

春号

ながさき経済
2024年春号
No.393

ながさき経済



巻頭寄稿

長崎県を多角的な視点で捉える

～選ばれる「新しい長崎県づくり」～
長崎県副知事 馬場 裕子

新しい風

過疎がなんだ。過疎地域を夢の国に。

こながい町おこし隊 発起人 Yutaka Design代表 西崎 豊

調査

景況感、先行き持ち直しへ

～第135回 県内企業景況調査～

長崎県を多角的な視点で捉える

～選ばれる「新しい長崎県づくり」～

長崎県副知事 ばばゆうこ 馬場裕子

2001年 国土交通省入省
2008年 国土交通省総合政策局総務課国際連携交渉官
2011年 外務省国際協力局国別開発協力第二課課長補佐
2013年 国土交通省海事局内航課企画調整官
2017年 経済産業省貿易経済協力局通商金融課資金協力室長
2019年 国土交通省鉄道局都市鉄道政策課駅機能高度化推進企画官
2022年 内閣官房国土強靱化推進室参事官
2023年より現職



～就任にあたって～

青天の霹靂。副知事に、というお話をいただいた際に真っ先に私の頭に浮かんだ言葉です。

「寝耳に水」という状況は、生きていれば何かしらあるものですが、「青天の霹靂」という故事成語を実感することになるとは思ってもいませんでした。

これまで地方自治体への出向経験もなく、年次的にも想定していなかったタイミングということもあり、「私?!」というのが正直な感想でした。

その頃の私は、内閣官房の国土強靱化推進室に出向中であり、地域コミュニティの防災・減災力の強化に関し、官民連携でどのような取り組みができるのかという命題に取り組み始めたばかりでした。これまでは外務省や経産省への出向経験等も含めると日本企業の海外展開支援の分野での仕事が長かったので、国際分野以外の業務に携わりたいという希望が叶えられた形で、新たな分野での勉強をしておりました。

一方、霞が関では、早ければ1年、長くても2年程度のスパンで部署異動を繰り返します。省庁再編後の国土交通省1期生として2001年に入省した私たちは、まだまだ若手のつもりでいましたが、気づけばあと10年ちょっとで霞が関人生を終えることを考えると、新しいチャレンジができる機会にも限りがあることを意識し始めた頃でもありました。

そうした中で、「長崎県で働く」という選択肢が急に目の前に現れたので、驚くと同時に「ご先祖様に呼ばれたのかな」とも。父方の祖父母が長崎の人間であり、これまで住んだ経験はないものの、私自身の本籍地は長崎県長崎市です。仮にこのお話が5年後だったら、両親の年齢のことなども考えてお断りしていたかもし

れませんので、タイミング含めてご縁というものを意識せずにはいられませんでした。

とはいえ、「初の女性副知事」というのが県外から来る私でいいのか、という点については、一番の不安要素でした。また、これまでの霞が関での経験において、性別を意識せずに働いてきたため、急にXX染色体がクローズアップされることに正直な話、戸惑いもありました。ただ、これまで自分が性別を意識せずに伸び伸びと働くことができたのも、数は少なかったものの、女性の先輩方が着実に道を踏み固めてきたからだと思えて思い至りました。また、外から来る人間だからこそ、「初めて」に伴う、批判を含めた県庁内外のジャッジが集中しても割り切って耐えられるのではないかと、そこに意義があるのかもしれないと自分の中で腑に落ちるところがあり、向こう見ずにも飛び込んだ次第です。

就任後は、お会いする多くの女性から、「実現してよかったです。応援しています」とのお声をいただき、嬉しく思うと同時に、それだけある種の抑圧感を感じておられた裏返しでもあるとも実感いたしました。改めて、皆様のご期待に沿えるよう、様々な方々とコミュニケーションを図りながら、自分にできることを一歩ずつ進めていきたいと考えております。

～外から見た長崎県 内から見た長崎県～

赴任後驚いたことは、東京から来たばかりの私に対し、「西の果てまでよく来られましたね。何もないでしょ?」と10人中10人の方に言われたことです。何もないどころか、歴史文化、世界遺産をはじめとする観光資源や食など「多くの魅力がある」というイメージだったので、このお声かけには大変驚きました。

実際に暮らしてみると、もともと持っていたイメージを超えて、魅力の宝庫だと実感しています。海と山に囲まれた日常風景に、これほどまで癒されるとは想定していませんでした。この感覚はずっと長崎に暮らしている方には実はわからないかもしれません。美味しい海の幸、お肉、お野菜なども含め、皆さんにとって当たり前日常的に享受している豊かさが、東京から来た私にとっては、とても新鮮で、大切にしたいものでもあります。

実際に私を訪ねて来てくれた東京の友人たちも同様に新鮮に感じたようで、「長崎県がこんなに食べ物も美味しくて景色も綺麗で良いところだったとは知らなかった!」と驚き、今度は県内でまだ訪れていないところを含めて再訪を約束してくれました。これは喜ぶべきことであると同時に、本来であれば旅行意欲のあるターゲット層にこれまで長崎県に関する情報があまり届いていなかったという証左でもあります。

これに関連する興味深いデータがあります。皆さんは都道府県魅力度ランキングをご存じでしょうか?

株式会社ブランド総合研究所が毎年「地域ブランド調査」を実施しています。同調査は、全国約3万人が各地域のブランド力を評価する最大規模の消費者調査であり、魅力度はその主要項目の一つで、発表時にはニュースサイトなどにも取り上げられています。この魅力度は、提示した地域名に対して「どの程度魅力的に思うか」を質問し「とても魅力的」から「まったく魅力的でない」までの5段階評価で回答、そのうち「とても魅力的」と「やや魅力的」と各地域を「魅力的」と回答した回答者割合のみを反映し、それぞれ選択肢

に付与した点数を加重平均したものになります。

さて、長崎県は 2023 年の魅力度ランキングで何位だと思いますか？

正解は、全国 47 都道府県中 10 位（前年は 9 位）です。九州の中では、3 位の沖縄県、6 位の福岡県に次いでこの順位です。

一方で、同調査では、認知度、情報接触度、居留意欲度、観光意欲度などの他の主要項目で沖縄県や福岡県が TOP10 にランクインしているのに対し、長崎県は入っていません。これは、全般的なイメージは良いものの、個別へのアプローチができていないという現れかもしれません。

ここまでは外から見た長崎県ですが、内から長崎県はどのように見えているのでしょうか。

前述のブランド総合研究所が実施した、都道府県ごとに地域の持続性に関する指標として住民の幸福度、生活満足度、愛着度、定留意欲度を数値化し点数化する「第 5 回地域版 SDGs 調査 2023」の結果では、長崎県は持続度 37 位（前年は 31 位）となっています。幸福度や愛着度では平均的ではあるものの、生活満足度はワースト 4 位であり、持続度の点数に影響を与えていることがわかります。

こうした主観的指標とは別に、実際の人口動態から見ると、2020 年の国勢調査結果では、長崎県の人口は 2010 年から 2020 年の 10 年間で、8.0%減少し、増減率は全国 40 位となっています。また、5 年ごとの減少率も 3.5%から 4.7%と悪化しております。

これらはあくまでも一部のデータですが、しっかりと向き合っていくべき現実でもあります。県としては、県内外の人に選ばれる長崎県をどのように作っていくのか、10 年後のありたい姿に向けたビジョンを市町村や県民の皆様と共有しながら、進めていくことが重要と考えています。このビジョンについては、次の章でご説明いたします。

この 10 年の間に、コロナウィルスの影響により、リモートワークが急速に普及し、生活様式の変化もありました。価値観も変わった方もいらっしゃるかもしれません。昭和や平成における 10 年よりも、令和における 10 年先の見通しは難しい気がしています。しかしながら、挑戦する風土を醸成し、時には泥臭く、ガツガツいきたいと考えています。

～選ばれる「新しい長崎県づくり」に向けて～

最後に、これからの県政運営の方針について、ご説明させていただきます。

去る 2 月、大石知事のリーダーシップのもと、長崎県の概ね 10 年後のありたい姿などを示した「新しい長崎県づくりのビジョン」を策定しました。

本県は、人口減少や少子高齢化に伴う様々な課題がある一方で、自然や食、歴史や文化など、たくさんの魅力あふれる地域資源があり、また、まちや産業が大きく変わる変革の時期を迎えている中、県民の皆様にもっと長崎県を誇りに思ってもらいたい、もっと未来への期待感を抱いていただきたいという趣旨で策定したものです。

前述のとおり、私も以前から、長崎県には、良いところや魅力がいっぱいあると思っていましたし、副知事就任後も県内各地を巡るたびに、その気持ちはますます高まっていたので、まさにこのビジョンの趣旨は私の思いとぴったり合致するものでした。

ビジョンでは、みんなが「こうなったらいいな」と思う世界として、「未来大国」というコンセプトのもと、「こども」、「交流」、「イノベーション」、「食」の4つの分野で、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性をお示ししています。

新しい長崎県づくりのビジョン



みんなで大きな夢を描こう



未来大国の実現に向けて重点的に取り組む主な分野



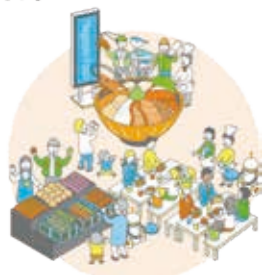
こども



交流



イノベーション



食

冊子も作成し、イラストを交えながら、分かりやすいキャッチーな言葉で将来像を描いており、幅広い世代の方々が手に取りやすい、ワクワクしていただける未来を表現しています。ホームページにも掲載していますので、ぜひ、ご覧ください。

令和6年度は、このビジョンの「ありたい姿」を実現するための最初の一步目となりますので、まずは、基礎づくり・土台づくりを中心に力を注いでいくこととしております。

「こども」分野については、「こどもが主役、みんなで育てよう」をテーマに、子どもたちの居場所を充実させるための構想策定や、民間団体等による居場所づくりを支援するための仕組みの構築などに取り組む予定です。

「交流」分野については、「思いがけない出会いが見つかるびっくり箱」をテーマに、釣りやアニメなどの聖地として、多くの観光客に訪れていただけることを目指し、そのための体制づくりを進めるとともに、先行して、アニメや小説、県産酒の分野において、コンテンツの創出やマニア向けの情報発信などを行うこととしています。

「イノベーション」分野については、「挑戦と失敗の先へ、見たことのない暮らしをつくろう」をテーマに、全国を代表するドローン活用の先進地となることを目指し、「長崎県ドローンプラットフォーム（仮称）」の設置やドローンサービスの利用拡大に向けたマッチングを推進するほか、オペレーター資格取得の支援等による人材育成などに取り組むこととしております。

「食」分野については、「THE ワールドクラス、世界が惚れこむ食体験」をテーマに、長崎の美味しい食を買える、味わえる、体験できる「食のショーケース」の実現を目指し、先進事例の調査や空港における食の賑わいづくりに向けた検証等を行いながら、拠点の創出に向けたロードマップの策定などに取り組みたいと考えております。

こうしたビジョン実現へ向けた取組を通じて、県民の皆様が長崎県を自慢したいと思っただけできるよう、たくさんある魅力をしっかりとPRしつつ、その魅力を更に磨き上げながら、多方面から選ばれる「新しい長崎県づくり」を目指してまいります。

長崎県には、たくさんの宝物があふれています。みんなで一緒に大きな夢を描き、実現していきましょう！



第9回ながさき女性活躍推進企業等表彰式（2024年2月9日）

過疎がなんだ。過疎地域を夢の国に。

こながい町おこし隊 発起人

Yutaka Design 代表

西崎 豊



1982年長崎県諫早市生まれ。諫早農業高等学校卒業後、九州農政局（農林水産省）に入局するも、2年で脱公務員、音楽の道へ。2012年通販会社にて新規事業立上げ時にうつ病を発症。休職中の東日本大震災の被災地訪問が大きな岐路となり、30歳、英語力ゼロで海外渡航。ニュージーランド、オーストラリア、フィリピンを経て、南太平洋の島国バヌアツ共和国の現地ツアー会社へ。東京五輪を目前に控えた2019年に帰国、インバウンド向けホテルの立上げに従事するもコロナに見舞われる。カスタマーサポート、アプリの品質管理業務のかたわら3つのスクールでWEBデザイン、プログラミングを学び、副業を開始。38歳で起業、地元小長井町に戻り、漁師の幼なじみと町おこし団体を発足。小長井町ポータルサイトの自主制作をはじめ、スキルと経験とご縁を活かした町おこしWEBデザイナーとして活動。2024年に町おこしをテーマとしたクラウドファンディング、自身の半生を綴った電子書籍を出版予定。

はじめに

唐突ですが、『小長井町』をご存知でしょうか？

長崎県のほぼ真ん中に位置し、諫早湾、大村湾、橘湾の3つの海に囲まれた諫早市の東のすみっこ。佐賀との県境に位置する過疎の町。様々なバックグラウンドを持ちながらも、生まれ育った町のために何かしたいという『郷土愛』の下に集まった、大の大人たちの物語をお話させていただきます。

こながい町おこし隊

生まれて此の方、小長井在住の漁師と、高校卒業後、20年間日本各地、海外を巡ってきた西崎。この幼なじみ2人が、「自分たちの住む町を自分たちで面白い町に」という思いで、2022年5月にこながい町おこし隊を発足させました。年代、職業、経歴の異なる、ユニークな10名の小長井町在住者、出身者から成る有志団体です。

それぞれに理想や町おこしを通して成し遂げたいことは違うけれ



町おこし隊の有志とともに
(左から2番目が筆者)

ど、根本にある「郷土愛」「継承」「変化」をテーマに、「郷土愛と故郷の景観を未来へつなぐ」ため、個々人、個々事業でなく、小長井町としての一体化、活性化、ブランディングを目的として、慣例や常識に縛られないアイデアと行動力、そして溢れんばかりの『小長井愛』をエネルギーに、様々な企画、PR 活動を行っています。

「出過ぎた杭になる」

変化に対する抵抗は地方に限ったことではなく、日本人の特徴でもあり、「右向け右」の精神で、いかに周囲と同じであるか、目立たないかがある種の美徳のような感覚があるように思います。『目立たないこと』は持つ才能や可能性を埋もれさせ、無駄にしてしまう、まさに『宝の持ち腐れ』です。

人に限ったことではなく、モノや場所にも言えることで、時代が変化する中、小長井の景観、人の温かさ、郷土愛を継承していくためには、望むか望まないかに関わらず、まだ十二分に生かし切れていない、眠っている魅力や可能性を見つけ出し、これまで以上に積極的に活用、発信していく必要があります。過去の繰り返しでは未来は変わりません。

それはまさしく変化を創ることで、変化を創るということはある杭になること。「出る杭は打たれる」と言いますが、打たれることを恐れているは何もできません。厳しい現状を完全に变えることは難しくとも、今の子どもたちにとって少しでも住み良い町にするためには、今の私たち大人世代が描く未来に向かって種を蒔き、育てていくことが大切だと思います。

小長井の持つ宝と、今を生きる私たちのチカラ、可能性を最大限に発揮して、「失敗上等」「行動最強」「成長最幸」の精神で、打ちたくても打てない『出過ぎた杭』になる。合言葉は「やるか、もっとやるか」。

小長井町とは

佐賀県との県境に位置する、有明海側の長崎県の玄関口。多良連山を背に南の有明海へ扇状に広がる丘陵地帯で、豊かな自然環境に恵まれた地域です。

かつては森山町、飯盛町、高来町、小長井町の4つの町からなる北高(ほっこう)地区として存在していましたが、2005年3月1日に諫早市、多良見町(旧西彼杵郡)と合併し、新生『諫早市』の一部となりました。最盛期は7千人以上あった人口も、少子高齢化、人口流出の一途を辿り続け、2021年に過疎地域指定を受けました。現在は4千人まで減少し、小中学校の生徒数も私たちが子どもの頃と比較すると1/3程度にまで激減。学年によっては10人を切るころまで来ており、町内に3校ある内の2つの小学校では複式学級となっています。



小長井位置図

「過疎を機会に」

そんな中、1997年の『長崎旅博覧会』に合わせて建設された『フルーツバス停』が、CMや写真集のロケ地に採用され、SNSの普及とともに認知が高まり、今や諫早、長崎の観光スポットとして、国内外から一年を通して観光客が訪れる人気スポットとなっています。



フルーツバス停

また、日本一に輝いた有明海小長井産の牡蠣を求めて、県外からも多くの人々が足を運んでくれますし、

西九州新幹線かもめと共に産声をあげた、JR小長井駅にも停車する観光列車『ふたつ星 4047』や、『ふるさとの新たな魅力を創出するキャリア教育実践事業』を通じた小長井中学校の生徒たちによる地域活性化への取組み、地域おこし協力隊2名の着任など、窮地にありながらもこれまでにないビッグチャンスが訪れていると感じます。

そのチャンスに気づくのも生かすのも自分たち次第。

「あの時もっと行動していれば…」と後悔することがないように、今ある機会を最大限に生かしていけば、過疎をもチャンスに変えられるはずです。

これまでの活動・軌跡

「住む人も来る人も楽しい町へ」

町おこし隊としての最初の対外的な活動は、2022年9月。コロナ急拡大により地元の夏祭りが直前に中止となったことを受け、「子どもたちに楽しい夏の思い出をつくってほしい」との想いで自主開催した『ほんなこ〜てよかもん祭り〜ふたつ星だヨ!全員集合』。



ウォーターサバゲー

子どもたちが無料で楽しめるウォーターサバゲー（水鉄砲ゲーム）をメインに、駄菓子屋出店、農産物の軽トラ市や、小長井中学校生徒によるオリジナルグッズ販売、LINEスタンプキャラクターデザインの町民投票、夏祭りポスター展などを行いました。

それから、県内各地イベントでの小長井特産品のPR出店、小長井町の魅力や観光スポットをはじめ、歴史や文化、方言など、様々な情報を詰め込んだポータルサイト『こなガイド』制作、フルーツバス停LINEスタンプや缶バッジ、クリアファイル、フルーツバス停ヘルメット等の町おこしグッズ開発、小長井駅企画、JR観光列車ふたつ星 4047 おもてなしなど、自分たちにできること、小長井ならではの取組みを模索し、挑戦してきました。

「子どもたちと町おこし」

町おこし隊が掲げている活動テーマの1つが『子どもたちと一緒に町おこし』。30、40代で構成されるこながい町おこし隊の活動は、同世代や私たちの親世代にすんなり受け入れられたかと言うと、決してそうではありませんでした。それが今までにない取り組みや、変化を生むアイデアであれば尚更。自分たちだけでできることには限界があり、町おこし隊単独での発信や活動のみでは、大きな変化や広がりには期待できないことは当初から認識していました。

そんなぶ厚い壁を突破する糸口となったのが、町内の小中学校で行われていた『ふるさとの新たな魅力を創出するキャリア教育実践事業』でした。郷土愛をはじめ、自ら想像する力やチャレンジ精神、コミュニケーションや実行力など、ふるさとを担う実践力を育むことを目的とした特別科目で、町おこし隊に出前授業の機会を頂いたことをキッカケに、様々なコラボレーション企画が生まれました。



konagai

コラボロゴデザイン



こながいブランド缶バッチ



出前授業 @ 小長井小学校

- こながいブランドマークデザイン
- フルーツバス停&小長井方言 LINE スタンプキャラクターデザイン
- JR 小長井駅への花壇アート設置
- ふたつ星 4047 乗客に向けた小長井の魅力を伝えるおもてなしメッセージカード作成・配布
- 地域特産品を販売する物産展『ときめきこながい市』 コラボ出店

自分が暮らす町のことを考え、自分たちのアイデアがカタチになり、町の人々に知ってもらおうという体験は、「表現することの自由」と「行動することの大切さ」に気づかせることになり、将来的に彼らの人生にとって大きな財産になるに違いありません。

子どもたちのやることなら親世代、祖父母世代は興味を持ちます。それが子どもたちの成長や小長井の活性化に繋がることなら尚のこと。そんな機会が増えることで町おこしの取り組みや機運が自然な形で広がり、地元の魅力の再発見や郷土愛の醸成にも繋がり、年代を超えて町民一人一人が誇りと愛着を持てることで、少しずつでも着実に、町全体が活気と愛に満ち溢れる場所になっていけると信じています。そのためにも、まず

は私たち大人が率先して夢を語り、楽しみながら全力で行動してカタチにする姿を見せることが大事なのです。

「楽しくないと続かない」

先述の通り、こながい町おこし隊はあくまで有志団体で、全員が本業のかたわら、仕事の合間や休日を使ってボランティアで活動しており、それぞれ家庭や置かれた環境がある中、割ける時間やベースも様々。そんな状況下では、愛する地元のためとは言え、「やらなければいけない」「犠牲にしないといけない」といった義務感が大きくなってしまうと、気持ちも乗らない上に、活動するほど辛さが増して、一番大切な「続けること」が難しくなってしまう。

やりたいことも想いも山のようにありますが、何をやるかを決定する時に大事にしている基準があります。それは「自分たち自身がワクワクするか」、「関わる人を笑顔にできるか」。自分たちのやりたいこと、ワクワクすることで他の誰かを笑顔にできるなら、アイデアやエネルギーは無限に湧いてくる。そこにやらない理由や言い訳が入る余地もなく、たとえ困難でも、自然と「どうやったらできるか」に思考と時間が集約されていきます。

その実例が、昨年10月21日、山茶花高原ピクニックパークにて記念すべき初開催を迎えた第1回小長井フェスティバル『こなフェス 2023 ~フェスよ、来い!』。

山茶花高原は、1988年の開園後、8年あまりで200万人が来園する県内屈指のレジャースポットでしたが、他観光スポットの台頭、時代の変化や施設の老朽化も相まって、年々客足が減少し、私たちが子どもの頃に見た賑わいは失われていました。風車の中の広大な芝生広場に、高台から見下ろす有明海と雲仙普賢岳の眺望という、ポテンシャル溢れる箱にも関わらず、その魅力を眠らせたまま、ただ廃れていくだけ。地元に住みながら、また『こながい町おこし隊』という名がありながら、その現状に対して何もせずにはいられない。もう一度あの頃の賑わいを取り戻し、地元の子どもたちをはじめ、多くの人に山茶花高原、そして小長井町の魅力を知ってほしい。小長井色を盛り込みながらも、町外、県外の方が子どもから大人まで一日中楽しめるよう、それぞれの「やってみたい!」「あったらいいな!」を詰



花壇アート @JR 小長井駅



ふたつ星 4047 メッセージカード



ふたつ星 4047 おもてなし

め込んだ『みんなの遊び場』を自分たちの手で創ろう。
そんな想いで、文字通り命がけて創りあげた夢の舞台、
それが『こなフェス』です。

短い準備期間かつ隊の全員が未経験という中、多く
の方々の応援やサポートを賜り、なんとか開催にこぎつ
け、イベント当日は天候にも恵まれたこともあり、お世
辞にもアクセスが良いとは言えない山奥のロケーション
で、初開催、高校生以上は有料入場にも関わらず、県
内外から2,700人もの来場があり、怪我人や大きなトラ
ブルもなく、無事フェスを終えることができたのは、私
たちこながい町おこし隊だけでなく、会場の山茶花高
原、そして今後の小長井町にとって大きな財産になった
と思います。

これからの取組み・展望

「複利のチカラで町おこし」

『ローマは1日にしてならず』。町おこしも一朝一夕で
すぐに何かが変わるようなものではありません。人も同
じです。

単発的、断続的な行動では変化は生まれにくく、続
けることで習慣化し、習慣化する過程で成長でき、当
たり前の基準が上がり続けることで、結果的に出来るこ
とが増え、幅が広がり、大きな変化が生まれていく。コツ
コツでも時間をかけて積み重ねることで、それ以上のリ
ターンが得られる、まさしく投資における複利と同じこ
とが町おこしにも当てはまります。

新しいことを生み出すことも大切ですが、ふたつ星 4047 おもてなしや、ポータルサイト、SNS での情報発信、
各地イベントでの特産品 PR、子どもたち向けのイベント開催やコラボ企画など、今後もこれまでの取組みを
継続して未来への種まきを行いつつ、3小学校統合前、最後の年となる 2024 年度は、新たな形での伝統復
活・継承と、子ども達の未来へ繋げる小学校合同&町民共同の“Unite プロジェクト”『こながい盆踊りナイト
〜こなとも』の旗揚げ、そして『こなフェス』の継続開催に向け、愚直に日々に積み重ねを続けるのみ。



こなフェス 2023

「頼まれごととは試されごと」

自分たちのやりたいことだけやって、それが町おこしに繋がればそれほど幸せなことはありませんが、有名人や資本家でもない限り、なかなかそういきません。また、やりたいことだけやっても、自分たちの枠の中から飛び出せず、本当の意味での町おこしは実現できないと思います。

隊が発足してまだ2年余りですが、活動を通して多くのご縁に恵まれ、そこから色々なイベントや企画、活動にお声がけいただき、想像だにできなかったスピードで物事が進み、活動の場の広がりやステージの変化に繋がっていったのは「断らなかった」からです。

実績も知名度も無い自分たちには、できることも活動の場も限られている。ならばまずは求められる場所や求められることに全力を尽くす。そうすることでまた新たな出逢いが生まれ、トライ&エラーの中で経験を積み、成功体験を重ねることで少しずつ自信にもなり、隊としてのレベルアップに繋がる。レベルが上がれば出来ることが増え、より高い目標に挑戦できるようになり、冒険の途中で仲間が増え、自ら機会を創り出せるようになっていく。そうしてカタチにできたのが『こなフェス 2023』であり、こなフェス開催という1つの冒険を通して、かけがえない経験を積み、より多くの方と繋がることができました。

「真の町おこし隊へ」

こなフェス 2023 開催後、これまで以上にお声がけいただく機会が増えたとともに、隊への期待や求められることもより上のステージに上がってきていることを実感しています。不安がないと言えば真っ赤な嘘になりますが、声をかけていただけるのは期待や可能性を感じてくれているから。その気持ちと機会を有り難く受け取って、今後は周囲の期待と自分たちの夢ややりたいことを掛け合わせ、地域にとっても個人にとっても実になる活動を行っていきます。社団法人化はその受け皿とするための年内の1つの達成目標。少し背伸びして、少しずつ大きな自分になって、その積み重ねで名実ともに真の『こながい町おこし隊』へ。私たちの挑戦は終わりません。

さいごに

「過疎地域を夢の国に」

上を見ても下を見てもキリがありません。小長井より状況の酷いところはいくらでもあります。無いものに目を向けて、ただ嘆いて何もしないことを選ぶより、今あるものや可能性に目を向けて、想像、行動し、変化、創造していく。

過疎地域だからできること、小長井だからできることはまだまだ沢山あります。

変化や機会を待つのではなく、自らが変化となり、機会を創り出していく。

小長井町も私たち町おこし隊もまだまだ夢の途中です。今はまだ名前負けしていますが、いつの日か胸を張って『こながい町おこし隊』を名乗れるよう、そしていつの日か『町おこし隊』という存在が不要になるぐらい、

町民一人ひとりがアイデアを出し合い、カタチにできる町を目指して。そんな町って、『夢の国』のようだと思いますか？

私たちはこの小長井町を、子どもたちだけでなく、大人も夢を叶えられる場所にしたい。大の大人が楽しそうに様々なことに挑戦していく—その姿は、未来への種まきや水やりのような、一番の生きた継承の形。

子どもたちが、「大人って楽しそうだなあ」「町の未来を想像してアイデアを考えるってワクワクするなあ」と感じ、あとに続いてくれたらこれほど嬉しいことはありませんし、「こんな大人に早くなりたい!」と心から思ってもらえるよう、『出過ぎた杭』を目指し、ハートフルに、楽しみながらこながい町おこし隊は挑戦し続けていきます!



こながい町おこし隊全員集合写真

こながい
町おこし隊
QRコード



Instagram



LINE スタンプ



こなガイド

景況感、先行き持ち直しへ

～ 第 135 回 県内企業景況調査～

当研究所では、県内の景気動向を探るため四半期毎に県内企業景況調査を行っています。このほど、2024年2月に実施した調査結果を下記のとおりとりまとめました。

ご多用のなかご回答頂きました皆様に厚くお礼申し上げます。

【調査要領】

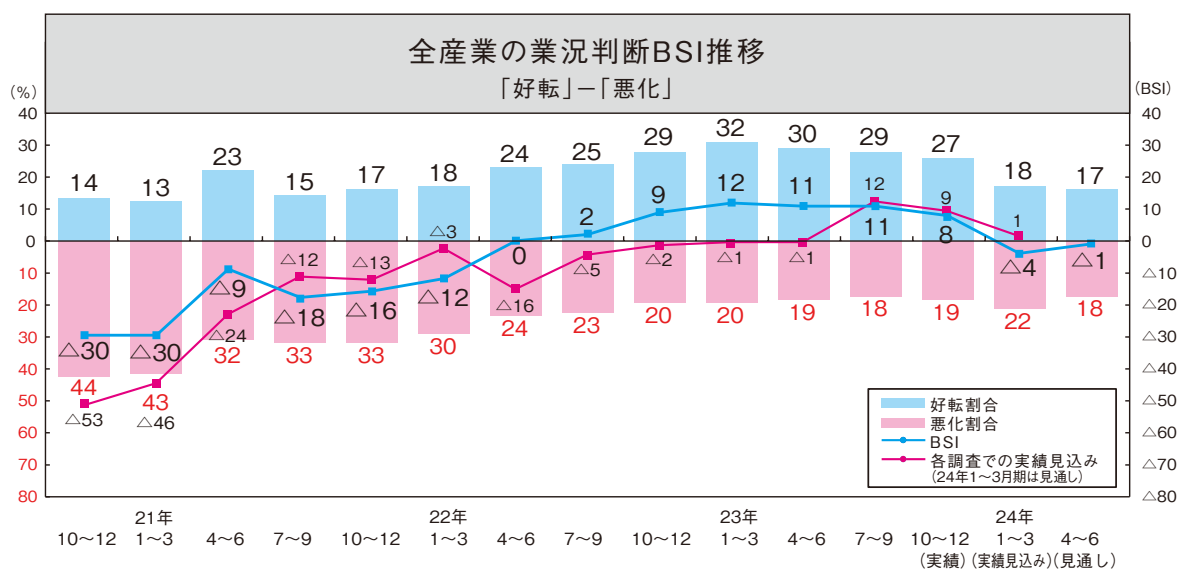
- 調査目的：県内企業の業況と経営動向の把握および県内景況判断資料の作成
- 調査対象：県内主要企業 372 社（回答企業数 221 社、回答率 59.4%）
- 調査方法：WEB と郵送を併用しアンケートを実施
- 調査期間：2024年1月31日～2月29日
- 調査対象期間：2023年10～12月期 実績（前年同期比）
2024年1～3月期 実績見込み（前年同期比）
2024年4～6月期 見通し（前年同期比）
- 調査事項
(1) 業況判断 (2) 売上高 (3) 受注残高 (4) 在庫水準
(5) 操業度・稼働率 (6) 雇用人員 (7) 販売価格 (8) 仕入価格
(9) 採算（経常利益）(10) 資金繰り (11) 経営上の問題点
- 回答企業属性
(1) 業種別回答企業数 (2) 売上高別回答企業数

| 業種 | 項目 | 回答企業数 (社、%) | | 業種 | 製 造 | 運 輸 | 建 設 | 卸 売 | 小 売 | サー ビス | そ の 他 | 合 計 |
|------|---------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|-------------|--------|
| | | 社数 | 構成比 | | | | | | | | | |
| 製造業 | 製造業 | 57 | 25.8 | 売上高 | | | | | | | | |
| | 輸送機械 | 6 | 2.7 | 5億円未満 | 9 | 11 | 3 | 3 | 3 | 7 | 2 | 38 |
| | 一般機械 | 10 | 4.5 | 5億～10億円未満 | 9 | 4 | 5 | 8 | 5 | 7 | 3 | 41 |
| | 電気機械 | 7 | 3.2 | 10億～30億円未満 | 26 | 5 | 8 | 17 | 3 | 9 | 5 | 73 |
| | 食料品 | 15 | 6.8 | 30億～50億円未満 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 0 | 23 |
| | 窯業・土石製品 | 3 | 1.4 | 50億～100億円未満 | 2 | 4 | 1 | 2 | 5 | 3 | 0 | 17 |
| | その他 | 16 | 7.2 | 100億円以上 | 6 | 2 | 3 | 9 | 6 | 2 | 1 | 29 |
| 非製造業 | 164 | 74.2 | 合計 | 57 | 29 | 24 | 43 | 26 | 31 | 11 | 221 | |
| 運輸 | 29 | 13.1 | BSIについて BSIはビジネス・サーベイ・インデックス（BusinessSurveyIndex）の略で、回答企業の「好転・増加・上昇」とする企業割合から「悪化・減少・下落」とする企業割合を差し引いた指標のことである。例えば回答企業のうち30%で業況が好転し、10%の企業が悪化した場合、BSIの値は30－10＝20となる。BSIのプラスは好転、マイナスは悪化とみることができる。 | | | | | | | | | |
| 建設 | 24 | 10.9 | | | | | | | | | | |
| 卸売 | 43 | 19.5 | | | | | | | | | | |
| 小売 | 26 | 11.8 | | | | | | | | | | |
| サービス | 31 | 14.0 | | | | | | | | | | |
| その他 | 11 | 5.0 | | | | | | | | | | |
| 全産業 | 221 | 100.0 | | | | | | | | | | |

概況

- 全産業の業況判断 BSI をみると、物価高や人手不足が続くなか、2023 年 10～12 月期実績のプラス 8 から足もと 2024 年 1～3 月期（実績見込み）は△4 に低下も、先行き 4～6 月期は△1 に持ち直す見通し。県内企業の景況感は、原材料など仕入価格の上昇や人手確保難・人件費上昇などから足もと悪化しているものの、先行きについては受注環境の改善を見込む製造業を中心に幾分持ち直す見通し。
- 経営上の問題点（3つ以内の複数回答、全産業計）は、「仕入商品又は原材料価格の値上がり」が前回の 60.7%から 54.1%に低下する一方、「人材不足」が 52.0%から 53.7%に上昇しており、この両者がほぼ同率で主要な問題点となっている。以下、「売上げ・受注の不振」(32.1%)、「賃金の上昇」(30.7%)が続く。

1. 業況判断

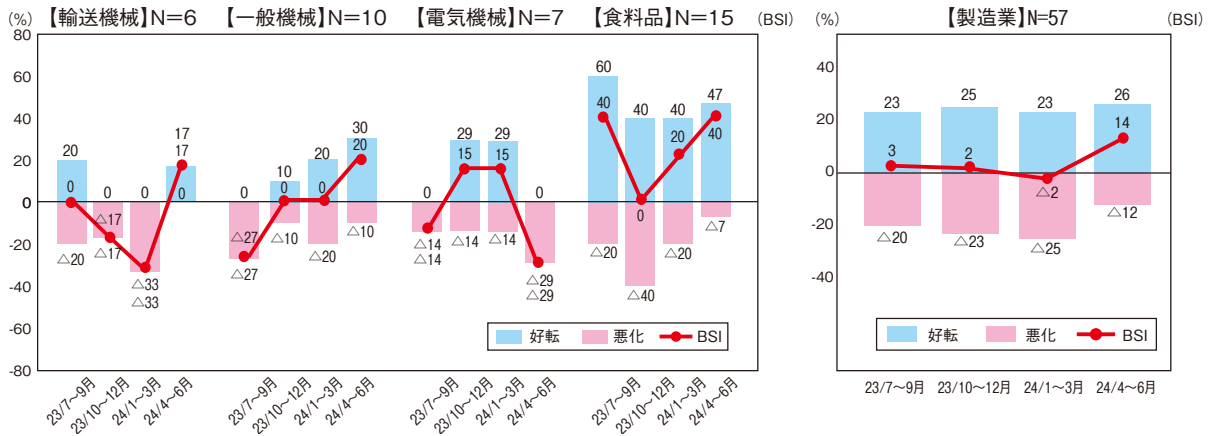


全産業の業況判断 BSI をみると、物価高や人手不足が続くなか、2023 年 10～12 月期実績のプラス 8 から足もと 2024 年 1～3 月期（実績見込み）は△4 に低下も、先行き 4～6 月期は△1 に持ち直す見通し。県内企業の景況感は、原材料など仕入価格の上昇や人手確保難・人件費上昇などから足もと悪化しているものの、先行きについては受注環境の改善を見込む製造業を中心に幾分持ち直す見通し。

(1) 製造業

製造業の業況判断 BSI は、23 年 10～12 月期実績 2 から、人手不足や原材料・エネルギー価格の上昇から 24 年 1～3 月期△2 と低下。もっとも、4～6 月期は輸入原材料・エネルギー価格が落ち着き、受注環境の好転も期待されることなどから、BSI は 14 と回復する見通し。

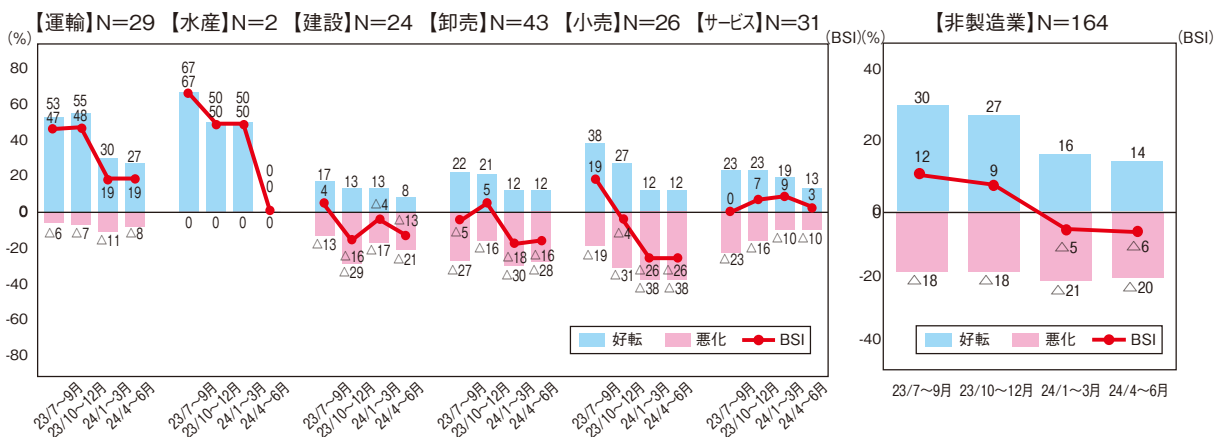
このうち一般機械は、人手不足感が強いなか、営業活動の推進や受注環境の好転期待などから BSI は 23 年 10～12 月期、24 年 1～3 月期の 0 から、4～6 月期は 20 と回復する見通し。電気機械は、半導体など調達部材の長納期化や、資材・部品の納期遅延の影響から、BSI は 23 年 10～12 月期、24 年 1～3 月期の 15 から、4～6 月期は△29 と悪化する見通し。食料品は、大型商業施設の開店による人手確保難のなか、国内及び訪日外国人観光客の増加によるお土産品などの需要の回復から、BSI は 23 年 10～12 月期 0、24 年 1～3 月期 20、4～6 月期は 40 となり、大幅に回復する見通し。



(2) 非製造業

非製造業の業況判断 BSI は、23 年 10～12 月期実績が 9、24 年 1～3 月期実績見込みは△5、先行き 4～6 月期は△6 と低下する見通し。

このうち小売業では、人件費の上昇分を販売価格に転嫁し難い状況が続き、23 年 10～12 月期△4 から足もと 24 年 1～3 月期、先行き 4～6 月期とも△26 と悪化する見通し。サービス業は、客足の回復による増収のなか、24 年 1～3 月期 9 と回復するも、仕入価格の高止まりが続き、4～6 月期は 3 と悪化する見通し。



| 調査項目別 B S I | | | | | | | | | |
|-------------|------|--------------|------|-----|------------|---------|-----|---------------|----------|
| | | 2023年10~12月期 | | | 2024年1~3月期 | | | 2024年4~6月期見通し | |
| | | 前回実績見込み | 今回実績 | 前回比 | 前回見通し | 今回実績見込み | 前回比 | 見通し | 今回実績見込み比 |
| 売上 | 全産業 | 9 | 13 | ➡ | 4 | 2 | ⬇ | 3 | ➡ |
| | 製造業 | 6 | △2 | ⬇ | 0 | △7 | ⬇ | 7 | ➡ |
| | 非製造業 | 10 | 18 | ➡ | 5 | 5 | ➡ | 2 | ⬇ |
| 受注残高 | 全産業 | △10 | 0 | ➡ | △9 | △6 | ➡ | 5 | ➡ |
| | 製造業 | △7 | 2 | ➡ | △5 | △13 | ⬇ | 7 | ➡ |
| | 非製造業 | △17 | △4 | ➡ | △17 | 8 | ➡ | 0 | ⬇ |
| 在庫 | 全産業 | 3 | 2 | ⬇ | 1 | 4 | ➡ | △2 | ⬇ |
| | 製造業 | 3 | 4 | ➡ | 3 | 5 | ➡ | 0 | ⬇ |
| | 非製造業 | 2 | 2 | ➡ | △1 | 3 | ➡ | △2 | ⬇ |
| 操業度・稼働率 | 全産業 | 8 | 6 | ⬇ | 6 | 10 | ➡ | 5 | ⬇ |
| | 製造業 | 5 | △2 | ⬇ | 2 | △2 | ⬇ | 3 | ➡ |
| | 非製造業 | 10 | 12 | ➡ | 9 | 17 | ➡ | 6 | ⬇ |
| 雇用人員 | 全産業 | △48 | △45 | ➡ | △46 | △48 | ⬇ | △43 | ➡ |
| | 製造業 | △44 | △41 | ➡ | △40 | △39 | ➡ | △39 | ➡ |
| | 非製造業 | △50 | △48 | ➡ | △48 | △50 | ⬇ | △45 | ➡ |
| 販売価格 | 全産業 | 36 | 30 | ⬇ | 31 | 27 | ⬇ | 31 | ➡ |
| | 製造業 | 39 | 31 | ⬇ | 29 | 28 | ⬇ | 28 | ➡ |
| | 非製造業 | 35 | 30 | ⬇ | 32 | 27 | ⬇ | 32 | ➡ |
| 仕入価格 | 全産業 | 57 | 54 | ⬇ | 52 | 51 | ⬇ | 50 | ⬇ |
| | 製造業 | 46 | 52 | ➡ | 41 | 46 | ➡ | 53 | ➡ |
| | 非製造業 | 60 | 54 | ⬇ | 54 | 52 | ⬇ | 48 | ⬇ |
| 採算 | 全産業 | △5 | 0 | ➡ | △12 | △10 | ➡ | △11 | ⬇ |
| | 製造業 | 3 | △7 | ⬇ | △4 | △9 | ⬇ | △1 | ➡ |
| | 非製造業 | △8 | 3 | ➡ | △14 | △12 | ➡ | △15 | ⬇ |
| 資金繰り | 全産業 | △3 | 0 | ➡ | △4 | △3 | ➡ | △4 | ⬇ |
| | 製造業 | 0 | △5 | ⬇ | △5 | △9 | ⬇ | △2 | ➡ |
| | 非製造業 | △5 | 2 | ➡ | △4 | △1 | ➡ | △6 | ⬇ |

2. 雇用人員、仕入・販売価格、採算

全産業の雇用人員の BSI をみると、足もと 24 年 1～3 月期△48、先行き 4～6 月期も△43 と、大幅マイナス（人員不足）が続く見通し。

全産業の仕入価格の BSI は、資材・原材料費の高止まりが続き、24 年 1～3 月期 51、先行き 4～6 月期 50 と大幅なプラス（上昇＞低下）が続く。

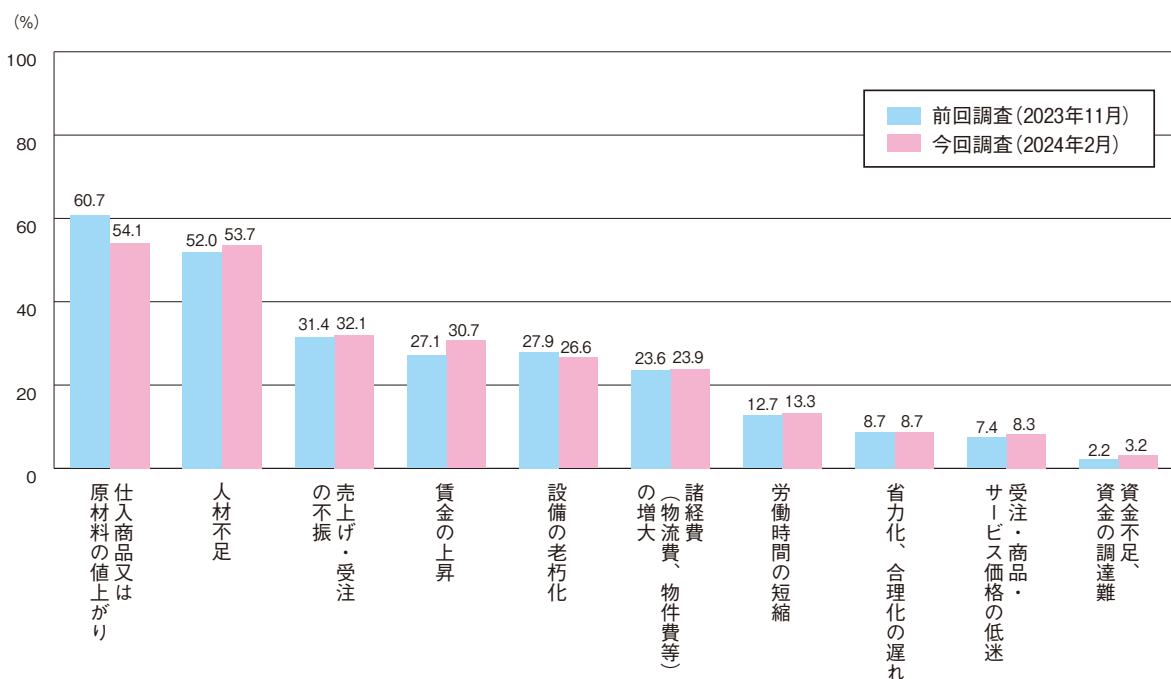
一方、全産業の販売価格の BSI は、足もと 27、先行き 31 と BSI はプラスではあるが、仕入価格の高止まりが続き、その上昇分の販売価格への転嫁が十分進まず、採算 BSI は 24 年 1～3 月期△10、4～6 月期△11 と厳しい収益環境が続く見通し。

3. 経営上の問題点

○経営上の問題点（3つ以内の複数回答、全産業計）は、「仕入商品又は原材料価格の値上がり」が前回の 60.7%から 54.1%に低下する一方、「人材不足」が 52.0%から 53.7%に上昇しており、この両者がほぼ同率で主要な問題点となっている。以下、「売上げ・受注の不振」(32.1%)、「賃金の上昇」(30.7%)が続く。

回答企業からは、「ウクライナ情勢の長期化、資源価格や原材料価格の高騰、円安による物価の上昇などにより、依然として先行きが不透明な状況が続く。」（食料品製造業）、「人材不足が続いて、今後も完全な解決が非常に難しい状況。外国人材を採用して上手くいくよう取組んでいく。」（建設業）、「観光客の動きが出てきており増収が見込まれるが、食材等の仕入原価が上がり、収益確保が課題である。」（サービス業）などのコメントが寄せられた。

■経営上の問題点（3つ以内 複数回答）



■景況感の判断理由など(抜粋)

| 製造業 | 業種 | 状況の説明など |
|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 輸送機械 | 造船 | <ul style="list-style-type: none"> 船舶マーケットは大きく落ち込んではいないものの、船価の大きな上昇は望みにくい。世界的なインフレが続き、資機材アップは引き続き懸念される。脱炭素化の潮流であり、業界の対応方針ウォッチを継続する。 老朽化の著しい設備を優先してメンテナンスを実施していく計画。新規仕入れ先を調査し、コストアップの抑制を図る。 |
| | 〃 | |
| 一般機械 | はん用機械器具 | <ul style="list-style-type: none"> 売上は若干の予算未達となる見通しではあるが下期に出荷、検収すべき既注品は確実にまとめ上げ、更に売上に寄与する短納期品の受注を強気に推進し下期予算の達成を目指す。損益面では個品の採算改善等により営業利益、経常利益ともに上回る見通し。 人材不足については、依然として採用出来ず、生産活動に影響が出て来ている。民間の人材紹介等幅広く募集をかけている。当面は、派遣や中途採用でカバーして行くしかない。 価格交渉は行っているが、賃上げ分の値上げまでには至っていない。 |
| | 〃 | |
| | 〃 | |
| 電気機械 | 電気機械器具 | <ul style="list-style-type: none"> 半導体を中心とした部材のリードタイムの長期化や為替の影響もあり、原材料・仕掛品在庫が高止まりの状況が改善されない状況。その対策として部品費の前払いや部材の買取交渉を実施中。 受注環境は好転しているが、労務費の価格転嫁が必須。人材も不足しており、継続して採用強化を図っている。 資材、部品の納期の遅れと上昇が改善せず（特に電子部品）、納期調整など営業から受注、生産活動に支障をきたしている状況は変わらない。 半導体を中心とした、調達部材の長納期化が発生。在庫の確保と調達先分散によりリスクを回避する。 |
| | 〃 | |
| | 〃 | |
| | 〃 | |
| 食料品 | 食料品 | <ul style="list-style-type: none"> 引き続き円安が持続している状況下では、コスト増を転嫁していく方針に変わりはないが、交渉は時間がかかると思われる。 今後も優秀な人材確保の上からも賃金水準を引き上げ、定着化を図る必要がある。新卒、既卒を問わず、人手確保が重要と考える。 ランタンフェスティバルの集客数増加による売上押し上げを期待。新商品の展開、販路拡大により既存売上げの減少をカバーしていく。 業務用の需要が少しずつ回復しているように感じる。 |
| | 〃 | |
| | 〃 | |
| | 飲料 | |
| その他製造業 | パルプ・紙・紙加工品製造業 | <ul style="list-style-type: none"> 原材料と仕入商品は価格が高騰。価格転嫁も実行したものの、それ以上に原材料と仕入商品が高騰している。工場設備については入替を実施。人材については変わらず採用に苦戦。 |
| | 金属製品製造 | <ul style="list-style-type: none"> 今年度は前年度を上回る売上高と利益を見込んでいるが、主要販売先にかわる新規取引先の開拓と、来年度以降の継続的な受注確保を目指す。 原材料、副資材、燃料、輸送等の仕入価格の上昇及び雇用維持のため賃上げを行っているが、それに見合う販売価格への転嫁が追いついていない状況である。対応策として、大口の販売先等を中心に価格転嫁を依頼している。 |
| | 〃 | |
| 非製造業 | 業種 | 状況の説明など |
| 運輸 | 鉄道 | <ul style="list-style-type: none"> コロナ5類移行後、利用者の上げ止まり感があり、次年度もコロナ禍前の状態までは回復しないものと予想している。ただし、長崎駅前周辺整備事業やスタジアムシティの開業など、明るい兆しもあり、人の動きが活発になれば想定を超えてくることもある。 昨年度は西九州新幹線（武雄温泉～長崎間）、今年度は長崎駅新駅ビルや長崎マリオートホテルが開業した。移動需要の回復を見込んでいる。 |
| | 〃 | |
| | タクシー | <ul style="list-style-type: none"> 人件費や燃料費の無駄をなくすために、省力化や合理的な業務改善が必要とされる。 |
| | 道路貨物輸送 | <ul style="list-style-type: none"> 売上高は増加傾向。燃料代の高騰。2024年問題の対応（労働時間の短縮）。 |
| | 水運業 | <ul style="list-style-type: none"> 原材料の高騰や人件費の上昇分を価格転嫁が思うようにいっていない。 今後は、クルーズ客船の入港のは増加傾向にあるものの、コロナ以前より大型船の入港が少ない状況。また、物資の積込み作業もそう多くはない様子なので、少しずつ回復していく現況。 |
| 建設業 | 総合工事 | <ul style="list-style-type: none"> 公共工事を中心に積極的に入札参加しているが昨年より思うように落札できていない状況が続いている。引き続き公共工事を中心に案件確保を目指している。 外国人材の成長や取組状況が成功するかどうかを見ながら、人材不足解消のため求人活動にも取り組んでいく予定。 現在は1年先くらいまでの仕事量は確保できているものの、その先は不透明である。 引き続き求人を出し、インターネットの広告も利用し、求職者が検索したキーワードでヒットして応募につながるようこまめにチェックするように努めたい。そして、数名の人材を確保し育成に努めたい。 |
| | 〃 | |
| | 〃 | |
| | 設備工事 | |

| 非製造業 | 業種 | 状況の説明など |
|-------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 卸売業 | 機械器具 | <ul style="list-style-type: none"> ・人員不足が顕在化しつつあり、パートタイムを含めた採用活動を推進している。 ・1月より年間休日を見直しており、今後の求人活動にアピールして人材の確保につなげたい。 ・最低賃金の上昇が全体の賃金の上昇につながっており4月以降仕入価格の上昇懸念が出てきている。また、郵便料金の値上げもあり、クラウド化による請求書発行の電子化や事務処理・営業活動のDXの推進による見直しを図る。 |
| | 水産物 | |
| | 陶磁器 | |
| 小売業 | 各種商品小売 | <ul style="list-style-type: none"> ・各店舗の安定運営の確立や新商品・新規事業の開発強化、無人店舗やネットスーパー事業の拡充を推進する。一方、設備の老朽化により更新等を行っているが、売上増加等による収益改善へ結びつくような営業展開・検証等が引き続き必要。また、仕入価格高騰による販売価格調整戦略も継続強化。 ・引き続き、適正な販売価格の設定を行う。人材不足については、労働環境の整備やリクルート活動（中途採用）の強化を図る。 ・商品の原価アップは販売価格に転嫁できるものの、役務（人件費）を転嫁できずにいる。コストアップを生産性向上や付加価値向上で補っていかなくてはならない。 ・商品の供給（メーカーの生産）が回復傾向にあり、予測通りに推移すれば増収に期待が持てる。但し、将来の売上に繋がるように現在の受注活動により一層の注力が必要。 ・一部商品において、諸事情により受注・生産停止が発生し、先が見通せない状況。 ・中東で新たな戦争が始まり、原油相場の再高騰が懸念される。その影響により、収益と資金繰りの悪化が経営上大きな問題になる見通し。 |
| | 〃 | |
| | 機械器具 | |
| | 〃 | |
| | 石油 | |
| サービス業 | 旅館・その他宿泊業 | <ul style="list-style-type: none"> ・観光客の動きが出てきており、増収が見込まれるが、食材等の仕入原価が上がっており、収益の確保が課題である。 ・人員の確保が難しく、外部委託している。そのため、賃金の上昇が売上よりも上回っている。 ・2025年卒の採用戦線が始まったが、例年より動きが悪く、遅いように感じる。 ・新規開拓も厳しい状況が継続し、エネルギー価格等の物価高騰により、各事業における採算確保が困難な状況ではあるが、長崎ランタンフェスティバル等コロナ前の行事も復活しており、各施設におけるイベント等の集客増を目指して取組んでいく。 |
| | 飲食店 | |
| | 専門サービス | |
| | その他の事業サービス | |

(井上 翼)

人手不足時代に立ち向かう九州

～労働供給制約下の持続的成長に向けて～

公益財団法人九州経済調査協会

調査研究部 次長 松嶋慶祐

はじめに

九州地域（九州、沖縄県、山口県）は全国に先んじて人口減少社会を迎え、人手不足に伴う社会・経済への影響も先行して表面化している。団塊世代が後期高齢者となり、生産年齢人口の減少が本格化するなか、地域経済の成長を持続するためには、労働供給の確保と、質の向上が重要となる。近年は働き方改革法案の施行や多様な働き方への対応、外国人労働者受入政策の転換など、労働や働き方をめぐる環境が変化しており、それらへの対応が求められる局面にある。

本稿では、九州地域における労働力の需要と供給、人手不足の現状を分析し、地域・企業が人手不足を改善し持続的な成長を実現するための対応策を検討する。

1. 九州の労働市場の構造変化

縮小する全国と九州の有効求人倍率差

2023年の有効求人倍率は、新型コロナウイルス感染症（以下コロナ）拡大下の2020年を底に上昇傾向にある。有効求人倍率は、求職者1人に対して何件の求人があるかを示すもので、景気変動とほぼ一致して動く指標である。近年は、コロナ禍を経た求人数の回復が求職者の増加を上回ることで上昇している。

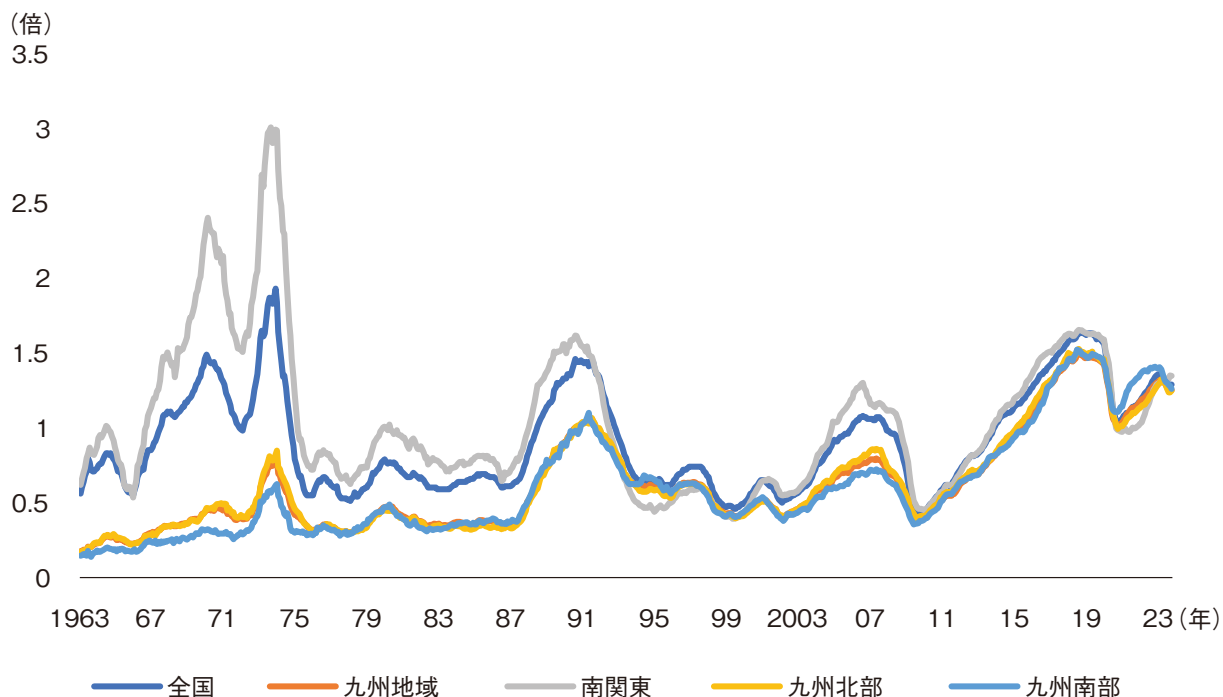
近年の九州地域の有効求人倍率は、過去にない傾向を示している。それは、全国、さらに首都圏との差が縮小し、ほぼ同水準となっていることである。九州地域の有効求人倍率は、長らく全国よりも

低い水準にあった。その要因は有効求人数の差である。有効求人倍率は、景気拡大期に大都市（首都圏）で労働需要が拡大することで求人が増加し、地方部の求人数との格差が拡大していた。景気後退期は逆の動きとなり、都市部での求人が減少することで倍率差は縮小する。これまではこのサイクルのもとで、全国と九州地域の格差が維持されていた。

しかし、2010年代より、景気拡大期においても全国、首都圏と九州地域の倍率差が拡大する現象が認められず、九州地域と全国、さらに、より労働需要が大きい首都圏（南関東）の有効求人倍率がほぼ同水準で推移している（図表1）。九州南部（熊本県、宮崎県、鹿児島県）ではその傾向がより強く、直近の2022年から2023年にかけては景気回復期ながら九州南部が南関東を上回っている。

有効求人倍率は、求人数と求職数の双方の要因から変動するが、近年、全国との倍率差が縮小している要因は求人側にある。九州地域の有効求人数、有効求職者数の全国シェアをみると、有効求職者数のシェアは生産年齢人口の減少などから漸減傾向にあるが、有効求人数のシェアは上昇を続けている。2021年の求人数シェアは14.4%となり、1963年以降で初めて求職者数シェアと同水準となった。景気の好不調に関係なく地方で求人が増加し、全国と九州地域の差が縮小しているのである（図1）。

図1 全国、南関東、九州地域の有効求人倍率



注) 南関東は、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。

九州地域のうち九州北部は福岡県、佐賀県、長崎県、大分県。

九州地域のうち九州南部は熊本県、宮崎県、鹿児島県。

資料) 厚生労働省「一般職業紹介状況」をもとに（公財）九州経済調査協会（以下、九経調）作成

エッセンシャルワーカーで生じる求人と求職のギャップ

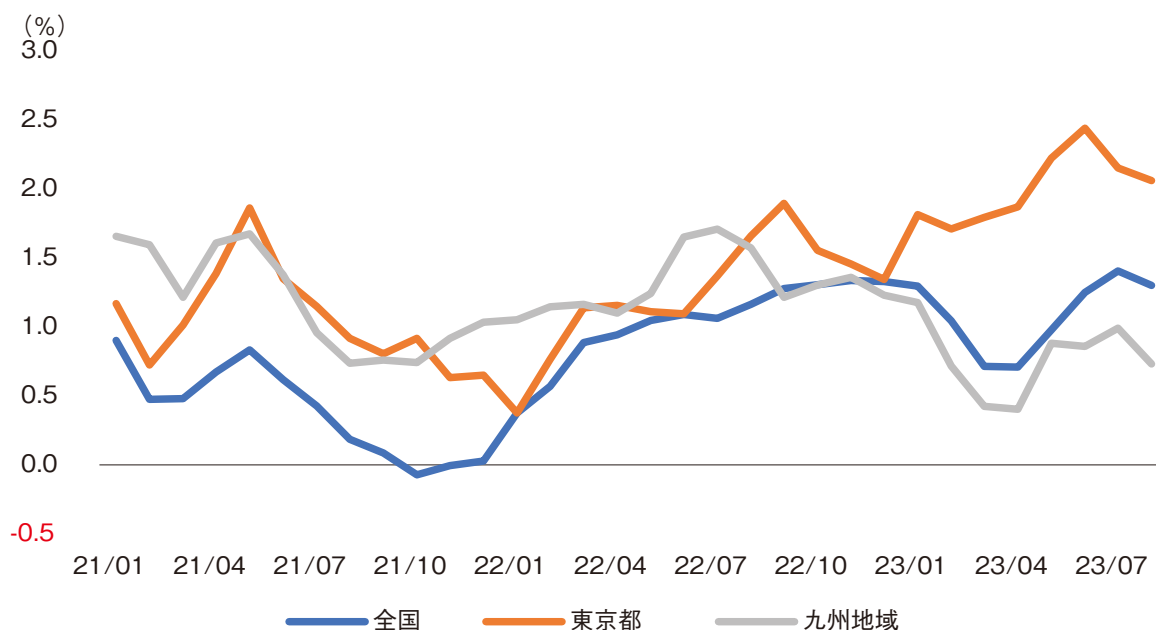
職業別ミスマッチは、求職者不足（求人>求職）と、求職過剰（求人<求職）の双方から生じる。九州地域の職業別ミスマッチ指標を要因分解すると、求職者が不足している職業は「介護サービスの

職業」「社会福祉の専門的職業」「飲食
物調理の職業」「保健師、助産師等」「接
客・給仕の職業」など、いわゆるエッ
センシャルワーカーの職が上位に並ぶ
(表1)。求職不足の職の多くは地域住
民向けに提供されるサービス業で、景
気の好不調に関わらず需要があり、か
つ高齢化の進行から需要が減りにくい
職である。九州地域でのミスマッチの
拡大は、地域の生活維持の観点からも
社会問題化する可能性がある。

30年ぶりの賃上げ率3%超え

2023年の春闘では、定期昇給相当込
み賃上げ率が総合で3.58%、中小企業でも3.23%と大きく伸び、30年ぶりに3%を超える水準となった。
日本企業は長らくベースアップに対して慎重な姿勢であったが、円安・原材料価格高騰に伴う物価上
昇や人材獲得のための環境整備を背景に、賃金水準上昇の兆しがみえている。同値は労働組合を組織
しない企業は含まれないが、それらが含まれる所定内給与(毎月勤労統計)も全国、東京都、九州地
域のいずれも上昇傾向にある(図2)。ただし、2023年1月以降の九州地域の給与の伸びは全国を下回り、
また東京都とも差が開いている。

図2 所定内給与(前年同月比)の推移



注) 九州地域は各県の金額を労働力人口で加重平均し算出
資料) 厚生労働省、各都県「毎月勤労統計」をもとに九経調作成

表1 ミスマッチ指数の増減寄与度

| | | 全国 | 九州地域 |
|---------------|--------------|-------|-------|
| 求人 ▽ 求職 | 1 介護サービスの職業 | -3.17 | -2.75 |
| | 2 社会福祉の専門的職業 | -1.59 | -1.84 |
| | 3 飲食物調理の職業 | -1.69 | -1.36 |
| | 4 保健師、助産師等 | -1.02 | -1.21 |
| | 5 接客・給仕の職業 | -1.24 | -1.14 |
| | 6 建築・土木技術者等 | -1.09 | -1.05 |
| | 7 自動車運転の職業 | -1.16 | -0.99 |
| | 8 製品製造・加工処理 | -0.78 | -0.99 |
| | 9 商品販売の職業 | -1.05 | -0.98 |
| | 10 その他の保安職業 | -1.42 | -0.93 |
| 求人 △ 求職 | 10 その他の輸送の職業 | 0.06 | 0.08 |
| | 9 その他の専門的職業 | 0.08 | 0.10 |
| | 8 情報処理・通信技術者 | -0.23 | 0.10 |
| | 7 生産関連・生産類似 | 0.08 | 0.12 |
| | 6 製造技術者 | 0.15 | 0.15 |
| | 5 事務用機器操作の職業 | 0.18 | 0.20 |
| | 4 会計事務員 | 0.34 | 0.28 |
| | 3 美術家、デザイナー等 | 0.59 | 0.52 |
| | 2 その他の運搬等の職業 | 3.26 | 3.20 |
| | 1 一般事務員 | 7.58 | 6.36 |

資料) 厚生労働省「職業安定業務統計」をもとに九経調推計

都市部と非都市部の傾向が変化

公共職業安定所（ハローワーク）の管轄区域別に、労働需給の傾向をみる。近年の特徴は、都市部と非都市部で求人倍率の変化幅に差が生じていることである。2010年の有効求人倍率は、福岡県の福岡中央や小倉、長崎県の長崎、熊本県の熊本、沖縄県の那覇など、都市部の求人倍率が比較的高い傾向があった。佐賀県の伊万里や鳥栖、長崎県の諫早、熊本県の菊池、大分県の宇佐や佐伯、山口県の岩国など、製造業等が集積する地区の求人倍率も比較的高かった。他方、2010年から2022年の12年間で、都市部よりも非都市部の求人倍率が上昇することでその差が縮小しており、長崎県では西海、佐世保、江迎、五島等で顕著である（表2）。

非都市部で有効求人倍率が上昇し、都市部との差が縮小した要因は、求人の増加、高止まりにある。2010年から2022年の有効求人倍率の上昇要因を、求人数の増加による上昇（求人要因）と、それ以外

の求職者の減少による上昇（求職要因）等に分解すると、大半の地域で求人要因がプラスに寄与している。さらに求人要因は、地域によって傾向が異なるものの、概ね都市部よりも非都市部で求人要因が大きくプラスに寄与している。同期間、景気回復による求職者増加も起こり、それによる求人倍率の押し下げ効果もまた都市部より非都市部で大きかったが、大半の地域でそれを求人要因が上回っている。

表2 2010年、2022年の有効求人倍率

（単位：倍、pt）

| | | 2010 | 2022 | 2015 -2010 | 2022 -2015 |
|----|-----|------|------|---------------|---------------|
| 長崎 | 長崎 | 0.53 | 1.04 | 0.44 | 0.07 |
| | 西海 | 0.33 | 1.39 | 0.68 | 0.38 |
| | 佐世保 | 0.47 | 1.37 | 0.70 | 0.20 |
| | 諫早 | 0.58 | 1.39 | 0.58 | 0.23 |
| | 大村 | 0.42 | 1.14 | 0.46 | 0.26 |
| | 島原 | 0.50 | 1.29 | 0.43 | 0.36 |
| | 江迎 | 0.31 | 1.21 | 0.48 | 0.42 |
| | 五島 | 0.42 | 1.31 | 0.41 | 0.48 |
| | 対馬 | 0.35 | 1.28 | 0.59 | 0.34 |
| | 壱岐 | 0.48 | 1.06 | 0.31 | 0.27 |

資料）長崎県「職業安定業務統計年報」をもとに九経調作成

中山間地域、離島・半島で増加する外国人受け入れ事業所

外国人労働力の増加は、受け入れ経験のある事業所が人員を増やしている以上に、受け入れる事業所自体の増加によるところが大きい。労働集約的な現場での業務が多いことを踏まえると、九州のとりわけ非都市部では、受け入れ経験のない事業所であっても、人員の補填のために外国人を雇わざるを得ない状況がうかがえる。

業種構成をみると、宿泊・飲食サービス業、教育・学習支援業、製造業、サービス業（介護福祉業など）、建設業に多くの外国人労働者が受け入れられている。これらは前出の職業別ミスマッチが発生している産業であり、かつ人手不足業種とも重なる。中小企業向けアンケートでは、介護（医療・福祉）、卸・小売業は、人手不足対策として日本人の増員よりも外国人の増員を優先する傾向があった。九州地域では既に日本人の労働需給ギャップを外国人で補完する状況となっており、今後はさらにその傾向が

強くなる可能性がある。

外国人労働市場の流動化で懸念される外国人の“流出”

九州地域で多く雇用されている外国人の多くは、就職後に転籍・転職ができない技能実習生である。他方、外国人労働力受入政策の転換により、今後は技能実習にあたる在留資格者でも転籍・転職が可能となる見通しである。

制度転換によって想定される変化は、外国人労働市場における雇用流動性の高まりと、それによる首都圏、関西圏への転籍・転職による流出である。転籍・転職が可能な「特定技能」の受け入れをサポートする機関によると、現在でも同国コミュニティやSNSを通じた情報をもとに、より高い報酬を求めて九州地域から首都圏に転籍・転職する動きは多いという。外国人向け転職サイトにおいても、関東地域での求人が圧倒的に多く、

提示される報酬も九州・沖縄の1.3倍と高い(表3)。つまり、九州地域では今後とも一定レベルの外国人労働力の供給が欠かせないものとなる一方、制度変更により、現在より労働力の流出リスクが高まることとなる。

表3 在留外国人専用転職サイトにおける地域別募集件数と掲載年収

| | 件数 (件) | | 最低年収 (万円) | 最高年収 (万円) |
|--------|-----------|--------|--------------|--------------|
| | | シェア(%) | | |
| 北海道 | 91 | 3.5 | 355 | 571 |
| 東北 | 65 | 2.5 | 355 | 621 |
| 関東 | 1,858 | 71.4 | 402 | 653 |
| 中部 | 161 | 6.2 | 339 | 556 |
| 近畿 | 241 | 9.3 | 355 | 570 |
| 中国 | 48 | 1.8 | 327 | 608 |
| 四国 | 18 | 0.7 | 297 | 541 |
| 九州・沖縄 | 74 | 2.8 | 299 | 487 |
| 海外 | 33 | 1.3 | 376 | 580 |
| フルリモート | 15 | 0.6 | 466 | 775 |
| 総計 | 2,604 | 100.0 | 386 | 629 |

注1) 関東は甲信越を含む。中部は北陸を含む。山口県は中国に含まれる

注2) 2023年10月時点の集計

資料) 在留外国人専用転職サイト掲載データをもとに九経調作成

2030年の人手不足数

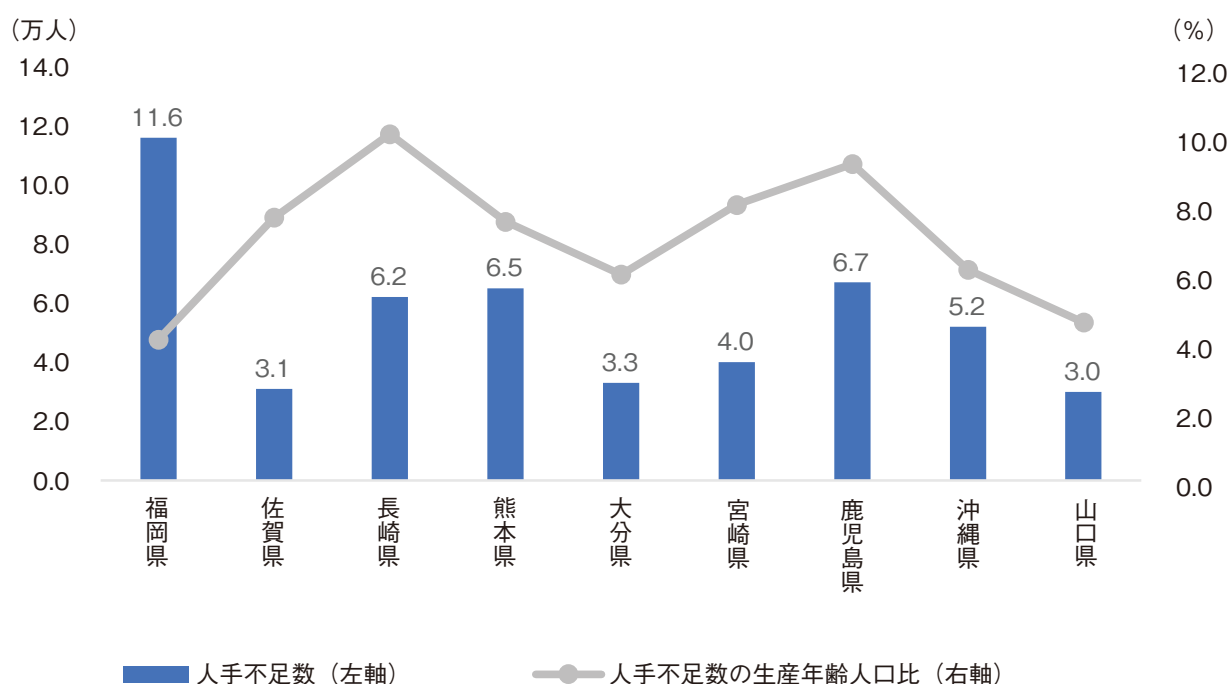
本稿では、同研究による推計をベースに、2030年時点の都道府県別・職業別人手不足数を推計した。まず、2020年時点の地域別・職業別従業者数の構成が2030年まで維持されると仮定し、地域別・職業別の労働需要量を推計した。労働需要の地域分布は総人口の減少の差にも影響を受けると仮定し、地域別の推計人口(総人口)の地域差も加味した。次に、労働供給も同様の仮定を置き、かつ地域別の生産年齢人口推計値をもとに全国と地域の人口減少ペースの差を反映させ、労働供給量を推計した。両者の差分を将来の「人手不足数」とした。

図3は2030年における九州地域各県の人手不足数を示している。不足数は福岡県(11.6万人)、鹿児島県(6.7万人)、熊本県(6.5万人)の順に多いが、2030年の生産年齢人口比では長崎県(10.0%)、鹿児島県(9.2%)、宮崎県(7.9%)で高く、福岡県、山口県以外で全国の水準(4.8%)を上回る見通しである。長崎県は、労働需要の高止まりに加え、他県より生産年齢人口の減少ペースが速いことも、

生産年齢人口比での高さにつながっている。

現在の労働参加率の構造が変化しない場合、数だけで言えば南関東では人手不足数を失業者、非労働力人口でまかなうことが可能である。他方、九州地域では、生産年齢人口に対する人手不足数の比率が高い。2015年時点の非就業人口比率18.6%の水準が維持されるとすると、地域内の非就業者で労働供給をまかなえる余地は極めて少なく、労働参加率の向上や新たな労働参加、ミスマッチの解消、人手不足を低減させる省人化を進めない限り、労働需要に対応できないこととなる。

図3 九州地域の県別人手不足数（2030年）



資料) 九経調推計

2. 人手不足を克服するための対応

労働供給の底上げ

個別企業の対策として、賃金の引き上げは何にも増して効果的である。九州地域では人手不足業種における賃金水準が全国に比べて低く、求職者が流出する要因となっている。よって、まずは人手不足が顕著な業種における賃金引き上げと、商品・サービス価格への適切な転嫁が急務となる。

労働供給の引き上げに向けては、長い女性の無償労働時間（家事、育児など）を有償労働時間に振り向ける仕組みや、非労働力人口となっている高齢者の活用が求められる。また、域内の限られた労働市場に縛られず、リモートワーク等を通じて域外の副業人材を活用するなど、新たな取り組みも必要となる。副業に関しては、地域の公務員の副業・兼業解禁など、地方ならではの視点にたった制度改革も検討すべきである。

外国人の活用についても、さらに重要となる。とくに地域においては対面型の職業など、人手不足となっている業種での労働を担っている状況があり、それがさらに加速することとなる。外国人労働者を適切に受け入れるためには、企業単体での取り組みに加え、自治体・企業・地域住民の連携による受け入れ体制整備が必要となる。

多文化共生の土壌をつくる「キクロスせかいがいぎ」

国際協力機構（JICA）熊本チームは、パイロット事業として、熊本県菊池市で地域の外国人と日本人が定期的に話し合う場「キクロスせかいがいぎ」を構築した。菊池市立図書館が月2回の頻度で実施する日本語教室を中心に、日本語教室に集まる外国人と日本人ボランティアを対象とした取り組みを実施している。主な取り組みは地域の多文化共生に資するイベントの企画や運営である。共通語は「やさしい日本語」を用い、多文化共生の土壌づくりにつながっている。外国人も地域のイベント参加し、日本人住民と自然に交流することに成功している。さらに、企業や国籍の壁を越えて、地域で生活する上での困りごとの相談などができる体制ができ、日本語習熟度の向上にもつながっている

労働需要の削減

ロボットや無人化システムなど、省力化技術はとりわけ人手不足業種において導入が求められる。

省力化技術の導入は、省力化以上の導入効果が上がっていることを指摘したい。介護現場でロボットを導入している企業によると、業界全体として労働集約的であるなかで、ロボットの導入によって省力化され労働環境が改善していることに加え、先端技術を用いた仕事ができる会社であること自体が魅力となり、新卒社員の採用に大いに貢献している。こうした点も踏まえて省力化技術の導入を検討すべきと考えられる。

また、ロボットやシステムの適切な導入は、おのずと業務の標準化や見直しと連動する。外国人の雇用・増員との併用はその典型であり、日本語能力に関わらず実施できるまで業務を整理し、その一部をロボットに担わせることで省力化が実現する、というプロセスが必要となり、それが全体として生産性の向上にもつながっている。

さらに、中小企業向け政策を転換し、省人化・効率化による生産性向上を進める企業への積極的な支援を重点的に行うことが必要である。政策の転換は、同時に生産性を向上できない企業の退出が増加する懸念があるが、単純に企業の退出を放置するのではなく、リスク環境の整備による、成長分野への労働移動が求められる。九州地域のリスク環境整備は全国・首都圏よりも立ち後れており、国・自治体による支援も視野に入れ、早急な対応が必要となるだろう。

長崎市“アクションプラン”における経済再生プロジェクト ～ 人口減少の克服のための具体的な経済再生メニュー～

平家達史

1965年生 京都市出身。
1989年4月 日本銀行入行。
2018年3月～2019年8月 日本銀行長崎支店長。
2021年6月に日本銀行を退職し、長崎自動車(株)常勤顧問。
2022年3月より長崎自動車(株)取締役。
2021年7月より(株)長崎経済研究所 シニアアドバイザー、10月より長崎放送(株)顧問・論説委員、2022年3月より(株)長崎検番 取締役、2023年8月より長崎市政策顧問、11月より(一社)長崎県観光連盟の政策参与も務める。



昨年8月に長崎市政策顧問の任命を受け、経済再生担当として、長崎市職員とプロジェクトチームを組成し、アクションプランの策定作業を行ってきた。本年2月時点で公表されているアクションプラン素案資料をもとに、その考え方や内容について紹介したい。ただ、紙面の都合もあるため、私として力点を置いた政策を中心に上げたいと思う。なお、本誌が発刊される頃には2月市議会が終了しており、具体的な施策やスケジュール感も公表されていると思われるため、そちらも是非ご覧いただければ幸いである。この間、実現可能性を踏まえたうえでアイデアを出し合い、議論を重ね、部署間の調整を行ってアクションプラン素案を短期間でまとめあげた長崎市の職員の方々に感謝申し上げたい。

アクションプラン策定にあたっての考え方

総務省から公表された2023年の日本人の人口移動報告によれば、長崎市の転出超過は2,348人で、全国の市区町村別ではワースト3位であり、ここ何年も転出超過自治体の上位の常連になっている。日本全体の人口が減少しており、長崎市だけ人口を増やすことは現実的にはなかなか難しいが、人口減少の程度は減らせると考えており、そのために何が必要かと考えて出発点としたのが、「稼ぐ」と「人材」である。

まず、「稼ぐ」であるが、長崎市の企業や長崎市で暮らす人々が稼ぐことができなければ、稼げる土

地に移ってしまうだけであり、それでは経済再生はできないと考えたということである。そのために、長崎市内の“どこ”で“何”で「稼ぐ」かを意識し、それに必要なハードとソフトの両面の施策を考えた。

次に「人材」であるが、「稼ぐ」には稼ぐことのできる「人材」が必要だということである。この「人材」は長崎市の外から高度な人材を呼ぶということだけではなく、長崎市民の方の働き方の付加価値を向上させることも念頭においている。

さて、このアクションプランの策定に当たって、プロジェクトメンバーに申し上げた点が三つある。一つ目は、日頃メンバー個人が考えていることで、「こんなことがやりたい」と思っていることを出し合おうということである。これまでやりたくてもやれなかったことも含め、鈴木長崎市長のもとで新たにアクションプランを策定することになったのであれば、このチャンスを活かそうということである。

二つ目は、アクションプランは尖ったものにしようということである。長崎市に限らず行政組織には「透明、公正、公平」が求められるうえ、「〇〇計画」と名の付くものは総じて総花的になりがちであるが、今の長崎市の経済情勢をみるとそんなことは言っていられない。従って、「長崎でしかできないもの」、「長崎でやるべきもの」を常に念頭においた尖ったものを作るように心掛けようということである。

三つ目は、「アクションプラン」というからには、必ず出口の具体的な施策まで考えたプランにしようということである。何度も行った打合せでも、今行われている施策を踏まえつつ、それをどう活かすか、どう発展させるか、足りない施策は何かを常に議論し、絵空事でない、理想論だけでない実現可能なプランにしたつもりである。

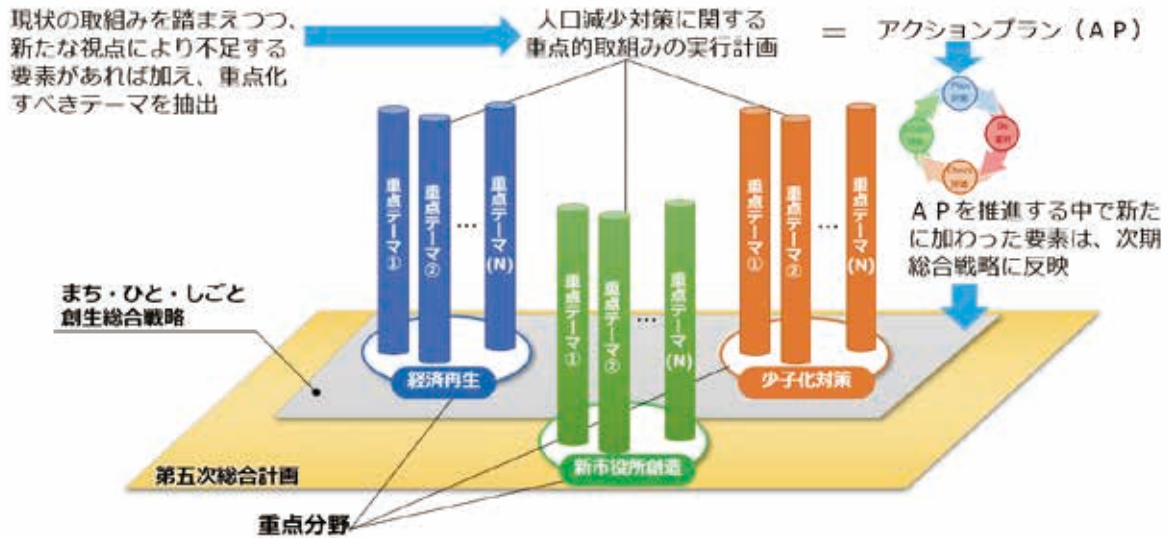
経済再生で関連する分野は多岐に亘っているため、以下に紹介する項目だけみれば総花的に見えるかもしれないが、別途発表されているであろう具体的な取組事項をご覧いただければ、かなり絞っていると感じていただけるのではないだろうか。

アクションプランの位置付け

アクションプランは、長崎市の「第五次総合計画」と「まち・ひと・しごと創生総合戦略」をベースに、「現在の取組みを踏まえつつ、政策顧問の新たな視点により、不足する要素があれば加え、重点化するテーマを抽出」するものである。

アクションプランの分野としては、「経済再生」、「少子化対策」、「新市役所創造」の三つであるが、これは「人口減少対策の中でも特に「経済再生」と「少子化対策」の分野で施策の重点化を図るとともに、これらを強力に推進するための基盤づくりとして「新市役所創造」を推進することとしており、これ

② アクションプランの位置づけ

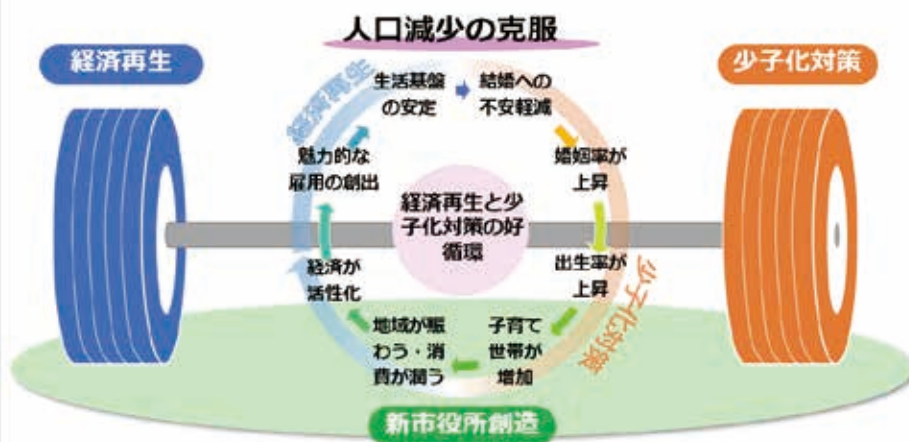


(出所) 長崎市 (以下、本寄稿文における図表は全て長崎市資料)

ら三つの重点プロジェクトにおいて戦略的な取組みを展開するため」である。また、特に「経済再生」と「少子化対策」は密接に関連している部分も多く、「経済再生」と「少子化対策」の好循環が回るようにしていかなければならない。また、三分野を推進するにあたって、根底にあるのは、「サステナブル」、「グローバル」、「デジタル」である。

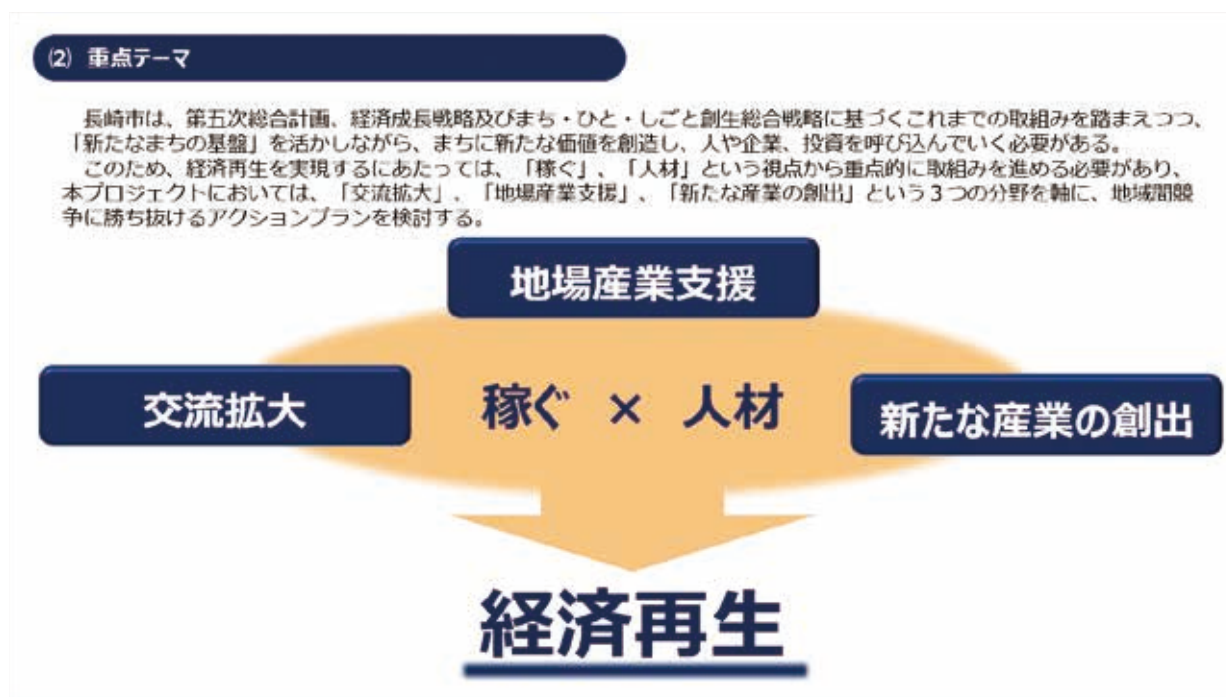
③ 3つのプロジェクトの関係性

時代の大きな流れを捉えた次の3つのキーワードを特に意識して重点プロジェクトを進めていきます。



経済再生プロジェクトの概要

経済再生プロジェクトの**重点テーマ**は、「**稼ぐ×人材**」である。この考えのベースは前述のとおりであるが、実現していくには「**交流拡大**」、「**地場産業支援**」、「**新たな産業の創出**」の三つの分野を軸として、地域間競争に勝ち抜けるアクションプランの策定を行った。



さらに、「**交流拡大**」の分野の取組項目としては、“**受入態勢の充実**”、“**高付加価値化による消費単価の向上**”、“**戦略的なプロモーション**”、「**地場産業支援**」では、“**交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上**”、“**人手不足対策**”、“**都市型水産業・農業の推進**”、「**新たな産業の創出**」では、“**イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出**”、“**成長分野の強化**”を設定した。



「A 交流拡大」における施策

まず、**A1 受入態勢の充実**であるが、取組方針に掲げているのは、観光案内機能の整備、インバウンド受入環境整備の高度化、ワーケーションの受入拡大、大規模集客施設立地等による効果の波及である。

観光案内機能の整備であるが、観光地の多い市内南部における観光案内機能の新たな整備を視野に入れている。長崎では、本年7月に全国高等学校総合体育大会、9月に日本スポーツマスターズ、10月に長崎くんち、長崎スタジアムシティ開業、来年は全国商工会議所観光振興大会や長崎ピース文化祭といった大型イベントが予定されている。こうした機会も経ながら、街の観光機能の高度化を図っていききたい。

また、インバウンドの多様なニーズに対する有償ガイドの確保・育成を図る。観光ガイドについては、海外のように観光ガイドで生計を立てられる街を目指すべきである。インバウンド向けの有償ガイドを育成するとなると、長崎の歴史・文化を深く理解することに加え、外国語でそれが説明できなければならない。このためには、大学や高校において、「観光+語学」を学ぶコースを設置することができればと考えているほか、外国語が得意な人に長崎の歴史・文化に対する知識を深めてもらうという方法も有効だと思われる。なお、バスガイドは、以前は1社で100名以上を有していたこともあったが、今は県内全体で50名程度に減少しており、このままでは修学旅行にガイドが同乗できないという長崎にとっては致命的な状況に陥りかねない。インバウンドに限らず、国内観光客へのガイドの拡充も急務である。

インバウンド受入環境整備の高度化で重要なのは、まずは多言語案内の強化とキャッシュレス化である。多言語化については、英語、韓国語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）は必須である。また、全く現金を持っていない外国人がかなり多くなっていることを踏まえ、店舗や公共交通機関ではクレジットカードやQRコード等による決済ができるようにしなければ、観光消費の拡大は望めない。最近、現金を持ち合わせていない外国人が公共交通機関を利用できなかったため、原爆資料館から長崎駅まで徒歩で移動したという話を耳にしたが、国際観光都市を名乗るのであれば、早急にそうした状況から脱却しなければならない。

A1 受入態勢の充実

【現状と課題】

- ・旅行市場は国内外ともにコロナ禍前と同水準に回復し、さらなる拡大が見込まれる中、観光・MICEを支えるサービス産業全般において人手不足による機会損失が生じており、グローバル化・インバウンド観光を含む対策が喫緊の課題となっている。
- ・西九州新幹線開業を契機に、ユニバーサルツーリズム対応等総合観光案内所の機能向上が図られたものの、国内外の来訪者の滞在満足度を高め、周遊と消費を促すためには、まちなかの観光案内機能の充実、民間事業者と連携した決済環境の改善などさらなる受入環境整備が求められる。
- ・令和6年度における長崎スタジアムシティ開業の効果を高めるため、市民の気運醸成を図るとともに、スポーツ観戦客の滞在・周遊促進にも取り組む必要がある。

【取組方針】

●観光案内機能の整備

- ・松が枝国際観光船埠頭の2バース化を見据え、長崎駅以南の地域で不足している観光案内機能の新たな整備について検討する。
- ・インバウンドの多様なニーズに対応する有償ガイドの確保、育成を図る。

●インバウンド受入環境整備の高度化

- ・多言語案内表記の改修・充実や快適な移動手段の提供など、外国人観光客のまち歩きや周遊を促進するための環境整備を面的に進める。
- ・キャッシュレス（決済環境）の充実や食の多様性への対応など、訪問客の利便性向上を図ることで、滞在時間の延長と消費を促す。

●ワーケーションの受入拡大

- ・長期滞在にも適した環境整備を推進することで、海外リモートワーカー（デジタルノマド¹）を含む多様な訪問客の受入を促進する。
- ・官民連携の体制を構築し、ワーケーション受入の推進を図る。

●大規模集客施設立地等による効果の波及

- ・都心部及び都心部と周辺部の回遊性を高めるネットワークの維持・強化等に取り組む。
- ・長崎スタジアムシティの開業効果を最大化し地域経済への波及を図るため、まち全体の気運を高めていくとともに、スポーツチームが地域に定着するための取組みを行う。
- ・「市民の楽しみ」、「まちの賑わい」、「多様な学び」などの波及効果を生み出す取組みを実施する。

A2 高付加価値化による消費単価の向上では、付加価値の高いコンテンツの造成、観光客の知的好奇心を満たすストーリーの構築、長崎の魚の魅力発信と拠点づくりを掲げている。

付加価値の高いコンテンツの造成、観光客の知的好奇心を満たすストーリーの構築に共通するのは、内外の富裕層の知的好奇心を満たす着地型観光の充実や宿泊客を増やすための朝型・夜型観光の充実である。そのためには“魅力の宝庫”である長崎の歴史・文化、自然、食、体験の「棚卸し」を行い、ストーリーを再整理し、観光客のニーズを踏まえた観光コースやコンテンツの提供を図ることである。

長崎の魚の魅力発信と拠点づくりについては、以前の寄稿文でも取り上げたとおり、賑わいのある食の集積地を長崎市内につくるということである。この取組みについては、長崎大学のながさき BLUE エコノミーの“長崎マルシェ”構想や長崎商工会議所、関係する業界の皆様と協力して進めていければと考えている。また、長崎といえば“魚”であり、付加価値が高く、観光客に人気のある魚料理は“すし”であることを踏まえれば、“すし”も有力なコンテンツとなろう。

A2 高付加価値化による消費単価の向上

【現状と課題】

- ・長崎市は歴史や文化、食など多様な地域資源に恵まれているが、誘致ターゲットとする国内外の知的富裕層向けのコンテンツが不足しており、訪問客の受け入れにあたっては、SDGs、サステナビリティへの配慮を求める消費者意識の変化、地域ならではの食や自然・体験コンテンツ等へのニーズの高まりに対応していく必要がある。

¹ IT技術を活用し、場所に縛られず、旅をしながら仕事をする人達のこと。

- ・日帰り客が多く、宿泊客が少ない中、DMOによる観光まちづくりネットワークの設立と取組み強化を通じ、DMOと事業者、事業者間の連携が進んでおり、その動きを一層加速することで、民間事業者が提供するモノ・サービスの質とブランド力を高め、宿泊、飲食、移動、体験などで滞在する訪問客の消費単価向上を図る必要がある。
- ・旅行消費額が大きいインバウンド（欧米豪や、アジアの富裕層など）をターゲットとして、食と観光の連携を図り、長崎の魚については観光客の認知度が低いため、情報発信を強化する必要がある。

【取組方針】

●付加価値の高いコンテンツの造成

- ・地域事業者が連携して、訪問客に長崎ならではの付加価値体験を提供するとともに、地域課題の解決をビジネスチャンスにつなげ、その経済効果が域内に還元されることで、持続的な成長を促す長崎市版サステナブルツーリズムの推進を図る。
- ・朝型・夜型観光を充実させるとともに、知的富裕層等ターゲットのニーズに合わせた滞在プランを提案することで宿泊客の増加を図る。

●観光客の知的好奇心を満たすストーリーの構築

- ・関係機関や専門家と連携して歴史・文化の棚卸しと再整理を行い、より興味深くわかりやすい新たなストーリーの構築に取り組む。

●長崎の魚の魅力発信と拠点づくり

- ・既存店舗の顕在化を図ることで回遊性を高めるための支援に取り組むとともに、食の拠点づくりについて、民間の動向も見極めながら、県とも連携し取組みを進める。
- ・すし等、長崎の魚を使った食の魅力を顕在化し、広く発信していく。

A3 戦略的なプロモーションについては、広域連携の推進と情報発信の効率化や出島メッセ長崎の活用・長崎スタジアムシティとの連携による交流拡大を掲げているが、いずれにしても各種施策について観光客に届く情報発信を行うということである。また、発信する情報の更新も随時行わなければならないが、長崎の観光において更新されていない情報を多々見掛ける。情報を発信することで満足するのではなく、最新の情報を相手がしっかり受信し、内容に興味を持ち、理解してもらっているかが大切であり、それができて初めて“情報発信”だと考える。従って、どれくらい観光客に届いているのかについての効果の検証も行っていく必要があるだろう。また、様々な主体が限られたリソースの中でバラバラに情報発信するのではなく、纏めることで肌目細かな情報発信を低コストで行っていくことが可能になるのではないかと思う。これは、セールスや誘致活動においても同じことが言えると考えている。

A3 戦略的なプロモーション

【現状と課題】

- ・日帰り客が多く、宿泊客が少ない中、観光を取り巻く産業が年間を通じて収益を安定させ、労働生産性を向上させるためには、JNTO（日本政府観光局）の支援などを活用しながらMICE等ビジネスやスポーツ観戦など多様な目的を捉えた訪問客誘致を推進するとともに、長期滞在を促すなどにより、平日における観光需要の喚起と、繁忙期・閑散期における観光需要の平準化を図る必要がある。
- ・旅行消費額が大きいインバウンド観光（欧米豪や、アジアの富裕層など）に対応し、多様な魅力を効果的に発信するため、県内外の自治体とも連携したプロモーション活動を展開するなど、グローバル化に向けたさらなる取組みが必要である。

- ・出島メッセ長崎の誘致目標は達成しているものの、国際 MICE 都市としてのブランド力をより高め、国際会議の誘致をさらに推進する必要がある。

【取組方針】

●広域連携の推進と情報発信の効率化

- ・県、県内自治体とともに海外旅行会社等へのセールスを展開し、情報発信を通じた高付加価値旅行・長期滞在促進等の取組みを強化する。
- ・西日本・九州ゴールデンルートアライアンスを活かし、西九州新幹線沿線自治体を含め関係各県の自治体と連携した広域観光の情報発信を強化する。
- ・大阪・関西万博を契機としたインバウンド誘致のため九州各都市との連携強化を図る。

●出島メッセ長崎の活用・長崎スタジアムシティとの連携による交流拡大

- ・ターゲットの再設定や関係機関との連携強化など、より戦略的な誘致活動を行い政府系会議や国際会議の誘致につなげる。
- ・長崎スタジアムシティとの連携によるまち全体での誘致プロモーションを展開し、交流拡大を図る。

「B 地場産業支援」における施策

B1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上では、交流人口の回遊につながる仕掛けづくり、魅力ある商品の開発と広報支援、新たな販路開拓・営業力強化支援、商店街等のデジタル化支援、コミュニケーション力の向上支援を掲げているが、まずは交流人口を増やすためのコンテンツ作り、まちなかを回遊してもらうための仕掛けを充実させる必要がある。このためには、回遊のための公共交通手段の利用促進も鍵となろう。一方、販路開拓や人材育成、デジタル化への支援も拡充していかなければならない。デジタル化支援については、前述の「インバウンド受入環境整備の高度化」で触れたこととも関係する。

さらに、再び国際都市を目指すためには、外国人とのコミュニケーション力を向上させる必要があり、小学生の頃からインバウンド観光客や長崎市内に多い留学生などとの交流を促進していく必要がある。長崎市にはそれを実現する土壌・環境があると考えており、実行に移していかなければならない。

B1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上

【現状と課題】

- ・長崎市は、全国、類似都市と比較して、総生産に占める第三次産業の割合が高い産業構造となっており、出島メッセ長崎や西九州新幹線の開業、長崎スタジアムシティなどによる100年に一度のまちの変化を契機に交流人口の拡大が見込まれることから、これをビジネスチャンスとして活かしていくことが求められる。
- ・販路の多様化が進み、ECサイトの売上が伸びてきている中、売上拡大や販路開拓につながる効果的な対応が求められるが、人材やノウハウの不足により、自身では外に売り込むことができない小規模事業者も多いことから、適切な支援が必要である。
- ・消費者側のキャッシュレス化などデジタル化のニーズが高まることが予想される中、インバウンド（欧米豪や、アジアの富裕層など）への対応、訪問客の利便性向上を図るため、市内の商店街等のデジタル化を推進する必要がある。
- ・訪問客のSDGsなどの国際的な取組みへの意識の高まりに配慮するほか、外国人とのコミュニケーション力を高め、国内外の旅行者等に選ばれる環境をつくる必要がある。

【取組方針】

●交流人口の回遊につながる仕掛けづくり

- ・交流人口を中心市街地をはじめとした商店街等へ誘客するため、回遊性の向上や、新規店舗の出店支援及び既存店舗の魅力向上に取り組む。

●魅力ある商品の開発と広報支援

- ・交流人口拡大の効果を最大化するため、SDGs などへの消費者意識にも対応し、地域独自の魅力ある製品・サービスの開発、提供やマーケティングを支援する。

●新たな販路開拓・営業力強化支援

- ・コロナ禍で市場が広がった EC サイトや SNS などを活用した新たな販路開拓、また、営業力強化に向けた人材育成に取り組む。

●商店街等のデジタル化支援

- ・市内の商店街等が実施するデジタル化の普及・促進につながる取組みを支援する。

●コミュニケーション力の向上支援

- ・外国人に対するコミュニケーション力の向上を図るため、地場企業等で働く人材や学生などを対象として、市内に居住する外国人と交流する機会をつくり、支援する。

B2 人手不足対策 では、必要な人材の確保・育成、多様な人材の活躍促進、働く環境の整備、生産性向上支援（人手不足対応）を掲げているが、この経済再生アクションプランの出発点である「稼ぐ×人材」の直接的な施策となる。

具体的には、子供達のシビックプライドを醸成する、地元企業を知ってもらう、インターンの推進等で実際に地元企業を体験してもらう、働き方や賃金水準の改善により UI ターン等の対象となるような就労環境を作り、それが対象者に届くような仕掛けを拡充するといったことが必要である。

また、外国人が活躍できる環境整備も必要であろう。特に長崎市内に多い留学生については、単純なアルバイトではなく、長崎の歴史・文化を学んでもらい、母国語と日本語という語学力を活かした観光案内ガイド等での活躍の道も作らなければならない。また、それをきっかけに長崎市内で就職してもらえるのであれば、コロナ禍で減少した観光関連の人材不足への有力な対応策にもなると考えられる。

さらに、人手不足への対応としての雇用のミスマッチの解消策では、リスクリングも重要である。現代においては、不足しているデジタル人材を増やすためにも、特に IT リテラシーの向上は不可避である。その一方で、貴重な人材をより稼げる場所で活躍してもらうことで生産性の向上を実現するために、業務の効率化に資する設備投資への取組みも支援していかなければならない。

B2 人手不足対策

【現状と課題】

- ・少子高齢化、若年層の転出超過による人口減少に伴う生産年齢人口の減少により、市内企業において人手不足が深刻化する中、令和 5 年 3 月卒業者の市内就職率は、高校 51.2%、大学 26.6%と、依然として低い状況にあり、若年層の地元就職・定着を一層促していく必要がある。
- ・市内従事者数をみると、製造業は平成 29 年から令和 3 年までの 4 年間で 3,273 人（22.5%）減少し、宿泊業・飲食業もコロナ禍の影響で大きく縮小しており、いずれも必要な人材の確保・育成に向けた取組みが必要である。

- ・国内旅行はすでにコロナ禍前と同水準に戻り、インバウンドも順調な回復を続ける中で、観光業における人手不足への対応は喫緊の課題となっている。
- ・長崎商工会議所と長崎経済研究所が県内企業を対象に実施した人材確保に関するアンケート（令和5年6月実施）では、7割近くの企業において正社員が「不足」または「やや不足」と回答されており、新卒採用に加え中途採用での不足感が強く、市外からの人材獲得にも積極的に取り組む必要がある。
- ・急速なデジタル社会やグローバル化への変容に対応し得る人材の確保・育成や、多様性の受入促進を図るほか、人手不足を補うための生産性向上に資する取組みを推進する必要がある。

【取組方針】

●必要な人材の確保・育成

- ・企業と連携し、奨学金返還を支援するほか、インターンの推進などにより、若年者の地元就職・定着を図る。
- ・小中学生や進学等で県外に流出した若年者に対して、地場企業の情報発信や地場産業を知る機会を創出し、地元就職の促進を図る。
- ・小中学生に対し、長崎くんち、パーロン、郷くんちなどの伝統芸能への理解や参加を促進し、シビックプライドの醸成につなげる。
- ・企業の特性に合った採用戦略策定や働き方の見直しなどの取組みを支援し、必要な人材の確保・育成を図る。
- ・UIターン検討者や二地域居住希望者と地場企業等のマッチングを強化し、人材確保と将来的な就業・副業等を見据えた関係人口の増加につなげる。

●多様な人材の活躍促進

- ・長崎県や大学など関係機関と連携し、日本語教育を含め、外国人の活躍が期待される企業等の人材受入に対する支援を行い、県内大学に在籍する留学生を含む外国人人材の雇用促進を図る。
- ・女性を含め多様な人材に対してITなどのスキルアップ（リスキリング）支援を行うとともに、地場企業における受け入れを支援する。
- ・障害のある人と障害者雇用に取り組む地場企業等のマッチングを強化し、人材確保と共生社会の推進を図る。

●働く環境の整備

- ・職場環境の整備やロールモデル（手本になる取組み）の創出・横展開による柔軟な働き方の推進を図る。

●生産性向上支援（人手不足対応）

- ・地場企業等におけるデジタル人材等の確保を図るため、採用や就労に対する支援を行う。
- ・地場企業等の業務効率化、生産性向上に資するため、デジタル化を含む設備投資に係る取組みを支援する。

B3 都市型水産業・農業の推進では、水産業・農業の担い手創出、農水産物の付加価値向上・販売力強化、省力化・効率化の推進、赤潮や自然災害に強い産地の育成を掲げているが、まずは長崎の食材の良さを実際に食べてもらって知っていただくことが重要であり、そのためには「食の拠点づくり」が課題になる。外販の拡大は、来崎された方々に実際に食べてもらって、長崎の食材の良さを知ってもらうことが近道である。さらに、安定した供給も重要である。

そのためには、漁場や農地と街が近いという長崎市の地形を活かして、水産業従事者や農業従事者を増やすことができないかという考え方である。特に長崎市の主力産業である水産業については、その歴史から水産系の教育機関が充実しているものの、地元への就職が少ないのが実情である。研究と

実業の両面でこうした人材を流出させるのは非常にもったいないのである。このため、学生が水産業に触れる機会を創出するほか、週末漁師、定年漁師、半農半漁といった年齢や働き方に制約がない形での参入環境を整える必要がある。つまりは、「試すなら長崎」という環境を整え、全国からも人材を集めることができないかということである。もちろん、そのためには、情報発信・相談、研修、お試し、定着、フォローというトータルサポートの体制を整える必要がある。

B3 都市型水産業・農業の推進

【現状と課題】

- ・従事者が高齢化する一次産業においては、担い手不足や労働力不足に対応し、持続可能性を高めていくことが長年の課題となっている。
- ・漁獲量の変動、燃油高騰等により安定した経営が難しく、漁業就業希望者が少ない中でも、収入増加や働き方改革を図るとともに、水産系の高校や大学がある利点を活かし、水産関連事業所への就職に結びつけるなど、人材の確保・育成、生産性の向上といった課題に積極的に対応していく必要がある。
- ・若年層の新規就農者への支援が充実した中で、50歳未満の新規就農者は増加傾向にあるが、中高年層や後継者の確保が難しい状況にあり、就農対象者の増加につなげるため、広く市内外から希望者を呼び込み、底上げを図っていく必要がある。
- ・地区によっては、耕作可能な農地が不足していることから、生産基盤を整えていく必要がある。
- ・品目によっては、県内有数の収量（単位面積あたり）を上げている就農者もいることから、成功事例の横展開を図っていく必要がある。
- ・市内の魅力ある農水産物について、認知度が低いため、その向上を図る必要がある。
- ・近年、赤潮や自然災害により、養殖魚などの水産物やびわなどの農産物に大きな被害が発生しており、これに対応できる強い産地づくりを進める必要がある。

【取組方針】

●水産業・農業の担い手創出

- ・学生が実際に水産業の現場に触れる機会の創出や週末漁師、定年漁師、半農半漁等の年齢や働き方に制約がない多様なかたちによる水産業の検討、また、漁業の協業化、法人化などの新たな水産業経営のあり方検討などに取り組む。
- ・就業相談、実践研修支援、漁船・漁具等の導入支援、着業後のフォローアップといった就業パッケージの充実を図ることで、モデル経営体の創出に取り組む。
- ・就農相談・情報発信、お試し農業体験を通じて都市型農業の魅力発信強化に取り組むとともに、研修支援、就農定着支援、基盤整備及び圃場の環境整備といった就農準備から就農定着までをトータルサポートすることで多様な担い手の確保に取り組む。

●農水産物の付加価値向上・販売力強化

- ・各漁協及び直売所の魚の販売先開拓や鮮度保持等の処理方法の研究・普及により付加価値向上及び販売力強化に取り組む。
- ・環境負荷低減に取り組む農業者による活動実施のための計画づくり（みどり認定）を支援し、付加価値の高い農産物の生産を推進する。
- ・市民や観光客に対する農水産物等の販売力強化・認知度向上を支援し、事業者の所得向上を図る。

●省力化・効率化の推進

- ・水産業における最新の技術やICT機器について、ながさきBLUEエコノミーと連携した実証試験を実施する。
- ・養殖業のスマート化について、先行して導入したICT機器の有効性や実用性、費用対効果等について

検証を行い、養殖産地での普及拡大を図る。

- ・操業や養殖に関するデータを共有し活用することで、効率的な操業や後継者等の育成指導につなげる。
- ・長崎市農業の特徴である施設園芸等において、ICT 機器などスマート農業技術の導入により生産性の向上を図るとともに、地域や産地の特性にあった受託組織の設立・運用を進め、新たな収入源の確保や労力活用につなげる。

●赤潮や自然災害に強い産地の育成

- ・赤潮や台風等の発生時に迅速に対応するため、関係機関と連携した体制づくりを行う。
- ・びわの寒害対策として、県などの関係機関と連携し、簡易ハウスなどの施設の強化や他作物との複合栽培の推進、寒害に強い品種の検討などに取り組む。

「C 新たな産業の創出」における施策

C1 イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出²では、イノベーションコミュニティ活性化、官民連携・新規事業プロジェクト創出、イノベーション・グローバル人材育成、スタートアップエコシステム²強化を掲げているが、目指すは「実証実験の聖地」。そのためには長崎市の地形をフルに活用すべきであり、やはり“海洋”は鍵である。スタートアップは、極端なことを言えば、パソコンとオフィスさえあれば、どこでもできるため、「長崎でしかできないもの」、「長崎でやるべきもの」を軸に据える必要がある。

さらに、スタートアップ企業と地元の若手、地元企業との交流の機会を充実させ、若者の地元定着、地元企業の振興にもつなげたいという考えである。

C1 イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出

【現状と課題】

- ・産学官金が連携してオープンイノベーションの推進、スタートアップ支援に取り組んできたことで、スタートアップエコシステムの形成が進みつつあるが、プロジェクト創出・マネジメントに関わるリソース不足などの課題もあり、その機能を十分に発揮できていないことから、多様なプレーヤーの創出と、その成長を絶えず促していくためには、支援体制の強化を伴う新たなアプローチが必要である。
- ・政府が「スタートアップ育成5か年計画」を策定し、国全体でスタートアップ育成が進んでいく中、長崎市においても地域課題の解決と経済成長につながる、より効果的なスタートアップ・起業支援に取り組む必要がある。
- ・長崎においては、イノベーションの創出を支援するうえで、産学官金による協力関係ができており、また、まちの近くに豊かな資源・実証フィールドを有するなど強みもあることから、そうした強みを活かしていく必要がある。

【取組方針】

●イノベーションコミュニティ活性化

- ・長崎特有の強みを活かし、イノベーションを創出する土壌のさらなる醸成のため、成長分野のイノベーション創出に取り組むか、または、関心のある企業と、人材が広く継続的に交流するコミュニティの充実・活性化を図り、新たな知見やネットワークの取得によって新事業の創出につなげる。

●官民連携・新規事業プロジェクト創出

- ・地域に存在する課題や資源を抽出し、実証フィールドの選定も行いながら、その解決や活用によって

² 協力・連携を通じて事業が生まれ、続いていく仕組み。

新規事業につながるプロジェクトを継続的に生み出していく。

- ・公共空間利活用の社会実験等を通じ、新たな産業を担う人材の発掘・育成等を図る。

●イノベーション・グローバル人材育成

- ・今後キャリア選択を行っていくこととなる学生や若い世代をターゲットとして、グローバルな市場で活躍する起業家やビジネスマンと交流する機会の創出、インターンの実施などに取り組み、将来的な長崎市のイノベーション人材の確保やグローバル人材の育成につなげる。

●スタートアップエコシステム強化

- ・スタートアップの定着につなげるため、県内支援機関や他都市と連携し、特に成長分野のスタートアップへの実証フィールドの提供や社会実装の推進、地場企業等との関係構築に向けた各種支援を実施する。

C2 成長分野の強化では、成長産業の誘致、企業の受入環境整備、デジタル産業の強化、海洋産業の集積と育成支援、生命科学関連産業の育成支援、環境分野の地場企業振興、地場製造業の育成支援とリーディング企業の発掘・育成を掲げているが、経済再生のためには成長産業の誘致やそのための受入れ環境の整備が必要なことは明白であるし、目下、デジタル分野が重要分野であることにも異論はないであろう。

この場合に重要なのは、長崎市域が得意とする造船を始めとする海洋関連産業や医療関連産業であるが、企業の単独の取組みではなく、サプライチェーンの構築や関連企業への波及など産業のすそ野が広がるようしなければならない。

さらには、長崎市がカーボンニュートラルの先進地域となるような施策を行っていくことも重要である。世界中で環境や持続性に対する意識が高まっていることを踏まえると、長崎市において産学官が協働して、世界のトップランナーとして取り組んでいくことが、「新しい長崎市」を構築していくためには必要であり、またとないチャンスであるように思う。

C2 成長分野の強化

【現状と課題】

- ・コロナ禍に加え、原油や原材料価格の高騰などの影響は、消費行動や企業活動の変容をもたらし、SDGs など国際的な取組みや技術の進化なども相まって、産業構造は転換期を迎えているが、こうした環境の変化に対応する事業者の新たな取組みを後押ししていく必要がある。
- ・特に長崎市の産業と親和性が高い農漁業、デジタル、環境、海洋・ものづくり、生命科学、交流などにおける成長分野については、活力強化に向けた支援の継続・拡充が求められる。
- ・近年、立地が進んでいる IT 関連企業を中心とした研究開発拠点については、イノベーションを生み出す原動力として期待されることから、知の集積拠点形成を目指し、関連企業の誘致はもとより、市内研究機関や地場企業等の連携強化、高度専門人材の確保・育成などの取組みを進める必要がある。

【取組方針】

●成長産業の誘致

- ・長崎県、長崎県産業振興財団と連携し、デジタル、環境、海洋・ものづくり、生命科学、交流など成長分野の関連企業を誘致する。

●企業の受入環境整備

- ・事業用地等の確保を含め、新たな企業を受け入れるための環境整備を行い、雇用機会の拡大、産業振興につなげる。

●デジタル産業の強化

- ・産学官で連携したデジタル人材の確保・育成に取り組むとともに、誘致企業と地場企業の交流を促進し、新たなビジネスの創出につなげる。

●海洋産業の集積と育成支援

- ・造船をはじめとする海洋関連産業の脱炭素化への対応や新分野進出を図るため、高付加価値船建造や洋上風力発電事業への参入支援に取り組むとともに、地元発注率を高めるためのサプライチェーン構築支援を行う。

●生命科学関連産業の育成支援

- ・産学官金で連携し、関係者間のネットワーク構築や情報共有を図るなど医工連携分野への地場企業の参入を支援する。

●環境分野の地場企業振興

- ・企業の研究開発拠点などと連携し、実証フィールドの提供や協業可能性などを検討することで、地場企業や誘致企業の環境産業分野への参入を促す。

●地場製造業の育成支援とリーディング企業の発掘・育成

- ・市内製造業の事業拡大や収益増につながる新たな取組みを支援するとともに、特にGXを牽引するリーディング企業の育成・支援に取り組む。

いずれにしても大切なのは、プランを「作って終わり」ということではなく、これからこのプランを一つひとつ具現化していくことである。令和6年度予算に十分に反映されていない部分もあり、そこは補正予算や来年度予算に期待するが、全てを行政組織という長崎市だけで取り組めるものではないのも事実である。

“待ったなし”の人口減少に立ち向かうため、市民の皆様、他の行政組織、街の企業や経済団体、大学などの教育機関と協働し、“オール長崎”で、スピード感をもってアクションプランに掲げたものを目に見える形にしていかなければならない。場合によっては長崎市外の国内企業や海外の企業のご協力を積極的に仰ぐことも必要である。

「長崎でしかできないもの」、「長崎でやるべきもの」を軸にして、第一次産業、第二次産業、第三次産業の全ての分野において「試すなら長崎」という環境を整え、イメージを醸成することが、再び世界に開かれた「出島」になることの必須条件だと考える。

また、このアクションプランは、絶えず社会経済の変化を踏まえ、修正すべきものは躊躇なく修正していかなければならない。そうしたPDCAサイクルを回すことで、転出超過自治体の上位の常連から抜け出し、地域経済の活性化を実現させなければならないと考えている。

相続の話、してありますか？

「相続」はある日突然やってきます。家族や親族から遺産を受ける相続、自分が遺産を渡す相続。どちらも頭を悩ませる問題ですね。家族間でもなかなか話題にしづらいテーマですが、みなさんは相続について家族や親族と話をしたことがありますか。

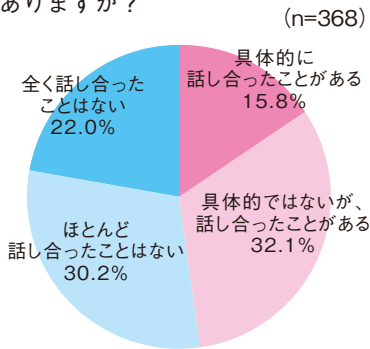
そこで今回は、「相続」をテーマにリサーチしました。

- 調査方法：長崎県内に居住する18歳以上男女をモニターとするwebアンケートサイト「リサチャン」で実施。
- 調査期間：2024年2月22日（木）～2月28日（水）
- 回答者数及び属性：368人【年齢】30歳代以下59人、40歳代93人、50歳代116人、60歳代以上100人

※グラフの構成比は、端数処理の関係で合計が100%にならない場合があります。

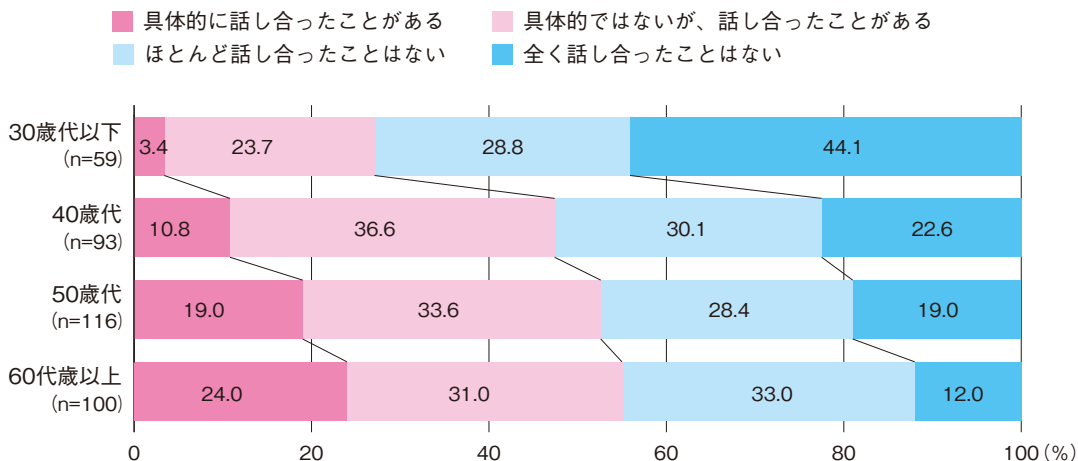
◆相続について話し合ったことが「ある」と「ない」は、ほぼ同じ割合

「相続」について話し合ったことはありますか？



これまでに家族や親族と相続について話し合ったことはあるか尋ねたところ、「具体的ではないが、話し合ったことがある」が32.1%で最も多く、「具体的に話し合ったことがある」の15.8%と合わせると「話し合ったことがある」は約5割（47.9%）となりました。一方、「話し合ったことはない」も約5割（52.2%）（「全くない」22.0%+「ほとんどない」30.2%）で、「話し合ったことがある」と「話し合ったことがない」はほぼ同じ割合となりました。

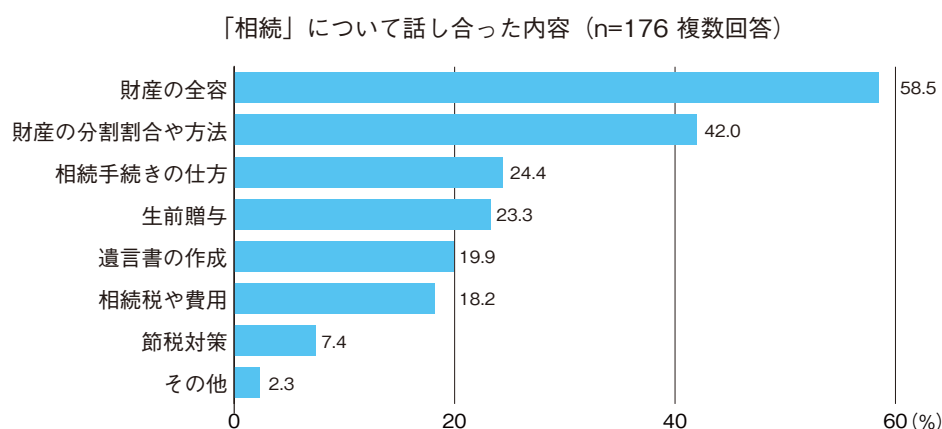
「相続」について話し合ったことはありますか？×年代別 (n=368)



これを年代別にみると、「話し合ったことがある」との回答割合は年齢が上がるほど高くなっており、60歳代以上では「話し合ったことがある」が6割近く（55.0%）になる一方、30歳代以下では27.1%と3割に届きませんでした。

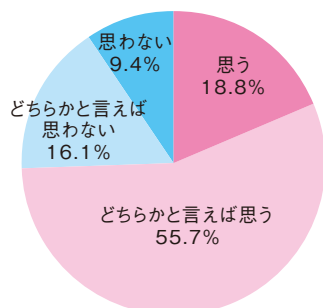
◆話し合いの内容、「財産の全容」が約6割

相続について「話し合ったことがある」と回答した人にどのようなことを話し合ったか複数回答で尋ねたところ、「財産の全容」が約6割（58.5%）で最も多く、これに「財産の分割割合や方法」が42.0%で続き、以下「相続手続きの仕方」（24.4%）、「生前贈与」（23.3%）、遺言書の作成（19.9%）となりました。



◆これまで話し合ったことがない人でも、7割超が相続について話し合いたいと「(どちらかと言えば)思う」

今後、相続について話し合いたいと思いますか？
(n=192)

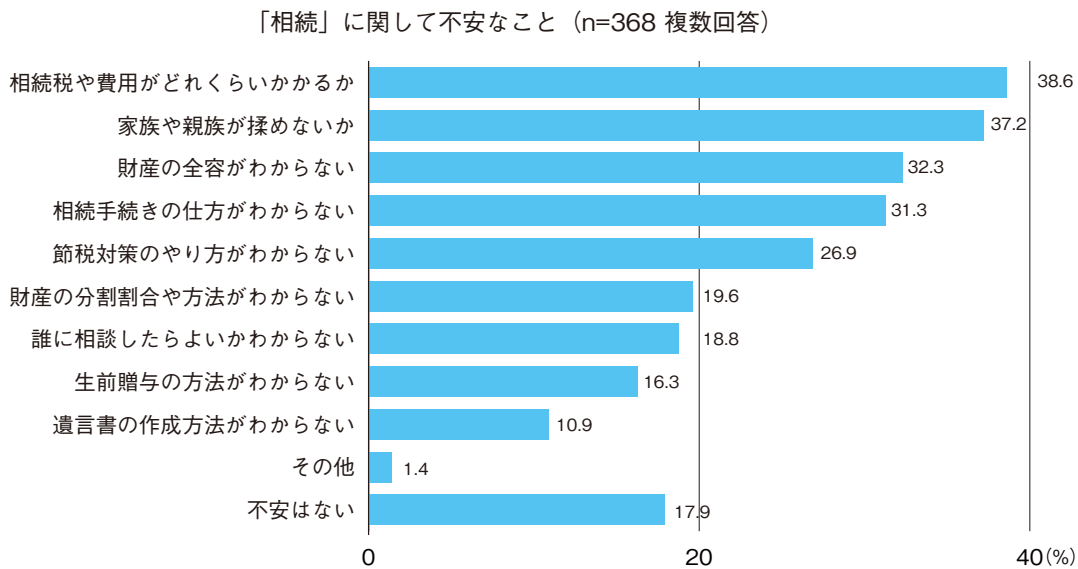


一方、相続について「話し合ったことはない」と回答した人に今後、相続について家族や親族と話し合いたいと思うか尋ねたところ、「どちらかと言えば思う」との回答が55.7%と最も多く、「思う」の18.8%と合わせると7割を超える人（74.5%）が「(どちらかと言えば)思う」と回答しています。

◆相続に関して不安なこと、「相続税や費用がどれくらいかかるか」と「家族や親族が揉めないか」がトップ

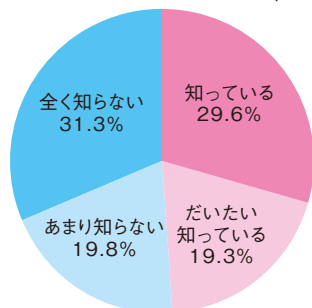
また、相続に関してどんな不安があるか複数回答で尋ねたところ、上位は「相続税や費用がどれくらいかかるか」（38.6%）と「家族や親族が揉めないか」（37.2%）でともに4割近くになりました。こ

れに、「財産の全容がわからない」(32.3%)、「相続手続きの仕方がわからない」(31.3%)、「節税対策のやり方がわからない」(26.9%)が続きました。一方、「不安はない」と回答した人も約2割(17.9%)いました。



◆ 「相続登記の義務化」、「(だいたい)知っている」と「(全く)知らない」はほぼ同じ割合

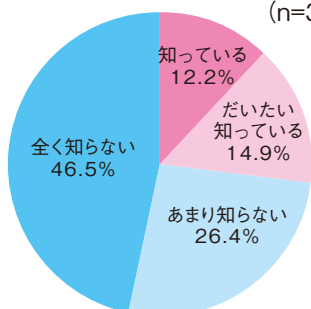
「相続登記の義務化」を知っていますか？
(n=368)



2024年4月から、不動産を相続した場合には、登記申請をすることが義務化されること(相続登記の義務化)を知っているか尋ねたところ、「(だいたい)知っている」が48.9%、「知っている」29.6%+「だいたい知っている」19.3%、「知らない」が51.1%、「全く知らない」31.3%+「あまり知らない」19.8%とほぼ同じ割合となりました。

◆ 「相続土地国庫帰属制度」について、7割超が「知らない」

「相続土地国庫帰属制度」が始まることを知っていますか？
(n=368)



また、2024年4月から一定の条件を満たせば、相続した土地のうち不要なものを国庫に帰属させることができる制度(相続土地国庫帰属制度)が始まることを知っているかについても尋ねたところ、「全く知らない」が46.5%で最も多く、「あまり知らない」の26.4%と合わせると7割超(72.9%)が「知らない」と回答しています。「相続土地国庫帰属制度」の認知度は、「相続登記の義務化」に比べまだ低いことがうかがえます。

◆自由コメント

【「相続」についてひとこと】

自由コメントには、これから発生する相続に不安を抱えながらも「話題を切り出しにくい」「親が嫌がるから、機会を見て」との声がある一方、「普段から相続について話し合っている」「自筆証書遺言制度の手続きをした」など早めに準備をしているとのコメントも多く寄せられています。相続で揉めた経験を持つ人も少なからずおり、いざ相続となったときに困らないよう事前に話し合う機会をもっておくことが大切ようです。

○あまり親の死んだ後のことは話題にしにくい…。(長崎市、30歳代、女性)

○祖母や祖父が亡くなった時に、相続で揉めて両親が大変そうだった。それを目にしているのだから、自分が相続する立場になった時にはどうしたらいいかをしっかり考えていきたいと思いました。(長崎市、40歳代、女性)

○実母の予想される相続に関しては、自筆証書遺言書保管制度を利用して、一昨年法務局へ預け完了しました。思ったより手続は簡単でした。(長崎市、60歳代、男性)

○準備したいけど親が非協力的でさっぱりわからない。何もわからずとても不安すぎる。嫌になる。(大村市、40歳代、女性)

○父の相続財産がどれだけあるか把握していないが、デリケートな話なため、父と具体的に話をしたことがないことが心配だ。そんな話をしたがために、実際に相続が発生しそうで怖い。(長崎市、40歳代、男性)

○日ごろから、我が家の全財産(大したことはないが)はオープンになっているし、4人の子どもたちとのコミュニケーションも十分取れているので、相続については全く心配していない。(長与町、70歳以上、男性)

○不要な家・土地に困っている。(佐世保市、40歳代、女性)

○昨年義父がなくなり、これから相続の手続きを始めようとしているところです。地元に住まない兄弟もいて、どうなるか心配です。(南島原市、50歳代、女性)

- 気軽に相談出来る窓口を増やして欲しいと思う。役所や冠婚葬祭会社くらいしか身近な相談窓口がないので、今後増加する問題だと思うので各自治体の公民館講座等で相続全般の講座があるといいなと思います。(諫早市、50歳代、女性)
- 親が元気な時は家族が集まって話をする機会がたくさんあったのに相続の話はした事がなかった。親が施設に入ってから集まる機会も減り、グループLINEで情報共有している。相続のことは先延ばしになっている。(長崎市、50歳代、女性)
- 最近法務局に出向く用事があり、たまたま自筆証書遺言書保管制度の立看板を目にしたので子供がいないのもあって説明を聞いたところでした。この制度を利用したいと夫と話しました。(長崎市、60歳代、女性)
- 遺産分割協議書に署名したことも同意したこともないのに、知らぬ間に相続が完了していて自分が相続したものがほとんどなかった。農家の跡取りでもないのに兄弟仲がこじれるのも嫌で静観するしかなかった。(長与町、60歳代、男性)
- 微妙な(相続が真実味を帯びる)年齢になって話し合うのは気まずい雰囲気になるので、(そんな話まだ早いよというくらい)早いうちから話し合った方がいい。(長崎市、60歳代、男性)
- 相続に関する事は、早め早めに出来るところから少しずつでも良いのでやるべきだと頭では分かっているのですが…。先ず初めに何をどうすれば良いのかが分からず手つかずじまいです。(長崎市、60歳代、女性)

(高橋 純子)

長崎県内にお住まいの方限定「リサチャン」アンケートモニター募集中！

「リサチャン」は「長崎」に特化した地域密着型のアンケートサイトです。長崎県内に居住する18歳以上の方ならどなたでも参加できます。簡単な会員登録をするだけで、アンケートのご案内のメールが届きます。

★あなたもリサチャンのアンケートを通じて意見発信しませんか？

★ポイントを貯める楽しみも！ 会費等一切無料。いますぐご登録を！



～リサチャン <https://researchan.jp/> 【リサチャン長崎】で検索～

長崎上海クラブ ～ ランタンオブジェを寄贈 ～

2024年2月7日(水)、長崎上海クラブは、「長崎ランタンフェスティバル実行委員会」へランタンオブジェを寄贈しました。

寄贈したのは、中国の民間伝承として伝わる道教系の神「鍾馗(しょうき)」をかたどった高さ約3メートルのオブジェです。日本では疱瘡除けや学業成就に効果があるとされ、その像は端午の節句ののぼりに描かれたり、5月人形や魔除けの人形にされたりしています。



当日は長崎市役所正面に展示されたオブジェの前で贈呈式が行われました。

式には、鈴木長崎市長にもご列席いただき、当クラブの東副会長より「長崎ランタンフェスティバル実行委員会」の森会長へ目録を贈呈しました。

文化事業部へのご照会は

電話番号 095-828-8859 ファックス番号 095-821-0214

e-mail nri@nagasaki-keizai.co.jp まで



法人のお客さまへのご案内

十八親和銀行が

お客さまの事業に関する課題解決をお手伝いします！ [くわしくはこちら](#)



資金調達



金融
資産運用



業務効率化

(デジタル化支援・
決済業務の効率化)



ビジネス
マッチング
(販路拡大)



相続・
事業承継・
M&A



海外
ビジネス
サポート



不動産の
有効活用



リスク
マネジメント
(損害保険・生命保険)

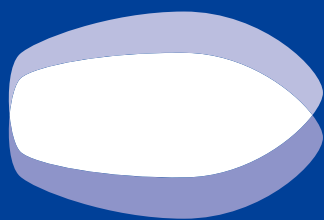


その他
コンサル
ティング

JS 十八親和銀行

2024年3月現在

事業者さま向け経営サポートサービス



BIZSHIP

銀行と共に、ビジネスの未来を切り拓く。

01

複数口座の管理に
お困りの方

デジタル通帳



02

業務に追われて
時間がない方

オンライン手続



01

デジタル通帳で、口座をまとめて管理

通知機能を使って、気になる入出金をリアルタイムで把握。
手間のかかる口座別の入金確認や残高照会が、オンラインで完結。
明細はPDF、CSVでそれぞれ加工や保存可能に。

主な機能

入出金、残高通知
他行口座連携
資金繰り管理



02

オンライン手続で、業務の効率化

銀行へ決算書類を手軽かつ安全にオンラインで提出。
残高証明書の電子交付を利用すれば、発行手数料も0円に。
さらにインボイスもワンクリックで取得可能。

主な機能

オンライン書類提出
残高証明書の電子交付
手数料取引明細(インボイス)発行



お問い合わせ

BIZSHIP事務局

☎ 0120-000-727

[受付時間] 平日9:00~17:00 但し、銀行休業日は除きます。

詳しいご説明やお申し込みは
こちら→

