

令和7年度 第3回長崎市経済活性化審議会 会議録

日時：令和7年11月14日（金） 9:00～11:00

場所：長崎市役所5階 議会第3委員会室

[開会]

事務局報告

※長崎市経済活性化審議会規則第5条第2項の規定により、会議の開催には委員の過半数の出席が必要であるが、過半数が出席しているため、審議会が成立していることを報告（出席委員は15名中11名）

※会議は公開であることを報告

1 新任委員の紹介

事務局から新任委員の紹介を行った。

2 議事

(1) 素案への意見聴取

ア 事務局からの説明

事務局から資料に基づき説明を行った。

イ 質疑等

【会長】分量が多すぎるため、少し区切って議論できればと思う。

まず、20、21、22、23ページの部分をご議論していただきたい。20ページの現状分析を踏まえて、経済成長戦略が掲げる「人や企業が成長と豊かさを実感できる活力あるまち」をめざしていくという姿には、この前の議論でもそれほど大きな違和感は持たれていなかつたのではないかと思う。

問題は、これを実現していくための戦略の部分で、ご意見がいろいろあるのではないかと思っているので、まずその部分を最初に議論させていただければと思う。

【委員】前回も議論のあったR&Dのところで、何回も長崎市の強みということが出てくる。21ページの冒頭のところに出てくる観光資源や造船、海洋については一定ありますが、問題は産学官による連携研究体制が本当に強みといえるのかということ。NCCは、長崎大学工学部の産学官プロジェクトに入っているが、実際には新しいものというよりも、むしろ、どちらかというと各社インターン的な環境を広げたものがメインかなという感じだ。日本中の大学が、今、取り組んでいるが、実際に何かの形までに持ってくるのは本当に難しく、なかなか全体として厳しいのではないかと思っている。

R&Dの横に情報技術、環境、生命科学など書いているが、市場全体がこれから有望だということと、自分のところの事業がシェアをどれだけ取れるかということは別だ。本当に長崎で取れるところはどこなのかや、生命科学分野には感染症というところが

あるが、生命科学分野は取れるのかは、もう少し精査が必要になるのではないか。

弱みも合わせて考えていくと、やはり西の端っこで、宅急便も日数が1日多くかかり、新幹線も繋がりが良くない。そうすると隣の大村のように飛行機が通ったりするところと条件が異なる。計画としてお題目はいいが、強みと弱みも含めて、もう少し詰めていかないと、現実味としてどうかというのは若干ある。

《事務局》産学官連携の研究体制が強みと言えるのかといった部分について一つ事例を申し上げると、市内は高等教育が多く、様々な研究が行われているが、企業誘致の面でいけば各大学で行われている研究との連携が一つの強みになっており、近年、IT系の企業や環境系の企業の研究開発の立地が進んでいる。そのような部分が地元の方になかなか見えないとこともあるかと思うので、しっかりPRをやっていきたいと思う。

それから長崎で取れる部分はどこか、生命科学なのか、もう少し精査がいるのではないかといったご意見について、ご指摘のとおりかと思う。生命科学についても、BSL-4があるが、まずは安定的に稼働するといった部分で課題があると聞いていたため、ここから、例えば、創薬などに行くのはまだ先の話ではないかと考えており、今後5年間の戦略の中でその成果が見えてくる部分はどこなのかという点については、もう少し精査をして、戦略を推進していきたいと思っている。

《事務局》先ほどいただいた弱みの部分もしっかりと把握をするということは、重要な視点だと思う。また、弱いところに手を打ったり、リソースを割いたりしていくだけの余裕と効果がなかなか期待できないため、得意なところをうまく使って、伸ばしていくというところが重要になってくるかと思う。さらに、その先の受注にいかに繋げていくのかということが見えないと事業者の皆様はなかなか手を出しにくいので、様々な情報を事業者の皆様にご提供することで、手を出しやすく、チャレンジしやすくしていくことが大事だと考えている。

【委員】IT系の企業がオフィスを出しているのも承知している。最後は、市民が自分ごと化するというところが大きくて、市だけが何とかするわけではないだろうというのは私も承知しているが、やはり分野的に少し広すぎないかという感じはしている。

【委員】今の委員からのR&D、産学官連携という点について、まさにおっしゃる通り、東京、大阪と違って、なぜ長崎が良いのかという観点はすごく必要だと思った。若者が福岡、東京、大阪に行きたいと思っている中で、このジャンルは長崎の方が盛んらしいといったジャンルを作れば、人が残るし、強みを生かした産業育成に繋がると思っている。

長崎に現場がある海洋などのジャンルは伸びそうだなと思っているが、そういう見方をしたときに、交流の人材育成については少し不足しているのではないかと思っている。数年前、外資系ホテルやハイエンドなホテルが長崎に急展開されたが、料理人が足りないといった話も現場ではよく聞いた。まさに、資料右下の交流のところの「MICE・インバウンド・食の推進」に関して、取り込むことに一生懸命で、意外と現場で

対応できる人が足りなくなっているのではないかなと思っている。

そうなった時に、このような場での産学官連携や人材育成、研究開発のような話がどうしても大学前提になってしまふ。それはそれで非常にいいとは思うが、一方で、大卒ではない人たちの活躍するべきジャンルも人材育成のような観点があつてもいいのではないか。それがまさに交流の現場の人たちの育成ではないか。高校などで地域を学ぶような授業があつてある中で、観光なども触れていると思うが、観光業に興味あると思ったときに、どこに行くかとなれば、福岡の専門学校に行ってしまうと思うので、その受け皿が長崎にあると良い。福岡と長崎どちらも観光は盛んだが長崎は長崎の観光の尖らせ方みたいなものがあると思っている。具体的には、ホテルマンの育成とか料理人の育成といった人材育成の話があつてもいいと思う。大学だけではない、産学官の連携という観点があつてもいいのではないか。

《事務局》観光人材の育成という点について、DMOと連携して認証ガイドの育成を特に力を入れてやっているが、現場というところでは、ホテルマンや料理人が不足をしているというお話をいただいているので、これに関しては、市だけではなく、県とも連携して取り組んでいきたい。また、外国人材の活用や大卒だけではない若者の育成が必要だということも、おっしゃるとおりだと思う。県やDMOとも連携をしながら、どのようにすれば現場の即戦力が上がっていくかということに関して、議論を重ねていきたいと考えている。

《事務局》観光教育については、小中学校に向けて授業という形で行っている。まず、観光に興味を持っていただくことが必要だと思っているため、観光がどのように自分のまちに繋がっているかということで、昨年度から観光教育講座を始めている。また、県では、高校などでも行っているため、そういったところと連携しながら、小中高校や指導に入っていただいている大学の方とも連携を進めているところである。

【委員】すでに一部で着手されているということで安心した。

《事務局》まさに人材育成の視点は、我々も非常に力を入れるということで、重点テーマの前の基本目標でも「人が集まり育つ環境づくり」を一つ大きな柱としている。

資料32ページ、施策C-2の人材育成支援における個別施策1、専門人材の育成支援の中の市民ガイド・サポートの活動促進について、市民等を巻き込みながら、市全体をあげて観光に関連する人材を育成するという部分も含めて、この戦略の中にしっかりと盛り込み、今後も前に進めていきたいと考えている。

【委員】重点テーマの交流について、出島メッセの開業前後でアッパー・ホテルも次々と建設され、現場ではホテル間での人材の取り合いが起こっていて、本当に人手が足りないということを聞く。重点テーマに交流あり、基本目標の「人が集まり育つ環境づくり」との兼ね合いを考えたときに、私も交流のところには「人材育成」という言葉はぜひ入るべきではないかなと思う。

コロナ禍前の10年ぐらい前に、出島メッセ長崎のMICEを推進するための各地へ

の視察で、横浜の国際会議場を運営する会社へ視察に行ったが、営業が50人ほどいて、全員3カ国語以上話せるなどすごくスキルが高い方がホテルマンでもあり、旅行のプログラムも立てるような人材がたくさんいた。

長崎市の観光の職員の方とも少し話してきたが、長崎で学べるものは、MICEだと思う。この人材育成が、今後、重要になるのではないかと考える。私が知る限りだが、MICEの人材育成という意味では、コロナ禍前に沖縄のある大学の先生が社会人と学生向けに通信教育のような形で観光とMICEを学べるようなことを実施していたのは調査したことがある。

そういう観点から、交流において長崎市ができることは、やはりそういったことではないかと思う。実際のビジネスは、民間の方が得意としているが、そういう分野をぜひ長崎市で強みとして進めていくべきではないかと考える。

《事務局》今、委員がおっしゃっていただいた観点は非常に重要だと思っており、出島メッセ長崎でも地元の学生さんに、実際に世界大会など国際会議があったときに、MICEに運営側として携わっていただくようなことをやってきた。学生さんが非常にポジティブに受け止めていただき、長崎市にいながら世界とつながる仕事に就けるということができるとは思わなかったので、非常にそこに将来性を感じたとか、あるいは、自分たちの語学力にはまだまだ足りないところがあり、もっとスキルを磨くべきだと思った、ということを言っていただいたりしている。この取組みについては、出島メッセ長崎を運営している株式会社ながさきMICEも継続して行っていただいている。

また、高級ホテルもいくつか進出していただいているが、まさに、委員ご指摘のように、取り合いになっているというお声も伺っている。そういうことにならないよう、地元からしっかりと就職が進むような、あるいは外からも長崎で働くうと思っていただけるような取組み、人材育成ということが必要だと思うので、この戦略への書き込みも含めて、しっかり検討していきたいと思っている。

【委員】その上で付け加えて、R&Dには「産学官連携」という言葉があるが、そういう取組みをなかなか知らない人もいるのではないかと思うため、ぜひこれは広げていただきたい。例えば、長崎の大学など、具体的に学べる機関に、市ができるこではないかもしれないが、実現に向けた考え方や長崎市の戦略の中に軸として位置づけをしてできることがないかを考えていってもらえればと思う。

《事務局》産学官連携の取組みを広げていってほしいということで、先ほど委員のご意見の際にも強みになっているという話をしつつも、なかなか地元の方に伝わっていないということも申し上げたかと思う。そういうところも課題としてあるため、大学と企業との連携、それからそこに携わる学生のコミュニティをしっかりと作っていくような取組みは、現在も一定実施しているが、さらに強化しながら、しっかりと地元にも知っていただけるように、この戦略においても力を入れて取組んでいきたいと考えている。

【委員】資料 21 ページについて、3つを見たときに、海洋・交流はわかるが、やはり R & D が手法的な要素という感じもしていて、R & D はどちらかというと海洋だったり交流だったり、それ以外の長崎の持つ物に対して作用するという意味合いが少し強いのかなと感じている。この3つが同じような位置づけと、そして同じような形で載るというところに、少しレベル感などの違和感がある。

もう一つ、強みのところで、海洋に含まれるのかわからないが、例えば、長崎大学には水産学部があって、日本大学で5つぐらいしかなかったかと思うが、そのようなことを入れてもいいと思った。

次に、22 ページの「オープンイノベーションを推進する場」というところだが、これがイベントなのかセミナーなのかというところで、これまででもオープンイノベーションを推進する場について、県や出島メッセなどが色々な場を設けてきていて、なかなかうまくいかないということがあると思うが、このオープンイノベーションの場を推進する場が今後どのように作用していくか、むしろテーマをしっかりと設定をしてあげた方が良いのかなと思っている。

交流に関して少し気になったのが、歴史文化などの地域資源を生かした高付加価値のコンテンツ創出という点で、歴史と文化をどのようにお金に変えていくのか、どこまで高付加価値を歴史文化から生み出せるのか、ユニークベニューなどでやっていけるがなかなか今のところ使われていないということで、ガイドが稼げるとなったらどこまでそれを稼げるのかということを感じている。

もう一つは、今、M I C E で色々な方の誘致をされていて、昨日も消防団の女性の方たちがたくさん来られていた。そういうタイミングで長崎に来ているたくさんの人たちをどうやって経済的なものに落とし込んでいるのかというところは、今一度確認する必要があると思う。先日は、ポケモンGO で 42 万人くらいの人が 3 日間で来た。多分、ほとんどの市民の人が知らなくて、スマホを持って歩いている人の多さに驚いて、気付いたら 3 日間過ぎたみたいな話だが、42 万人来るとなった時に、稼げるような体制が作っていたのかなと疑問がある。単に宿泊だけではなく、それが商店街やそれぞれの会社に行っているのかなと思う。長崎は、多くのこのような需要があると思うが、そういうのはなかなか落とされていないのかなというところもあるため、交流についてそのようなことを普段から思っていた。

『事務局』まず、一点目の産学官連携のプラットフォームについて、オープンイノベーションの推進ということで取組みを進めてきたが、例えば、テーマなど弱い部分もあったかと思う。今後、戦略を取り組んでいく中で、共創のプラットフォームをしっかりと作っていくという部分において、各関係機関を繋ぐというのが行政の役割だと思っているため、そういった部分は力を入れて取り組んでいきたい。

それから、海洋において、水産学部が強みというご意見についても、まさにそのとおりだと思っており、22 ページの海洋の部分に造船関連のことしか表現していないが、現在、長崎大学と産学官連携、ブルーエコノミーという取組みも進んでいる。国、県、市の水産の研究機関があることも長崎の強みであり、財産であると思っているため、そういった部分は水産農林部とも調整し、戦略上表現していければと思っている。

《事務局》高付加価値化の部分について、歴史文化をどのように高付加価値化するかということだが、現在、取り組んでいる内容として、DMOにおいて、例えば、南山手、東山手の歴史と文化をどのようにビジネスにつなげていくかということで、複数の事業者さんがご自分たちの強みを活かしながら価値をしっかりと伝えること着目し、コンテンツの見直しを図っているところだ。

また、併せて、南山手、東山手だけではなく、例えば、外海エリア、外海出津の潜伏キリシタン関連遺産のものを、今までボランティアガイドさんがお話ししていただけのものを、お客様にも時間を取っていただきながら、しっかりストーリーとして説明・体験していただくことで、一人当たり4万8千円のコンテンツにしたり、あるいは、例えば、伝統文化というところで、蚊焼包丁の包丁作り体験なども、以前は3万3千円ぐらいの金額で販売していたものを、プライベート感を出したり、裏にあるストーリーをしっかり職人の方からお伝えいただくようにしたことで、14万3千円まで価格を上げて販売しているというところまで取組みが進んでいるところだ。まだまだこれが一部の取組みなので、こういった成功体験を積んだ事業者さんの経験値を横展開していくことが必要だと思っている。

また、ユニークベニューについても、現在、取組みが進んでいるところで、やはりユニークベニューを使うことがお客様の満足度にも非常に繋がる。実際に医学系の国際会議が開かれたときに、出島で実証実験が行われた。やはり、出島という場でレセプションが開かれるということで、非常に満足度を高く感じていただいたし、その中で様々な事業者さんに関わっていただいた。例えば、その時はヒルトン長崎からケータリングをしたり、音響の事業者さんが入ったり、司会の方が入ったりということで、いろいろな事業者さんが関わる中で、そこでも付加価値が高まっていくと考えている。色々な規制があるが、行政としても、文化財を使うことにおける規制緩和について、特化しながら取組みを進めたいと思っている。

また、インバウンドの消費についての統計では、市内で平均すると1万2千円ほど使われている。その半分ぐらいは飲食になるが、付加価値の高い体験を伸ばしたり、あるいは、飲食についても、ビーガンやハラル、ベジタリアンなど、そういった食の多様化への対応がまだまだ図られていない。これについてもDMOの方で専門家も入れながら、興味を示していただいている事業者さん、例えば、既にANAグラバーヒルではビーガンちゃんぽんを作っていていただいたりしている。そういうことが、先ほど委員からもあった、学会・大会で来ていただいたお客様へ質の高いサービス、多様化に配慮したサービス提供に繋がるため、こういったことに取り組んでいきたいと考えている。

《事務局》42万人が参加したポケモンGOをはじめ、長崎市を回遊するようなイベントがあるときには、主催者をはじめ観光交流推進室やDMOと連携をとり、商店街連合会などでも情報を提供し、事業に参画してもらうような働きかけをしている。新聞報道などでもご存知かと思うが、一部のお店など積極的に参画しているところについては十分な効果を得られていると思う。なかなか自分たちが手を上げにくいと言われている方もいらっしゃるため、私どもも足を運び、目の前までに来た新たな交流人口を自分たちの収益、稼ぐ力につなげていく取組みに巻き込むような働きかけをしていきたいと考えている。

また、高付加価値化のところで、広域連携をしている日本遺産シュガーロードにおいても、北九州から長崎までの高付加価値化ツアーなどの検討も行っている。嬉野で美味しいお茶を飲みながら丸ボーロを食べた後に、長崎の出島で回遊していただいて、カステラなどを食べていただくななどのツアーの企画などもあがっているため、それもしっかりと繋げていきたいと思っている。

【委員】 産官学連携の研究体制がどういう強みなのかということについてだが、私が大学のアントレプレナーシップセンターの一期生で活動していた時、大学の知財をどう活用していくか地元の民間企業の皆さんにはほとんど知らなかつた。やはり大学の先生たちも研究者なので、次の横展開や広がっていく可能性についてマネジメントしていく人が足りない。長崎は創薬や機械、ITもそうだが、その分野で相当な知財が集積しているにもかかわらず、ここでうたっているR&D、研究開発を一つの柱にしようとしたときのマッチングの場所をもう少し積極的に支援していく必要があると思う。それが国立大学等々といえども、学校経営に直結していくので、そこの大学発シーズをどうやって民間の皆さんに普段から知っていただくのか、マッチングしていくのか、研究のプロトタイプを作っていくのかというオープンイノベーション、単なる場所の話ではなくて、そういう中身のソフトをどうやってお金に変えていくのかというところがもう少し強調されてもいいと思う。

そうしたときに、他の委員からも話があった大学生以外の人材育成が必要じゃないかというところで、熊本県が先行してやっているが、熊本県は半導体の人材が大学の人材では足りず、決定的に足りないので、高等技術専門校の高校生と高校卒業した公的な専門校の人たちで一つの分野を構築している。その時に、長崎の高等専門校の中に観光の分野がある。もう少しその人たちのスキルを上げて、本当の意味で専門人材として仕立てて、インターナショナル系列の外資のホテルマンとして長崎で活躍していただくように、この分野の人材育成については、県と市がもう少し積極的に関与していく必要がある。また、熊本県が先行しているのは、高校専門校が大学の3年次に編入していくという視点がある。こういう制度を見直していくことを県と市と一緒に働きかけて、民間に還元していくというエコシステムを構築していくのは良いのではないかと思う。

人材と大学シーズの話を色々したが、やはりこの3つの分野をどう組み合わせていくかというところがとても大事だと思う。

【会長】 委員が言っていたのは、これまで出された、実際必要だという意見の念押しのような感じだと思う。その部分は、戦略の言葉ではオープンイノベーションを推進する場など少し出ている気はするが、今日の各委員の話、あるいは前回の「もう個別の企業で対応するのは無理だ」というお話を伺いすると、長崎サミットのような場ではなくて、実際にはそれぞれの課題によってフラットにアイデアを出して実践していくようなアメーバー的な土壤がないと、県と市との連携だってできないし、民間との連携もできないし、大学との連携もできない。そういう場というのは、やはり戦略の中で明確に位置づけるべきではないかというのが、今日お話を聞いていると強調して出されてきたような感じを受ける。

【委員】先日、私の友人が東京から長崎に来た。もともと長崎の人間だが、久しぶりに長崎に来てしばらく滞在する友人に「今、何が美味しいの」と聞かれた。長崎では、魚が美味しいとか、いろんなものが言われているが、意外とそういうものに触るインフォメーションはないということにふと気付いた。今朝、テレビ番組でズワイガニを今が旬だとやっていた。スタジオで食べたり映像を見せたり、10分ぐらいズワイガニが登場したが、今、これが美味しい、美味しそうだなというのが黙っていてもわかる。交流にも関係する食という部分で言うと、長崎で色々なことを表に発信しているようだが、今来た人が、今何がいいのかという、タイムリーな情報になっていないということを感じた。

それからもう一つは、先ほどの作り手が不足しているということだ。私はお菓子屋をやっているが、熟練の職人はいても、それに続く若い人たちがなかなか育ってこない。真ん中が抜けていると色々な業種で言われている中で、すでに人材の問題は、地元の人を中心に利用していただいているものをずっと作り続けるという持続性の問題の原因になっていると思っている。単なる労働力だけではなくて、今までやってきたことをこれからも続けられるかどうか、それは支持がなくなったから滅びるというのはある意味仕方がない部分があるが、非常に強い支持を得てきたものを作り続けることができるかどうかということに関しては、この間申し上げたように、単体の企業の力ではなく、その業種、業態としてどうするのかということに力を入れてやっていかないと難しい時代になっていると感じている。

あわせて、食で言うと、長崎で何を食べたら長崎らしいのかということをもっと明確にしていくためには、特に水産業、農業とった産物の県内外の方々への啓蒙をもっとやっていきながら、それを料理して出しているところに客が集まることを踏まえ、料理やお菓子作ろうというような、原料の部分から広がっていく仕組みにしていかないといけない。単純に、よそにこれがあるからこれ以上のものを作ればいいのか、協業して同じものをみんなで使えばいいのかということではもう通用しない。あるいは、ニーズとして消費者の方が見ている魅力ということに直結していないという感覚を私は持っている。

市場をどう作るかということも大事だが、今ある市場をいかに継続的に、持続的に、しかも、地元の人の支持率が高いものを作り続けることが可能かどうかということの岐路に立っていると思うので、そういった意味での人の問題、お金の問題があると思うが、それを積極的に作りながら、新しい仕組みにしていく必要もあるかと思う。

我々の業界で言えば、今まで以上にパティシエがたくさん生まれるとは思えないし、ある程度、作り手としての修行をした上でないと、なかなか難しいという職業がいくつかあるため、そういった部門に関しては、単年度ではなく中長期的に人を育てるための支援、あるいは企業側がそういう姿勢を持つことも含めた支援のあり方というのが必要ではないか。その中で、業態全体が育っていくような支援のあり方が必要である。この部分は、このような戦略の中では、表されているものと表されてないものがあるとため、表に情報として出していく部分はもっと積極的にはっきりと書いていただく必要があると思う。

《事務局》長崎市は、ちゃんぽん、皿うどん、カステラ、トルコライスと名物の料理がたくさんあるが、旬のものでいくと、やはり先ほど委員からも出たように、水産物、お魚ということで、ずっとお魚の名物料理ができないかとか、駅に来た方が長崎の何の魚が美味しいかを知る機会を増やすように積極的に取り組みを行っているが、観光ともしっかりと連携を取りながら、長崎の美味しい魚を食べられるお店や料理手法など、長崎はカニのような名物になるような魚を絞っていないという課題もあるが、逆に言うと新鮮な魚の種類が多いという強みがあるため、そこをしっかりと推し進めていきたいと思う。

また、持続可能な商業の経営ということであれば、販路開拓ということで、長崎の良いものを大きなマーケットに売り出すことに力を入れている。関東方面、関西方面の方で長崎のものを口にする機会が増え、それを契機に長崎に着地した時に、長崎の魚は美味しかったからもっと新鮮なものが美味しいのではないかとか、長崎のお菓子が美味しかったから本店に行って買ってみようとか、そういった動きにしっかりと繋げていきたいと思っており、販路開拓をすることで事業者さんの稼ぐ力が備わってきて、持続可能な経営にも繋がっていくと思っているため、これに力を入れている。

【会長】おそらく委員は、「そうだ、ぶりを食べに行こう」とか、「そうだ、カニを食べに行こう」、「11月になつたらそろそろ牡蠣を食べに行こう」というようなメッセージ性として長崎からは発信されておらず、ただお魚とか、刺身とか、かまぼことか、それしか出でないので、そこに問題があるのではないかと言われていた。時期に応じて、旬はあるので、そういうものを発信していただける体制を作っていただけたとありがたい。

《事務局》長崎の農産物といえば、ビワなどがあり、ビワについてはいつが旬という情報発信はしているが、例えば、秋だったら何があるというふうな、このシーズンには何があるという情報発信は不足している部分があろうかと思う。物が先か、時期が先かということもあるが、長崎にもいろいろな農産物があるため、このシーズンはこういうものが食べられるというような情報発信が必要だと思っている。

農業者の方々は、人材育成にも取り組むが、どうしても農業の従事者が減っているのは間違いない部分がある。販売の方とも連携しながら、集約化などを図り、生産量の維持に努めていきたいと思っている。

《事務局》水産業においても、地域ごとにそれぞれ旬の魚があり、PRをしながら取り組んでいるが、なかなかそれが市民に届いてない部分もあるかと思う。特に、今からの時期はフグで、フグに関しては人を呼べる食材であると思うが、水産の分野についてはさしみシティ事業と連携しながら、しっかりとPRを行い、魚の商品拡大をしないといけないと思っている。

【会長】連携となると、よく消費者、業者の方、料理人とだけでやるが、雲仙などは、生産者と料理人と消費者と流通、これが全部揃って一つの商品を作り出そうという仕組

みだ。この人の農産物だから、この人が獲った魚だから、自分はここに来て料理を提供するというものだ。これまで、料理人の勉強会に農業者とか漁業者の方が入って、一緒に議論する仕組みは、なかなかなかったと思う。パティシエのお菓子の業界でも、長崎の食材を使った時にどういったものを作れるのかとか、使ってもらつたらいいのかとか、生産者と一緒に巻き込んだような、先ほどのプラットフォームの話にも繋がるが、そういうものが自然発的にできるような仕組みが、やっぱり長崎には必要なのではないかと思っている。委員のお話を聞きながら、それが、委員をはじめ、商店街が求める一つのものなのではないかと思ったが、これまでの固定的なところでやるのではなくて、少しかき回すような仕組みを作つていただければと思う。

《事務局》生産者から料理人、そして飲食店、消費者と繋げる取組みというのは、今もやっている。具体的に言うと、お魚については生産、業務関係の方と実際に料理を作る方、そしてホテル業界まで巻き込んで、長崎の魚を魅力的に提供する料理方法などの研究も行っている。そういう機会が成立した際にはぜひお披露目したいと考えている。また、洋菓子組合においても、JAと協力しながら、イチゴが旬の時に、長崎産のイチゴを使った料理フェアなどを実際に連携しながら実施している。飲食店についても独自のネットワークを構築し、それに行政も関わらせていただき、色々なフェアなどを検討しているので、こういった動きがあることを情報発信し、しっかりお伝えしていきたいと考えている。

【会長】ぜひ可視化していただければと思う。生産者の方に「こういった野菜を作つてほしい」とか、「こういった魚がほしい」といった要求できるような frankな関係性を作れるような場が実際にあれば非常にいいかなと思う。

【委員】重点テーマの3点について、今までの話の中で、やはり長崎をもっとPRすることは絶対大事だ。いわゆる長崎らしさというものは、絶対必要になってくると思う。海洋については、強みと弱みのどちらなのかというのが現状ではないかと思う。そのため、長崎としては、ここを強くしていくことも必要である。

交流についても、実はインバウンドはかなりの力になっているわけだが、食の推進もインバウンドに向けてやっていくことも考えなければいけないと感じているので、ここは予算を組むときに、大きくしていただきたいと考えているが、いずれにしても、先ほど言ったように、長崎らしさが必須だと思う。

この3点については、行政の方で行動スケジュールがあると思うが、その進捗や5年経つからの結果の公表は、必要だと思うし、そういう仕組みを作るべきだと思う。このように掲げたからには、やっていただきたいと思うが、こういうことをやったときに、長崎に移住してくる方が増え、長崎で働きたいという人が増えることは本当に望むところだが、来たけどやっぱり違った、がっかりだということがないようにしないといけない。そのためには、途中の進捗が分かれば、このようにしたいので、ここを変えないといけないといった、また少し考え方を変えることも必要だと思う。だから、やるのはいいが、行動がはっきり見えるやり方をしていただきたいと思う。

《事務局》当然、行政においても、各事業において進捗管理が必要と考えている。この戦略でお示ししている各施策、例えば、24ページなど、数値目標を各表の上の部分に記載させていただいている。基準となる数値をまず設定し、5年後にどのあたりをめざすのかということを目標値として設定している。この審議会は、今年度は戦略の策定年度ということで、年に4回開催をさせてもらうが、通常は年に2回開催しており、その中で、この数値目標の達成状況や各施策の進捗状況を報告させていただきたいと思う。その際に、色々なご意見をいただきながら、より強くすべきは強くし、修正すべきは修正していくといったご議論をいただければと考えている。

《事務局》今、数値目標のお話をしたが、当然、数値目標だけではなく、この予算でどういう事業をやって、どういう成果があったかをご説明しながら、しっかり評価していただくような、そういう機会も設けてきている。

【委員】ここで言うのが適切かどうかわからないが、広域連携という概念を入れるべき時代かなと思っている。海洋で言えば、海上風力の現場が西海市にあり、北九州みたいな先進地と役割分担していくという観点もあると思う。インバウンドについても、圧倒的に空港の問題があって、福岡がオーバーツーリズムになっているのをこっちにも分けてほしいとか、あるいは発信のところでも、長崎単独よりは九州としてインバウンドを呼び込むということで、九州で一体となってやっていくといった動きなど、そういった広域連携が大事な時代になってきているのではないかと思うので、織り込むのであれば、20、21ページのような概念のところでそういったワードを入れてもらえたなら良いのではないかと思う。

《事務局》広域連携について、当然、長崎市の周辺の町とも連携の仕組みがあり、観光の部分でも九州内でしっかりと連携をして進めているような施策もある。現状は、この経済成長戦略にあえて書くことではないという整理をしている。必要な連携をとつていくことは、この経済成長戦略だけではなく、もっと大きな視点で、行政間の色々な協力の仕組みの中で当然にやっていくべき取組みだと思っているため、この経済成長戦略にあえて書く必要はないのではないかと考えている。

【会長】それはこの成長戦略以外のそれぞれの計画とか、どこかに書き込まれるのか。

《事務局》広域連携をどの計画でどのように書いているは確認が必要だが、そういった取組みが進んでいるのは実際そうなので、長崎市だけの取組みではなく、九州、あるいは西日本など広いエリアの中で進められているため、我々の経済成長戦略で掲げるという整理はしていない。この議論を踏まえて、必要だということであれば、検討する必要もあると思う。

【会長】もしそれを広域にした方が書きやすくなるのであれば、そういった検討も必要なのかなと思う。

次に、資料後半に記載しているKPIだが、ほとんどKPIが変わらない指標が散

見されるが、そのご意見をいただきたいと思っている。この指標自体の妥当性なども含めてお話いただきたい。

【委員】24ページについて、商店街連合会の会長がいらっしゃるので大変恐縮ではあるが、個別施策2の持続可能な運営体制のところに商店街の回遊性やハード整備があるが、どちらかというと商店街の商業的なものよりも、まちづくり的な要素を求めている表記だなということをすごく感じている。実際、商店街組織の運営で、法人化できているものは、長崎市内にほとんどない状態で、たまに商業施策で商品券やハード整備があるが、補助率が1/2とか1/3とかになった時に、おそらく運営できるような体制ではないところがあると思う。少し高度な申請や計画などを商店街組織で運営していくことが小さい商店街は難しいと思っている。このハード整備の部分や商店街の担い手育成といった時に、この担い手育成というものは、どちらかというと商業者というよりもまちづくり的なところの担い手育成をしようというもののなかなと感じている。それでは、果たしてそれでいいのかと私は感じている。

商店街独自で集客するというよりも、エリアとして向上していくことが必要だと思った時に、どちらかというと内部の組織体制を構築していくよりも、外部でそういうことができる人たちをくっつけてあげるとか、集客やハード的なところは専門性のある方にやっていただく。商店主の方たちは、商業にまず力を入れていただくというのがいいのではないかと思っているので、これまでの商店街のありは時代的に変わってきているというのをすごく感じている。そこは、書き方や支援の方法を意識していたけたらなと思う。居留地など、エリアを考える中でも商業部というところがあって、そういう仕組みもいいと思うので、まちづくりとの連携を踏まえたうえで、ご記載いただければと思っている。

『事務局』担い手不足というところとハードの部分は結び付かないのではないかということだったが、ハードの部分についても、補助率が1/2とは言え、しっかり支援していきたいことと、商店街の担い手育成は、県とも共通の課題認識を持っており、昨年も広域的に商店街を支える人材や商店街同士のつながりを作るという取組みをさせていただき、駅前と平和町商店街で人事交流などもできている。先日、委員ともしっかりとお話をさせていただいており、商店街単体もしっかり支え、担い手を育てながら、エリアで考えていくことや、商店街が自分たちで収益をあげて持続的な活動ができるように、どのように取り組めばいいかを商店街や各種団体と検討しており、それをしっかりと進めていきたいと考えている。

【会長】事業承継などが関係してくると思っており、十八親和銀行がよくやられているビジコンのような、事業承継の後継者を結びつけるような取組みも本当は必要ではないかと思うので、併せてやっていただければと思う。

数値目標については、相談指導件数でいいのか。改善につながった件数ではなく、相談しましたというので大丈夫か。5年後の数値が変わらないが、この指標でよろしいか。

《事務局》経営課題に関する相談件数については、商工会や商工会議所の関連相談機関に、まずは足を運んでいただくということが大切だと思っているため、この相談指導件数を設定している。商工会所などと話をしていて、何が成果なのかということもあり、また、なかなか成果に結び付きにくいこともありますので、まずはしっかりと相談をしてもらう、相談する機会を増やすということで、この指標を置かせていただいている。

【会長】数字が変わらないKPIが多いので、少し見ていて驚いたが。

【委員】29ページの新たなマーケットの開拓支援のなかで、観光客の1人当たり単価は上げましょうとなっているが、製造品出荷額は5年経っても一緒だ。これは、おそらく、その下に人口減少や担い手が減っている分野である漁業などが入っているので、歩留まりをなんとかとどめようという方がむしろ課題という認識なのか。

どうしても域内の人団がそんなに増えないとすると、域外に出荷して外の市場から持つてこないとダメなのではないかという気がして、そちらも付加価値的に上げないといけないと思うので、なんとかならないかと思ってしまうが、どうか。

《事務局》KPIが5年間据え置きでいいのかという話だと思う。経年で取れる基幹統計がなかなか少ないので、このKPIをめざしているところだが、ご指摘のとおりと思うので、5年後の目標をどう置くのかについては、再度検討をさせていただきたい。

また、経営課題に関する相談指導件数の129件については、新産業推進課に民間のOBの方に相談員として着任いただいて、毎年市内の企業を回っており、その年間の活動件数というものだ。年間130件程度の企業を回っている中での指導を継続していくという考え方で、129件を据え置いているが、実際に改善に繋がった件数が良いのではないかというご指摘もあったかと思うので、この指標についても、施策の効果を図るために何が適切かについては、持ち帰って再度検討させていただければと思う。

【委員】市内食料品製造業の製造品出荷額等の215.5億円の根拠が示されてない。今のような言い方をしたら、私たちが見ている資料が大丈夫なのかとなる。変わらないという理由があると思うので、それについて根拠を示して説明いただきたい。

《事務局》市内の食料品製造業の出荷額については、問題として、やはり従業員数の方も減って厳しい経営状況の中で、そこを維持していくという考え方で据え置きという形にさせていただいている。一方で、企業の方にもっと成長していただくこともあるので、こちらも持ち帰らせていただき、再度検討させていただければと思う。

【委員】今の流れで、私も目標値について少し疑問を持っていた。全く変わっていないところは、下げて書くわけにもいかないから、同じ数字を書いて、なんとか歩留まりで頑張ろうというところなのかと拝察する。逆に25、26ページの目標値の伸びが、こんなに上げて大丈夫なのだろうか、どんな根拠があるのだろうというのが気になった。先端設備や歩行者通行量も、このあたりの数字の計算の仕方など、もしよろしければ

教えていただきたい。

《事務局》まず、観光消費額について、大変な物価高騰等もあるが、5年間で物価上昇率10%程度あるということで加え、我々が進める高付加価値化の施策等で、5年間で5%ほど伸ばすということを含めて考えている。日本人、それから外国人に来ていたいたいときには、国の動向指数で目標値の1.1倍という消費単価の計算があるため、外国人やクルーズに関しては1.1倍という数字を使い、総トータルの金額、それから人數的にも790万人を目標とすることを掲げているので、その掛け算になるが、消費額が伸びるという計算をしている。

《事務局》歩行者通行量については、コロナ禍後ということと、まちの基盤ができたということで、交流人口増加を期待する意味でも増やしている。

《事務局》先端設備導入計画に係る認定件数は、暦年の累計になるため、過去の実績の平均を毎年積み上げて、最終年度には合計70件に到達するという考え方だ。

【委員】31ページのC-1、人が集まり育つ環境づくり、若者の定着と人材の確保・育成の施策について、KPIをこうやって設定していただき、伸ばしていくこうという施策だが、個別施策を見ていくと、地元で働く魅力の発信や担い手をどうやって確保していくかという設定になっている。

他の委員が、商店街のことをまちづくりと連動させてやるべきだという話をされていたが、今、まちづくり部で取りまとめ、作成されている中心市街地活性化計画でも、都市計画やエリアの視点が必要だと言われている。そうしたときに、今、長崎では人材が流出しているという現状を考えると、もちろん高校生や大学生に残っていただきたいという思いがあるが、一番の問題は、福岡などへ人が流れていて、その人たちが帰ってくる都市イメージがないことなので、この人材確保の部分で戦略として必要ではないかと思う。長崎は、駅前とか100年に一度のまちづくりが進行していて、都市のイメージとしては、スタジアムシティの開業など、かなり他の九州の中でも先行している。そうしたときに、次の若い人たちが戻ってくるためには、まちづくりの進行と人材確保を連動させる必要がある。

もう一つは、私もそうだったが、30歳から40歳ぐらいの生産人口として、家族を抱えて向こうで生活されている人たちにターゲットを絞った、Uターン、Iターンしてくるような環境と人が集まり育つ環境づくりの視点がここに書き込まれる施策として必要ではないかと思うが、どうか。

《事務局》長崎の良さを学生や一度外に出られていた方々に対していかに届けているか、長崎の良さを知っていただけて、長崎を選んでいただくかということだが、この戦略で言うと31ページの個別施策1「地元で働く魅力の発信」のところで、企業情報や長崎で働く魅力の発信という形で書かせていただいているが、長崎市でも、「長崎シェアル」という若者向けの情報発信のサイトを作っていて、今年度にプロポーザルの形で見直しを行い、若者やU I Jターンの方たちの目に届きやすいLINEなどをベース

に発信している。

その中で色々な仕掛けをして、例えば、A I 診断で自分が長崎で働くとしたらどんな企業が適しているのかということをゲーム形式でできたりとか、色々な会社に勤めた時にどういった魅力があるのかということを新人の職員の方々にインタビューを行い、そのインタビューの結果を載せたりとか、それを動画にして見ていただけるような仕掛けを作るなど、そういったことを現在実施している。

外に出ている学生や一旦就職された方たちには、できるだけそのような情報が届きやすいように、S N S 等の広告もターゲットを絞りながら取り組んでいる。今後は、若者の流出、今、少し社会動態としては良くなっている部分もあるが、それをさらに良くしていくためにも、今後さらに力を入れていきたいと考えている。

【委員】現状の発信だけではなく、経済活性化のためには、それを担う人や組織がどうしても必要だというのは共通の認識だが、そこに生産人口である若者に選ばれる長崎の都市像を作ることは、別にまちづくりの部門でも進行している。前回、アンケート調査などの分析結果を示されたと思うが、18 ページには家賃が高いなどの長崎市に戻りたくない要因がはっきり声に表れている。

経済を活性化するためには、こういった都市の問題と長崎のイメージをリンクさせていかないと、新規の生産人口は獲得できない。都市間競争も始まっているので、このようなことの書き込みが、人が集まり育つ環境づくりのところには必要だということを意見として申し上げる。

【委員】人が集まり育つ環境づくりのところで、交流人口は拡大しているものの、その効果が限定的といったことを踏まえて、交流人口のことが記載されていない。交流人口というのは、経済活性化で非常に大事な施策であるため、こういったところを入れていただければと思う。

それとあわせて関係人口について、前回の会議の中で、関係人口が長崎では崩れているという発言があったと思うが、やはりリモートワークが盛んに行われていて、関係人口が増えている自治体もたくさんある。そういうことを踏まえて、長崎は非常に地形が悪く、利便性も良くないが、住めないところはないので、リモートワークなどを使って関係人口を増やすことによって、若者も増えてくるのではないかと思う。だから、人が集まり育つ環境を作るというところで、その辺を少し加味していただきたい。

『事務局』交流人口の点については、長崎市の別の計画で観光M I C E 戦略というものがあり、こちらは観光、M I C E に特化した内容となっており、これに関係する成果指標については、連動する形で設けている。

関係人口については、どのような取組みをやっていくのかということも重要だが、どのような働き方でそれができるかという点で、デジタルノマドの方たちには長崎に来てもらったり、地場の企業の方にもリモートワークができるような環境を整備してもらったり、あとは副業人材に仕事を出して成果を上げていくという新しい働き方にについても、この取組みの中に入れている。長崎市が考える交流人口のターゲットや目

標値は、現在、設定できていないので、今後、研究していく必要があると思う。

【委員】 2ページの戦略策定の趣旨が書いてある部分にこういう写真がよく用いられている。要するに、私たちには、長崎港が長崎らしさを表す重要な風景としてある。この趣旨の中で、港のことについて触れてないが、今後、海洋や交流に取り組む中では、この趣旨の中でもしっかりと触れていくべきだと思う。経済成長のインフラ環境を整備する大事な事業なので、例えば、陸のゲートの長崎駅周辺開発をあげるのであれば、海のゲートの長崎港2バース化もしっかりとこの趣旨の中で触れるべきではないかと考えた。

《事務局》ご指摘を承り、工夫したいと考えている。

【副会長】 改めて、重点テーマについては、ご議論があったとおりだというふうに思っている。そういう意味で、最後に個別施策に落とし込んでいくところで、施策A-1の経営基盤の強化支援と重点テーマがどう紐づいているのかということや、特に成長分野を組み込んでいくという話だと、施策B-1の海洋や交流などがどう関連しているかといったところがもう少し書き込まれると分かりやすいと考えている。

それからKPI設定については、説明があったとおり、数値化できるもの、統計の制約もあり、例えば、A-1で地場企業の経営基盤強化を測る指標として取れるものにも限界があると思っている。その中で、今、あがっているものの一つがお金の面での支援、もう一つがハード・ソフト面の経営課題に対する相談指導であり、これを達成すれば地場企業の経営基盤強化につながるという関係性になっていると思うが、あがっている指標が14ページの現行戦略のB-1とだいたい重なっている。重なっているところを見ると、相談件数以外は達成できていない状況なので、これを再度指標として掲げるやり方で大丈夫なのかという心配がある。改めて、どのようなKPIを掲げるかについては精査をされるというお話をだったので、他も同じように現行戦略と同じもので未達成だったもの、最終的な目的は全部達成しているが、個別指標では未達成となっているものが本当に適正な指標と言えるのかについて確認いただきたい。

[閉会]