

夏号

ながさき経済
2025年夏号
No.398



ながさき経済

寄稿

長崎県美術館開館20周年を迎えて

長崎県美術館 館長 小坂 智子

寄稿

深化する長崎歴史文化博物館を目指して

～博物館の20年～

長崎歴史文化博物館 館長 水嶋 英治

新しい風

琴湖のほとりにて考える

コミュニティの持続性を担保するものとは

平井 杏奈

調査

景況感、トランプ関税の影響懸念も加わり先行き弱含み

～第140回 県内企業景況調査～

寄稿	長崎県美術館開館20周年を迎えて 長崎県美術館 館長 小坂 智子	1
寄稿	深化する長崎歴史文化博物館を目指して ～博物館の20年～ 長崎歴史文化博物館 館長 水嶋 英治	6
新しい風	琴湖のほとりにて考える コミュニティの持続性を担保するものとは 平井 杏奈	13
調査	景況感、トランプ関税の影響懸念も加わり 先行き弱含み ～ 第140回 県内企業景況調査 ～	18
調査	県内企業の設備投資動向調査 — 2025年度期初計画(2025年5月調査)—	26
調査	2025年春の県内企業の新卒者採用と 初任給および来春の採用計画	30
寄稿	宿泊税について考える ～ 長崎市と他都市の比較から ～ 元日本銀行長崎支店長 平家 達史	34
ふるさと振興	フィルハーモニックオーケストラ・長崎	44
ふるさと振興	諫早交響楽団	46
トピックス	産学官のトップが、長崎ベイエリアのカーボン ニュートラル推進について考える ～第28回長崎サミット開催～ 長崎都市経営戦略推進会議	48
ながさき暮らしの データBOX	偽・誤情報に惑わされないために	52

長崎県美術館開館 20 周年を迎えて

長崎県美術館 館長 小坂 智子

石橋財団ブリヂストン美術館学芸部、慶應義塾大学アートセンター・キュレーター等を経て、2000年4月より、長崎国際大学教授。2015年4月国立大学法人佐賀大学教授に着任。2016年より佐賀大学芸術地域デザイン学部長。2020年4月より現職。



長崎県美術館は2005年に開館し、本年4月に20周年を迎えた。本稿では長崎県美術館がこれまでの20年で培ってきたことやその特色などをご紹介しますとともに、美術館が地域社会においてどのような役割を担っているかについてお示ししたい。

長崎県には1965年に開館した長崎県立美術博物館が長崎市立山にあり、県民に親しまれていた。長崎県と長崎市は2000年に「諏訪の森再整備に関する基本方針」を公表。長崎県立美術博物館は老朽化および立山の敷地を含む一帯の文化ゾーンの形成のため、2002年に閉館が決まり、新しい博物館と美術館の設立が構想された。その美術館としての機能は、長崎県美術館へと引き継がれ、博物館機能は同じく2005年に開館した長崎歴史文化博物館が担うこととなった。

新美術館建設にあたっては、その基本理念は①「継承：前身である長崎県立美術博物館の伝統と資産を着実に継承する」、②「交流：芸術文化活動の拠点として、多くの人と情報の交流を図る」、③「創造：豊かな感性と想像力を育み、新たな長崎文化を創造する」と定められた。長崎県美術館条例において、その設置は「地域の活性化及び芸術文化活動の拠点として、優れた美術作品の鑑賞及び学習の機会を提供するとともに、創作活動及び作品発表等の支援を通じて、生涯学習に対応した文化的環境の整備を図り、もって新たな長崎県の文化の創出に寄与するため」とされている。

2005年4月、長崎市出島町に日本設計・隈研吾氏の設計により、新しく建設された長崎県美術館がオープンした。長崎水辺の森公園と合わせて周辺環境も一体的に整備され、運河をはさみギャラリー棟と美術館棟が回廊によってつながる建物は、建築賞等も受賞し長崎の新しいランドマークとなった。

開館以来、公益財団法人長崎ミュージアム振興財団が指定管理者としてその運営にあたっている。指定管理者が運営にあたることで、より柔軟で迅速な対応や民間手法を取り入れた運営が可能となっている。

入館者数は、コロナ禍前まで年間平均 38 万人で推移しており、2025 年 2 月に開館以来の総入館者数 700 万人に達した。コロナ禍では、他機関と同様に臨時休館や企画展の延期・中止等を余儀なくされ、利用者がいなければその存在意義そのものが成立しない施設であることをまざまざと感ずることとなった。その後は緩やかな回復傾向にあり、20 周年に当たる本年は、より多くの利用者の楽しみと学びの場を提供することを目標としている。

収蔵作品は、「長崎ゆかりの美術」と「スペイン美術」を中心に約 9,000 点を数える。開館当時 5,000 点あった収蔵作品は、この 20 年間に購入や寄贈等で 4,000 点ほど増えたことになる。「長崎ゆかりの美術」とは長崎出身や長崎にルーツを持つ作家の作品、長崎を描いた作品など、長崎にかかわりのある作品を対象としている。「スペイン美術」は、元駐スペイン特命全権公使須磨弥吉郎（1882 - 1970）の収集したいわゆる須磨コレクションの一部が 1970 年に寄贈されたことを契機に収集されてきた。当館では開館前からスペイン国立プラド美術館と覚書を交わし、学芸員の派遣や研究の情報交換などを重ねている。スペイン美術の日本への紹介等の功績から、2024 年 6 月には、スペイン国王より日本の美術館としては初となる文民功労勲章（名誉の盾）が授与されている。

ここで改めて当美術館の事業について説明しておきたい。美術館は美術作品という資料を扱っている施設である。収集方針に沿った美術作品の収集とその保存・管理がその基礎となる。収蔵作品は、コレクション展示室で年間を通じてテーマに沿った展示を行なっている。また、時期を定めてテーマに沿って実施される企画展事業は、年間 4 ～ 5 本程度実施している。スペイン美術など当館にかかわりの深いテーマに加え、デザイン関連の展示、そして多くの方に楽しんでいただけるポピュラーな展示や子どもたちに楽しんでいただける内容など、多岐にわたるセレクションを心掛けている。

展示事業が多くの方に楽しんでいただき、目に触れる最も大きな事業ではあるが、展示されている作品やテーマについて、より深く理解するために、教育・普及事業と呼ばれる分野も不可欠である。



彫刻を鑑賞する子どもたち



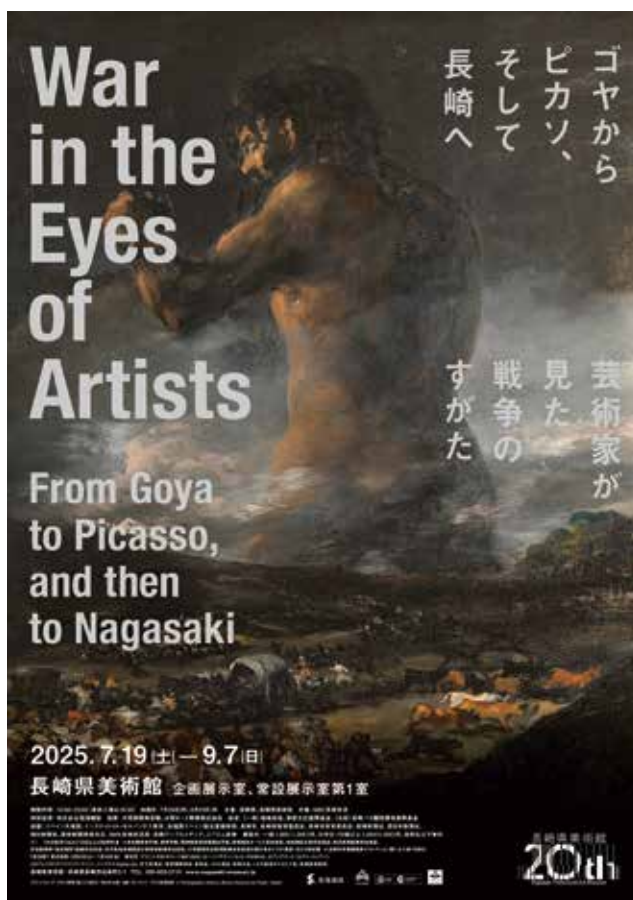
スペイン美術の展示室

(写真：長崎県美術館)

学校団体等の受け入れやワークショップ等の創造体験を伴う学習、講演会、作品鑑賞等を通して、利用者と美術館を結びつける役割を担っており、開館以来、対話を伴う鑑賞教育を学校向けのプログラムに取り入れている。作品を見ながらお互いの考えを伝えたり、自らの感性に気がついたりすることが、子どもたちのコミュニケーション能力の向上や感性の醸成に役立っていると考えている。

20周年にあたる本年は多くの企画を立案し実施している最中である。上半期には展覧会として「開館20周年記念コレクションの在りか—現在地をみつめて」(4月12日～6月29日)、「金曜ロードショーとジブリ展」(4月24日～7月6日)、「ゴヤからピカソ、そして長崎へ 芸術家が見た戦争のすがた」(7月19日～9月7日)を企画している。

夏に実施される「ゴヤからピカソ、そして長崎へ 芸術家が見た戦争のすがた」展は、20周年の記念であると同時に、長崎にとっても被爆80年という節目の年となることを見据えた企画となっている。被爆地に在る美術館として、この年に戦争をテーマとした展覧会を開催することは重要な意義を持つ。また、当館はスペイン美術を標榜する美術館であることから、収蔵作品であるフランシスコ・デ・ゴヤの版画集『戦争の惨禍』を中心に据え、そこで表された戦争の真の姿、そこから導き出される戦争の本質について考える展示とすることにした。スペイン国立プラド美術館からはゴヤの油彩画、ソフィア王妃芸術センターからはスペイン内戦期に制作されたピカソの版画、さらに国内美術館に所蔵されている戦争や原爆にまつわる作品が一堂に会すること



(出典：長崎県美術館)

になっている。また特別にピカソの「ゲルニカ」の原寸大複製陶板が展示されることも決まり、ゴヤからピカソへの連続性を呈示するとともに、史上初の本格的な無差別爆撃の地であるゲルニカから長崎へのつながりを指し示すものともなっている。

本年は、長崎において「第40回国民文化祭、第25回全国障害者芸術・文化祭（ながさきピース文化祭2025）」が開催される。当館では、「ながさきピース文化祭2025 皇室の名品と長崎—皇居三の丸尚蔵館収蔵品展」(9月14日～10月19日)を開催する。本展では、皇室ゆかりの美術工芸品などを収蔵・展示する皇居三の丸尚蔵館の約6,200件に及ぶ収蔵品の中から、長崎にゆかりのある名品の数々が並ぶ。

さらに展示会場の後半では、海外交流史上での重要作として知られる国宝《蒙古襲来絵詞》を展示する。松浦市鷹島の水中遺跡など近年県内で調査研究が進んでいることから、県民の関心の高い文化財を展示する貴重な機会といえる。本展は皇室で大切に受け継がれた名品の数々を通して皇室文化の精華にふれるとともに、地域の文化を見つめなおす契機となると期待している。

年度後半にも「ジャネット・カーディフ《40 声のモテット》」(10 月 17 日～11 月 16 日)、「没後 40 年 鴨居玲展 見えないものを描く」(11 月 22 日～2026 年 2 月 1 日)、「生誕 100 年 山下清展－百年目の大回想」(2026 年 2 月 14 日～4 月 5 日)、「田中達也展 みたてのくみたて」(2026 年 3 月 12 日～4 月 13 日)を企画し、多様な展示が展開される予定である。また、展示以外にもコンサート等のイベントや記念講演会、新たなミュージアムグッズの開発などを実施し、20 周年を契機により充実した美術館活動を推進しているところである。

20 年間の当館の活動を振り返り、そして次の 20 年へとつながる試みとして多様な事業を展開している最中ではあるが、改めて、こうして振り返れば、これまでの活動を支えてきた多様な要素に思いをはせることになる。そして何よりも長崎県美術館の利用者が、そして社会が美術館に何を求めているかを的確に把握することが肝要であると考えます。

博物館・美術館の設置や運営について定めた法律に博物館法がある。博物館法では博物館の定義や事業について、また、そこに勤務する専門職である学芸員について記されている。美術館を含む博物館は従来この法律に則り、社会教育施設とされてきた。戦後まもなくに制定されたこの法律では、長く博物館は図書館や公民館と同様な社会教育施設とみなされてきたのである。2022 年の博物館法改正では、これに加えて、文化芸術基本法の本質にも基づくと改められた。博物館・美術館は社会教育施設であると同様に文化施設であることが、位置付けられた。

2017 年に制定された文化芸術基本法には、「文化芸術を創造し、享受することが人々の生まれながらの権利である」と、文化権が明記されていることは重要である。長崎県の設置した美術館として、県民の文化権を保障することは、その使命といえる。また、文化芸術基本法は、少子高齢社会やグローバル化などを背景に、文化芸術そのものの振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の関連分野もその及ぶ範囲とし、文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用するとされている。

近年のこうした法律上の変化は、社会の要請を受けたものであり、美術館はその基本的機能の充実とともに、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業等の領域と積極的にかかわり、美術館活動を通して文化芸術の振興をはかり、地域振興と社会問題の解決に寄与することが求められているといえる。

先に掲げたように、当館の基本理念は「継承」「交流」「創造」の 3 点である。長崎県立美術博物館より継承してきたコレクションや理念を発展させ 20 年の歩みを付け加えることができた。「交流」と「創

造」は、開館時に増して、社会に求められている機能といえよう。社会が美術館に求めていることを的確に理解しながら、利用者一人一人の美術館における体験が豊かになるような美術館を創造していきたいと願っている。



長崎県美術館建物外観

(写真：長崎県美術館)

深化する長崎歴史文化博物館を目指して

～博物館の20年～

長崎歴史文化博物館 館長 みず しま えい じ 水嶋英治

2018年から長崎歴史文化博物館館長。前・筑波大学教授。
日本ミュージアム・マネジメント学会名誉会長。
博士(世界遺産学)。東京理科大学理工学部卒。
フランス国立文化財学院(博物館学)修了。
チェコスロバキアJEプルキーネ大学大学院哲学研究科短期留学。
筑波大学大学院修士課程(芸術学研究科)、
同博士後期課程(世界文化遺産学)修了。



博物館の象徴ともいえる長崎奉行所の復元建築も、歳月の流れとともに少しずつ地域に溶け込み、「諏訪の森」の風景の重要な一コマになった。人格同様、建物の風格を醸し出すには時間がかかるが、20年の歴史を刻む地域のモニュメントになっていくことに思いを馳せながら、私は小さな喜びを感じている。博物館を人生に例えれば、今年で20歳。11月3日の文化の日に、ようやく成人式を迎えることができる。「光陰矢の如し」と言われるように、あっという間の20年だった。

もちろん、博物館運営は毎日が試行錯誤の連続である。しかし、大堀初代館長と同じように、お客様の目線、来館者本位の運営は開館当初から変わっていない。博物館の大先輩たちから見れば、私たちはまだ鼻たれ小僧の館かもしれないが、これからも組織的な成長目標を高く設定し、日々努力していくつもりである。本稿では、20年を振り返り、文化遺産継承の責任と重みについて述べてみたい。

「記憶の場」の重み

長崎歴史文化博物館の使命に記されているように、当館は「多くの人に鑑賞・学習・体験の機会を提供する」場である。「場」である以上、当然のことながら、人々が人々と出会い、歴史と文化に出会い、過去と未来に出会う場である。「人與人」「歴史と文化」「過去と未来」、この3つの出会いができる「場所」、それが博物館である。

この場所に「立山奉行所」が存在していたという事実は、ピエール・ノラ¹の言葉を借りれば「記憶の場」

¹ ピエール・ノラ (Pierre Nora) は、フランスの歴史学者。記憶と歴史の関係を探究する分野において先駆的な役割を果たした。代表作『記憶の場 (Les Lieux de Mémoire)』は、歴史的記憶が物理的・象徴的な「場」によって保持・再構築されるという概念を提唱し、国民意識の形成と文化的記憶のあり方を多角的に分析した大著。

である。建築史的に言うならば、「場所性」という極めて重要な概念が重なり合う場所、これが博物館としての存在価値のひとつであろう。類まれな場所であることは、その風格を見れば一目瞭然である。

長崎奉行所は、文化5年（1808）に作成された「長崎諸官衙絵図面」を基本に、さまざまな歴史資料や幕末に撮影された古写真などをもとに復元整備された（写真1）。建設時に旧・長崎奉行所の石垣、石段、庭園などの遺構が出土したため、石段は組みなおし補強され、奉行所門側のエントランスとして活用しているが、遺構保存の観点から17世紀当時の石材も使用され、石垣も復元されている。まさに「保存」と「活用」である。

私は、この「歴史の重み」「場所性の重み」、別の言葉で表現すれば、1673年に開設された長崎奉行所立山役所が「歴史の証言の場」であること、架空の場所ではなく、真実の場であること、長崎の歴史と伝統の上に成り立つ「精神文化の環境」として常に捉えている。

場所だけではない。動産資料である歴史的記録文書、例えば「犯科帳」のような貴重な文書史料を保存・収蔵していることも特筆に値する。8万点以上に及ぶ歴史資料を所蔵していることを考えれば、文化遺産継承の責任とその重さを感じているのは、私一人ではない。博物館職員一同感じているところである。

博物館の源流

さて、当館は博物館の前身である「長崎県美術博物館」と「長崎市立博物館」、「長崎県立図書館郷土課」の3つの組織が三位一体となってできた博物館である（図1）。収蔵資料のコレクションも大編成を行った。ひとつ目のコレクションは旧長崎県立美術博物館（1965年開館、写真2）が収蔵してい



写真1 長崎歴史文化博物館の全景
手前が長崎奉行所の復元建築、奥が博物館
（黒川紀章建築都市設計事務所）



写真2 1965年当時の旧長崎県立美術博物館
（出典 <https://umemuragumi.com/>）

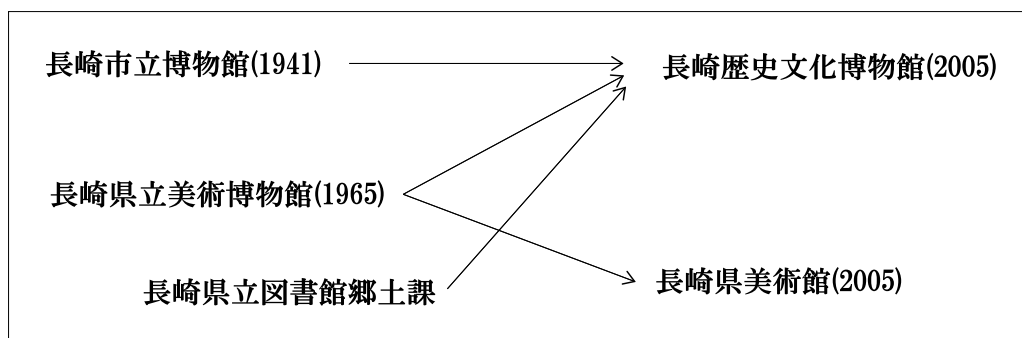


図1 博物館・美術館の系譜

た江戸時代以前の美術作品・歴史資料、ふたつ目のコレクションは旧長崎市立博物館（1941年開館）の収蔵品、そして第3のコレクションは県立長崎図書館郷土課で管理してきた古文書・歴史資料（写真3）。この3つのコレクションを一堂に集め、開館した博物館である。とはいえ、美術館と歴史文化博物館の間で、それまで収蔵していた3つのコレクション・約5,000点（当時）の資料をどのように分担するのかという根本的な課題もあったように聞く。両館の性格などさまざまな議論を経て、「基本として歴史資料および江戸以前の美術資料を歴史文化博物館で継承する」こととして、約2,000点の資料が移管された。

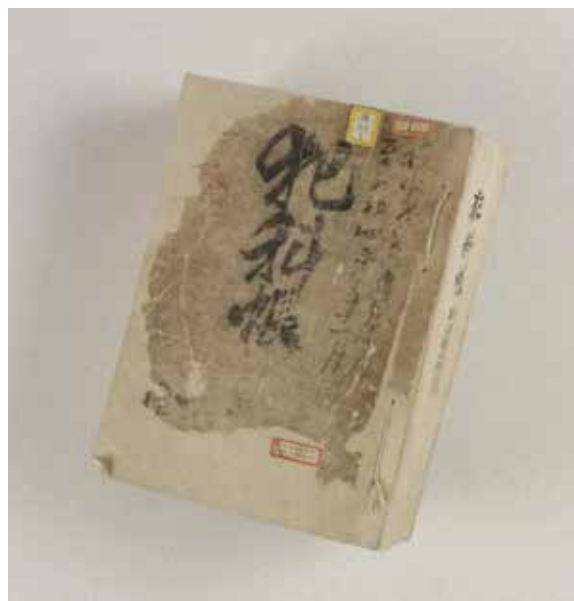


写真3 江戸時代の裁判記録「犯科帳」は貴重な歴史遺産である（17～19世紀）
（出典：長崎歴史文化博物館）

一方、長崎市立博物館の前身は1897年（明治30年）2月6日に開設された商品陳列場である。1941年（昭和16年）には、長崎公園内の旧・商工奨励館を改装し、博物館として開設された。このように、長崎奉行所の開設から数えると350年以上の歴史を持ち、商品陳列場の開設から数えると123年の歳月が流れている。この時間の流れを思うと、20周年を喜ぶだけではなく、350年近くの歴史の重みを感じる。この重みに耐え、さらに100年先、200年先の世代に対しても、今日の我々に与えられた責任をつつがなく継承していかなければならないと考える次第である。

歴史と責任の重み

問題は、そうした「歴史資料をどのように保存しつつ、長期にわたって活用していくか」という博物館運営の課題に直結している。世代から世代へと継承されていくべきモノとコト。過去から未来へ伝えていくべき歴史資料と文化。これらを守り、次世代に継承していくことが長崎県、長崎市、そして私と指定管理者（乃村工藝社）の責任である。

しかし、この責任は、行政、博物館だけでできるわけではない。国も、関係の市町村も、地域住民も、一体となって文化財の保存と活用を推進していくことが必要である。その意味では、長崎県の中核的博物館としての責任を、同時に果たしていかなければならない。私たちは、自分の博物館だけを考えるのではなく、長崎県内外の博物館との連携を強化し、観光客にとって町全体が博物館となるような文化政策、博物館政策を推進していかなければならない。つまり、「単館思考」に固執することなく、長崎県域全体の主導的役割を担う責任も、これまた大きいものがある。

博物館の使命

歴史文化博物館の使命を達成するためには、この立山にある博物館という「場」を活用し、提供するサービスの質を高めることに尽きる。地域連携事業、教育普及事業・生涯学習支援事業、展覧会事業、歴史資料の保存・修復、観光促進、マーケティング事業、国際広報を含めた情報の世界発信など、どれひとつとっても欠かせない事業ばかりである。

ところで、ここで少し話題を変え、博物館の現状と課題について述べておきたい。まず入館者数（図2）であるが、開館から今日（2025年5月末現在）に至るまで通算累計で約828万人のお客様が来館している。なかでも、外国からのお客様の国籍をみると、コロナ前の2019年は69か国に及んでおり、また直近の2025年5月にも47か国から当館を訪れている。これまで開催してきた展覧会は100回以上に及ぶが、インバウンドを重視すれば常設展示の質的向上と外国語対応、長崎県民や日本人観光客を意識すれば特別展示の充実化に努めることが課題である。

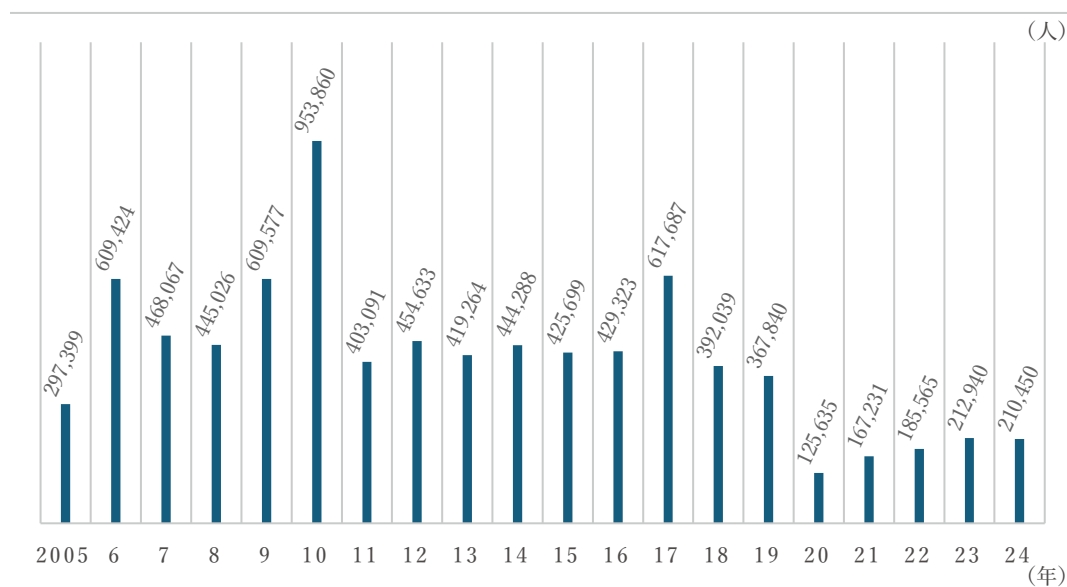


図2 開館2005年から2024年までの総入館者数の推移

収蔵資料（歴史資料）の管理と保存

前述したように当館の収蔵物は、旧長崎県立美術博物館の江戸時代以前の美術作品・歴史資料群、旧長崎市立博物館が収蔵していた資料群、県立長崎図書館郷土課の3館のコレクション群（資料群）から構成されている。指定文化財も相当数所蔵しており、たとえば安政2年「日蘭条約書」、長崎奉行所関係資料（1,242点）など国指定重要文化財のほかに、青方文書（国指定・長崎県指定文化財）、紙本著色南蛮人來朝図之屏風（国指定旧重要美術品）、上野彦馬使用写真機（日本化学遺産）、シーボルトのカメラ（専属絵師）と呼ばれた川原慶賀筆による唐蘭館図など、特色のある収蔵品が多い。

当館（分館である「旧香港上海銀行長崎支店記念館及び長崎近代交流史と孫文・梅屋庄吉ミュージアム」の資料を含む）と長崎県美術館に収蔵されている全資料については、一括検索がデータベース（イ

ンターネット上)で可能である。

また、収集に関しては基本方針が定められており、以下の条件を満たす資料が収集・収蔵される。

- ・長崎の海外交流史に関する資料
- ・近世長崎の美術作品・工芸作品
- ・長崎奉行所に関する資料
- ・長崎文化に関する資料

当然のことながら、全国の博物館関係機関への収蔵品資料の貸出も多い。このほか、情報時代を反映してか、当館が所有する画像貸出の貸出も多く、年間 500～600 件の画像データを博物館・行政・マスコミ・出版・教育関係に貸し出している。

脆弱な歴史資料や劣化がひどい資料は、博物館の保存修復の専門家が毎年修復・修理を行っている（写真 4）。美術工芸品（掛軸・屏風）の剥落止めや裏打ちや古文書の裏打ち、脱酸処理などを行っており、2023 年度の実績では美術工芸品は 7 件 33 点、古文書修復は 63 点（県所蔵資料 29 点、市所蔵資料 34 点）である。時間がかかる作業のため、それほど点数としては多くないが、継続的に複数年計画で修復を実施している博物館は日本でも極めて珍しい。



写真 4 修復作業の様子

博物館の保存修復の専門家によって毎年傷んだ資料を保存修復している。

（写真：長崎歴史文化博物館）

展示活動

博物館機能のうち、常設展示は博物館の顔であり、最も注目を集めるところである。長崎歴史文化博物館の常設展示は「歴史文化展示ゾーン」と「長崎奉行所ゾーン（写真 5）」に大別される。展示を構成するストーリーは、「西洋との出会い」から始まり、「朝鮮との交流」を経て、中国やオランダとの貿易で賑わう長崎を紹介し、蘭学をはじめとする「知の都」から近代へ移る道のりを時間軸に沿って示している。



写真5 復元された長崎奉行所のお白洲（奉行が裁きを行う場所、現在の裁判所）では、毎日曜日、地元の寸劇ボランティアによって「犯科帳」を題材にした歴史的事件が演じられている。開館以来公演回数は8,000回を超えた。（写真：長崎歴史文化博物館）

教育活動

展示と同様、教育活動は博物館機能の要である。主として当館の博物館教育は、一般向け、学校向け、子供向けの3つの対象層に分けて実施している。一般向け事業は、成人を対象とした教育プログラムで、長崎県の歴史・文化について理解を深めるために「れきぶん長崎学講座」、「文化財セミナー」、「古文書講座」、「スタディツアー」を実施している。講師は博物館の研究員（学芸員）と外部の客員研究員等が担当している。これらの講座のほかに、学校向けの教育活動として「協力校・パートナーズプログラム」がある。これは博学連携の一環として2か月に1回学校教員を対象とした研修会を開催し、当館を利用するための授業の実践方法について情報交換を行うプログラムである。その他にも、長崎県は離島が多いため、当館から学校に向けてインターネットを利用した「遠隔授業」を行っている。



写真6 学校連携の様子
博物館と学校が連携して展示物を解説している教育担当の研究員
（写真：長崎歴史文化博物館）

調査研究

博物館の調査研究は、学術論文を執筆するのが主目的ではなく、常設展示や特別展の準備過程において所在調査や作品調査、資料研究を行うことが多い。（もちろん最終的には論文の形で『研究紀要』に執筆・投稿することもある）。

長崎学に関する研究は当館の研究員のほかに、研究プロジェクトチームを結成してチーム全体で研究する場合もある。近年に実施した調査研究事業では、長崎の美術工芸に関する研究（隠元禅師、黄檗文化等）、川原慶賀が描いたと思われる長崎港の屏風の海外資料調査（オランダ・ライデン国立民族学博物館）、ユネスコ世界記憶遺産登録資料に関する海外調査（韓国・釜山市）、日中・日朝・日蘭交流史などである。

調査研究は当館の研究員（学芸員）だけで推進するにはマンパワーが足りない面もあるため、客員研究員制度を設け、外部の研究員と共同研究できる環境も整えている。

結語 数年先を見据えて「場」の変化に対応すること

既存の博物館を百年単位で見れば、建物も歴史資料も経年劣化していくため、リニューアルが必要となる時代が訪れる。日本はすでにその時代に突入しており、長崎歴史文化博物館もいつかは大規模修繕する時期が来るだろう。

一般論としていえば、博物館は、建築、展示のリニューアルの過程を経て、その機能、建築、情報空間の新しい概念、新しい展示技術が生み出されていく。今日、博物館は資料のデジタルアーカイブ化、観光開発化の波に踊らされる一方で、有形資産としてのコレクションを如何に経済活動の中核として「商品化」するか、あるいは情報化・デジタル化するかが求められている。

来館者が物理的に出会う「場」が、情報空間の「場」へと変化していくのは時代の流れであり、誰も抵抗できない。そして、その「場の変化」は情報化だけではなく、歴史資料の「保存の場」から、新しい制度的概念としての「観光の場」に現在変容していることは間違いない。こうした時代の流れにあわせて、私たちの博物館も次の20年を見通して対応していかなければならないだろう。

琴湖のほとりにて考える

コミュニティの持続性を担保するものとは

ひらい あんな
平井 杏奈

略歴

2011 年 立教大学 社会学部 卒業
2011 年 - 2012 年 農山漁村文化協会 北海道支部
2012 年 - 2015 年 長崎市地域おこし協力隊 琴海地区担当
2013 年 - 「琴湖ひとまちづくりラボ いなカフェ」理事 及び 事務局
2015 年 - 有限会社トモメディカルサービス 勤務
2016 年 - 2018 年 コミュニティカフェカーム・文化舎クリキンディ運営
2018 年 - 2020 年 長崎市市民力推進委員会 委員
2019 年 - 一般社団法人長崎福祉サテライト 代表理事 及び 事務局
2019 年 - 2025 年 長崎市総合計画審議委員会 委員
2023 年 - 2025 年 長浦みらいまちづくり協議会 会計



1. 琴湖のほとりにて

私が今住んでいる琴海地区は、琴湖と呼ばれた内海のほとりの地域です。琴湖とは、江戸後期の儒学者、頼山陽が漢詩の中で「琴の音のような波の音、湖のような穏やかな海」と歌ったことが由来のようです。「きんこ」（琴湖）転じて「ことのうみ」（琴の湖）とも呼ばれていました。現在は大村湾と呼ばれています。かつて大村藩に属していた琴海地区ですが、平成の大合併などを経て、現在は長崎市の一部となっています。そこに地域おこし協力隊としてやってきたのは2012年。今から13年前のことです。

東が西武で西が東武な池袋の迷路で迷いながら学生をしていた私ですが、縁があって熊本水俣や沖縄西表島等にフィールドワーク（現地調査）にでかけ、それぞれの土地で地域づくりをする大人の姿にあこがれ、最初の就職は全国の農山漁村をめぐることができる出版社に就職しました。しかし北海道支部に配属になったところ、あまりの寒さと日照時間の短さ、雪かきの大変さにぐったりし、ロシア方面から流れてくる分厚い流水を見ながら転職を決意しました。そうして、地域づくりを仕事としてできる「地域おこし協力隊」という制度を活用して、雪が降らないであろう、暖かい長崎にやってきました。



穏やかな琴湖



琴海に来てからシーカヤックに乗るようになりました

協力隊の活動としては、カメラを携えてあちこち顔を出し、インタビューして記事を書き、平成の市町村合併時に無くなってしまった地域のウェブサイトをつくったり、地元学の手法にのっとった公募写真展の主催と巡回展を行なったりしました。また、「琴湖ひとまちづくりラボ いなカフェ」を立ち上げ、利用頻度の低かった地元の施設の利活用推進のイベント（季節の「いなカフェ」や、連続講座「いっしょに学ぼう、農的暮らし」など）を開催しました。



2017年 いなカフェ夏



農的暮らしイベント

2. 移動する自由を互助するしくみ

現在、私が活動している「一般社団法人長崎福祉サテライト」では、“福祉有償運送”を手掛けています。この福祉有償運送とは、福祉の観点から運ばれる人、運ぶ人、運ぶ車両をあらかじめ運輸局及び市の運営協議会に登録することで、地域の人により、地域の困っている人を運ぶことができる互助の仕組みです。田舎では車がないと病院にも買い物にも行きづらく、高齢になって移動手段がなくなると、都会に出ている娘息子の住む地域の高齢者施設へ転出してゆく、という話は珍しくありません。民生委員さんや近所の人が連れて行ってあげることも、長期頻繁にはなかなか続きません。住み慣れた地域で暮らし続けることができるように、頼む方も頼まれる方も気兼ねなくお願いできる有償ボラ

ンティアを可能にしたのが「福祉有償運送」という仕組みです。もともとは、透析患者の家族の方が互助で持ち回っていた送迎を、有償ボランティアで自家用車により行うことができる、と国が定めたことが始まりです。ボランティアは、日本ではなぜか「無償」という意味で定着してしまいましたが、もともとは「自発的な」活動という意味です。経費持ち出しの手弁当では、内発的動機を発露させた人（ボランティア）の体力や気力などが燃え尽きてしまい、さらに支援団体も倒れてしまうと継続性を失ってしまうことが多いですが、ありがたいことに「長崎福祉サテライト」は細々ながら今も続いており、今年で10年目を迎えました。

長崎福祉サテライト「福祉有償運送」の案内

3. 「住民参加のはしご」と参加の濃淡

まちづくりと言え、かつてツタの絡まるレンガ造りの講堂で、私をフィールドワークにいざなってくれた恩師が教えてくれた「アーンスタインの住民参加のはしご」を忘れることができません。「住民参加のはしご」とは、米国の社会学者のシェリー・アーンスタインが、行政と住民との協働のまちづくりについて1969年に表現したものです（図1）。協働の様々な形を整理して、はしごの下から「世論操作」「緊張緩和（ガス抜きのための説明会）」「情報提供」「意見聴衆・協議」「懐柔」「パートナーシップ」「委任された」「市民による自治」の8段になっています。1～2段階は住民参加とは言わず、3～5段階は形式上の住民参加、6～8段階で初めて住民の力が生かされる住民参加だと述べています。

図1 アーンスタインの参加のはしご

8	市民による自治	住民の権利としての参加
7	委任されたパワー	
6	パートナーシップ	
5	形だけの応答（懐柔）	形式的参加
4	表面的意見聴取	
3	情報提供	
2	セラピー（緊張緩和）	住民参加とは言えない
1	あやつり（世論操作）	



つまり、協働で実質的に「まちづくりをする」ということは、市民が行政からサービスを受けたり、情報をもらったりする。また、まちづくり懇談会でのヒアリングや、陳情・署名を渡したり、議会傍聴を行ったりすることなどにとどまらない、計画及び意思決定や運営にかかわりを持つ（自治）ことです。

とは言え、世の中には解決しなければならない課題が星の数ほどあります。人間はそれぞれ24時間しか持たないために、生存や生活を維持していくために時間を割り振らなくてはなりません。課題につかまってしまった人が、「参加のはしご」のなかで最上段でかかわる課題もあれば、一番下の段に足をかける課題もあるなど、それぞれができることをできる分だけ、濃淡のある参加方法でもがきながら、時に横を見て手をつないでいくことができればと思っています。

4. まちづくりへのかかわり方の一例

現在、私が参加している長崎市の「総合計画審議委員」は、まちづくりの骨子「総合計画」について、市役所内で立てたものを、委員会に集った様々な市井の人々が、あらゆる視点から審議し、意見交換し、ブラッシュアップしていく会議です。市の広報誌「広報ながさき」の後ろのページには、その他の委員の募集も載っています。この春は、「長崎原爆資料館運営審議会」や「長崎市まちなか賑わいづくり活動支援補助金交付審査会」等の募集があっていました。市民か、市内に通勤・通学している方で、他の審議委員会の委員ではなく、公務員や議員でなければどなたでも応募できるそうです。私が「審議委員会」というしくみを知ったのは、いなカフェのメンバーに「応募してみんね」と言われ「長崎市市民力推進委員会」に応募したのがきっかけでした。参加してみたところ、市役所でどのように施策が編まれているのかを見ることができて勉強になりましたし、パブリックコメント（国の行政機関が、政令や省令等を定めようとする際に、事前に広く一般から意見を募集し、参考にすること。略して「パブコメ」と言われたりする社会参加の方法の一つ）よりも直接顔が見える状態で意見交換ができるので、おもしろくもありました。



第5次総合計画審議会の様子
(写真提供：長崎市)

5. 変化の激しい時代の生存戦略

現在、私が働いている福祉の現場で、対人援助の倫理として大切にされていることに「相手の自己決定権を尊重できているか」、「パターンリズム（家父長主義：より力があり、より賢い私があなたのためによい方法を決めてあげる）に陥っていないか」があります。そのために重要な姿勢が、「傾聴と受容ができているか」です。この「傾聴と受容」の実践について、私がここ10年弱地域とかかわった中で出てきた実感は、「私たちのいないところで私たちのことを決めないでください」ということです。

これは「コミュニティへの参加の度合いが上がるほど、おもしろさと自己効力感が高まり、コミュ

ニティへの帰属感も高まるのではないか」ということです。参画しないことにより、自己効力感とコミュニティへの帰属意識が下がっていき、ボイコットにつながっているという事例が多く見てきました。コミュニティの持続性とレジリエンス（困難を乗り越え回復する力）を担保するためにも、女性も若者も、動員の駒ではなく、ともに未来を生きていく当事者同士として、意思決定の場に招き入れてほしいです。現代のような変化の激しい時代には、DEI（^{ダイバーシティ} Diversity・^{イクイティ} Equity・^{インクルージョン} Inclusion 多様性・公平性・包括性）はきれいごとであると同時に、欠かすことのできない生存戦略です。

6. さいごに

何かの意思決定の場に、包摂したい多様な人々が声を出せる存在として存在していますか？声をあげやすい場の設計ですか？もしあなたがキャスティング権を持っているならば、構造や権力勾配に注意を払ってほしい。ないなら声をあげてほしい。声をあげにくいなら、横の人と問題についてお喋りするのもよい。普段喋らない人が声をあげた時に大きくうなずくだけでもいいと思います。少し用法は違うかもしれませんが『アクティブ・バイスタンダー（行動する傍観者）』という考え方が、私はとても好きです。当事者や、最初に声をあげる人になることができなくても、できることがあり、後に続く『善良な普通の人』が増えてゆくことで世の風が変わっていくことが期待できます。

長崎が、多くの人から愛され、関わり続けたいと思う場所であること、コミュニティとして更新し続けることが可能なことを、琴湖のほとりから願っています。



琴湖のほとりから 朝焼け

景況感、トランプ関税の影響懸念も加わり先行き弱含み

～ 第 140 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、2025 年 5 月に実施した調査結果を以下のとおりまとめました。

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】

1. 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
2. 調査対象：県内主要企業 368 社（回答企業数 223 社、回答率 60.6%）
3. 調査方法：WEB と郵送を併用
4. 調査期間：2025 年 4 月 25 日～ 5 月 30 日
5. 調査対象期間：2025 年 1 ～ 3 月期 実績（前年同期比）
2025 年 4 ～ 6 月期 実績見込み（前年同期比）
2025 年 7 ～ 9 月期 見 通 し（前年同期比）
6. 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
7. 回答企業属性

(1) 業種別回答企業数
(社、%)

業種	項目	回答企業数	
		社数	構成比
製 造 業		53	23.8
	輸 送 機 械	6	2.7
	一 般 機 械	10	4.5
	電 気 機 械	6	2.7
	食 料 品	12	5.4
	そ の 他	19	8.5
非製造業		170	76.2
	運 輸	32	14.3
	水 産	3	1.3
	建 設	22	9.9
	卸 売	44	19.7
	小 売	28	12.6
	サ ー ビ ス	30	13.5
	そ の 他	11	4.9
	全 産 業	223	100.0

(2) 売上高別回答企業数

27 売上高別国産企業数									(社)
業種 売上高	製	運	水	建	卸	小	サ	そ	合
	造	輸	産	設	売	売	ー ビス	の 他	計
5 億円未満	7	11	0	3	4	3	6	2	36
5 億～10 億円未満	7	6	1	4	9	6	6	3	42
10 億～30 億円未満	23	7	2	9	18	3	8	4	74
30 億～50 億円未満	8	1	0	1	3	5	5	0	23
50 億～100 億円未満	2	5	0	2	3	5	3	0	20
100 億円以上	6	2	0	3	7	6	2	2	28
合 計	53	32	3	22	44	28	30	11	223

BSI について

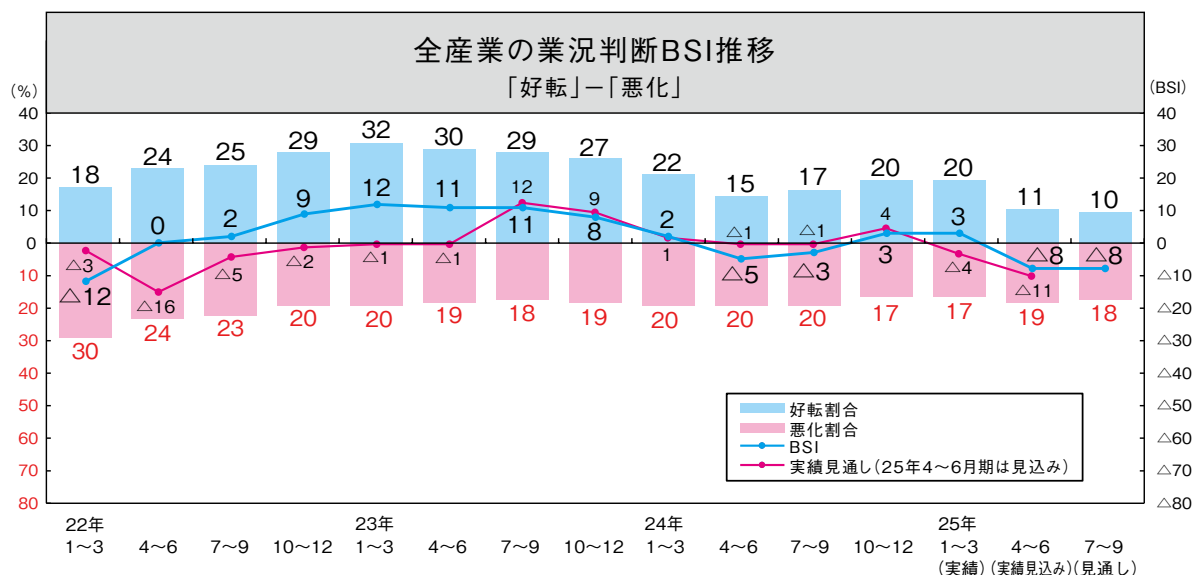
BSI はビジネス・サーベイ・インデックス (Business Survey Index) の略で、回答企業の「好転・増加・上昇」とする企業割合から「悪化・減少・下落」とする企業割合を差し引いた指標のことである。例えば回答企業のうち 30% で業況が好転し、10% の企業が悪化した場合、BSI の値は $30 - 10 = 20$ となる。BSI のプラスは好転、マイナスは悪化とみることができる。

概況

○全産業の業況判断 BSI をみると、原材料の高止まりや人手不足に加え、トランプ関税による不確実性の高まりによる先行き懸念から、2025 年 1～3 月期実績のプラス 3 から足もと 4～6 月期（実績見込み）は△8 と悪化した。また、先行き 7～9 月期も△8 の見通しと県内企業の景況感は足踏みが続く見通し。

○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 57.0%でトップ。これに「人材不足」（52.0%）と「賃金の上昇」（37.1%）が続く。

1. 業況判断



全産業の業況判断 BSI をみると、原材料の高止まりや人手不足に加え、トランプ関税による不確実性の高まりによる先行き懸念から、2025 年 1～3 月期実績のプラス 3 から足もと 4～6 月期（実績見込み）は△8 と悪化した。また、先行き 7～9 月期も△8 の見通しと県内企業の景況感は足踏みが続く見通し。

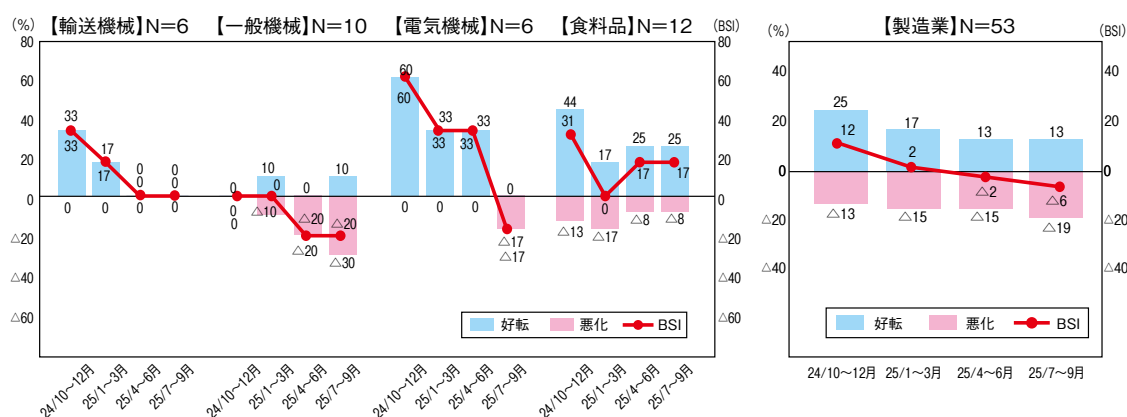
業種別 業況判断 B S I 推移（直近2年）									
(BSI)									
業 種	過去の調査の実績						今回調査		
							実績	見込み	見通し
	2023年	2023年	2024年	2024年	2024年	2024年	2025年	2025年	2025年
	7～9 月期	10～12 月期	1～3 月期	4～6 月期	7～9 月期	10～12 月期	1～3 月期	4～6 月期	7～9 月期
全 産 業	11	8	2	△ 5	△ 3	3	3	△ 8	△ 8
製 造 業	3	2	4	11	△ 4	12	2	△ 2	△ 6
輸送機械	0	△ 17	△ 17	0	20	33	17	0	0
一般機械	△ 27	0	0	18	△ 9	0	0	△ 20	△ 20
電気機械	△ 14	15	50	29	33	60	33	33	△ 17
食 料 品	40	0	31	16	0	31	0	17	17
そ の 他	0	5	△ 23	0	△ 22	△ 17	△ 10	△ 15	△ 10
非 製 造 業	12	9	2	△ 10	△ 3	0	3	△ 10	△ 9
運 輸	47	48	4	4	7	16	6	△ 10	△ 7
水 産	67	50	33	△ 33	△ 67	△ 67	△ 33	△ 33	△ 33
建 設	4	△ 16	15	△ 9	4	△ 4	△ 13	△ 27	△ 23
卸 売	△ 5	5	△ 4	△ 17	△ 11	△ 10	△ 2	△ 18	△ 14
小 売	19	△ 4	△ 8	△ 16	△ 5	△ 8	0	△ 4	△ 10
サービス	0	7	8	△ 3	4	14	16	0	△ 6
そ の 他	10	22	△ 10	△ 25	0	0	27	18	27

業種別（細分類）業況判断 B S I 及び企業割合の推移																	
(%、BSI)																	
		2024年10～12月期				2025年1～3月期				2025年4～6月期				2025年7～9月期			
		(実績：前年同期比)				(実績：前年同期比)				(実績見込：前年同期比)				(見通し：前年同期比)			
		好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI
全 産 業		20	63	17	3	20	63	17	3	11	70	19	△8	10	72	18	△8
製 造 業		25	62	13	12	17	68	15	2	13	72	15	△2	13	68	19	△6
輸送機械		33	67	0	33	17	83	0	17	0	100	0	0	0	100	0	0
一般機械		0	100	0	0	10	80	10	0	0	80	20	△20	10	60	30	△20
電気機械		60	40	0	60	33	67	0	33	33	67	0	33	0	83	17	△17
食 料 品		44	43	13	31	17	66	17	0	25	67	8	17	25	67	8	17
非 製 造 業		18	64	18	0	21	61	18	3	10	70	20	△10	9	73	18	△9
運 輸		25	66	9	16	22	62	16	6	9	72	19	△10	9	75	16	△7
道路旅客運送業		22	78	0	22	11	67	22	△11	11	56	33	△22	11	78	11	0
道路貨物運送業		11	67	22	△11	11	56	33	△22	0	78	22	△22	0	67	33	△33
水 運 業		33	67	0	33	33	67	0	33	17	83	0	17	17	83	0	17
水 産		0	33	67	△67	0	67	33	△33	0	67	33	△33	0	67	33	△33
建 設		7	82	11	△4	5	77	18	△13	0	73	27	△27	0	77	23	△23
卸 売		21	48	31	△10	25	48	27	△2	9	64	27	△18	9	68	23	△14
機械器具卸売業		11	56	33	△22	18	55	27	△9	0	82	18	△18	0	82	18	△18
建築材料卸売業		0	40	60	△60	20	40	40	△20	0	20	80	△80	0	20	80	△80
小 売		15	62	23	△8	25	50	25	0	14	68	18	△4	11	68	21	△10
各種商品小売業		14	72	14	0	25	50	25	0	25	62	13	12	13	62	25	△12
機械器具小売業		30	50	20	10	50	40	10	40	20	60	20	0	20	60	20	0
サービス		17	80	3	14	23	70	7	16	13	74	13	0	7	80	13	△6
旅館・その他の宿泊所		25	75	0	25	100	0	0	100	33	34	33	0	0	100	0	0

(1) 製造業

製造業の業況判断 BSI は、25 年 1～3 月期のプラス 2 から、原材料、資材、エネルギー価格の上昇に加え、米国の通商政策の不透明感が強まり、足もと 4～6 月期は△2 と低下する見込み。また、7～9 月期は△6 とさらに悪化する見通し。原材料やエネルギー価格の上昇分を十分に価格転嫁できないことから厳しい収益環境が続く。

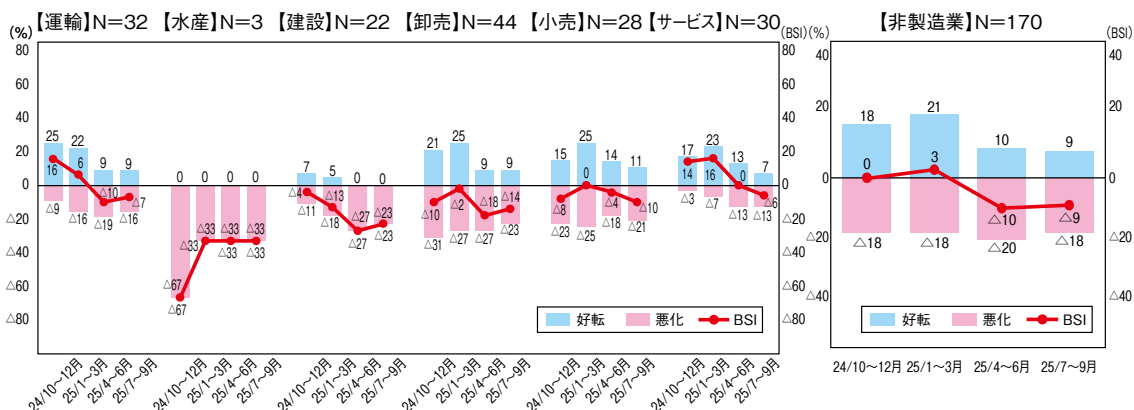
このうち一般機械は、25 年 1～3 期の実績 0 から、原材料や資材価格の上昇懸念に加え、深刻な人材不足もあり、足もと 4～6 月期△20 と大幅に悪化し、先行き 7～9 月期も△20 と横ばい推移の見通し。食料品の景況感は、インバウンド需要の回復などから、足もと 4～6 月期はプラス 17 と大幅に上昇する見込みとなり、先行き 7～9 月期も同じくプラス 17 と堅調に推移する見通し。



(2) 非製造業

非製造業の業況判断 BSI は、25 年 1～3 月期実績プラス 3 から足もと 4～6 月期は △10 と大幅に低下する見込み。また、先行き 7～9 月期は △9 とわずかに上昇見通しも、厳しい収益環境が続く。

このうち、運輸業は 25 年 1～3 月期実績プラス 6 から、足もと 4～6 月期は △10 と大きく悪化見込みとなり、先行き 7～9 月期も△7 の見通しと、人材不足や人件費、燃料費等諸経費の増大懸念によりマイナスが続く。サービス業も、25 年 1～3 月期実績のプラス 16 から足もと 4～6 月期が 0、先行き 7～9 月期は△6 となり、人材不足や最低賃金の上昇などから低下傾向。



調査項目別 B S I									
		2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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	2	➡	△11	△7	➡	△6	➡
	製 造 業	△7	4	➡	△10	4	➡	2	➡
	非製造業	△10	1	➡	△11	△11	➡	△9	➡
受注残高	全 産 業	△15	△7	➡	△13	△12	➡	△7	➡
	製 造 業	△7	△6	➡	△9	△2	➡	5	➡
	非製造業	△29	△9	➡	△22	△36	➡	△36	➡
在庫	全 産 業	△2	△1	➡	△4	△2	➡	△2	➡
	製 造 業	△4	0	➡	△7	△2	➡	△4	➡
	非製造業	0	△1	➡	△1	△2	➡	△1	➡
操業度・稼働率	全 産 業	△5	4	➡	△11	△7	➡	△5	➡
	製 造 業	6	4	➡	△8	4	➡	△2	➡
	非製造業	△12	4	➡	△13	△12	➡	△6	➡
雇用人員	全 産 業	△48	△46	➡	△45	△46	➡	△47	➡
	製 造 業	△39	△45	➡	△29	△43	➡	△47	➡
	非製造業	△52	△46	➡	△50	△47	➡	△47	➡
販売価格	全 産 業	32	32	➡	30	27	➡	27	➡
	製 造 業	29	30	➡	29	28	➡	26	➡
	非製造業	33	33	➡	31	27	➡	27	➡
仕入価格	全 産 業	63	59	➡	58	49	➡	51	➡
	製 造 業	56	53	➡	51	47	➡	53	➡
	非製造業	64	61	➡	60	48	➡	50	➡
採算	全 産 業	△19	△4	➡	△22	△15	➡	△15	➡
	製 造 業	△18	△9	➡	△24	△8	➡	△6	➡
	非製造業	△19	△2	➡	△21	△17	➡	△18	➡
資金繰り	全 産 業	△9	△1	➡	△10	△4	➡	△9	➡
	製 造 業	△7	2	➡	△11	△2	➡	△9	➡
	非製造業	△10	△3	➡	△11	△5	➡	△9	➡

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 25 年 4～6 月期の見込みが△46、先行き 7～9 月期の見通しも△47 と、大幅マイナス（人員不足）が続く。

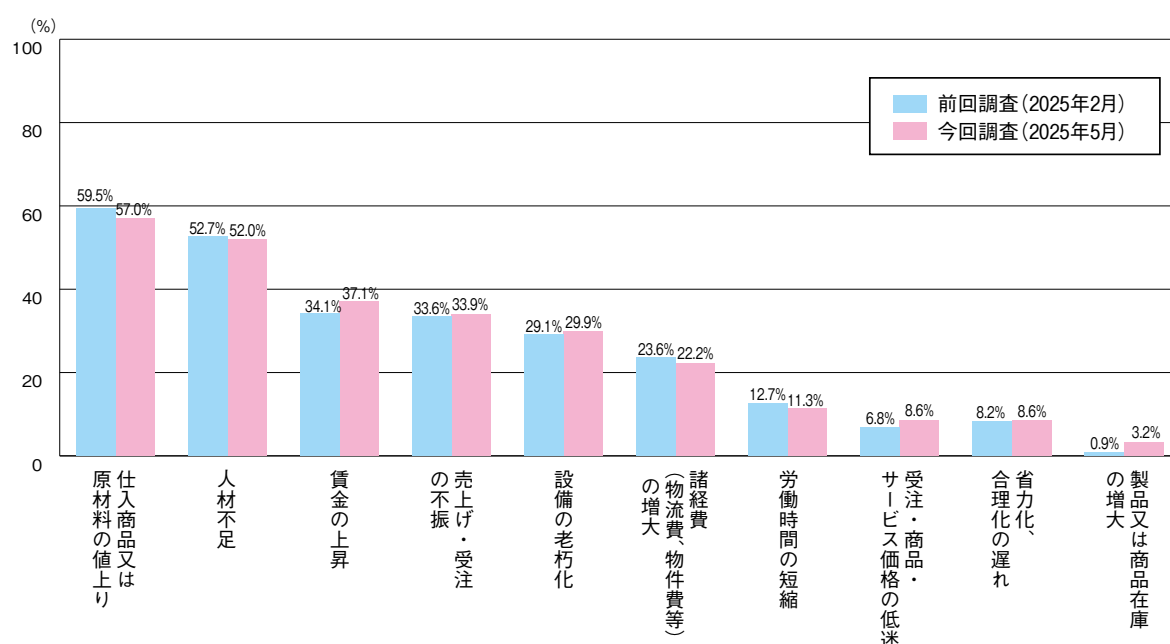
全産業の仕入価格の BSI は、資材・原材料費の高騰から、25 年 1～3 月期実績 59、足もと 4～6 月期 49、先行き 4～6 月期 51 と高止まりが続くも前回見通しを下回っている。一方、全産業の販売価格の BSI は、上昇が続く仕入価格の販売価格への転嫁する動きの遅れから、25 年 1～3 月期実績 32 から、足もと 4～6 月期はプラス 27 と低下、先行き 7～9 月期もプラス 27 と横ばい見通し。全産業の採算 BSI は、足もと（25 年 4～6 月期）、先行き（7～9 月期）とも△15 となり、依然厳しい収益環境が続く。これを業種別に見ても、製造業の採算 BSI（足もと△8、先行き△6）と非製造業の採算 BSI（足もと△17、先行き△18）ともに厳しい収益環境が続いている。

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 57.0%でトップ。以下、「人材不足」（52.0%）と「賃金の上昇」（37.1%）。うち、「賃金の上昇」は前回調査比 3.0 ポイント増加している。

回答企業からは、「仕入価格の上昇は変わらず、コスト上昇分の製品への反映が追いついていない」（電気機械）、「燃料価格については、今後下がる可能性も出てきたがまだまだ高値で取引されており、人件費や修繕費の高騰と共に経営を圧迫している」（運輸業）、「人材不足が長期化している状況で、応募があっても年齢層が高齢で、求める人材にマッチしない状況が続いている」（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）



区分		状況の説明など
製造業		
造船	造船	引続き一定水準の受注残高を抱えており高水準の操業度・稼働率を維持できる見込み。社員数については、中途退職者の補充を中途採用で賄っている状況で人員の大幅な増減はないものの熟練技術者が減少している。また、協力会社についても同様で熟練技術者が減少している。人員・人材確保（熟練技術者）の確保が必要。
	〃	材料価格のみならず、老朽設備代替・補修費も上昇している。損益へのインパクトを最小限にする為、受注の際、採算を確保出来るレベルでの受注を目指している。採用については、対策強化継続中。船価マーケットは大きく落ち込んでいないものの、船価の上昇は望みにくい。資機材価格アップは引き続き懸念。脱炭素化の潮流あり、業界の対応方針ウォッチ継続。為替動向にも注視している。
一般機械	はん用機械器具	米国のいわゆる『トランプ関税』による世界的な景気後退懸念など、当社を取り巻く事業環境は不安定さを増している。 2025年度は鍛圧機械や海外電力等の高い受注残に加え、防護装備品の生産基盤確立による需要取り込み及び環境面寄与する防振磁選機の開発による受注底上げを図っていききたい。これにより売上及び工事量を更に安定させ、生産性の向上及び採算改善等の諸施策を完遂し収益確保を目指す。
	〃	新たな柱となる新製品の獲得や新たな取引先を開拓予定。設備については、今年度に大型機械の更新実施予定。また、工場の暑さ対策も実施（遮熱工事）予定。人材については、ハローワークや民間人材会社を通じて採用予定。
電気機械	電気機械器具	仕入価格の上昇は変わらず、コスト上昇分の製品への反映が追いついていない。賃金の上げ幅が上昇しており、採用環境はより厳しくなっている。引き続き、採用強化に向けた動きと中長期的な設備投資を実行する。
	〃	世界的な原材料費、輸送物流費、エネルギーコストの高騰が問題となっており、今後もさらなる素材価格の上昇や高止まりが継続するものと想定される。引き続き可能な限りの価格転嫁を目指し、お客様への交渉を実施。
	〃	定年退職等で技術人員が不足してきており、民間の人材採用会社等を活用し人材確保を図っているが難航している。 材料費の高騰で粗利益に影響が出ている。時期によって繁忙期と閑散期の差が激しい。 公共工事は大型案件受注にて結果も出ているが、民間に関しては今年秋以降小規模案件は多いものの大型がやや少ない。 前回と同様、新規顧客獲得と営業活動で改善を図る。
食料品	食料品	設備の老朽化により設備を更新。原料価格、諸経費等の値上げにより、販売価格の値上げの実施を交渉中。
	〃	原材料、資材、エネルギー価格の上昇に加え、最低賃金の上昇により人件費も大幅に増えており収益の低下要因となっている。 最低賃金の上昇は今後も続くものと予想され、給与水準の引上げが必要となる。そのためには労働生産性向上が必須であり、どのような対策が取り得るのか早急にかつ継続的に検討が必要となる。
	飲料	業務用の需要が少しずつ回復していくと思われる。引き続き販売に力を入れていく。
非製造業		
運輸業	鉄道	人材の確保と人材流出防止のため、継続的なベースアップ増及び初任給アップを実施した。人件費の増加が経営を圧迫しないよう適切な設備投資を検討している。今年度はスタジアムシティ半年分の稼働が上乘せられること、また、運賃値上げによる増収にも期待しているところだが、安全確保の観点から、継続的に設備投資を行っていく。
	タクシー	人件費、諸費用の上昇に売上高の上昇が追いついていない。トランプ大統領の関税政策や国内の米価ほか、諸物価高騰等、先行き不安が深刻でタクシー需要の減少につながりつつあると思われる。
	道路貨物輸送	物流業界における景況感の厳しさは続くも、売上高は前年並みを確保。2024年問題、人材確保、ドライバーの高齢化、ドライバー不足、燃料費の高止まり等が、経営環境を圧迫するものと考えられる。
	倉庫業	倉庫内にあった備蓄米の出庫が続き、倉庫保管料の減少が続いている。備蓄米出庫後の空きスペースの営業活動を続けている。 クルーズ客船の入港数は昨年とあまり変わらないが、大型船の入港が減る見込みなので、今のところ売上が減少する見込み。 倉庫の方も備蓄米出庫後の活用が決まっていないので、売上が減少する可能性が高いと思われる。
建設業	総合工事	人材不足（技術の継承）については、新卒・中途採用に傾注しており、毎年、新卒は10名程採用している。技術を持った中途採用活動を強化しているが、採用まで至らない。人材確保は毎年厳しくなっていくものと思われる。人材を含めたM&Aを選択肢の一つとして考えている。
	〃	受注状況は、値上げによる販売価格の上昇及び実質賃金の低下により、受注環境に厳しさはあるものの、金利上昇に伴う駆け込み需要とみられる動きがうかがえる。
	設備工事	人材不足のため各担当者が抱える工事件数が多くなり、それぞれの負担が大きくなっている。入札にも参加したいが、落札した場合に1人がその現場だけしか担当が出来なくなってしまう、請け負う工事件数も減ってしまう。7月に現場工員で1名の中途入社が決まっているが、担当者（施工管理）の人員をあと数名欲しい。しかしながらあまり応募がない。

区分		状況の説明など
卸売業	機械器具	設備の更新と求人活動を続ける。販売管理システムのブラッシュアップを図り少人数での効率最大化を目指す。
	陶磁器	賃上げによる人件費の増加や仕入れ価格の値上げが見込まれる。土代の値上げに合わせた加工賃の値上げと原材料費の値上げが続く見通しがあり、価格改定により値上げを予定している。アメリカの関税引上げの影響が輸出の減少に表れてきている。
	水産物	トランプ関税の先行き不透明のため、仕入れ価格など注視しながら対応していく。
	農畜産物	農家の高齢化や気候変動により農作物の生産量が減少している。将来的に市場流通の機能低下が懸念される。 若手の人材不足が深刻である。
	医薬品・医療機器	物価高騰により買い控えがみられる。
小売業	各種商品小売	施設の老朽化については、耐震の問題などを抱えてはいるが、現状としては計画的な設備の点検、更新を通して対応していく。 諸経費の増大については、特にエネルギー価格高騰による水道光熱費や人件費高騰による業務委託料が大きな影響を受けている。こちらに対しては、業務効率化やシステム見直しによる経費圧縮に努め、影響を最小限に抑えていくよう考えている。
	総合衣料小売	一般消費者のお買い物動向は、物価高や貿易関税などの不安感などから「節約」ムードが強いままの様子。 長崎を含む景況感の発表とは実感が違っているのが心配。
	飲食料品	水産や畜産は価格高騰や天候不順の影響でやや不作。野菜も同様。仕入れは原価は引続き上昇の可能性が高く、特に米不足による高騰が深刻化している。県外資本スーパーの進出により、競争激化。
	機械器具	新車の販売は好調であるが、まだ販売に制限がかかっている車種もあり、お客様にご迷惑をかけている状況が続いている。また、中古車については商品の仕入れに苦戦しているところもあり、現状打破のため下取り対策を考えている。
	石油	燃料仕入価格は低下傾向にあり、それに伴い販売価格も下がるが、リットルあたりの販売マージンとしてはどうにか確保。しかし諸経費の増加は依然止まらず、全体の売上高は減少しているため営業利益的には苦戦。人材確保のための人件費の増加が営業粗利を圧迫することは不可避。ひとりひとりのセールス力をアップさせて燃料以外の商材販売を増やしたい。
サービス業	情報サービス・調査・広告業	人材不足に対し採用活動を強化しているが、思うような採用人数確保に苦労している。また、社員のエンゲージメント維持向上施策として、賃金アップ（ベア）を計画しているが、利益確保の困難さとの狭間で、如何に限られた人的リソースによる生産性向上を図れるかが大きな命題となっている。上記課題解決に対し、採用強化と併せBPRおよびDX推進が求められるが思うように進んでいないのが現状である。
	専門サービス	官公庁の発注が増えてきているものの、今後の売上・受注については不透明である。賃上げについては世の中の情勢に合わせ、賃上げを行っていくことになる想定。公共事業がメインであるため、今後の政局によっては大きな負の影響を受ける可能性がある。
	旅館・その他宿泊所	昨年来、国の補助事業で整備した、高付加価値事業による施設改修が功を奏し、前年を大幅にクリアする売り上げ、稼動が上昇している。しかしながら、人件費含めた光熱費材料費も比例したように増えている。県内の観光がうまく行くことで単価を上げることができている。

(永山 真)

県内企業の設備投資動向調査

－ 2025 年度期初計画（2025 年 5 月調査） －

【調査要領】

1. 調査対象：長崎県内主要企業 368 社
2. 調査方法：WEB と郵送を併用してアンケートを実施
3. 調査期間：2025 年 4 月 25 日～5 月 30 日
4. 調査事項：2024 年度設備投資実績、2025 年度投資計画およびその内容（投資金額、前年度比増減理由、投資目的など）
5. 回答企業数：製造業 30 社、非製造業 109 社、合計 139 社（回答率 37.8%）
（有効回答企業数は製造業 22 社、非製造業 79 社、合計 101 社、有効回答率 27.4%）

注：有効回答企業とは、2024 年度実績と 2025 年度計画（調査時点までに実施済み分を含む）を比較することが可能で、かつ 2025 年度の投資方針（「実施する」もしくは「実施しない」）が確定している企業をいう。「未定」企業は対象から除外。

概要

- 有効回答 101 社中、投資を計画する企業は 70 社、69.3%。前年同時期調査（78.9%）を 9.6 ポイント下回った。回答企業 139 社中、25 年度の投資「未定」先も 38 社、27.3% と前年同時期調査（33.6%）より低く、慎重姿勢が残る。
- 投資実施計画企業 70 社の投資総額は 322 億円、前年度実績比 10.5% 増。製造業が 25.9% 増となり、非製造業は微増にとどまる。また、企業規模別では、大企業が増加するも、中小企業は減少。
- 前年比投資額増加企業（35 社）の理由は「既存設備の老朽化」が 22 社（62.9%）と中心ながら、「競争力の維持・強化」も 15 社に上る。前年比投資額減少企業（32 社）の理由は「投資の一巡」が中心。
- 投資の目的（金額ベース）は維持・更新中心ながら、大企業の非製造業では増産・拡販の積極投資が目立つ。

1. 設備投資計画企業 ― 計画企業割合は前年同時期調査を下回る ―

有効回答先 101 社のうち、設備投資を計画（実施済を含む。以下同じ）する企業は 70 社、構成比 69.3% となっており、前年同時期調査（78.9%）を 9.6% ポイント下回った。このうち製造業では投資計画企業が 18 社、構成比 81.8%（前年調査 95.5%）、非製造業では投資計画企業が 52 社、構成比 65.8%（前年 74.0%）と、いずれも前年同時期調査時を下回っている。また、今年度投資を計画している企業と、前年度も投資を実施した企業はともに 70 社（図表 1）。

回答のあった企業 139 社のうち、今年度の設備投資計画額を「未定」とした企業は 38 社・27.3% と、こちらも前年（33.6%）を下回り、引き続き慎重な姿勢がうかがえる。

図表1 本年度計画と前年度実績との比較

(社、百万円、%)

区 分		社 数			金 額			
		2024年度 実績	2025年 度計画	増減 (25-24)	2024年度 実績	2025年度 計画	増減 (25-24)	増減率 (25/24)
全 産 業		70	70	0	29,148	32,198	3,050	10.5
業 種 別	製 造 業	19	18	△ 1	11,065	13,934	2,869	25.9
	輸送機械	4	4	0	7,744	10,760	3,016	38.9
	一般機械	4	3	△ 1	1,325	1,003	△ 322	△ 24.3
	食料品	6	6	0	781	1,269	488	62.5
	その他	5	5	0	1,215	902	△ 313	△ 54.0
	非 製 造 業	51	52	1	18,083	18,264	181	1.0
	建設	8	7	△ 1	1,581	5,145	3,564	225.4
	卸売	13	12	△ 1	1,947	500	△ 1,447	△ 74.3
	小売	8	9	1	2,970	3,466	496	16.7
	運輸	10	13	3	2,686	1,798	△ 888	△ 33.1
	サービス	9	9	0	6,685	6,905	220	3.3
	その他	3	2	△ 1	2,214	450	△ 1,764	△ 79.7
	企 業 規 模 別	大 企 業	12	12	0	16,496	19,976	3,480
製造業		4	4	0	9,297	12,298	3,001	32.3
非製造業		8	8	0	7,199	7,678	479	6.7
中 小 企 業		58	58	0	12,652	12,222	△ 430	△ 3.4
製造業		15	14	△ 1	1,768	1,636	△ 132	△ 7.5
非製造業		43	44	1	10,884	10,586	△ 298	△ 2.7

2. 設備投資計画額－前年度実績を10.5%上回る－

回答企業の投資計画額をみると、70社の投資総額は322億円となり、それら企業の前年度の投資実績総額291億円を10.5%上回っている（図表1）。

(1) 製造業が増加、非製造業は微増

製造業・非製造業別にみると、製造業では、前年度実績（111億円）を25.9%上回る139億円。主要業種では、輸送機械が38.9%増の108億円、食料品も62.5%増の13億円となった。また、一般機械は24.3%減の10億円であった。

非製造業の計画額は、前年度実績（181億円）比微増となる1.0%増の183億円となっている。主要業種では、建設が約3.3倍となる51億円と大幅増。同様に、小売も16.7%増の35億円となった一方、卸売が74.3%の大幅減となる5億円、運輸も33.1%減の18億円となった（図表1）。

(2) 大企業が増加、中小企業は微減

企業規模別にみると、大企業では前年度実績比で21.1%増加した。このうち、製造業が32.3%増となっている。一方、中小企業は前年度実績比3.4%減となっており、製造業は7.5%減であった（図表1）。

3. 投資額の増減理由＜複数回答＞

(1) 増加理由 ― 「既存設備の老朽化」が中心、次いで「競争力の維持・強化」―

2025 年度投資計画額が、前年度実績に比べて増加する企業（35 社）にその理由を複数回答で尋ねると、「既存設備の老朽化」が 62.9%、これに「競争力の維持・強化」が 42.9%で続いた（図表 2）。このうち、製造業は「既存設備の老朽化」と「競争力の維持強化」がともに 63.6%と、比較的積極的な投資姿勢が見受けられるものの、非製造業では、「既存設備の老朽化」の 62.5% に対して、「競争力の維持強化」は 33.3% と少ないことから、やや慎重であることがうかがえる。

図表2 投資額の増加理由(複数回答)						
	全産業(N=35)		製造業(N=11)		非製造業(N=24)	
	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比
既存設備の老朽化	22	62.9%	7	63.6%	15	62.5%
競争力の維持・強化	15	42.9%	7	63.6%	8	33.3%
環境問題への対応	4	11.4%	3	27.3%	1	4.2%
時短への対応	4	11.4%	1	9.1%	3	12.5%
新分野への進出	3	8.6%	2	18.2%	1	4.2%
需要の好調・好転	1	2.9%	1	9.1%	0	0.0%
内部資金の余裕	1	2.9%	1	9.1%	0	0.0%
親企業の方針	1	2.9%	0	0.0%	1	4.2%
資金調達環境の好転	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	7	20.0%	1	9.1%	6	25.0%
回答企業数	35	100.0%	11	100.0%	24	100.0%

(2) 減少理由 ― 「投資の一巡」が最も多い―

一方、2025 年度の投資計画額が、前年度実績に比べて減少する企業（32 社）にその理由を複数回答で尋ねると、「投資の一巡」が 43.8%と最も多い（図表 3）。製造・非製造業別でも、「投資の一巡」が最も多いが、これに続く「収益不振による内部資金の逼迫」が、非製造業では 2 割となっている。

図表3 投資額の減少理由(複数回答)						
	全産業(N=32)		製造業(N=7)		非製造業(N=25)	
	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比
投資の一巡	14	43.8%	2	28.6%	12	48.0%
収益不振による内部資金の逼迫	6	18.8%	1	14.3%	5	20.0%
需要の低迷又は悪化	5	15.6%	1	14.3%	4	16.0%
資金調達環境の悪化	4	12.5%	0	0.0%	4	16.0%
親企業・本社の方針	1	3.1%	0	0.0%	1	4.0%
事業分野の整理・縮小	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	12	37.5%	4	57.1%	8	32.0%
回答企業数	32	100.0%	7	100.0%	25	100.0%

4. 設備投資の目的

ー維持・更新中心も、大企業の非製造業では「増産・拡販」がトップー

2025年度設備投資計画の目的を金額構成比で見ると、全産業では「機械設備の維持更新」が37.2%と最も多く、以下「増産・拡販」(22.6%)と「新規事業・新製品開発」(10.8%)が続く。

このうち、非製造業は「機械設備の維持更新」が3割超(31.9%)と最も高いが、「増産・拡販」(29.6%)と「新規事業・新製品開発」(12.4%)の割合は、ともに製造業を上回っている。同じように、大企業の非製造業も「増産・拡販」が51.4%と、「設備機械の維持更新」(15.8%)を大きく上回り、先を見据えた投資ぶりが目立つ(図表4)。

図表4 投資目的

(単位:社、百万円、%)

	回答 企業数	回答額 (百万円)	機械設備の 維持更新	増産・拡 販	新規事業・ 新製品開発	省力化・ 合理化	公害防止・ 環境対策	福利厚生	その他
全 産 業	70	32,198	37.2%	22.6%	10.8%	6.7%	1.4%	0.8%	20.5%
製造業	18	13,934	44.2%	13.4%	8.8%	13.3%	3.2%	0.6%	16.5%
非製造業	52	18,264	31.9%	29.6%	12.4%	1.7%	0.0%	1.0%	23.5%
大 企 業	12	19,976	33.2%	26.8%	16.7%	9.0%	1.7%	0.2%	12.4%
製造業	4	12,298	44.0%	11.4%	9.2%	13.7%	2.8%	0.2%	18.7%
非製造業	8	7,678	15.8%	51.4%	28.8%	1.5%	0.0%	0.2%	2.2%
中 小 企 業	58	12,222	43.8%	15.7%	1.2%	2.9%	0.9%	1.8%	33.7%
製造業	14	1,636	45.4%	28.0%	6.1%	10.5%	6.4%	3.7%	0.0%
非製造業	44	10,586	43.5%	13.8%	0.4%	1.8%	0.0%	1.5%	38.9%

(杉本 士郎)

2025 年春の県内企業の新卒者採用と 初任給および来春の採用計画

- 調査対象：県内主要企業 368 社
- 調査方法：WEB と郵送を併用しアンケートを実施
- 調査期間：2025 年 4 月 25 日～5 月 30 日
- 調査事項：2025 年春の採用実績（人数、初任給）、2026 年春の採用計画
- 回答企業数：製造業 36 社、非製造業 123 社、合計 159 社（回答率 43.2%）
このうち「定期的な新卒者の採用は行っていない」とする 46 社を除いた有効回答企業数は製造業 31 社、非製造業 82 社、合計 113 社（回答率 30.7%）
※端数処理の関係で内訳の計は必ずしも 100%にならない

1. 今春の新卒者採用状況 —採用者数は前年を上回る—

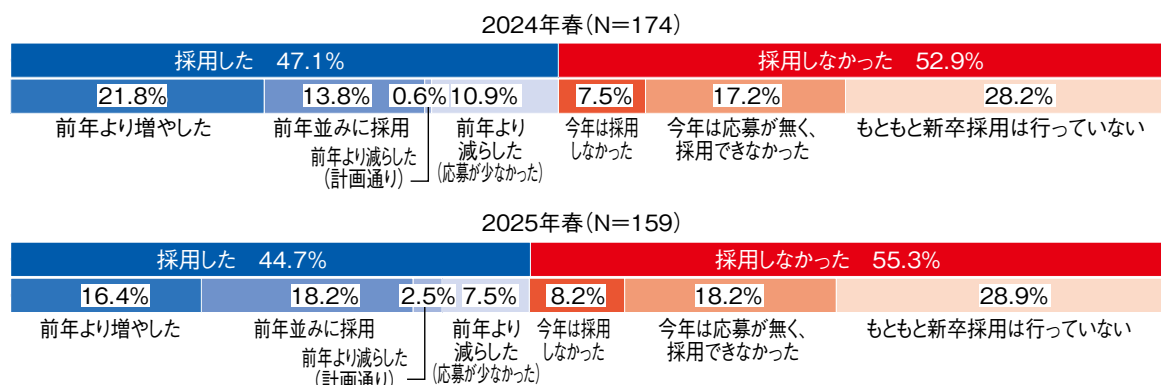
（1）採用実施企業の割合 —採用実施が 44.7%—

調査回答企業 159 社のうち、今春新卒者を採用したのは 71 社で、全体の 44.7% と前年同期調査（同 174 社のうち 82 社、47.1%）を 2.4 ポイント下回った。

内訳をみると、「前年より増やした」は 26 社で 16.4%、「前年並みに採用」は 29 社で 18.2%、合わせて 55 社、34.6%が「前年並み以上」に採用した。これは前年同期調査（35.6%）より 1.0 ポイント低下したもののほぼ同水準といえる。

一方、「前年より減らした（応募が少なかった）」と「今年は応募が無く、採用できなかった」を合

図表 1 2025 年春新卒者採用状況（前年同期調査との比較）



わせた‘計画通りに採用できなかった’企業は41社、25.7%で前年同期調査（28.1%）よりも2.4ポイント低下した（図表1）。

(2) 採用者数 ー前年比28.1%増ー

今春新卒者を採用した企業71社の採用者数は387人で前年実績（302人）を85人、28.1%上回った。これは、一部企業で大幅な採用増があったためであるが、それを除いても増加している。

学歴別内訳は、**大学院卒**44人、構成比11.4%、**大卒**114人、同29.5%、**短大・高専卒**28人、同7.2%、**高校卒**201人、同51.9%となっている。

業種別にみると、**製造業**全体では202人、前年実績比61.6%の大幅増となった。**輸送機械、電気機械**が大幅増、**一般機械、食料品**は減少した。一方、**非製造業**では185人、同4.5%増となった。**運輸、建設、サービス**が増加、**卸売、小売**は減少した。

学歴別にみると、いずれも増加している。

企業規模別にみると、**大企業**はいずれの学歴も増加し全体でも大幅増加。**中小企業**は**大学院卒、大学卒**が減少したものの**高校卒**が増加し全体でも増加した。（図表2）。

図表2 規模別・業種別にみた採用人数

（人、％）

業 種	全 体			大学院卒			大 卒			短大・高専卒			高校卒		
	2024年春	2025年春	伸率	2024年春	2025年春	伸率	2024年春	2025年春	伸率	2024年春	2025年春	伸率	2024年春	2025年春	伸率
全 産 業	302	387	28.1	28	44	57.1	110	114	3.6	26	28	7.7	138	201	45.7
製 造 業	125	202	61.6	26	43	65.4	26	42	61.5	4	12	200.0	69	105	52.2
輸 送 機 械	33	114	245.5	21	39	85.7	10	20	100.0	0	8	-	2	47	2250.0
一 般 機 械	15	7	△53.3	0	0	-	10	2	△80.0	0	1	-	5	4	△20.0
電 気 機 械	24	34	41.7	4	4	0.0	4	19	375.0	2	2	0.0	14	9	△35.7
食 料 品	39	38	△2.6	0	0	-	0	0	-	0	0	-	39	38	△2.6
製造業その他	14	9	△35.7	1	0	△100.0	2	1	△50.0	2	1	△50.0	9	7	△22.2
非製造業	177	185	4.5	2	1	△50.0	84	72	△14.3	22	16	△27.3	69	96	39.1
運 輸	9	19	111.1	0	0	-	4	1	△75.0	0	3	-	5	15	200.0
建 設	21	24	14.3	0	0	-	0	0	-	2	1	△50.0	19	23	21.1
卸 売	42	40	△4.8	0	0	-	22	15	△31.8	2	1	△50.0	18	24	33.3
小 売	45	40	△11.1	0	0	-	19	16	△15.8	10	9	△10.0	16	15	△6.3
サ ー ビ ス	59	60	1.7	2	1	△50.0	39	40	2.6	8	2	△75.0	10	17	70.0
非製造業その他	1	2	100.0	0	0	-	0	0	-	0	0	-	1	2	100.0
企 業 規 模 別															
大 企 業	128	200	56.3	21	39	85.7	57	63	10.5	13	15	15.4	37	83	124.3
中 小 企 業	174	187	7.5	7	5	△28.6	53	51	△3.8	13	13	0.0	101	118	16.8

図表3 大企業と中小企業の区分

区分		製造業その他	卸売業	小売業	サービス業
大 企 業	資 本 金 従 業 員 数	3 億円超 かつ 300 人超	1 億円超 かつ 100 人超	5 千万円超 かつ 50 人超	5 千万円超 かつ 100 人超
中 小 企 業	資 本 金 従 業 員 数	3 億円以下 または 300 人以下	1 億円以下 または 100 人以下	5 千万円以下 または 50 人以下	5 千万円以下 または 100 人以下

（中小企業基本法に基づく）

(3) 初任給 一大卒は 1 万円台、高校卒は 5 千円台の上昇—

初任給額（前年と今年を比較可能な回答の単純平均）をみると、**大卒**が 228,137 円で前年実績比 11,249 円増 (5.2%増)、**高校卒**が 182,522 円で同 5,496 円増 (3.1%増)といずれも前年を上回った (図表 4)。

※**大学院卒**と**短大・高専卒**は、前年と今年を比較可能な回答が僅少であるためコメントを割愛。

図表 4 規模別・業種別にみた学歴別初任給

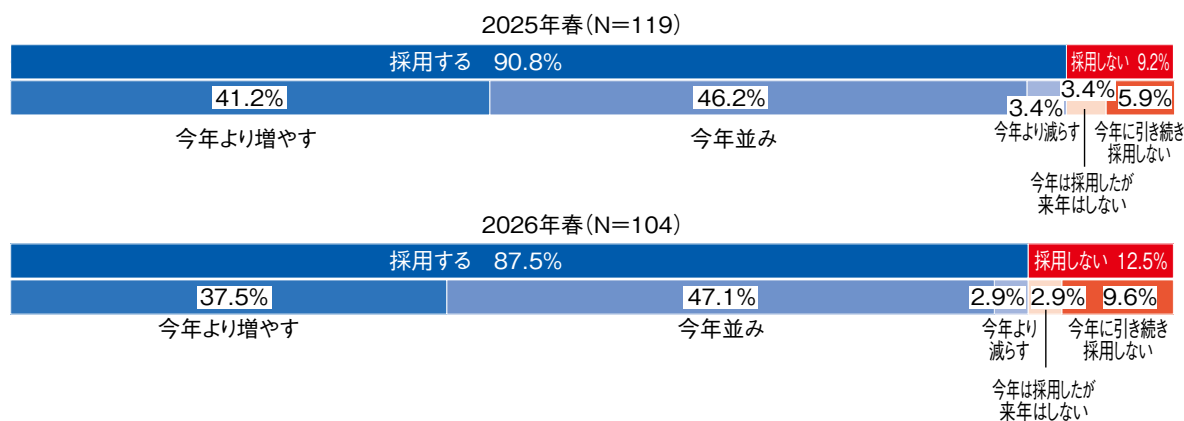
(円、%)

業 種	大 卒			高 校 卒		
	2024 年春	2025 年春	伸率	2024 年春	2025 年春	伸率
全 産 業	216,888	228,137	5.2	177,026	182,522	3.1
製 造 業	213,667	239,667	12.2	169,617	175,450	3.4
非 製 造 業	217,962	224,293	2.9	180,446	185,786	3.0
企 業 規 模 別						
大 企 業	228,775	243,450	6.4	189,833	195,300	2.9
中 小 企 業	210,945	220,480	4.5	174,625	180,126	3.2

2. 来春の採用計画 — 9 割近くが ‘今年並み以上’ を計画 —

有効回答企業 113 社のうち 2026 年春の採用計画について回答があった 104 社の計画をみると、「採用する」とした企業は 87.5%で、前年同期調査 (90.8%) 比 3.3 ポイント低下したが、依然として高水準を保っている (図表 5)。

図表 5 2026 年春の採用計画 (前年同期調査との比較)



採用方針の内訳をみると、「今年より増やす」(37.5%)と「今年並み」(47.1%)を合わせた‘今年並み以上’を計画している企業の割合は 84.6%。前年同期調査 (87.4%) を 2.8 ポイント下回ってはいるものの、8 割台の高水準にある。一方、「今年より減らす」(2.9%)と「今年は採用したが来年はしない」(2.9%)という採用数を‘減らす’企業の割合は 5.8%にとどまった。これらのことから、採用意欲は引き続き高いものとみられる。

これを業種別にみると、‘今年並み以上’は、**製造業** 100%、**非製造業** 78.3%、企業規模別にみても、**大企業** 100%、**中小企業** 82.6%と、いずれも高水準にある (図表 5、6)。

図表 6 2026 年春の採用予定（新卒採用を行っていない企業を除く）（社、%）

業種	採用する						採用しない			
	今年より増やす		今年並みに採用		今年より減らす		今年は採用したが来年はしない		今年に引き続き採用しない	
	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比
全産業	39	37.5	49	47.1	3	2.9	3	2.9	10	9.6
製造業	17	56.7	13	43.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
輸送機械	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
一般機械	2	33.3	4	66.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0
電気機械	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
食料品	4	44.4	5	55.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
製造業その他	5	71.4	2	28.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
非製造業	22	29.7	36	48.6	3	4.1	3	4.1	10	13.5
運輸	6	54.5	2	18.2	0	0.0	1	9.1	2	18.2
建設	4	33.3	6	50.0	1	8.3	0	0.0	1	8.3
卸売	5	23.8	11	52.4	0	0.0	2	9.5	3	14.3
小売	2	20.0	4	40.0	1	10.0	0	0.0	3	30.0
サービス	4	26.7	10	66.7	1	6.7	0	0.0	0	0.0
非製造業その他	1	25.0	3	75.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
企業規模別										
大企業	2	16.7	10	83.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
中小企業	37	40.2	39	42.4	3	3.3	3	3.3	10	10.9

このように、2025 年春の新卒採用にあたっては、‘前年並み以上’採用した企業の割合は前年調査と同水準であり、採用数および初任給は増加した。全国的に深刻な人手不足が続くなか、長崎県内企業においても欲しい人材を確保したいという積極的な姿勢が表れている。

一方で、‘計画通りに採用できなかった’企業も 4 分の 1 程度あり、人材不足の状況は続いている。同時に実施した「第 140 回 県内企業景況調査」においても、雇用人員の不足感は強く経営上の重要な課題とされている。

そのような経営環境や雇用情勢を反映して、2026 年度においても‘今年並み以上’の採用を計画している企業が 9 割近くにのぼっており、採用意欲は高い水準が続くものと考えられる。

（宮崎 繁樹）

宿泊税について考える ～ 長崎市と他都市の比較から ～

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～2022年3月 長崎自動車(株) 常勤顧問。
2021年7月～2025年6月 (株)長崎経済研究所 シニアアドバイザー。
2021年10月～ 長崎放送(株) 顧問・論説委員。
2022年3月～2025年6月 長崎自動車(株) 取締役。
2022年3月～2025年6月 (株)長崎検番 取締役。
2022年4月～ 長崎経済同友会 幹事・新産業創造委員会委員長。
2022年11月～2025年6月 長崎商工会議所 常議員・観光消費拡大委員会委員長。
2023年5月～ 長崎大学海洋未来イノベーション機構 連携研究員。
2023年8月～ 長崎市 政策顧問。
2023年11月～2025年6月 (一社)長崎県観光連盟 政策参与。
2024年7月～ 長崎大学 経営協議会委員。



観光は、わが国の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野であるとされ、2003年1月に小泉純一郎総理（当時）が「観光立国懇談会」を立ち上げ、同年4月から「ビジット・ジャパン事業」が開始された。その後、2006年に観光立国推進基本法が成立し、2007年12月に「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、順次、取り組みが進んできたが、現在は2023年に閣議決定された「観光立国推進基本計画」に謳われている「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととなっている。

こうした戦略を進めるに当たっては、情報発信・イベントだけでなく、一過性ではないハード面やソフト面の充実も必要であり、そのための財源確保が必要である。そうした中で、財源確保のために各地で導入が進んでいるのが宿泊税であり、長崎市では2023年4月から導入されている。長崎県でも導入に向けた検討が始まっており、今回は、この宿泊税について考えてみたい。

宿泊税とは

宿泊税とは、ホテルや旅館の宿泊者に課税される法定外目的税である。法定外目的税とは、地方公

共団体が条例により設けることができる税であり、全国をみると産業廃棄物税や環境協力税といったものがあるが、最近では宿泊税の導入が多くみられる。長崎市の宿泊税は、市内に所在する宿泊施設（民泊を含む）において徴収されているが、修学旅行その他学校行事に参加・引率する者等は免除されている。

▽長崎市宿泊条例（抄）

（宿泊税）

第1条 本市は、都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪及び交流を促進するとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てるため、地方税法（昭和25年法律第226号。以下「法」という。）第5条第7項の規定に基づき、宿泊税を課する。

＜参考＞地方税法

第5条 市町村税は、普通税及び目的税とする。

2 市町村は、普通税として、次に掲げるものを課するものとする。ただし、徴収に要すべき経費が徴収すべき税額に比して多額であると認められるものその他特別の事情があるものについては、この限りでない。

- 一 市町村民税
- 二 固定資産税
- 三 軽自動車税
- 四 市町村たばこ税
- 五 鉱産税
- 六 特別土地保有税

3 市町村は、前項に掲げるものを除く外、別に税目を起して、普通税を課することができる。

4 鉱泉浴場所在の市町村は、目的税として、入湯税を課するものとする。

5 指定都市等（第七百一条の三十一第一項第一号の指定都市等をいう。）は、目的税として、事業所税を課するものとする。

6 市町村は、前二項に規定するものを除くほか、目的税として、次に掲げるものを課することができる。

- 一 都市計画税
- 二 水利地益税
- 三 共同施設税
- 四 宅地開発税
- 五 国民健康保険税

7 市町村は、第四項及び第五項に規定するもの並びに前項各号に掲げるものを除くほか、別に税目を起こして、目的税を課することができる。

このとおり宿泊税は目的税である。長崎市の宿泊税の目的は、「都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪及び交流を促進するとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てる」ことである。某自治体の宿泊税導入の説明会では、行政側から「定住人口の減少による税収不足を宿泊税で補う」という説明があったと側聞しているが、目的税であることをしっかり認識すべきであろう。宿泊税の税収を用いた各種施策が奏功することで交流人口が増加し、それが街の事業者の収益や従業員の所得の増加をもたらし、それに伴って法人税や所得税等の税収が増えるという順番であり、そこを間違ってはならない。宿泊税は人口減少に伴う税収不足を単純に補う手段ではなく、観光振興に資する施策を進めるための財源である点は念を押しておきたい。

全国の導入状況

2025 年 4 月現在で、全国 12 の地方自治体が宿泊税を導入している。九州では、長崎市のほかに、福岡県、福岡市、北九州市が導入している。

各地方自治体の税率・税額をみると、倶知安町（北海道）のみが税率方式を採用しており、他の自治体は定額方式となっている。例えば、宿泊料金が 15,000 円の場合、現時点では 200 円を徴収する自治体が多い一方、東京都では宿泊料金が 10,000 円未満は課税対象となっていないほか、宿泊料金が 20,000 円以上の場合、金額に応じて 200 ～ 1,000 円の開きがあるなどと、自治体によって^{まちまち}区々ではあるが、税率に引き直すと概ね数%程度である。こうした中、京都市では来年 3 月から宿泊料金が 10 万円以上の場合、10,000 円を徴収する予定となっている。仮に宿泊料金が 10 万円の場合、税率は 1 割となる。

▽各自治体の宿泊税導入時期

東京都	2002 年 10 月
大阪府	2017 年 1 月
京都市	2018 年 10 月
金沢市	2019 年 4 月
倶知安町	2019 年 11 月
福岡県	2020 年 4 月
福岡市	2020 年 4 月
北九州市	2020 年 4 月
長崎市	2023 年 4 月
二セコ町	2024 年 11 月
常滑市	2025 年 1 月
熱海市	2025 年 4 月

（出所）各地方自治体 HP 等から作成

▽各自治体の宿泊税徴収額と税収額

	料金区分	1 人 1 泊あたり
倶知安町	宿泊料金の 2%	
二セコ町	5,001 円未満 5,001 円以上 20,000 円未満 20,000 円以上 50,000 円未満 50,000 円以上 100,000 円未満 100,000 円以上	100 円 200 円 500 円 1,000 円 2,000 円
東京都	10,000 万円以上 15,000 円未満 15,000 円以上	100 円 200 円
熱海市	—	200 円
常滑市	—	200 円
金沢市	5,000 円以上 20,000 円未満 20,000 円以上	200 円 500 円
京都市	6,000 円未満 6,000 円以上 20,000 円未満 20,000 円以上 50,000 円未満 50,000 円以上 100,000 円未満 100,000 円以上	200 円 200 円（来年 3/1 日から 400 円） 500 円（来年 3/1 日から 1,000 円） 1,000 円（来年 3/1 日から 4,000 円） 1,000 円（来年 3/1 日から 10,000 円）
大阪府	7,000 円以上 15,000 円未満 15,000 円以上 20,000 円未満 20,000 円以上	100 円（9/1 日から 200 円） 200 円（9/1 日から 400 円） 300 円（9/1 日から 500 円）
福岡県 （福岡市、北九州市以外）	—	200 円
福岡市	20,000 円未満 20,000 円以上	200 円（うち県税 50 円） 500 円（うち県税 50 円）
北九州市	—	200 円（うち県税 50 円）
長崎市	10,000 円未満 10,000 円以上 20,000 円未満 20,000 円以上	100 円 200 円 500 円

（出所）各地方自治体 HP 等から作成

長崎市における宿泊税の使途

宿泊税において重要なのはその使途である。長崎市の場合、『宿泊税は、「訪問客への還元」を方針とし、「利便性」「満足度」「再訪意欲」の向上に繋がる事業に活用します』とホームページに明記されているほか、『使途の分類である「5つの柱」(宿泊税賦課費を除く)に基づき、1.→5.の順位で活用します』、つまり、「サービス向上・消費拡大」、「情報提供」、「受入環境整備」、「資源磨き」、「緊急時の対応等」の順で活用するとされている。

▽宿泊税の使途の分類「5つの柱」

1. サービス向上・消費拡大

サービス向上により、訪問客の滞在時間や消費機会が拡大することで満足度の向上に繋げる事業として、主に長崎ならではの朝方・夜型の体験コンテンツの充実に取り組む

2. 情報提供

ICTなどを活用し、訪問客が求める情報を適時提供し満足度の向上に繋げる事業として、主にワンストップの情報提供に取り組む

3. 受入環境整備

施設等の受入環境を整え、訪問客の利便性や満足度の向上に繋がる事業として、「観光案内所運営」や「無線LAN」などの整備に取り組む

4. 資源磨き

資源の磨き上げや施設の利活用により、訪問客の満足度を向上させる事業として、主に観光施設のライトアップ整備やユニークベニューの利活用支援事業に取り組む

5. 緊急時の対応等

基金を積み立て、その基金を国内外の人々の交流を促進し、観光需要の回復と喚起を図るための事業（観光キャンペーン等）に活用

宿泊税賦課費

宿泊税賦課業務に係る費用と宿泊税特別徴収事務報償金

(出所) 長崎市 HP

そして宿泊税の使途については、「市長は、毎年度、宿泊税の使途及びその内容を取りまとめ、これを公表するものとする」(長崎市宿泊条例第19条)と定められており、長崎市のホームページに「宿泊税活用事業」が掲載されている。

そこで、長崎市における宿泊税の使途について、長崎市自らが謳っているように『「利便性」「満足度」「再訪意欲」の向上に繋がる事業に活用』する、『「サービス向上・消費拡大」→「情報提供」→「受入環境整備」→「資源磨き」→「緊急時の対応等」』の順で活用されているのかを確認してみた。

宿泊税活用事業における配分をみると、2024年度も2025年度も第2順位の「情報提供」にはほぼ半分の金額を投じており、第1順位の「サービス向上・消費拡大」や第3順位の「受入環境整備」の3倍前後の金額が充てられている。さらに、「サービス向上・消費拡大」や「受入環境整備」においても、“情報発信”にかかる施策があるため、長崎市ではかなりの金額を情報発信に割いていることがわかる。これはコロナ禍で減少した観光客を増加させるために“情報発信”を優先したとのことである。この結果、宿泊税活用事業が情報発信に重きを置いた形になっているのが、後述する他の自治体の宿泊税の使途と比べた場合の特徴となってしまっている。情報発信に多額の資金を充てることそのものの是非はと

もかく、その情報発信が交流人口の増加や観光消費拡大に結び付いているのかどうかの検証は必要であろう。現時点では、残念ながら、少なくとも街の宿泊事業者はそう感じていないのが実情である。

情報発信以外に目を向けると、「受入環境整備」に掲げられている“観光客受入環境整備費”中の多言語を含む案内板整備、路面電車におけるタッチ決済機器導入への支援、公衆トイレの改修といったハード面の整備が掲げられているが、他の観光都市に比べ遅れている状況からすればもっと積極的に行うべきと考える。

また、“オーバーツーリズム対策警備実施”とあり、おそらく国際クルーズ船入港時の新地中華街電停付近（おらんだ橋の横断歩道）の警備員の配置のことを指していると思われるが、クルーズ船の入港毎に警備員を配置するというのは“費消”に過ぎない。むしろ、警備員を配置しないで済むようなハード面の整備に資金を投じるべきではないだろうか。その辺は、長崎市役所における観光部署とハード整備部署の連携が期待される。

一方で、「緊急時の対応等」において、観光交流基金積立金として、毎年50百万円が積み立てられている。当該基金の積み立ては、コロナ禍における観光業の大変さを考えると良い取り組みではないかと考えられる。但し、基金の積立目標金額が5億円が良いのかどうかは、長崎市における観光業の経済規模等を踏まえて、見直していくことが必要であろうし、その基金の使い道が「観光需要の回復及び喚起を図るための事業に要する経費の財源」（例えば、誘客のための観光キャンペーン事業）のほか、緊急時の感染症対策や雇用維持等にも活用できるようにしておく必要があるかといったことについても議論していくべきだと思われる。

▽宿泊税の使途 (2024年度)

令和6年度の宿泊税活用事業		3億2,521万6千円
①サービス向上・消費拡大 51,417千円 (事業費 91,556千円)	②情報提供 155,548千円 (事業費 228,544千円)	
○観光地域づくり推進費 - サステナブルツーリズムの推進 - 体験商品・長崎グルメ情報の提供 - クチュミ対策、食の多様化への対応支援 - ガイド育成 	○観光地域づくり推進費 - 観光ワンストップサイトにおける情報提供 - デジタル広告等による訴求プロモーション - MICE参加者市内回遊促進施策	
○長崎さるく推進費 長崎さるくの情報発信、ガイド研修	○観光客誘致推進費 長崎市を舞台とした映画、ドラマ等の作品や出演する著名人を活用したPR	
○MICE推進費 MICE開催に向けた機運醸成や、長崎が持つ地域資源・ユニークベニューを活用したレセプション等の実施	○さしみシティ推進事業費 ガイドブック作成等による、誘客及び訪問客への情報提供	
③受入環境整備 55,560千円 (事業費 131,770千円)	④緊急時の対応等 50,000千円	
○観光地域づくり推進費 市民及び市内事業者のおもてなし機運醸成	○観光交流基金積立金	
○観光産業人材育成事業費 将来の観光産業を支える人材の育成のための小中学校における「観光教育出前授業」		
○総合観光案内所運営費 訪問客の利便性向上のための情報提示や多言語による案内の実施 		
○観光客受入環境整備費 Wi-Fi新設（長崎駅東口広場）、多言語案内板整備、オーバーツーリズム対策警備実施	⑤宿泊税賦課費 12,691千円 (事業費 12,694千円)	
	○宿泊税賦課業務に係る費用及び宿泊税特別徴収事務報償金	

(2025年度)

令和7年度の宿泊税活用事業

3億6,701万1千円

①サービス向上・消費拡大 41,597千円 (事業費 93,113千円) ○観光地域づくり推進費 ・多様なインバウンドニーズへの対応支援 ・サステナブルツーリズムの推進 ・英語ガイドの育成 ○長崎さるく推進費 ・長崎さるくの情報発信、ガイド研修 ○食・観光高付加価値化事業費 ・和華蘭グルメの磨き上げや食のコンテンツ造成	③受入環境整備 64,833千円 (事業費 295,332千円) ○観光地域づくり推進費 ・市民及び市内事業者のおもてなし機運醸成 ・事業者ネットワークの活性化支援 ○総合観光案内所運営費 ○観光客受入環境整備費 ・オーバーツーリズム対策整備実施 ○観光産業人材育成事業費 ・将来の観光産業を支える人材の育成のための、小中学校における「観光教育出前授業」の実施 ○観光資源魅力推進費 ・案内板改修(多言語やユニバーサルデザインなど) ○路面電車におけるタッチ決済機器導入への支援 ○公衆トイレの改修
②情報提供 172,107千円 (事業費 232,153千円) ○観光地域づくり推進費 ・デジタル広告・OTA等によるプロモーション ・観光ファンストップサイトにおける情報提供 ・各市場(国内・インバウンド・MICE)の特性に応じたセールスによる誘致活動 など ○インバウンド誘致広域連携事業費 ・万博を契機とした他都市との連携プロモーション、海外デジタルノマド誘客 ○観光客誘致推進費 ・長崎市を舞台とした映画、ドラマ等の作品や出演する著名人を活用したPR ○さしみシティ推進事業費 ・さしみシティの域外へのPR	④資源磨き 23,200千円 (事業費 282,000千円) ○英国領事館における展示等の実施設計及び整備 ⑤観光交流基金積立金 50,000千円 ●宿泊税賦課費 15,274千円 (事業費 15,278千円)

(出所) 長崎市 HP

他都市における宿泊税の使途

他都市における宿泊税の使途をみると、長崎市と比べ、情報発信よりハード面、ソフト面の施策、それも“目に見える施策”、“一度限りの費消ではない施策”に重きを置いているように見受けられる。各自治体の宿泊税の使途を分野別の金額シェアでの整理を試みたが、自治体毎に分野の分類の仕方や施策内容の開示の粒度が異なり、一覧表形式にするのが困難であったため、各自治体の特徴を以下のとおりまとめた。

< 倶知安町 >…事業費 3.95 億円、うち宿泊税 3.4 億円 (2025 年度)

- ・宿泊税を財源とした事業についてはかなり詳細な開示がなされている。事業内容では、地域 DMO への補助のウェイトが一番大きい。地域 DMO の事業内容をみると、情報発信や観光案内所の運営もあるが、最も事業費の大きなのは循環バス等の無料運行などの「冬季二次交通・交通対策事業」である。なお、宿泊税から支出する地域 DMO の人件費や事務費についても開示されている点は好感が持てる。
- ・地域 DMO 以外の事業では、市街地とリゾート地を結ぶナイトシャトルの支援、東京や札幌からのタクシードライバーの派遣を受けるための滞在費の支援、町民向けタクシーの事業者に対する支

援といった交通対策に重きが置かれているほか、羊蹄山管理保全事業といったリゾート地としての質の向上やタブレット端末によるクラウド通訳といった外国人観光客へのサービス強化などもある。また、ロードヒーティングの整備も項目に含まれている。

< ニセコ町 >…事業費 2.5 億円、うち宿泊税 1.6 億円（2025 年度）

- ・事業費の 45% を地域内交通の充実に充てる計画となっている。具体的には、循環バス運行（増便、増系統、夏季運行等）、空港連絡バス運行、デマンドバス強化・DX 化等である。
- ・次いで多いのは宿泊事業者の地球環境負荷の低減の促進・支援であり、省エネルギー、再生可能エネルギーの導入、廃プラスチック、排水浄化等支援とされている。
- ・さらに DMC 強化事業、人材育成・確保事業、観光案内 DX 化の推進といった分野が続いている。

< 東京都 >…観光産業振興費 263.6 億円、宿泊税税収額 16.7 億円（2023 年度）

- ・宿泊税を活用した事業にかかる詳細な開示は見当たらないものの、2023 年度の実施予定事業として例示されているのは、「東京都観光情報センターの整備・運営」、「海外に向けた観光プロモーション」、「外国人旅行者の受入に係るサービス向上の支援」、「バリアフリー化の推進」、「ウェルカムカードの作成等」、「新たな観光資源の開発」、「MICE 誘致活動の展開」、「観光事業者のデジタル技術を活用した取組への支援」、「観光事業者の経営力向上や環境対策への支援」となっている。
- ・なお、Wi-Fi やデジタルサイネージなどの利用環境の整備が行われているほか、東京観光情報センターの設置・運営は 5 か所であり、観光スポット等を記載したウエルカムボードは 9 言語 10 種類を作成している。

< 金沢市 >…事業費 10.06 億円、うち宿泊税 8.19 億円（2025 年度）

- ・金沢市の場合、ハード面の整備への支出が多いのが特徴である。具体的には、大型ベンチ設置、展示空間改修、古民家宿泊施設改修、雪吊り拡充、照明整備、旅館等の改修支援、混雑予想マップ多言語化、観光客用自転車拡充、周遊バスへのキャッシュレス決済導入などである。
- ・また、文化スポーツ施設再整備積立基金積立金として、2024 年度は 1.7 億円、2025 年度は 1.5 億円を拠出している。

< 京都市 >…事業費 103.0 億円、うち宿泊税 48.1 億円（2024 年度）

- ・事業内容としては、受入環境の整備、情報発信・プロモーション・観光案内、文化財の保全、交通対策、ハード整備が重点項目となっている。事業費の多い項目を順に並べると、岡崎や梅小路等の魅力向上による新たな魅力の創出（24.0 億円）、街路樹の育成管理（19.8 億円）、観光特急バスの新設等交通対策（15.3 億円）、無電柱化事業（8.0 億円）、文化財の保全・継承に向けた取組（6.5 億円）、歴史的景観の保全に向けた取組等（5.1 億円）、災害時等における市民・観光客等の安全対策（4.8 億円）などである。

- ・なお、「京都ならではの文化振興・美しい景観の保全」という大項目でみると、前述の文化財の保全・継承に向けた取り組みを含め、担い手の育成や京町家の保全、歩行空間整備等で19.7億円が充てられている。

< 大阪府 >…事業費 n.a.、うち宿泊税 18.95 億円（2024 年度）

- ・2024年の事業をみると、大阪・関西万博の開催を睨んだイベントやハード整備が中心となっている。ハード面では、Wi-Fi整備、船着場整備、観光デッキ整備といったところである。
- ・大阪府については、宿泊税が導入された2016年度から2024年度までの9年間の年度毎および累計の詳細な事業内容が開示されているが、累計でみると、交通アクセス向上のためのターミナル整備、多言語化対応、Wi-Fi環境の整備やキャッシュレス化支援といった事業への充当が目立つ。

< 福岡県 >…事業費 16.76 億円、うち宿泊税 16.28 億円（2023 年度）

- ・事業内容をみると、大部分が情報発信・プロモーション、イベント、観光団体のDMO化支援といった観光振興の体制強化に充当されている。そうした中でも、宿泊事業者の生産性向上支援やMaaSを活用した県内周遊促進のための企画乗車券発売も実施している。

< 福岡市 >…事業費 58.91 億円、うち宿泊税 29.09 億円（2024 年度）

- ・ハード面への充当が多いのが福岡市の特徴である。例えば、博物館リニューアル推進事業（15.5億円）、海辺を活かした観光振興に向けた道づくり（4.9億円）、海辺を活かした観光振興事業＜レンタサイクル導入支援、市営渡船の活用、立ち寄りスポットの整備等＞（4.5億円）、海づり公園を活用した北崎地区活性化事業（4.1億円）、魅力ある水辺空間の創出事業（1.9億円）、海の中道エリアにおける自転車通行空間整備（1.3億円）、鴻臚館整備・活用事業（1.2億円）、福岡城・鴻臚館における観光振興事業＜ライトアップ、園路証明設備等＞（1.0億円）、公衆トイレ環境の向上（0.5億円）、宿泊事業者受入環境充実の支援（0.4億円）、快適な通信環境の提供（0.1億円）等である。

< 北九州市 >…事業費 n.a.、うち宿泊税 n.a.

- ・北九州市では、北九州空港新規路線就航促進、北九州空港アクセス推進や観光案内機能強化、商店街満足度向上、宿泊施設等改修支援等にも宿泊税が充当されている。

他都市と長崎市の比較

以上のような他都市の事例をみると、長崎市に比べハード面の整備の多さが目立つほか、交通対策および宿泊事業者の付加価値や生産性の向上への充当も多いことに気が付く。一度決めてしまうと前例踏襲になり易いほか、どうしても総花的になり、メリハリが付きにくいといわれているのが行政の事業であるが、他都市の事例や「観光都市長崎」を標榜するために不足しているハードやソフトを洗い出し、まずはそれに重点的に宿泊税を充当すべきと考える。ハードやソフトが充実すれば、情報発

信やイベントもより大きな効果を発揮し、交流人口の更なる増加につながるのではないだろうか。観光案内所や案内板の拡充、官民を問わず街全体の多言語化、キャッシュ化といった、まずは観光地としての環境整備から始めるべきと考える。

また、京都市のように文化財の保全に宿泊税を活用するのも、観光客にとって歴史・文化が観光の一つの目的となっている長崎市にとっても参考になるのではないか。長崎くんちの出し物やランタンフェスティバルのオブジェなどに宿泊税を活用することも検討の余地はあると思われる。さらに、北九州市が北九州空港における新規路線就航促進や北九州空港のアクセス推進に宿泊税を活用していることも、“都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪及び交流を促進する”といった考え方に照らせば的を射ているように思う。

もっとも、これまで一般財源で行ってきた事業を宿泊税の活用に代替することは、“宿泊税の一般財源化”と受け止められるため、宿泊税の資金使途について、長崎市はかなり神経を使っているのが実情である。これに対しては、新規のハード・ソフト整備や既存事業の増額における増額部分への充当という形をとるのも一案であろう。宿泊税が一般財源化していないという説明はもちろん大切であるが、宿泊税を活用した事業により、観光の魅力が増し、観光客が増え、観光消費額が増えるという結果が伴えば、批判されることを恐れる必要はないように思う。こうした好循環こそ「宿泊税の導入目的」そのものである。求められるのは結果である。ここでも地域間競争に勝ち抜かねばならない。

宿泊税の使途に含まれているものもあるが、長崎市の経済再生アクションプランにおける今年度の観光関係の取り組みにおいては、観光案内機能の整備、多言語対応が可能な有償ガイドの確保・育成、路面電車におけるタッチ決済の導入、長崎の食文化のブラッシュアップとすし等のコンテンツ化といったハード・ソフトの整備が掲げられており、情報発信に偏らない施策に期待できる。

長崎市 DMO との関係

長崎市と長崎市 DMO（長崎国際コンベンション協会）の事業内容、資金的なつながりについても、一般の方々が見るに際して、わかり易い開示が求められる。他都市の開示情報をみると、行政と DMO や観光協会との資金的な関係や取り組んでいる具体的な事業がわかり易く開示してあるものも多い。長崎市の場合、「令和 5 年度 長崎市 DMO 事業評価」に、「事業費の状況」として「長崎市からの受託事業」が開示されているが、開示内容はかなり簡潔なものとなっているほか、事業費には長崎市 DMO 側の人件費も含まれているため、実際の事業に充てられた“真水”の金額がわからない。また、情報発信・プロモーションについては、その効果がわかりにくいだけに、数値化を含め、実績について宿泊税が効果的に使用されているかどうか「見える化」することが望まれる。長崎市 DMO の活動について、観光関連業者が実感できる成果があがれば、現時点のような街の厳しい声は小さくなるのではないだろうか。ここでも求められるのは結果である。

結びに代えて

本年3月に経済同友会が「自立した地域の観光経営の実現に向けた宿泊税の拡大と活用」¹という政策提言を公表した。当該提言では、地方自治体の自立した対応を可能とする新たな財源として、①普遍性の観点、②公平性の観点、③技術的な実行の観点、④税収への期待と実績の観点から宿泊税は最も優れているとされており、「現在、日本国内で既に導入されている宿泊税を全国的に広く展開すべく、地方税法上の法定目的税として、宿泊税を新たに導入すべきである」と謳われている。

さらに、法定目的税化するに当たり、「課税の前提となる観光振興戦略の策定義務付け」を求めている、その内容は、①観光振興戦略における宿泊税の位置づけ、開示方針の明確化、②宿泊税を支えるステークホルダーの理解・協力の促進、③使途の見える化・透明性の担保、④定期的な見直しと効果検証の徹底を求めている。

宿泊税が現在の法定外目的税のままであっても、徴税するからには、経済同友会が求めている上記4項目は重要であり、特に「使途の見える化」、「効果検証の徹底」は必須である。また、県域全体で導入する場合は、各市町における税収額と使途額のバランスも考えつつ、県域全体の観光に資する使途を考える必要があるだろう。

いずれにしても、緒に就いたばかりの宿泊税制度であるが、税金の取り方だけでなく、使い道を良く検討していただきたいと考える。当寄稿文がお手許に届く頃には長崎市議会の6月定例会は終了しているが、本定例会に提出する補正予算には、宿泊税の見直しの検討費用が盛り込まれている。「長崎市観光・MICE振興審議会」に設置される小委員会で検討されるとのことであるが、これまでの宿泊税の使途についての振り返りをしっかりと行ったうえで、税率や今後の使途について十分に議論してもらいたい。宿泊税の導入に向けた検討が始まっている長崎県においても同様である。

宿泊税の使途が単に費消されるものではなく、長崎の主力産業の一つである観光分野が持続的に稼ぐためのツールになるハードやソフトにまずは使われることが重要であり、そうした宿泊税の使途や効果が、多くの住民や観光客からみてわかり易い情報開示や効果検証が行われることに期待したい。

¹ 公益社団法人経済同友会「自立した地域の観光経営の実現に向けた宿泊税の拡大と活用」（2024年3月1日）

フィルハーモニックオーケストラ・長崎

(団長 ^{さかい けんきち}酒井健吉氏 団員 20 名)



(写真：フィルハーモニックオーケストラ・長崎)

■地域に根差した市民オーケストラとして

フィルハーモニックオーケストラ・長崎は、2006 年 6 月の設立以来、「聴衆とともに、感動を分かち合える演奏」をモットーにプロとアマチュアの混成(ハイブリッド)の市民オーケストラとして活動を続けています。このうち、定期演奏会では古典派の名曲から現代曲まで、幅広い選曲と熱気溢れる演奏で多くの聴衆を魅了しています。また、これからの音楽界を担う若手演奏者の人材発掘にも積極的に取り組んでいます。

そこで、とぎつカナリーホールを拠点に、地域に根差した市民オーケストラとして活発な活動を続けている「フィルハーモニックオーケストラ・長崎」(団長 酒井健吉氏 団員 20 名)を紹介します。

■近現代音楽の紹介・演奏

地方では、邦人が作曲した作品を演奏会のプログラムに組み込む機会は少ないと言われています。そこで、当団体は地元・長崎でも近現代音楽に親んでもらおうと、20 世紀以降に作られた近現代音楽の演奏を通じて、多くの人にその良さを伝えることに力を注いでいます。

なかでも、今年は文豪・芥川龍之介氏の三男で作曲家・芥川也寸志氏の生誕 100 年に当たることから、同氏の初期の代表作である『交響三章』を演奏することによって邦人作曲家の素晴らしい作品の紹介をしています。

団長を務める作曲家・酒井健吉氏によると、「近現代音楽を奏でるには高い技術が求められますが、近い時代の音楽を観客に届け、その良さを身近に感じてもらいたいです」と語ります。

■才能豊かな演奏者を発掘

当団体は、才能豊かな演奏者の発掘に加え、地元・長崎のクラシック音楽界を発展させようと、2023年から『煌めくながさき音楽コンクール』を開催しています。このコンクールの最優秀賞受賞者は、ソリストとして当団体のオーケストラと定期演奏会で共演することができます。今年のコンクールには、県内外から38名の応募があり、このうち3名(福岡県2名、鹿児島県1名)がソリストに選ばれました。3名とも中学生という若い才能を持った演奏者であることから、将来の音楽界に新たな一頁を加えてくれることが期待されます。

コンクールの実行委員長を務める西川千穂氏は、「県内の高校や大学には、音楽の専門課程が無いことから、地元の若者に臨場感あふれる音楽を楽しんでもらい、コンクールを通じて地域を盛り上げるきっかけをつくり出していきたいです」と言います。



■今後に向けて

来年は、フィルハーモニックオーケストラ・長崎の設立から20周年を迎えます。団長の酒井氏は、「今後も、聴衆とともに感動を分かち合える演奏をさらに発展させて、近現代音楽の良さをさらに多くの聴衆に伝えていくと同時に、煌めくながさき音楽コンクールを地元に着実に定着させて、若い才能を秘めた演奏家の発掘に努め、音楽を通じて地域全体を盛り上げていきたい」と語ります。



(写真：フィルハーモニックオーケストラ・長崎)

煌めくながさき音楽コンクール



ホームページ



Instagram

(泉 猛)

諫早交響楽団

(会長 たかはら あきら 高原 晶氏 楽団員 51 名)

今年 4 月 20 日、諫早交響楽団は、大規模な改修を終えた諫早文化会館大ホールで第 58 回定期演奏会を開催しました。同楽団の設立 30 周年と諫早市文化ホールの改装が奇しくも同じ年に当たり、諫早文化ホールのこけら落とし公演となりました。

今年は諫早市にとっても、市町村合併により誕生して 20 年、市の文化公演の拠点である諫早文化会館が 1 年間の改修を経てリニューアルオープンの年、そして「ながさきピース文化祭 2025」が開催される節目の年であることから、諫早交響楽団の活動に期待がかかります。

そこで、諫早交響楽団（会長 高原 晶氏 楽団員 51 名）の活動を紹介します。

■諫早交響楽団とは

諫早交響楽団は、「地域音楽文化の向上と青少年の情操教育に寄与すること」を設置目的として発足したアマチュアオーケストラで、今年度は「地域に根差す・つながる音楽事業」をテーマに活動しています。その主な活動を挙げると、年 2 回の定期演奏会のほか、ふれあいコンサート、地元の小中学校で行うスクールコンサートや福祉施設での演奏活動などがあります。

同楽団の事務局長を務める盛拓海氏もりたくみによると、「メンバーは、20 代から 70 代で皆仕事を持っているアマチュアの音楽家によって構成されていることから、毎回の練習に全員参加できるわけではありませんが、指揮者、演奏家、聴衆が演奏会で一体となって、重厚感あふれる豊かな音色で観客を魅了させることができるように練習に励んでいます」と語ります。

■これまでの歩み

設立のきっかけとなったのは、1993 年に市制 50 周年を記念して制作された合唱組曲「諫早讃歌・有明」¹が、福岡を拠点としたプロのオーケストラである「九州交響楽団」と、地元諫早の合同合唱団との共演で披露された際、「次回は自分たちの手で演奏をしたい」と市民の間から声があがり、オーケストラを結成させる機運が高まったことでした。その後、諫早弦楽アンサンブルと諫早吹奏楽団のメンバーを中心として練習を開始し、1994 年 11 月 29 日に楽団が結成されました。

¹ 「諫早讃歌・有明」は、干潟の海、白木峯高原、本明川、秋の祭りといった四季折々の諫早の情景や文化を、長崎市出身の詩人・風木雲太郎氏の豊かな心象描写と、團伊玖磨氏の愛弟子・白石茂浩氏による情感あふれる美しい旋律で表現した感動的な傑作です。

結成以降からこれまでの演奏活動実績には、諫早文化協会創立 50 周年式典、諫早市政 60 周年記念式典、諫早文化会館自主事業 20 周年記念コンサート、諫早市図書館落成式典などがあります。

こうした活動実績が評価され、2007 年に諫早市教育委員会、2008 年には諫早市からそれぞれ表彰されました。そして、今年 2 月には芸術文化振興の功績をたたえられ、諫早市浜文化章を受章しました。

第 58 回定演コンサート のんこの踊りと共演

(写真：諫早交響楽団)



ふれあいコンサートの様子 (指揮者体験)



スクールコンサートの様子

■ 今後に向けて

人口 13 万人の地方都市に交響楽団があるのは全国的にも珍しく、現代作曲家の創作曲を演奏することは既存のクラシック曲を演奏するより高い技術が必要とされるため、曲をより深く魅力的に演奏できるように、楽団員は日々練習に励んでいます。

今年 11 月 9 日(日) 開催予定の第 59 回定期演奏会では、オーケストラと混声合唱のための組曲「諫早讃歌・有明」の 25 年ぶりの再演に向け準備を進めています。事務局長の盛氏は、「演奏時間 30 分を超える取組みがいのある楽曲で、歌い上げた後の感動もひとしおかと思う。改めて地域の皆様に親しんでもらえるようにしていきたい。」と語ります。



諫早交響楽団ホームページ
(諫早讃歌ホームページへの入り口もあります)



2 分でわかる
諫早讃歌の魅力

(泉 猛)

産学官のトップが、長崎ベイエリアのカーボンニュートラル推進について考える

～第28回長崎サミット開催～
長崎都市経営戦略推進会議

2025年4月25日、前回サミット（2024年7月）の合意事項に基づく5つの取組み¹の進捗確認と、実現に向けた「産学官連携による推進体制の構築」について議論するため、産学官7団体のトップが意見を交わす「第28回長崎サミット」が長崎市内で開催されました。



【メンバー】

長崎商工会議所	森 拓二郎	会頭
長崎経済同友会	東 晋	代表幹事（代理出席）
長崎県経営者協会	藤田 真	会長
長崎青年会議所	種田 和彦	理事長
長崎県	大石 賢吾	知事
長崎市	鈴木 史朗	市長
長崎大学	永安 武	学長
	山田 晃	副代表幹事

【進行役】

日本銀行長崎支店	伊藤 真	支店長
----------	------	-----

¹ ①長崎港の電動化／脱炭素化推進 ②再生可能エネルギー事業の推進 ③造船関連産業の活性化推進 ④脱炭素先行地域づくり事業の推進と普及 ⑤カーボンニュートラルに関わる研究・開発・実証及び普及啓発の推進

【基調講演】

北海道室蘭市を中心に活動している「室蘭洋上風力関連事業推進協議会（MOPA）」の成田一人理事より、MOPA の設立経緯と活動内容、室蘭の洋上風力関連事業に関する潜在的な将来の可能性等の話がありました。同理事は、「MOPA は民間が主体となっていますが、特定企業への利益誘導を目的とはしておらず、産学官が連携した地域支援の組織です」と説明し、当地・長崎について「洋上風力関連事業においては、長崎も室蘭を上回る潜在的な可能性を有しています」と明言されました。

参加者からは、「長崎にも同様の枠組みが必要と感じた。」「長崎のポテンシャルの高さを実感した。」等の感想が挙がりました。

【今回のサミットにおける合意内容】

長崎商工会議所より下記2つの新組織体の設立が提案され、合意されました。

① ながさきカーボンニュートラル連絡調整会議

座長：長崎市長、長崎県経営者協会長

構成メンバー：長崎商工会議所、長崎経済同友会、長崎県経営者協会、長崎青年会議所、九経連（九州電力、JR 九州）、十八親和銀行、長崎経済研究所、長崎県、長崎市、長崎大学、長崎新聞他事業実施団体（企業）等

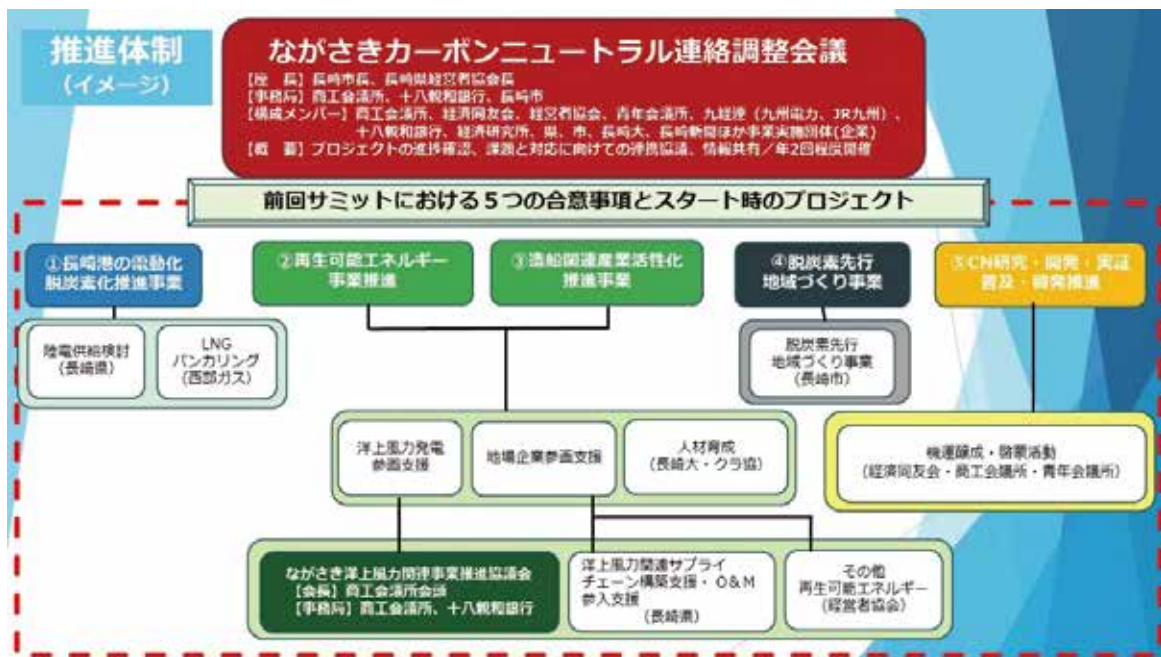
目的：産学官が連携し、情報の一元管理と進捗確認、課題を共有することで、よりスピーディーに、より効果的に、より強力に推進可能な、長崎のカーボンニュートラル情報プラットフォームを構築する。

② ながさき洋上風力関連事業推進協議会

会長：長崎商工会議所会頭

目的：風況、製造能力、人材育成等諸条件が整った長崎県内海域において、大規模洋上風力発電事業誘致、並びに関連産業振興に取り組むことを目的に、民間企業・団体が先行して協議会を立ち上げ、洋上風力関連事業促進に関わる機運醸成や提言を行い、県内外の関係者とのネットワークの構築や情報共有を行うなど、県内全域に広くその効果を行き渡らせるための取組みを実施する。

合意内容の推進体制



（出典：長崎都市経営戦略推進会議）

【各メンバー（各プロジェクト）の取組みについて】

（長崎県）

- ・長崎港湾脱炭素化を目指すべく、陸電供給に関して、事業可能性に関する調査を開始。
- ・洋上風力発電関連事業に関して、県内サプライチェーンの構築支援。
- ・長崎海洋産業クラスター形成推進協議会を通じた人材育成、保守点検事業分野への県内企業参入支援。

（長崎市）

- ・国の脱炭素先行地域に選定された「歴史文化」×「夜景観光」×「脱炭素」が融合した「長崎市版サステナブルツーリズムの世界発信」を行い、選ばれる国際観光都市長崎の実現を目指しており、省エネ機器購入補助金、ナイトさるく等を実施。

（長崎県経営者協会）

- ・三菱重工として長崎カーボンニュートラルパークでは「アンモニア燃焼」「バイオマス活用」「水素燃焼」「CO2回収」等の技術のみならず、実用に向けた設計・製造・研究開発を実施。

(長崎大学)

- ・長崎県、長崎海洋産業クラスター形成推進協議会とも連携しながら社会人向け「長崎海洋アカデミー」、大学生・大学院生向けに「産学連携洋上風力人材育成コンソーシアム」を立ち上げ、国内外大学、企業、各種機関と連携。
- ・炭素循環システム、藻場の再生等ブルーカーボン、カーボンクレジットの定量化に繋がる研究、潮流発電、海洋ロボットの研究を実施。

(長崎青年会議所)

- ・啓蒙活動に資する講演会、シンポジウムを実施し、企業のブランディング、利益にも繋げられるよう推進。

(長崎商工会議所)

- ・地場中小企業がサプライチェーンへの参入、事業再構築の障壁にならないように環境アクションプランを策定し、脱炭素化を推進。
- ・補助金を活用した省エネ設備更新等の支援を実施。

(長崎経済同友会)

- ・会員各社の機運を高めるために、月例会での講演、視察の実施、企業間の情報共有に取り組む。

【まとめ】

今回のサミットで、「ながさきカーボンニュートラル連絡調整会議」および「ながさき洋上風力関連事業推進協議会」といった新たな組織が設立され、産学官連携による強力な推進体制が構築されたことにより、今後のカーボンニュートラルの取組みが加速し、長崎の経済発展に寄与することが期待されます。

(村崎 保則)

偽・誤情報に惑わされないために

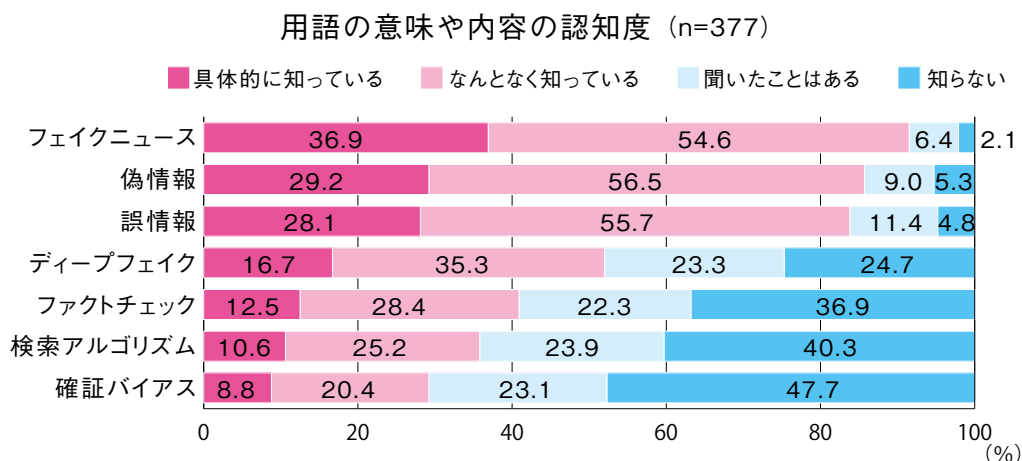
インターネットやSNSは様々な情報を簡単に入手できますが、最近では偽・誤情報やフェイクニュース等に対する警戒・注意を耳にする機会が増えています。そこで、今回は「偽・誤情報」についてリサーチしました。

- 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：2025年4月11日（金）～4月17日（木）
- 回答者数及び属性：377人【年齢】30歳代以下61人、40歳代80人、50歳代113人、60歳代以上123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。

◆用語の認知度は「フェイクニュース」が9割超でトップ、「偽情報」「誤情報」も8割超

偽・誤情報のほか、各用語の認知度について尋ねたところ、「フェイクニュース」の認知度が91.5%で最も高く（「具体的に知っている」36.9%、「なんとなく知っている」54.6%）、「偽情報」や「誤情報」の認知度もそれぞれ8割を超えました（偽情報：「具体的に知っている」29.2%、「なんとなく知っている」56.5%、誤情報：同28.1%、同55.7%）。

一方、「確証バイアス」（知らない47.7%）や「検索アルゴリズム」（知らない40.3%）など、認知度が低い用語も見受けられました。



(参考)

用語	解説
偽情報	人を混乱させ惑わすために意図的・意識的に作られたウソ、虚偽の情報
誤情報	勘違いや誤解により拡散された間違った情報
フェイクニュース	2016年のアメリカ大統領選挙やEU離脱をめぐるイギリスの国民投票などで、根拠の不確かな情報が多数拡散したことから広く使われるようになった言葉
ディープフェイク	人工知能(AI)に大量の画像データを読み込ませてつくられる精巧な「フェイク動画」のこと
ファクトチェック	その情報がどんな根拠に基づいているかを調べ、信頼性を検証すること
検索アルゴリズム	ネット検索で、どのサイトや記事を検索結果の上部に表示させるかを決める仕組みのこと
確認バイアス	心理学用語。人は自分の思い込みや信じたものに近い情報ばかりを探してしまい、それ以外の情報を無視しがちなことを指す

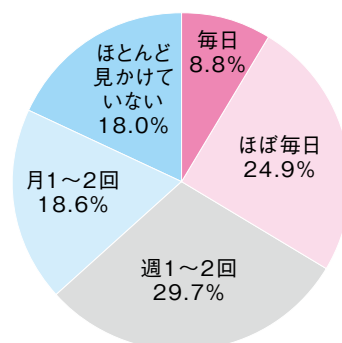
解説は以下から抜粋

- ・政府広報オンライン「インターネット上の偽情報や誤情報にご注意！」
- ・NHK みんなでプラス みんなのネット社会「フェイク情報用語集」

◆疑わしいと思った情報を「(ほぼ) 毎日見かける」が約3割

最近1ヶ月の間で、「疑わしい」と思った情報を見かけた頻度について尋ねたところ、「毎日」(8.0%)と「ほぼ毎日」(24.9%)を合わせて3割を超えました。これに「週1～2回」(29.7%)を合わせると、6割超が週に1度以上の頻度で何等かの「疑わしい」情報を見かけたと回答しています。一方、「ほとんど見かけていない」との回答も2割近く(18.0%)ありました。

最近1ヶ月の間で、あなたが「疑わしい」と思った情報をどの程度見かけましたか？(n=377)

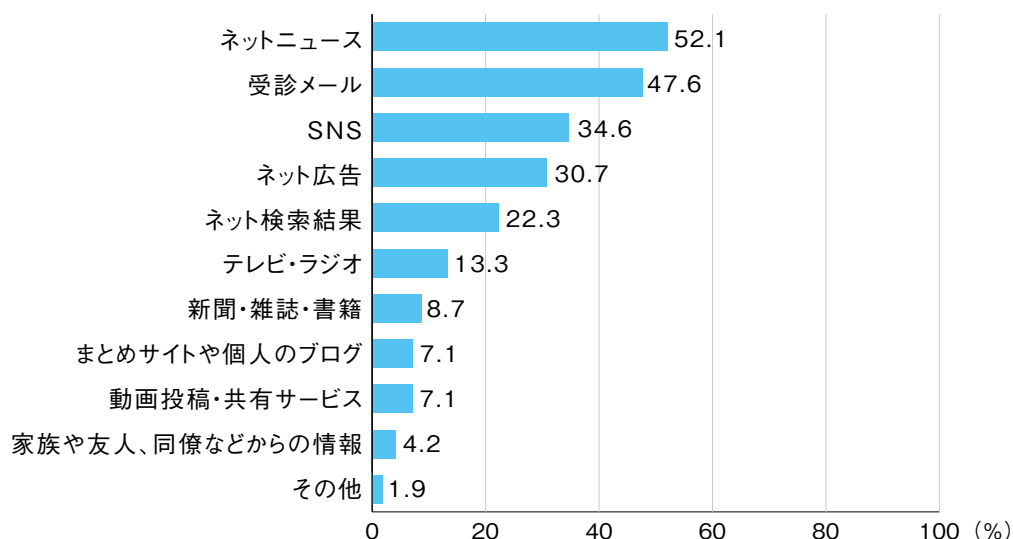


<ここからの設問は、前問で「ほとんど見かけていない」と回答した人以外にお尋ねしました。>

◆見かけた場所は「ネットニュース」が約5割でトップ

「疑わしい」と思った情報をどこで見かけたかを複数回答で尋ねたところ、「ネットニュース」が52.1%で最も多く、次いで「受信メール」(47.6%)、「SNS」(34.6%)となりました。また、「その他」の回答には「電話(非通知電話含む)」が比較的多く寄せられました。

「疑わしい」と思った情報を見かけたのはどのような場所ですか？
主なものを3つ以内で選んでください。(n=309 複数回答)

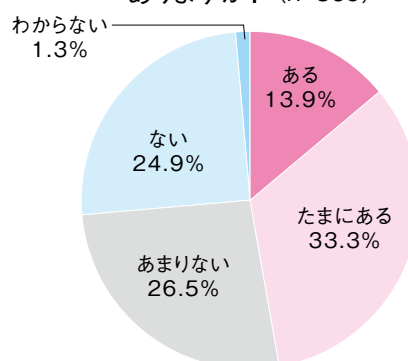


◆真偽を確かめたことが「ある」と「ない」は半々で拮抗

「疑わしい」と思った情報の真偽を確かめたことはあるかを尋ねたところ、「ある」(13.9%)、「たまにある」(33.3%)は合わせて47.2%でした。一方で「ない」(24.9%)と「あまりない」(26.5%)を合わせて51.4%となっており、確かめたことが「ある」と「ない」が拮抗しています。

「疑わしい」と思う情報を見かけるものの、その真偽を確かめるには至らない人が比較的多いようです。

「疑わしい」と思った情報の真偽を確かめたことはありますか？(n=309)

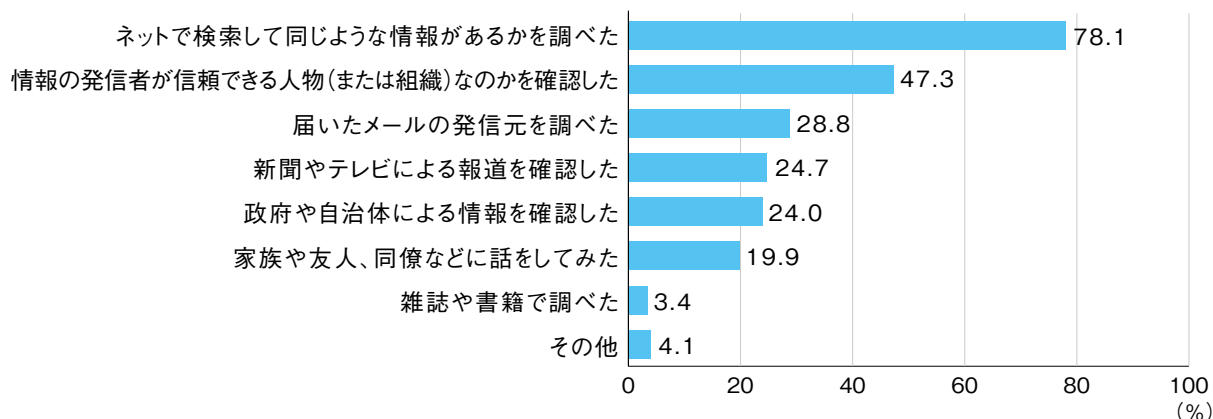


<ここからの設問は、前問で「ある」「たまにある」と回答した人にお尋ねしました。>

◆真偽を確かめる方法は「ネットで検索して同じような情報があるかを調べた」が抜きん出る

情報の真偽をどのようにして確かめたかを複数回答で尋ねたところ、「ネットで検索して同じような情報があるかを調べた」(78.1%)との回答が8割近くと抜きん出ています。次いで「情報の発信者が信頼できる人物(または組織)なのかを確認した」(47.3%)、「届いたメールの発信元を調べた」(28.8%)となっています。

情報の真偽をどのようにして確かめましたか？主なものを3つ以内で
選んでください。(n=146 複数回答)



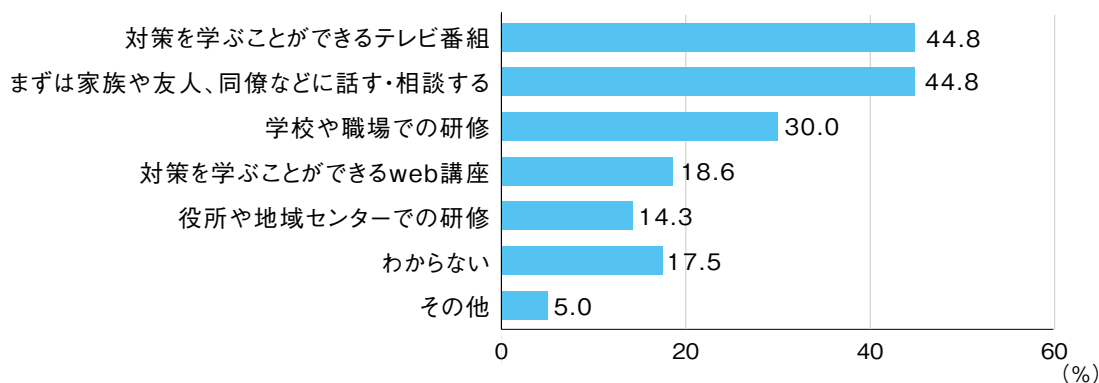
<ここからの設問は全員にお尋ねしました。>

◆偽・誤情報に対する備えは「学びのテレビ番組」と「家族・友人等に相談」が同率でトップ

偽・誤情報に対する備えとして役に立ったこと、あるとよいと思うことを複数回答で尋ねたところ、「対策を学ぶことができるテレビ番組」と「まずは家族や友人、同僚などに話す・相談する」が同率44.8%でトップとなりました。

また「学校や職場での研修」が30.0%となったほか、「その他」の回答の中には「義務教育課程で教えてほしい」、「未就学～大学まで科目として教える」といった声も寄せられており、教育面でしっかりと対策を講じてほしいというニーズが高いことがうかがえます。

偽・誤情報に対する備えとして役に立ったこと、あるとよいと思うことは何ですか？
主なものを3つ以内で選んでください。(n=377 複数回答)



◆自由コメント 【「偽・誤情報」についてひとこと】

自己の判断力を高める必要性や自己防衛との意見が多い中、情報発信に関する規制や義務化を求める意見も寄せられました。

- 情報リテラシーを高めることが重要だと思います。(雲仙市、50歳代、男性)
- 子供達が惑わされないようにきちんと教えていきたい。(佐世保市、50歳代、女性)
- SNSですぐに拡散してしまう時代なので、自分で判断できる力を身につけることが一番の自衛になると思う。(佐世保市、20歳代、女性)
- 故意に偽情報を発信するなどして他人をおとしめる、不安を煽る行為をする人間の心理が理解できない。お互いを思いやり支え合うことのできる社会にするために何が必要なのか知りたい。(佐世保市、40歳代、女性)
- ドメイン名は必ず確認する。(長崎市、60歳代、男性)
- SNSで流れてくるプロモーションは、基本的にすべて偽情報だと思っているので読みません。(長崎市、50歳代、女性)
- 毎日詐欺メールが来て面倒。だいたい減ったがアドレスやドメインで拒否し続けても新しいのが来る。(長崎市、60歳代、男性)
- 騙されないようにと心がけているが、心配。(長崎市、40歳代、女性)
- みんなが当たり前を使うアプリなどに堂々と広告として出でくる事もあるので、そういったところに規制をかけられないものなのだろうか。(長崎市、30歳代、男性)
- ネットやテレビの情報は情報発信側が責任を持ってやるべきと思う。発信前に情報真偽の確認を義務化させるべきと思う。(長崎市、60歳代、女性)

(村田 聡)

あなたの声が、長崎県の元気のモトになる!

ポイントが
貯まる!

地域貢献
ができる!

リサチャン

Research@NAGASAKI

アンケート会員募集

リサチャンはふくおかフィナンシャルグループの
長崎経済研究所が運営している
地域密着型のアンケートサイトです!
集まった回答は「地元の声」として、企業の商品開発や
新サービス、自治体のまちづくりに活用されています!

アンケートに答えて貯まったポイントは
**Amazonギフト券に
交換ができます!**

Amazonギフト券はEメールタイプとなります

※500ポイントに達した時点で、ポイント残高と引き換えにAmazonギフト券500円分を進呈いたします
会員登録の際はキャリアメール以外のメールアドレスでご登録をお願いいたします



会員登録は
かんたん
1分で完了



ポイント獲得までは、かんたん**3**ステップ!

① 新規会員登録 登録は簡単1分

リサチャンの新規登録ページに
アクセスして必要情報を入力します。
新規登録で50ポイントプレゼント!

② アンケートに答える

アンケートのお知らせメールが
届くので、アクセスして回答します!
あなたの回答が地域貢献につながります!

③ ポイントを獲得

回答された方**全員**にポイントが付きます!
貯まったポイントはAmazonギフト券と
交換できます!

長崎県内在住の方限定で、18歳以上ならどなたでも参加できます!
地域貢献、まちづくりにもつながるアンケート! ポイントを貯める楽しみも!

詳しくは
ホームページへ

リサちゃんに関するお問合せはコチラ

株式会社
長崎経済研究所

長崎市銅座町1番11号 十八親和銀行本店内
TEL:095-828-8859

リサチャン長崎 検索



公益財団法人十八親和ふるさと振興基金 ～ 2025年度下期助成金募集中 ～

（公財）十八親和ふるさと振興基金（理事長：山川信彦十八親和銀行取締役頭取）は長崎県内各地において、地域の活性化につながる社会貢献度の高い事業を地道に続けている団体への助成をしています。

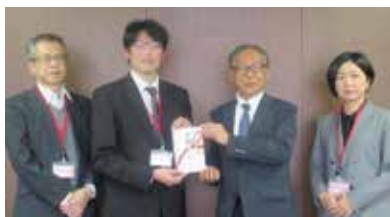
現在、2025年度下期助成先の募集を行っています。（募集締切日：2025年7月末）



諫早交響楽団様



長崎・セントポール姉妹都市委員会様



フィルハーモニックオーケストラ・長崎様



神田雅楽様

引き続き、全ての助成先へ目録贈呈式を開催します。

（公財）十八親和ふるさと振興基金へのご照会は
電話番号 095-828-8859 ファックス番号 095-821-0214
e-mail nri@nagasaki-keizai.co.jp
事務局 吉田、柄本



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）

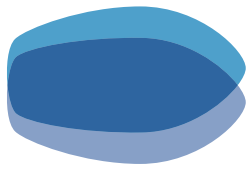


その他
コンサル
ティング

十八親和銀行

2025年6月現在

法人・個人事業主のお客さまへご案内



BIZSHIP

利用料
無料

ビジネスを加速させる2つのサポート

01 業務効率化 来店不要で手間いらず！

入出金を手元でわかる デジタル通帳

取引口座をまとめてPC・スマートフォンで確認。
気になる入出金をメールで素早く把握。



手軽に書類発行できる オンライン手続

銀行へ渡す書類をオンラインで簡単提出。
残高証明書、手数料取引明細(インボイス)を0円でいつでも取得。



02 事業成長 診断で成長を応援！

自社課題がクリアになる 経営診断

財務情報から自社の課題や解決策まで確認。
人事や労務、デジタル化など気になる分野も幅広く分析。



活用可能な制度が見つかる 補助金・助成金診断

かんたんな質問に答えるだけで自社に見合った制度を確認。
制度内容の相談から申請サポートまで支援。



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。

詳しくはホームページ、BIZSHIP 事務局、
またはお近くの十八親和銀行の支店に
お問合せください。

ビズシップ

検索

