

ながさき経済

2026年
春号

No.401



寄稿 | 地域とともに歩み続ける長崎財務事務所
福岡財務支局長崎財務事務所長 田原 秀司

調査 | 景況感、緩やかな回復基調も先行きは弱含み
～第143回 県内企業景況調査～

FFG ふくおかフィナンシャルグループ

長崎経済研究所

1 寄稿

地域とともに歩み続ける長崎財務事務所

福岡財務支局長崎財務事務所長 田原 秀司

8 寄稿

2026年九州経済白書 「食・農の未来」

～食の安定供給に向けた農業の基盤強化～

公益財団法人九州経済調査協会
調査研究部 次長 能本 美穂

14 調査

景況感、緩やかな回復基調も 先行きは弱含み

～第143回 県内企業景況調査～

表紙の写真

グラバー園



22 調査

商店街の活性化に向けて

～沼垂テラス商店街を事例に～

長崎県民アンケート
リサチャンの会員登録は
こちら



34 ふるさと振興

一般社団法人対馬CAPPA

36 長崎県民アンケート・リサチャン

GO!GO!V・ファーレン!!



株式会社 長崎経済研究所

〒850-8618 長崎市銅座町1番11号 十八親和銀行本店内

TEL 095-828-8859 FAX 095-821-0214

E-mail nri@nagasaki-keizai.co.jp

印刷:株式会社 インテックス

本誌の掲載記事は、当研究所の「ながさき経済web」でもご覧になれます。 <https://nagasaki-keizai.jp>



地域とともに歩み続ける長崎財務事務所

福岡財務支局長崎財務事務所長 た はら しゅう じ 田原 秀司

昭和 45年 長崎県対馬市 出身
平成 元年 4月 門司税関 採用
平成 6年 7月 財務省理財局 出向
平成 23年 7月 同 理財局国債企画課課長補佐
平成 29年 7月 (独) 福祉医療機構経理部資金課長
令和 元年 7月 沖縄振興開発金融公庫経理部資金課長
令和 4年 7月 財務省理財局国債企画課国債調査官
令和 5年 7月 同 理財局管理課財政投融资監査官
令和 6年 7月 福岡財務支局長崎財務事務所長



「長崎財務事務所って、そんな業務もされているんですね。」

地域の皆さまから、こうした声をいただくことが少なくありません。

私たちの業務は、いわゆる窓口業務が中心ではないため、地域の方々と直接お会いする機会は多くなく、そのように感じられるのも自然な

ことだと思えます。しかし、長崎財務事務所は、日々の暮らしから将来の地域づくりまで、長崎県民の皆さまの生活と深く関わっています。

本稿では、そんな長崎財務事務所の役割をより身近に感じていただけるよう、5つの主要業務と近年特に力を入れている「金融リテラシー向上」の取組みをご紹介します。

1. 長崎財務事務所の役割

(1) 財政

— 地域を支える資金と、安心の仕組み —

長崎財務事務所は、県や市町が行う公共施設の整備などに使われる資金として、国の「財政融資」を行っています。具体的には、学校・道路・上下水道・防災設備など、地域に不可欠なインフラの整備等に必要な資金を、地方公共団体に貸すことです。これにより地方公共団体は、民間金融機関よりも長期で低利な資金を活用することができます。身近なところでは、軍艦島やベネックス恐竜博物館（長崎市恐竜博物館）、ミライ on 図書館（長崎県立・大村市立一体型図書館）にも財政融資が活用されています。この業務は、単なる資金の貸付けではなく、地域未来のための長期的な投資を支える仕事だと考えています。

また、大雨・台風・地震などの自然災害により、道路や河川、農地や農道が被災したときは、被災現場の復旧費用を国がどのように支援するかを判断するため、災害査定の立会を行っています。国土交通省や農林水産省とともに被災現場へ駆け付け、現場を管理する地方公共団体と一緒に、どこにどれだけの費用が必要か、できる限り正確に把握することが私たちの役割です。現場で合意した費用は、一定の要件のもと国の負担において災害復旧費用として活用され、地域の方々が、一日でも早く普段の生活を取り戻すために必要な支援が届くよう取り組んでいます。

(2) 地域経済調査

— 「長崎で何が起きているか」を現場感覚で捉える —

県内経済に関する調査を行い、その結果を財務省の政策立案に活用したり、地域に還元する

活動も行っています。アンケート調査だけでなく、その地域でしか感じることのできない空気感や課題感を丁寧に把握し、企業、商店街、観光地、農林水産業などの現場へも直接足を運び対話を通じて、売上・人手不足・投資意欲・観光消費といった要素を多面的に調査しています。調査結果は、「県内経済情勢報告」、「法人企業景気予測調査」、「法人企業統計調査」の3つに分けて公表し、これらは財務省の経済・財政運営に関する政策立案に役立てられています。

今回は、直近に公表した「長崎県内経済情勢報告」について少しご紹介すると、これは、地域の企業から個人消費・生産活動・雇用情勢などの状況を聞き取って得られた情報をもとに、地域の経済情勢を四半期ごとに判断しているものです。令和8年1月時点の長崎県内の経済は「緩やかに回復しつつある」と判断しました。現場で得られた主な企業の声としては、個人消費分野では「ながさきピース文化祭の関係団体や、ポケモンGO関連のイベントを目的に訪れた観光客などからのホテル利用が増加し、個人客・団体客・ツアー客いずれも好調に推移（宿泊）」、生産活動では「半導体デバイスについて、生産高・受注高ともに回復の兆しが見受けられる。一方で、原材料となる金（Au）の価格が急騰しており、タイムリーな価格転嫁ができていない状況である（電子部品・デバイス）」などがあり、これらを集約して総合的に判断しています。

企業の声や現場の変化を丁寧に拾い上げることが、地域経済の現在地を知る大切な手がかりとなります。そして、こうした分析を財務省の政策へと繋げるだけでなく、得られた気付きを地域に届け、地域経済の健全な発展に寄与することにも取り組んでいます。

【総括判断】

「県内経済は、緩やかに回復しつつある」

項目	前回（7年10月判断）	今回（8年1月判断）	前回比較
総括判断	緩やかに回復しつつある	緩やかに回復しつつある	→

（注）8年1月判断は、前回7年10月判断以降、足下の状況までを含めた期間で判断している。

【各項目の判断】

項目	前回（7年10月判断）	今回（8年1月判断）	前回比較
個人消費	物価上昇の影響がみられるものの、回復しつつある	物価上昇の影響がみられるものの、回復しつつある	→
生産活動	緩やかに持ち直している	緩やかに持ち直している	→
雇用情勢	緩やかに持ち直している	持ち直しのテンポが緩やかになっている	↘
設備投資	7年度は増加見込み	7年度は減少見込み	↘
企業収益	7年度は減益見込み	7年度は減益見込み	→
住宅建設	前年を下回っている	前年を上回っている	↗

【長崎県内経済情勢報告より抜粋（令和8年1月29日公表）】

(3) 国有財産

—国の資産を地域の価値へ変えていく—

国有財産とは、国が保有する土地や建物などのことで、いわば国民共有の財産です。長崎財務事務所では、これらを単に売ったり貸付けたりするだけでなく、適切に管理しながら有効活用を図っています。近年ではどう使えば地域に役立つかを考えることが求められており、保育所や公園の敷地として貸し出すほか、2つの事例に取り組みました。

一つ目は、長崎特有の地形である斜面地にある国有地を、市民農園として生まれ変わらせた事例です。国有地は、売却により国の収入に充てることが原則ですが、斜面地や車の乗り入れができないなどの理由により長期間にわたって買い手がなく、国が草刈りなどの管理コストをかけながら持ち続けている土地も少なくありません。

そのような中、長崎市内で斜面空き地を農園として活用する市民団体がいるとの情報を基にアプローチをした結果、市街地に近く眺めが良い一部の国有地を、国有財産法に基づく「管理委託制度」により市民農園として活用すること

となりました。この制度は、地方公共団体や町内会が、草刈りなどの日常の維持管理をしながら、児童の遊び場や緊急時の避難場所、地域のオープンスペースなどとして国有地を活用できるものです。地域にとっては土地の有効活用により住民のコミュニティを活性化することができ、国にとっては管理コストを低減することができる、双方にメリットが生まれる取り組みだと考えています。

二つ目は、国家公務員宿舎の有効活用です。様々な地域で勤務する国家公務員が入居する宿舎が各地に設けられていますが、行政需要減少による宿舎の空き室の有効活用が課題となってきたため、地域のニーズに合わせて地方公共団体に宿舎を賃貸する取り組みを行っています。

島原市では、人口減少対策の一環として、市内に所在する県立高校の魅力向上・存続に向けてスポーツ等の強化が図られている中で、市外・県外から入学する学生向けの住宅の確保が喫緊の課題となっていました。長崎財務事務所ではそのニーズを把握し、県や市、県立高校と協議を重ね、宿舎の空き室を学生向け住宅として島原市に貸しました。同様に、五島市においても、



【斜面地である国有地の活用前（左）と活用後（右）】（出典元：長崎都市・景観研究所）

人口減少対策の一環として誘致された五島日本語学校の教職員用・学生用住宅として、宿舍の空き室を貸しています。

(4) 金融

—地域金融機関との対話で、地域の暮らしと資金の流れを守る—

地域金融機関は、地域経済を支える地元の事業者へ資金を届けるとしても大切な存在であるほか、事業拡大や経営改善など事業者が抱える様々な課題に寄り添いながら支援を行うなど、地域の暮らしと深く結びついています。

私たちは金融庁から業務の委任を受け、地域金融機関の方々と定期的に意見交換を行い、その経営状況や地域経済の変化を把握しながら、必要な情報提供や取組促進を行うことで、地域の皆さまの暮らしや企業活動が安定して続くよう後方支援を行っています。

近年では、金融機関の取組みが従来の金融サービスに留まらず、地域活性化や金融教育など幅広い分野へと展開されるようになってきました。私たちは、こうした前向きな取組みが地域に根付き、地域の皆さまの暮らしや企業活動が将来にわたって安定して続いていくよう、陰ながら支えています。

(5) 広報

—行政をもっと身近に—

これまでご紹介してきたとおり、私たち長崎財務事務所は、財務省と金融庁の施策を、地域の特性を踏まえながら実行していく役割を担っています。それと同時に、これらの施策を地域の方々にご理解いただくための広報活動にも取り組んでいます。例えば、大学や地域の公民館

などで、毎年編成される国の予算の背景や注力分野をご紹介したり、税制改正により皆さまの暮らしにどのような変化があるのかをご説明したりしています。

他にも、若年層に国の財政について関心を持っていただくための財政教育にも取り組んでいます。生徒自身が財務大臣になりきり、グループワークによって自分たちなりの予算案を作るという授業です。グループごとに、「子育てに優しい社会」「高齢者が生き活きと暮らせる社会」などのテーマを設定し、その実現にはどの分野に予算をかければよいのか、その原資はどこから調達するのか、などについて実際の国の予算（令和7年度であれば115兆円）を基に独自の予算を組みます。大切なことは、予算の内容そのものよりも、異なる考えを持つ生徒たちが意見を出し合っ一つの予算を作るという経験ができることだと考えています。この活動を通して、日本の財政に関心を持っていただくだけでなく、社会問題を自分事として捉え、多様な意見を集約することの難しさを実感する機会になればと取り組んでいます。

2. 長崎県民の金融リテラシー向上への取組み

皆さんは、ご自身の金融リテラシー（お金に関する知識や判断力）がどの程度備わっていると感じていますか？

令和4年に金融広報中央委員会が実施した「金融リテラシー調査」によると、長崎県の順位は、全国47都道府県中42位¹でした。この結果を受け、県内では様々な取組みがなされていますが、長崎財務事務所も地域の一員として草の根

1 「金融知識・判断力」を問う25問の正誤問題の正答率。

的な活動に取り組んでいますので、その一部をご紹介します。

(1) ALL 長崎 金融リテラシー向上プロジェクトの始動

長崎県内では従来から、金融機関などが自主的に金融経済に関する出前授業を実施してきました。しかし、実施内容や実施先のばらつき、営業活動との混同の懸念などから、個々による取り組みには課題があったのが実情です。

そのような中、令和5年、株式会社十八親和銀行が中心となり、地域の金融機関や業界団体などが業態の垣根を越えて結集した「ALL 長崎 金融リテラシー向上プロジェクト推進協議会」が発足しました。本プロジェクト（以下、「ALL 長崎」）が目指すのは、県内の高校生向けに金融経済の出前授業の提供を通じて、金融や経済に関する知識や判断力を持ち、「県民一人一人が経済的に自立し、“より良い暮らし”ができること」です。長崎財務事務所も、国の地方出先機関として協力・支援し、官学金が連携した新たな枠組みができました。令和6年度には、県内高校74校、受講生徒数10,435人の生徒を対象に出前授業が行われています。

特筆すべきは、この枠組み「長崎モデル」が、全国に先駆けた試みであったことです。後述のとおり、現在では政府による取り組みも開始されていますが、長崎県はそれを待たずして、官学金が一致団結して県民の金融リテラシー向上に向けて動き出したのです。長崎のこうした結束力は大変素晴らしいものだと感じています。

(2) 政府の動き

政府は、令和10年度末までに「金融経済教育を受けたと認識している人の割合」を20%に引き上げるとの目標を掲げており、この動きと並行して、金融庁の認可法人として「金融経済教育推進機構（以下、「J-FLEC」）」が設立されました。J-FLECは、中立的な立場から日本全体で金融経済教育を推進することを目的とし、イベントの開催や、J-FLECが認定した講師（認定アドバイザー）による出前授業などを行う組織です。

J-FLECによる出前授業は、土日や祝日を含め無料で全国どこでも実施します。授業内容は年齢層別にある程度パッケージ化されており、J-FLECのウェブサイト上で簡単に申込みができますので、是非ご活用ください。



【(左) J-FLEC ウェブサイト トップページから引用、(右) 出前授業（講師派遣）申込ページ】

(3) 長崎財務事務所の取組み

ALL長崎やJ-FLECによる出前授業と同様に、長崎財務事務所においても出前授業を行っています。特に、大学生向け授業や地域の公民館で開催される高齢者向けのテーマ別セミナーなど、ALL長崎やJ-FLECのアウトリーチ先への出前授業を重点的に取り組んでおり、こうしたニーズに応じていくことが私たちの役割だと考えています。

他にも、長崎県全体の金融リテラシー向上への機運を高めるためのイベントも実施しました。

・金融経済教育の講師を担う方向けのセミナー

J-FLECの認定アドバイザーを講師に招き、ALL長崎で授業を担当する金融機関職員や、高校で金融経済教育を担当する教員向けにセミナーを開催しました。オンラインを含め約80名に、県外からもご参加いただきました。授業で強調すべきポイントや伝え方の工夫を共有するなど、教える側のレベルアップに寄与する機会となりました。国と地域の取組みを結びつける、長崎財務事務所らしさを発揮できた取組みだったと考えています。



金融経済教育の講師を担う方向けのセミナー
(令和7年3月長崎財務事務所撮影)

・金融庁公式キャラクター「ワニーサ」による 県知事訪問と、ALL長崎出前授業応援

金融庁は金融経済教育推進のため、マスコットキャラクター「ワニーサ」を都道府県知事の

もとへ派遣する取組みを行っています。令和7年10月、長崎県にもワニーサが訪れ、本県における国との更なる連携強化を後押ししました。

同日には、長崎市内の高校で実施されたALL長崎の出前授業にも駆けつけ、生徒の皆さんを応援しました。ウェブサイト「金融庁ワニーサの金融経済教育」には、この日の写真やムービーが掲載されていますので、是非ご覧ください。



ワニーサによる県知事訪問
(令和7年10月長崎財務事務所撮影)



ワニーサによるALL長崎出前授業応援
(令和7年10月長崎財務事務所撮影)

3. 最後に

いかがでしたでしょうか。本稿を通じて、長崎財務事務所の業務や役割が、皆さまの暮らしや地域とどのように繋がっているのか、少しでも感じていただけたら嬉しく思います。私たちは、地域の一員として皆さまの声に耳を傾けながら、地域の未来づくりをともに支える存在でありたいと考えています。これからも、地域と繋がりを続ける長崎財務事務所として取り組んでまいります。

食・農の未来

～食の安定供給に向けた農業の基盤強化～

公益財団法人九州経済調査協会

調査研究部 次長 能本 美穂

はじめに

日本の農業は大きな転換点にある。人口減少と高齢化は農業労働力の減少につながり、気候変動は従来の農家の経験則では対応困難な状況を生みつつある。いわゆる「令和の米騒動」は、主食の安定供給を揺るがせるとともに、地政学リスクの高まりも相まって、食の安定供給に対する消費者の関心を高めることとなった。また、わが国の農業政策の基本理念や政策の方向性を示す「食料・農業・農村基本法」の改正法が2024年6月に施行された。1999年に制定されてから初めての改正で、そのポイントは食料安全保障を基本理念の柱として位置づけたことである。

このようにわが国の食の安定供給や食料安全

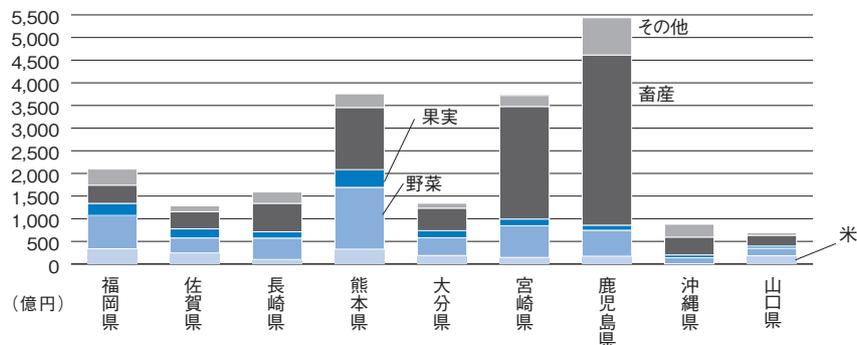
保障への関心が高まるなか、本稿では九州地域¹における農業生産の将来見通しの試算を行い、将来の生産不足が懸念されることを明らかにした上で、農業の維持・強化策について検討した。

九州地域における農業生産の現状と将来見通し

食料供給基地としての役割を担う九州地域の農業

2023年における九州・沖縄の農業産出額は、2兆105億円で、全国の21.0%を占めている。ブロック別にみると、九州・沖縄は関東に次ぐ第2位となっており、わが国の「食料基地」としての役割を担っている。部門別にみると、宮崎・鹿児島両県の畜産が農業産出額全体を押し上げている（図表1）。

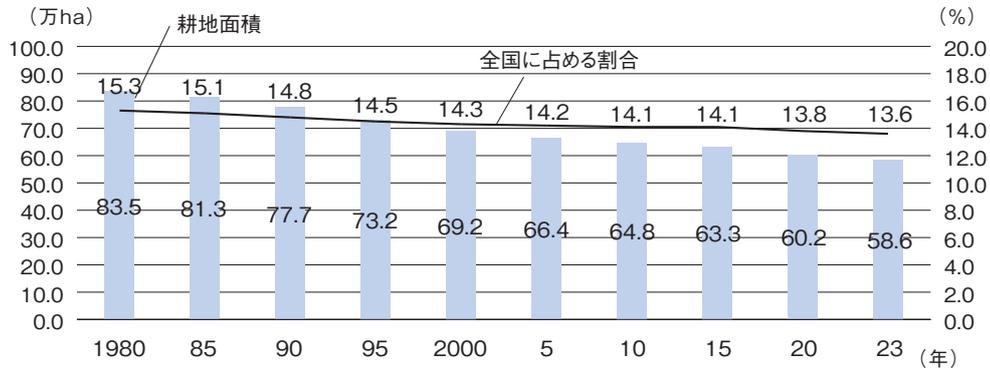
図表1 県別農業産出額の部門別構成（2023年）



資料)農林水産省「生産農業所得統計」

1 九州地域は九州7県と沖縄県、山口県を含めた地域を指す。

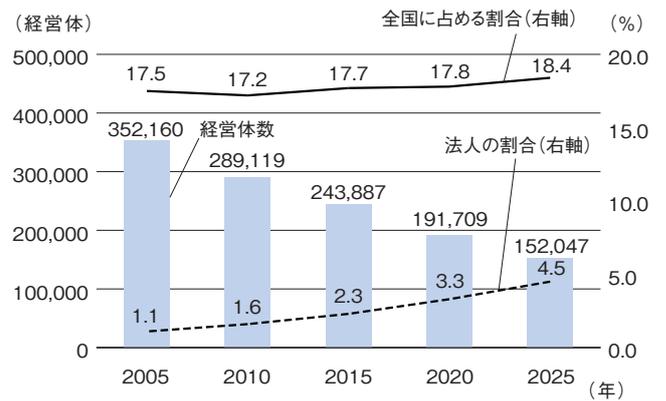
図表2 耕地面積の推移(九州地域)



資料)農林水産省「作物統計」

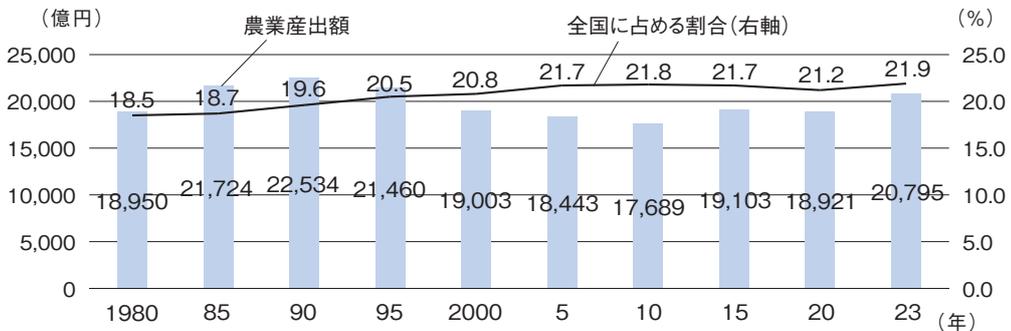
九州地域の耕地面積は一貫して減少傾向にあり、1980年の83.5万haから2023年には58.6万haと約30%減少している(図表2)。全国に占める割合も2023年は13.6%となり、1980年の15.3%から1.7ポイント減少した。農業経営体の数については、2025年に約15.2万経営体と2005年から56.8%減少している(図表3)。ただし、全国に占める割合は18.4%、法人の割合は4.5%と上昇している。農業産出額については、1990年の2.3兆円をピークに減少を続け、2010年には1.8兆円まで減少したがその後上昇に転じ、2023年に2.1兆円まで回復した(図表4)。

図表3 農業経営体の推移(九州地域)



注)2025年は速報値
資料)農林水産省「農林業センサス」

図表4 農業産出額の推移(九州地域)



資料)農林水産省「生産農業所得統計」

食料安全保障に求められる九州地域の農業生産の将来見通し

海上輸送が遮断されるなどの極端な非常時に、国民が必要とする食料を全て国内で賄うことを想定した場合、現在の耕地面積は、いも類中心の生産に切り替えると、いざという時に国民の飢えをしのぐ最低限の生産力が発揮できる程度の広さである²。この数値をベースに（株）三菱総合研究所が試算したところによると、2020年の耕地面積420万haに対して、今後の人口減少を加味すると、2050年において国全体で350万haの農地を維持する必要があるが、77万haの不足が生じるとしている³。

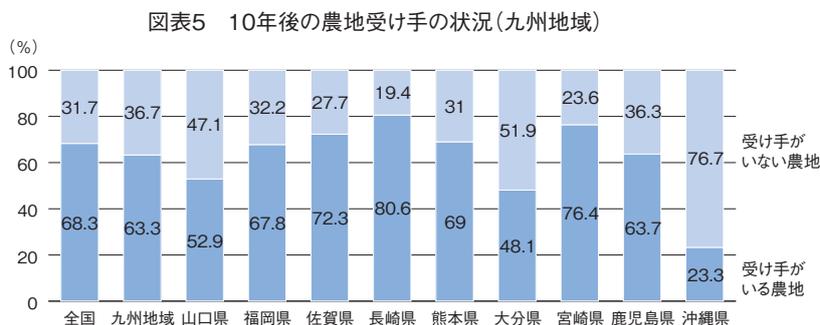
この方法を用いて推計した結果、九州地域の耕地面積は、2020年の56.5万haから2050年に33.9万haへと約4割減少する見込みである。一方、最低限の生産力確保のためには2050年に46.9万haが必要であり、それに対する不足面積は13.0万haとなった。同様に、農業経営体は、2050年に必要と想定される約13,800法人に対して約5,600法人が不足し、農業産出額については、1兆7,000億円に対して約7,300億円不足する見込みとなった。

以上より、非常時に国民が必要とする食料を全て国内で賄うと仮定した場合、九州地域の農地の面積や生産活動を担う農業経営体は相当程度の不足が発生する見込みである。食料安全保障の確立という観点からは、極力農地を維持すること、農業の担い手を確保すること、それを実現するだけの十分な生産額（生産性の向上）を達成することが求められる。

食の安定供給に向けた九州農業の維持・強化

将来の受け手がない農地が全体の3分の1

2023年に改正施行された農業経営基盤強化促進法に基づき、全国の市町村で地域計画が策定されることとなった。地域計画では10年後に誰がどの農地を耕作するのか、耕作できない農地はどこかといった地図を作成する。2025年4月末時点の策定状況をみると、九州・沖縄の進捗率は99%と全国の93%を上回った。なお、九州地域をみると、10年後に受け手のいる農地は34.7万ha（63.3%）、現段階で将来の受け手が位置づけられていない農地が20.2万ha



資料)農林水産省「地域計画の策定状況(令和7年4月末時点)」

2 農林水産省「令和4年食料自給率・食料自給力指標について」

3 (株)三菱総合研究所「食料安全保障の長期ビジョン2050年・日本の農業が目指すべき状態」(2024)

(36.7%)となっている(図表5)。県別にみると、10年後に受け手のいる農地割合が高いのは長崎県(80.6%)、宮崎県(76.4%)である。一方、大分県(48.1%)、沖縄県(23.3%)は受け手がある農地が5割を切っている。

農業法人の参入促進

耕地面積の維持に向けては、既存の経営体が担う耕地面積の拡大を図ることに加えて、一般企業を始めとする新たな組織の農業への参入を促すことが重要となる。地域に地縁のない企業が農業に参入する障壁の1つが農地の確保であり、そこに行政の果たす役割は大きい。

例えば、大分県は異業種からの農業参入や県外農業法人の積極的な誘致に乗り出している。2007年から専門部署を設け、2025年からは「企業参入・支援室」として企業参入の推進と参入後のフォローアップのため、専任者を8名配属している。また、県内6つの振興局にも企業参入担当を1名ずつ配置し、本庁と連携しながら企業参入の支援を行っている。2007年以降、参入実績は延べ400件以上となり、地域の中核的な役割を担う企業も増えてきている。

多様な働き手の確保

耕作地を維持するためには、農業経営体の拡充と同時に、農業従事者の確保も課題となる。しかし、九州地域における2030年の人手不足数は49.5万人(長崎県では6.2万人)⁴と推計されており、業種間での人材の取り合いが今後激化する可能性が高く、農業従事者の確保は困難が予想される。

スポット的な人材はあらゆる業種で需要があり、それを解決するため、スキマバイトサービ

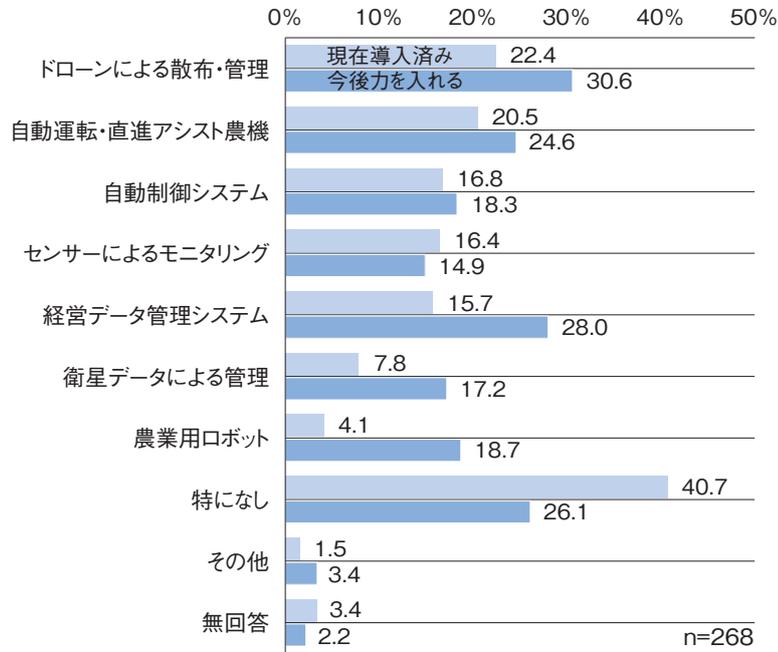
ス「Timee」などマッチングサービスが展開されている。農業に特化したマッチングサービスとして、Kamakura Industries(株)(神奈川県鎌倉市)の開発した1日バイトアプリ「デイワーク」が全国で展開中である。その求職登録者は20～40代が多く、地域差は多少あるもののマッチング率は85%程度と高い。生産者、求職者ともに利用者が伸びており、九州・沖縄では福岡県や鹿児島県での利用が多く、2025年の延べ利用数は福岡県で12,577人、鹿児島県で12,141人である。なお、長崎県は3,546人となっている。マッチングアプリの登場とその普及により、これまで農業との接点がなかった地域住民に対して気軽に農業就労の機会を提供することが可能となっている。

スマート農業の普及状況

九州地域におけるスマート農業の導入状況についてみると、現在導入済みはドローンによる散布・管理が22.4%と最も多く、次いで自動運転・直進アシスト農機20.5%となった(図表6)。今後力を入れるものについては、センサーによるモニタリング以外の項目は、現在導入済みを上回っている。特に経営データ管理システムと農業用ロボットについては、現在と比較して回答率が大幅に高くなっており、急速に普及することが期待される。また、九州地域でデータを活用した農業へ取り組んでいる経営体は、2025年時点で約4割と、2020年の2割から大幅に伸びている。しかし、内容をみると気象や市況のデータ把握がメインで、データを自ら取得して分析しているのは1割以下となっている(図表7)。

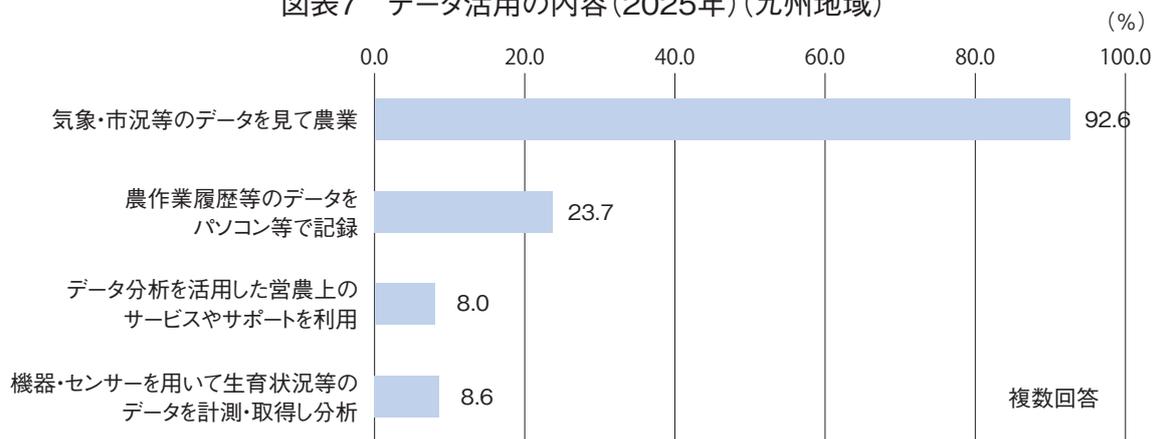
4 九経調「人手不足に立ち向かう九州」2024年版九州経済白書

図表6 スマート農業の導入状況(現在と今後)



資料) 九経調「農業経営に関するアンケート」

図表7 データ活用の内容(2025年)(九州地域)



注) 2025年は速報値

資料) 農林水産省「農林業センサス」

生産者の経営安定に向けた価格決定権の形成

農産物の価格は、短期的な需給に左右され、生産者が自ら価格を決められない場合が多い。特に青果物では、鮮度保持の制約から買い手の提示した価格に依存しやすい。2025年に創立50周年を迎えた(農)ながさき南部生産組合(南島原市)は、このような課題に対して、短期的な需給に左右されない再生産可能な価格設定、出口戦略、安心安全な野菜生産に注力し、生協や消費者団体などとの取引を拡大してきた。2024年における組合員は南島原市を中心に133人で、取扱額は約20億円に達している。生協は生協組合員の共同購入用がメインであり、時期によっては需給調整に苦勞することもある。そのため、同組合では、長崎県や福岡県のコープ系スーパーのインショップ35店舗、直売所「大地のめぐみ」2店舗(長崎市、諫早市)を展開している。直売所では、組合員が量や価格、品ぞろえを自由に設定できるようにすることで、生産量や収入のバッファの機能を持たせている。

同組合には、品目別の部会があり、年間の生産計画や出荷先別販売計画などを立てている。それに基づき、組合員は個別の生産計画(面積、品種、数量など)を立てる。組合員みずから販売戦略に携わることにより、自律的な組織運営が可能となっている。また、こうした取り組みの結果、経営承継もスムーズに進んでおり、組合員の平均年齢は59歳と比較的若く40歳未満の若手も40人程度育っている。

実需者側のニーズに沿った栽培・出荷が可能なプラットフォーム

食の三大志向(経済性・健康・簡便化)のうち、簡便化志向は2008年から2025年までの18年

間で2倍の40%と急増している。簡便化志向の強まりにより、今後、加工用・業務用野菜の需要の高まりが予想される。加工用・業務用野菜では、外観が重視される家計消費用と異なり、用途に応じて求められる特性が異なる。実需者側が必要とする質、規格を農家側と共有し、特性に合ったものを生産していくことで歩留まりが向上し、双方のコスト削減、収益向上につながる。

テラスマイル(株)(宮崎市)では、農産物流通の安定化・効率化のためのプラットフォーム「ジャスタウェイ」を開発・展開している。ジャスタウェイとは、加工や小売といった実需者のニーズを生産者にフィードバックし、生産者はそれに応じた栽培・出荷を行う仕組みである。同社の主力商品である農業経営支援ツール、RightARM(ライトアーム)の運用により蓄積された膨大な農業経営のデータを活用することで、品質と規格、出荷時期の調整が可能になる。実需者側では加工にちょうど良い品質・規格が揃うことで、それまで無駄にかかっていた検品・選別作業や廃棄処理の負担が軽減したという。また、生産者側はニーズが明確に示されることで計画的な生産が可能となり、場合によっては価格も見通せるため、経営の安定化につながる。

おわりに

農地を維持するためには、九州地域の農業が儲かる農業、希望の持てる農業へと脱皮を遂げるべく、農業経営体の強化、企業の農業への参入促進、農業の担い手の確保、スマート農業の実践、輸出の強化など打てる手立てを着実に実行することで、食の安定供給の体制を構築し、ひいてはわが国の食料安全保障に貢献することを目指す必要がある。

景況感、緩やかな回復基調も先行きは弱含み

～第143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、2026年2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 366 社（回答企業数 223 社、回答率 60.9%）
3. 調査方法：WEB と郵送を併用
4. 調査期間：2026年1月26日～2月27日
5. 調査対象期間：2025年10～12月期 実績（前年同期比）
2026年1～3月期 実績見込み（前年同期比）
2026年4～6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	7	3.1
	一般機械	9	4.0
	電気機械	5	2.2
	食料品	12	5.4
	その他	20	9.0
非製造業		170	76.2
	運輸	33	14.8
	水産	3	1.3
	建設	27	12.1
	卸売	43	19.3
	小売	29	13.0
	サービス	29	13.0
	その他	6	2.7
全産業		223	100.0

(2)売上高別回答企業数 (社)

業種	売上高	製	運	水	建	卸	小	サー	そ	合
		造	輸	産	設	売	売	ビス	他	
	5億円未満	9	13	0	4	4	2	6	1	39
	5億～10億円未満	7	5	0	3	9	6	5	2	37
	10億～30億円未満	21	8	3	10	16	3	8	2	71
	30億～50億円未満	8	1	0	4	2	5	5	0	25
	50億～100億円未満	2	5	0	2	3	7	3	0	22
	100億円以上	6	1	0	4	9	6	2	1	29
	合計	53	33	3	27	43	29	29	6	223

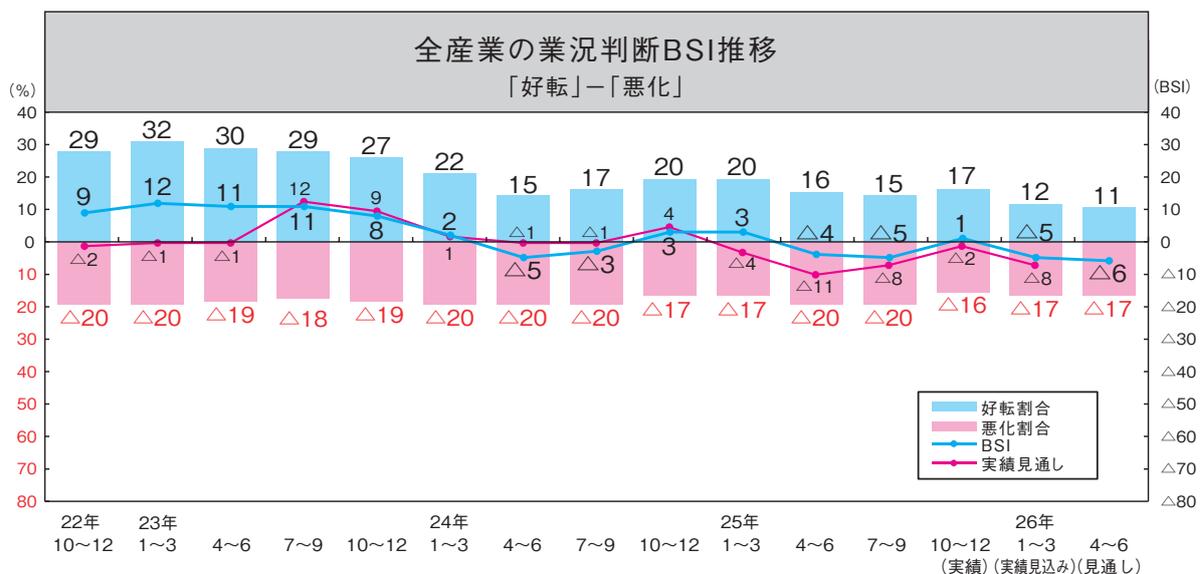
BSIについて

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 は、原材料価格の高止まりや人手不足などを背景に、2025 年 10～12 月期のプラス 1 から 2026 年 1～3 月期は△5 へ悪化見込みとなり、先行き 4～6 月期も△6 と、県内企業の景況感は弱含みで推移する見通し。製造業は足もとでやや低下するものの、先行きは受注環境の改善を背景に回復する見通し。一方、非製造業は運輸業やサービス業を中心に低調な状況が続く。
- 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 54.8% でトップとなり、前回調査（2025 年 11 月）比 1.6 ポイント増加した。これに「人材不足」（51.1%）と「賃金の上昇」（41.6%）がともに前回調査並み（前回調査：51.4%、41.7%）で続いている。

1. 業況判断



全産業の業況判断 BSI をみると、原材料価格の高止まりや人手不足などを背景に、2025 年 10～12 月期のプラス 1 から 2026 年 1～3 月期

は△5 へ悪化見込みとなり、先行き 4～6 月期も△6 と、県内企業の景況感は弱含みで推移する見通し。

業種別 業況判断 B S I 推移 (直近2年)									
業 種	過去の調査の実績						今回調査		
	2024年		2024年		2025年		実績	見込み	見通し
	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	2025年	2026年	2026年
	月期	月期	月期	月期	月期	月期	10~12	1~3	4~6
全 産 業	△ 5	△ 3	3	3	△ 4	△ 5	1	△ 5	△ 6
製 造 業	11	△ 4	12	2	9	0	6	2	12
輸送機械	0	20	33	17	0	0	△ 14	△ 29	△ 14
一般機械	18	△ 9	0	0	△ 11	△ 10	△ 11	△ 11	0
電気機械	29	33	60	33	50	33	20	20	40
食 料 品	16	0	31	0	23	0	42	25	25
そ の 他	0	△ 22	△ 17	△ 10	0	△ 5	△ 5	0	10
非 製 造 業	△ 10	△ 3	0	3	△ 7	△ 7	0	△ 8	△ 11
運 輸	4	7	16	6	0	△ 9	0	△ 3	△ 6
水 産	△ 33	△ 67	△ 67	△ 33	△ 67	△ 33	67	67	67
建 設	△ 9	4	△ 4	△ 13	△ 8	0	△ 7	△ 11	△ 15
卸 売	△ 17	△ 11	△ 10	△ 2	△ 27	△ 20	△ 5	△ 14	△ 17
小 売	△ 16	△ 5	△ 8	0	11	0	△ 3	△ 17	△ 21
サ-ビス	△ 3	4	14	16	0	△ 3	3	△ 7	△ 7
そ の 他	△ 25	0	0	27	11	22	33	40	20

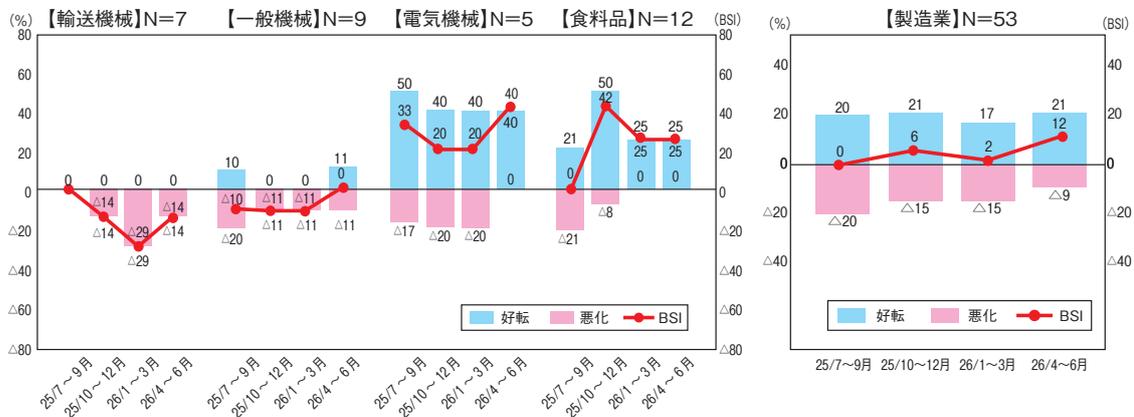
業種別 (細分類) 業況判断 B S I 及び企業割合の推移																
(%, BSI)																
	2025年7~9月期				2025年10~12月期				2026年1~3月期				2026年4~6月期			
	(実績: 前年同期比)				(実績: 前年同期比)				(実績見込: 前年同期比)				(見通し: 前年同期比)			
	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI
全 産 業	15	65	20	△5	17	67	16	1	12	71	17	△5	11	72	17	△6
製 造 業	20	60	20	0	21	64	15	6	17	68	15	2	21	70	9	12
輸送機械	0	100	0	0	0	86	14	△14	0	71	29	△29	0	86	14	△14
一般機械	10	70	20	△10	0	89	11	△11	0	89	11	△11	11	78	11	0
電気機械	50	33	17	33	40	40	20	20	40	40	20	20	40	60	0	40
食 料 品	21	58	21	0	50	42	8	42	25	75	0	25	25	75	0	25
非 製 造 業	13	67	20	△7	16	68	16	0	10	72	18	△8	8	73	19	△11
運 輸	16	59	25	△9	18	64	18	0	12	73	15	△3	9	76	15	△6
道路旅客運送業	10	60	30	△20	9	64	27	△18	9	73	18	△9	0	82	18	△18
道路貨物運送業	13	49	38	△25	25	62	13	12	13	74	13	0	13	62	25	△12
水 運 業	17	83	0	17	20	80	0	20	20	80	0	20	20	80	0	20
水 産	0	67	33	△33	67	33	0	67	67	33	0	67	67	33	0	67
建 設	8	84	8	0	0	93	7	△7	0	89	11	△11	0	85	15	△15
卸 売	13	54	33	△20	14	67	19	△5	9	68	23	△14	9	65	26	△17
機械器具卸売業	9	64	27	△18	9	64	27	△18	0	64	36	△36	0	82	18	△18
建築材料卸売業	20	0	80	△60	20	60	20	0	0	60	40	△40	0	40	60	△60
小 売	17	66	17	0	21	55	24	△3	14	55	31	△17	7	65	28	△21
各種商品小売業	13	62	25	△12	11	56	33	△22	11	45	44	△33	11	45	44	△33
機械器具小売業	43	57	0	43	30	60	10	20	10	80	10	0	10	90	0	10
サ-ビス	13	71	16	△3	17	69	14	3	3	87	10	△7	7	79	14	△7
旅館・その他の宿泊所	0	75	25	△25	33	67	0	33	0	100	0	0	0	100	0	0

(1) 製造業

製造業の業況判断 BSI は、25 年 10～12 月期のプラス 6 から、原材料やエネルギー価格の高騰、人件費の増加への懸念などから、足もと 26 年 1～3 月期はプラス 2 へ低下する見込み。一方、先行き 26 年 4～6 月期は、好調な受注環境などからプラス 12 と上昇する見通し。

このうち一般機械の BSI は、原材料価格等の上昇懸念に加え、深刻な人材不足から 25 年 10

～12 月期実績、足もと 26 年 1～3 月期見込みともに△11 と横這い推移。もっとも、先行き 26 年 4～6 月期は、堅調な受注環境を受けて 0 と持ち直す見通し。食料品は、25 年 10～12 月期のプラス 42 から、原材料や資材、エネルギー価格の上昇に加え、最低賃金の上昇などから、足もと 26 年 1～3 月期はプラス 25 と大きく低下し、先行き 4～6 月期も同じくプラス 25 と横這い推移の見通し。

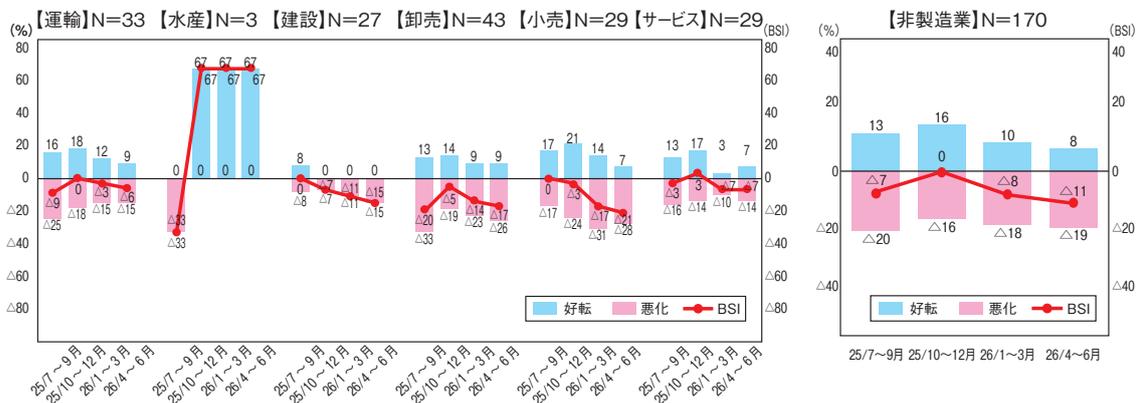


(2) 非製造業

非製造業の業況判断 BSI は、25 年 10～12 月期の実績 0 から、足もと 26 年 1～3 月期は△8 と低下見込みとなり、先行き 4～6 月期も△11 と、厳しい収益環境が続く見通し。

このうち、運輸業は 25 年 10～12 月期実績 0 から、足もと 26 年 1～3 月期△3、先行き 4～

6 月期△6 と、燃料価格の高止まりや最低賃金の上昇などから BSI は低下傾向。また、サービス業は、25 年 10～12 月期のプラス 3 から、足もと 26 年 1～3 月期は△7 と低下見込みとなり、先行き 4～6 月期も同じく△7 と横這い推移の見通し。



調査項目別BSI

		2025年10~12月期			2026年1~3月期			2026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	5	△1	▼	0	1	▲	△1	▼
	製造業	36	21	▼	18	18	→	12	▼
	非製造業	△5	△7	▼	△6	△4	▲	△6	▼
受注残高	全産業	9	△3	▼	1	△2	▼	△6	▼
	製造業	16	2	▼	13	△2	▼	0	▲
	非製造業	△7	△11	▼	△23	0	▲	△18	▼
在庫	全産業	2	8	▲	0	1	▲	△1	▼
	製造業	△4	4	▲	△3	△4	▼	△5	▼
	非製造業	5	11	▲	1	4	▲	1	▼
操業度・稼働率	全産業	13	△1	▼	△1	△3	▼	0	▲
	製造業	31	12	▼	12	8	▼	10	▲
	非製造業	2	△8	▼	△10	△10	→	△6	▲
雇用人員	全産業	△46	△47	▼	△44	△46	▼	△45	▲
	製造業	△41	△45	▼	△39	△45	▼	△47	▼
	非製造業	△46	△48	▼	△46	△47	▼	△43	▲
販売価格	全産業	26	24	▼	25	30	▲	27	▼
	製造業	29	23	▼	36	28	▼	22	▼
	非製造業	25	25	→	22	30	▲	29	▼
仕入価格	全産業	47	44	▼	46	48	▲	50	▲
	製造業	50	47	▼	48	55	▲	57	▲
	非製造業	46	43	▼	46	45	▼	49	▲
採算	全産業	△15	△8	▲	△18	△15	▲	△14	▲
	製造業	2	0	▼	2	0	▼	7	▲
	非製造業	△20	△11	▲	△24	△20	▲	△20	→
資金繰り	全産業	△4	△3	▲	△7	△5	▲	△6	▼
	製造業	0	△4	▼	△4	△2	▲	△2	→
	非製造業	△7	△2	▲	△8	△6	▲	△8	▼

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26年1～3月期の見込みが△46、先行き4～6月期の見通しも△45と、大幅マイナス（人員不足）が続く。

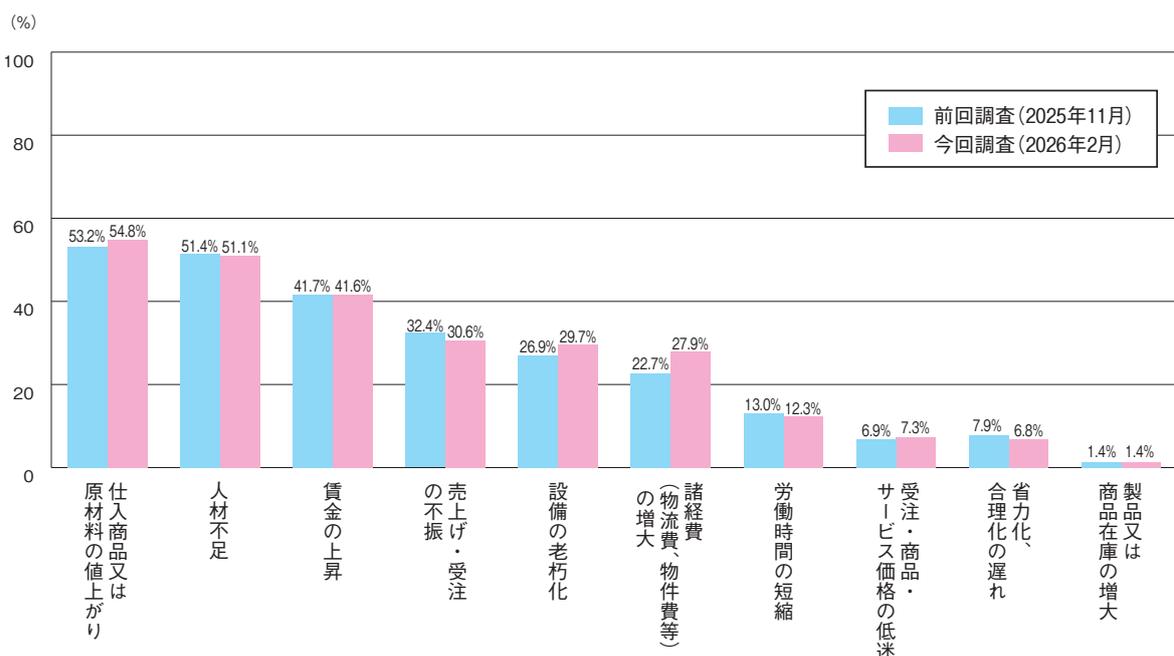
全産業の仕入価格のBSIは、資材・原材料費の高騰から、25年10～12月期実績プラス44、足もと26年1～3月期プラス48、先行き4～6月期プラス50と高止まり。一方、全産業の販売価格のBSIは、25年10～12月期実績プラス24から、足もと26年1～3月期プラス30と上昇するも、先行き4～6月期は、プラス27と低下見通し。全産業の採算BSIは、足もと26年1～3月期△15と低下見込みとなり、先行き4～6月期も△14と厳しい収益環境が続く見通し。これを業種別に見ると、製造業は、好調な受注環境などから、実績0、足もと0、先行きプラス7と持ち直す見通しとなる一方、非製造業は厳しい収益環境（実績△11、足もと△20、先行き△20）が続く。

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」が前回調査比1.6ポイント増加し、54.8%でトップ。以下「人材不足」（51.1%）、「賃金の上昇」（41.6%）となった。

回答企業からは、「原料費の高騰によるコスト上昇が経営面に大きく影響している。」（食料品製造業）、「原材料や人件費が高騰している。働き方改革及び人材不足による時間外労働や休日労働対応に苦慮している。」（運輸業）、「原材料、人件費とも急増しており、商品の値上げなどで売上確保をしている。」（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	資機材の価格が高止まりの状況で、新造船価も価格転嫁を進め受注価格も上昇している。ただし、現在の受注環境において、これ以上の値上げは受注競争力の低下につながりかねないことから、建造コストの更なる引き下げが利益確保のカギとなると考えている。また、人材確保の面では、新卒採用が思うようにならず、中途採用でなんとかしのいでいる。今後、操業を維持するためにも人材確保の重要性が高まっている。
	〃	材料価格・老朽更新費用等のコストの増加傾向は継続している。これらコストの増加による採算悪化を最小限とするために、受注活動の中では、原価変動の受注価格への反映に留意しながら、採算を確保出来る水準での受注を目指している。安全対策については抜本的に見直し、あらゆる対策を検討し、実施していく。
一般機械	はん用機械器具	年間売上高は、輸出製品等の前倒し製造や、主要案件の進捗を計画通りに進めることで、年初の予算を上回ることを想定している。損益面では、材料手配遅れによる生産性悪化、客先都合による売上遅延、一部製品の売上計画未達の影響により、予算未達となる見通し。今後、損益改善活動を推し進め、利益の上積みを図る。
	〃	人員が確保できれば売上は伸びる状況が続いている。コスト上昇となっても構わないので、即戦力となる人材（派遣社員を含む）を探している。プラント関連は順調に工事が予定されている。船舶関連は「工事量超山高が予定される」というぼんやりした情報しか入らないが確実に忙しくなる。人員確保が今後を大きく左右する。
電気機械	電気機械器具	意図的に採用コストを高くしながら人材確保に注力しているが、引き続き採用後の早期戦力化が課題となっている。また受注状況も良く、積極的な設備投資と効率化を進めている。
	〃	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する。
	〃	技術人員が不足している。企業紹介CM及びハローワークや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苦戦している。外注費含めた人件費増、材料費の高騰で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。働き方改革で残業時間対策を検討し、改善効果が見られる。民間に関しては大型案件がやや少ない為、引き続き新規顧客獲得と営業活動で改善を図る。
食料品	食料品	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き、人手不足から人材獲得のための競争も更に激しくなる事が予想される。結果として給与水準の引上げが必要となるが、そのためには労働生産性向上や価格転嫁が必要であり、どのような対策が取り得るのか継続的に検討を進めたい。将来的には値上げも検討の必要があると考ええる。
	〃	工場改革は目に見える成功を達成した。しかし、改善に終わり無しということで、引き続き少人数でも安定した生産が出来るように実践しながら教育していく。現状の売上に対して販売員は適正数である。今後の売上増加を見込んだときに工場従業員は適正数、販売員は不足が予想されるので、販売員を集められるように準備していくと同時に、同じ販売員数でも運営できるように店舗のオペレーション改善を行う。
	飲料	資材や原材料については、引き続き値上げが続いている。今年度価格改定を実施予定。
非製造業		
運輸業	鉄道	人材が不足しているため、継続的なベースアップ増額及び初任給アップが必要。乗務員は拘束時間が長く、不規則な勤務が続くため、労働環境の改善を行い人材の確保と定着をはかりたい。需要はあるが乗務員が不足しているため2月より減便を行っている。人材の確保が急務だが、今後も厳しい状況が続くものと思われる。
	タクシー	現金収入が減少し、キャッシュレスが増え未収金が増加している。その為、手数料が掛り微妙に利益に影響がある。今年の夏過ぎに運賃改定が予定されてるが、客離れがないか心配している。
	道路貨物輸送	最低賃金の引き上げに伴い、一応賃上げはしたものの、この先どうなるのか不安である。燃料も下がったもののまた少し上がってきた。根本が不明で有るので油断はできないと思っている。先行きはいたって不安である。
倉庫業	備蓄米の出庫が続き、保管料は減少傾向にある。空きスペースの営業活動を続けている。中国からの客船の入港がキャンセルになり売り上げが減少している。3月から欧米系の客船の入港があるが、中国船の入港が秋まではキャンセルの傾向にある。どのタイミングで復活するか見通しがつかない。	

区分	状況の説明など
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があるものの、物価上昇・金利上昇見込みに伴う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、入札できたらその担当者が他の工事を見れなくなり、その間、請けられる工事件数も減ってしまう。担当者（施工管理）の人員をあと数名欲しいが、求人を出しているものなかなか応募がない。コンサルを依頼し、指導・アドバイス等をもらいながら求人を掲載している。インターネットの広告も引き続き利用し、検索でヒットして応募につながるようにしたい。
卸売業	機械器具 新人の戦力化を進めて売上の増大と適正な利益を確保する。 4月に新卒が入社するのでバックオフィス業務の充実化を図り、営業部隊の戦力を強化する。
	建築材料 建設業界の市況が低迷している影響で、売上が漸減しているが、商品の販売単価の見直しを進め、利益率が好転してきている。
	水産物 中国向け輸出の再開は叶わなかったが、大型旋網船の水揚げが好調であった。諸経費の増大、人員不足の問題が表面化してきて、売上や利益確保が困難になる懸念。
	食料 賃金や諸々のコストアップに対して、販売価格に転嫁できない。新規商品の取扱い等で売上げと利益を確保する。
	医薬品・医療機器 正社員だけでなく、準社員のベースアップ等にも対応すべく検討を進めている。施設・設備の老朽化に具体的な対応を行う予定。
小売業	各種商品小売 今後も引き続き、長崎駅周辺再開発の影響や物価高騰・金利上昇と、取り巻く環境は厳しさを増していくと想定される。 V・ファーレン長崎のJ1昇格を受け、これまで以上に県外からの観光客増が想定されることから、観光客向けの商品展開等の施策を実行していく。設備老朽化については、引き続き点検・更新を行っていく。諸経費については、昨今の物価高騰や賃金上昇の流れ等の状況を踏まえると、増大は免れないと考えるが、これまでに引き続き経費圧縮を実施していくほか、根本的な業務内容の見直しや業務のIT化を通じ、限られた人員でも最大限にパフォーマンスを発揮できるような体制づくりを目指す。
	総合衣料小売 一部商品に大きなヒットがあり特別な効果をもたらしてくれているが、ベースとなる商品群の売上良化は今少し足踏み状況。
	飲食料品 仕入商品・原材料価格の上昇については、メーカーからの値上げ要請や、原材料費・電気代等の各種経費の増加に伴い、販売価格の引き上げを余儀なくされている状況である。これ以上の価格転嫁は、一般消費者の買い控えを招く可能性がある。 賃金の上昇および人材不足については、最低賃金の上昇により、人件費をはじめとするコストが増加している。また、コスト増加にとどまらず、人材確保をめぐる競争の激化により、必要な人材の確保が困難となっており、経営上の大きな課題となっている。
	機械器具 トランプ関税による製造メーカー（親会社）への多大なインパクトが見込まれ、大型設備投資に限らず全体的に経費削減の方向。
	石油 暫定税率の廃止により、販売単価が下落し、売上は減少している。これはある程度止むを得ないと考えている。過当競争による販売価格の低下と、燃料マージンの減少による営業収益悪化の影響を最小限に止める為のサービス力強化が今後の大きな課題。
サービス業	情報サービス・調査・広告業 円安による仕入れ価格の高騰、部材等の不足によるパソコン、サーバ等の納期遅延の恐れがある。改めてサイバーセキュリティへの重要性が再認識されているので、しっかりと対応して行きたい。また生成AIにおいては積極的な活用をする為にも、ガイドラインはきちんと定め更新して行く。人材不足の対策として働き方の改革を進めてきたが、教育・研修制度の充実も引き続き図っていく。
	専門サービス 主要顧客により発注の波が大きく、大口案件が減少しているためベースワーク確保が厳しい状況に変わりなし。好調期と同等の売り上げを上げるためには、官庁工事の入札案件の受注率Upとその他顧客の小口案件を拾い集めるしかなく苦勞している。 現状の問題点は今後も継続すると考えており、新しい顧客の開拓は徐々に広がりを見せてはいるが、経費削減・作業効率化にさらに取り組む必要性を感じており、特にAI活用の促進を社内を進めている。売上確保のためには継続した営業活動が必須で、大口顧客の受注回復に期待している。
	飲食店 原材料、人件費とも急増しており、商品値上げでの売上確保をしている。 今回の衆院選で、食品消費税が8%から0%になったとしても、メーカー、食品卸が8%の値下げをしなければ粗利減となる。（個人消費は上がるかもしれない）

(永山 真)

商店街の活性化に向けて

～沼垂テラス商店街を事例に～

はじめに

買い物をするだけの場所ではなく、地域の魅力発信拠点ともいえる場所、商店街。かつては地域の暮らしの中心となっていたが、人口の減少に加え、車社会の到来に伴う郊外型大型商業施設の開業やディスカウントストアの出店、後継者不足、ECサイト利用者の増加など、複合的要因から訪れる人が減少し、昔ながらの活気が無くなりシャッター通りと化してしまうなど、その取り巻く環境は厳しいものがある。その一方で、空き店舗の再利用やイベントなどに取り組むことで客離れを食い止め、集客に成功した商店街も現れてきた。

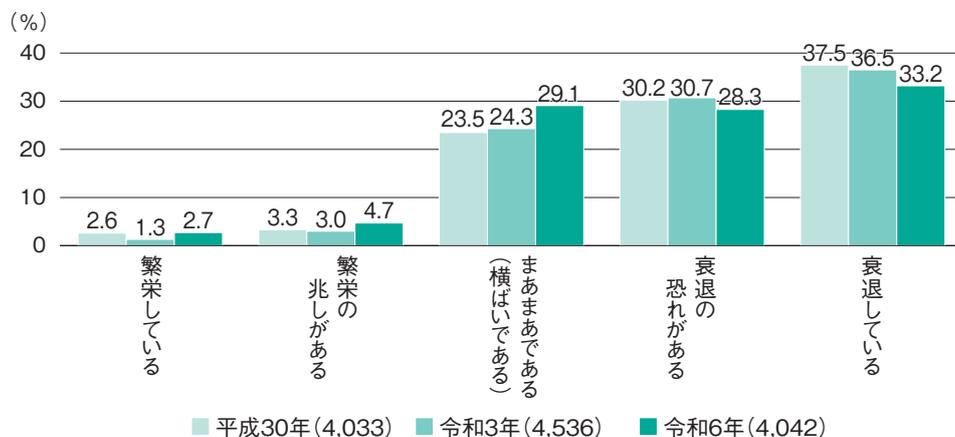
本稿では、活気を失った市場（いちば）の長屋をリノベーションして、個性豊かな店舗が並ぶ地域密着かつ観光型商店街に再生した新潟市の『沼垂（ぬったり）テラス商店街』を事例に、商店街の活性化について考察する。

I. 商店街の現況

わが国の商店街の現況を調査したものに、全国商店街振興組合連合会が行っている商店街実態調査がある。2024（令和6）年10月に調査が行われ、昨年の2025（令和7）年6月に公表された「商店街実態調査報告書」から、全国の商店街の現状を見ることができる。

1. 商店街の景況

同調査の商店街の景況についてみると、「繁栄している」と「繁栄の兆しがある」、「まあまあである（横ばいである）」が、前回調査（令和3年）比それぞれ1.4ポイント、1.7ポイント、4.8ポイント増加している。一方、「衰退している」と「衰退の恐れがある」は、3.3ポイント、2.4ポイント減少しており、各地の商店街がその存続に奮闘していることがうかがえる。

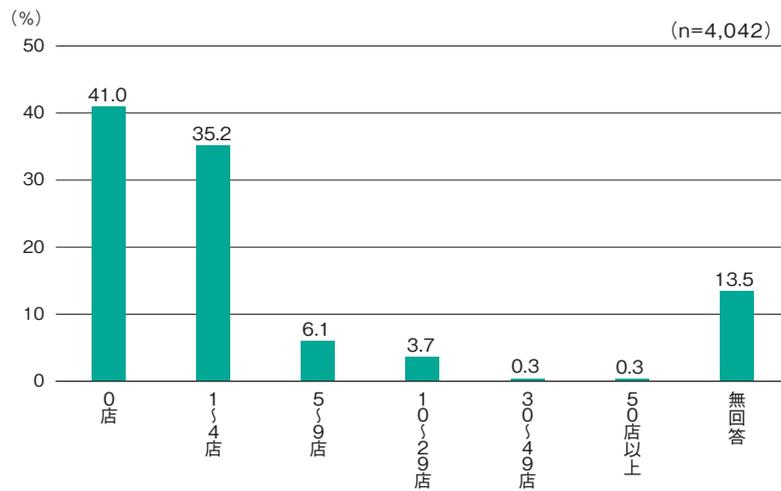


出所:「令和7年6月 商店街実態調査報告書」

2. 商店街への新規出店数

商店街全体（非会員含む）における直近1年間の新規出店数は、「0店」が41.0%と最も多く、

次点は「1～4店」の35.2%と、新たな店舗が続々と出店している状況ではないようだ。

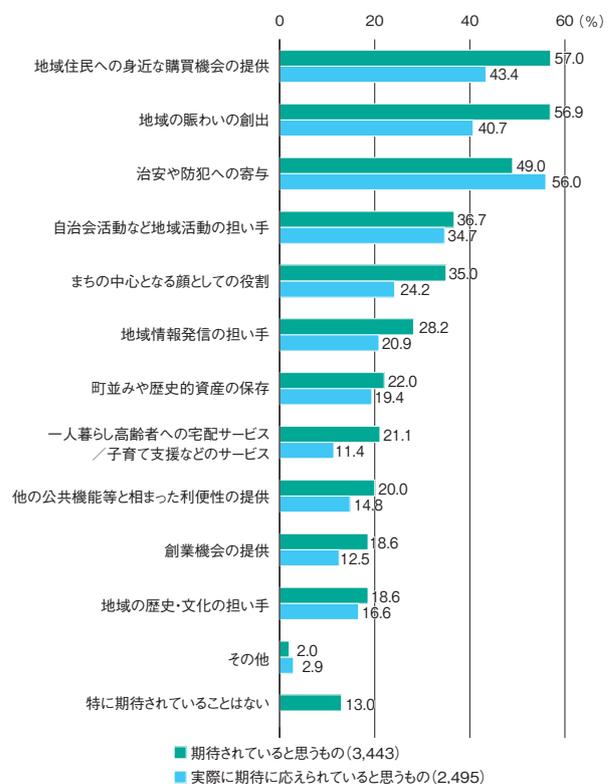


出所:「令和7年6月 商店街実態調査報告書」

3. 商店街の役割【複数回答】

商店街の役割で“期待されていると思うもの”は、「地域住民への身近な購買機会の提供」が57.0%でトップ。以下「地域の賑わいの創出」(56.9%)、「治安や防犯への寄与」(49.0%)の順。

他方、“期待に応えられていると思うもの”については、「治安や防犯への寄与」が56.0%と最も多く、以下「地域住民への身近な購買機会の提供」(43.4%)、「地域の賑わいの創出」(40.7%)となっている。商店街が地域との関わりを大切にしていることがわかる。

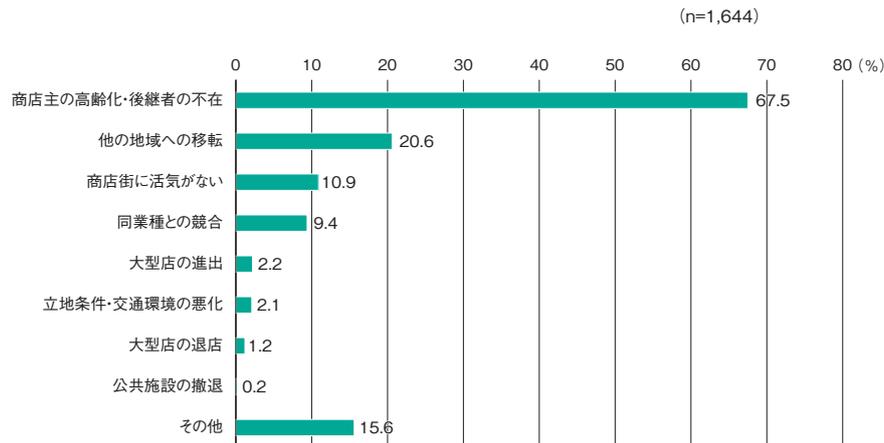


出所:「令和7年6月 商店街実態調査報告書」

4. 商店街の空き店舗からの退店（廃業）理由 【複数回答：2項目選択】

商店街における空き店舗のうち、直近1年間に退店（廃業）した理由をみると、「店主の高齢化・後継者の不在」が7割近く（67.5%）と、次点の「他の地域への移転」（20.6%）を大きく

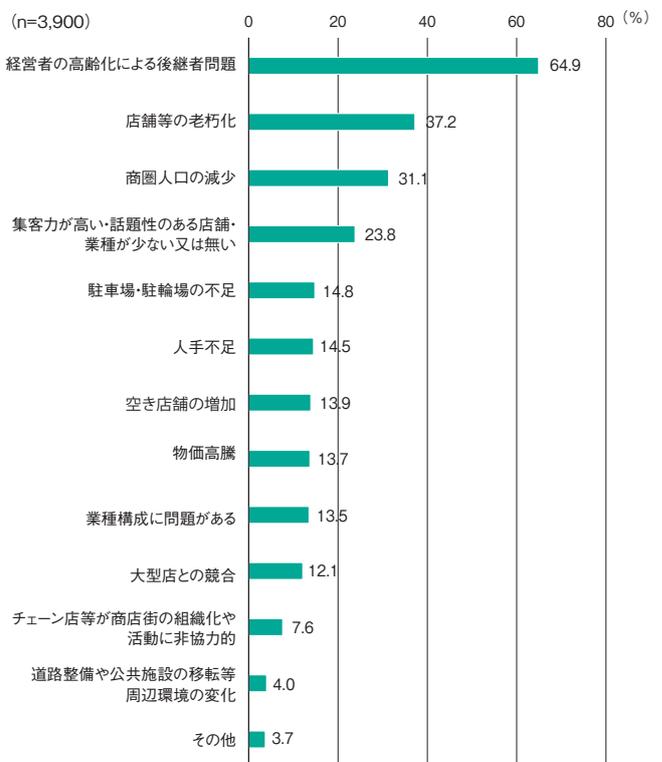
引き離してトップ。以下「商店街に活気がない」（10.9%）、「同業種との競合」（9.4%）となっており、一般企業と同様、商店街の店主も高齢化に伴う後継者問題に悩まされているのが見て取れる。



出所:「令和7年6月 商店街実態調査報告書」

5. 商店街の問題点【複数回答：3項目選択】

商店街の問題については、「経営者の高齢化による後継者問題」が64.9%で最多と、これも次点の「店舗等の老朽化」（37.2%）を大きく引き離した。3番目は「商圏人口の減少」（31.1%）となっている。



出所:「令和7年6月 商店街実態調査報告書」

Ⅱ．商店街の活性化に向けて

商店街の課題には、

1. 周囲の過疎化が進行して、空き店舗や更地、駐車場ばかりになる。
2. 廃業した店舗が、賃貸物件や福祉施設などになりがち。
3. 新規開業した店舗が定着しない。
4. 日常生活に車が欠かせない現代人にとって、駐車場がない商店街からは足が遠のく。
5. 一方、高齢者など車を持たない人にとっては、商店街は欠かせない存在となる。しかしながら、空き店舗の増加などでその魅力が低下し、寂れていくところが多い。
6. 一過性のイベントなどを行っても、継続的な活性化策が伴わないものはその効果が限定的。

などがある。他の商店街や大型商業施設には見られない特色を持った商店街づくりが肝要であり、商店街そのものの価値を上げていくことが重要となろう。ところが、このような課題などから、活性化策や方向性を見出すのはなかなか容易ではない。これに1つの答えを出しているのが、新潟市の沼垂地区にある『沼垂テラス商店街』である。



商店街のロゴマーク（沼垂テラス商店街 HP より）



JR新潟駅と“テラス”商店街の位置関係（沼垂テラス商店街 HP より）

Ⅲ．沼垂テラス商店街

沼垂テラス商店街は、市場として使われていた古い長屋を改装し、個性的なショップを入居させたことで人気を博している商店街で、地元の人だけではなく、県外から多くの人が訪れる観光商店街でもある。

1. 新潟市沼垂地区について

JR新潟駅の北東、徒歩20分ほどにある沼垂地区。この珍しい地名は、わが国の古代城柵※「湊足柵（ぬたりのき／ぬたりのさく）」に由来するとされている。近くに信濃川の河口があることから、かつての沼垂には堀が多く、舟で物資を容易に運ぶことができた。近代になると、現在も操業中の北越コーポレーションをはじめ、日本石油の製油所など3社が進出してきて24時間操業を行ったことから工場城下町となり、上越市の直江津駅と結ぶ北越鉄道（現在の信越本線）の終着駅として貨物駅も設置された。※城柵（じょうさく）。7～11世紀までの古代日本において、大和朝廷（ヤマト王権、中央政権）が本州北東部を征服する事業の拠点として築いた施設。



新潟駅から沼垂までの案内標識



これを辿って行けば・・・



自ずと商店街に辿り着く

2. 旧沼垂市場時代

沼垂地区の公衆市場「沼垂市場」は、堀が埋め立てられた1950年代に設置され、生鮮食品や日用品を取り扱っていた。工場で働いていた多くの人々は、仕事を終えるとこの市場の通りに流れてきて、買い物をしたり飲食をしたりするなど、人々で溢れて大変活気に満ちていた。

ところが、1990年代になると、賑わっていた沼垂市場通りは、新潟駅を中心とした都市開発

や、大型商業施設の郊外進出、これに誘致した工場の撤退と縮小、店主の高齢化などが重なり廃業する店が続出、店舗が減少していった。さらに、2000年代に入ると沼垂駅が廃駅となり人口流出も加速。2010年、市場には果物店や雑貨店など数店舗が残るのみとなり、シャッター通りと化してまちには空き家が増加するなど、当地区は衰退していった。

1959年の沼垂市場
(沼垂テラス商店街 HP より)

沼垂駅があった信越本線貨物支線跡

人通りが途絶えた2013年当時の市場通り
(沼垂テラス商店街 HP より)

3. 沼垂テラス商店街の誕生

市場前の通りを挟んで向かいにある大衆割烹「大佐渡たむら」の2代目、田村寛氏は90年代の後半、東京の大学を卒業して生まれ育った沼垂に帰郷したが、実家の経営が厳しいことに加え、すっかり寂れてしまった市場通りに危機感を抱いた。これは自分の店だけでなく、沼垂のまち全体に勢いをつけなければダメだと考えた田村氏は、地域を考えるグループ「なじらね※沼垂」にアンテナショップのような店の出店を提案するも、その実現はなかなか難しかった。

※新潟弁で「どうですか」の意。

そこで2010年6月、市場の建物（長屋）の一画をリノベーションし、建物を管理している組合の許可を得て、手作り惣菜と佐渡の牛乳を使ったソフトクリームの個人店「Ruruck Kitchen（ルルクキッチン）」をオープンした。

開店当初は苦戦した「Ruruck Kitchen」だったが、口コミなどで徐々にその存在を知られるようになり、沼垂まで買い物に訪れる人が増えてきた。この状況を見た田村氏は、他に出店する人がいないかどうか声を掛けてみたところ、新潟で店を開くための場所を探していた家具職人と染色家の若夫婦が2011年、2店目となる手づくり家具とカフェの店「ISANA（イサナ）」をオープンした。

次いで、翌2012年には3店目、陶芸工房兼ショップの「青人窯（あおとがま）」がオープンした。同店は、陶芸の勉強のため岐阜県多治見市に住んでいた新潟出身の夫が、関西出身の妻と「ISANA」に偶然来店したことがきっかけとなり、沼垂市場に共同出店した店である。また、同年には、地元メディアが沼垂市場におけるこれら出店の動きを次々に採り上げたのを機に、市場前の通りで試験的に青空市場を開催してみたところ、これが盛況だった。



Ruruck Kitchen（正面）

この様子を見た多くの若者たちが「古い長屋が残り、レトロな雰囲気を醸し出している沼垂市場に出店したい」と、田村氏に相談してきた。ところが、市場への出店は、建物を管理している組合の規約によりこれ以上は組合員しかできず、3店舗の出店は規約上ぎりぎり許可されたものであり、更なる出店は不可能だったのである。

そこで、2014年3月に市場の管理会社・株式会社テラスオフィス立ち上げて、田村氏が代表取締役社長（現在は会長）に、同氏の姉・高岡

はつえ氏を専務取締役（現在は代表取締役社長）として運営を始めた。そして、この市場の長屋を「まちを明るく照らす」、「店舗前がテラスのようにになっている」、「市場の周囲にお寺がたくさんある」という3つの“テラ”を掛け合わせた『沼垂テラス商店街』と命名し、出店者に店舗区画を貸し出したのである。同商店街は15年4月、計28店舗（以前から営業している4店舗と先駆け出店の3店舗を含む）でオープンした。



沼垂テラス商店街



沼垂テラス商店街



COFFEE店「編むと紡ぐ」



店舗の裏側を見ると、古い長屋をそのまま生かしていることがわかる



Ruruck Kitchen の隣りにある
“服・小物「ponder」”



上部に市場の旧店舗名が残る
“spice curry「podoco」”



アクセサリー・ファッションの店
“「nemon+ color」”

4. 商店街のイベント

沼垂テラス商店街では、2012年から年1回開催していた青空市場を継ぐイベントとして、朝市（4～11月）と冬市（12～3月）を月1回、年に数回の夜市を始めた。これらのイベントは、コロナ禍における休止を経て、定例イベントとして現在も続いている。

イベントの際には、地元住民の生活道路で、

車の通りも多い商店街の前の道が歩行者天国となり、新潟市内外から出店する店のテントが30張ほど並ぶ。特に、朝市はメディアにもよく採り上げられており、新潟市近辺だけでなく、県外からも多くの客が訪れる商店街の目玉イベントとなった。結果、同商店街は週末や夏休みなどの観光シーズンは県外客で、平日は地元の買い物客が中心となり賑わっている。



昨年（2025年）11月の朝市のような
（写真提供：株式会社テラスオフィス）



昨年（2025年）11月の朝市のような
（写真提供：株式会社テラスオフィス）

5. 拡がる商店街～沼垂テラス・エフ～

沼垂市場で起こった動きはその周辺にも波及した。現在、“沼垂テラス商店街”といえ、市場の長屋だけでなく、近隣のサテライト店も含まれる。

テラス商店街のオープン後、株式会社テラスオフィスには出店希望者からの問い合わせが引きも切らなくなった。ところが、長屋に空き店

舗が出ない限りはそれらに応えることができない。さらに、商店街のオーナーからは、近隣にある空き家の活用はできないのか？などの声も上がってきた。

そこで同社は、まず近所にある1軒の空き店舗を借りて出店希望者とのマッチングを行い、2015年にテラス商店街初のサテライト店「BOOKS f3」（書店）をオープンしてみた。す

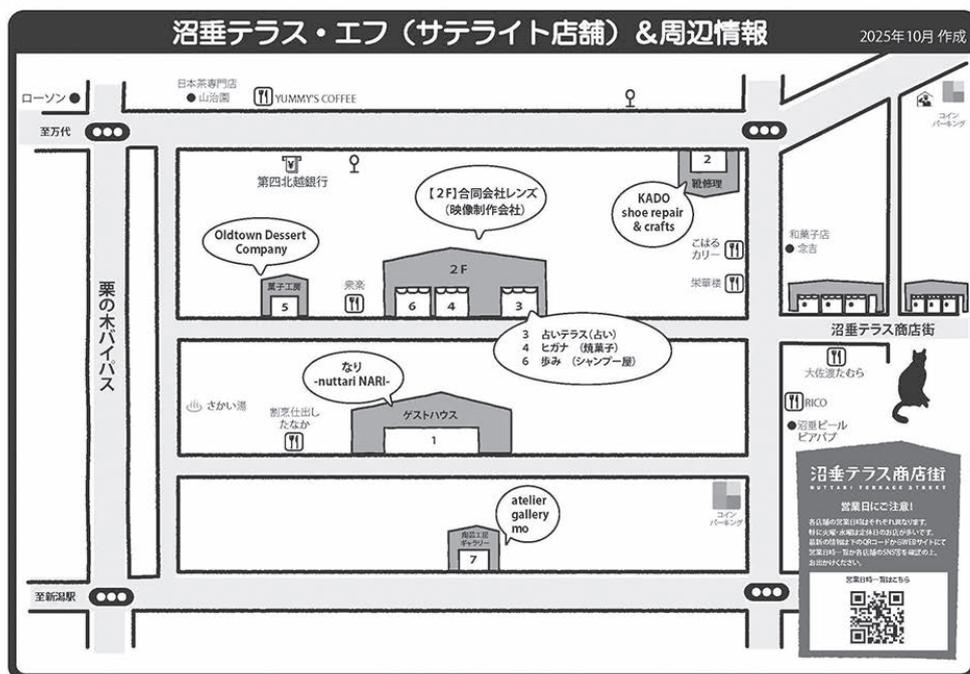


ゲストハウス「なり -nuttari NARI-」



KADO shoe repair & crafts

2025年10月現在の「沼垂テラス・エフ」マップ。6つの店舗にオフィスが2箇所、ゲストハウスが1箇所。



提供：株式会社テラスオフィス

ると、これを見た周辺の空き店舗オーナーが、同社に店舗を貸しはじめたため、ゲストハウス「なり -nuttari NARI-」や靴修理の店「KADO shoe repair & crafts」といった、ユニークな店舗の誕生につながった。

この動きに追随して、パーソナルスタイリングサロンやシャンプーとシェービングの店など、さまざまな業態の店舗もオープンした結果、エリア帯が一段と賑やかになっていったのである。

同社は、これらのサテライト店舗群を“気兼ねなく”などの意味で、<とても優しい表現>として使われる「feel free」という言葉を用い、「訪れた人に気軽に立ち寄ってもらい、楽しくワクワクする沼垂がどんどん広がってほしい」という意味を込めて『沼垂テラス・エフ』と名付けた。現在、ここには9店舗が出店している。

6. 課題など

沼垂テラス商店街の課題は、大きく次の2点である。1点目は、同商店街が“いつ来ても楽しい場所”と言えるのか、である。商店街の店舗群は、店ごとに営業時間や休業日が異なっているものの、平日を定休日としている店が多



近隣にはまだシャッター商店街が残る

く、平日に訪れた人が楽しいと思えるのか微妙なところとなっている。

2点目は、商店街の専用駐車場が無いことである。周囲には民間の小さな駐車場が点在しているものの、専用駐車場が無いことの影響は大きく、イベントなどの際には、周辺企業の駐車場を臨時で借りてはいるものの、数が足りているとは言えず、専用駐車場の確保が早急に望まれる。

7. 商店街の今後について

昨年、2025年4月に10周年を迎えた『沼垂テラス商店街』。この10年間で、旧市場時代から同商店街で営業していた店とサテライト店・沼垂テラス・エフとを含めた商店街全体で閉店した店舗は26店舗を数える。

しかしながら、このうち、経営上の理由ではなく、手狭となった沼垂市場を“卒業”するという形をとった、いわゆる発展的閉店がおおよそ4割を占めた。この点について、高岡社長は「当商店街は新潟商工会議所との関係も良好であり、出店希望者が初めて起業する場合などには、商工会議所への相談も勧めるなど、丁寧な対応を心がけている。そのため、出店している皆さんにも信頼していただいているようだ。沼垂テラス商店街は、起業者のステップアップ機能の役割も果たすようになってきている」と語る。また、「現在の沼垂テラス商店街は、市場長屋への新規出店はタイミングよく空き店舗が出ない限り不可能な状況が続いているため、これからはサテライト店を増やしていく。サテライト店が増えれば平日に開く店も増えて、地域全体の魅力が増し、まちの活性化にも貢献できる。定住人口も増えるのではないのでしょうか」と、今後について語っている。

おわりに

全国商店街振興組合連合会の商店街実態調査報告書には、商店街の空き店舗が埋まらない具体的な原因として「地主や家主など貸し手側の都合」と「テナントなど借り手側の都合」が挙げられている。空き店舗を減らして商店街を活性化するには、貸し手側の“老朽化した店舗でもなるべく高く借りて欲しい”という気持ちと、借り手側の“老朽化しているのだから安く貸してほしい”という気持ちの条件のすり合わせが不可欠となるが、沼垂テラス商店街の場合、株式会社テラスオフィス会長の田村氏が、まず自ら店舗を構えて商店街とその周辺の魅力をアピールした結果、借り手側の方から入居したいとの声が上がリ、入居者自らが建物をリノベーションして開業している。このことが个性的かつ魅力的な店が並んだ商店街を形成し、他の商店街や商業施設との差別化を生んでいる。

同商店街は、2015年度第6回地域再生大賞の準大賞、2017年度グッドデザイン賞、2022年全国商店街DXアワードの審査員特別賞、2023年度ふるさとづくり大賞の優秀賞、2025年あしたのまち・くらしづくり活動賞の内閣総理大臣賞など、多くの受賞歴を誇り、また、2021年度には経済産業省と中小企業庁が主催する「はばたく商店街30選」に選定されるなど、全国から視察が絶えない商店街となった。商店街を運営している株式会社テラスオフィスによると、週末に訪れる人の9割は観光客であり、国内はもとより、台湾や中国、インドネシアなど海外からの客もいて、その数は年間20万人を超えるとのことである。

10周年を迎えた『沼垂テラス商店街』だが、ここに来ないと出会えないモノ、店主や空間そのものに魅力があるという、「ここでしか出会

えないモノ・ヒト・空間」というコンセプトは変わらない。株式会社テラスオフィスは、田村会長が最初が開業した「Ruruck Kitchen」を一定の役割を終えたと判断、今年（2026年）4月末の営業終了をアナウンスした。ちなみに、その跡にはまた新たな若い起業家の入居がすでに決定しているとのことである。

高岡社長は「沼垂テラス商店街の歩みが、第一ステージを終えてホッとしている。沼垂の商店街は一般的な商店街とは少し異なる点も多いが、商店街の活性化に必要なものは、商店街を変えたいという熱い想いと、その気持ちを周りの人に共感してもらうこと、この点はどこも同じだと思います。商店街が賑わって、まちが活性化すればこれほど嬉しいことはありません」と語る。

全国の商店街で、この沼垂地区の事例が活性化策としてそのまま当てはまるところは少ないかもしれないが、参考となる部分は多いものと思われる。高岡社長の“商店街を変えたいという熱い想いと、その気持ちを周りの人に共感してもらうこと”という言葉が商店街振興の最大のポイントではないだろうか。

（杉本 士郎）

／ ふ る さ と 振 興 ／

一般社団法人 対馬CAPPA



Coast and
Aquatic
Preservation
Program
Association



海岸清掃の様子

長崎県対馬は日本海に面し、海岸線が非常に長く入り組んだ地形のため、海外由来の海ごみの漂着量が多い地域です。その影響は景観悪化にとどまらず、漁業活動への支障や海洋環境の劣化を招き、地域経済の基盤を揺るがす課題となっています。

こうした状況に対応するため、2013年、島内有志により任意団体「美しい対馬の海ネットワーク」が設立されました。同年から韓国の学生・有志と連携し、「日韓海岸清掃フェスタ IN 対馬」を毎年開催。国境を越えた協働によって、継続的な海岸清掃活動を展開してきました。



海岸清掃活動の様子

その活動をさらに発展させようと、2017年6月、同団体を母体として一般社団法人対馬CAPP（代表理事 上野芳喜氏）が設立されました。同法人は、対馬市行政、市民、民間団体、海ごみ関係者をつなぐ「中間支援組織」として、連携・調整・情報共有を担う体制を構築しており、海岸清掃イベントの実施に加え、漂着ごみを含む海ごみ対策の普及啓発を行っています。

さらに、環境スタディ事業を通じて島内の漁業者と連携して、海洋レジャーのルールづくりにも取り組んでいます。こうした活動を通じて、海・海岸環境を観光資源として適切に保全し、その価値向上を図ることを目指しています。

同団体は、海ごみ対策を継続的かつ組織的に進め、対馬の海と海岸を将来世代へ引き継ぐ基盤づくりを進めていきます。



シーカヤック体験集合写真



海ごみ授業の様子
(写真は一般社団法人対馬CAPP提供)

公益財団法人 十八親和ふるさと振興基金は当団体の事業に対し 2026年2月に助成を実施しました。

長崎県民アンケート

リサチャン Research@NAGASAKI

長崎県民アンケート・リサチャンは、
長崎経済研究所が運営している
18歳以上の長崎県民を対象としたアンケートです！
アンケートに答えるとポイントが貯まり、500ポイント毎に
Amazonギフト券(Eメールタイプ)を進呈いたします！



GO ! GO ! V・ファーレン！！

昨年、V・ファーレン長崎は、8年ぶりとなるJ1昇格を果たしました。いよいよJ1における戦いが始まっています。あなたは「V・ファーレン長崎」を応援に行きます（応援しています）か？

- 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「長崎県民アンケート・リサチャン」で実施
- 調査期間：2026年1月23日（金）～29日（木）
- 回答者数及び属性：424人【年齢層】30歳代以下60人、40歳代92人、50歳代135人、60歳代以上137人

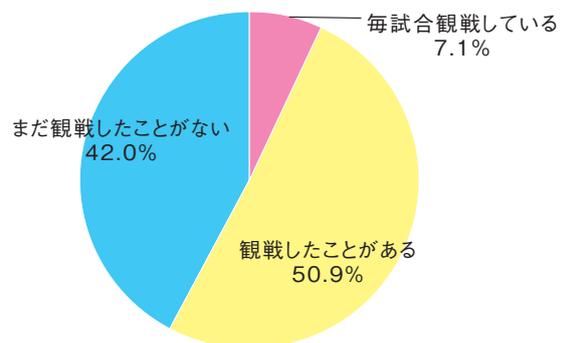
※グラフの構成比は、端数処理の関係で合計が100%にならない場合があります。

◆あなたはV・ファーレン長崎の試合を観たことがあります（TV観戦などを含む）か？

～観たことがあるとの回答が6割近く～

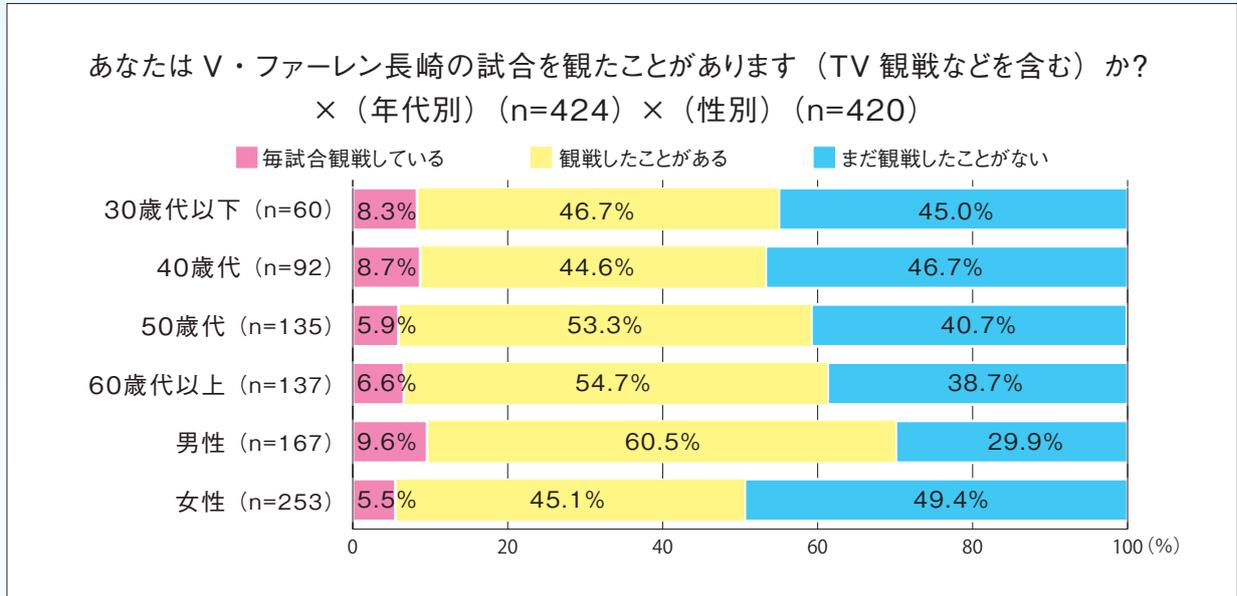
V・ファーレン長崎の試合を、TVなどを含めて観戦したことがあるかどうか尋ねてみたところ、「毎試合観戦している」（7.1%）と、「観戦したことがある」（50.9%）とを合わせた試合を『観たことがある』は58.0%と、6割近くになりました。

あなたはV・ファーレン長崎の試合を観たことがあります（TV観戦などを含む）か？(n=424)



これを年齢別にみると、40歳代以下の年代で「毎試合観戦している」が他年代比高く、おおむね若い世代の“観戦者”が多くなっています。

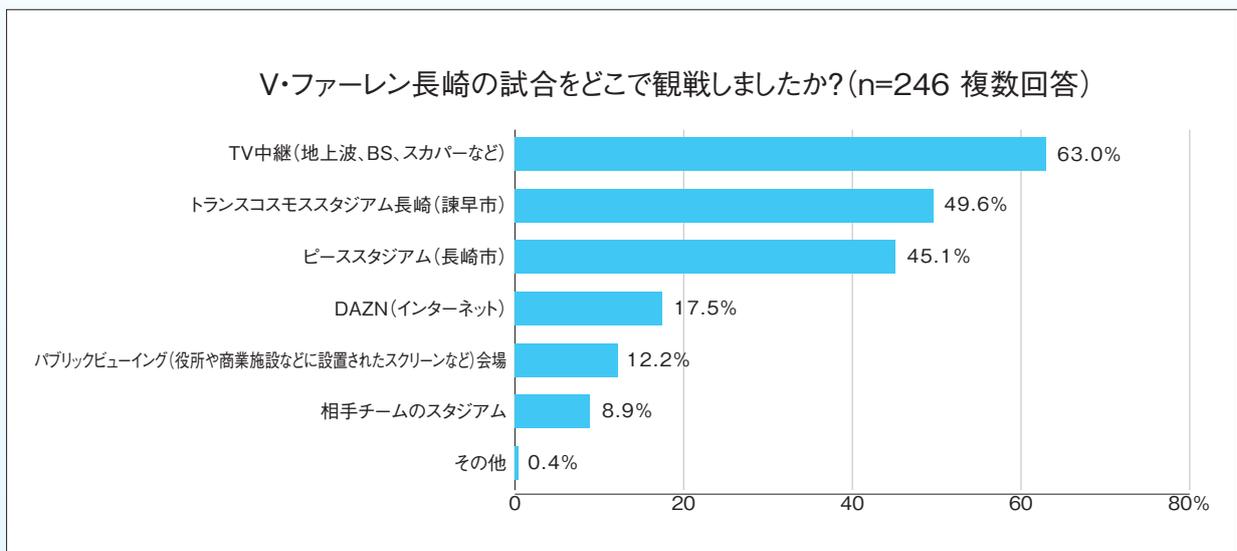
また、性別では女性の「まだ観戦したことがない」の割合が半数近くとなっています。



◆ V・ファーレン長崎の試合をどこで観戦しましたか？【複数選択】

～「TV中継」が最も多い～

「毎試合観戦している」、「観戦したことがある」と回答した方に、どこで観戦したのかを複数回答で尋ねてみると、「TV中継」が63.0%でトップ。以下、以前のホームスタジアム「トランスコスモススタジアム長崎」が49.6%、現在のホームスタジアム「ピーススタジアム」が45.1%となりました。



これを年齢別にみると、30歳代以下で「ピーススタジアム」と「DAZN」、「パブリックビューイング」における割合が他年代比最も高くなっています。また、40歳代では「トランスコスモススタジアム長崎」が、50歳代以上の年代では「TV中継」の割合がそれぞれ最も高くなっています。また、50歳代では「ピーススタジアム」の割合も5割と比較的高くなっています。

性別では男性で「トランスコスモススタジアム長崎」、女性は「TV中継」の割合が高くなっています。

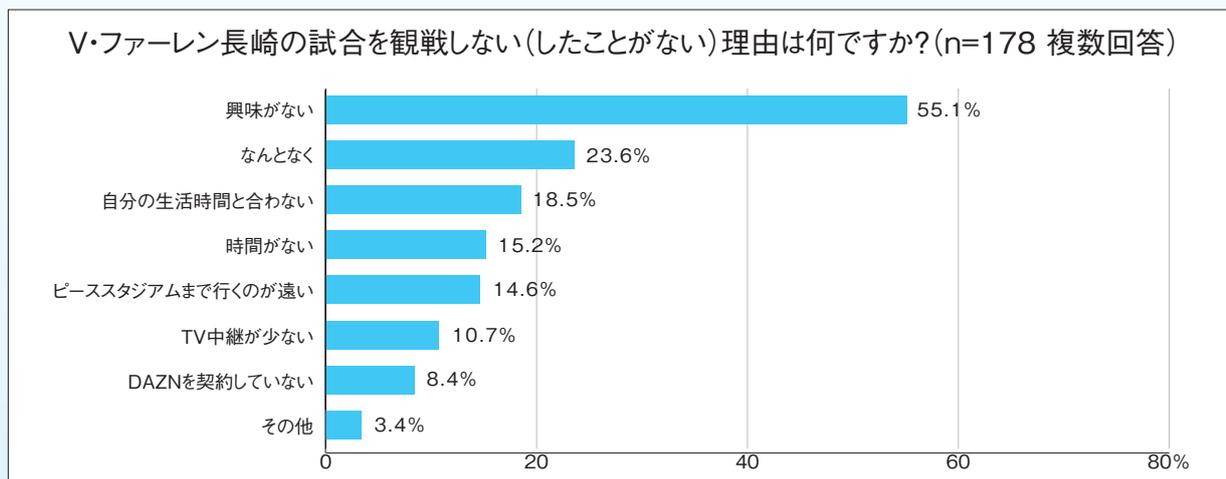
	TV中継(地上波、BS、スカパーなど)	トランスコスモススタジアム長崎(諫早市)	ピーススタジアム(長崎市)	DAZN(インターネット)	パブリックビューイング会場	相手チームのスタジアム	その他
30歳代以下(n=33)	42.4%	57.6%	66.7%	27.3%	21.2%	6.1%	0.0%
40歳代(n=49)	55.1%	67.3%	44.9%	18.4%	14.3%	14.3%	2.0%
50歳代(n=80)	63.8%	40.0%	50.0%	16.3%	8.8%	6.3%	0.0%
60歳代以上(n=84)	75.0%	45.2%	32.1%	14.3%	10.7%	9.5%	0.0%
全体	63.0%	49.6%	45.1%	17.5%	12.2%	8.9%	0.4%
男性(n=117)	58.1%	53.8%	47.9%	19.7%	12.0%	11.1%	0.0%
女性(n=128)	67.2%	45.3%	42.2%	15.6%	11.7%	7.0%	0.8%
全体	62.9%	49.4%	44.9%	17.6%	11.8%	9.0%	0.4%

◆ V・ファーレン長崎の試合を観戦しない(したことがない)理由は何ですか? 【複数選択】

～「興味がない」(から観戦しない)がトップ～

また、『まだ観戦したことがない』と回答した方に、その理由を複数回答で尋ねたところ、「興味がない」が55.1%と、他の理由を大きく引き離しました。“興味がない方に対してどのようにアプローチしていくのか?”が、これからの課題なのかもしれません。

一方で、「なんとなく」との回答が23.6%となっています。この層は、何かのきっかけがあれば『観戦したことがある』に転じる可能性もありそうです。



年齢別では、40歳代以下の年代で「興味がない」が6割を超えています。また、「なんとなく」の割合は50歳代が他年代比最も高くなっています。

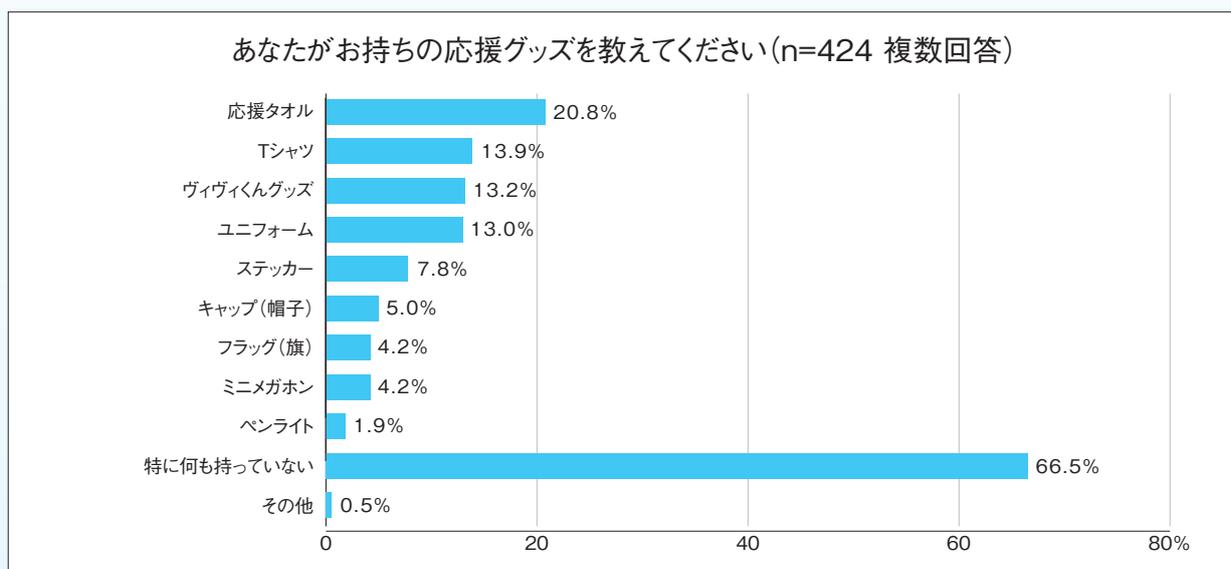
性別では、女性における「興味がない」と「自分の生活時間と合わない」の割合が、男性と比べて高くなっています。

	興味がない	なんとなく	自分の生活時間と合わない	時間がない	ピーススタジアムまで行くのが遠い	TV中継が少ない	DAZNを契約していない	その他
30歳代以下 (n=27)	63.0%	18.5%	14.8%	18.5%	11.1%	7.4%	11.1%	7.4%
40歳代 (n=43)	60.5%	20.9%	20.9%	20.9%	14.0%	9.3%	16.3%	2.3%
50歳代 (n=55)	49.1%	34.5%	16.4%	9.1%	10.9%	7.3%	5.5%	3.6%
60歳代以上 (n=53)	52.8%	17.0%	20.8%	15.1%	20.8%	17.0%	3.8%	1.9%
全体	55.1%	23.6%	18.5%	15.2%	14.6%	10.7%	8.4%	3.4%
男性 (n=50)	48.0%	28.0%	12.0%	18.0%	16.0%	18.0%	12.0%	2.0%
女性 (n=125)	58.4%	21.6%	21.6%	14.4%	12.8%	7.2%	6.4%	4.0%
全体	55.4%	23.4%	18.9%	15.4%	13.7%	10.3%	8.0%	3.4%

◆あなたがお持ちの応援グッズを教えてください【複数選択】

～「特に何も持っていない」が圧倒的～

あなたが持っているV・ファーレン長崎の応援グッズを複数回答で尋ねたところ、「特に何も持っていない」が66.5%となりました。反面、持っているグッズとして「応援タオル」が20.8%でトップ。以下、「Tシャツ」(13.9%)、「ヴィヴィくんグッズ」(13.2%)、「ユニフォーム」(13.0%)となりました。

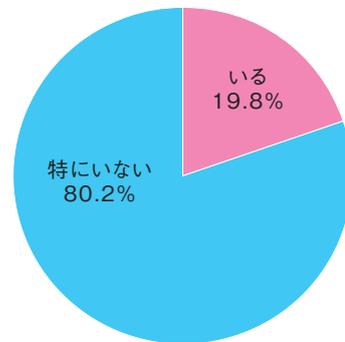


◆選手、関係者のなかに“推しの人（特に好きな人）”がいますか？

～“推し”がいるのは約2割～

V・ファーレン長崎の選手や関係者のなかに“推し”がいるのかどうか尋ねてみたところ、「いる」との回答はおよそ2割にとどまりました。

選手、関係者のなかに“推しの人（特に好きな人）”がいますか？(n=424)

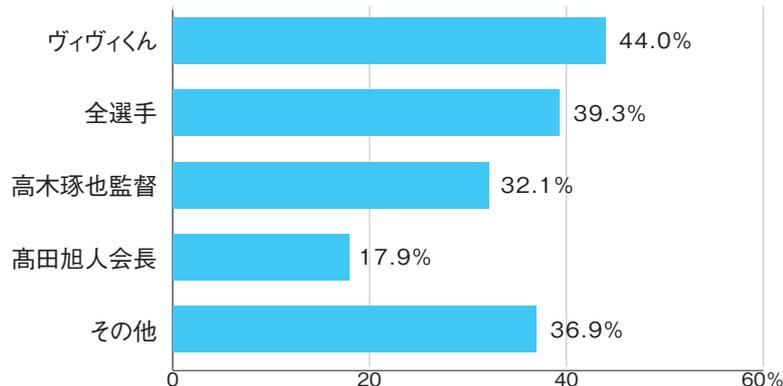


◆“推しの人”は誰ですか？【複数選択】

～やはり、一番人気は「ヴィヴィくん」～

“推し”がいると回答した方に、その人は誰かを複数回答で尋ねたところ、「ヴィヴィくん」が44.0%でトップ。以下、「全選手」(39.3%)、「高木琢也監督」(32.1%)でした。また、「その他」の回答には、山口蛍選手や笠柳翼選手など、選手の皆さんの具体的な名前が数多く挙げられていましたが、なかには、今年退団が決まったファンマ選手や高田明氏の名前も見受けられました。

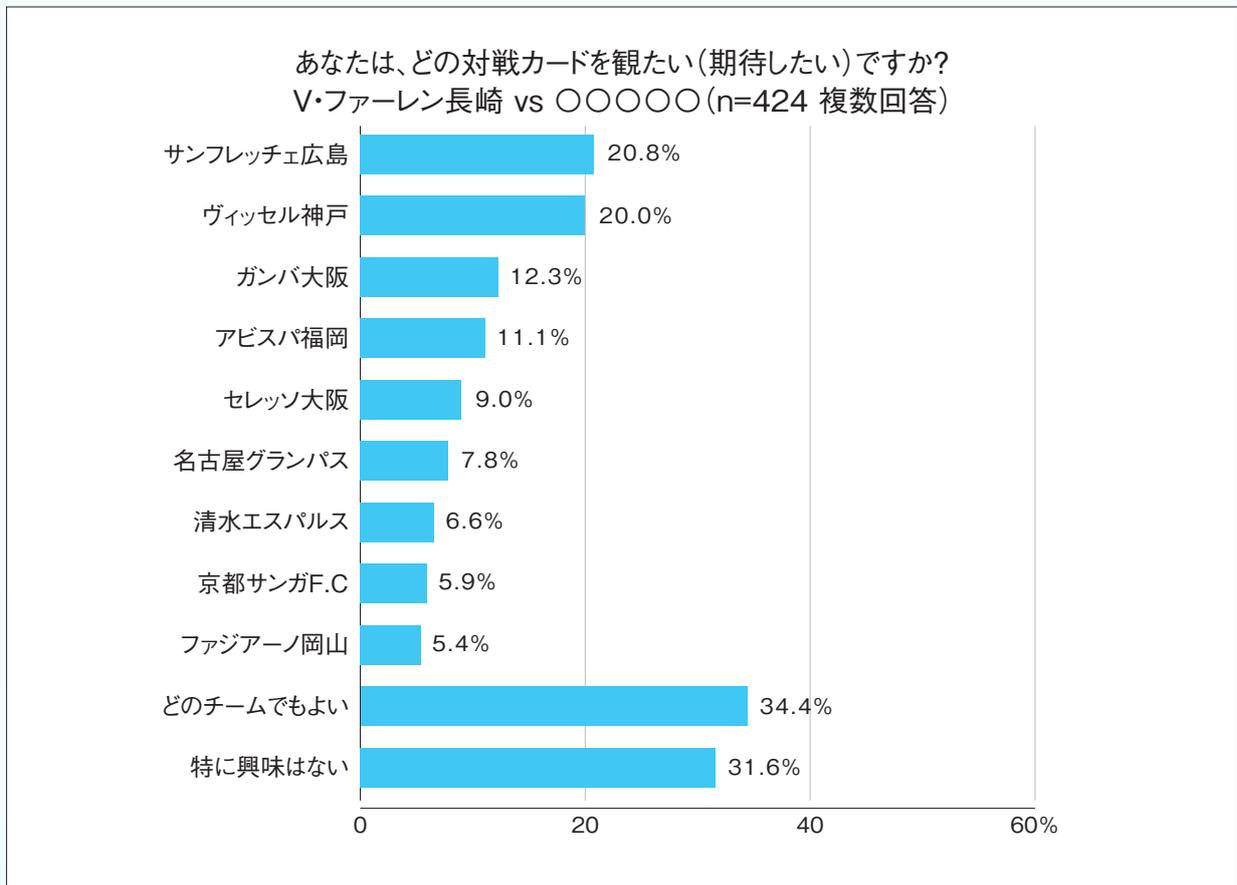
“推し”の人は誰ですか？(n=84 複数回答)



◆ J1 の試合として、まず 2 月から 6 月までの期間「明治安田 J リーグ百年構
想リーグ」が開催されます。V・ファーレン長崎は WEST グループに所属
しますが、あなたは、どの対戦カードを観たい（期待したい）ですか？ V・
ファーレン長崎 vs ○○○○○・・・【複数選択】

～VS「サンフレッチェ広島」と「ヴィッセル神戸」が人気～

『明治安田 J リーグ百年構想リーグ』にて、観たい対戦カードを複数回答で尋ねると、「どのチームでもよい」が 34.4% と最も多いなか、チーム別では、先日対戦したばかりの「サンフレッチェ広島」が 20.8% でトップ。次点は、僅差の 20.0% で、V・ファーレン長崎主将の山口蛍選手が一昨年まで主将を務めていた「ヴィッセル神戸」でした。これに「ガンバ大阪」12.3%、同じ九州の「アビスパ福岡」が 11.1% で続いています。



◆自由コメント【J1 を戦う V・ファーレン長崎へひとこと！！】

- 長崎の名を全国に知らしめてほしい (佐々町、60 歳代 男性)
- あまりサッカーに関心がなかったので申し訳ないのですが、ピースタが出来て 1 回行ってみたらサッカー観戦もしてみたくなりました！ヴィヴィくんも大好きです。世界平和への願いも込めて今年に応援したいと思います！ (佐世保市、40 歳代 女性)
- あまり観ないのですが、地元長崎として応援しています 世界に活躍する選手が出たら嬉しい！ (佐世保市、70 歳以上 女性)
- ワクワクがとまりません。長崎県がひとつになって熱くなる感じがとても好きです。 (長崎市、50 歳代 男性)
- サッカーにはあまり興味がない私でも、J1 に昇格したことが県民としてとても嬉しいです。 試合会場に出向くことはなかなか難しいですが、テレビで試合がある時には、応援しながら観戦させていただきます！ (長崎市、60 歳代 女性)
- 興味はないのですが、頑張っているのをニュースで見るのは嬉しいです。長崎が盛り上がるのも嬉しいですし、たくさん勝って欲しいです。 (長崎市、50 歳代 女性)
- 厳しい戦いになるでしょうけど、前回のように 1 年での降格は回避してもらいたい。 (長崎市、50 歳代 男性)
- 私はサッカー観戦には興味はありませんが、スポーツができるのは平和なことだと感じますし、長崎に元気をもたらしてくれていると思いますので、これからもがんばってほしいです！ (長崎市、50 歳代 女性)
- J1 での快進撃も期待しています！私は長く鹿島サポをやっておりますが、地元の V ファーレンも応援しています。今から長崎対鹿島が楽しみで仕方ありません！このワクワクも V ファーレンが J1 に昇格してくれたからこそです。本当に期待しています！ (長崎市、50 歳代 女性)
- 特大の長崎旋風を巻き起こしましょう！！ (諫早市、30 歳代 男性)
- ありがとうしかない。本当にありがとう！ (諫早市、40 歳代 女性)

(杉本 士郎)

長崎県民アンケート・リサチャン(Research@Nagasaki)は、
長崎県に特化した独自のインターネットリサーチシステムです。
地域の課題や特性についてアンケートを行い、広くお知らせしています。

皆さんの意見は、
メディアや企業のサービス・商品の開発、行政のまちづくりなどに取り上げられるかも。
長崎県民の声を集め、長崎のまちを元気にするリサチャン。
皆様のご参加お待ちしております。

長崎県民アンケート
リサチャンの会員登録はこちら

ご登録いただく情報は、適切なアンケートをお届けするためにお尋ねしており、本人の同意なく第三者に開示することはありませんので、ご安心下さい。



長崎県民アンケート
リサチャン HPはこちら



公益財団法人 十八親和ふるさと振興基金

私たちは、長崎県内における地域の教育、科学、文化、スポーツ、社会生活環境の整備、国際化等に関する活動を支援し、地域社会の活性化に寄与することを目的として助成事業を行っています



- 助成金額 1団体につき原則 30万円以内
- 応募資格
 - ・活動の本拠地が長崎県内にある団体
 - ・3年以上の活動実績があること
 - ・本制度による助成を5年間受けていないこと

※詳細な条件等についてはホームページの応募要領をご確認ください



【お申し込み・お問い合わせ】

公益財団法人 十八親和ふるさと振興基金事務局
〒850-8618 長崎市銅座町1-11 (株)長崎経済研究所内
TEL:095-828-8859 / FAX:095-821-0214
URL:<https://nagasaki-keizai.co.jp/bunka1>



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)

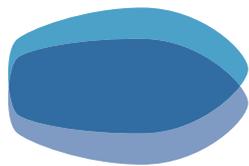


その他
コンサル
ティング

十八親和銀行

2026年3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

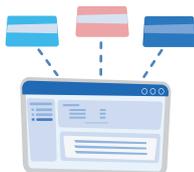
ビジネスを加速させる2つのサポート

01 業務効率化 来店不要で手間いらず!

入出金が手元でわかる 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

