴う就業誘発数など、交流の効果を定量的に見える化することで、観光事業者やDMOだけでなく市民といった多くの方に観光の効果を伝えられるため、一つの基準として考えていいのではないかな。

また、交流の取組みを進めるうえでは、滞在してもらう、お金を落としてもらう、満足してもらうということが一番の肝になるため、宿泊や滞在型観光につなげるためにDMOなどと協力して分析していく必要があると考える。

【参考】数値目標等の状況

数値目標の状況一覧

基本目標等	数値目標の状況		
	総数	達成状況	
		達成	未達成
基本目標 1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる	3	1	2
		33.3%	66.7%
基本目標 2 子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる	3	0	3
		0.0%	100.0%
基本目標 3 「まちの形」と「まちを支えるしくみ」をつくる	2	1	1
		50.0%	50.0%
特定目標 交流の産業化	2	1	1
		50.0%	50.0%
合 計	10	3	7
		30.0%	70.0%

重要業績評価指標（K P I）の状況一覧

基本目標等	K P I の状況		
	総数	達成状況	
		達成	未達成
基本目標 1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる	22	12	10
		54.5%	45.5%
基本目標 2 子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる	30	14	16
		46.7%	53.3%
基本目標 3 「まちの形」と「まちを支えるしくみ」をつくる	15	5	10
		33.3%	66.7%
特定目標 交流の産業化	18	6	12
		33.3%	66.7%
合 計	85	37	48
		43.5%	56.5%

(4) 各目標に係る評価

基本目標 1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

部会長：産業雇用政策課長

具体的施策

- (1) 魅力ある仕事をつくる
- (2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する
- (3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める
- (4) 移住を促進する
- (5) 関係人口を創出・拡大する

ア 基本的方向

若い世代の転出超過に歯止めをかけるため、新たな産業の創出と育成や企業誘致、創業・スタートアップの促進、地元企業の雇用の強化などに取組み、将来に向けた安定的な雇用の確保・拡大の実現という視点から取組みを推進する。

また、特に若い世代に対し、長崎で学び、暮らし、楽しむ魅力を高め、情報発信を強化することで、多様な人材の還流と確保に取り組むとともに、移住希望者一人ひとりに対して、住まいなどの移住の受け皿に関するきめ細やかな支援を行うことで長崎への移住を促進し、併せて、関係人口の創出・拡大を図る。

特に「選ばれるまちになる」ため、「新産業の種を育てるプロジェクト」として、産学官金が連携しながら、新たな産業の創出を後押しすることにより、まちの経済の活力維持と働く場としての魅力向上を図る。

さらに、「長崎×若者プロジェクト」として、若い世代が「楽しむことができる場」と「チャレンジできる場」の創出や、「住みよかプロジェクト」として、住宅供給の観点から政策を立案し、各種施策を実施することで住みやすさの改善につなげる。

イ 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)	区分	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091 社 (28～2 年度 平均)	↑	目標値	4,091	4,091	4,091	4,091
			実績値	3,954	4,060	4,041	4,051
企業誘致に伴う新規雇用者数[累計]	291 人 (2 年度)	↑	目標値	291	591	891	1,191
			実績値	291	515	785	847
移住者数	344 人 (2 年度)	↑	目標値	200	200	350	350
			実績値	344	418	487	528

ウ 基本目標の総合評価

「法人市民税法人税割を課税された法人数」は、令和５年度実績で４，０５１社となっており、目標値である４，０９１社を達成できていない。また、「企業誘致に伴う新規雇用者数」は、令和２年度から５年度までの累計で８４７人であり、令和５年度の目標値である１，１９１人に達していない。一方で、「移住者数」は、５２８人（令和５年度実績）で毎年度の目標値である３５０人を大きく上回っている。

移住者、誘致企業は増加し、新事業や新分野進出への取組みも進んでおり、移住人材、創業企業、誘致企業が地場企業とともに産業の活性化に寄与しているものと考えられる一方で、企業立地用地不足やデジタル人材の不足など解決すべき課題がある。

また、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。

エ 審議会における評価に対する意見、提案等

【全般】

- 本来「社会減対策」に対応する基本目標１の目標数値は、社会減の変動を表す「社会動態（転入数-転出数）」であるべきではないのか。即ち、基本目標の数値目標に、「各年の目標とする社会動態（転入数-転出数）」を設定すべきではないか。
- 基本目標１の本来の目的である「社会減」の改善はできているのか、この点に関しても検証が必要だと考える。

【具体的施策（１） 魅力ある仕事をつくる】

- 「デジタル人材が全国的に人手不足となっていることなどから、誘致企業においても人材確保に苦慮している。」とあるが、誘致企業よりも地元のＩＴ関連企業を希望する学生は少なく感じており、地元企業からも人材採用に苦慮していると耳にしている。
「第３期総合戦略に向けた方向性・取組み方針」に「地場企業も含めたデジタル人材の確保に向け、デジタル人材が集積している都市部における潜在的な移住希望者をターゲットとした取組みを進める。」とあるが、高校生や大学生もターゲットに加えた方がよいのではないかと考える。
- 大学生の就職活動においては、待遇や福利厚生を重視しているように感じているため、地元企業の採用活動支援にあたっては、待遇や福利厚生に関する取組みの支援も行った方がよいのではないかと考える。
- 給与や勤務時間は企業努力によるところが大きいと思うが、福利厚生に関するノウハウの紹介やアドバイスなどの支援を行う取組みを行うことができればと思う。
- ２０２４年に、国が中小企業と大企業の間に位置する「中堅企業」という新区分を出しており、中堅企業への支援策も考えられている。長崎県内で該当する企業は２２社あるが、企業規模と生産性には密接な関連があるため、第３期の方針として「中堅

企業」を目指す企業を増やしていく施策が欲しいと思う。

- 地元企業の強化という観点で、十分な採用活動ができていない原因は、情報発信力や人手不足、ノウハウ不足だけではなく、そもそも新卒採用は行っていない（できない）中小企業の方が多いという現状もある。
- 以前、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が、これは地元大手企業に頼ってしまっていたことが大きいのかもしれない。地場企業に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と思う。
- I T系の企業においては比較的新卒採用ができていたとのことだが、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るため、I T系においてもうまく採用ができていたのかどうかは、一度調べる必要があるのではないかと。
- 新規事業の創出について、地場企業の参入が少ない理由は、投資のできる企業がない、余裕がないということが一番であると考えられるため、現状サービスの稼ぐ部分のところをしっかりと行っていく必要がある。
- 県内では大半が中小企業であり、いわゆる分類上の大企業と呼ばれる企業は少ない。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。
- 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、まずはそこから行わないと、新規事業にも全く乗ってこない。
- 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にある。誘致企業を持ってくると、市内での就職率は上がるかもしれないが、この施策は地場企業に人が行かなくなることにもつながる懸念があるため、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。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。
- D Xやデジタル化、I o T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。
- D Xに関しては企業側の人材育成も行わないといけない。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、人材育成を含めて一体的かつ持続的に行わないといけない。
- 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であるが、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だと考える。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。
- NAGASAKI WORK STYLE というサイトについては、とても良いサイトだと思った。誘

致企業に対して人が集まって、地元の企業の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、とてもいいと感じた。

一方で、問題点として、広報の仕方や、第3期へ向けた方向性なども拝見したが、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、例えば企業関連のイベントなどの申込みが可能になるなど、地元の企業との連携を強化することで、よりよい取組みに繋がるのではないかと感じている。

- 全国的な大手リクルートサイトでは相当の掲載料がかかり、地元の企業は掲載しにくい現状にあるため、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はとてもいいことだと思うが、行政のつくる地元企業の紹介サイトはあまり広まらない傾向にあるため、なぜ見られないのかなども調べられるといいのかもしれないと思う。
- 以前実施したアンケート結果において、地元就職する人は、親の意見が結構影響しているということが分かったため、学生だけでなくご両親といった方に対しても情報発信できるといいのかもしれない。
- 高校生の現状として、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と考えるが、県外の大学へ出ると、そのまま県外で就職して結婚、子育てするという流れがあるため、高校生や中学生といった早い段階で、長崎にある企業の情報や、地元での大学進学・就職の事例を発信してもらいたい。親の発言が子どもたちに大いに影響すると思うため、親目線として、そのような情報があれば、長崎での暮らしや就職を勧めるような子育てができるのではないかと考える。

【具体的施策（2） 新しい仕事へのチャレンジを応援する】

- 特段意見等なし

【具体的施策（3） 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める】

- 「第3期総合戦略に向けた方向性・取組み方針」として「V・ファーレン長崎及び長崎ヴェルカのアウェイゲームのパブリックビューイングの実施」を加えてはどうか。その際に、長崎駅前かもめ広場だけでなく、浜町、住吉、東長崎、野母崎などの長崎駅前以外でのパブリックビューイングの実施ができれば長崎市全体で盛り上がるようにできるのではないかと思う。
- 長崎スタジアムシティの開業が、社会減の改善や学びの場を増やすことにもつながるとのことであるが、長崎スタジアムシティ開業による効果を一旦除外し、社会動態を分析したほうがいいのか。

【具体的施策（４） 移住を促進する】

○ 特段意見等なし

【具体的施策（５） 関係人口を創出・拡大する】

○ 特段意見等なし

基本目標２ 子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる

部会長：こども政策課長

具体的施策

- (１) 結婚・妊娠・出産の希望をかなえる
- (２) 子育ての環境を充実する
- (３) 学校における教育環境を充実する

ア 基本的方向

少子化に歯止めをかけるため、引き続き、結婚・妊娠・出産の希望がかなう環境の実現をめざす。

このため、結婚の希望をかなえるための出会いの場の創出、安心して妊娠・出産・育児ができる切れ目ない支援の提供に取り組む。

また、これまでの子ども・子育て支援に加え、地域や商店街など、まち全体で子どもや子育てを応援してもらえる環境の整備に取り組むとともに、児童生徒が「確かな学力」を身につけることや安全・安心に学べる教育環境の整備を行い、子育て環境及び学校における教育環境の更なる充実を図ることにより、「子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまち」をつくる。

特に「選ばれるまちになる」ため、「こども元気プロジェクト」として、子どもたちが遊びながら成長できる場所や、子どもの遊び場と子育てに関する相談ができる場所をつくることで、子育てしやすい環境の充実強化を図る。

イ 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)	区分		R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
子育てしやすいまち と思う割合	42.1% (元年度)	↑	目標値	45.6	49.0	52.5	56.0	60.0
			実績値	50.4	48.3	37.1	34.9	
婚姻数[暦年]	1,872 件 (29 年)	↑	目標値	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900
			実績値	1,567	1,481	1,287	1,374	
出生数[暦年]	2,999 人 (30 年)	↑	目標値	3,040	3,040	3,040	3,040	3,040
			実績値	2,638	2,550	2,449	2,186	

※ 婚姻数は、厚生労働省「人口動態調査」によるものとしているが、公表時期の関係上、暫定的に市の独自集計（届出地集計）による。

ウ 基本目標の総合評価

「子育てしやすいまちと思う割合」は34.9%で、目標値である56.0%を達成できておらず、徐々に低下傾向にある。また、「婚姻数」及び「出生数」についても、人口減少や全国的に進む少子化などの影響などから、目標値を達成できていない。

基本目標２の具体的施策（１）「結婚・妊娠・出産の希望をかなえる」については、ライフデザインセミナーの広告等の周知が十分ではなかったことや、新型コロナウイルス

の影響により、婚活イベントの開催数が減少したため、結婚を希望する独身者への支援が十分に図られなかったが、妊婦の健康相談対応件数については、目標値を上回った。

具体的施策（２）「子育ての環境を充実する」については、現時点で地域や商店街で子育てを応援する取組みが、授乳室やオムツ替えスペースを市民に無料で開放してくれる「赤ちゃんの駅」のみとなっている。子どもの遊び場の充実については、あぐりの丘に全天候型遊戯施設を建設した。経済的な支援としては、医療費助成や新型コロナウイルス感染症の影響を受けた子育て世帯に対して臨時特別給付金の支給、ひとり親家庭等への放課後児童クラブ利用料減免を行った。

幼児期の教育・保育の充実については、保育所の入所希望に地域や施設に偏りが生じている。また医療的ケア児については専任看護師の受け入れ体制が整っていない。

具体的施策（３）「学校における教育環境を充実する」については、授業の ICT 化を推進するとともに児童生徒や保護者の悩みを解消し、学校での適切な支援につなげるため、電話、来所による就学相談・教育相談を行い、児童生徒が安全・安心に学べる教育環境の整備につながった。

エ 審議会における評価に対する意見、提案等

【全般】

- 特段意見等なし

【具体的施策（１） 結婚・妊娠・出産の希望をかなえる】

- 長崎市の結婚を推進するための支援策として「WizCon NAGASAKI」を開催しているが、初婚年齢や未婚率は上昇しており、晩婚化・未婚化は加速していると考える。

「WizCon NAGASAKI」への参加者が少ない要因の一つに、ターゲットにしている独身者の層にヒットしていないのではないかと考えるが、結婚に対する意識啓発や婚活イベントではなく、まず経済的な不安の解消が近道だと思う。

【具体的施策（２） 子育ての環境を充実する】

- 子育て支援を行う機関や団体等とのネットワークづくりの促進・連携体制の構築は、素晴らしい取組みだと思うので、ぜひ続けてほしい。
- 家庭の子育て力向上の支援に関する問題点で、「お遊び教室に低年齢児の参加者が増えており、就学前の幅広い年齢の児童の参加につながっていない。」とあるが、月に一度平日のみ開催ではなく、土日も含めて月２回の開催を検討してはどうか。
- あぐりドームは曜日によっては予約が取れにくいことがあるため、利用者ニーズに最大限応えられていないとのことであるが、アンケート調査では「屋内の子どもの遊び場」を求める声が多い。今後の取組みとして、あぐりドームの運営の改善に努めるとのことであるが、予約が取れない曜日は土日を指すと考えられるため、運営改善だけで解決できないのではないかとと思われる。もっと気軽に行ける場所にいつでも屋内で思い切り遊べる場を増やしてほしい。

- 子ども達が一番身近に集う地域の公園から子どもの声が少なくなっている。遊ぶのは子ども達である。公園でも思い切り遊べるよう、親だけを対象にアンケートをとるのではなく、子どもを対象にアンケートを取り、子ども達の声も今後の遊び場の充実へとつなげてほしい。また、子供の意見はアンケート調査だけではなく、小学校や中学校等へ出向いて、子ども同士が集まり自由に発言できる場で、直接聞いてはどうか。

【具体的施策（３） 学校における教育環境を充実する】

- 特段意見等なし

基本目標3 「まちの形」と「まちを支えるしくみ」をつくる

部会長：都市経営室長

具体的施策

- (1) 地域の力でまちづくりを進める
- (2) コンパクトで暮らしやすいまちをつくる
- (3) 地域をネットワークでつなぐ

ア 基本的方向

人口が減少しても暮らしやすいまちを維持していくため、地域コミュニティの活性化やまちづくりの人材育成及び協働の推進等を図りながら、地域の力でまちづくりを進める。

また、高次な都市機能を維持・集積し、地区ごとの人口規模に見合った公共施設等の見直しを行い、コンパクトで暮らしやすいまちをつくとともに、中心部と周辺部が道路や公共交通・情報などのネットワークでつながり、どこに住んでも暮らしやすいまちをめざす。

特に「選ばれるまちになる」ため、「まちをつなげるプロジェクト」として、公共交通ネットワークなど、中心部と周辺部をつなげる仕組みづくりに取り組むとともに、光回線の整備を促進することで、中心部から周辺部へ情報ネットワークを拡充する。

イ 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)	区分		R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
住みやすいと思う市民の割合	76.8% (30 年度)	↑	目標値	77.8	78.3	78.8	79.4	80.0
			実績値	78.1	77.7	72.8	73.3	
自分が住んでいる地域に愛着を持っている市民の割合	70.5% (元年度)	↑	目標値	71.0	72.0	73.0	74.0	75.0
			実績値	79.9	77.5	75.8	74.4	

ウ 基本目標の総合評価

「住みやすいと思う市民の割合」は73.3%で、目標値である79.4%を達成できていない。また、「自分が住んでいる地域に愛着を持っている市民の割合」は74.4%で、令和5年度の目標値を達成しているものの、令和2年度の実績値79.9%から年々減少してきている状況である。

地域コミュニティ連絡協議会の設立数が増加し、自主的、自立的に地域課題の解決に向けた取り組みが進んでいる一方で、地域の実情、特性などから協議会設立に向けての機運が高まっていない地区もある。また、人口減少や少子高齢化などにより、まちづくりの担い手不足や自治会加入率、消防団員数についても減少傾向にある。

長崎都心まちづくり構想を策定し、新たなまちの基盤が生み出されることにより生じる効果を都心部全体へ波及させるための方向性を示したが具体的な事業展開に至っておらず、

長崎市全体へ波及させる方向性を示せていない。また、地区別計画の実行により公共施設マネジメントに取り組んでいるものの、長崎市の公共施設全体の約3分の2を占めている市営住宅と学校施設の適正な配置が課題となっている。

公共交通の維持につなげるため、市独自の支援金を支出することで運行の確保を行い、長崎市地域公共交通計画に掲げる運行の効率化などの取組みを進めているものの、人口減少と新型コロナウイルス感染症拡大による利用者の急減により、交通事業者は依然として厳しい経営状況にある。また、長崎市電子申請サービス等を利用した行政手続のオンライン化により業務のデジタル化を進めている一方で、庁内の当該システムへの理解や活用事例の周知が不足している。

エ 審議会における評価に対する意見等

【全般】

- 総合評価にかかる数値目標において、「住みやすいと思う市民の割合」と「自分が住んでいる地域に愛着を持っている市民の割合」があるが、漠然としている。なぜ愛着を持っているのか、なぜ住みやすいと思っているのかといったところまで着目していく必要があるのではないか。

【具体的施策（１） 地域の力でまちづくりを進める】

- 特段意見等なし

【具体的施策（２） コンパクトで暮らしやすいまちをつくる】

- 長崎スタジアムシティの開業に関連する話だが、長崎のまちの中心がずれだしているということが意見として出てきている。長崎駅から昔の浜町、中通り、新大工周辺が寂れだしているような気がしており、全体的なまちづくりというものをもう1回考えていかないといけないと思う。
- コンパクトシティとしてまちを中心に集めていくことはいいが、逆に言えば100万ドルの夜景がなくなるということにつながる。そういう意味で長崎の夜景を犠牲にしている側面も出てくるのではないかな。こういったことも含めて、次期戦略については考えていただきたいと思う。
- 住宅に関しては、ただ供給するだけでなく、それを買える人がいるのかどうかというところまで考えないといけないのではないかな。

【具体的施策（３） 地域をネットワークでつなぐ】

- 公開型GIS「ながさきマップ」に関する取組みについて、国土交通省が出しているPLATEAUという3次元マップがあり、多くの自治体が参加している。

このデータは、3次元マップとなっており、建物の高さや間口、道路の幅といった情報まで集約されており、オープンデータとして公開されるものであるが、様々な機能により災害用などにも使えるマップになるため、長崎市も早期に取り組むべきだと

思う。

- 路線バスの運転手確保が難しくなっていることに伴い、バスの使い勝手が悪くなっているのではないかという意見もあっている。運転手の確保が進まないと簡単に解決できる話ではないと思われるが、次期戦略の中で取組みを進めていただきたい。

施策

- (1) 顧客創造プロジェクト
- (2) 価値創造プロジェクト
- (3) 交流を支える都市の基盤整備
- (4) 交流の産業化を進める体制づくり

ア 基本的方向

長崎市は、鎖国時代に唯一西洋に開かれた窓口として、特に人の交流によって栄えた都市であり、歴史、伝統、文化、自然や景観等の他の都市にない豊かな地域資源がある。これまで長崎市では、この地域資源を開拓し、磨き、そして活かすまちづくりを進めてきており、まちづくりの方向性がまさに地方創生の方向性と同じである。

これまでの取組みにおいても、平成30年の観光消費額が過去最高額となるなどの成果を上げてきたところである。

引き続き、長崎市が誇る有形・無形の地域資源に磨きをかけ、情報を国内外に発信して「人」の交流を生み出し、質の高いサービスを提供するための創業や既存事業の拡充を図り、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。

その結果、市民が自らの個性や強みを活かせる新たなしごとを創出できる、選択できるまち長崎が実現することで地域資源が更に磨かれ、交流の拡充、ひいては定住の促進が図られるという好循環の確立をめざし、国内観光オンリーの「昭和の観光都市」から、インバウンドやMICE、スポーツ、文化などを加えた多くの訪問客を迎える「21世紀の交流都市」へ、民間の主体的な参画を促しながらレベルアップを図り、観光客と消費額の拡大を加速していく。

特に「選ばれるまちになる」ため、「まちMICEプロジェクト」として、MICE開催を契機として、まちの中に人を呼び込み、滞在時間と消費の拡大につなげ、MICE開催による効果をまち全体に波及させる。

イ 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)	区分		R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
旅行消費額[暦年]	1,496 億円 (30 年)	↑	目標値	555	657	1,177	1,507	1,555
			実績値	611	616	1,037	1,434	
経済波及効果[県内]	2,292 億円 (30 年)	↑	目標値	850	926	1,660	2,125	2,193
			実績値	890	862	1,452	2,163	

※ 経済波及効果は9月中旬ごろ確定予定であったため、過去の実績から経済波及効果は観光消費額の1.4～1.5倍程度であるため、下記試算により、経済波及効果の目標を達成として計上。

(経済波及効果試算値) R4観光消費額1,037億円 × 1.4 ≒ 1,452億円

ウ 特定目標の総合評価

令和5年における長崎市への訪問客数は、約532万人となり、令和元年（約692万人）比で約8割ほどまで回復した。これは、新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行したことなどによる各種規制の緩和や外国人訪問客への水際措置の撤廃などにより移動制限のない年となったこと、また、各種イベントが再開するなど、人流を活性化させる動きによる増加であると推察する。

このように、新型コロナウイルス感染症の影響から脱却しつつある中、観光消費額および経済波及効果を増加させるためにも、日本人観光客はもちろん、爆発的に増加している訪日外国人に対し、誘客と消費行動を拡大させる好機を逃さず、観光まちづくりによって得られる成果を最大限に享受していく必要がある。

エ 審議会における評価に対する意見等

【全般】

- 国において、国民一人当たりの年間消費額を公表していると思うが、この金額と観光客に係る消費額の比較というのを見たことがある。過去、長崎市でも市民一人当たりの消費額を算出し、この金額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していた。

こういった数字を見える化することで、観光事業者やDMO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る。

- 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、効果を測ってはどうか。

【具体的施策（１） 顧客創造プロジェクト】

- 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観光であり、それから飲食と続くため、その分野が重要だと考えている。そういった中で、長崎市街地を中心とした広域的な夜景資源の掘り起こしが課題とのことだが、長崎市街地の中心部を維持・発展させていくことが重要だと思う。

【具体的施策（２） 価値創造プロジェクト】

- 全国的に宿泊業の付加価値が低い中で長崎市は高額消費の旅行者誘客も行っており、実際に、非常に高価なホテルも出てきているが、一般の観光客を呼び込むためには、付加価値を高めていく必要があると考える。
- 長崎商工会議所青年部として長崎夜景プロモーション実行委員会にも参画し、夜景フォトコンテストを実施したところである。コンテストで集まった素材で広げていくということは、すごくいい取り組みだと思う一方で、それだけだと、戦略として弱いと

思われるため、夜景のブランド力の強化に向けて具体的な取組みや骨組みをしっかりと
する必要があるのではないかと考える。

【具体的施策（３） 交流を支える都市の基盤整備】

○ 特段意見等なし

【具体的施策（４） 交流の産業化を進める体制づくり】

○ 特段意見等なし

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会規則

(趣旨)

第1条 この規則は、長崎市附属機関に関する条例（昭和28年長崎市条例第42号）第3条の規定に基づき、長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会（以下「審議会」という。）について、必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 審議会は、委員20人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のいずれかのうちから市長が委嘱する。

- (1) 産業関係団体を代表する者
- (2) 労働・雇用環境を所管する行政機関を代表する者
- (3) 学識経験のある者
- (4) 金融機関を代表する者
- (5) 労働関係団体を代表する者
- (6) 報道関係団体を代表する者
- (7) 子ども・青少年育成関係団体を代表する者
- (8) 不動産関係団体を代表する者
- (9) 市民

3 市長は、前項第9号に掲げる委員の選任に当たっては、公募の方法により、これを行うものとする。

(任期)

第3条 委員の任期は、2年とし、再任されることを妨げない。

2 委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 前条第2項第1号、第2号及び第4号から第8号までに掲げる者のうちから委嘱された委員が、それぞれ同項の相当規定に該当する者でなくなつたときは、前2項に定める任期中であつても、当該委員の委嘱は解かれたものとする。

4 第1項の規定にかかわらず、委員の任期については、委嘱の際現に委員である者の任期満了の日を勘案し、必要があると認めるときは、2年を超えない期間とすることができる。

(会長及び副会長)

第4条 審議会に会長及び副会長1人を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 審議会の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 審議会の議事は、出席した委員の過半数でこれを決し、可否同数のときは、議長が決するところによる。

(関係人の出席等)

第6条 審議会は、必要があると認めるときは、関係人の出席を求め、その意見若しくは説明を聴き、又は関係人に資料の提出を求めることができる。

(結果報告)

第7条 会長は、審議が終わったときは、速やかにその結果を市長に報告しなければならない。

(庶務)

第8条 審議会の庶務は、企画政策部長崎創生推進室において処理する。

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

(略)