

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4年 8月5日

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

関係課名

商工振興課、ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室、水産振興課、農林振興課、都市経営室、国際課、住宅政策室、広報広聴課、商工振興課、文化振興課、スポーツ振興課、移住支援室、建築指導課、住宅政策室、人事課、広報戦略室、東京事務所、都市経営室、移住支援室、平和推進課、産業雇用政策課、観光交流推進室、ふるさと納税推進室、長崎学研究所、地域センター(高島、外海、琴海)

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。

施策体系

※基本目標—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

数値目標・重要業績評価指標(KPI)の達成状況

	達成		概ね達成		未達成		計
	数	率	数	率	数	率	
数値目標	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	3
重要業績評価指標(KPI)	15	62.5%	2	8.3%	7	29.2%	24

※達成:達成率が100%以上 概ね達成:達成率が95%以上~100%未満 未達成:達成率が95%未満

※数値目標、重要業績評価指標(KPI)一覧表を元に集計。

基本目標の評価

Cb 数値目標は一部達成に留まるものの、具体的施策におけるKPIをほぼ達成したことから、基本目標等の達成に向けて概ね進んでいる

判断理由

「数値目標」は、3項目のうち、達成率100%以上のものが1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）24項目（未確定の項目を除く。）のうち、達成率100%以上のものが15項目と半数以上であることから「b」とする。

今後の取組み方針

(1) 魅力ある仕事をつくる

・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に向け、より効果的な支援が行える組織横断的な体制強化を図る。
・ICT・IoT活用技術による生産性向上、新製品開発等の取組みを支援するとともに、先端情報技術導入による生産性向上の取組みを促すための企業の人材育成の取組みを支援する。
・長崎市の強みを活かし、IT関連企業（情報通信業）等の企業誘致活動を実施するとともに、誘致企業に対する立地後のアフターフォローの充実を図る。
・働き方に関する意識の変化・多様化に対応し、特に若者が望む「時間や場所に縛られない働き方」の導入に関する意識の啓発と取組みの推進を図る。
・学生の思考やニーズ等にマッチした情報発信に努めるとともに、企業の採用活動の支援やより多くの学生と企業の交流機会を創出する。

(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する

・創業者に対する適切な支援を行うとともに、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る。また、金融機関等と連携し、スタートアップを目指す人材の発掘と起業を支援する。
・地域商社と事業者とのマッチングを行うことなどにより、地場事業者の新商品の開発や販路開拓につなげる。
・農林水産業においては、関係機関等と連携し、支援体制の充実を図ることで、人材の確保・育成を支援する。
・施設整備、スマート農業等の新技術導入などへの支援を行い、生産性の向上を図り、農林水産業の経営安定につなげる。

(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める

・ボランティア活動に関する情報発信の支援やオンライン上でのボランティア創出などにより学生のボランティアへの自主的参加の促進や参加者数の増加を図るとともに、長崎のまちを舞台に最先端で活躍する人材を講師として招致する「(仮称)游学のまち長崎 リレー講座」の開催に向けて、長崎地域の7大学と協議・検討をしていく。
・関係機関と連携して留学生への支援に取り組むとともに、市民の異文化理解や多文化共生にも寄与するようにさまざまな機会をとらえ協働に取り組むことで、留学生数の増加を図る。
・市営住宅における移住者や若者の受け入れ体制づくりを進めるとともに、住戸改善や民間住宅供給検討など、住宅供給の観点から、更なる若者や子育て世帯の市外への流出を抑制し定住促進を図っていく。
・民間事業者などと連携し、新たな「若者が楽しむことができる場」の創出に向けた取組みの具体化を図るほか、「ながさき若者会議」の運営などを通して若者のチャレンジの実現に向けた支援を行う。
・若い世代に長崎の様々な魅力を紹介するため、幅広く普及しているSNSなど新たな広報媒体を活用し、若い世代が注目するような情報発信を行う。

(4) 移住を促進する

・移住にとって重要な要素となる「住まい」と「仕事」を中心としたサポートについて、引き続き関係機関・団体と連携してさらなる充実を図る。
・「住まい」「仕事」など移住に関する情報が効果的にターナーにも伝わるよう、情報発信の方法を検討し、取り組むことで、移住先としての長崎市の認知度を高める。
・将来的な移住者、特にターナーの裾野を拡大するため、ワーケーションの受け入れなど関係人口の創出・拡大につながる取り組みを行う。
・新型コロナウイルス感染拡大を契機とした地方移住の機運の高まりを捉え、さらなる移住者の増加を目指す。

(5) 関係人口を創出・拡大する

関係人口の創出、拡大に向けて、コロナ禍においても、域外から長崎市でのイベント等へ参加できるようなSNSやオンラインを活用した取組みを推進し、域外の人材と関係する機会の充実を図る。
また、現在の取組みを継続するとともに、関係人口の創出、拡大及び域外での活動促進に直接的につながるような新たな効果的な取組みの検討を行う。
長崎〇〇LOVERSプロジェクトについては、引き続き、SNS等を活用して企画趣旨の浸透を図るとともに、小中学校等と連携した若い世代に向けた周知活動に力を入れることにより、将来的に長崎市を応援してくれる関係人口の創出や魅力発信の担い手を育てるなど、市民や民間を巻き込んだ新たな取組みにより、自定化の促進を図る。
広報戦略推進事業については、連携協定に基づき、情報発信力の強化につながる民間事業者等のネットワークとの連携を図るなど、長崎の情報を広く発信できるしくみづくりに取り組む。
がんばらんば長崎市応援寄附推進事業については、さらなる関係人口の拡大のため、カタログ、ポータルサイトの内容充実やダイジェスト版カタログ等による観光客へのPR等により、長崎市のふるさと納税やまちづくりの取組みに関する情報を発信する。これまで以上に事務代行事業者及び返礼品提供事業者と連携し、返礼品の新たな掘り起こしや質的向上、定期便の拡充などにより充実を図る。

ワーケーションについては、受け入れ態勢を整えるため、民間のネットワーク組織「長崎・新たな暮らし方会議」と連携し、取り組んでいく。また、引き続きワーケーションを行う企業や個人のニーズを把握し、長崎市におけるワーケーション受け入れにあたって課題抽出を行う。

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)

- 企業の生産性向上による付加価値の拡大や人材育成においてDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進が必須である。
- 評価は「基本目標の達成に向け概ね進んでいる」とありますが、数値目標の達成率や人口減少の高止まりの現状を見ると疑問に思う。

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

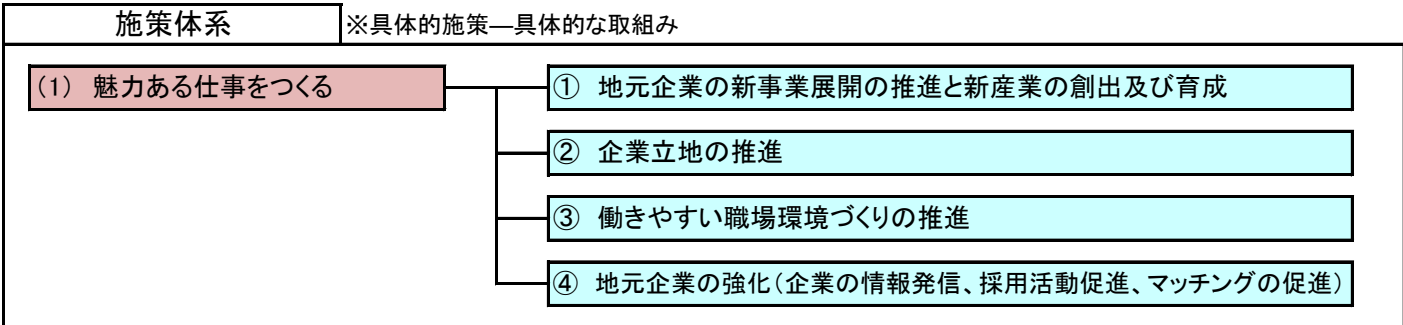
- 若い世代が市役所からの情報に満足していない要因として、欲しい情報を探しにくいことや市役所の情報に対する興味が高くないことなどが挙げられていることから、これらの点への対策を強化すべきである。

長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和4年8月5日

基本目標1 経済を強くし、新しいひとの流れをつくる

具体的施策	(1) 魅力ある仕事をつくる
<p>新たな産業の創出・育成に係る取組みへの支援や地域の発展に寄与する企業誘致を推進することで、働く場を確保するとともに、ワーク・ライフ・バランスの周知・啓発などによる働きやすい職場環境づくりの推進と地元企業の情報発信の強化や学生とのマッチングなどによる雇用の強化を図り、多様な人材の確保に取り組む。</p>	
施策主管課	産業雇用政策課
関係課	商工振興課、ゼロカーボンシティ推進室、人権男女共同参画室



重要業績評価指標(KPI)	※評価は達成(達成率100%以上)、概ね達成(同95%以上)、未達成(95%未満)の三段階					
具体的な取組み	指標名	単位	R3目標値	R3実績値	達成率	評価
①地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成	新事業展開やIoT活用技術による生産性向上に取り組む企業を支援した件数[累計]	件	24	76	316.7	達成
	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]	件	3	2	66.7	未達成
②企業立地の推進	企業立地件数(市外企業新設)[累計]	件	5	6	120.0	達成
③働きやすい職場環境づくりの推進	県内事業所における1人当たり月平均総実労働時間の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	%	102.1	103.9	98.2	概ね達成
	県内事業所における1人当たり平均年次有給休暇取得率の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	%	94.3	111.1	117.8	達成
④地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)	市内高校卒業者の市内就職率	%	53.8	55.8	103.7	達成
	事業者への新卒採用状況調査における求人人数に対する平均充足率	%	68.0	70.8	104.1	達成
	事業者への新卒採用状況調査におけるUIJターン就職者数	人	300	246	82.0	未達成

※県: 常用労働者5人以上の事業所、全国: 常用労働者30人以上の事業所が調査対象

評価(成果・効果)

① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成

オープンイノベーション型の新規事業創出において、関係機関が連携した新たな支援モデルが構築され、組織横断的な支援によって、新産業の種となりうる取組事例が創出された。

長崎地域造船造機技術研修センターの取組みを支援し、新人の人材育成や経験者研修を行うなど、競争力強化を図ったことにより、地場企業の知識・技能が向上した。

「優れモノ認証制度」により、「トライアルオーダー認定品」及び「優れモノ」を認証し、地場事業者が他の自治体や事業者に効果的な営業ができるように支援し、販路の開拓及び売上拡大につながった。

長崎市チャレンジ企業応援補助金において、地場事業者の販路開拓をはじめ、新製品開発、生産性向上、新事業展開の取組みに必要な機械設備等の導入や研究開発、人材育成など86件の取組みを支援したことで、経営の多角化や生産性向上など競争力強化につながった。

② 企業立地の推進

特に若年層が期待する良質な雇用機会の確保につながる研究開発拠点の立地3社を含め4社の市外企業が立地しており、産業の振興と雇用機会の拡大につながった。

③ 働きやすい職場環境づくりの推進

人材確保にあたっては、若者が望む多様な働き方への対応が必要であることを伝える啓発セミナーに加え、社内で取組みを推進するキーパーソンを養成するための講座を開催したことで、講座を受講した多くの企業が講座終了後社内で実践しており、取組みを推進することができた。

ワーク・ライフ・バランスに関する様々な講座を開催したことで、その考え方の普及・浸透につながった。

④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)

SNSやインターネット等の様々な媒体で企業情報やインターンシップ情報を発信するとともに、各種取組みについて幅広く周知し、SNSのフォロワー獲得やサイト閲覧等に繋げることができたほか、保護者向けセミナーを通じて、企業情報や子どものより良い就職活動に繋がる情報を提供することができたことで、学生や保護者に対する、市内企業の情報並びに長崎で働く魅力の認知度向上につながった。

長崎工業会が実施している人材育成に向けた取組みを支援したことで、技能・技術の向上や生産性の向上が図られた。

評価(問題点とその要因)

① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成

オープンイノベーション型の新規事業創出について、地域課題の提供や地場企業・県外企業等のマッチングなどを含め、プロジェクトの創出を促すための支援体制が十分でない。

造船業などの一部の企業においては、受注の先行きが不透明となっており、人材育成よりも受注確保を優先せざるを得ないことなどから、人材育成の取組みに対して、慎重になる企業も見受けられる。

ICT・IoT等の情報技術に対する理解が不足している経営者や情報技術に精通している社員がいないことから、IoT導入などの取組みに慎重になっている企業も少なくない。

コロナ禍により、事業者を取り巻く環境は大きく変化しており、先行きが不透明であることから、新たな取組みに慎重になっている企業も多い。

② 企業立地の推進

IT関連企業(情報通信業)を中心に市内への企業立地が進むなか、特にIT人材は全国的な人手不足となっていることなどから、誘致企業における円滑な人材採用が課題となっている。

③ 働きやすい職場環境づくりの推進

ワーク・ライフ・バランスに関する講座の開催回数は増加しているものの、新型コロナウイルス感染症予防に対する意識が強くなったことなどから、1講座あたりの参加者数が減少し全体の参加者数が伸び悩んでいるものと思われる。

④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)

企業紹介動画について、教育機関における就職支援担当者の認知度は一定高まったと思われるが、その閲覧状況から学生の思考やニーズに合ったものとはなっておらず、学生世代における認知度が十分でない。

コロナ禍により、長崎工業会の人材育成事業の一部が実施できず、オンラインセミナー等に変更して実施したものの、内容が伝わりにくいなどの問題もあり、改善が必要である。

今後の取組み方針

① 地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成

新事業の創出や新分野への進出促進において、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に向け、より効果的な支援が行える組織横断的な体制強化を図る。

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する。

「優れモノ」製品として認証できるような魅力ある新製品開発の取組みを支援する。

新事業展開やICT・IoT活用技術による生産性向上、新製品開発等の取組みについては、国や県、長崎市の支援制度の更なる活用を促すことにより、企業の設備投資意欲を促し、地場事業者の競争力強化を図っていく。あわせて、ICTやIoTなど先端情報技術導入による生産性向上の取組みを促すため、先端情報技術導入に向けたセミナーの開催や、ITコーディネーターのサポート活動により企業の人材育成の取組みを支援する。

② 企業立地の推進

企業誘致においては、地震が少なく人材も豊富である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、IT関連企業(情報通信業)等の誘致活動を実施するとともに、誘致企業の従業員確保のための採用活動への支援、事業内容の周知や長崎での事業展開を円滑に行うための地場企業との協業の支援など、誘致企業に対する立地後のアフターフォローの充実を図る。

③ 働きやすい職場環境づくりの推進

コロナ禍以降、働き方に関する意識も変化・多様化しており、今後の人材確保にあたっては、特に若者が望む「時間や場所に縛られない働き方」を推進することが重要であるため、その意識の啓発と取組みの推進を図る。

コロナ禍においてもワーク・ライフ・バランスの考え方の普及・浸透を図っていくために、多くの人に学習の場を提供できるようオンライン講座の実施など、新たな手法を取り入れながらワーク・ライフ・バランスに関する講座を継続して実施する。

④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)

学生の思考やニーズ等を分析し、よりマッチした形で情報発信を行うとともに、引き続き企業のオンラインを含む採用活動の支援やより多くの学生と企業の交流機会を創出する。

個々の中小企業では行うことが難しい技能技術の伝承や、高度技術者・営業等の中核的人材の育成について引き続き支援するとともに、経営力強化や技能向上のための人材育成や後継者育成により地域内の経営人材の育成に努める。

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)

○ ものづくり支援事業(造船造機技術研修センター補助)について、競争力が強化されるような長崎地域造船造機技術研修センターによる新人の人材育成や経験者研修とはどのようなものなのかとの質問に対し、市から、入社してから2ヶ月間で造船工学の基礎知識を学ぶとともに、溶接をはじめ玉掛け、研削砥石、クレーン・フォークリフトなどの実習指導を行い、資格取得までできる取組みを行っていること、また、経験者研修では、参加企業の技術・技能の高度化を図るため、必要な座学や専門実習等を行っている旨の説明がなされた。

○ 再生可能エネルギー活用推進事業について、環境問題を解決するための基本である、興味のない人へのアプローチに努めてほしい。

○ 新産業・起業チャレンジ促進事業について、オープンイノベーションと従来の連携枠組みや機能との違いは何かという質問に対し、オープンイノベーションは手法であり、従来の連携の枠組みや機能でも活用されていたものと考えているが、現在の取組みでは、長崎サミットにおける「オープンイノベーション宣言」も追い風に、人と人、地場企業と都市部の企業等をつなげ、新たな事業展開を伴走して支援する体制が産学官金連携のもとに立ち上がり、重要な役割を担っている点が特徴である旨の説明がなされた。

また、その説明に対し、既存の手法と新しい手法の違いをはっきりさせたうえで、しっかりやっていくべきである旨の意見が出された。

○ 啓発セミナーやリーダー育成講座などを行っているが、こうしたセミナーは民間企業でも主催しており、民間企業を育てるためにも、主催は民間企業とし、行政はそのバックアップを図ることはできないかとの意見に対し、テレワークやリモートワークをはじめとする「若者が望む新しい働き方」を市内企業に広く啓発・推進するものであり、セミナー等の受託事業者選定に係る公募型プロポーザルにおいても市内企業の応募はなかったため、今後も市が主体となって取り組んでいく必要があると考えている旨の説明がなされた。

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

○ 働きやすい職場環境づくりのため、企業の職場慣習改善を管理者に促すとともに、従業員の意識改革も行わなければならない。

具体的な取組み

①	地元企業の新事業展開の推進と新産業の創出及び育成	産業雇用政策課
---	--------------------------	---------

重要業績評価指標 (KPI)	※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
				目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率
新事業展開やIoT活用技術による生産性向上に取り組む企業を支援した件数[累計]	6件 (30年度)	42件 (6年度)	↑	目標値	18	24	30	36	42
				実績値	24	76			
				達成率	133.3	316.7			
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 (2年度)	9件 (6年度)	↑	目標値	1	3	5	7	9
				実績値	1	2			
				達成率	100.0	66.7			

令和3年度における具体的な事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり支援事業(造船造機技術研修センター補助) ・ものづくり支援事業(優れモノ認証) ・チャレンジ企業応援補助金 ・新産業・起業チャレンジ促進事業 ・再生可能エネルギー活用推進事業
-----------------	---

ものづくり支援事業(造船造機技術研修センター補助)
 ものづくり支援事業(優れモノ認証)
 チャレンジ企業応援補助金

【取組みの内容】

- ・長崎地域造船造機技術研修センターの取組みを支援し、次世代の造船業を担う新人の人材育成や経験者研修を行うなど、競争力強化を図った。
- ・「優れモノ認証制度」により、地場事業者の優れた製品・技術を「優れモノ」として令和3年度は2製品認証(認証期間:3年)し、「トライアルオーダー認定品」として1製品認定(認定期間:3年)した。パンフレットやホームページで認証品等の情報発信を行うとともに、認証された事業者のPR活動の支援を行った。また、過去の認定事業者1社が商品パンフレット作成のため、PR補助金を活用した。
- ・長崎市チャレンジ企業応援補助金において、市内中小事業者の販路開拓をはじめ、新製品開発、生産性向上、新事業展開の取組みに必要な機械設備等の導入や研究開発、人材育成などの取組みを支援した。

【成果・効果】

- ・長崎地域造船造機技術研修センターの活動により、技能職の新人研修(6社、9人参加)や中堅者研修(3社、5人参加)、安全体感及び感性研修(11社、20名参加)が実施され、地場事業者の知識・技能が向上した。
- ・優れモノの認証やトライアルオーダーの認定をすることで、地場事業者が他の自治体や事業者に効果的な営業ができるなど、販路の開拓及び売上増の一助となった。
- ・地場事業者の販路開拓や新事業展開、ICT・IoT技術による生産性向上の際に必要な機械設備等の導入や研究開発、人材育成等の取組みに対して支援を行ったことで(ECサイト参入支援:6件、ネット販売向け新商品開発支援:28件、ICT・IoT技術活用による生産性向上支援:33件、新事業展開支援:19件)、経営の多角化や生産性向上など競争力強化につながった。

【問題点とその要因】

- ・売り手市場、地場事業者の認知度の低さ、賃金などの労働環境等により、地元で就職する若者が少ないことや、造船業の先行きに不透明感が出てきており、企業側が採用に慎重になっていることを要因として、技術・技能の伝承に支障が出てきている企業が見受けられる。
- ・ICT・IoT等の情報技術に対する理解が不足している経営者や情報技術に精通している社員がいないことから、IoT導入などの取組みに慎重になっている企業も少なくない。
- ・コロナ禍により、事業者を取り巻く環境は大きく変化しており、先行きが不透明であることから、新たな取組みに慎重になっている企業も多い。

【今後の取組み方針】

- ・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する。
- ・「優れモノ」製品として認証できるような魅力ある新製品開発の取組みを支援する。
- ・新事業展開やICT・IoT活用技術による生産性向上、新製品開発等の取組みについては、国や県、長崎市の支援制度の更なる活用を促すことにより、企業の設備投資意欲を促し、地場事業者の競争力強化を図っていく。あわせて、ICTやIoTなど先端情報技術導入による生産性向上の取組みを促すため、先端情報技術導入に向けたセミナーの開催や、ITコーディネーターのサポート活動により企業の人材育成の取組みを支援する。

新産業・起業チャレンジ促進事業

【取組みの内容】

- ・県や金融機関、メディア、他自治体などとともに支援チーム「NAIGAI CREW」を構成し、地域課題解決を切り口に、オープンイノベーションの手法を活用して、地場企業と県外企業との協業による新規事業の創出を支援した。
- ・新規事業創出に向けたプロジェクトの初期段階の支援を行うため、新たに「長崎市オープンイノベーション型新規事業創出支援補助金」を創設した。

【成果・効果】

- ・関係機関が組織横断的に連携した新たな支援モデルが構築され、オープンイノベーションの手法による、様々なプロジェクトを支援した結果、地域課題である「漁業者の所得向上」の解決を目指す「おさかなサブスク」の事業化に向けたモニター型実証実験が実施されるなど、新産業の種となりうる取組事例が創出された。
- ・地場企業や都市部企業が交流するイベントなどを通じて、コミュニティが醸成されたことで、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の理解促進につながった。（イベント参加者計119名 内県外企業参加者数40名）
- ・オープンイノベーション型新規事業創出支援補助金にて市内漁協と県外大学発ベンチャーによる「養殖業向け海洋モニタリングシステムの実証実験」など、4件のオープンイノベーション案件について、初期段階の支援ができた。

【問題点とその要因】

- ・産学官金が組織横断的に連携してオープンイノベーション型新規事業創出を支援するという新たな支援モデルが構築され、コミュニティの醸成が進んでいるが、実際に4つの支援機能を支援対象に対して実施するマンパワーが不足しており、支援案件の増加に対応できなくなる懸念がある。
- ・市内において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取り組む機運の醸成が不十分である。

【今後の取組み方針】

- ・地場企業及び県外企業等による地域課題の解決に向けた協業・事業化を産学官金で連携して推進するとともに、支援に携わる関係者の掘り起こしや役割分担の整理を行いながら体制強化に努める。
- ・セミナーやワークショップの開催を通じて、市内におけるオープンイノベーションに対する機運の醸成及び手法の浸透を図る。

再生可能エネルギー活用推進事業

【取組みの内容】

- ・市内産学官民が連携する基盤を構築し、新たな脱炭素化事業を創出するため、令和3年度から5年度までの3年間で実施する「エネルギー版産学官民連携スタートアップ事業」を開始し、令和3年度は、脱炭素社会に向けた国の動向や先進的な取組事例紹介など、市民、事業者に向けた情報共有のためのセミナーを開催した。（開催回数：3回、参加者数延：233名）

【成果・効果】

- ・エネルギー版産学官民連携スタートアップ事業において、セミナーを開催することにより、国の動向や脱炭素化事業の先進的、具体的な取組事例等の情報を共有することで、市内産学官民が一丸となって取り組むことの必要性や市民・事業者の意識、機運の醸成を図ることができた。

【問題点とその要因】

- ・市民や事業者においては、脱炭素化事業の取組みの必要性は認識しているものの、具体的な方策に苦慮している。

【今後の取組み方針】

- ・再生可能エネルギー等の活用に向け、「エネルギー版産学官民連携スタートアップ事業」において市内の産学官民が連携するネットワークを構築することにより、市民や事業者などの意識の醸成を図り、新たな脱炭素化事業の創出につなげる。

具体的な取組み

② 企業立地の推進

産業雇用政策課

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6
				目標値	実績値	達成率		
企業立地件数(市外企業新設)[累計]	2件 (2年度)	14件 (6年度)	↑	2	5	8	11	14
					6			
					120.0			

令和3年度における具体的な事業

・企業立地推進事業

企業立地推進事業

【取組みの内容】

- ・企業立地奨励制度において、大企業が高度専門業務を行う場合の雇用要件を緩和した。
- ・(公財)長崎県産業振興財団に職員を3人(長崎に2人、東京に1人)派遣し、県と連携した企業誘致活動を行った。
- ・企業立地奨励制度を活用し、市外からの企業立地や事業規模を拡大する市内企業の増設・移設を促した。
- ・誘致企業の雇用が円滑に進むよう、(公財)長崎県産業振興財団と連携し、採用活動の支援等のアフターフォローを行った。
- ・(独)鉄道建設・運輸施設整備支援機構など関係機関とともに、田中町(卸団地横)において企業立地用地の整備を進めた。

【成果・効果】

- ・小規模で事業開始することが多い大企業の研究開発拠点の誘致において、競争力が向上した。
- ・158人の新たな雇用が見込まれる企業立地(新設4社、増設1社)が決定し、そのうち3社が研究開発拠点の立地だったことにより、特に若年層が期待する良質な雇用機会が確保された。
- ・高い技術を持つ市外企業の立地により、地場企業との協業による新たな製品・サービスの創出に向けた取組みが生まれた。

【問題点とその要因】

- ・IT関連企業(情報通信業)を中心に市内への企業立地が相次いでいるなか、IT人材においては、全国的に人手不足となっていることなどから、誘致企業の人材採用が課題となっている。

【今後の取組み方針】

- ・誘致企業の雇用が円滑に進むよう、引き続き採用活動の支援等のアフターフォローを進める。
- ・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、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人材の輩出が見込まれる」などの本市の強みや「新型コロナウイルス感染症の影響による地方回帰の機運の高まり」などを活かした誘致活動を積極的に行う。

具体的な取組み

③ 働きやすい職場環境づくりの推進(基本目標2-(2)-⑥-アへ一部再掲)

産業雇用政策課

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6
県内事業所における1人当たり月平均総実労働時間の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	104.2% (30年)	100.0% (6年)	↓ 目標値	102.8	102.1	101.4	100.7	100.0
			実績値	105.0	103.9			
			達成率	97.9	98.2			
県内事業所における1人当たり平均年次有給休暇取得率の対全国比(毎年の全国平均値を100%と仮定)【※基本目標2-(2)-⑥へ再掲】	88.6% (30年)	100.0% (6年)	↑ 目標値	92.4	94.3	96.2	98.1	100.0
			実績値	97.7	111.1			
			達成率	105.7	117.8			

※県: 常用労働者5人以上の事業所、全国: 常用労働者30人以上の事業所が調査対象

令和3年度における 具体的な事業

- ・若年者雇用促進事業
- ・啓発広報事業

若年者雇用促進事業 啓発広報事業

【取組みの内容】

- ・働き方改革や若者が望む多様な働き方の必要性を広く伝えるための啓発セミナーと、社内で取組みを推進するキーパーソンを育成するための企業内推進リーダー養成講座(3講座/期×2期)をそれぞれ開催した。
- ・ワーク・ライフ・バランスについて考える機会を提供するため、男女共同参画推進センターにおいて、ワーク・ライフ・バランスに関する講座を11回(参加者数:142人)開催した。

【成果・効果】

- ・コロナ禍でテレワークやリモートワークなど、多様な働き方への対応が急務となった中、啓発セミナー開催(参加者:78社99人)により、参加者へ幅広く意識の啓発を図ることができた。また、養成講座参加者(2期合計26社40人)の8割以上が、講座後に社内で働き方改革を実践するなど、取組みを推進することができた。
- ・働き方に関する講座などワーク・ライフ・バランスに関する様々な講座を開催し、ワーク・ライフ・バランスの考え方の普及・浸透につながった。

【問題点とその要因】

- ・ワーク・ライフ・バランスに関する講座について、令和2年度と比較すると、開催回数は増加しているものの、新型コロナウイルス感染症予防に対する意識が強くなったことなどから、1講座あたりの参加者数が減少し全体の参加者数が伸び悩んでいるものと思われる。

【参考】

- 令和2年度 : 7回(参加者数:141人)
- 令和3年度 : 11回(参加者数:142人)

【今後の取組み方針】

- ・コロナ禍以降、若者の地方への関心が高まっているとともに、テレワークやリモートワーク、週休3日制、副業解禁など働き方に対する意識も変化・多様化していることなどから、雇用の受け皿となる市内企業の受入れ態勢の整備が重要であるため、特に若者が望む「時間や場所に縛られない働き方」の導入に関する意識の啓発と取組みの推進を図る。
- ・コロナ禍においてもワーク・ライフ・バランスの考え方の普及・浸透を図っていくために、多くの人に学習の場を提供できるようオンライン講座の実施など、新たな手法を取り入れながらワーク・ライフ・バランスに関する講座を継続して実施する。

具体的な取組み

④ 地元企業の強化(企業の情報発信、採用活動促進、マッチングの促進)

産業雇用政策課

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
市内高校卒業者の市内就職率	48.7% (30年度)	59.0% (6年度)	↑	目標値	52.1	53.8	55.5	57.2	59.0
				実績値	50.7	55.8			
				達成率	97.3	103.7			
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	76.6% (30年度)	77.0% (6年度)	↑	目標値	65.1	68.0	71.0	74.0	77.0
				実績値		70.8			
				達成率		104.1			
事業者への新卒採用状況調査におけるUIターン就職者数	280人 (28~2年度平均)	300人 (6年度)	↑	目標値	300	300	300	300	300
				実績値	178	246			
				達成率	59.3	82.0			

令和3年度における具体的な事業

- ・若年者雇用促進事業
- ・ものづくり支援事業(長崎工業会補助)

若年者雇用促進事業

【取組みの内容】

・企業の情報発信として、企業紹介動画を8社分制作し、動画投稿サイト(YouTube)やケーブルテレビで公開するとともに、学生団体と連携し、SNS(Twitter、Instagram)で企業情報や長崎で暮らす魅力、学生の就職活動に有益な情報を、週2回発信した。また、平成30年度から令和2年度に制作した企業紹介書籍の記事96社分を集約した企業紹介サイトを制作・公開し、オンラインでの企業情報発信の充実を図るとともに、市内企業のインターンシップ募集情報やインターンシップに参加した学生への取材レポートを市ホームページで発信した。加えて、学生の就職先決定に大きな影響力を持つ保護者を対象に、地元就職を促進するためのセミナーを開催した。

・採用活動促進として、企業の人材確保のための各種広告費やPR動画の制作費、就職イベントへの出展費など、オンラインを含む採用活動に要する経費の一部を支援した。

・マッチングの促進として、労働局や長崎県、大学等の各種関係機関と連携し、学生と企業の交流イベント「NAGASAKIごとみらい博」を開催した。

【成果・効果】

・SNS、企業紹介サイトを活用した企業情報の発信について、学生や市内外の大学等へのチラシ配布、各種広告等により、幅広く周知したことで、SNSのフォロワー獲得や企業紹介サイトの閲覧に繋げることができた(SNSフォロワー計:5,106人(うち10~20代:約1,100人)、企業紹介サイト閲覧数:3,879件)。また、市内企業のインターンシップ募集情報(12件)、取材レポートを発信(4社)することで、市内企業のインターンシップへの参加を促すことができた。加えて、保護者向けのセミナー開催(参加者61人)により、保護者に対し地元就職促進に資する情報を発信するとともに、就職活動の実情や子どもへのサポートの在り方など、子どものより良い就職活動に繋がる情報を提供することができた。これらの取組みにより、学生や保護者に対する、市内企業の情報並びに長崎で働く魅力の認知度向上につながった。

・企業の採用活動に要する経費の一部を支援(利用企業数:29社)し、企業の積極的な採用活動を促進することができた。

・対面とリアルを組み合わせたハイブリッド形式で開催したことにより、学生は居住地に関係なく参加することができ、効率的に学生と企業の交流機会を創出することができた。

【問題点とその要因】

・企業紹介動画の閲覧状況を分析すると、1本当たり10分前後の動画に対し、平均再生時間は3分程度であることから、学生にとって魅力的かつ訴求力の高いものとは言い難い状況であった。これまでの周知活動により、市内外の教育機関における就職支援担当者の認知度は一定高まったと思われるが、若者の思考やニーズに合ったものとなっておらず、学生世代における認知度が十分でない。

【今後の取組み方針】

・学生世代における情報収集媒体の多様化や、動画に関する趣向も変化していることから、学生の思考やニーズ等を分析したうえで、よりマッチした形で効果的かつ効率的に企業情報や長崎で働く魅力を発信する。

・引き続き市内企業における積極的な採用活動を促す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む。

・引き続き関係機関と連携し、より多くの学生と企業の交流機会を創出するとともに、イベントの企画や周知方法を工夫し、集客に努める。

ものづくり支援事業(長崎工業会補助)

【取組みの内容】

・長崎工業会が実施している企業見学バスツアー、品質管理セミナー等の人材育成に向けた取組みを支援した。

【成果・効果】

・長崎工業会が実施する品質管理セミナー(43人参加)をはじめ、ものづくり人材育成スクール(35人参加)、IT等活用セミナー(125人参加)、海洋産業関連セミナー(50人参加)の実施により、技能・技術の向上や生産性の向上が図られた。

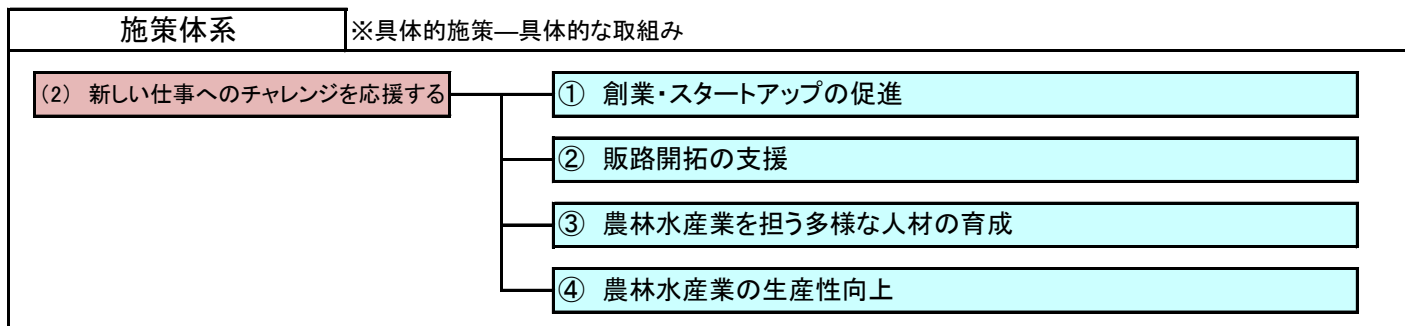
【問題点とその要因】

・コロナ禍により、長崎工業会の現場力向上塾など予定していた人材育成事業の一部が実施できず、オンラインセミナー等に変更して実施したものの、内容が伝わりにくいなどの問題もあり、改善が必要である。

【今後の取組み方針】

・個々の中小企業では行うことが難しい技能技術の伝承や、高度技術者・営業等の中核的人材の育成について引き続き支援するとともに、経営力強化や技能向上のための人材育成や後継者育成により地域内の経営人材の育成に努める。

具体的施策	(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する
関係機関と連携した創業・スタートアップの希望者や販路開拓に取り組む事業者への支援、農林水産業における多様な人材の育成と生産性向上を支援する。	
施策主管課	産業雇用政策課
関係課	商工振興課、水産振興課、農林振興課



重要業績評価指標 (KPI)	※評価は達成(達成率100%以上)、概ね達成(同95%以上)、未達成(95%未満)の三段階					
具体的な取組み	指標名	単位	R3目標値	R3実績値	達成率	評価
①創業・スタートアップの促進	創業サポート長崎の支援による創業者数	人	244	213	87.3	未達成
	地域商社として取引された商談成約件数	件	240	341	142.1	達成
②販路開拓の促進	地域商社事業の売上金額	千円	200,000	73,398	36.7	未達成
	地域商社事業で開拓した販路数	件	40	41	102.5	達成
	水産物展示商談会における商談成約額	千円	116,388	0	0.0	未達成
	認定新規就農者数[累計]	人	38	42	110.5	達成
③農林水産業を担う多様な人材の育成	新規漁業就業者数	人	15	16	106.7	達成
	農産物販売額	億円	50.3	50.3	100.0	達成
④農林水産業の生産性向上	漁業生産量	トン	48,864	未確定	-	-

※漁業生産量は令和5年8月公表予定

評価(成果・効果)

① 創業・スタートアップの促進

専門的な経験・知識を活かしたスタートアップ支援の取組みとして「Nagasaki Startup Compass」を展開し、セミナーを計4回(参加者計97名)、ワークショップを計4回(参加者計33名)実施したことなどにより、参加者のスタートアップに対する理解促進が図られた。

創業サポート長崎を構成する各支援機関において、創業の各段階に応じた支援を行った結果、創業希望者の事業計画の実行性の向上が図られ、213人の創業につながった。

② 販路開拓の促進

地域商社事業については、地域商社2社の新商品開発や販路開拓の支援などにより、売上につながった。

長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、「長崎かんぼこ王国」と連携し、イベント出店やSNS活用の支援等を行ったことにより、長崎かんぼこへの関心が高まった。また、専門家による伴走型支援等を行ったことにより、新たな需要を獲得する付加価値の高い新商品開発の見本となるようなロールモデルの一例を示すことができた。

③ 農林水産業を担う多様な人材の育成

農業次世代人材投資資金及び中高年新規就農者給付金の交付により、新規就農者の初動期の経営安定及び定着を図ることができた。また、新規就農者の今後の農業経営確立に向けた施設整備や、遊休化した農地及び施設の再利用支援等により、意欲の高い青年等の新規就農が図られ、6人の新たな担い手の確保につなげることができた。

経営継承・発展等支援事業の実施により、2名の農業後継者の確保につながった。

新規漁業就業希望者に対する支援を行うことで、新規漁業就業者の早期自立と地域漁業への定着に向け、着実な技術向上が図られた。

④ 農林水産業の生産性向上

認定農業者を中心とした意欲の高い農業者の施設等整備に対する補助を行ったことで、当該農業者の経済的負担が軽減され、農業経営の安定、生産性の向上につながった。

新規植栽(補植)支援として、805本、作業省力化用コンパクト土づくり資材15.30tの導入支援、寒害等気象災害用果樹共済加入の支援を行ったことにより、産地の維持・拡大及び災害リスク管理が図られた。

林業の担い手である森林組合が導入する高性能林業機械に係る経費及び基幹作業員の福利厚生事業に対して支援を行ったことにより、作業の効率化及び林業労働力の安定的確保が図られた。

市内の8漁協(12組織)が市内全海域において漁場環境の再生に継続して活動した結果、磯焼け状態だった海域に藻場の再生が確認されるとともに、漁協及び漁業者が行う施設・機器の整備を支援したことにより、水産物の販売力向上や魚介類の品質保持による魚価の向上につながり、漁協及び漁業者の経営安定化が図られた。

評価(問題点とその要因)

① 創業・スタートアップの促進

長崎市内では、一般の創業者は一定数いるものの、新たな市場開拓等により成長を目指す起業であるスタートアップについての理解がスタートアップを目指し得るような潜在的な人材に届くまで広がっておらず、スタートアップを目指す人材の発掘が難しい。

② 販路開拓の促進

地域商社事業については、地域商社2社は民間企業であり、売れる商品を目利きして取り扱うため、取り扱う商品に限りがある。

長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、業界全体の売上増を図るため、長年、情報発信や販路拡大事業など長崎かんぼこのブランド化に取り組むことで、観光客の購入意欲が一定高まっているものの、地場事業者の多くが小規模事業者であり、営業力や商品開発力が弱い傾向にあることから、カステラ・ちゃんぽん・皿うどんなど、他の長崎をイメージする商品と比較すると、長崎かんぼこの認知度は十分に浸透しておらず、ブランド化には至っていない。

③ 農林水産業を担う多様な人材の育成

農業従事者の高齢化や後継者不足が進行している。

各種事業により、農業基盤の支援を行っているものの、新規就農後の安定した経営にまではつなげていない。

就業後の安定した漁業経営の継続が厳しい状況であり、新規漁業就業を希望する者が少なく、担い手の確保が難しい状況となっておりとともに、研修指導者となる漁業者の高齢化が進み、受入先が限られマッチングがうまくいかない場合がある。

④ 農林水産業の生産性向上

近年の局所的な気象災害や気候変動及びコロナ禍などにより、農産物の生育・販売状況が悪化し外的要因に影響を受ける部分が多い。

生産コストの増加に伴う農家の負担増等、農業を取巻く状況は厳しく、営農に係る技術・経営の未確立や生産コストの増大等により、安定した収入を得ることが難しい。

生産コストの高騰、従事者の高齢化、後継者不足等により、林業を取り巻く状況が非常に厳しいため、担い手育成に苦慮している。

藻場の食害の原因となる食害生物の駆除を行う人員の確保が難しいことから、藻場が回復している箇所が、再び食害を受ける可能性がある。

漁業協同組合等水産関係団体が行う施設等の整備に係る要望の年度の偏りにより、補助の採択を受けられず、要望どおりに事業が実施できない場合がある。また、漁業者の減少や水揚量の減少に伴い、漁業協同組合の経営状況が厳しく、施設更新の経費負担が大きくなっている。

今後の取組み方針

①創業・スタートアップの促進

金融機関(ふくおかフィナンシャルグループ)等と共にスタートアップ支援事業「Nagasaki Startup Compass」において、セミナー等を企画・開催することや専門人材が起業家コミュニティを定期的に訪問することなどにより、スタートアップの機運醸成を図り、スタートアップを目指す人材の発掘と起業を支援する。

創業サポート長崎内で各支援機関同士で調整を行うことにより、創業者に対して創業の段階に応じた適切な支援を行うとともに、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る。

②販路開拓の促進

地域商社事業については、地域商社が取り扱う商品を増やすための事業者とのマッチングを行うことなどにより、地場事業者の新商品の開発や販路開拓につなげる。

長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、「長崎かんぼこ王国」と連携した情報発信や事業者支援を通じて、長崎かんぼこ全体のブランド力の強化につなげる。

③ 農林水産業を担う多様な人材の育成

農業の担い手については、引き続き、農業次世代人材投資資金や、令和4年度から新設される新規就農者育成総合対策、平成28年度に新設した中高年新規就農者給付金の給付等による新規就農者の確保や後継者の育成、従事者の経営改善、地域農業の振興に向けた施策の展開を図る。また、施設整備への支援による初期投資の軽減や関係機関と連携したサポート体制の充実等を図り、新たな担い手を育成する。

認定新規就農者等については、県やJA等関係機関と連携し、経営・技術、農地、営農資金の面から専門的なサポートを行うことで、着業後の定着を図る。

農業後継者の確保については、経営継承・発展等支援事業や新規就農者育成総合対策事業など活用し、後継者支援を実施することで、その確保につとめる。

新規漁業就業者の受入体制の整備を行うとともに新規就業希望者が行う漁業技術の習得に対する支援を継続して行うとともに担い手の確保のため、漁業就業支援フェア等の周知・支援を積極的に実施する。

④ 農林水産業の生産性向上

気象災害等に強く、新型コロナウイルス感染症など外的要因が生じても業務が継続でき、収益性の高い施設等の農業生産基盤整備を支援することで、認定農業者を中心とした意欲の高い農業者の経営安定につなげる。

高齢化や労力不足等の課題を解決するため、県やJA、びわ生産者、民間企業と連携した国のスマート農業技術の開発・実証プロジェクトに取り組み、出荷労力の省力化を進めるスマート選果システムの構築等に取り組む。

生産量増加のため、新規植栽(補植)の支援、土づくり資材の導入支援を引き続き行うとともに、関係機関と連携し、定年帰農者等による新規生産の推進などに取り組む。

長崎市の農業に適したスマート農業等の新技術の導入可能性を整理し、その導入に向けて取り組んでいく。

林業施業の効率化及び労働力の安定確保に資するため、担い手に対し「林業振興対策事業費補助金(林業用機械導入)」「ながさき森林づくり担い手対策事業費補助金」による支援を引き続き行う。

漁場環境の再生については、地域が行う害生物の除去や環境・生態系の保全に関する取組みを継続して支援し、各活動組織間のネットワーク化による情報・技術の共有を図り、作業について学生ボランティア等の協力を得ながら、より効果的な活動に努めるとともに、藻場の繁茂状況については、ドローン空撮画像解析による分布把握など、先端技術を活用した効果的なモニタリング方法について検討を進める。

水産関係団体の要望を把握し、事業の必要性、有効性を精査するとともに、年度の偏りを解消するため、計画的な事業の実施に努め、国・県の補助事業を引き続き活用し、水産関係団体の経営安定を図るための支援を行う。

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)

○ スタートアップ支援について、人間都市や歴史都市を標榜する長崎市における新事業等の創出には、単にスピードがある等ではなく、何らかの分野やビジネスモデルの性格などの縛りが必要ではないかとの意見に対し、特にスピードを意識しているわけではなく、まずはスタートアップが次々に生まれ育つエコシステムの構築を目指していることや、起業家育成プログラムの公募の段階で分野の限定などは行わず、それぞれ応募内容を確認しながら、受講者を選考していることなどについて説明がなされた。

○ どういうスタートアップを育てることが長崎市の地域経済にとって有益なのか、人々の暮らしを豊かにするのかというところをしっかりと考えて取り組んでほしい。

○ 「創業・スタートアップの推進」では、取組み内容は評価できるもので、継続的な活動まで対象者拡大のための周知が必要であるとの意見に対し、創業支援に関しては13の関係機関からなる「創業サポート長崎」における周知拡大、スタートアップ支援については、Nagasaki Startup Compassというプロジェクトに関する周知を継続し、長崎市内における起業に対する機運の醸成を図る旨の説明がなされた。

- 起業後は長期にわたるモニタリングと支援が必要で、成功事例、失敗事例の分析結果まで作成できれば参考になる。
- 近隣国への水産物の輸出をもっと増やすようにしてはどうかとの提案に対し、水産物における海外市場は拡大傾向にあることから、海外輸出の必要性、重要性については認識しており、海外への輸出に向けた施設整備等に対する支援を行っているところであること、引き続き県や関係団体等と連携し、輸出拡大に向けた検討を進めていく旨の説明がなされた。
- 販路開拓が進まない要因を再度検証すべきであるとの意見に対し、地場事業者の多くが小規模事業者であり、営業力や商品開発力が弱い傾向にあることが要因のひとつであること、単独での販路開拓が難しい地場事業者については、地域商社とのマッチングの機会を設けていることや、チャレンジ企業応援補助金やSNS等活用支援事業補助金などの各種事業を通じて支援を行っていることについて説明がなされた。
- 農水産業の人材育成の遅滞に対し、異業種交流を提案してはどうかとの意見に対し、異業種交流の重要性を認識していることや、国においても取組みを推進していること、視野の拡大や新しい発想など、人材育成には重要と考えられるため、今後

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

- 少子化と若年層の転出超過に起因する人口減少対策で重視すべきは、雇用の拡大及び経済の活性化であるため、基本目標1は非常に重要であり、KPIで未達成となっている「地場企業などと県外企業などとの協業による新規事業の創出に係る実証実施件数」などに今後、注力することを期待する。

具体的な取組み

① 創業・スタートアップの促進

産業雇用政策課

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (元年度)	282人 (6年度)	↑	目標値	232	244	256	269	282
				実績値	260	213			
				達成率	112.1	87.3			

令和3年度における具体的な事業

- ・産学連携・創業支援事業
- ・新産業・起業チャレンジ促進事業

産学連携・創業支援事業

新産業・起業チャレンジ促進事業

【取組みの内容】

・市内の商工団体や金融機関など全13機関で連携したチーム体制「創業サポート長崎」において、創業相談に対応するとともに、創業希望者や創業5年未満の創業者の広報活動全般に利用できる「創業者広報活動支援補助金」の利用を促し、創業者の販路拡大等への活用促進に取り組んだ。

・新たなビジネスモデルを活用した新規事業創出を図るため、スタートアップ支援の取り組みとして、株式会社FFGベンチャービジネスパートナーズと連携し、セミナー、ワークショップ、起業家育成プログラムなどを行う「Nagasaki Startup Compass」を展開した。

【成果・効果】

・創業サポート長崎を構成する各支援機関において、創業の各段階に応じた支援を行った結果、創業者数は213人となり、創業希望者の事業計画の実行性の向上が図られ、創業が促進された。

・創業者広報活動支援補助金が25件活用され、創業時における認知度向上や販路拡大につながった。

・スタートアップに対する機運の醸成のため、セミナーを計4回、ワークショップを計4回実施し(セミナー参加者:計97名、ワークショップ参加者:計33名)、スタートアップに求められる視点や在り方を模索するきっかけが提供され、参加者のスタートアップに対する理解促進につながった。

・起業を目指す人を対象に、ビジネスモデルのブラッシュアップから事業アイデアの仮説検証までを行う起業家育成プログラム「ココデショ！」を実施し、最終的に5名の起業希望者が自身の事業アイデアを具体化して発表するなど、起業を目指す人材の発掘・育成が図られた。

【問題点とその要因】

・長崎市内では、一般の創業者は一定数いるものの、新たな市場開拓等により成長を目指す起業であるスタートアップについての理解がスタートアップを目指し得るような潜在的な人材に届くまで広がっておらず、スタートアップを目指す人材の発掘が難しい。

【今後の取組み方針】

・創業サポート長崎内で各支援機関同士で調整を行うことにより、創業者に対して創業の段階に応じた適切な支援を行う。

・金融機関(ふくおかフィナンシャルグループ)等と共にスタートアップ支援事業「Nagasaki Startup Compass」において、セミナー等を企画・開催することや専門人材が起業家コミュニティを定期的に訪問することなどにより、スタートアップの機運醸成を図り、スタートアップを目指す人材の発掘と起業を支援する。

具体的な取組み

② 販路開拓の促進

商工振興課

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
地域商社として取引された商談成約件数	80件 (30年度)	240件 (6年度)	↑	目標値	240	240	240	240	240
				実績値	346	341			
				達成率	144.2	142.1			
地域商社事業の売上金額	30,000千円 (30年度)	200,000千円 (6年度)	↑	目標値	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
				実績値	71235	73,398			
				達成率	35.6	36.7			
地域商社事業で開拓した販路数	8件 (30年度)	40件 (6年度)	↑	目標値	40	40	40	40	40
				実績値	25	41			
				達成率	62.5	102.5			
水産物展示商談会における商談成約額	109,800千円 (30年度)	126,270千円 (6年度)	↑	目標値	113,094	116,388	119,682	122,976	126,270
				実績値	0	0			
				達成率	0.0	0.0			

令和3年度における具体的な事業

- ・地域商社事業
- ・長崎水産練り製品ブランド化支援事業
- ・水産物展示商談会出展支援事業
- ・旬の魚イベント拡大支援事業

地域商社事業

長崎水産練り製品ブランド化支援事業

【取組みの内容】

・地域商社事業については、単独では販路開拓が難しい地場事業者にとって、新商品開発支援や販路開拓などを担うために育成支援を行った地域商社2社((株)タナカヤ、(株)ジョイフルサンアルファ)が自走するとともに、地場事業者と地域商社とのマッチングの場を設けた。

・長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、水産練り製品のブランド化、消費拡大を目指すため、水産練り製品製造業者及び長崎商工会議所、金融機関、行政等で構成する「長崎かんぼこ王国」と連携し、イベント出店やSNS活用の支援、専門家による伴走型支援、首都圏での電子広告等を行った。

【成果・効果】

・地域商社事業については、地域商社2社の新商品開発や販路開拓の支援などにより、売上につながった。(令和3年度地域商社売上実績 73,399千円)

・長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、水産練り製品事業者のSNS活用を支援したことで長崎かんぼこへの関心が高まった。(ハッシュタグキャンペーンによるSNS:45,582件の閲覧及び71件の投稿)また、伴走型支援においては、専門家の協力の下で市場分析、商品開発、市場テスト、プロモーションに至るまで一貫した支援を行ったことで、新たな需要を獲得する付加価値の高い新商品開発の見本となるようなロールモデルの一例を示すことができた。

【問題点とその要因】

・地域商社事業については、地域商社2社は民間企業であり、売れる商品を目利きして取り扱うため、取り扱う商品に限りがある。

・長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、業界全体の売上増を図るため、長年、情報発信や販路拡大事業など長崎かんぼこのブランド化に取り組むことで、観光客の購入意欲が一定高まっているものの、地場事業者の多くが小規模事業者であり、営業力や商品開発力が弱い傾向にあることから、カステラ・ちゃんぽん・血うどんなど、他の長崎をイメージする商品と比較すると、長崎かんぼこの認知度は十分に浸透しておらず、ブランド化には至っていない。

【今後の取組み方針】

・地域商社事業については、市と地域商社の情報共有のための連絡会の開催や、地域商社が取り扱う商品を増やすための事業者とのマッチングを行うことなどにより、地場事業者の新商品の開発や販路開拓につなげる。

・長崎水産練り製品ブランド化支援事業については、水産練り製品製造業者、長崎商工会議所、金融機関、行政等で構成する「長崎かんぼこ王国」と引き続き連携を図りながら、各種イベント出店などを通して情報発信を行うとともに、事業者に対して今回示したロールモデルの普及などを行うことで、長崎かんぼこ全体のブランド力の強化につなげる。

水産物展示商談会出展支援事業
旬の魚イベント拡大支援事業

【取組みの内容】

・業界5団体で組織された実行委員会が、国内外の流通関係や水産物に関するバイヤーが多数出席する水産物展示商談会(11月8～11月10日、東京都内)に出展する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により実施できなかった。
・旬の魚をメインとした直売イベントは、新型コロナウイルス感染拡大の影響により予定(3地区6回開催)を下回ったが、2地区で2回開催し、イベントの運営や広報等の支援を実施した。

【成果・効果】

・水産物展示商談会は、継続して出展することにより、長崎産の水産物への評価が徐々に高まり商談件数は年々増加していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により令和2年度以降出展できておらず魅力発信や消費拡大につながらなかった。
・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、直売イベントの中止や規模を縮小した開催が相次いだが、2地区、3回のイベントを開催し、地元水産物の消費拡大につなげることができた。

【問題点とその要因】

・首都圏等の大消費地で売れる商品や消費者が求めている商品の情報を得る機会が少なく、ニーズに対応した商品を提供できていない。また、バイヤーの評価は高いものの消費者までその魅力を伝えきれていない。
・地元水産物の生産量に限りがあり、集客が見込める水産物の確保が難しい。また、天候等による影響が大きい。

【今後の取組み方針】

・水産物展示商談会に継続して出展することにより、長崎産の水産物への評価は高まり、商談成約額も増加傾向にあるため、更なる知名度向上と販売促進に向けて、引き続き出展に係る経費の支援を行う。また、新型コロナウイルス感染拡大の状況下においても商談を実施できるよう新たな取組を検討していくとともに、より販売促進につながる効果的なPR方法の検討も進めていく。
・旬の魚をメインとした直売イベント及び旬の魚の料理メニューを料理店で一定期間提供する料理フェア開催の支援を継続する。また、直売イベントは、目的や目標を明確にし、より集客力を高めた魅力あるイベント開催に努める。

具体的な取組み

③ 農林水産業を担う多様な人材の育成

農林振興課

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
認定新規就農者数[累計]	23人 (30年度)	53人 (6年度)	↑	目標値	33	38	43	48	53
				実績値	36	42			
				達成率	109.1	110.5			
新規漁業就業者数	12人 (元年度)	15人 (6年度)	↑	目標値	15	15	15	15	15
				実績値	18	16			
				達成率	120.0	106.7			

令和3年度における具体的な事業

- ・農業振興施設整備事業費補助(農業新規参入促進施設)
- ・農業次世代人材投資資金交付金事業
- ・中高年新規就農者給付金事業
- ・経営継承・発展等支援事業
- ・新規漁業就業促進事業

農業振興施設整備事業費補助(農業新規参入促進施設)

農業次世代人材投資資金交付金事業

中高年新規就農者給付金事業

経営継承・発展等支援事業

【取組みの内容】

・新規の青年農業者の就農支援対策として、関係機関との連携により新規就業者の掘り起しを行い、新たに6人が認定新規就農者となった。また、平成24年度から始まった農業次世代人材投資資金を18人に、平成28年度から始めた中高年新規就農者給付金を4人に交付した。

・農業新規参入促進事業により、新規就農者5名に対して、ハウス長寿命化や農業機械の導入等の支援を行った。

・経営継承・発展等支援事業の実施により、2名の農業後継者に対し、継承後の経営発展につながる取組みに対して支援を行った。

【成果・効果】

・農業次世代人材投資資金及び中高年新規就農者給付金の交付により、新規就農者の初動期の経営安定及び定着を図ることができた。また、新規就農者の今後の農業経営確立に向けた施設整備や、遊休化した農地及び施設の再利用支援等により、意欲の高い青年等の新規就農が図られ、6人の新たな担い手の確保につながることができた。

・経営継承・発展等支援事業の実施により、2名の農業後継者の確保につながった。

【問題点とその要因】

・農業従事者の高齢化や後継者不足が進行している。

・各種事業により、農業基盤の支援を行っているものの、新規就農後の安定した経営にまではつながっていない。

【今後の取組み方針】

・農業の担い手については、引き続き、農業次世代人材投資資金や、令和4年度から新設される新規就農者育成総合対策、平成28年度に新設した中高年新規就農者給付金の給付等による新規就農者の確保や後継者の育成、従事者の経営改善、地域農業の振興に向けた施策の展開を図る。また、施設整備への支援による初期投資の軽減や関係機関と連携したサポート体制の充実等を図り、新たな担い手を育成する。

・平成29年度以降に新規で農業次世代人材投資資金や令和4年度から新設される新規就農者育成総合対策を活用する認定新規就農者等については、県やJA等関係機関と連携し、経営・技術、農地、営農資金の面から専門的なサポートを行うことで、着業後の定着を図る。

・農業後継者の確保については、経営継承・発展等支援事業や新規就農者育成総合対策事業など活用し、後継者支援を実施することで、その確保につとめる。

新規漁業就業促進事業

【取組みの内容】

・漁業担い手を確保するため、新規漁業就業希望者2人について刺網漁業の実践研修を実施し、技術習得に対する支援を行った。

【成果・効果】

・新規漁業就業希望者2名について漁業技術の実践研修に対する支援を行うことで、新規漁業就業者の早期自立と地域漁業への定着に向け、着実な技術向上が図られた。

【問題点とその要因】

・就業後の安定した漁家経営の継続が厳しい状況であり、新規漁業就業を希望する者が少ない。また、新型コロナウイルス感染症の影響により就業者フェア等の来場者が減少しており、ますます担い手の確保が難しい状況となっている。

・研修指導者となる漁業者の高齢化が進んでおり、受入先が限られマッチングがうまくいかない場合がある。

【今後の取組み方針】

・新規漁業就業者の受入体制の整備を行うとともに新規就業希望者が行う漁業技術の習得に対する支援を継続して行う。また、担い手の確保のため、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業就業支援フェアの周知・支援を積極的に実施する。

具体的な取組み

④ 農林水産業の生産性向上

農林振興課

重要業績評価指標
(KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
農産物販売額	49.3億円 (2年度)	53.3億円 (6年度)	↑	目標値	49.3	50.3	51.3	52.3	53.3
			実績値	49.3	50.3				
			達成率	100.0	100.0				
漁業生産量	48,380トン (28~30年 平均)	50,315トン (6年)	↑	目標値	48,747	48,864	49,348	49,831	50,315
			実績値	33,357	未確定				
			達成率	68.4	-				

※漁業生産量は令和5年8月公表予定

令和3年度における
具体的な事業

- ・農業振興施設整備事業費補助(担い手農家支援施設)
- ・長崎びわ生産推進事業費補助金
- ・農業経営改善支援体制整備事業
- ・林業振興対策事業費補助(林業用機械導入)
- ・ながさき森林づくり担い手対策事業費補助
- ・水産多面的機能発揮対策事業
- ・新水産業経営力強化事業

農業振興施設整備事業費補助(担い手農家支援施設)

長崎びわ生産推進事業費補助金

農業経営改善支援体制整備事業

林業振興対策事業費補助(林業用機械導入)

ながさき森林づくり担い手対策事業費補助

【取組みの内容】

・基幹作物である、いちご、花き及び果樹等の生産施設の改善、効率化・高品質化体制の確立のため、認定農業者を中心とした意欲の高い農業者が実施する農業生産基盤の整備に対して支援を行った。(いちご環境制御機器[11式]、アスパラガスハウス[3,546.4㎡]、トルコギキョウハウス[1,200㎡]いちご高設管理機[5台]、いちご循環扇[32台]、いちごゼロハン貼り機[2台]、いちご暴風ネット[14,472㎡]、及びハウスびわ昇温抑制資材[4,100㎡]の導入、びわハウス補強・交換[2棟]の実施。)また、国庫事業により、いちご低コスト耐候性ハウス[9,376㎡]の導入等の支援を行った。

・継続的・安定的な高品質生産を図るため、新規植栽(補植)支援805本、土づくり資材15.30tの導入支援、寒害等気象災害用果樹共済加入の支援を行った。

・林業の振興を支援するため、林業の担い手の技術及び技能の向上を図るとともに、担い手の労働安全、衛生及び福利厚生、その他林業後継者に対する対策を講じた。

【成果・効果】

・認定農業者を中心とした意欲の高い農業者(10団体)の施設等整備に対し、54,454千円の補助を行ったことで、当該農業者の経済的負担が軽減され、農業経営の安定につながった。

・新規植栽(補植)支援として、805本、作業省力化用コンパクト土づくり資材15.30tの導入支援、寒害等気象災害用果樹共済加入の支援を行ったことにより、産地の維持・拡大及び災害リスク管理が図られた。

・林業の担い手である森林組合が導入する高性能林業機械に係る経費及び基幹作業員の福利厚生事業に対して支援を行ったことにより、作業の効率化及び林業労働力の安定的確保が図られた。

【問題点とその要因】

・近年の局所的な気象災害や気候変動及びコロナ禍などにより、農産物の生育・販売状況が悪化し、自己資金の確保が困難になるなど、外的要因に影響を受ける部分が多い。

・生産コストの増加に伴う農家の負担増等、農業を取巻く状況は厳しく、営農に係る技術・経営の未確立や生産コストの増大等により、安定的収入を得ることが難しい。

・生産コストの高騰、従事者の高齢化、後継者不足等により、林業を取り巻く状況が非常に厳しいため、担い手育成に苦慮している。

【今後の取組み方針】

・県やJAと連携し、事業実施を希望する農業者の掘り起こしや早期の事業計画の立案に努め、気象災害等に強く、新型コロナウイルス感染症など外的要因が生じても業務が継続でき、収益性の高い施設等の農業生産基盤整備を支援することで、認定農業者を中心とした意欲の高い農業者の経営安定につなげる。

・びわ産地が抱える高齢化や労力不足等の課題を解決するため、県やJA、びわ生産者、民間企業と連携した「長崎びわ生産コンソーシアム」において申請した国のスマート農業技術の開発・実証プロジェクトが採択され、令和2年度から実証試験に取り組んでおり、引き続き「なつたより」のブランド化や出荷労力の省力化を進めるスマート選果システムの構築等に取り組む。

・生産量増加のため、新規植栽(補植)の支援、土づくり資材の導入支援を引き続き行うとともに、関係機関と連携し、定年帰農者等による新規生産の推進などに取り組む。

・農業者の経営安定も含めた長崎市の農業が抱える各種課題の解決のため、長崎市の農業に適したスマート農業等の新技術の導入可能性を整理し、その導入に向けて取り組んでいく。

・林業施業の効率化及び労働力の安定確保に資するため、担い手に対し「林業振興対策事業費補助金(林業用機械導入)」「ながさき森林づくり担い手対策事業費補助金」等による支援を引き続き行う。

水産多面的機能発揮対策事業
新水産業経営力強化事業

【取組みの内容】

・水産多面的機能発揮対策事業により市内の8漁協(12組織)が市内全海域において行う漁場環境の再生活動(食害生物の除去や母藻の設置などの藻場の保全及び漂流・漂着物・堆積物の処理等)に対し支援を行った。また、磯焼けや藻場の保全などについて、より身近な問題として興味・関心を持ってもらえるよう、地元の小・中学校等での講義や体験活動を漁業者・全漁連と連携して実施した。

・水産関係団体の経営安定化を図るため、県の補助事業を活用し、直売所の販売促進機器、活魚車の導入や冷凍・冷蔵施設の整備を県市の補助により実施した。

【成果・効果】

・漁場環境の再生に継続して活動した結果、磯焼け状態だった海域に藻場の再生が確認された。また、大学やマリンスポーツ関係者と連携した取組みを実施し、地域交流が図られた。

・漁協及び漁業者が行う施設・機器の整備を支援したことにより、水産物の販売力向上につながった。また、魚介類の品質保持による魚価の向上につながり、漁協及び漁業者の経営安定化が図られた。

【問題点とその要因】

・藻場の食害の原因となるウニの増加やアイゴやイスズミ等といった植食性魚類の活動が活発化し、活動期間も長くなっているため、さらに取組みを強化する必要があるが、これら食害生物の駆除を行う人員の確保が難しいことから、藻場が回復している箇所が、再び食害を受ける可能性がある。

・漁業協同組合等水産関係団体からの機器、施設等の整備に係る支援の要望が年度により集中することがあり、補助の採択を受けられず、要望どおりに事業が実施できない場合がある。また、漁業者の減少や水揚量の減少に伴い、漁業協同組合の経営状況が厳しく、施設更新の経費負担が大きくなっている。

【今後の取組み方針】

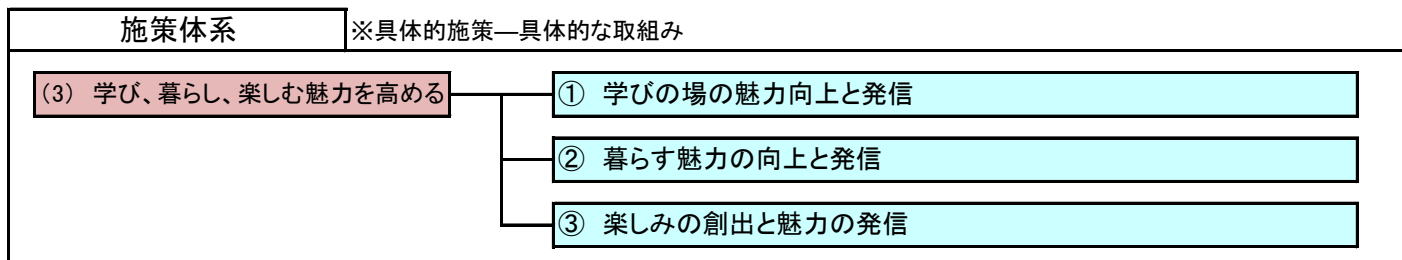
・海洋生物の生産基礎とも言える沿岸の漁場環境の再生については、地域が行う食害生物の除去や母藻の設置、漂流・漂着物の処理など環境や生態系の保全に関する取組みを継続して支援する。

・食害生物の駆除方法や繁茂の可能性が高い海藻の選定などについて、専門家のサポートを受けながら取組を進め、効果的な取組については、他地区への普及を行うなど、各活動組織間のネットワーク化による情報・技術の共有を図り、作業について学生ボランティア等の協力を得ながら、より効果的な活動に努める。

・藻場の繁茂状況については、ドローン空撮画像解析による分布把握など、先端技術を活用した効果的なモニタリング方法について検討を進める。

・水産関係団体の要望を把握し、事業の必要性、有効性を精査するとともに、年度の偏りを解消するため、計画的な事業の実施に努め、国・県の補助事業を引き続き活用し、水産関係団体の経営安定を図るための支援を行う。

具体的施策	(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める
若い世代に対して、魅力的な「学びの場」、「楽しむことができる場」、「チャレンジできる場」、「住まいを始めとした暮らしの場」を提供し、その魅力を広く発信する。	
施策主管課	都市経営室
関係課	国際課、住宅政策室、広報広聴課、商工振興課、文化振興課、スポーツ振興課



重要業績評価指標 (KPI)	※評価は達成(達成率100%以上)、概ね達成(同95%以上)、未達成(95%未満)の三段階					
具体的な取組み	指標名	単位	R3目標値	R3実績値	達成率	評価
① 学びの場の魅力向上と発信	長崎地域の大学の学生数	人	14,353	14,269	99.4	概ね達成
② 暮らしの魅力を向上と発信	住みよかプロジェクトでの若者・子育て世帯への住宅提供の事業数[累計]	件	2	7	350.0	達成
③ 楽しみの創出と魅力の発信	新たに創出された楽しむことができる場の数[累計]	件	2	3	150.0	達成
	情報誌及びSNSから情報を得ている市民の割合(10～20代)	%	9.9	20.8	210.1	達成
	市政情報の発信に満足している市民の割合(10～20代)	%	70.0	62.5	89.3	未達成

評価(成果・効果)
<p>① 学びの場の魅力向上と発信</p> <p>(1) 游学都市・ながさき推進事業 「游学のまち長崎」の取組みとして、「游学のまち長崎」推進協議会幹事会を2回実施し、「コロナ禍においても、学生に魅力ある学びの場を提供できる取組みを行う」という方向性を導き出すことができたことで、長崎市の学びの場としての魅力を高めるための準備が進んだ。 また、「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」では、コロナ禍で行動が制限される中でも、工夫してボランティア活動に取り組むことで、学生の自己能力の成長及び地域の活性化につなげるとともに、SNSをはじめとする各種媒体で「U-サポ」活動をPRし、長崎市の学びの場の魅力向上やその周知を図った。</p> <p>(2) 留学生支援・連携事業 留学生への各種支援策については、新型コロナウイルス感染症の影響があるなかで、オンラインによるビジネス日本語セミナーを行うなど、新たな手法も取り入れながら就職支援を行ったことにより、35人の留学生の県内就職につながった。 その他、留学生の募集支援、交流支援などの各種支援に産学官が一体となって取り組んだことにより、長崎留学の魅力を高め、留学生生活の充実につながっている。 また、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通して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。</p> <p>② 暮らしの魅力を向上と発信 次の取組みにより、若者や子育て世帯の市外への流出を抑制し、定住促進につながる仕組みを整備することができた。 (1) 子育て世帯への住まいの支援として、新たに子育てしやすい住宅に改修した住戸が17戸整備され、5戸の入居があった。 (2) 新規就労者・移住者への住まいの支援として、令和3年度から単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者が入居可能となるよう市営住宅の入居要件を緩和したことで、新たに3戸の入居があった。 (3) 社会実験として宿町アパートの2戸に学生が入居して自治会活動に参加したことで、多世代交流が生まれ、市営住宅におけるコミュニティの活性化の可能性が確認できた。 (4) 「住みよかプロジェクト」では、市民や民間団体等が主体又は市と協働して実施する取組みを認定する制度を創設し、令和3年度は7件が認定された。 (5) 住みよかプロジェクトの取組みについての情報発信を、市つくながさきや広報ながさきのホッとトークで特集し周知を行った。</p>

③ 楽しみの創出と魅力の発信

(1)「長崎×若者」推進事業

取組方針に基づく取組みの一つとして、15～34歳の若者が実現したいアイデアや企画を出し合い、チャレンジできる場として令和2年度に立ち上げた「ながさき若者会議(以下、「若者会議」という。)」について、令和4年4月時点で約30人が在籍しており、この中から「若者会議」を継続的に運営できる体制を検討するコアメンバーグループが結成されるとともに、「若者会議」内の9のチームによる地域社会に貢献する活動ができた。

また、「若者会議」参加者の取組みにより、若者の活動等に関する情報を発信するホームページが構築された。

(2)高校生チャレンジショップ事業

若者の企画やアイデアを実現につなげるための「若者がチャレンジできる場」の仕組みをつくることとして、市内の2校と連携し、高校生の企画、運営によるチャレンジショップを実施した。開催前には、高校生がマーケット調査や事業計画の策定を行ったことで、創業について検討するきっかけを提供することが出来た。

(3)プロスポーツ応援事業

V・ファーレン長崎、長崎ヴェルカのホームゲームへの招待事業を実施することで、子育て世帯が「みるスポーツ」を通してスポーツへの関心を高めるきっかけをつくることができた。

(4)長崎魅力発信事業

「若い人に選ばれるまち」を目指し、若い世代をターゲットとした情報誌「yoriyori」を発行し、美容室やカフェ、書店、公共施設などで無料配布することにより、長崎に住んでいるさまざまな価値観を持つ人や挑戦している人たち、幅広い選択や可能性などの長崎の魅力を紹介することができた。

評価(問題点とその要因)

① 学びの場の魅力向上と発信

(1)游学都市・ながさき推進事業

・「游学のまち長崎」の取組み

令和2年度から引き続き、令和3年度も新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、「游学のまち長崎」の取組みが十分にできていない。

・「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」

中心となる長崎大学以外の学生の参加者数も一部増加しているものの、参加者がなかなか増加しない大学もある。要因としては長崎大学以外の大学については、ボランティア支援の専任スタッフがいないことや、大学のカリキュラム上、ボランティア参加が困難なこと等が要因である。なお、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、対面のボランティア活動が実施できなかったため、ボランティア参加者数が減少している。

(2)留学生支援・連携事業

留学生の国籍などの状況は変化してきていることから、長崎留学の価値の向上や充実した留学生活のため、就職支援や情報発信など留学生の状況に応じた取組みがより一層多様化している。

② 暮らす魅力の向上と発信

子育て世帯の住まいの支援として、募集住戸に対して応募数が少ない住戸が生じたため、地域により子育て世帯の入居希望者の偏りがあることなど、ニーズを把握しつつ募集数を調整していく必要がある。

また、新規就労者・移住者への住まいの支援として、単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者向け住戸として23戸を募集したが、初年度で周知がまだ十分されていないこと等から、3戸の入居にとどまった。

③ 楽しみの創出と魅力の発信

(1)「長崎×若者」推進事業

今後、「若者会議」がそのコアメンバーグループを中心として持続的に運営できる体制を目指していく上で、「若者会議」の会議運営や活動に対して、長崎市としてどのような支援が必要なのか整理できていない。

(2)高校生チャレンジショップ事業

各校2回の実施を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により各校1回の実施に留まった。

(3)プロスポーツ応援事業

新型コロナウイルスの影響により、イベントが開催されても参加を控える人が多い。

(4)長崎魅力発信事業

令和3年度は、10代から20代の若い世代において市政情報の発信に満足している割合の実績(62.5%)が、令和2年度の実績(60.9%)よりも上昇したものの、目標値(70.0%)を下回った。これは、市民意識調査を踏まえると、若い世代において、欲しい情報を探しにくいことや、市役所の情報に対する興味が低いこと、市役所の情報を入手する際の入手方法が十分に理解されていないことなどが考えられる。

今後の取組み方針
<p>① 学びの場の魅力向上と発信</p> <p>(1) 游学都市・ながさき推進事業 「游学のまち長崎」の取組み 令和4年度については新型コロナウイルス感染拡大の状況を注視しながら、長崎のまちを舞台に最先端で活躍する人材を講師として招致し、長崎の学生等に長崎の未来にワクワクする場を提供することも目的とする「(仮称)游学のまち長崎 リレー講座」の開催に向けて、長崎地域の7大学と協議・検討をしていく。 「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」 ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図るとともに、デジタル化社会へ対応しながら、コロナ禍においても活動できる新たなボランティア活動の模索と情報発信を続ける。</p> <p>(2) 留学生支援・連携事業 留学生数の増加を図るため、留学生への各種支援策については、引き続き、産学官による情報共有や連携を行い、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ていく。 また、留学生が長崎留学の魅力を見出し、自らがその発信者となるよう、引き続き、市民の異文化理解や多文化共生の取組みなど、様々な機会をとらえた留学生との協働に取り組むとともに、留学生に対する市有施設入館料等の免除等により長崎の魅力を紹介していく。</p>
<p>② 暮らす魅力の向上と発信</p> <p>次の取組みを進めることで、住宅供給の観点から、更なる若者や子育て世帯の市外への流出を抑制し定住促進を図っていく。</p> <p>(1) 子育て世帯の住まいの支援として、入居要件の検討や、募集住宅の選定にあたり、子育て世帯が求める住居の立地や設備等、細かいニーズを探り、引き続き、市営住宅の一部を子育て世帯に適した住戸に改修し、供給していく。</p> <p>(2) 新規就労者・移住者への住まいの支援として、単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者に対し、引き続き市営住宅募集枠を設け、インターネットを活用した申込み方法の検討等を進め、入居の促進に努める。</p> <p>(3) 今後も引き続き、住宅供給には民間が果たす役割も大きいことから、市民や団体などが主体又は市と協働して実施する取組みを市が認定する制度により、自分のライフスタイルに合わせて住まいを選択できるように連携を進めていく。</p> <p>(4) 住まい方や住まいに関する価値観が多様化しているため、空き家を活用したリノベーションなどの新しいライフスタイルの情報を発信し、自分らしい暮らしの周知・啓発を行う。</p>
<p>③ 楽しみの創出と魅力の発信</p> <p>(1) 「長崎×若者」推進事業 「若者が楽しむことができる場」の創出に向けた取組方針に沿って、「JR高架下を活用した若者が楽しむことができる場」の整備等を進めるとともに、民間事業者や関係部局などとの協議を進め、新たな場の創出に向けた取組みの具体化を検討する。 また、「若者会議」をそのコアメンバーグループを中心として持続的に運営していくため、「若者会議」の会議運営や活動に対して、長崎市としてどのような支援が必要なのか整理するとともに、民間等と連携して、若者に対する支援の輪の構築を図る。</p> <p>(2) 高校生チャレンジショップ事業 経営者から学ぶセミナーの開催やチャレンジショップ事業に経営者が関わることで、より魅力的な若者がチャレンジできる場の創出につなげる。</p> <p>(3) プロスポーツ応援事業 J1復帰をめざすV・ファーレン長崎及びB3リーグ2021-2022シーズンで優勝を果たし、認知度が高まっている「長崎ヴェルカ」のホームゲームへの招待事業を規模を拡大して実施することで、「みるスポーツ」を通してスポーツへの関心を高め、スタジアムシティ開業にむけ、応援機運の醸成に取組む。</p> <p>(4) 長崎魅力発信事業 若い世代に特化したデザインや企画で作成してきた情報誌「yoriyori」のノウハウを生かし、令和4年4月にリニューアルした広報紙を始め各種広報媒体で若い世代が注目するような情報発信を行う。特に、情報の入手方法として若い世代に広く普及しているSNSを活用して、若い世代に長崎のさまざまな魅力を紹介する。</p>

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)
特になし

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
特になし

具体的な取組み

①	学びの場の魅力向上と発信	都市経営室
---	--------------	-------

重要業績評価指標 (KPI)	※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
長崎地域の大学の学生数	14,353人 (元年度)	14,353人 (6年度)	↑	目標値	14,353	14,353	14,353	14,353	14,353
				実績値	14360	14,269			
				達成率	100.0	99.4			

※毎年度5月1日現在の学校基本調査のデータにより把握。令和3年度の取組成果は令和4年度の入学者数に影響するとの考えから、令和3年度の実績値は令和4年4月1日現在の調査データを記載する。(毎年度同様の取扱い。)

令和3年度における具体的な事業	<ul style="list-style-type: none"> ・游学都市・ながさき推進事業 ・留学生支援・連携事業
-----------------	---

(1)游学都市・ながさき推進事業	<p>【取組みの内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「游学のまち長崎」の取組み 市長と長崎地域の7大学の学長で構成する「『游学のまち長崎』推進協議会」において、これまでの実績や新型コロナウイルス感染症の状況等を踏まえ、今後の活動可能な取組みについて、具体的な事業の実施に向けた検討・協議を進めた。 ・「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」 学生の自主的な社会参加活動を通じて、学生の人間的成長と地域の活性化を図るために、平成23年度から長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。 <p>【成果・効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「游学のまち長崎」の取組み <ul style="list-style-type: none"> ・「游学のまち長崎」推進協議会幹事会を2回実施し、令和4年度は「コロナ禍においても、学生に魅力ある学びの場を提供できる取組みを行う」という方向性を導き出すことができた。 ・「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」 コロナ禍で対面のボランティアが制限される中、活動の制限が解除された合間に学生が参加しやすい「ボランティア体験バス」を数回運行し、はじめの一步を踏み出す機会を創出した。 また、コロナ禍における活動が制限された期間においても、オンライン上での活動や学生が講師となる「在宅学習支援」、在宅で実施できる紙石鹸・ブックメーカーづくりなどコロナ禍ならではの工夫した活動を行い、学生の自己能力成長等及び地域の活性化に資することができた。 <p>【問題点とその要因】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「游学のまち長崎」の取組み 令和2年度から引き続き、令和3年度も新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、「游学のまち長崎」の取組みが十分にできていない。 ・「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」 中心となる長崎大学以外の大学については、ボランティア支援の専任スタッフがないことや、大学のカリキュラム上、ボランティアに参加が困難であること等が要因となり、参加者がなかなか増加しない大学もある。 また、令和元年度には延べ参加者数が5,431人まで増加したが、ボランティア活動は対面で接触を伴うものが多いことから、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和2年度、令和3年度は減少に転じた。 <p>【今後の取組み方針】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「游学のまち長崎」の取組み 令和4年度については新型コロナウイルス感染拡大の状況を注視しながら、長崎のまちを舞台に最先端で活躍する人材を講師として招致し、長崎の学生等に長崎の未来にワクワクする場を提供することも目的とする「(仮称)游学のまち長崎 リレー講座」の開催に向けて、長崎地域の7大学と協議・検討をしていく。 ・「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の運営 学生のボランティア活動への自主的参加を促すよう、学生が主体的に実施する情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。 また、オンライン上での新たなボランティアを創出など、コロナ禍においても活動できる新たなボランティア活動の模索と情報発信を続けるとともに、今後急速に発展するデジタル化社会への対応を進めていく。
------------------	---

(2)留学生支援・連携事業

【取組みの内容】

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、長崎への留学を呼び込むため、国内外の日本語学校への長崎留学ガイドの送付や、長崎留学ガイドブックのデータ版作成などの募集支援、ホームページを通してアルバイトの紹介を行う生活支援、オンラインによるビジネス日本語セミナーや留学生活用セミナーなどの就職支援、同窓会ネットワークを活用した交流支援など各種支援を行った。

また、長崎市の歴史・文化への理解を深めてもらうため、引き続き外国人留学生に対して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、中国、ベトナムにある海外長崎留学生同窓会に長崎の大学の状況や生活に必要な情報などを提供し、現地の人々に長崎留学の魅力を発信した。

【成果・効果】

留学生への各種支援策については、新型コロナウイルス感染症により従来の方法で留学生に対する就職支援ができないなかで、オンラインによるビジネス日本語セミナーや留学生活用セミナーを行うことで、留学生に対する支援を行い、35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。

長崎留学生支援センターを中心として、留学生の募集支援、就職支援、交流支援など各種支援を産学官が一体となって行うことで、長崎留学の魅力を高め、留学生活の充実につながっている。

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通して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。

【問題点とその要因】

留学生の状況は変化してきていることから、長崎留学の価値の向上や充実した留学生活のため、就職支援や情報発信など留学生の状況に応じた取組みがより一層多様化している。

【今後の取組み方針】

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。

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。

また、外国人留学生に対する市有施設入館料等の免除や海外長崎留学生同窓会を通じた長崎の大学の状況等の情報発信等により、引き続き長崎留学の魅力を紹介していく。

具体的な取組み

② 暮らす魅力の向上と発信

住宅政策室

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6
住みよかプロジェクトでの若者・子育て世帯への住宅提供の事業数[累計]	0件 (元年度)	4件 (4年度)	↑ 目標値	1	2	4		
			実績値	1	7			
			達成率	100.0	350.0			

令和3年度における具体的な事業

- ・住みよかプロジェクト推進事業
- ・市営住宅を活用した単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者、子育て世帯に対する住戸改善

【取組みの内容】

転出超過の大きな要因となっている若者や子育て世帯の市外への流出を抑制するため、住宅供給の観点から住みやすさを改善し、若者や子育て世帯に選ばれるまちを目指す「住みよかプロジェクト」の取組みを進めており、市民や民間団体等が主体又は市と協働して実施する取組みを認定する制度を創設した。

また、新規就労者・移住者への住まいの支援として、コロナ禍の影響もあり、都市部等からの移住などの関心が高まっている状況の中、令和2年度に、所得要件など一定の要件を満たす単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者が、市営住宅に入居できるよう市営住宅条例を改正し、令和3年度から入居要件の緩和を行い入居募集を行った。

子育て世帯の住まいの支援として、台所、風呂等の水廻りを中心に子育てしやすい住宅に改修した住戸改善工事を行い、新たに子育て世帯を対象とした募集を行った。

【成果・効果】

子育て世帯への住まいの支援として、新たに子育てしやすい住宅に改修した住戸が17戸整備され、5戸の入居があった。

新規就労者・移住者への住まいの支援として、令和3年度から単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者が入居可能となるよう市営住宅の入居要件を緩和したことで、新たに3戸の入居があった。

社会実験として宿町アパートの2戸に学生が入居して自治会活動に参加したことで、多世代交流が生まれ、市営住宅におけるコミュニティの活性化の可能性が確認できた。

「住みよかプロジェクト」では、市民や民間団体等が主体又は市と協働して実施する取組みを認定する制度を創設し、令和3年度は7件が認定された。

以上のような取組みにより、若者や子育て世帯の市外への流出を抑制し、定住促進につながる仕組みを整備することができた。

【問題点とその要因】

子育て世帯の住まいの支援として、募集住戸に対して応募数が少ない住戸が生じたため、地域により子育て世帯の入居希望者の偏りがある。

新規就労者・移住者への住まいの支援として、単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者向け住戸として23戸を募集したが、初年度で周知がまだ十分されていないこと等から、3戸の入居にとどまった。

【今後の取組み方針】

次の取組みを進めることで、住宅供給の観点から、更なる若者や子育て世帯の市外への流出を抑制し定住促進を図っていく。

(1)子育て世帯の住まいの支援として、入居要件の検討や、募集住宅の選定にあたり、子育て世帯が求める住居の立地や設備等、細かいニーズを探り、募集数を調整していくと共に、引き続き、市営住宅の一部を子育て世帯に適した住戸に改修し、供給していく。

(2)新規就労者・移住者への住まいの支援として、単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者に対し、引き続き市営住宅募集枠を設け、インターネットを活用した申込み方法の検討等を進め、入居の促進に努める。

(3)今後も引き続き、住宅供給には民間が果たす役割も大きいことから、市民や団体などが主体又は市と協働して実施する取組みを市が認定する制度により、自分のライフスタイルに合わせて住まいを選択できるように連携を進めていく。

(4)住まい方や住まいに関する価値観が多様化しているため、空き家を活用したリノベーションなどの新しいライフスタイルの情報を発信し、自分らしい暮らしの周知・啓発を行う。

具体的な取組み

③ 楽しみの創出と魅力の発信

都市経営室

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6	
新たに創出された楽しむことができる場の数[累計]	0件 (元年度)	5件 (6年度)	↑	目標値	1	2	3	4	5
				実績値	1	3			
				達成率	100.0	150.0			
情報誌及びSNSから情報を得ている市民の割合(10～20代)	9.2% (2年度)	12.5% (6年度)	↑	目標値	9.2	9.9	10.7	11.6	12.5
				実績値	9.2	20.8			
				達成率	100.0	210.1			
市政情報の発信に満足している市民の割合(10～20代)	68.2% (30年度)	70.0% (6年度)	↑	目標値	70.0	70.0	70.0	70.0	70.0
				実績値	60.9	62.5			
				達成率	87.0	89.3			

令和3年度における具体的な事業

- ・「長崎×若者」推進事業
- ・高校生チャレンジショップ事業
- ・プロスポーツ応援事業(V・ファーレン長崎応援事業から事業名変更)
- ・長崎魅力発信事業

(1)「長崎×若者」推進事業

【取組みの内容】

「若者が楽しむことができる場」の創出に向けた取組方針に基づき、「JR高架下を活用した若者が楽しむことができる場」の整備に関する令和4年度予算を計上するなど、取組みの具体化を図った。

また、取組方針に基づく取組みの一つとして、15～34歳の若者が実現したいアイデアや企画を出し合い、チャレンジできる場として令和2年度に立ち上げた「ながさき若者会議(以下、「若者会議」という。)」の運営を継続し、「若者会議」の参加者全員に案内を行う全体会議の月1回程度の開催やSNS等を活用した参加者間の日常的なコミュニケーションなどにより、活動のブラッシュアップや新たな企画の創出とともに、持続的に運営できる体制等について、参加者とともに検討を進めた。

さらに、令和3年11月に開催された「長崎開港フェスタ450」において、若者が考える未来を表現する「未来のエリア」を若者会議が運営したほか、「若者会議」の参加者の取組みにより、若者の活動等に関する情報を発信するホームページが構築された。

【成果・効果】

「若者会議」については、進学・就職などに伴う参加者の減も生じたが、年度途中から参加者の追加募集を行ったことなどにより、令和4年4月時点において約30人が在籍しており、この中から、持続的に運営できる体制を検討するコアメンバーグループが結成された。

また、「若者会議」の参加者が実現したいアイデアや企画をもとに生まれた9つのチームにおいて、全体会議などにおいて具体的な活動内容等に関する協議・検討を重ねた結果、地域社会に貢献する様々な活動が実行された。

「長崎開港フェスタ450」において、体験スタンプラリーをはじめとした様々なイベントを実施した。体験スタンプラリーについては、400人を超える方が参加するなど、多くの方にイベントを楽しまれるとともに、「ながさき若者会議」の幅広い周知にもつながった。

「若者会議」のホームページについては、参加者において随時更新が行われ、新たな情報が発信されたことで、若者の活動等の顕在化につながったとともに、新規参加者の応募受付数も増加した。

【問題点とその要因】

(1)「長崎×若者」推進事業

今後、「若者会議」がそのコアメンバーグループを中心として持続的に運営できる体制を目指していく上で、「若者会議」の会議運営や活動に対して、長崎市としてどのような支援が必要なのか整理できていない。

【今後の取組み方針】

「若者が楽しむことができる場」の創出に向けた取組方針に沿って、「JR高架下を活用した若者が楽しむことができる場」の整備等を進めるとともに、民間事業者や関係部局などとの協議を進め、新たな場の創出に向けた取組みの具体化を検討する。

また、「若者会議」をそのコアメンバーグループを中心として持続的に運営していくため、「若者会議」の会議運営や活動に対して、長崎市としてどのような支援が必要なのか整理するとともに、民間等と連携して、若者に対する支援の輪の構築を図る。

(2)高校生チャレンジショップ事業

【取組みの内容】

若者の企画やアイデアを実現につなげるための「若者がチャレンジできる場」の仕組みをつくることとして、市内の2校と連携し、高校生の企画、運営によるチャレンジショップを実施したが、新型コロナウイルス感染症の影響により、開催回数は2回(各校1回ずつ)となった。

【成果・効果】

チャレンジショップ開催前に、会場の下見によるマーケット調査や高校生自ら必要な備品や消耗品、商品の企画を行い、事業計画の策定を行ったことで、経営者に必要な基礎である損益分岐点の考え方を学ぶなど創業について検討するきっかけを提供することが出来た。

【問題点とその要因】

各校2回の実施を予定し、1回目の取り組みによる反省点を2回目に活かすPDCAを回すことを予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により各校1回の実施に留まった。

【今後の取組み方針】

創業について高校生により考えてもらうために、経営者から学ぶセミナーを開催するとともに、チャレンジショップの実施にも経営者に関与してもらうよう取り組む。

(3)プロスポーツ応援事業

【取組みの内容】

V・ファーレン長崎及び長崎ヴェルカのホームゲームに市内の小中学生とその保護者1,500人を無料招待した。

【成果・効果】

V・ファーレン長崎、長崎ヴェルカのホームゲームへの招待事業を実施することで、子育て世帯が「みるスポーツ」を通してスポーツへの関心を高めるきっかけをつくることができた。

【問題点とその要因】

新型コロナウイルスの影響により、イベントが開催されても参加を控える人が多い。

【今後の取組み方針】

J1復帰をめざすV・ファーレン長崎及びB3リーグ2021-2022シーズンで優勝を果たし、認知度が高まっている「長崎ヴェルカ」のホームゲームへの招待事業を継続して実施することで、「みるスポーツ」を通してスポーツへの関心を高め、スタジアムシティ開業にむけ、応援機運の醸成に取り組む。

(4)長崎魅力発信事業

【取組みの内容】

長崎における楽しみの創出や魅力の発信を図るため、「若い人に選ばれるまち」を目指し、若い世代をターゲットとした情報誌「yoriyori」を発行した。「yoriyori」では、多様な選択肢や可能性を示すことや、新しい文化や経済をつくる人や取り組みを応援することを重視した誌面作りを行った。

【成果・効果】

情報誌「yoriyori」を発行し、美容室やカフェ、書店、公共施設などで無料配布することにより、長崎に住んでいるさまざまな価値観を持つ人や挑戦している人たち、幅広い選択や可能性などの長崎の魅力を紹介することができた。

情報誌「yoriyori」は、日本地域情報コンテンツ大賞2021((一社)日本地域情報振興協会が主催)において、編集コンセプトや誌面構成のクオリティ等に高い評価を受け「地方創生部門」の「優秀賞」を受賞した。

【問題点とその要因】

令和3年度は、10代から20代の若い世代において市政情報の発信に満足している割合の実績(62.5%)が、令和2年度の実績(60.9%)よりも上昇したものの、目標値(70.0%)を下回った。これは、市民意識調査を踏まえると、若い世代において、欲しい情報を探しにくいことや、市役所の情報に対する興味が低いこと、市役所の情報を入手する際の入手方法が十分に理解されていないことなどが考えられる。

【今後の取組み方針】

若い世代に特化したデザインや企画で作成してきた情報誌「yoriyori」のノウハウを生かし、令和4年4月にリニューアルした広報紙を始め各種広報媒体で若い世代が注目するような情報発信を行う。特に、情報の入手方法として若い世代に広く普及しているSNSを活用して、若い世代に長崎のさまざまな魅力を紹介する。

具体的施策	(4) 移住を促進する
長崎市への移住を促進するため、長崎で暮らす魅力を発信し、移住希望者一人ひとりに対してきめ細やかな支援を行う。	
施策主管課	移住支援室
関係課	建築指導課、住宅政策室、人事課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み
(4) 移住を促進する	① サポート内容・相談体制の充実

重要業績評価指標(KPI)	※評価は達成(達成率100%以上)、概ね達成(同95%以上)、未達成(95%未満)の三段階					
具体的な取組み	指標名	単位	R3目標値	R3実績値	達成率	評価
①サポート内容・相談体制の充実	移住相談件数	件	1,000	1561	156.1	達成

評価(成果・効果)
空き家活用の補助制度や空き家・空き地情報バンクなどの住まいのサポート及びながさき移住ウェルカムプラザによる仕事のサポートなど移住希望者に対するきめ細やかな相談対応を行ったことで、令和3年度の長崎市への移住者数が、目標である200人を上回る418人となり、また、相談件数も目標である1,000件を上回る1,561件となり、どちらも3年連続での増加となった。

評価(問題点とその要因)
移住者の状況としてUターンが7割以上を占めているため、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考えられる。 住まいのサポートとして、空き家・空き地情報バンクを運営しているが、物件数は増加しているものの、利用者が希望する条件に合う物件が少ないことから成約につながらないことがある。また、物件の登録数をさらに増やしていく必要がある。 仕事のサポートとして、移住希望者を対象とした市の職員採用試験を行っており、令和3年度の応募者数は増加したため、認知度は上がってきているものと捉えているが、さらに周知浸透を図る余地がある。

今後の取組み方針
移住にとって重要な要素となる「住まい」と「仕事」を中心としたサポートについて、引き続き関係機関・団体と連携してさらなる充実を図る。 「住まい」「仕事」など移住に関する情報が効果的にターン者にも伝わるよう、情報発信の方法を検討し、移住先としての長崎市の認知度を高める。 将来的な移住者の裾野を拡大するため、ワーケーションの受け入れなど関係人口の創出・拡大につながる取り組みを行う。 新型コロナウイルス感染拡大を契機とした地方移住の機運の高まりを捉え、令和4年度以降の移住者数の目標値を年間350人、5年間で1,750人に上方修正し、さらなる移住者の増加を目指す。

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)
○ 移住相談後、移住に結びつかない要因には何があるかとの質問に対し、具体例として、「移住先の1つの候補地として本市の就職支援を受けていたが、他都市での転職が先に決まったために断念することとなったもの」や「空き家・空き地情報バンクの登録物件の購入を前提として移住することを検討していたが、本人の希望に沿った物件が見つからなかったため移住を断念することとなったもの」などがあり、仕事と住まいについて、きめ細やかなサポートを行っていく旨の説明がなされた。

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
特になし

具体的な取組み

① サポート内容・相談体制の充実

移住支援室

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6
移住相談件数	1,138件 (2年度)	1,200件 (6年度)	↑ 目標値	1,000	1,000	1,200	1,200	1,200
			実績値	1138	1561			
			達成率	113.8	156.1			

令和3年度における具体的な事業

- ・ながさきウェルカム推進事業
- ・ながさき移住サポートセンター事業
- ・UIターン就職者を採用する企業への移住支援に関する周知
- ・定住促進空き家活用補助
- ・ながさき住みよ家リフォーム補助
- ・住宅性能向上リフォーム補助
- ・住みよ家プロジェクト推進事業
- ・空き家・空き地情報バンク制度
- ・UIターン職員採用試験

相談体制

【取組みの内容】

移住に関するワンストップ窓口である「ながさき移住ウェルカムプラザ」の運営を行い、移住希望者からの「住まい」や「仕事」などの相談に専任の相談員が対応するとともに、移住に関する情報発信、移住準備のための支援、移住者に対する支援として補助金の交付を行った。

また、長崎県と県下市町が協働運営する「ながさき移住サポートセンター」と連携し、オンラインによる移住相談会の開催や移住に関する情報発信を行った。

【成果・効果】

令和3年度の長崎市への移住者数が、目標である200人を上回る418人となり、また、相談件数も目標である1,000件を上回る1,561件となり、どちらも3年連続での増加となった。

【問題点とその要因】

移住者の状況としてUターンが7割以上を占めているため、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考えられる。

【今後の取組み方針】

「住まい」「仕事」など移住に関する情報が効果的にターン者にも伝わるよう、情報発信の方法を検討し、取り組むことで、移住先としての長崎市の認知度を高める。

これまでの移住支援を引き続き取り組んでいくとともに、将来的な移住者となりうる関係人口の創出・拡大を目的としてワーケーションの受け入れについても取り組んでいく。

住まいに関するサポート

【取組みの内容】

移住するために長崎市内の空き家等を改修する場合の工事費や、空き家の家財等を処分する費用の一部を助成した。
住みよかプロジェクト推進事業においては、コロナ禍の影響もあり、都市部等からの移住などの関心が高まっている状況の中、所得要件など一定の要件を満たす単身の新規就労者（満30歳未満）及び移住者が、令和3年度以降、市営住宅に入居できるよう、市営住宅条例を改正し、入居要件の緩和を行った。
空き家活用促進のため、活用可能な空き家の調査を行い、所有者の意向が確認できたものから、空き家・空き地情報バンクに物件登録し、移住支援のホームページに情報掲載した。

【成果・効果】

移住者等に対し、住まいの補助金を交付することで経済的負担を軽減し、移住の促進につながった。また、空き家の活用も図られた。
空き家・空き地情報バンクへの物件の登録数が増加した。

【問題点とその要因】

空き家・空き地情報バンクの物件の登録数は増えてきたが、一方で登録年数が長く成約につなげていない空き家がある。これは、空き家・空き地情報バンクの利用者が少なく、また、利用者が希望する条件に合う物件が少ないことが考えられる。
移住希望者に対しての住まいの選択肢を増やすため、空き家・空き地情報バンクの物件登録数をさらに増やしていく必要がある。

【今後の取組み方針】

引き続き定住促進空き家活用補助金制度の周知に努め、空き家の活用及び移住を推進する。
単身の新規就労者（満30歳未満）及び移住者に対し、引き続き市営住宅の募集枠を設けるとともにインターネットを活用した申し込み方法の検討を進め、入居の促進に努める。
空き家バンクの登録数の増加につなげるため、空き家・空き地情報バンクについて、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を行う。また、郊外開発団地等の空き家調査を実施し、更なる登録可能な空き家の発掘に努める。

仕事に関するサポート

【取組みの内容】

無料職業紹介所として届け出を行っている「ながさき移住ウェルカムプラザ」において、就職相談員による移住希望者に対する就職支援を行った。また、関係機関と連携し、専門性の高い人材の就職支援を行った。
民間企業が移住者を対象とした中途採用をしやすくするように、市の補助金等移住支援制度の周知を行った。
これまでの移住は転職、起業が前提となっていたが、コロナ禍で広まったテレワークを活用し、移住元の仕事をしながら移住する方に対応するため、補助金の制度変更を行った。
市の職員採用にあたり、多様な人材の獲得を目指すとともに、長崎市への移住の促進を図るため、長崎市へUIJターンを希望する者を対象とした職員採用試験を実施した。

【成果・効果】

UIJターン職員採用により、採用職員だけでなくその家族の移住にもつながっている。また、本市職員は30代後半から40代前半までの層において職員数が少なく、年齢構成に偏りがあるが、UIJターン職員採用試験を実施することにより、当該年代の採用につながり、偏りの解消に寄与している。

【問題点とその要因】

令和元年度からUIJターン職員採用試験を実施し、令和3年度の応募者数は増加しており認知度は上がってきているものと捉えているが、さらに周知浸透を図る余地がある。

【今後の取組み方針】

若い世代が移住する場合、仕事が不可欠となるため、引き続き就職支援を中心に、仕事のサポートを行っていく。
UIJターン職員採用試験において多様な人材を獲得するために、ホームページや様々な広告媒体を活用し、職種ごとの具体的な職務内容の掲載や、転職希望者への効果的な採用情報の提供を行うことで、受験者数の増加を図っていく。
また、UIJターン職員採用試験を早期に実施することで、転居先の確保や移住手続きの時間を充分確保するとともに、全国約50カ所に点在するテストセンターの活用等により、転職希望者が受験しやすい環境整備を行う。

具体的施策	(5) 関係人口を創出・拡大する
地域課題の解決や将来的な移住に向けた裾野を拡大するため、定住に至らないものの、継続的に多様な形で長崎を応援してくれる「関係人口」の創出・拡大に取り組む。	
施策主管課	長崎創生推進室
関係課	広報戦略室、東京事務所、都市経営室、移住支援室、平和推進課、観光交流推進室、ふるさと納税推進室、長崎学研究所、地域センター（高島、外海、琴海）

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み
(5) 関係人口を創出・拡大する	① 域外の人材と関係する機会の充実

重要業績評価指標(KPI)	※評価は達成(達成率100%以上)、概ね達成(同95%以上)、未達成(95%未満)の三段階					
具体的な取組み	指標名	単位	R3目標値	R3実績値	達成率	評価
①域外の人材と関係する機会の充実	関係人口の創出、または拡大につながる取組み件数	件	7	11	157.1	達成
	関係人口の創出、または拡大につながる公式SNSフォロワー数[延]	人	14,832	12,395	83.6	未達成

評価(成果・効果)
<p>長崎〇〇LOVERSプロジェクトについては、長崎市民をはじめとする様々な長崎ファンが長崎市の魅力を自ら考え、SNS等を活用して域内外へ発信したことで、新たな長崎ファンが創出され、新型コロナウイルス感染症の拡大が抑えられている時期に投稿キャンペーン等を行ったことにより、魅力の発信件数が増加した。</p> <p>また、関係人口の創出・拡大に繋がる公式SNSのフォロワー数が294人増加(R2年度末12,101人⇒R3年度末12,395人)した。</p> <p>(該当SNS:長崎〇〇LOVERSプロジェクト、がんばらんば長崎市応援寄附推進事業、長崎平和特派員ネットワーク事業、首都圏在住者への情報発信)</p> <p>広報戦略推進事業については、長崎で暮らす人や歴史、文化にスポットを当てた民間事業者のテレビCM等の制作への連携を行ったことにより、長崎を舞台としたテレビCMが全国放映され、長崎の魅力を広く発信することができた。</p> <p>がんばらんば長崎市応援寄附推進事業については、ポータルサイトの事務代行事業者の見直しを行い、返礼品の開発や定期便の拡充等を行ったほか、カタログを作成して過去の寄附者への送付、新聞広告やWEB広告等により情報発信の強化に努めた。域外の寄附者(55,288件)へ寄附額の約3割の額(299,079千円)の特産品を送付しており、返礼品を通じて地場産品の域外への周知が図られ、関係人口の創出・拡大につなげることができた。</p> <p>ワーケーションの受け入れについては、R3年度に設立した民間のネットワーク組織「長崎・新たな暮らし方会議」と連携し、ワーケーションのネットワークづくりと市内の機運醸成のため、専門家を招いたワーケーションに関する講演会を開催し、47人の方が参加され、市内でワーケーションを受け入れる機運の醸成に一定寄与できた。</p>

評価(問題点とその要因)
<p>長崎〇〇LOVERSプロジェクトについては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、イベント等の実施が困難であったことや、新型コロナウイルス感染症拡大下において、撮影のために移動が必要になるような投稿キャンペーンを実施できなかったことなどから、「長崎〇〇LOVERS」の自走化に向けた新たな取組みが実施できなかった。</p> <p>広報戦略推進事業については、新型コロナウイルス感染症の影響により、情報発信力や社会的影響力のあるクリエイター等とのネットワーク構築を目的とした取組みを実施できなかったことから、しくみづくりにつながっていない。</p> <p>ワーケーションの受け入れについては、新型コロナウイルスの感染拡大を機に注目されているワーケーションであるが、実際に行っている個人・企業はまだ少なく、また、令和3年度もまん延防止等重点措置の期間などがあり、長崎市における取組みが十分に行えず、ワーケーションを行う個人や企業のニーズの把握が十分に行えなかった。</p>

今後の取組み方針

関係人口の創出、拡大に向けて、コロナ禍においても、域外から長崎市でのイベント等へ参加できるようなSNSやオンラインを活用した取組みを推進し、域外の人材と関係する機会の充実を図る。

また、現在の取組みを継続するとともに、関係人口の創出、拡大及び域外での活動促進に直接的につながるような新たな効果的な取組みの検討を行う。

長崎〇〇LOVERSプロジェクトについては、引き続き、SNS等を活用して企画趣旨の浸透を図るとともに、小中学校等と連携した若い世代に向けた周知活動に力を入れることにより、将来的に長崎市を応援してくれる関係人口の創出や魅力発信の担い手を育てるなど、市民や民間を巻き込んだ新たな取組みにより、自走化の促進を図る。

広報戦略推進事業については、連携協定に基づき、情報発信力の強化につながる民間事業者等のネットワークとの連携を図るなど、長崎の情報を広く発信できるしくみづくりに取り組む。

がんばらば長崎市応援寄附推進事業については、さらなる関係人口の拡大のため、カタログ、ポータルサイトの内容充実やダイジェスト版カタログ等による観光客へのPR等により、長崎市のふるさと納税やまちづくりの取組みに関する情報を発信する。これまで以上に事務代行業者及び返礼品提供事業者と連携し、返礼品の新たな掘り起こしや質的向上、定期便の拡充などにより充実を図る。

ワーケーションについては、受け入れ態勢を整えるため、民間のネットワーク組織「長崎・新たな暮らし方会議」と連携し、取り組んでいく。また、引き続きワーケーションを行う企業や個人のニーズを把握し、長崎市におけるワーケーション受け入れにあたって課題抽出を行う。

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)

特になし

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

特になし

具体的な取組み

① 域外の人材と関係する機会の充実

長崎創生推進室

重要業績評価指標 (KPI)

※「↑」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	R2	R3	R4	R5	R6
関係人口の創出、または拡大につながる取組み件数	5件 (元年度)	10件 (6年度)	↑ 目標値	6	7	8	9	10
			実績値	8	11			
			達成率	133.3	157.1			
関係人口の創出、または拡大につながる公式SNSフォロワー数[延]	11,215人 (元年度)	22,558人 (6年度)	↑ 目標値	12,897	14,832	17,057	19,616	22,558
			実績値	12101	12395			
			達成率	93.8	83.6			

令和3年度における具体的な事業

- ・長崎〇〇LOVERSプロジェクト
- ・広報戦略推進事業
- ・シティプロモーション推進事業
- ・長崎平和特派員ネットワーク事業
- ・がんばらんば長崎市応援寄附推進事業
- ・ながさきウェルカム推進事業
- ・長崎学研究事業
- ・首都圏在住者への情報発信
- ・長崎市観光大使による情報発信
- ・ながさき若者会議
- ・地域おこし協力隊事業

■関係人口の創出または拡大につながる取り組み(ワーケーションの受け入れ)

【取組みの内容】

- ・R3年度に設立した民間のネットワーク組織「長崎・新たな暮らし方会議」と連携し、ワーケーションのネットワークづくりと市内の機運醸成のため、専門家を招いたワーケーションに関する講演会を開催した。
- ・個人を対象にワーケーションのモニターの受け入れを行った。
- ・長崎市の歴史を感じられる東山手地区の洋館にWi-Fiを設置し、ワークスペースとしての活用の可能性について社会実験を行った。
- ・東京のIT企業とワーケーション等に関しての連携協定を締結した。

【成果・効果】

- ・ワーケーションに関する講演会に47人の方が参加され、市内でワーケーションを受け入れる機運の醸成に一定寄与できた。
- ・ワーケーションモニターとして10人が滞在し、実施後のアンケートにより滞在にあたっての課題等を知ることができた。
- ・東山手地区の洋館をワークスペースとして17人が活用・滞在し、実施後のアンケートによりワークスペースとしての課題等を知ることができた。
- ・連携協定を締結した企業が、長崎県内でワーケーションのトライアル事業を実施し、グループ会社等含めて社員約70人が長崎市にワーケーションとして滞在した。また、事業担当者との協議を重ねていく中で、企業のワーケーション制度導入にあたっての課題等を知ることができた。

【問題点とその要因】

- ・新型コロナウイルスの感染拡大を機に注目されているワーケーションであるが、実際に行っている個人・企業はまだ少なく、また、令和3年度もまん延防止等重点措置の期間などがあり、長崎市における取り組みが十分に行えず、ワーケーションを行う個人や企業のニーズの把握が十分に行えなかった。

【今後の取組み方針】

- ・ワーケーションの受け入れ態勢を整えるため、民間のネットワーク組織「長崎・新たな暮らし方会議」と連携し、取り組んでいく。また、引き続きワーケーションを行う企業や個人のニーズを把握し、長崎市におけるワーケーション受け入れにあたって課題抽出を行う。

■関係人口の創出、または拡大につながる公式SNSフォロワー数増加に係る取組み

【取組みの内容】

●長崎〇〇LOVERSプロジェクト

長崎市民をはじめとする様々な長崎ファンが長崎市の魅力を自ら考え、SNS等を活用して域内外へ発信したことで、新たな長崎ファンの創出が図られた。

●広報戦略推進事業

長崎で暮らす人や歴史、文化にスポットを当てた民間事業者のテレビCM等の制作への連携を行った。

●シティプロモーション推進事業

まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」の市外向けの発信を開始し、「若い世代に選ばれるまち」を念頭に置き、大都市圏の若い世代をメインターゲットにSNSを中心とした情報発信を行った。

●がんばらば長崎市応援寄附推進事業

- ・ポータルサイトの事務代行業者の見直しを行い、返礼品の開発や定期便の拡充等を行った。
- ・カタログを作成して過去の寄附者へ送付し、PRを図った。
- ・新聞広告やWEB広告等により情報発信の強化に努めた。

●長崎平和特派員ネットワーク事業

国外で平和活動を行っている人又は団体を「長崎平和特派員」に認定して、活動の支援とネットワークを構築し、国外における平和の取り組みを推進した。

●首都圏在住者への情報発信

区民まつり等イベントへの参加、SNSの活用、修学旅行誘致に係る講演等により、首都圏在住者に対し、長崎市の観光、物産、食、移住、ふるさと納税、平和等についての情報発信を行った。

【成果・効果】

●長崎〇〇LOVERSプロジェクト

新型コロナウイルス感染症の拡大が抑えられている時期にSNS(Instagram)を活用した写真投稿キャンペーン等を行ったことにより、長崎ファンによる魅力の発信件数が増加した。

また、フォロワー数も増加し、新たな長崎ファンが創出された。(フォロワー数:Instagram5,216人、Facebook1,518人)

●広報戦略推進事業

民間事業者との連携により、長崎を舞台としたテレビCMが全国放映され、長崎の魅力を広く発信することができた。

●シティプロモーション推進事業

「長崎MIRAISM」を開始したことで、まちの変化から生まれる魅力、まちが育ててきた文化の魅力、また、これらが組み合わさることで生まれる新しい魅力等を発信することができた。

●がんばらば長崎市応援寄附推進事業

・ふるさと納税の返礼品として、域外の寄附者(55,288件)へ寄附額の約3割の額(299,079千円)の特産品を送付しており、返礼品を通じて地場産品の域外への周知が図られ、関係人口の創出・拡大につなげることができた。(フォロワー数:Facebook213人)

●長崎平和特派員ネットワーク事業

平和特派員の活動により、被爆体験を次世代に継承し、被爆地の平和への願いを世界に伝えることができた。(SNSフォロワー数:Facebook4,544人)

●首都圏在住者への情報発信

物産イベントの開催や、開催が中止となった区民まつりの代替事業(オンライン物産品販売、PR動画配信)に参加したことにより、首都圏在住者に対し長崎市の観光、物産、食等の魅力を発信でき、実際に物産品を購入してもらうことができた。

Facebookの投稿内容を見直し、首都圏在住者に有益な情報を発信することで、フォロワー数が増加した。

修学旅行誘致に係る講演等を機会に長崎市を知ってもらうことで、将来の関係人口の増加につなげることができた。

(SNSフォロワー数:Facebook904人)(修学旅行誘致講演等数:延べ39校、資料提供数:延べ387校)

【問題点とその要因】

●長崎〇〇LOVERSプロジェクト

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、イベント等の実施が困難であったことや、新型コロナウイルス感染症拡大下において、撮影のために移動が必要になるような投稿キャンペーンを実施できなかったことなどから、「長崎〇〇LOVERS」の自走化に向けた新たな取組みが実施できなかった。

●広報戦略推進事業

新型コロナウイルス感染症の影響により、情報発信力や社会的影響力のあるクリエイター等とのネットワーク構築を目的とした取組みを実施できなかったことから、しくみづくりにつながっていない。

●シティプロモーション推進事業

「長崎MIRAISM」の開始から1年であり、メインの媒体としているTwitterのフォロワー数が少ないなど、情報の拡散力が十分ではない。

●長崎平和特派員ネットワーク事業

海外で平和活動を行っている人・団体の情報収集が困難であり、事業の周知が不足していることから、特派員の増加数が伸び悩んでいる。

●首都圏在住者への情報発信

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、対面でのイベントや例年参加している市人会及び在京同窓会等が概ね中止となったことから、関係人口創出の機会が減少した。

【今後の取組み方針】

●長崎〇〇LOVERSプロジェクト

引き続き、SNS等を活用して企画趣旨の浸透を図るとともに、小中学校等と連携した若い世代に向けた周知活動に力を入れることにより、将来的に長崎市を応援してくれる関係人口の創出や魅力発信の担い手を育てるなど、市民や民間を巻き込んだ新たな取組みにより、自走化の促進を図る。

●広報戦略推進事業

連携協定に基づき、情報発信力の強化につながる民間事業者等のネットワークとの連携を図るなど、長崎の情報を広く発信できるしくみづくりに取り組む。

●シティプロモーション推進事業

まちの進化の進捗に応じて、「長崎MIRAISM」専用ホームページ等のコンテンツの充実を図るとともに、若い世代をメインターゲットとし、SNSを中心とした情報発信に取り組む。

●がんばらば長崎市応援寄附推進事業

さらなる関係人口の拡大のため、カタログ、ポータルサイトの内容充実やダイジェスト版カタログ等による観光客へのPR等により、長崎市のふるさと納税やまちづくりの取組みに関する情報を発信する。

これまで以上に事務代行業者及び返礼品提供事業者と連携し、返礼品の新たな掘り起こしや質的向上、定期便の拡充などにより充実を図る。

●長崎平和特派員ネットワーク事業

国外で平和活動を行うことができる人または団体の情報収集に努め、平和特派員の認定数を増やすことでネットワークを構築し、国外における平和の取組みに努める。

●首都圏在住者への情報発信

引き続き、イベント等への参加、SNSの活用、修学旅行誘致に係る講演、市人会及び在京同窓会への参加等により、首都圏在住者に向けた長崎市の情報発信を行う。