

# 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3年9月22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、開港450周年事業推進室、環境整備課、環境政策課、都市計画課、人権男女共同参画室、農林振興課、水産振興課、都市経営室、国際課、住宅課、文化振興課、スポーツ振興課、広報広聴課、移住支援室、人事課、長崎創生推進室、広報戦略室、市民協働推進室、平和推進課、ふるさと納税推進室、東京事務所、長崎学研究所

### 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



### 数値目標・重要業績評価指標(KPI)の達成状況

	達成		おおむね達成		未達成		計
	数	率	数	率	数	率	
数値目標	2	66.7%	0	0.0%	1	33.3%	3
重要業績評価指標(KPI)	14	58.3%	2	8.3%	8	33.3%	24

※達成:達成率が100%以上 おおむね達成: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。未確定等を除く。

## 基本目標の評価

Bb 数値目標をほぼ達成しており、基本目標等をほぼ達成した

### 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2項目と半数以上となったことから「B」とする。  
また、各施策の重要業績評価指標(KPI)24項目(未確定のものを除く。)のうち、達成率100%以上のものが14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

産学官金が組織横断的に連携し、オープンイノベーションの手法による新産業の創出及び育成を図る。

新型コロナウイルス感染症の影響を見極めたうえで、本市の強みを活かした企業誘致を積極的に行うとともに、地元企業の先端情報技術導入などの新事業展開、オンラインを活用した働きやすい環境づくりや採用活動への支援を行う。

### (2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する

金融機関等と共にスタートアップを目指す人材の発掘と起業を支援し、スタートアップに対する機運を醸成する。

市内事業者の販路及び売上の拡大を図るため、地域商社2者を中心に支援を行う。

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・育成や生産性の向上につなげる。

### (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。

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、子育て世代が暮らしやすい住戸改善を行うことに加え、若者や子育て世帯が希望する住まいの支援の観点から民間の住宅供給について検討する。

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とともに、新たな広報媒体を活用することにより、若い世代に長崎のさまざまな魅力を紹介する。

### (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とともに、移住に関する情報の効果的な発信の方法を検討していく。

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、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オンラインを活用した取組み等の実施を検討する。

また、長崎市における関係人口の定義を明確化し、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効果的な取組みを行う。

### 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)

- コロナ禍で事業活動等が停滞する環境下であって、数値目標・KPIが概ね達成された点は評価できる。
- スタートアップやオープンイノベーションなど、事業や組織の性格や事業の構築に至る過程に係る言葉が散見されるが、例えばスタートアップやオープンイノベーションが多いことと基本目標1の達成は必ずしも整合しないため、「経済を強くし、新しいひとの流れをつくる」ためにどのような事業や企業を育てたいのか明確にする必要があると考える。
- 産業分野別に経済情勢を把握し、分野ごとに課題を把握して施策を打っているのかという意見があった。これに対し、市からは、令和3年度までの第4次経済成長戦略の中で、観光や企業誘致の部門では一定の成果も見られたが、地域全体としての経済浮揚や人口流出抑制までは至っていないと評価していること、第5次長崎市経済成長戦略の策定に向けて更なる地域経済動向分析を行っており、有識者から意見をいただきながら市の経済活性化に向けた施策の検討を行っていることの説明がなされた。
- 長崎市の将来を考えると、新たな産業の創出と企業誘致などの経済活性化及び雇用の創出は極めて重要であり、今後も有意義な取組みを様々なに継続していただきたい。
- 仕事をする上では、「緊張」と「ゆとり(遊び心)」の両方が欠かせず、「楽しむことができる場所」や「チャレンジする場」が必要である。  
特に、新事業の創出については「寛ぎの場」「一歩外に出て遊んでみるゆとり」から往々にして生まれるものであると考える。

### 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

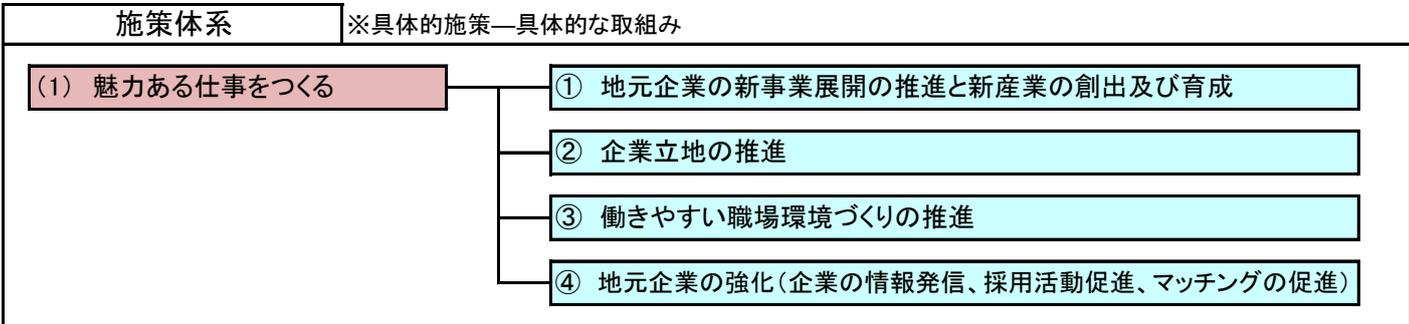
- 今、中小企業は、経営戦略の見直しが必須の時代に入っており、経営戦略の見直しを支援する施策が必要ではないか。  
今後危機感を覚えている経営者は多いと思われ、多くの中小企業が経営戦略の見直しに取り組むことは、当然DX推進ともつながってくると思う。
- 若い世代に向けては、新事業の提案や丁寧な業務指導、寛ぎの場といった視点で施策を考えてはどうか。
- コロナ禍であって多くの中小事業者が財務内容を悪化させている中で、事業者の再生は長崎市の経済活性化にとって喫緊の課題であるため、積極的な支援が必要。
- 市内企業の大卒求人数が、市内大卒者の就職希望者数を大きく下回っていることから、今後も仕事の量を増やす施策の必要がある。  
また、雇用条件面についても、よりよい雇用条件を求めて市外に転出している状況もある。  
より良い雇用条件で求人を行う企業を増やしていくためには、企業の経営力の強化が必要となるため、経営者の意識改革と経営戦略の見直しが必要となる。こうした見直しはDX推進ともつながるものとなる。

# 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3年9月22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	産業雇用政策課、商工振興課、開港450周年事業推進室、環境整備課、環境政策課、都市計画課、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	R2目標値	R2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	18	24	133.3%	達成
	「新産業の種」となり得る大学及び誘致企業等と地元企業との間での新たな取り組みの数[累計]	件	1	1	100.0%	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	26	31	119.2%	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】	%	102.8	105.0	97.9%	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】	%	92.4	97.7	105.7%	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	%	52.1	50.7	97.3%	概ね達成
	市内大学卒業者の市内就職率	%	26.0	27.1	104.2%	達成
	市内企業への新卒採用状況調査におけるUI-Jターン就職者数	人	300	178	59.3%	未達成

## 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

海洋再生可能エネルギーをはじめとする新事業進出やIoT活用技術による生産性向上の際に必要な事業可能性調査や人材育成の取組みを支援し、市内中小企業の経営の多角化や生産性向上など競争力強化の取組みを促進させることで、市内中小企業の経営基盤の強化につながった。(可能性調査:6件、人材育成:3件)あわせて、市内事業者のウィズコロナ・アフターコロナを見据えた新事業展開の取組みに必要な機械設備等の費用の一部を補助することで、市内事業者の新事業展開の取組みは進みつつある。

新産業の創出及び育成について、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、それにより新たな産業との種となり得る具体的事例が創出された。

### ② 企業立地の推進

県と連携した企業誘致活動を行った結果、令和2年度において立地件数が2件、企業誘致に伴う新規雇用者数が291人となった。

### ③ 働きやすい職場環境づくりの推進

ワーク・ライフ・バランスに関する様々な講座を開催したことでワーク・ライフ・バランスの考え方の普及・浸透につながるとともに、平均年次有給休暇取得率の近年の伸び率は全国平均を上回り、令和2年度においても目標を達成しており、働きやすい職場環境づくりに取り組む企業が増えている。

### 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)

企業紹介番組の動画投稿サイト投稿や企業紹介書籍の市内外教育機関への配布により、学生や学校関係者、保護者の地元企業に対する知名度も徐々に向上している。また、コロナ禍で就職イベントの中止により企業情報を直接発信する機会が減少したものの、企業紹介書籍の電子書籍化によりオンラインでの情報発信の充実を図ることができた。

採用活動のオンライン化に関する企業向けセミナーや企業ホームページの制作・改修に対する補助金、専門のアドバイザー派遣により、その対応に係る支援を行うことができた。

学生と企業のマッチングを目的としたイベント等をオンライン開催としたことにより、効率的に交流機会を創出することができた。

## 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

製造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。

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たが、実際に経営資源を拠出できるだけの合意がとれている支援主体が少ないことから、十分な支援体制が整っていない。

また、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、その支援モデルによる具体的支援事例が長崎にあることや、オープンイノベーションの手法に関する理解が市内で十分に浸透していないことから、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。

### ② 企業立地の推進

情報系企業を中心に市内への企業立地が相次いでいるなか、特にIT人材においては全国的に人手不足となっていることから、誘致企業の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

新型コロナウイルス感染症の影響によりワーク・ライフ・バランスに関する講座の開催回数及び参加者数が減少した。

また、月平均の総実労働時間について、全国的には大都市圏の企業を中心に、新型コロナウイルスの感染拡大によりテレワークや勤務時間削減の取組みが進んだことで、所定外労働時間が大幅に削減され、総実労働時間が減少したと推測される。

長崎県値も改善しているものの、重要業績評価指標の目標値を達成できていないことから、今後更なる推進が必要である。

### 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)

新型コロナウイルス感染症の影響により、企業においては対面での接触機会が激減し、「学生の反応が見えにくい」などの意見が多く聞かれた。また、市や労働局、県などにおいても、オンラインイベントは初開催であったため、各機関ともに試行錯誤しながらの実施となり、他機関が実施するイベントとの役割分担など、効果的な実施方法の検討が必要である。

## 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

新事業展開やIoT活用技術による生産性向上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、市内中小企業の競争力強化を図る。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をはじめ、企業の人材育成の取組みに対する支援を検討する。

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ため、ベンチャー企業と大企業の協業によるオープンイノベーションの促進に取り組む専門家を招いたセミナーやワークショップなどを開催をする。

### ② 企業立地の推進

新型コロナウイルス感染拡大に伴う企業活動の変化等を見極めた上で、今後成長する産業や、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や本市の強みを活かした誘致活動を積極的に行うとともに、誘致企業の雇用が円滑に進むよう、誘致企業の採用情報の発信を支援するなど、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。

### ③ 働きやすい職場環境づくりの推進

コロナ禍においても、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とともに、講座の内容等について工夫していく。また、コロナ禍により地方移住などへの関心が高まっていることから、この機会をチャンスと捉え、これまで以上に若者に選ばれる職場づくりを推進する。

### 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)

新型コロナウイルス感染症の影響により、学生の就職活動及び企業の採用活動はオンラインが中心となり、コロナ収束後も新たな活動方法として定着するものと考えられるため、「SNSをはじめとするオンラインでの情報発信の強化」及び「企業のオンラインを含む採用活動の支援」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)

○ KPI「市内大学卒業生の市内就職率」について、誘致企業に就職した学生は、長崎市以外の地域で数か月から数年勤務した後に長崎市に戻ってくるケースも多いと考えられることから、誘致企業へ就職した大学卒業生も市内就職率に含めてもよいのではないかと意見に対し、市から、市内就職率の指標設定の考え方や、市内就職者数の計上基準などの説明がなされ、また誘致企業への就職者数という観点では、今後その把握の必要性や手法等も含めて検討する旨の説明がなされた。

○ KPI「市内企業への新卒採用状況調査におけるUIターン就職者数」の実績値が例年比低下していることについて、主な要因は、これまでUIターン就職者を雇用していた事業者の状況が今回は把握できなかったということであるため、今後、状況を把握する方法を検討してはどうか。

## 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

○ 造船業に代わる新産業の創出・育成は容易ではないが、市の重要な構造的問題であり、中長期的な取組みを継続していただきたい。

また、コロナ禍にあって多くの中小事業者が財務内容を悪化させており、こうした事業者の再生が喫緊の課題であり、疲弊した中小事業者がウィズコロナ・アフターコロナを見据えた新事業展開を行う際の資金調達のハードルも上がっていると考えられ、補助金等による支援は財源の許す限り積極的に行って欲しい。

○ 市はデジタルトランスフォーメーション(以下、DXという。)を企業の生産性向上の手法の一つと考えて推進しているとのことであるが、DXは付加価値の向上を通して顧客の価値向上やその先の新たなサービス提供につながっていくものであり、単なる生産性の向上にとどまらず、企業の生存戦略に直結するものであると考えられる。

新事業の創出も重要ではあるが、当面はDX推進の目標を、既存事業の付加価値向上に向けたことから始めた方が取り組みやすいと思われる。

また、DX推進は経営者がその必要性を理解しないと進まないため、経営者に向けた施策が必要。

○ KPI「新産業の種」と成り得る大学及び誘致企業との間での新たな取組みの数」について、直近の新規事業の創出支援において様々なプロジェクトが創出されていることを踏まえ、目標設定を見直してはどうか。

○ 市内企業のホームページは内容が充実していないものが多く、そもそもホームページを持たない企業も多いことから、これらの支援に必要ではないか。

○ 学生の仕事への理解不足を感じるため、各キャリアセンターは学生への情報提供を積極的に行い、仕事への理解を図る必要があるのではないか。

○ コロナ禍における就業環境の変化(リモートワーク、ワーケーション等の活用推進)により地方移住への関心が高まっており、この好機を逃さない取組みが重要であり、雇用・求職活動のあり方が変化するなかで、より効果的な取組みをいち早く実施することが必要ではないか。

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	
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					
			達成率	133.3					
「新産業の種」となり得る大学及び誘致企業等と地場企業との間での新たな取り組みの数[累計]	0件 (元年度)	5件 (6年度)	↑	目標値	1	2	3	4	5
			実績値	1					
			達成率	100.0					

令和2年度における具体的な事業

- ・ものづくり支援事業(長崎市新事業展開・IoT活用技術による生産性向上支援補助)
- ・ものづくり支援事業(長崎地域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
- ・長崎開港450周年記念事業
- ・再生可能エネルギー活用推進事業
- ・新東工場整備運営事業

ものづくり支援事業(長崎市新事業展開・IoT活用技術による生産性向上支援補助)

ものづくり支援事業(長崎地域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】

・海洋再生可能エネルギーをはじめとする新事業進出やIoT活用技術による生産性向上の際に必要な事業可能性調査や人材育成の取組みを支援した。また、市内事業者のウィズコロナ・アフターコロナを見据えた新事業展開の取組みを加速させるため、必要となる機械設備等の導入に要する経費の一部を補助するなど、新事業展開の取組みを支援している。

・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、地場企業の優れた製品・技術を「優れモノ」として市が認証し情報発信を行うとともに、認証企業が行うPR活動の支援を行った。(認証件数2件、PR補助件数2件)さらに、市役所内での需要が見込めるものについては「トライアルオーダー認定品」として認定し、本市が積極的に購入することで販売実績を作り、対外的な信用度を高め販路開拓・拡大の一助とする。(認定件数1件)

【成果・効果】

・海洋再生可能エネルギーをはじめとする新事業進出やIoT活用技術による生産性向上の際に必要な事業可能性調査や人材育成の取組みを支援し、市内中小企業の経営の多角化や生産性向上など競争力強化の取組みを促進させることで、市内中小企業の経営基盤の強化につながった。(可能性調査:6件、人材育成:3件)あわせて、市内事業者の新事業展開の取組みに必要な機械設備等の費用の一部を補助することで、市内事業者の新事業展開の取組みは進みつつある。

・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(11人参加)や経験者研修(7人参加)を行うなど、技術・技能の伝承、並びに中堅技能者の技術レベルの向上が図られた。また、造船造機技術指導員による溶接技術等の助言・指導により、地元中小企業の産業人材育成につながった(3社、13人、計47日)。

【問題点とその要因】

・製造業を取り巻く環境の悪化や新型コロナウイルスの影響等により、景気の先行きが不透明であることから、環境・新エネルギー等、新分野への進出に慎重となっている市内中小企業も見受けられる。

・製造業など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。

【今後の取組み方針】

・新事業展開やIoT活用技術による生産性向上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、市内中小企業の競争力強化を図る。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をはじめ、企業の人材育成の取組みに対する支援を検討する。

・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会、長崎県などの関係機関と検討を行っており、引き続き協議する。

・商品力の強化に向けた新製品・新サービスの開発促進等の支援のほか、「長崎市製品・技術優れモノ認証制度」の認証製品の販路開拓を支援するため、認証品の販路開拓を目的としたPR補助金を認証企業へ周知するなど、市内企業に対して「優れモノ認証制度」の周知を強化する。

## 新産業・起業チャレンジ促進事業

### 【取組みの内容】

地域課題解決を切り口として、オープンイノベーションの手法を活用し、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。

### 【成果・効果】

オープンイノベーションの手法によって、地域課題「漁業者の所得向上」の解決を目的とした新規事業「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、様々なプロジェクトを支援したことで、地方におけるオープンイノベーション型の新規事業創出を県や金融機関、メディア、他自治体等が組織横断的に連携して支援するという新たな支援モデルの構築と、その支援モデルによる新たな産業の種となりうる具体的支援事例が創出された。

### 【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たが、実際に新規事業創出に対して経営資源を拠出できるだけの合意がとれている支援主体が少ないことから、十分な支援体制が整っていない。

また、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、その支援モデルによる具体的支援事例が長崎にあることや、オープンイノベーションの手法に関する理解が市内で十分に浸透していないことから、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。

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ため、ベンチャー企業と大企業の協業によるオープンイノベーションの促進に取り組む専門家を招いたセミナーやワークショップなどを開催をする。

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	
企業立地件数(市外企業新設)[累計]	20件 (30年度)	38件 (6年度)	↑	目標値	26	29	32	35	38
			実績値	31					
			達成率	119.2					

令和2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】

(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うとともに、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。

さらに、誘致企業の雇用が円滑に進むよう、採用活動の支援等のアフターフォローを行うとともに、その強化のため、(公財)長崎県産業振興財団長崎本部への派遣職員を1人増員し、上述の職員3人派遣の体制となった。

また、独立行政法人鉄道建設・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】

310人の新たな雇用が見込まれる企業立地(新設2社、増設1社)が決定し、そのうち1社が研究開発拠点の立地であり、特に若年層が期待する良質な雇用機会が確保された。

また、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】

情報系企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】

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、新型コロナウイルス感染拡大に伴う企業活動の変化等を見極めた上で、今後成長する産業や、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ったうえで、「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」などの本市の強みを活かした誘致活動を積極的に行う。

また、誘致企業の雇用が円滑に進むよう、誘致企業の採用情報の発信を支援するなど、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。

製造業等の受け皿となる田中町(卸団地横)における企業立地用地の整備を引き続き進めるとともに、令和4年4月の分譲開始予定に向けて誘致活動を行う。

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					
			達成率	97.9					
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					
			達成率	105.7					

令和2年度における  
具体的な事業

- ・若年者雇用促進事業(※基本目標1-(1)-④から再掲)
- ・中小企業サポート活動事業
- ・啓発広報事業

若年者雇用促進事業  
中小企業サポート活動事業

【取組みの内容】

働き方改革やワーク・ライフ・バランスなどに関する各種制度やイベント情報、相談窓口等について、ホームページや地元企業へのダイレクトメールにより情報発信を行うとともに、地元企業の職場環境向上に資する経費の一部を支援した。

併せて、ハローワークOBの雇用コーディネーターが企業を訪問し、採用活動や人材育成に係るニーズや問題点についてヒアリングを行うとともに、働き方改革やワーク・ライフ・バランスを始めとする職場環境向上に係る啓発と併せ、国・県・市の支援制度の活用など各種施策の活用についてアドバイスを行った。

【成果・効果】

働きやすい職場環境づくりに取り組む企業が増えており、平均年次有給休暇取得率は全国平均を下回っているものの、近年の伸び率は全国平均を上回っている。

【問題点とその要因】

月平均の総実労働時間について、全国的には大都市圏の企業を中心に、新型コロナウイルスの感染拡大によりテレワークや勤務時間削減の取組みが進んだことで、所定外労働時間が大幅に削減され、総実労働時間が減少したと推測される。

長崎県値も改善しているものの、重要業績評価指標の目標値を達成できていないことから、今後更なる推進が必要である。

【今後の取組み方針】

コロナ禍により都市部の若年層を中心に、地方移住などへの関心が高まっていることなどから、この機会をチャンスと捉え、これまで以上に若者に選ばれる職場づくりを推進し、地元企業の受入態勢の整備を図る。

・啓発広報事業

【取組みの内容】

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7回(参加者数:141人)開催した。

【成果・効果】

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】

新型コロナウイルス感染症の影響により男女共同参画推進センターの臨時休館や貸室の利用制限等があったほか、他の男女共同参画に関する講座の開催数との兼ね合いもあり、過去3年間よりワーク・ライフ・バランスに関する講座の開催回数及び参加者数が減少した。

【参考】

平成28年度:7回(参加者数:381人)、平成29年度:12回(参加者数:507人)、

平成30年度:12回(参加者数:370人)、令和元年度:11回(参加者数:311人)

【今後の取組み方針】

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とともに、参加者の理解度が高くなるよう、講座の内容等について男女共同参画推進センターと連携しながら工夫していく。

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				
				達成率	97.3				
市内大学卒業者の市内就職率	24.0% (30年度)	30.0% (6年度)	↑	目標値	26.0	27.0	28.0	29.0	30.0
				実績値	27.1				
				達成率	104.2				
市内企業への新卒採用状況調査におけるUIJターン就職者数	273人 (30年度)	300人 (6年度)	↑	目標値	300	300	300	300	300
				実績値	178				
				達成率	59.3				

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

企業紹介番組や企業紹介書籍を制作するとともに、企業のインターンシップ情報や参加学生の感想等を市ホームページで発信した。また、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動画を制作し、市ホームページで公開した。加えて、平成30年度及び令和元年度に発行した企業紹介書籍(3冊)を電子書籍化し、オンラインでの情報発信を強化した。

・採用活動促進

コロナ禍での採用活動の動向やオンライン採用活動の進め方など、企業の採用力向上に資するセミナーを開催するとともに、採用活動に係る経費(企業ホームページの制作・改修費、県外開催の企業面談会への出展費など)の一部を支援した。また、企業のオンラインでの採用活動を促進するため、企業に専門のアドバイザーを派遣した。

・マッチングの促進

オンラインでの企業研究会を市単独で開催するとともに、オンラインでの学生と企業の交流イベント「NAGASAKIごとみらい博」を労働局や県、大学等と連携して開催した。

【成果・効果】

・企業の情報発信

企業紹介番組について、動画投稿サイト(YouTube)投稿や市内外教育機関への配布を行うとともに、企業紹介書籍についても市内外教育機関に配布したことで、動画再生数が年々伸びるなど、学生や学校関係者、保護者の地元企業に対する知名度も徐々に向上している。また、コロナ禍で就職イベントが中止となり、企業情報を直接発信する機会が減少したものの、その対応として、企業紹介書籍を電子書籍化したことでオンラインでの情報発信の充実を図ることができた。

・採用活動促進

新型コロナウイルス感染症の影響により、採用活動のオンライン化が急務となったなか、企業向けセミナーや補助金、専門のアドバイザー派遣により、その対応に係る支援を行うことができた。

・マッチングの促進

イベント等をオンライン開催としたことにより、学生は居住地に関係なく参加ができ、また、企業も移動時間等の負担軽減などのメリットがあり、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】**

**・採用活動促進及びマッチングの促進**

新型コロナウイルス感染症の影響により、就職イベントが中止またはオンライン開催となり、多くの企業が企業説明会や面接等をオンラインで実施しており、企業においては対面での接触機会が激減し、「学生の反応が見えにくい」、「本来の意図が伝えにくい」といった意見が多く聞かれた。また、市をはじめ、労働局や県などにおいても、オンラインイベントは初開催であったため、各機関ともに試行錯誤しながらの実施となり、役割分担など、効果的な実施方法の検討が必要である。

**【今後の取組み方針】**

コロナ禍により、学生の就職活動及び企業の採用活動はオンラインが中心となり、双方が「移動時間や移動費の負担軽減」や「時間や場所に囚われず活動できる」といったメリットを感じていることなどから、コロナ収束後も新たな活動方法として定着するものと考えられる。

このことから、今後は、「SNSをはじめとするオンラインでの情報発信の強化」及び「企業のオンラインを含む採用活動の支援」を行うとともに、働き方改革など若者に選ばれる職場づくりを推進し、地元企業の受入態勢の整備を図ることとしている。

なお、「マッチングの促進」については、長崎県及び長崎労働局において、対面及びオンラインでのイベントが多く予定されていることから、その周知や運営に協力していくこととし、市単独のイベントとしては廃止する。

**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経営力や競争力の強化に向けた取組みを支援した。

**【成果・効果】**

長崎工業会の活動において、新型コロナウイルス感染症の影響により予定していた取組みの多くは中止となったものの、品質管理セミナー等の人材育成の取組み実施により技能・技術の向上や生産性の向上が図られるなど、市内ものづくり産業の振興に向けて、その基盤となる人材育成の取組みは着実に進みつつある。あわせて企業見学バスツアー、中核人材獲得支援事業、企業情報発信強化事業等の実施により人材確保に向けた取組みについても図られている。

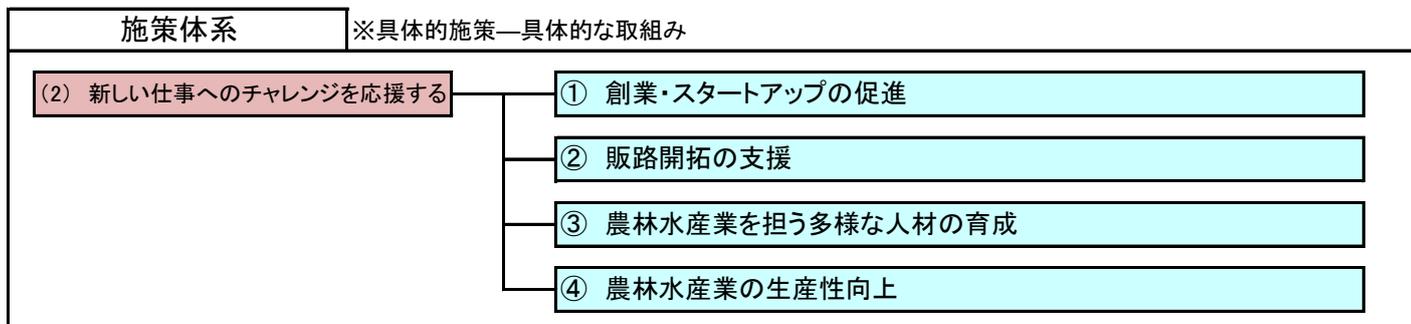
**【問題点とその要因】**

一部の企業においては、人材確保が難しくなっており、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。

**【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。

<b>具体的施策</b>	<b>(2) 新しい仕事へのチャレンジを応援する</b>
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。	
<b>施策主管課</b>	産業雇用政策課
<b>関係課</b>	商工振興課、水産振興課、農林振興課



<b>重要業績評価指標 (KPI)</b>	※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	R2目標値	R2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	者	251	260	103.6%	達成
	市のスタートアップ支援を受けて起業した者の数[累計]	者	0	0	-	-
②販路開拓の促進	地域商社として取引された商談成約件数	件	240	346	144.2%	達成
	地域商社事業の売上金額	千円	200,000	71,235	35.6%	未達成
	地域商社事業で開拓した販路数	件	40	25	62.5%	未達成
	水産物展示商談会における商談成約額	千円	113,094	0	0.0%	未達成
③農林水産業を担う多様な人材の育成	認定新規就農者数[累計]	人	33	36	109.1%	達成
	新規漁業就業者数[累計]	人	23	21	91.3%	未達成
④農林水産業の生産性向上	農産物販売額	億円	54.9	49.3	89.8%	未達成
	漁業生産量	トン	48,747	未確定	-	-

※「市のスタートアップ支援を受けて起業した者の数」については、目標年度がR4年度以降となっている。  
 ※「漁業生産量」は県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

スタートアップに対する機運の醸成のため、「長崎スタートアップセミナー」を実施し、このセミナーを通じて、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、スタートアップに対する理解促進につながった。

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、創業者数は262者となった。

### ② 販路開拓の支援

「地域商社育成支援事業」については、地域商社2者により域外における販売ルートの開拓を行うことで、長崎市産品の販路開拓・拡大が図られた。

また、オープンイノベーションの手法を活用した「おさかなサブスク」の事業化に地域商社1者が参画し、この実証に取り組むなど、販路開拓・拡大に向けた具体的動きも進んでいる。

「長崎水産練り製品ブランド化支援事業」については、水産練り製品事業者に対し、専門家による研修及び伴走型支援を行ったことにより、長崎かんぼこのブランド化及び消費拡大につながった。

### ③ 農林水産業を担う多様な人材の育成

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、新たな担い手の確保につながることができた。

農業の担い手の育成・確保のため、関係機関と連携し、新規就農者や認定農業者の所得向上、新規就農希望者の相談対応や情報提供を図ることができた。

新規漁業就業希望者について、漁業技術の実践研修に対する支援を行い、漁業に関する基礎的な技術の習得が図られている。また、技術習得に向けた研修を継続して行うことで、地域漁業を担う漁業者の育成につながっている。

### 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、905本、作業省力化用コンパクト土づくり資材15.57t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取り組んでおり、これらの組織による継続した活動の結果、磯焼け状態だった海域に藻場の再生が確認され、漁業の生産性向上につながった。地域が一体となって漁場環境の保全に取り組むことで意識の醸成が図られた。

冷凍・冷蔵施設等の整備により、漁獲物の鮮度向上が図られるとともに、惣菜調理施設を整備することで漁獲物の付加価値向上が図られた。また、漁獲物の蓄養施設を整備することで、魚価の向上につながった。

養殖漁場における水温、塩分、溶存酸素等をリアルタイムに把握するため、テレメータシステムを整備し、海洋環境データの共有化を図ることができた。また、養殖魚の品質向上と養殖業経営の安定化に向け、環境データを集約・分析する体制が整えられた。

## 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、スタートアップに携わる人材に触れる機会が未だに少ない状況であるため、スタートアップについて理解が深まっていないことから、スタートアップに関する機運が低い。

### ② 販路開拓の支援

「地域商社育成支援事業」については、域外への販路拡大に意欲的な事業者が少ないため、商品開発や生産力が限られている。

「長崎水産練り製品ブランド化支援事業」については、長崎かんぼこの認知度はまだまだ低く、さらに、新型コロナウイルス感染拡大により、イベント等への出店、商品の開発・改良事業ができなかったこともあり、長崎かんぼこのブランド化や売上増につながっていない。

### 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とともに、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。

新規漁業就業を希望する者が少なく、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。

新規漁業就業研修の指導者が少なく受入先が限られており、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依存する部分が多い。

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。

漁場環境再生の取組みにより藻場が回復しているも、再び食害を受ける可能性がある。また、藻場の喪失は広範囲であり、活動組織で取組を実施できる範囲が限られている。

漁業協同組合等水産関係団体が行う機材、機器、施設等の整備に係る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。

## 今後の取組み方針

### ① 創業・スタートアップの促進

金融機関等と共にスタートアップに係るセミナー等を企画・開催することにより、スタートアップを目指す人材の発掘と起業を支援する。

### ② 販路開拓の支援

「地域商社育成支援事業」については、今後も地域商社2者が、市内事業者の販路及び売上の拡大を図るためのサポートをしていく。

「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及び消費や販路拡大のため、効果的な販売方法などの分析・評価を行い、引き続き支援していく。

### 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、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、集落営農等、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。

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い、実践的な研修により漁業の経験を積むことで、地域漁業を担う漁業者の育成を図る。また、担い手の確保のため、漁業就業支援に係るイベント等の周知・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でも業務が継続でき、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。

長崎県立大学と連携し、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。

林業施策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、地域が行う環境や生態系の保全に関する取組みを支援するとともに、専門家のサポートや各活動組織間のネットワーク化による情報・技術の共有を図りながら、より効果的な活動に努める。

磯焼けが確認される海域は、海藻が繁茂する海域から母藻を移植する取組みを継続するとともに、藻場の再生活動を行った海域については、ウニや食害生物の侵入を防ぐフェンスを設置するなど、藻場の再生効果を高めていく。

水産関係団体の要望を把握し、国・県の補助事業を引き続き活用し、漁業の生産性向上と水産関係団体の経営安定を図るための支援を行う。

整備したテレメータシステムを有効に活用し、適正な養殖管理に努めるとともに、飼育管理の見える化を図るため、データの集約及び分析を行う。また、新たな技術の導入に向けた検討を進め、スマート水産業の推進を図る。

## 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)

○ 具体的施策(2)「新しい仕事へのチャレンジを応援する」のKPI10件のうち半数が未達成となっているとの意見に対し、その理由について、市から、新型コロナウイルス感染症の影響で、営業活動が十分でなかったことや、消費の落ち込みによる価格低迷などの説明がなされた。

○ 「創業サポート長崎」による支援は一定の効果を発揮しており、日本政策金融公庫による令和2年度創業前融資がコロナ禍にあって114件(前年比▲30.5%)と減少するなか、目標とする年間創業者数260者を達成したことは評価できる。

## 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

○ 移住者の移住前の経験やノウハウを移住後に活かせるよう、社内起業がしやすい機運の醸成をしていただきたい。  
なお、社内起業は、経営層が創造的人材を見つけ支援することが重要であり、社内起業を促す雰囲気づくりも大事である。

○ 長崎かんぼこの認知度向上について、情報発信、PRへの工夫が必要ではないか。

また、水産練り製品の地産地消の推進として、行政機関・経済団体・金融機関・業界団体などが連携し「長崎かんぼこ王国」の活動に取り組んでいるとのことだが、長崎市内の飲食店においても、県外ブランドの水産練り製品を使用している店があるなど、地産地消に温度差があるため、取り組みの横展開を進めてはいかかが。

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	
				目標値	実績値	達成率			
創業サポート長崎の支援による創業者数	245者 (30年度)	276者 (6年度)	↑	目標値	251	257	263	270	276
				実績値	260				
				達成率	103.6				
市のスタートアップ支援を受けて起業した者の数 [累計]	0者 (30年度)	3者 (6年度)	↑	目標値	0	0	1	2	3
				実績値	0				
				達成率	-				

※「市のスタートアップ支援を受けて起業した者の数」については、目標年度がR4年度以降となっている。

令和2年度における具体的な事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学連携・創業支援事業</li> <li>・新産業・起業チャレンジ促進事業(※基本目標1-(1)-①から再掲)</li> <li>・商工業振興対策資金預託</li> <li>・商工業振興対策資金等保証料補助</li> <li>・事業承継支援事業</li> <li>・事業拡充支援事業</li> </ul>
-----------------	--

**産学連携・創業支援事業**  
**【取組みの内容】**  
 長崎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」において創業希望者に対して、専門家による指導・助言、創業セミナー、相談会などを行うとともに、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。

**【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260者となった。また、創業者広報活動支援補助金については31件利用され、補助金の活用によって、創業時における認知度向上や販路拡大につながった。

**【問題点とその要因】**  
 創業サポート長崎を構成する支援機関による支援内容が多岐に渡っている中で、どのような支援が創業(希望)者に対してより適切なものとなるか、各支援機関同士での情報共有を含め、連携を深める余地がある。

**【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。

**新産業・起業チャレンジ促進事業**  
**【取組みの内容】**  
 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に取り組み、ふくおかフィナンシャルグループ(FFG)との協働により、起業希望者の掘り起こしや支援を行うためのセミナー等を開催した。

**【成果・効果】**  
 スタートアップに対する機運の醸成のため、「長崎スタートアップセミナー」を計6回実施し、218名が参加した。このセミナーを通じて、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、スタートアップに対する理解促進につながった。

**【問題点とその要因】**  
 長崎市内では、スタートアップに携わる人材に触れる機会が取組みによって増えているものの、スタートアップについて理解が深まっていないことから、地場でのスタートアップを目指した起業事例が少なく、結果としてスタートアップに関する機運が低い状況にある。

**【今後の取組み方針】**  
 金融機関(福岡フィナンシャルグループ)等と共にスタートアップに係るセミナー等を企画・開催することにより、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				
				達成率	144.2				
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	71,235				
				達成率	35.6				
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				
				達成率	62.5				
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				
				達成率	0.0				

令和2年度における具体的な事業

- ・地域商社育成支援事業
- ・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

地域商社育成支援事業

【取組みの内容】

「地域商社育成支援事業」については、単独では販路開拓が難しい小規模事業者にとって、商品開発支援やコンサルティング機能を担う地域商社2者(株式会社タナカヤ、株式会社ジョイフルサンアルファ)の育成に取り組んだ。

【成果・効果】

「地域商社育成支援事業」については、地域商社2者の取組みにより、百貨店など25の新たな販路の開拓及び売上げ増につながり、地域商社2者の強みを活かした域外における販売ルートの開拓を行うことで長崎市産品の販路開拓・拡大が図られた。

また、オープンイノベーションの手法を活用した「おさかなサブスク」の事業化に地域商社1者が参画し、この実証に取り組むなど、販路開拓・拡大に向けた具体的動きも進んでいる。

【問題点とその要因】

「地域商社育成支援事業」については、域外への販路開拓に意欲的な事業者が少ないため、域外(遠方)での商談会に出展することができる事業者が限られている。

【今後の取組み方針】

「地域商社育成支援事業」については、地域商社と連携し、市内事業者の域外への販路開拓及び拡大に引き続き支援していく。

### 長崎水産練り製品ブランド化支援事業

#### 【取組みの内容】

「長崎水産練り製品ブランド化支援事業」については、水産練り製品の販売額拡大を目指し、ブランド化及び消費拡大のため、イベント出店、SNS活用などの業界団体の活動を支援した。特にSNS活用については、水産練り製品事業者に対し専門家による研修及び伴走型支援を行ったことで、各社SNSのフォロワー数が増加した。また、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」と連携し、長崎かんぼこの魅力を発信した。

#### 【成果・効果】

「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活用による情報発信力の強化を支援したことにより、各社のSNSのフォロワー数が増加し、長崎かんぼこへの域内外の「長崎かんぼこ」に関心がある消費者が増えることで、長崎かんぼこのブランド化及び消費拡大につながった。

#### 【問題点とその要因】

「長崎水産練り製品ブランド化支援事業」については、様々な情報発信PRを実施しているものの、長崎かんぼこの認知度はまだまだ低く、業界全体の売上増につながっていない。

また、新型コロナウイルス感染拡大により、大規模イベント等への出展や新商品開発及び既存商品改良の支援や売り場改善指導の事業ができなかったこともあり、情報発信や販路拡大事業に長年取り組んできたが、長崎かんぼこのブランド化ができていない。

#### 【今後の取組み方針】

「長崎水産練り製品ブランド化支援事業」については、「商品価値向上」について、練り製品のブランド化及び消費や販路拡大のための取組みにおいて、マーケティング等の専門家の知見を得ながら、効果的な販売方法などの販売戦略を構築し、戦略に沿った取組みについて、業界団体や長崎商工会議所等の関係団体と連携を図りながら、これまでの取り組みの分析・評価を行い、引き続き支援していく。

### 水産物展示商談会出展支援事業

#### 【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（9月30日～10月2日、東京都内）に出展する予定であったが、新型コロナ感染拡大の影響により実施できなかった。

#### 【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、新型コロナ感染拡大の影響により令和2年度は出展できず魅力発信や消費拡大につながらなかった。

#### 【問題点とその要因】

首都圏等の大消費地で求められ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、他都市にないトシヤからすみ等の長崎独自の商品について、バイヤーの評価や関心は高いものの、消費者まで魅力を伝えきれておらず、知名度は高いとは言えない。

#### 【今後の取組み方針】

コロナ禍以前の傾向として、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。

### 旬の魚イベント拡大支援事業

#### 【取組みの内容】

旬の魚をメインとした直売イベントは、新型コロナ感染拡大の影響により、2地区、2回開催と予定より少なくなったが、イベントの運営や広報等を支援した。

#### 【成果・効果】

新型コロナ感染拡大の影響により、直売イベントの中止が相次いだ。2地区、2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】

直売イベントは地域で定着してきたが、主力となる水産物の不漁や荒天により開催できない場合もある。また、場所によってはイベント会場が狭小であるため集客数に限界がある。

#### 【今後の取組み方針】

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。

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				
				達成率	109.1				
新規漁業就業者数[累計]	21人 (30年度)	31人 (6年度)	↑	目標値	23	25	27	29	31
				実績値	21				
				達成率	91.3				

令和2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
- ・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

【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10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(旧青年就農給付金)を19人に、平成28年度から始めた中高年新規就農者給付金を5人に交付した。

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

・意欲ある農業の担い手育成支援策として、関係機関と連携し、年間農業所得概ね400万円の目標達成に向けて、農業経営改善計画の作成指導を進めたことにより、認定農業者数は、新規に9件の認定があった。

【成果・効果】

・農業次世代人材投資資金(旧青年就農給付金)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、新たな担い手の確保につなげることができた。

・農業の担い手の育成・確保のため、関係機関と連携し、新規就農者や認定農業者の所得向上、新規就農希望者の相談対応や情報提供を図ることができた。

【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。

・農業新規参入促進事業により、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。

・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。

・事業実施年度の農産物の生育状況や販売状況により、事業計画・経営計画の変更を余儀なくされる農業者も多い。

【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(旧青年就農給付金)や、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、集落営農等、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により、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(旧青年就農給付金)を受給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。

## 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人について漁業技術の実践研修に対する支援を行い、漁業に関する基礎的な技術の習得が図られている。また、技術習得に向けた研修を継続して行うことで、地域漁業を担う漁業者の育成につながっている。

### 【問題点とその要因】

・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。

・新規漁業就業研修の指導者が少なく受入先が限られており、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い、実践的な研修により漁業の経験を積むことで、地域漁業を担う漁業者の育成を図る。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	54.3億円 (27～30年度平均)	56.1億円 (6年度)	↑	目標値	54.9	55.2	55.5	55.8	56.1
				実績値	49.3				
				達成率	89.8				
漁業生産量	48,264トン (27～29年平均)	50,677トン (6年)	↑	目標値	48,747	49,229	49,712	50,195	50,677
				実績値	未確定				
				達成率	-				

※「漁業生産量」は8月公表予定。

令和2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)
- ・農業経営改善支援体制整備事業
- ・水産多面的機能発揮対策支援事業
- ・新水産業経営力強化事業
- ・スマート水産業推進事業
- ・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

農業振興施設整備事業費補助(担い手農家支援施設)

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[16台]、高品質乳用牛[2頭]、いちご高設管理機[5台]、ぶどう雨よけ施設[1,696㎡]及び水稻農業散布用ドローン[1台]の導入、小規模基盤整備[6,346㎡]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[5,208㎡]及び花き低コスト耐候性ハウス[1,080㎡]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905本、土づくり資材15.57t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(7団体)の施設等整備に対し、8,312千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、905本、作業省力化用コンパクト土づくり資材15.57t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、外的要因に依存する部分が多い。

・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。

**【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でも業務が継続でき、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、長崎県立大学と連携し、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支援事業****新水産業経営力強化事業****スマート水産業推進事業****【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)については、新型コロナウイルス感染症の影響により中止や規模を縮小した取組もあったが、感染対策を十分に行いながら実施し、その取組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・県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、冷凍・冷蔵施設、製氷機、惣菜調理施設及び蓄養施設を県市の補助により整備した。
- ・養殖業におけるICT等を活用したスマート水産業の推進を図るため、海洋環境データをリアルタイムに共有可能なテレメータシステムの導入について支援を行った。

**【成果・効果】**

- ・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漁場環境の再生に取り組んでいる。これらの組織による継続した活動の結果、磯焼け状態だった海域に藻場の再生が確認され、漁業の生産性向上につながった。また、漁業者だけでなく、ボランティアなど地元住民が活動に参加し、地域が一体となって漁場環境の保全に取り組むことで意識の醸成が図られた。
- ・冷凍・冷蔵施設及び製氷機を整備することで漁獲物の鮮度向上が図られた。また、惣菜調理施設を整備することで漁獲物の付加価値向上と魚食普及が図られた。また、漁獲物の蓄養施設を整備することで、魚価の向上につながった。
- ・養殖漁場における水温、塩分、溶存酸素等をリアルタイムに把握するため、テレメータシステムを整備し、海洋環境データの共有化を図ることができた。また、養殖魚の品質向上と養殖業経営の安定化に向け、環境データを集約・分析する体制が整えられた。

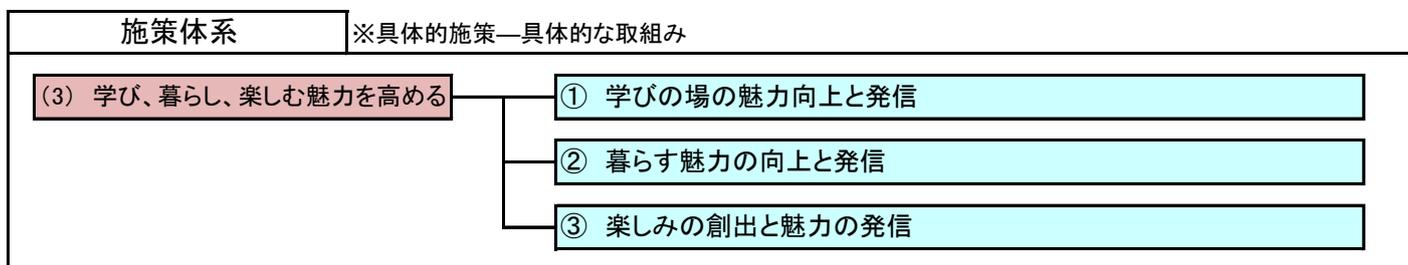
**【問題点とその要因】**

- ・漁場環境再生の取組を実施することで、一部の地域において藻場が回復している箇所が見られるが、今後、再び食害を受ける可能性がある。また、藻場の喪失は広範囲であり、活動組織で取組を実施できる範囲が限られている。
- ・漁業協同組合等水産関係団体が行う機材、機器、施設等の整備に係る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。

**【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を支援するとともに、専門家のサポートや各活動組織間のネットワーク化による情報・技術の共有を図りながら、より効果的な活動に努める。また、新型コロナウイルス感染症拡大の状況下においても専門家のサポートを十分に受けられるような体制整備について検討を進める。
- ・磯焼けが確認される海域は、海藻が繁茂する海域から母藻を移植する取組を継続するとともに、藻場の再生活動を行った海域については、ウニや食害生物の侵入を防ぐフェンスを設置するなど、藻場の再生効果を高めていく。
- ・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、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、漁業の生産性向上と水産関係団体の経営安定を図るための支援を行う。
- ・整備したテレメータシステムを有効に活用し、適正な養殖管理に努めるとともに、飼育管理の見える化を図るため、データの集約及び分析を行う。また、新たな技術の導入に向けた検討を進め、スマート水産業の推進を図る。

<b>具体的施策</b>	<b>(3) 学び、暮らし、楽しむ魅力を高める</b>
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。	
<b>施策主管課</b>	都市経営室
<b>関係課</b>	国際課、住宅課、商工振興課、文化振興課、スポーツ振興課、広報広聴課



<b>重要業績評価指標 (KPI)</b>	※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	R2目標値	R2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	14,360	100.0%	達成
② 暮らしの魅力の向上と発信	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	1	1	100.0%	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	1	1	100.0%	達成
	情報誌から情報を得ている市民の割合(10~20代)※SNS(ツイッター、フェイスブック、インスタグラム)から情報を得ている市民の割合を含む。	%	3.0	9.2	306.7%	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	60.9	87.0%	未達成

<b>評価(成果・効果)</b>
<p><b>① 学びの場の魅力向上と発信</b> 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」で取り組んだ「『游学のまち長崎』動画制作プロジェクト」や、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”」の取組みによって、学生の自己能力の成長及び地域の活性化につながり、長崎市の学びの場としての魅力を高めることができた。 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のネットワークを活かして、留学生向け物品寄付事業を行い生活支援を行った。また、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、留學生生活の充実につながっている。 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。また、国際交流イベントで留学生が自国の文化を紹介し、市民に異文化理解の機会を提供することができたことなど、留学生と協働することにより長崎留学の魅力向上につなげた。</p> <p><b>② 暮らしの魅力の向上と発信</b> 住みよかプロジェクト推進事業において、市営住宅空き室の短期的利活用実験にて宿町住宅を活用し、入居した大学生等の意見を反映させ若者に対応した住戸改善を2戸実施した。また、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。 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。</p> <p><b>③ 楽しみの創出と魅力の発信</b> 令和元年度に実施した若者の楽しみに関する調査・分析の結果をもとに、「若者が楽しむことができる場」の創出に向けた取組方針を策定した。 その取組みの一つとして、「若者がチャレンジできる場」である「ながさき若者会議」を設置し、参加者を公募した結果、30名の定員に対し70名からの応募があったことから、より多くの若者にチャレンジの機会を提供するため、55名に定員を拡充し活動を開始した。「ながさき若者会議」においては、若者が楽しみながら会議(ワークショップ)等に取り組み、8つのチームにおいてそれぞれ活動が生み出された。さらに、年度末には検討してきた企画や実施してきた活動等をお披露目するオンライン発表会を開催し、リアルタイムで約100名、オンデマンド(YouTubeの閲覧)で約400名が参加・視聴した。 このほか、「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。</p>

## 評価(問題点とその要因)

### ① 学びの場の魅力向上と発信

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”」については、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かったことや、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。

留学生は増加してきているものの、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、必要な取組みがより一層多様化している。

留学生支援センターは産学官の関係団体で負担金を拠出し事業を行っているが、日本語学校はセンターに加盟せず独自で留学生の支援を行っていることから、日本語学校との連携が不足している。

### ② 暮らしの魅力の向上と発信

市営住宅空き室の短期的利活用実験及び市営住宅の入居要件緩和などの若い世代を対象とした取組みを開始したばかりであることから、若者や子育て世帯に対応した支援策がまだ少ない状況である。

### ③ 楽しみの創出と魅力の発信

令和2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が目標値を下回ったが、これは、市民意識調査の結果を踏まえると、若い世代の情報に対するニーズや情報の入手方法を十分に把握できていないことなどが考えられる。

## 今後の取組み方針

### ① 学びの場の魅力向上と発信

ボランティア参加者の増加を図るため、「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」より、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、オンライン上での新たなボランティアを創出するなど、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。

留学生数の増加を図るため、留学生への支援としては、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とともに、日本語学校との情報共有と支援のための連携に取り組む。また、留学生が長崎留学の魅力を見出し、自らその発信者となり、市民の異文化理解や多文化共生に寄与するよう、様々な機会をとらえ協働に取り組む。そのために、外国人留学生に対する長崎市の魅力を知ってもらうための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。

### ② 暮らしの魅力の向上と発信

若者などに対応した市営住宅の新たな取組みとして、建替事業等を計画している市営住宅において、入居者の退去後に募集を行わない政策空き家などを活用して、単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者に対し、募集枠を設けるなど、受け入れる体制づくりを進めていく。また、子育て世帯に対応した市営住宅の新たな取組みとしては、開放的なリビング・ダイニング、3点給湯、ユニットバス、インターフォンなど子育て世帯が暮らしやすい住戸改善を進めていく。

さらに、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を創設し、市民や企業、団体などと連携して、若者や子育て世帯が希望する住まいの支援を進めていく。

以上のような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。

### ③ 楽しみの創出と魅力の発信

「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図るほか、「ながさき若者会議」の運営を継続するなど、若者が実現したいアイデアや企画にチャレンジできる仕組みを充実させるとともに、そこから生まれた若者のチャレンジの実現に向けた支援を行う。

また、情報誌「yoriyori」の認知度を向上させるとともに、若い世代に広く普及しているSNSに着目し、受信したい情報の分野を利用者が設定できるLINEを新たな広報媒体として活用することにより、若い世代に長崎のさまざまな魅力を紹介する。

## 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)

○ 市内の駐車場のあり方について、小規模な駐車場が散在・増加していることから、一定の規模以上の駐車場を整備するようにできないかとの意見に対し、駐車場の集約化や適正な配置が必要であると考えており、長崎市駐車場整備計画の改訂作業においてまちづくりと連携した駐車場施策の検討をしていくなどの説明がなされた。

## 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

○ 若い世代の情報に対するニーズの欠如や情報の入手方法を十分に把握できていないという課題を解決するために、SNSを活用する取り組みは賛成であるが、SNSで若い世代が検索を行うまでのきっかけ作りが重要であり、具体的施策が必要である。

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	14,360				
				達成率	100.0				

令和2年度における具体的な事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・游学都市・ながさき推進事業</li> <li>・留学生支援・連携事業</li> </ul>
-----------------	---

**游学都市・ながさき推進事業**

**【取組みの内容】**  
 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、学生自らが長崎の大学・まちで学び過ごす楽しさを撮影した動画を制作し、学びの場としての魅力を発信するため、「『游学のまち長崎』動画制作プロジェクト」を立ち上げ、参加学生が動画制作に必要な技術等を習得するためのワークショップを開催。参加学生6名が「私の長崎」をテーマに動画を制作した。  
 また、学生の自主的な社会参加活動を通じて、学生の人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。

**【成果・効果】**  
 動画制作に係るワークショップを実施し、参加学生に新たな学びの機会を提供することで、長崎市の学びの場としての魅力を高めることができた。  
 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”」については、ボランティア活動を通して、学生の自己能力の成長及び地域の活性化につながった。また、他大学の学生をはじめ、ボランティアを通じた他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一助ともなった。コロナ禍においてもオンライン上での新たなボランティア活動が創出されるなど、今後急速に発展するデジタル化に向けた取組みを模索することができた。

**【問題点とその要因】**  
 『游学のまち長崎』動画制作プロジェクトについては、令和元年度のワークショップに参加した学生25名に声かけをしたが、動画制作プロジェクトに実際に参加した学生数が6名と全体の3割弱にとどまってしまった。要因としては、大学によって、カリキュラムや休暇の期間が異なること、学生の個人的な活動(アルバイト等)により、活動スケジュールの調整が難しいことに加え、令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響も要因となっている。  
 また、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”」については、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い期間もあったため、ボランティア参加者数が減少している。

**【今後の取組み方針】**  
 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」においては、新型コロナウイルス感染拡大の状況を注視しながら、今後の取組みについて当該協議会で協議・検討をしていく。  
 また、ボランティアの参加者の増加を図るため、「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」については、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、オンライン上での新たなボランティアを創出するなど、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。

## 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に長崎留学ガイドを送付したり、オンラインで説明会を開催するなどの募集支援、ホームページを通してアルバイトガイダンスを行う生活支援、Eラーニングを活用したビジネス日本語セミナーやアルバイト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するとともに、外国人留学生が国際交流イベントで母国の文化等を市民に紹介した。

### 【成果・効果】

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のネットワークを活かして、留学生が新型コロナウイルス感染症でどのような影響を受けているか調査をするとともに、留学生向け物品寄付事業を行い生活支援を行った。また、新型コロナウイルス感染症により従来の方法による支援ができないなかで、Eラーニングを活用してビジネス日本語セミナーやアルバイトセミナーを行うことで、留学生に対する支援を行うことができた。さらに、31人が県内に就職するなど、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、留學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。また、国際交流イベントで留学生が自国の文化を紹介し、市民に異文化理解の機会を提供することができたことなど、留学生と協働することにより長崎留学の魅力向上につながった。

### 【問題点とその要因】

留学生は増加してきているものの、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學生活のため、就職支援や情報発信など留学生の状況に応じた、必要な取組みがより一層多様化している。

留学生支援センターは産学官の関係団体で負担金を拠出し事業を行っているが、日本語学校はセンターに加盟せず独自で留学生の支援を行っていることから、日本語学校との連携が不足している。

### 【今後の取組み方針】

留学生数の増加を図るため、留学生への支援としては、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とともに、日本語学校との情報共有と支援のための連携に取り組む。また、留学生が長崎留学の魅力を見出し、自らその発信者となり、市民の異文化理解や多文化共生に寄与するよう、様々な機会をとらえ協働に取り組む。そのために、外国人留学生に対する長崎市の魅力を知ってもらうための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				
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)	↑	1	2	4		
			実績値	1				
			達成率	100.0				

令和2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
- ・住宅政策協議会運営事業

住みよかプロジェクト推進事業  
住宅政策協議会運営事業

【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」の取組みを進めている。

令和2年度の住みよかプロジェクト推進事業の取組みとして、若い世代に望まれる住まい及び地域と若者が関わることによる地域コミュニティの活性化の可能性の検証を目的とし、地域の大学と協働で、本来であれば、市営住宅に入居することができない学生が、市営住宅に目的外で使用できる様に国の承認を得ることで、市営住宅の空き室に入居できるように整備し、短期的利活用実験を行った。

次に、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。

また、住宅供給には民間が果たす役割も大きく、より実効性のある施策とするためには、住宅供給のみならず、子育てや雇用といった様々な分野にかかる学識経験者及び産業関係団体などから意見を聞く必要があることから、令和元年度から令和2年度まで、住宅政策協議会を設置した。令和2年度においては、令和元年度に出された意見を整理し、若者・子育て世帯が求める住まい環境や希望住宅の確保のために必要なことなどをまとめた。

【成果・効果】

住みよかプロジェクト推進事業において、市営住宅空き室の短期的利活用実験にて宿町住宅を活用し、入居した大学生等の意見を反映させ若者に対応した住戸改善を2戸実施した。また、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。

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】

市営住宅空き室の短期的利活用実験及び市営住宅の入居要件緩和などの若い世代を対象とした取組みを開始したばかりであることから、若者や子育て世帯に対応した支援策がまだ少ない状況である。

【今後の取組み方針】

若者などに対応した市営住宅の新たな取組みとして、建替事業等を計画している市営住宅において、入居者の退去後に募集を行わない政策空き家などを活用して、単身の新規就労者(満30歳未満)及び移住者に対し、募集枠を設けるなど、受け入れる体制づくりを進めていく。また、子育て世帯に対応した市営住宅の新たな取組みとしては、開放的なリビング・ダイニング、3点給湯、ユニットバス、インターフォンなど子育て世帯が暮らしやすい住戸改善を進めていく。

さらに、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を創設し、市民や企業、団体などと連携して、若者や子育て世帯が希望する住まいの支援を進めていく。

以上のような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。

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				
				達成率	100.0				
情報誌から情報を得ている市民の割合(10~20代)※SNS(ツイッター、フェイスブック、インスタグラム)から情報を得ている市民の割合を含む。	-	5.0% (6年度)	↑	目標値	3.0	3.5	4.0	4.5	5.0
				実績値	9.2				
				達成率	306.7				
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				
				達成率	87.0				

令和2年度における具体的な事業

- ・「長崎×若者」推進事業
- ・長崎魅力発信事業

「長崎×若者」推進事業

【取組みの内容】

令和元年度に実施した若者の楽しみに関する調査・分析の結果をもとに、「若者が楽しむことができる場」の創出に向けた取組方針を策定した。

また、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「ながさき若者会議」を立ち上げ、その参加者を公募するなど、若者がチャレンジできる仕組みづくりに着手した。

「ながさき若者会議」においては、参加者のチャレンジしたい企画等を引き出し、内容の具体化を図るため、計8回の会議(ワークショップ)を開催し、年度末には、「ながさき若者会議」の参加者が検討してきた企画や実施してきた活動等の周知を図り、企業や団体等から若者への支援を促進するため、オンライン発表会を開催した。

【成果・効果】

「ながさき若者会議」の参加者を公募した結果、30名の定員に対し70名からの応募があったことから、より多くの若者にチャレンジの機会を提供するため、55名に定員を拡充し活動を開始した。

また、「ながさき若者会議」の参加者が実現したいアイデアや企画を引き出し、その内容の具体化を図ったことで、8つのチームが編成され、それぞれのチームにおいて活動が生み出され、さらに、これらの企画や実施してきた活動等をお披露目するオンライン発表会を開催し、リアルタイムで約100名、オンデマンド(YouTubeの閲覧)で約400名が参加・視聴した。

若者会議の参加者からは多様な属性の参加者との新たな出会いや交流、有意義な学びに刺激を受けたといった感想が寄せられており、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新たな場が創出されている。

【問題点とその要因】

コロナ禍の影響を受け、当初浜町等での開催を想定していた発表会をオンライン上で開催することとなったほか、対面での活動が制限されたことによりイベントやフィールドワーク等の実施を見送ることが多かったため、若者会議としての一体感をより一層高める必要がある。

【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図るほか、「ながさき若者会議」の運営を継続するなど、若者が実現したいアイデアや企画にチャレンジできる仕組みを充実させるとともに、そこから生まれた若者のチャレンジの実現に向けた支援を行う。

## 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（(一社)日本地域情報振興協会が主催）において、誌面の企画等に高い評価を受け「新創刊部門」の「最優秀賞」を受賞した。

### 【問題点とその要因】

令和2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が目標値を下回ったが、これは、市民意識調査の結果を踏まえると、若い世代の情報に対するニーズや情報の入手方法を十分に把握できていないことなどが考えられる。

### 【今後の取組み方針】

情報誌「yoriyori」の認知度を向上させるとともに、若い世代に広く普及しているSNSに着目し、受信したい情報の分野を利用者が設定できるLINEを新たな広報媒体として活用することにより、若い世代に長崎のさまざまな魅力を紹介する。

<b>具体的施策</b>	<b>(4) 移住を促進する</b>
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。	
<b>施策主管課</b>	移住支援室
<b>関係課</b>	住宅課、人事課

<b>施策体系</b>	※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

<b>重要業績評価指標(KPI)</b>	※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					
<b>具体的な取組み</b>	<b>指標名</b>	<b>単位</b>	<b>R2目標値</b>	<b>R2実績値</b>	<b>達成率</b>	<b>評価</b>
①サポート内容・相談体制の充実	移住相談件数	件	1,000	1,138	113.8%	達成

<b>評価(成果・効果)</b>
空き家活用の補助制度や空き家・空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サポートを行い、きめ細やかな相談対応を行ったことで、令和2年度の移住者数が令和元年度の292人から増加し、目標である200人も上回る344人となった。また、相談件数も目標である1,000件を上回る1,138件となった。

<b>評価(問題点とその要因)</b>
移住者の状況としてUターンが7割を占めているため、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ある。 住まいのサポートとして、空き家・空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、利用者と利用者が希望する条件にあった物件が少ないことから成約につながっていない物件がある。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いるが、応募者が減少傾向にあり、受験希望者に情報が届いていない可能性がある。

<b>今後の取組み方針</b>
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」については、司法書士会など関係機関と連携した空き家の掘り起こしや市営住宅に移住者などを対象とした募集枠を設けるなど受け入れ体制づくりを進めていく。 「仕事」について、これまでは移住を行う場合は転職が前提となっていたが、テレワークで移住元の仕事をしながら移住するケースが増えてくることが想定される。すでに補助金制度はテレワークに対応した制度変更を行っているが、そのほかについてもテレワークを想定したサポート内容を検討していく。 「住まい」「仕事」など移住に関する情報について、Iターン者にも伝わるように効果的な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、移住者数の目標値を年間300人、5年間で1,500人に上方修正し、さらなる移住者の増加を目指す。

<b>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)</b>
○ Uターン者が7割を占めていることは、郷土の状況を十分承知しているということであり、特に、仕事探しに慎重になると考えられるので、就労に専門知識をもった方に対応をお願いしたいとの意見に対し、市から、市の移住相談窓口は無料職業紹介所としての届け出を行い、ハローワークでの勤務経験がある相談員を設置していることの説明がなされた。

<b>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</b>
○ 移住における特に重要な要素は住居であると考え、仕事や余暇、日常生活についても包括して考え、支援すべきである。

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	400件 (30年度)	1,000件 (6年度)	↑	目標値	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
			実績値	1,138					
			達成率	113.8					

令和2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
- ・移住定住促進事業
- ・住みよかプロジェクト推進事業
- ・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として「ながさき移住ウェルカムプラザ」を運営し、移住希望者からの「住まい」や「仕事」などの相談対応を行うとともに、移住に関する情報発信、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2年度の長崎市への移住者数が、令和元年度の292人から増加し、目標である200人も上回る344人となった。また、相談件数も目標である1,000件を上回る1,138件となった。

【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ある。

【今後の取組み方針】

Iターン者を増やしていくため、長崎で暮らす魅力の発信を強化することにより、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】

移住するために空き家等をリフォームする場合のリフォーム工事費や空き家の家財等の撤去・処分費の一部を助成した。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。

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。

### 【成果・効果】

移住者に対して、住まいの補助金を交付することで、経済的負担が軽減され、移住定住促進につながった。

空き家・空き地情報バンクへの物件の登録数が増加した。

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可能とするよう要件を緩和したことは、定住促進につながる仕組みの整備につながった。

### 【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がっ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あった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】

空き家活用を促進するため、住まいに関する支援を継続して行う。

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、司法書士会など関係団体と連携による住まいの終活フェア（無料相談会）を実施することで、市民に対し空き家管理の重要性を啓発するなど、更なる登録可能な空き家の発掘に努める。

若者などに対応した市営住宅の新たな取組みとして、建替事業等を計画している市営住宅において、入居者の退去後に募集を行わない政策空き家などを活用して、単身の新規就労者（満30歳未満）及び移住者に対し、募集枠を設けるなど、受け入れる体制づくりを進めていく。

## 仕事に関するサポート

### 【取組みの内容】

ながさき移住ウェルカムプラザにおいて無料職業紹介所として就職相談員による移住希望者に対する就職支援、関係機関と連携した専門性の高い人材の就職支援を行った。

民間企業がUIJターンを対象とした中途採用をしやすくするよう市の補助金等移住支援制度の周知を行った。

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ターン採用により、採用者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ているが、応募者は減少傾向にあり、受験希望者に情報が届いていない可能性がある。

### 【今後の取組み方針】

移住にとって仕事が必要となるため、引き続き移住希望者と仕事のマッチングを行っていく。

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、ホームページを改修し、職種ごとの具体的な職務内容を掲載することで市役所業務のイメージを掴みやすくするなど効果的な広報を行うことで、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、受験申込のオンライン化や、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。

<b>具体的施策</b>	<b>(5) 関係人口を創出・拡大する</b>
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。	
<b>施策主管課</b>	長崎創生推進室
<b>関係課</b>	広報戦略室、移住支援室、市民協働推進室、産業雇用政策課、平和推進課、ふるさと納税推進室、東京事務所、長崎学研究所

<b>施策体系</b>	※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

<b>重要業績評価指標(KPI)</b>	※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					
<b>具体的な取組み</b>	<b>指標名</b>	<b>単位</b>	<b>R2目標値</b>	<b>R2実績値</b>	<b>達成率</b>	<b>評価</b>
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	6	8	133.3%	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	12,897	12,101	93.8%	未達成

<b>評価(成果・効果)</b>
①関係人口の創出、または拡大につながる取組みを推進したことで、当該取組みに係るSNSのフォロワー数が886人増加(R元年度末11,215人⇒R2年度末12,101人)し、また、長崎の魅力等が域外に訴求・発信される新たな取組みを実施したことで、関係人口の創出、拡大が図られた。 (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)

<b>評価(問題点とその要因)</b>
①新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、関係人口の創出、拡大につながるようなリアルでのイベント等の実施が困難であったことや、コロナ禍においても域外から参加できるようなオンライン等を活用した取組みが不足していたことなどから、該当SNSのフォロワー数の目標値が達成できなかった。

<b>今後の取組み方針</b>
①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オンラインを活用した取組み等の実施を検討する。 また、長崎市における関係人口の定義を明確化し、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効果的な取組みを行う。

<b>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)</b>
○ 長崎市に興味・関心があり、何らかの形で長崎市に関わり、長崎市を応援して頂ける方は歓迎したい。 また、関係人口に該当する方については、最終的には移住から定住の方向へ進んで頂けることを期待したい。

<b>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</b>
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				
				達成率	133.3				
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				
				達成率	93.8				

令和2年度における具体的な事業

- ・長崎〇〇LOVERSプロジェクト
- ・ながさきウェルカム推進事業
- ・長崎伝習所事業(※基本目標3-(1)-②-ウから再掲)
- ・企業立地推進事業
- ・長崎平和特派員ネットワーク事業
- ・がんばらば長崎市応援寄附推進事業
- ・広報戦略推進事業

■関係人口の創出、または拡大につながる新たな取組み(ワーケーションの視察受け入れ)

【取組みの内容】

関係人口の創出・拡大につながるワーケーションについて、長崎市での実施に前向きな企業の視察の受け入れを行った。

【成果・効果】

ワーケーションの実施に向けての視察を行った企業のニーズを確認することができた。

【問題点とその要因】

新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけとして注目されているワーケーションであるが、実際に行っている人や企業が少なく、また、長崎市においても取り組みを始めたばかりであるため、ワーケーションを行う企業や個人のニーズの把握が不足している。

ワーケーションを受け入れるための態勢が整っていない。

【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、市内の宿泊施設などの事業者とのネットワークづくりを行う。また、次の展開につなげるため、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の課題抽出を行う。

■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。

・がんばらば長崎市応援寄附推進事業

ふるさと納税について、ポータルサイトの事務代行業者の見直しを行い、返礼品開発やWEB広告等の強化を図った。また、新聞広告やPRハガキの送付等により情報発信を行った。

・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ている。

・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

SNS(Instagram)を活用した写真投稿キャンペーン等により、魅力の発信件数及びフォロワー数が増加した。  
(フォロワー数:Instagram5,204人、Facebook1,431人)

##### ・がんばらば長崎市応援寄附推進事業

ふるさと納税については、前年度の1.37倍の946,657千円(件数 約1.47倍 45,829件)の寄附を受け入れ、返礼品として、域外の寄附者へ寄附額の約3割の額(272,942千円)の地場産品を返礼し、関係人口の創出・拡大につなげることができた。  
(SNSフォロワー数:Facebook172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:Facebook4,506人)

##### ・首都圏在住者への情報発信

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投稿することで、年間累計リーチ数が増加した。

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:Facebook851人、年間累計リーチ数:延べ17,941人)(修学旅行誘致講演等数:延べ43校、資料提供数:延べ366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、リアルでの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も域内外から参加できるようなオンラインでの取組みが不足していたことなどから、長崎ファンの創出につながる新たな取組みやイベントが実施できなかった。

##### ・長崎平和特派員ネットワーク事業

特派員の数が伸び悩んでおり、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ることや、事業の周知が不足していることが課題と考えられる。

##### ・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全て中止となったことから、関係人口創出の機会が減少した。また、対面して情報を伝えることができず、情報を受け取った側の反応を把握することができなかった。

#### 【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及び域外への魅力発信を図るとともに、市民や民間を巻き込んだ新たな取組みにより、長崎ファンの創出を図る。

##### ・がんばらば長崎市応援寄附推進事業

ターゲットに沿ったPR媒体を活用し、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。また、返礼品の更なる充実、魅力ある返礼品ページの作成に引き続き取り組む。

##### ・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。