

令和7年度 基本施策評価シート

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

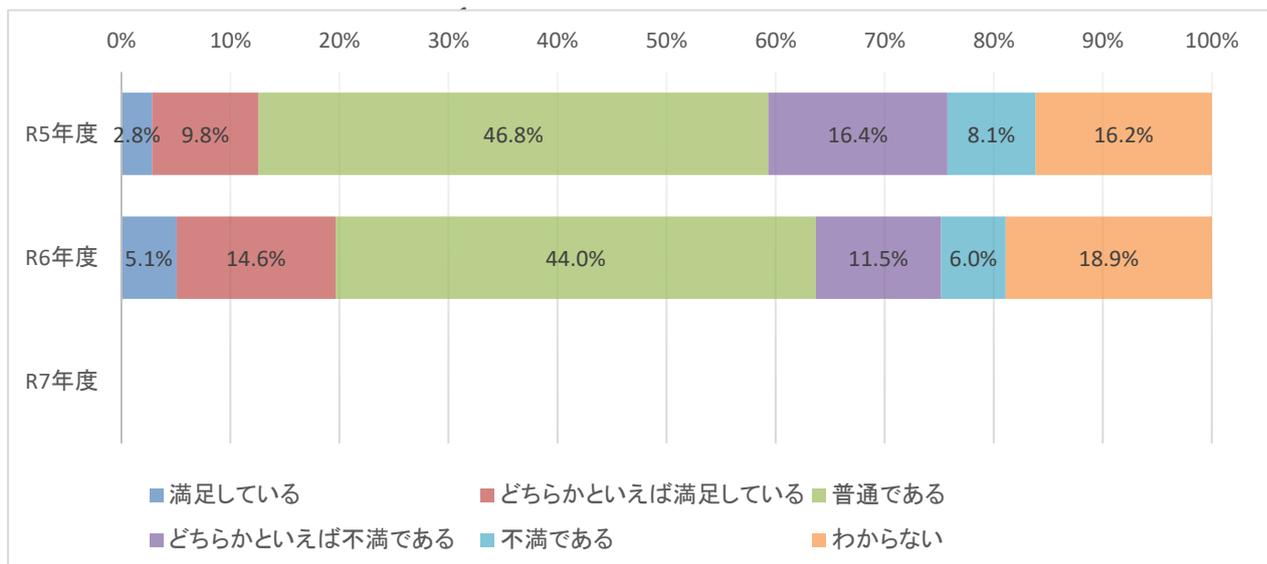
基本施策の総合評価

総括	<ul style="list-style-type: none"> ●基本施策の成果指標である「法人市民税法人税割を課税された法人数」は、4,166社(令和6年度実績)で、令和7年度の目標値である4,091社を上回っている。 ●事業者に対する生産性向上支援、地場事業者の情報発信等による人材確保支援、販路拡大等の競争力強化支援等の取組みが一定進んでいるものの、物価高騰や円安に伴うコスト高等により、地場事業者を取り巻く経営環境は厳しい状況が続いている。 ●市民満足度については、「満足している」及び「どちらかといえば満足している」と回答した人の割合が19.7%で、「不満である」及び「どちらかといえば不満である」と回答した人の割合17.5%を上回る調査結果であった。 <p>以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。</p>
C1-1	●国や県、関係機関と連携しながら、補助金やセミナー、伴走型支援等の様々な事業を実施することで、事業者の経営力強化を支援する。
C1-2	●地元企業の人材育成につながるよう、関係機関と連携した後継者育成や経営力強化の取組みに対する支援を行う。また、地元企業の認知度向上につながるよう、社会情勢や学生のニーズ・動向等を踏まえ、各年代に応じたきめ細やかな情報発信を強化する。併せて、企業の人手不足やノウハウ不足等の課題解決を図るため、採用活動や「新しい働き方」の導入等、受入れ態勢の整備に向けた支援を行う。
C1-3	●交流人口の拡大の好機を活かし、地場事業者の販路拡大につながる取組みを支援するための効果的な補助制度を実施する。併せて、関係機関と連携して長崎の優れた技能・技術を活かした魅力ある製品や、豊富な農水産物や加工品の魅力を発信するとともに、ふるさと納税制度の活用等域外への販路拡大を促す機運を醸成し、地場事業者の市場での競争力の強化を支援する。

二次評価(施策評価会議による評価)

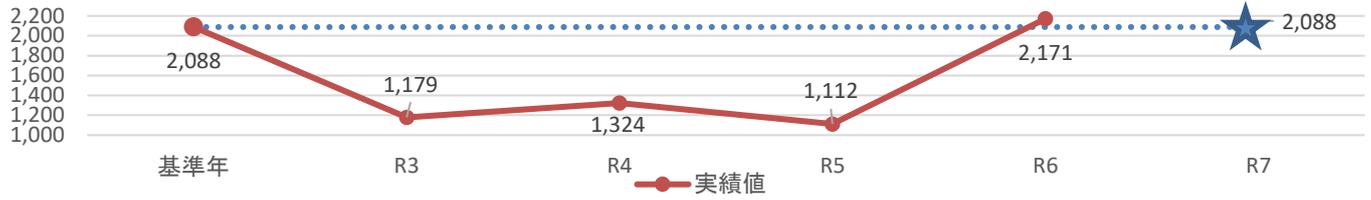
【C1】	●制度融資や採用活動の支援等、全般的に取組方針については、改善型評価の趣旨を踏まえ、取組内容や改善点等がわかるよう具体的に記載すること。
【C1-1】	●つきまち横丁について、周辺の商店街等への影響等を分析しながら、まずは施設の認知度向上に取り組むこと。

基本施策に対する市民満足度調査結果



成果指標

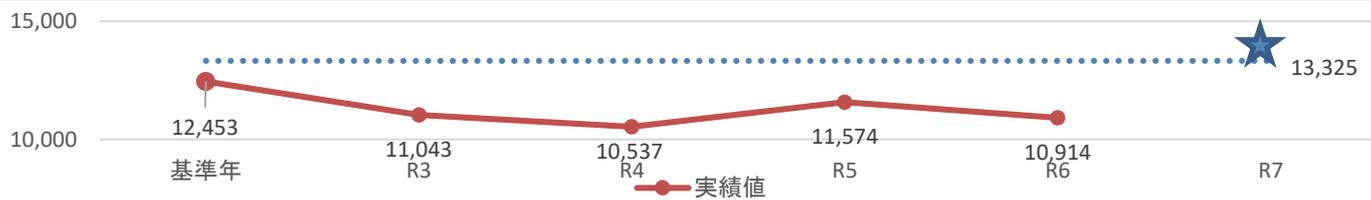
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
市内製造業の付加価値額[暦年]	2,088億円 (R2年)	2,088億円 (R7年)	1,179	1,324	1,112	2,171	-	▲



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091社 (H28~R2 年度の平均)	4,091社 (R7年度)	4,060	4,041	4,051	4,166	-	▲



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
旅行消費額(飲食費・土産代)の1人当たり単価[暦年]	12,453円 (R元年)	13,325円 (R7年)	11,043	10,537	11,574	10,914	-	▼



年度別 主な取組内容

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
<ul style="list-style-type: none"> ・にぎわい復活支援事業費補助金による地域内の消費喚起(28件) ・チャレンジ企業応援事業費補助金による企業の生産性向上等(84件) ・SNS等活用支援事業費補助金による新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大(19件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗活用にぎわい創出事業費補助金による商店街等の空き店舗へ新たに開業する店舗数(11件) ・貨物自動車運送事業者燃油価格高騰対策支援金による事業継続支援(87件) ・中小企業設備整備事業費(省エネルギー設備等)補助金による企業の生産性向上(50件) ・チャレンジ企業応援補助金による企業の生産性向上等(81件) ・伴走型支援の実施による中小企業のDX推進(5社) ・企業紹介サイト(NAGASAKI WORK STYLE)の掲載企業の増加(12社(登録企業数122社))やSNS広告などのサイトへ誘導によるアクセス増数(78,269件) ・SNS等活用支援事業費補助金による新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大(17件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗活用にぎわい創出事業費補助金による商店街等の空き店舗へ新たに開業する店舗数(4件) ・成長分野重点化補助金による成長が見込まれる分野への事業参入、事業拡大、生産性向上(13件) ・地元就職促進プロモーションにおけるSNS投稿閲覧数の増加(1,112,840回(前年比:416,248回増)) ・SNS等活用支援事業費補助金による新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大(10件) 	

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	C1-1	地場事業者の経営力の強化を支援します	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	地場事業者が		経営資源を磨き、生産性を高めている。
個別施策主管課名	商業振興課		

成果

① 制度融資の充実

●事業者における資金繰りを支援するため、各融資取扱金融機関や商工会議所等に対して積極的な周知を依頼したことにより、全体で計69件、360,910千円の融資を実行し、事業者の経営安定化につなげた。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

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

③ 生産性向上のための取組みへの支援

●地域経済を牽引する「リーディング企業」の成長に資する事業拡大や生産性向上等の取組み、並びに、市内企業の成長が見込まれる分野への事業参入、事業拡大及び生産性向上の取組みを支援するため、成長分野重点化補助金を実施し、各事業者の生産性向上につなげた。(13件)

④ 商店街の経営力強化

●地域のにぎわいを創出するため、商店街のにぎわい創出事業(4件)に対して補助を行うとともに、商店街加入を条件とした空き店舗活用にぎわい創出事業(4件)及び繁盛店創出事業(6件)を実施し、商店街の組織力や経営力の強化につなげた。

問題点とその要因

① 制度融資の充実

●県等の他の制度融資との金利面での優位性等により、各種融資資金の中で利用に偏りが見られる。
また、新型コロナウイルス感染症対応資金いわゆる民間ゼロゼロ融資の終了に伴い、近年は利用件数が減少傾向にある。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

●地場企業に対しては、市も国や県など関係機関と連携して各種支援を行っているが、原油・原材料価格の高騰や人手不足などにより、小規模事業者を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況が続いている。

③ 生産性向上のための取組みへの支援

●物価高騰や人手不足などから、先行きが不透明となっており、設備投資等の新たな取組みに慎重になっている企業が多い。

④ 商店街の経営力強化

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

今後の取組方針

① 制度融資の充実

●今後も金利変動や関税問題、物価高騰等の経済情勢を考慮しながら、経営の安定化や創業支援・経営改革に向けた制度融資の充実を図る。
また、スタートアップ創出促進保証制度を創設することで、創業のハードルを下げ、更なる経済活力の向上を目指す。

② 地場事業者への支援及び関係機関との連携

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

③ 生産性向上のための取組みへの支援

●経営の多角化や収益の柱を増やす新事業展開などを中心に、引き続き生産性向上に向けた取組みに対する支援を行う。

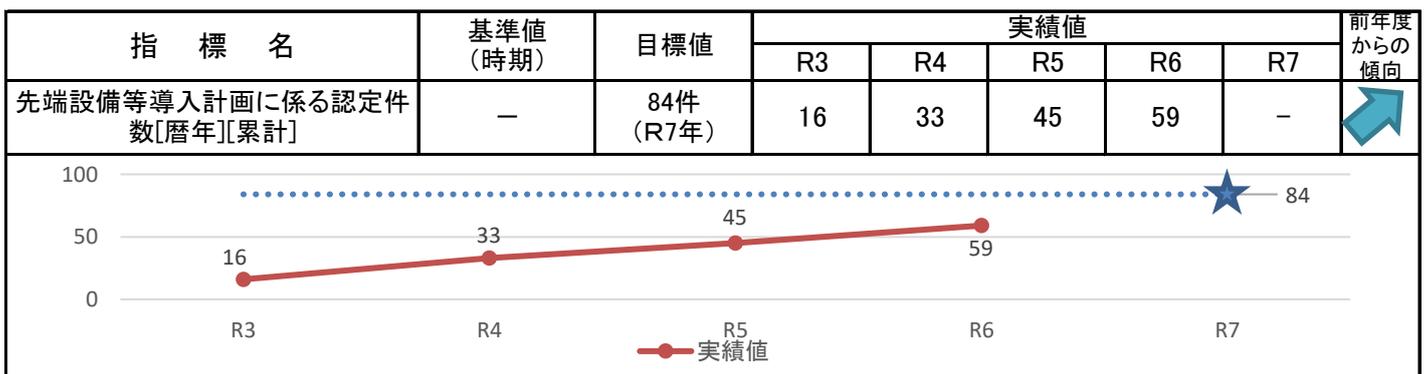
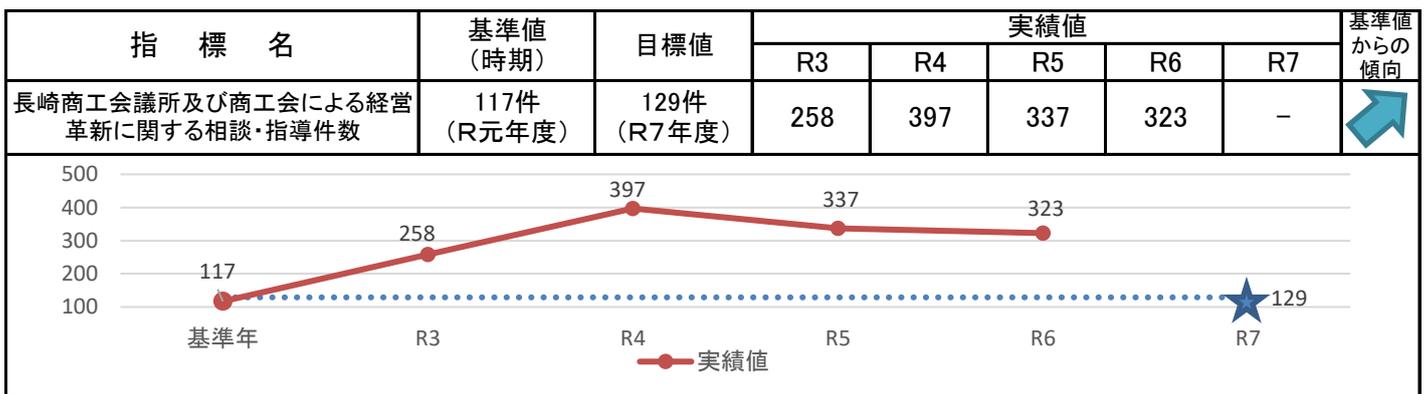
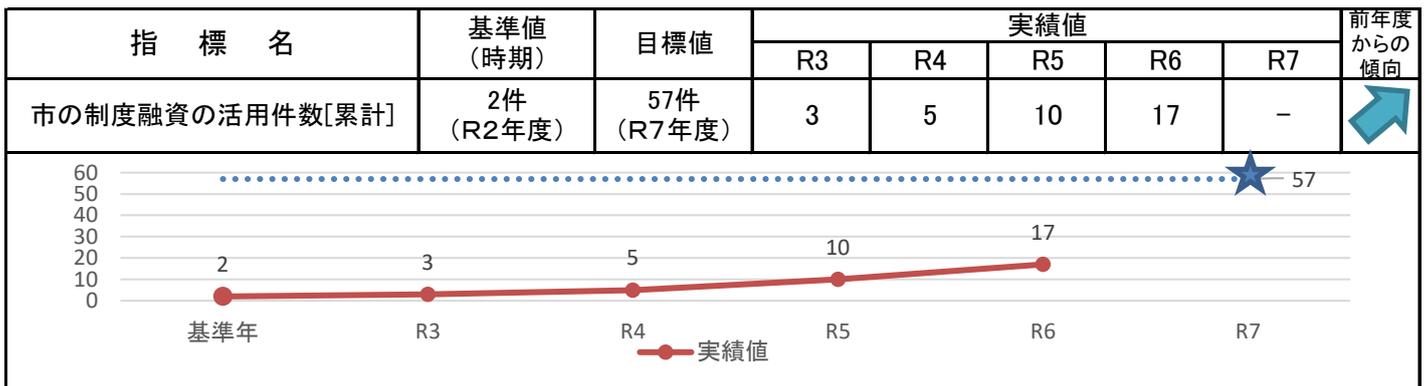
④ 商店街の経営力強化

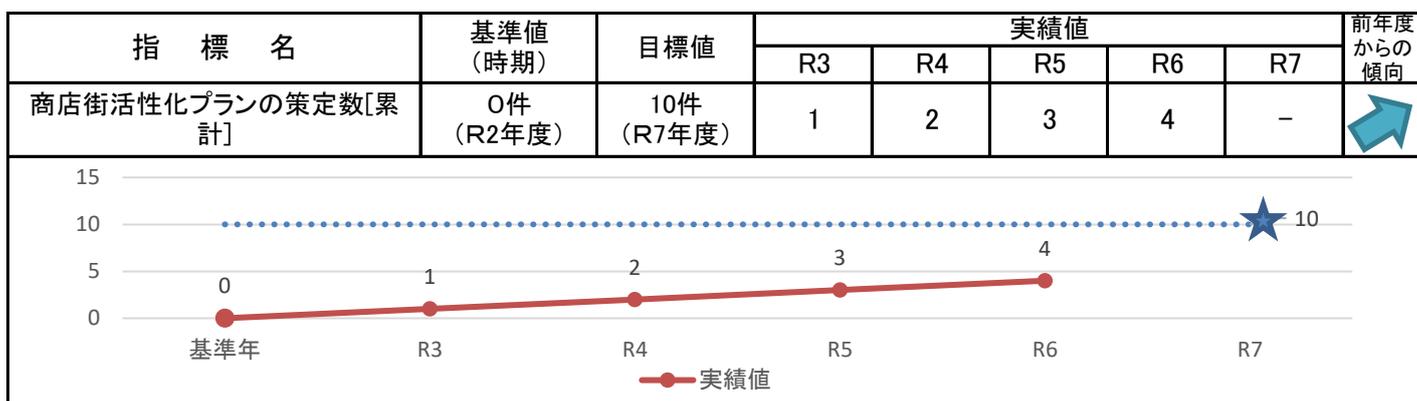
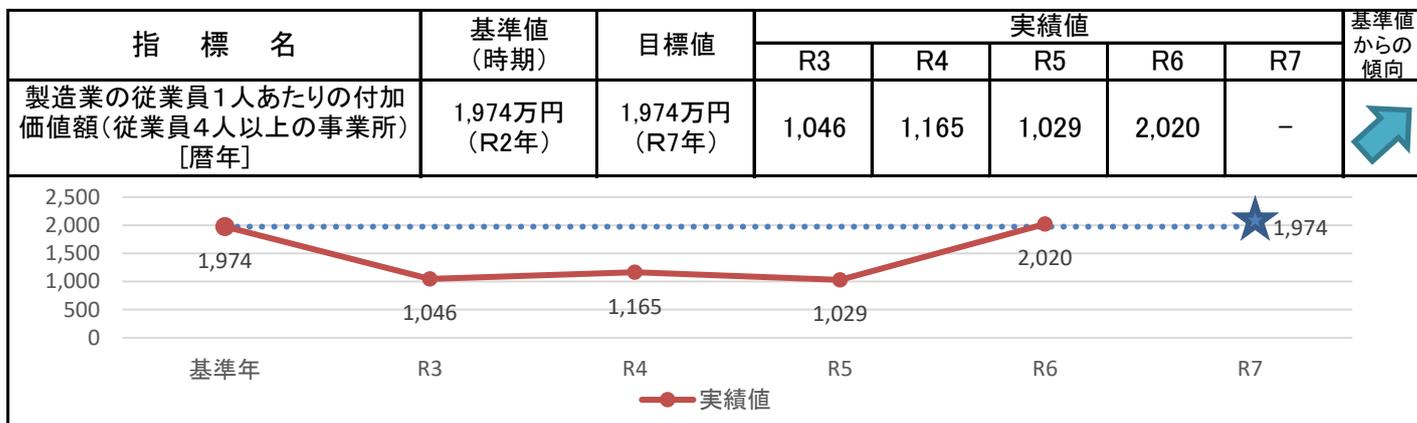
●引き続き、商店街活性化プランや共同施設整備事業に対する支援を行うとともに、スタジアムシティ開業に伴う交流人口拡大の効果をまちなかエリアに波及させるため、DMOや商工会議所、関係所属と連携しながら、回遊促進に向けた商店街等のイベント実施を支援することで、商店街のにぎわい創出及び経営力・組織力の強化につなげる。

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

●商店街等が地域の実情に応じて実施するプレミアム付商品券等の発行を支援し、地域経済の活性化を図るとともに、電子による商品券の発行も促し、商店街等のデジタル化に寄与する。

成果指標





施策を推進する主な事業

事業名 担当課	空き店舗活用にぎわい創出事業費補助金		商業振興課
成果指標	商店街等の空き店舗に新たに開業する店舗数(件)		 <p>【取組み例】</p>
目標値	3件		
実績値	4件		
達成率	133.0%		
成果指標・ 目標値の説明	空き店舗を活用して魅力ある店舗の出店を行う事業者や商店街等を支援するため、支援件数を成果指標とした。目標値は、市内商店街へのアンケート調査をもとに設定した補助上限額(出店者向け:2,000千円、商店街向け3,000千円)に対し、予算の範囲において支援可能な3件(出店者向け2件、商店街向け1件)と設定した。		
事業目的	西九州新幹線や長崎スタジアムシティの開業等のまちの変革によって拡大が見込まれる交流人口を商店街へ誘導するきっかけとなるような魅力のある店舗の空き店舗への出店や、商店街が地域のにぎわいを創出するために実施する空き店舗を活用した地域コミュニティ拠点の整備等の事業に対して支援を行う。		
事業概要	商店街が行う空き店舗対策、事業者が商店街内の空き店舗への新規出店に要する経費の一部を補助する。		
取組実績	商店街等の空き店舗に新たに開業する事業者に対し、出店に要する経費の一部を4件支援した。		
	決算(見込)額		6,565,000 円

2	事業名 担当課	成長分野重点化補助金		新産業推進課
	成果指標	補助実施件数(件)		 <p>【補助金により導入した 溶接ロボット】</p>
	目標値	30件		
	実績値	13件		
	達成率	43.3%		
	成果指標・ 目標値の説明	補助実施件数が増加することで、市内において成長が見込まれる分野の産業集積が促進され、生産性向上、売上増加につながることから成果指標とし、想定件数については、「リーディング企業成長支援補助金」、「リーディング企業創出支援補助金」及び「ものづくり成長分野集積促進補助金」で計30件とした。		
	事業目的	本市において成長が見込まれる分野の産業集積を促進させ、域外企業との取引拡大や売上拡大を図る。		
	事業概要	<p>「リーディング企業」の成長に資する事業拡大や生産性向上等の取組みや「リーディング企業」になりうる「次期リーディング企業」の事業拡大等の新たな取組みに要する経費の一部を補助する。</p> <p>また、市内企業の成長が見込まれる分野への事業参入をはじめ、事業拡大、生産性向上の取組みに要する経費の一部を補助する。</p>		
	取組実績	「成長分野重点化補助金」により、物価高騰の影響を受けた事業者に対して、設備導入を中心とした支援を13件実施した。		
決算(見込)額		147,551,000	円	

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	C1-2	地場事業者の人材確保・育成を支援します	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	地場事業者が		働く世代から選ばれる職場となっている。
個別施策主管課名	産業雇用政策課		

まち・ひと・しごと創生総合戦略施策

目標／具体的施策	
基1・(1)	経済を強くし、新しいひとの流れをつくる／魅力ある仕事をつくる

成果

① 人材の育成

●次世代の造船業を担う新人や中堅者のための人材育成を行う長崎地域造船造機技術研修センターの取組みを支援し、技能職の新人研修(7社14人参加)や経験者研修(8社15人参加)、安全体感及び感性研修(13社21人参加)の実施などにより、能力向上につながった。

●長崎工業会の取組みを支援し、ものづくり企業等の中核人材や製造現場のリーダー的人材に必要な能力を養成する研修事業として現場力向上塾(7社14人参加)を行った。また、現場作業員、管理職、経営者層などの階層別に応じた研修、企業の課題克服に向けて取り組むものづくり人材育成スクール(15人参加)の実施により、人材の育成に努めた。

② 情報発信

★高校生や大学生をはじめとする若者に対し、SNSにて「長崎での暮らし」や「働く魅力」及び「学生の就職活動に役立つ情報」の週2回の投稿(閲覧数約111万回)や企業紹介ショート動画の週1回の配信(再生数約33万回)を行うとともに、働く「人」に着目して会社の特徴や雰囲気を学生に伝える企業紹介サイト(NAGASAKI WORK STYLE)の掲載企業を17社増やす(登録企業数は138社)ことで、地元企業の認知度向上に努めた。

関連する総合戦略施策 基1・(1)

③ 採用活動の支援

★人材確保において人手不足やノウハウ不足、コスト不足への対応に苦慮している企業の採用活動の支援(計20社)を行うことで、地元企業の採用強化を図った。

関連する総合戦略施策 基1・(1)

★バングラデシュの高度IT人材の受入れについて、関係機関等と連携し、受入れ企業や雇用される人材に対して支援を行うことで、地元企業のIT人材確保を図った。

関連する総合戦略施策 基1・(1)

④ 受入れ態勢の整備

★学生を含めた若者等が求める職場環境と地元企業のアンマッチを解消するため、リモートワークやテレワーク、副業解禁など、「若者が望む時間や場所に縛られない新しい働き方」(以下、「新しい働き方」という。)をテーマに、地元企業3社に対して伴走型で支援するとともに、地元企業に対して、伴走支援の取組みを共有することで、「新しい働き方」に対する意識の啓発に努めた。

関連する総合戦略施策 基1・(1)

★女性のための職場環境改善に対する取組みの支援(5社)を行うことで、女性の就労促進や活躍推進を図った。

関連する総合戦略施策 基1・(1)

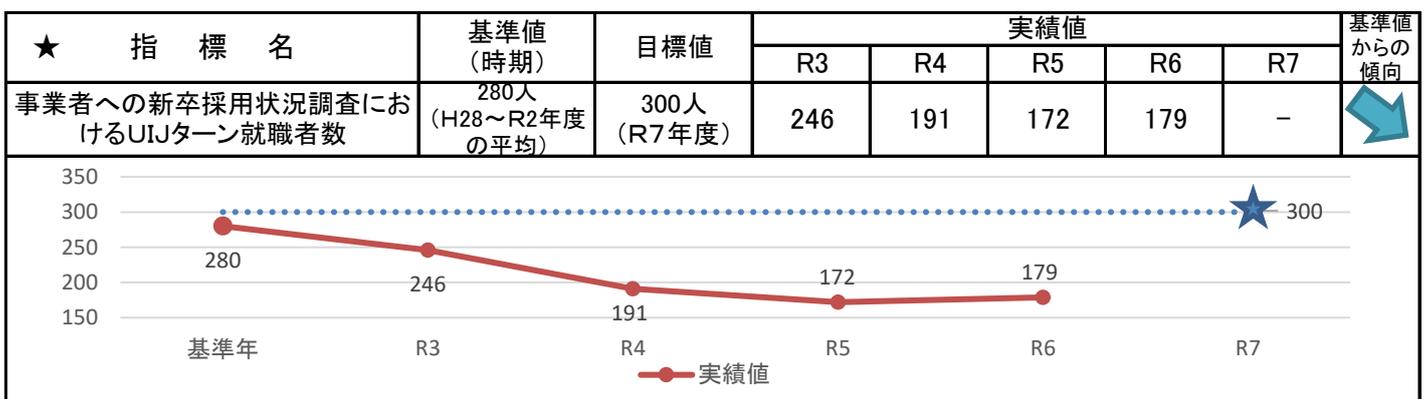
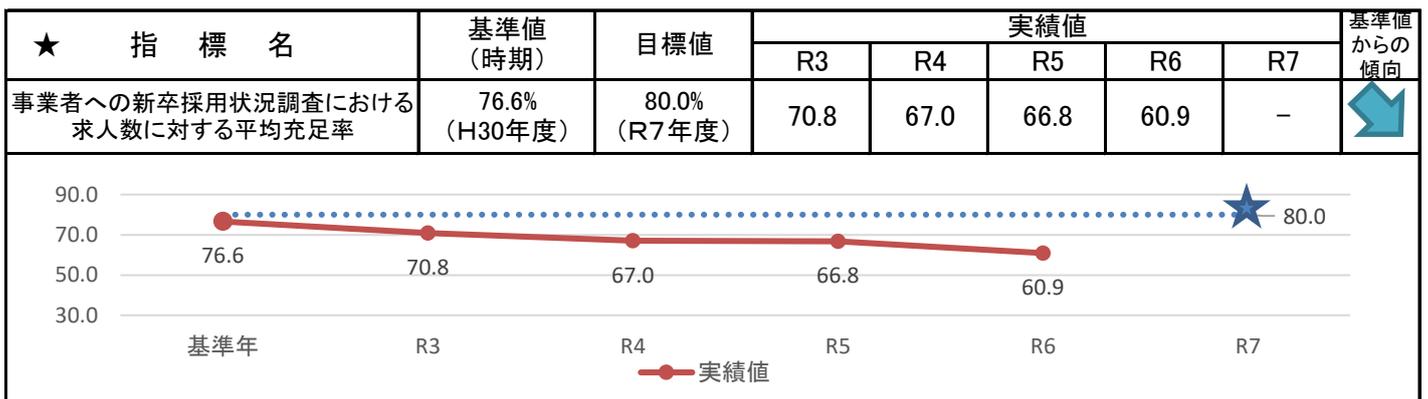
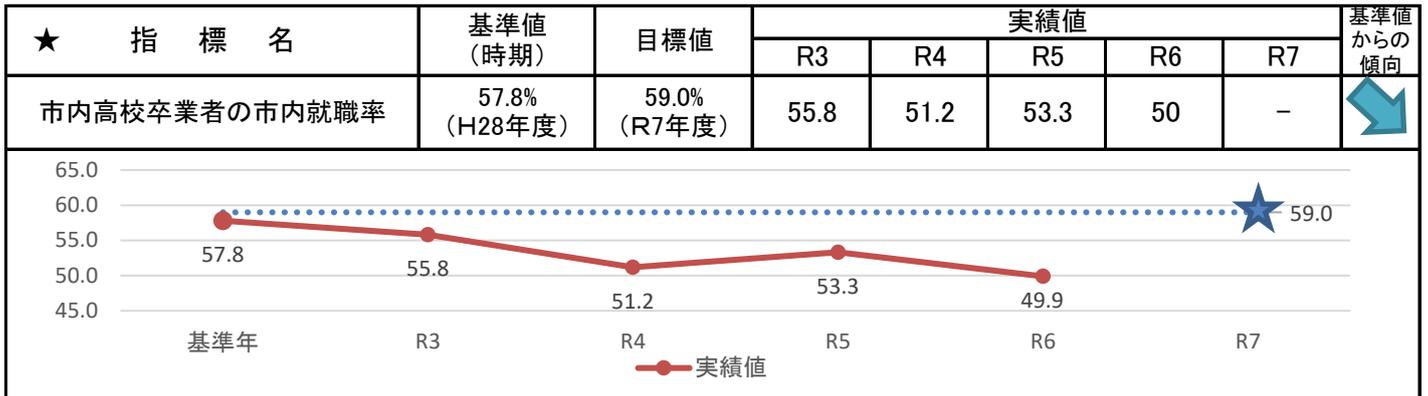
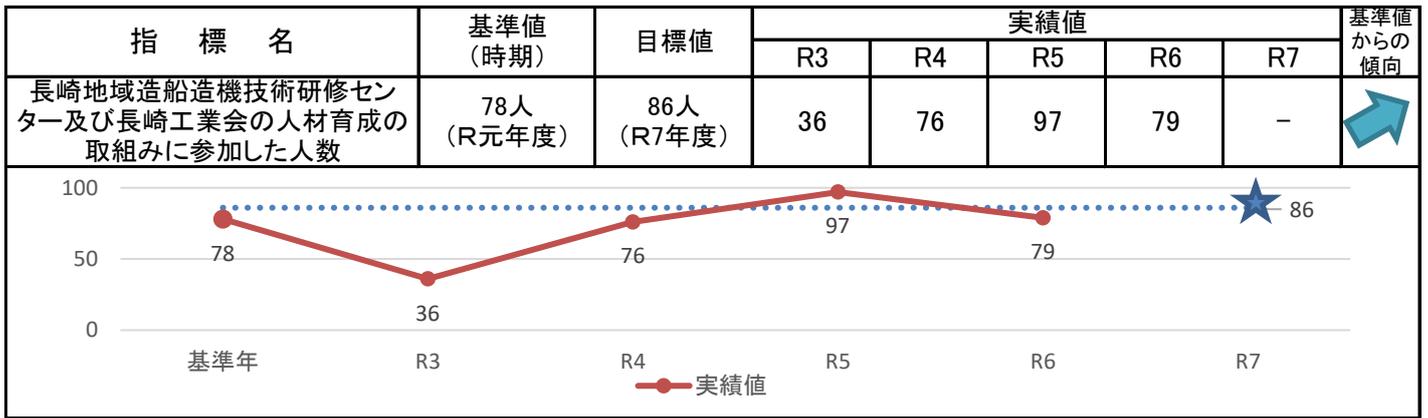
問題点とその要因

① 人材の育成	
●長崎地域造船造機技術研修センターや長崎工業会においては、生産性向上や人材育成等の研修を行っているが、人材不足等により参加できない企業も多い。	
② 情報発信	
★地元企業を紹介するSNSやホームページの広報手段は整いつつあるものの、小学生から大学生までの各年代に応じた情報発信の手法等の整理が十分でないことから、きめ細やかな情報発信ができていない。	
関連する総合戦略施策	基1・(1)
★地元企業は、人材や資金等の経営資源に限られるため、情報発信力等に課題があり、学生の市内就職率は伸び悩んでいる状況である。	
関連する総合戦略施策	基1・(1)
③ 採用活動の支援	
★これまででも地元企業の採用活動に対して支援を行ってきたが、学生の価値観や就職活動のあり方が多様化しており、企業はこれまでの採用活動の見直しが求められる中、地元企業の多くは、人手不足やノウハウ不足、また、資金不足などから十分な採用活動ができていない。	
関連する総合戦略施策	基1・(1)
④ 受入れ態勢の整備	
★地元企業に対して「新しい働き方」に対する伴走支援の取組みを共有したものの、「新しい働き方」の導入に取り組む地元企業は少ない状況である。	
関連する総合戦略施策	基1・(1)

今後の取組方針

① 人材の育成	
継続	●長崎地域造船造機技術研修センターにおける中堅人材の研修など基幹製造業の人材の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協議し、より多くの企業が研修を受講できるよう改善を図る。 また、長崎工業会において、個々の事業者では行うことが難しい技術・技能の伝承や高度技術者等の中核的人材の育成への取組みが効果的に行われるよう支援するとともに、後継者育成や経営力強化のための取組みなどを支援する。
② 情報発信	
改善	★情報発信の手法等の整理が十分でないことから、効果的な情報発信が行えるよう関係機関を通じて学生のニーズ把握等の情報収集を行い、各年代に応じたきめ細やかな情報発信を強化する。
関連する総合戦略施策	基1・(1)
新規	★地元企業の認知度向上につながるきっかけづくりとして、学生が地元企業と交流する機会を創出する。
関連する総合戦略施策	基1・(1)
③ 採用活動の支援	
継続	★地元企業に対する採用力の強化や、企業の人手不足やノウハウ不足等の課題解決を図るため、採用活動に要する経費等の支援を引き続き実施する。
関連する総合戦略施策	基1・(1)
新規	★採用活動の実務に活用できるセミナー等を開催し、地元企業の意識啓発及び行動変容につなげ、地元企業の採用活動強化を図る。
関連する総合戦略施策	基1・(1)
新規	★従業員に対する奨学金の返還支援により雇用の増加を図る企業等の取組みを促し、本市に居住する若年者の増加につなげるため、企業連携型奨学金返還支援事業を実施する。
関連する総合戦略施策	基1・(1)
④ 受入れ態勢の整備	
継続	★人手不足の中、企業単体で対応できない状況やノウハウ不足を解消するため、「新しい働き方」について、引き続き伴走型で導入支援を行うとともに、他企業のモデルとなるような好事例の創出を促進する。
関連する総合戦略施策	基1・(1)
改善	★地元企業の外国人材や女性等の雇用を促進するため、セミナーの開催や職場環境の改善等の支援を行う。
関連する総合戦略施策	基1・(1)

成果指標



施策を推進する主な事業

事業名 担当課	若年者雇用促進費	産業雇用政策課	
成果指標	事業者への新卒採用状況調査における求人数に対する平均充足率(%)	 <p>【情報発信サイトイメージ】</p>	
目標値	80.0%		
実績値	60.9%		
達成率	76.1%		
成果指標・ 目標値の説明	事業者の新卒採用における求人数に対する平均充足率が増加することで、事業者が働く世代から選ばれる職場になっていると考えられることから成果指標とし、直近3年間で最も高い平成30年度の実績を上回ることを目標とする。		
事業目的	若年者の地元就職・定着を促進する		
事業概要	「地元で働く魅力の発信」、「市内企業の受入態勢支援」の2つの柱で事業を展開することで、地元企業の知名度向上を図るとともに、企業の受入れ態勢の整備などを支援する。		
取組実績	<p>【地元で働く魅力の発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元就職促進プロモーション <ul style="list-style-type: none"> SNS投稿＋企業紹介ショート動画の実績(R7.3.31時点) <ul style="list-style-type: none"> ●フォロワー数：Instagram 1,346人(+174人) X 2,480人(▲68人) YouTube 788人(+70人) ●投稿閲覧数：Instagram 284,934回(209,642回) X 143,400回(63,000回) YouTube 684,506回(143,606回) ●動画再生数：Instagram 121,797回(86,781回) X 75,000回(69,373回) YouTube 136,296回(▲90,716回) ※()は前年比増減 ・企業紹介サイト 掲載企業数138社(令和7年3月31日時点) ・保護者向け情報発信 過去セミナーに関するアーカイブ動画配信 ・メタバース型企业情報発信 ・学生と企業をつなぐコミュニティづくり <ul style="list-style-type: none"> 定例イベント 8回実施 延べ136名参加(企業62社 82名 学生 50名 教育機関 4名) <p>【地元企業の受入態勢支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新しい働き方モデル事業者伴走支援 実施企業数 3社 ・人材確保支援費補助金 交付決定企業数:20社(21件) 		
	決算(見込)額	21,548,586	円

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	C1-3	地場事業者の市場での競争力の強化を支援します	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	地場事業者が		新たな需要や販路を開拓している。
個別施策主管課名	商業振興課		

まち・ひと・しごと創生総合戦略

目標／具体的施策	
基1・(2)	経済を強くし、新しいひとの流れをつくる／新しい仕事へのチャレンジを応援する
基1・(5)	経済を強くし、新しいひとの流れをつくる／関係人口を創出・拡大する
特・(2)	交流の産業化／価値創造プロジェクト

成果

① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援

★シュガーロード連絡協議会(事務局:本市)において、令和2年6月に日本遺産の認定を受けた「砂糖文化を
広めた長崎街道～シュガーロード～」を活用し、各都市の個性を発揮した地域の活性化を図るため、市内・外で
のイベント出展によるPR(7件)、学校と連携した講座開催(小学校2件、中学校4件、大学1件)によるシビック
プライドの醸成、ガイドブック等の制作・配付など様々な情報発信に取り組んだことにより、シュガーロード連絡
協議会のホームページアクセス件数が令和5年度の43,291件から約1.2倍に増加し、令和6年度は52,409件とな
り、昨年度から引き続き増加している。認知度が向上したことに加え、物販イベントの実施によりシュガーロード
に関連のあるカステラ等スイーツを取り扱う事業者の販路拡大・売上増につながった。

関連する総合戦略施策 特・(2)

●市設中央小売市場の空き区画返還に伴い、つきまち株式会社が行う「つきまち長崎横丁」整備のため、つき
まち横丁整備事業費補助金4千万円を交付した。令和7年4月25日につきまち長崎横丁開業によって、市場で
買った生鮮食品などを横丁に持ち込めるシステム(もってこいメシ)などの新たな試みが生まれた。

② 域外への情報発信と販路拡大

★事業者の新たな顧客の獲得及びEC市場での売上や販路の拡大を図るために、SNSマーケティングや情報
発信の取組み及びECサイトによる販路拡大の取組みに対して、市が選定した専門家による年間5回の伴走型
支援(事業計画や事業実施等へのコンサルティング)と、事業実施に対する補助を行った(10件)。その結果、S
NSのフォロワー数が増加(平均増加率260.0%、最大増加率552.6%)するとともに、ECサイトにおける売上が
増加(平均増加率479.9%、最大増加率3,257.9%)した。

関連する総合戦略施策 基1・(2)

★本市へのふるさと納税促進による地場産品の認知度向上と販路拡大のため、新規ポータルサイトの追加及
び返礼品ページのブラッシュアップ、SEO対策(キーワード検索をした際、特定の商品を上位に表示させる手
法)などを実施したが、令和6年度の寄附額は、前年度の0.6倍にあたる994,044千円(件数:0.5倍 38,392件)と
なった。

関連する総合戦略施策 基1・(5)

③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進

●交流人口の拡大の効果を市内の中小企業者の売上向上につなげるため、長崎市土産品開発支援費補助金
により、本市の魅力を発信する「長崎ならではの」土産品の開発を市内の事業者対象に募集をおこなったこと
により、20事業者から申請があり、6品目の新たな土産が開発された。また、造成された新たなお土産品を販売す
るマルシェ長崎駅東口前広場で開催したことにより、長崎の新たなお土産品の認知度向上につながった。

④ 貿易の促進

●「長崎～釜山国際定期コンテナ航路」の維持強化のため、長崎港活性化センター(事務局:本市)において、
長崎港におけるコンテナ輸出入貨物量の増加に向けた取組みを進めており、昨年度に引き続き各種助成制度
を実施した(令和6年度利用実績:肥料84TEU、古紙50TEU)ほか、令和6年度には約5年ぶりの開催となる
ポートセミナーを実施した。ポートセミナーでは69事業者に対し、貿易実務等の講座を開催したほか、長崎港柳
ふ頭の見学会を行い、長崎港の利用促進につなげた。

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

問題点とその要因

① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援

★日本遺産「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」について、市民の認知度は一定あるものの前回調査より下がっている。(市政モニターアンケート調査／令和4年度:73.0%→令和6年度:64.9%)特に40代以下の認知度が低く、市外へ向けた情報発信や観光客誘致の取組みと併せて、若い市民に向けた周知活動が不足している。

関連する総合戦略施策 特・(2)

●つきまち長崎横丁への新たな来街者が見込まれるが、その効果が築町エリアのにぎわいにまで広がっていない。

② 域外への情報発信と販路拡大

★地場事業者の市場での競争力を強化するため、これまで、市内の中小事業者が行う商品開発・販路開拓の取組みを支援してきたが、国内の人口減少が進み、市内においても顧客及び売上の減少が危惧されており、加えて、原材料価格の高騰、価格転嫁の遅れや人手不足といった様々な経営課題が山積している。また、中小事業者の販路開拓にあっては、人手不足の中でも取り組める体制づくりと、規模が大きい国内・外のマーケットへの参入が課題となっている。

関連する総合戦略施策 基1・(2)

★ふるさと納税に係る寄附の受付、返礼品等の発注・配送、ポータルサイトの管理及びプロモーション等を行う「ふるさと納税事務代行業務委託等」を委託しているが、同契約の期間が令和6年7月31日に満了を迎えるにあたり、前受託者によって、返礼品に対して寄附者から寄せられたレビュー(評価)が掲載された各ポータルサイトの返礼品ページのほとんどが削除され、レビューやSEO(キーワードを検索した際、特定の商品を上位に表示させる手法)効果が減少したことから、寄附額が大きく落ち込んだ。

関連する総合戦略施策 基1・(5)

③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進

●顧客及び売上の減少、原材料価格の高騰、価格転嫁の遅れや人手不足といった様々な経営課題に直面している事業者は、新たな商品開発等に積極的に取り組みづらい状況にある。

④ 貿易の促進

●長崎港活性化センターにおいて貨物量増加に向けた取組を行うコンテナ輸出については、輸出貨物量が減少するとともに、助成制度の利用も減少しており、効果的な支援ができていない。

今後の取組方針

① 交流人口の拡大に伴う消費拡大の取組み支援

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

関連する総合戦略施策 特・(2)

継続 ●新たな交流拠点の整備によって生まれたにぎわいを各商店街等へ繋げられるよう、回遊性を高めるイベント等に支援を行い、面としての広がりを生み出していく。

② 域外への情報発信と販路拡大

新規 ★国内のECサイトについては、全国的に普及が進んでいることに加え、本市では令和4年度から令和6年度までの3年間で中小事業者46社を支援し、SNSフォロワーの増加、ECサイトの売上増加の事例を創出してきたことを踏まえ、今後は、市内の中小事業者が利用するECサイトの効果を最大化するため、販売促進を目的とした首都圏等での営業活動を支援する。

関連する総合戦略施策 基1・(2)

継続 ★ふるさと納税において、本市を応援する人を増やし、寄附受入額を増やしていくため、ポータルサイトの追加やポータルサイトのページ内のブラッシュアップ、レビューキャンペーンなどを行い、返礼品へのレビューの増や、SEO(キーワードを検索した際、特定の商品を上位に表示させる手法)効果の回復を図り、返礼品とともにまちの魅力を発信し、寄附の受入れにつなげる。

関連する総合戦略施策 基1・(5)

継続 ★引き続き、ふるさと納税の事務代行業者と連携しながら、返礼品事業者と協力し、返礼品の質の向上や強みとなる返礼品の開発に取り組む。また、観光商品や体験型商品等の活用や現地決済型ふるさと納税の促進、関係部署との連携による、宿泊や長崎ならではのアクティビティ体験などの返礼品や、長崎スタジアムシティ(V・ファーレン長崎/長崎ヴェルカ)に関連する返礼品の掘り起こしに取り組む。

関連する総合戦略施策 基1・(5)

③ 魅力ある製品・サービスの開発の促進

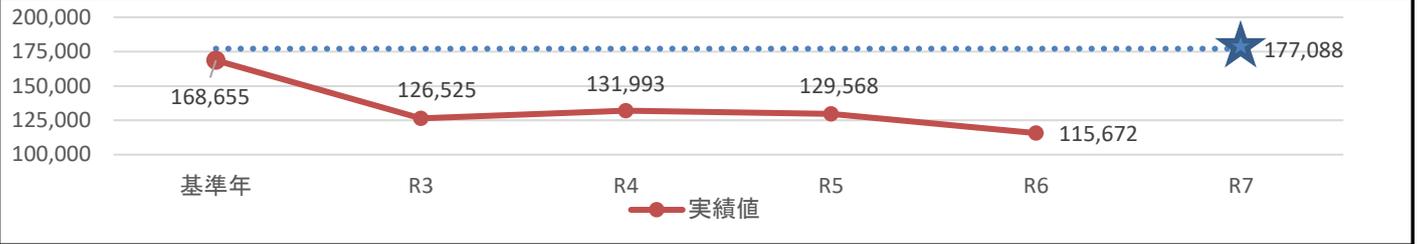
改善 ●市内で生産・製造される製品の販路拡大をはじめ、消費者視点や市場ニーズを重視した商品開発や生産拡大・販売体制の整備など、事業者が抱える様々な課題の解決に向けたコンサルティングを行うことにより、持続可能な体制づくりを促す。

④ 貿易の促進

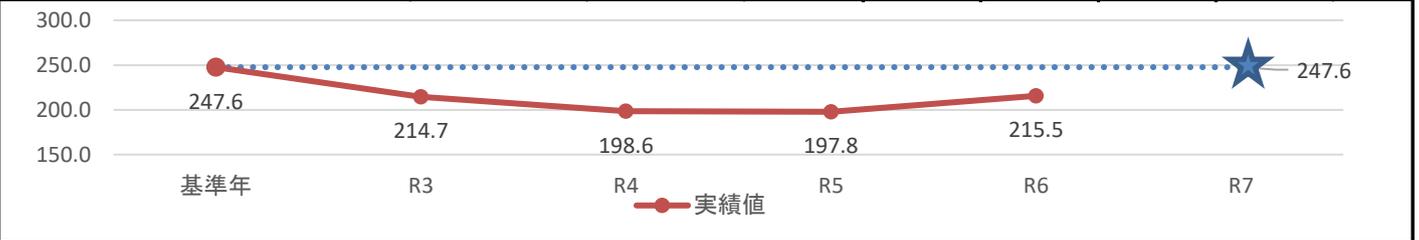
継続 ●コンテナ輸出等に係る助成制度について、他港で実施されている取組みや貿易状況を精査し、見直しを検討する。また、他港との連携により、長崎港の利用促進を図る。

成果指標

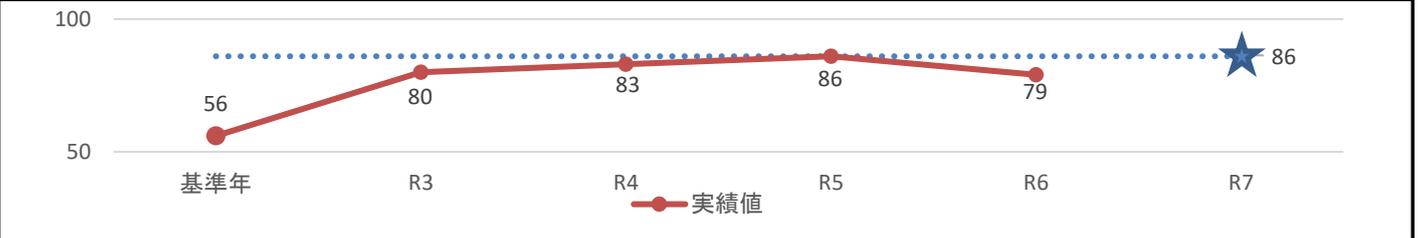
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
歩行者通行量(日曜)	168,655人 (R2年度)	177,088人 (R7年度)	126,525	131,993	129,568	115,672	-	▲



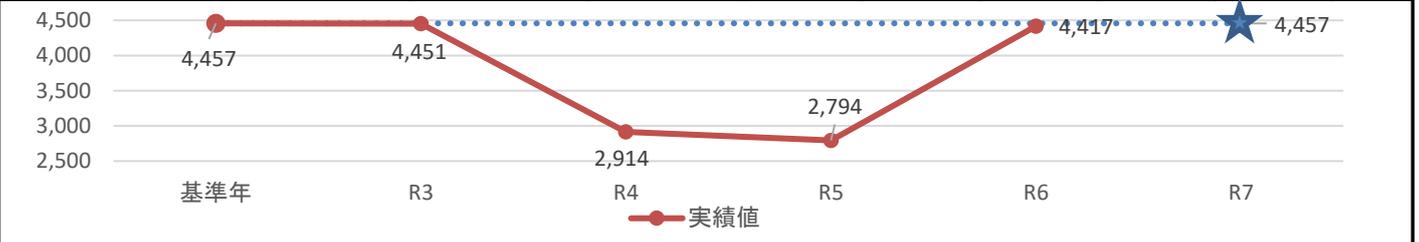
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
市内食料品製造業の製造品出荷額等(従業員4人以上の事業所)[暦年]	247.6億円 (R2年)	247.6億円 (R7年)	214.7	198.6	197.8	215.5	-	▲

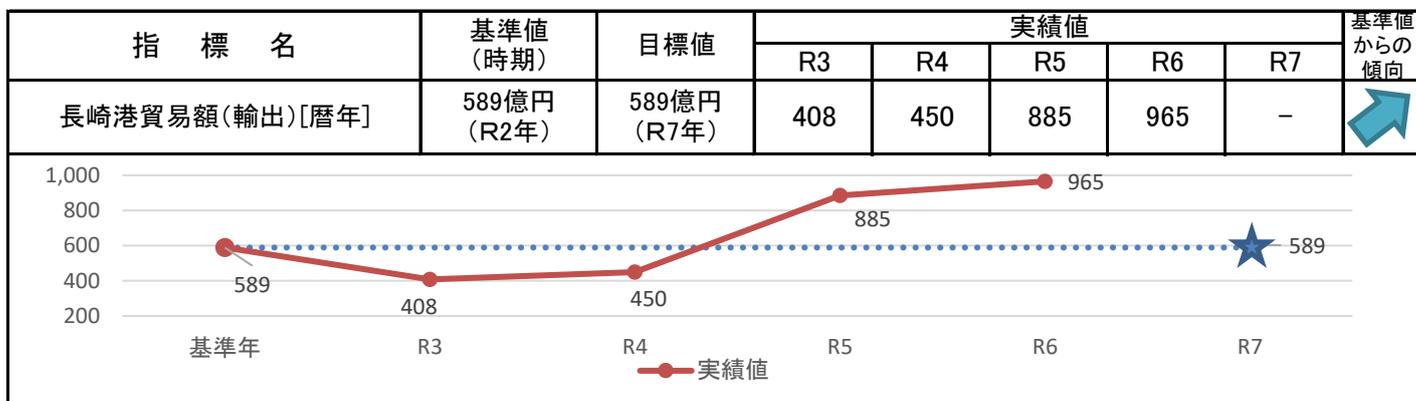


指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
地域商社が取引を行った市内事業者数	56者 (R2年度)	86者 (R7年度)	80	83	86	79	-	▲



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
地場事業者の製造品出荷額等[暦年]	4,457億円 (R2年)	4,457億円 (R7年)	4,451	2,914	2,794	4,417	-	▲





施策を推進する主な事業

1	事業名担当課	SNS等活用支援補助金	商業振興課
	成果指標	SNSマーケティング又はECサイトによる販売促進の取組みを行った件数(件)	<p>【取組み例】</p>
	目標値	10件	
	実績値	10件	
	達成率	100.0%	
	成果指標・目標値の説明	SNS・ECサイトを活用した外貨獲得事業に対して支援を行うことにより、市内中小企業者が新たな需要や販路を開拓することで、売上と利益を伸ばすことができるため、SNSマーケティング又はECサイトによる販売促進の取組みを行った件数を成果指標とし、令和5年度の実績を基に、10件を目標値とした。	
	事業目的	物価高騰等によるコスト増加や、ECサイトでの購買行動の定着等消費行動の変化に事業者が対応していくため、SNS等のDXを活用したマーケティングや新たな顧客の獲得、販路拡大等に向けた取組みを促進させるため、今後も成長が見込まれるEC市場での売上及び販路の拡大を図る。	
事業概要	事業者が実施するSNSマーケティングでのファン拡大の取組みを支援し、更に獲得したファンをECサイトへ誘導し、購買につなげる仕組みを構築するため、専門家による事業者の伴走支援及びその取組みに要する経費の一部補助を行う。		
取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS等活用支援事業補助金 交付決定企業数:10件 ・補助事業者のSNSフォロワー数の平均増加率260.0%(最大増加率552.6%) ・補助事業者のECサイトにおける平均増加率479.9%(最大増加率3,257.9%) 	決算(見込)額	14,352,000 円

2	事業名担当課	がんばらば長崎市応援寄附推進費	商業振興課
	成果指標	ふるさと納税寄附金受入額(千円)	<p>【ダイジェスト版カタログ】</p>
	目標値	2,000,000千円	
	実績値	994,044千円	
	達成率	49.7%	
	成果指標・目標値の説明	「応援したい自治体に寄附を行うことができる」というふるさと納税制度の趣旨を直接把握できる、市への寄附額を成果指標とし、市の実績値や他自治体の寄附状況等を踏まえ目標値を設定した。	
	事業目的	ふるさと納税制度を通じて、市の魅力を域外へ伝えるとともに、地域の活性化をめざす。	
事業概要	ふるさと納税制度は、故郷に限らず自分の意志で応援したい自治体に寄附を行うことができる制度であり、魅力ある返礼品の充実や域外への情報発信に取り組んでいる。		
取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・事務代行事業者と連携し、返礼品の見直しや新規開拓を行った。 ・ダイジェスト版カタログを作製し、観光案内所(長崎駅)に設置、首都圏のプロモーションに伴うイベント等で配布を行った。また、新聞やWEB広告公告、メルマガ配信などの情報発信を行った。 	決算(見込)額	520,663,491 円