

ながさき経済

2026年
秋号

No.403



寄稿 | 地域とともに歩む大学へ
長崎総合科学大学 理事長・学長 黒川 不二雄

調査 | 景況感は持ち直すも、依然慎重
～第145回 県内企業景況調査～

FFG ぶくおかフィナンシャルグループ

長崎経済研究所

もくじ

1 寄稿

地域とともに歩む大学へ

長崎総合科学大学 理事長・学長 黒川 不二雄

7 調査

景況感を持ち直すも、依然慎重

～第145回 県内企業景況調査～

15 調査

海業による漁村地域の活性化

26 レポート

花街文化の活用を

～長崎検番～

32 トピックス

長崎内外倶楽部、 64年ぶりに再興

～歴史を未来につなぐ「交流の場」への期待～

35 ふるさと振興

十八親和ふるさと振興基金助成先の紹介

37 長崎県民アンケート・リサチャン

シーズン開幕！がんばれ！ V・ファーレン長崎

表紙の写真

長崎検番 芸妓「弥生」



長崎県民アンケート
リサチャンの会員登録は
こちら



届けよう
県民の声！

「会員登録」をして
参加しよう！

長崎県民アンケート

リサチャン

Research@NAGASAKI



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>



「ながさき経済2026年夏号」掲載内容に関するお詫びと訂正

弊社発刊の「ながさき経済2026年夏号」におきまして、掲載内容に誤りがございました。

謹んでお詫び申し上げますとともに、次のとおり訂正いたします。

【対象誌】ながさき経済2026年夏号

【該当箇所】P33 島原カントリー倶楽部 様 住所

【訂正内容】

【誤】島原市有明町湯江甲1903-1

【正】南島原市深江町戊3987

島原カントリー倶楽部様ならびに読者の皆様、関係者の皆様大変ご迷惑をおかけしましたことを、深くお詫び申し上げます。

今後は掲載内容の確認をより一層徹底し、再発防止に努めてまいります。

地域とともに歩む大学へ

長崎総合科学大学 理事長・学長 黒川 不二雄

平成 29 年 3 月 長崎大学 退職

令和 5 年 4 月 長崎総合科学大学 学長

令和 7 年 7 月 学校法人長崎総合科学大学 理事長 就任



はじめに

大学が目指す方向性

近年、日本社会は大きな転換期を迎えています。エネルギー、産業構造、デジタル技術を巡る課題に対して、国を挙げた取り組みが進められており、今まさに「どのような技術を、どのような人材が担っていくのか」が問われています。

DXをはじめとする AI 分野では、政府が開発・利用に関する基本計画を初めて策定し、国として一兆円規模の投資を行う方針を打ち出しました。日本が強みとする高品質なデータや、製造業・サービス業が長年培ってきた現場力を生かし、「信頼性の高い AI」や、実世界と連携した「フィジカル AI」の分野において、独自の競争力を高めようとしています。

一方で、AI の普及は、かつてない規模の電力消費を伴う時代の到来をもたらしており、政府は脱炭素社会の実現を目指す GX 分野への

官民投資を推進しています。次世代太陽電池として期待されるペロブスカイト型太陽電池¹や洋上風力発電の開発が進むとともに、CO₂ 排出量を抑えたグリーン AI データセンターやスマートビルの整備など、エネルギー分野の技術革新は着実に発展しています。

このように、デジタル、AI、エネルギーはもはや個別の分野ではなく、相互に融合しながら新たな産業や社会を支える基盤技術へと発展しています。AI の進化によって既存の仕事の在り方は大きく変化し、新たな職業や産業も次々と生まれていくでしょう。こうした時代においては、専門知識だけでなく、複数の分野を横断的に理解し、新しい価値を創造できる人材が求められています。

社会が変われば、大学に求められる教育も変わらなければなりません。本学は、長年培ってきた工学教育を基盤としながら、AI・情報技術

1 軽く柔軟性に優れ、設置場所の大幅な拡大が期待できる。また製造工程が少なく低コスト化が見込めるなど将来性が期待できる技術。(経済産業省資源エネルギー庁 HP より抜粋。https://www.enecho.meti.go.jp/about/special/johoteikyo/perovskite_solar_cell_02.html)

とエネルギー分野を融合した教育・研究を推進し、変化の激しい時代に対応できる実践力と創造力を備えた技術者の育成を目指しています。地域社会や産業界と連携しながら、未来の社会を支える人材を育てることが、本学に課せられた重要な使命であると考えています。

長崎総合科学大学だからできること

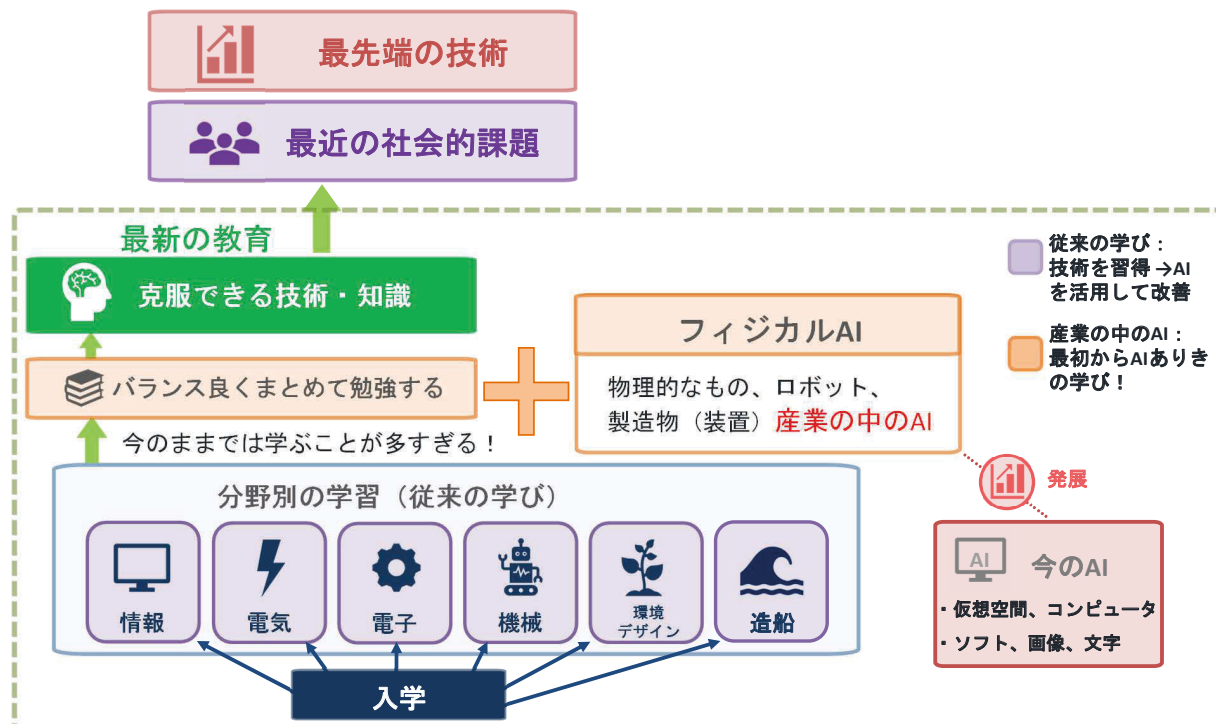
長崎総合科学大学は、1942年に、当時の長崎の主要産業であった造船業を支える人材の育成を目的として、「川南高等造船学校」としてスタートしました。その後、長崎造船短期大学、長崎造船大学を経て、現在の長崎総合科学大学へと発展してきました。

現在も工学部には国内唯一の「船舶工学コース」を設置し、船舶・海洋分野を支える高度専

門人材の育成に取り組んでいます。このような歴史と伝統を大切にしながらも、「総合科学」という大学名が示すように、本学では理工系を中心に、複数の専門分野を横断的に学ぶ教育を重視しています。

現代社会では、建築、機械、船舶、情報・AI、環境・エネルギーなど、多様な分野が相互に結び付き、一つの専門分野だけでは解決できない課題が増えています。だからこそ本学では、時代の変化を的確に捉え、社会や産業界が求める人材を育成するため、教育内容や研究体制のさらなる充実を進めています。その一環として、2027年4月には新たな教育体制の整備を予定しており、その内容については後ほど詳しくご紹介いたします。

社会的課題に立ち向かえる最先端の技術を学べる“最新の教育”を提供！



本学の特徴

企業／地域／海外との連携

長崎総合科学大学の大きな強みの一つは、地域社会や産業界との幅広い連携にあります。これまでに、ニチコン株式会社、ローム株式会社、京セラ株式会社、協和機電工業株式会社、イサハ電子株式会社、ソニーセミコンダクタマニュファクチャリング株式会社、NTT 西日本をはじめとする多くの企業に、本学の産業分野教育協議会へ参画いただき、教育・研究の充実にご協力いただいています。さらに、今年度には AI 分野をリードするエヌビディア合同会社と、九州・中国・四国地方で初となる包括連携協定を締結しました。

こうした企業との連携は、学生が最先端の技術や共同研究、インターンシップなどを通じて、大学で学んだ知識を実社会でどのように生かすのかを体験的に学ぶことができます。学生に

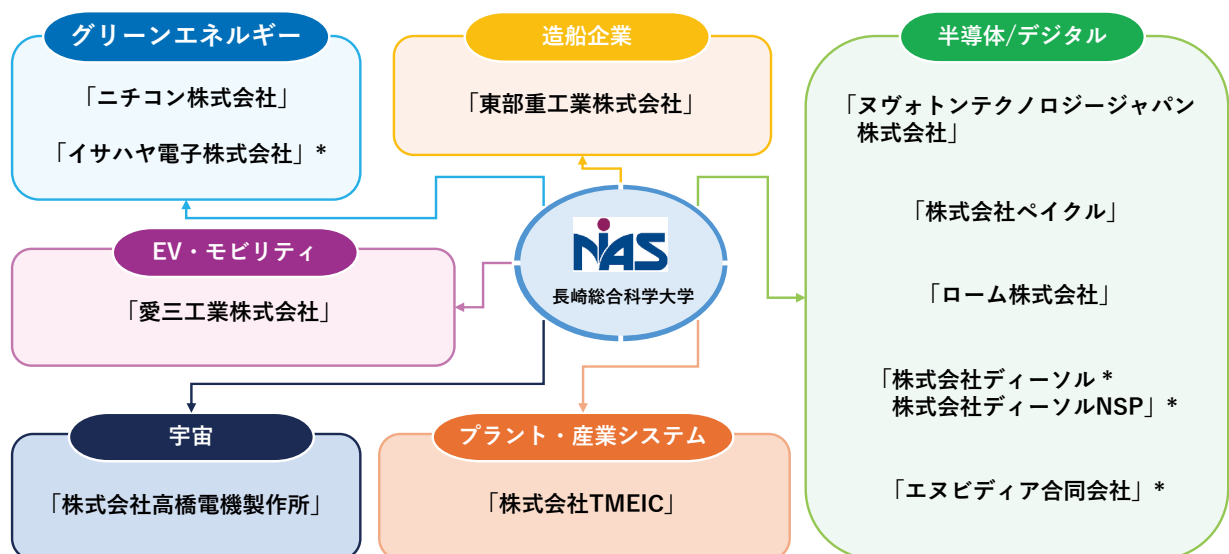
としては、自らの将来像を具体的に描き、卒業後のキャリア形成につなげる大きな強みとなっています。

また、企業との連携だけでなく、高等学校・中学校との教育連携や、海外大学との交流にも積極的に取り組んでいます。学生交流や留学、共同研究、国際教育プログラムなど、多様な学びの機会を提供することで、専門知識に加え、国際的な視野や多様な価値観を身に付けることができます。地域に根差した大学でありながら、国内外へと視野を広げられる教育環境を整えていることも本学ならではの特色の一つです。

工学／情報の強み

本学の工学・情報分野を支えているのは、世界で活躍する研究者を擁する充実した教授陣です。海洋エネルギーやバイオマス資源の有効活用、太陽電池をはじめとする再生可能エネルギーの高効率な電力変換・エネルギーマネジメ

高い研究力で企業とつながる学びを提供 ～ 共同研究講座／連携協定*～



ント技術、さらには船舶・自動車・人工衛星の電動化（EV）に関する最先端技術など、幅広い分野で先導的な研究を展開しています。

本学では、地域社会が抱える課題の解決に取り組む実践的な研究を推進するとともに、グローバルな視点から国際的な学術誌への研究成果の発信にも積極的に取り組んでいます。こうした研究活動を通じて、国内外の大学や企業との共同研究・共同研究講座も活発に行われており、社会実装につながる研究成果を数多く生み出しています。

このような研究環境は、学生にとっても大きな学びの場となります。最先端の研究に触れながら専門知識を深めるだけでなく、卒業研究や共同研究を通じて課題解決力を養い、社会で求められる実践的な能力を身に付けることが出来ます。

本学の研究力は、第三者機関からも高く評価されています。科学雑誌「Newton」の研究ランキングでは、理工系研究力ランキング全国33位に選ばれました。また、大学ファクトブック2025では、国内企業との共同研究における研究者1人あたりの研究費受入額が全国で24位、大学ランキング2026では、科研費（教員1人あたり）14位となるなど、産業界との連携を基盤とした研究活動においても高い評価を得ています。

こうした教育と研究が一体となった環境は、本学ならではの強みであり、次代を担う高度技術者の育成につながっています。

なぜ地域に大学が必要なのか 少子化と大学経営

地方大学が生き残るために必要なこと

現在、日本では少子化が急速に進行しており、

大学は「2026年問題」と呼ばれる大きな転換期を迎えています。18歳人口の減少に伴い、大学進学者数も減少局面に入り、全国的に大学経営を取り巻く環境は厳しさを増しています。

長崎県においても18歳人口の減少が続いており、九州・沖縄地域の中でも比較的減少率が高い地域の一つとなっています。今後は大学間の学生獲得競争は今後さらに激化すると予想されるほか、私立大学の規模適正化に関する議論も進められるなど、地方大学はこれまで以上に経営改革を求められる時代となっています。

このような状況の中で地方大学が持続的に発展していくためには、単に学生募集するだけでは十分ではありません。教育・研究の質を高めることはもちろん、地域社会や産業界との連携を強化し、「この大学で学びたい」、「この大学が地域に必要なだ」と評価される存在であり続けることが重要です。

しかし、大学の役割は学生を教育することだけではありません。それでは、少子化によって大学の淘汰が進むなかでも、なぜ地域に高等教育機関を残していく必要があるのでしょうか。その理由は、大学が地域の人材育成、産業振興、そして地域社会の持続的な発展を支える重要な基盤となっているからです。

地域産業の人材不足（地域活力低下）

地域に大学がない、あるいは大学が縮小・撤退した場合、進学を希望する若者は地域外へ進学せざるを得ません。長崎経済研究所の調査「長崎県出身大学生の新卒Uターン就職の促進」によると、長崎県では大学進学者の約6割が県外へ進学し、そのうち長崎県へUターン就職する割合は約2割にとどまるとされています。このように、一度地域を離れた若者の多くは、その

まま都市部で就職する傾向にあり、地域を支える若い人材が継続的に流出しています。

その結果、地域産業を支える高度専門人材の確保が難しくなり、企業の人材不足や地域経済の活力低下につながります。特に、製造業や建設業、情報・デジタル分野など、高度な専門知識や技術を必要とする分野では、その影響はより大きくなります。

また、大学は教育機関であるだけでなく、企業との共同研究やインターンシップ、人材育成などを通じて、地域と産業界をつなぐ役割も担っています。大学が存在しない地域では、こうした産学連携の機会も減少し、地域企業の人材確保や新たな技術・産業の創出にも影響を及ぼします。その結果、地域産業の競争力低下やさらなる人口流出につながり、地域の持続的な発展が難しくなるおそれがあります。

選ばれる大学になる工夫

こうした社会環境の変化を踏まえ、本学が重視しているのは、「誰に、どのような価値を提供する大学であるのか」という視点に立った、大学全体の“質”の向上です。「出口の質保証」をはじめ、「研究・教育の質向上」、「キャンパスライフの充実」、「DX推進」、「AI活用」など、多面的な取り組みを通じて、学生一人ひとりの成長を支え、社会で活躍できる力を育むことを目指しています。

地域に必要とされ、選ばれる大学であり続けるためには、学生が安心して学び、成長し、卒業後に社会で活躍できる環境を整えることが重要です。本学は、地域社会や産業界との連携を深めながら、未来を担う人材を育成する大学として、さらなる発展を目指していきます。

今後の展開 グローバル人材育成

新学部設立

長崎総合科学大学が、2027年度4月に新たに設置する「先端工学部」では、「グリーン・デジタル学科」と「グリーン船舶システム学科」の2学科を新設し、DX・GX時代を担う高度技術者の育成を目指します。

「グリーン・デジタル学科」では、環境分野とデジタル技術を融合的に学び、「グリーン船舶システム学科」では、これまで本学が培ってきた造船・海洋分野の技術に、AIやデジタル技術を組み合わせた教育を展開します。

特に、今後さまざまな産業分野で活用が期待される「フィジカル AI」に注目しています。フィジカル AI とは、AIがロボット、自動車、船舶、工場設備などの実社会と連携し、自律的に判断・行動する技術です。製造業、物流、建設、エネルギーなど幅広い分野での活用が期待されており、次世代産業を支える重要な技術となっています。

先端工学部では、学問の基礎能力として手法



を学びます。そして、それにより、AIが学習するための条件（暗黙値、制約など）の設定ができる能力を身につけます。AIを活用するだけでなく、その仕組みを理解し、適切に使いこなせる人材を目指して学ぶことができるのです。

教育面では、1年次に基礎を固め、2年次以降は専門的な学修や実践的教育へ段階的に進むカリキュラムを整備しています。4年次には研究室に所属し、自ら設定したテーマについて研究に取り組むことで、課題発見力や課題解決力を身に付けます。また、企業との共同研究に参加する機会も設けています。

さらに、本学では企業との連携を生かした「冠講座」を実施します。グリーン・デジタル産業分野教育協議会（38社2団体）およびグリーン船舶システム産業分野教育協議会（32社9団体）の参画企業から講師を招き、1年次から3年次にかけて計50コマの実践的な講義を行う予定です。企業の第一線で活躍する方々から直接学ぶことで、学生は社会で求められる知識や技術を具体的に理解することが出来ます。

また、卒業後の進路についても、本学は学生をしっかりと支援していきます。協議会参加企業へのアンケートでは、126社から計649名の卒業生の採用意向をいただいております。学生にとって将来の進路を考える上で大きな安心材料となっています。

しかし、重要なのは単に就職先があることではありません。社会で長く活躍するためには、専門知識や技術だけでなく、コミュニケーション能力や課題解決力、自ら学び続ける力が必要です。本学では、企業連携やインターンシップ、キャリア教育などを通じて、学生一人ひとりが自分に合った進路を見つけ、卒業後も社会で活躍できる力を身に付けられる環境づくりに取り組んでいます。

長崎の未来像

若者定着

長崎総合科学大学は、地域とともに歩み、地域の未来を支える拠点となる大学を目指しています。そのために、教育の質の向上、地域社会や産業界との連携強化、グローバル化への対応、本学ならではの特色や強みの発信、そして安定した経営基盤の構築に取り組んでいきます。

大学が地域に存在することは、若者が地元で学び、成長し、将来地域を支える人材として活躍する機会を生み出すことにつながります。本学で学んだ学生が、長崎をはじめとする地域社会や産業界で活躍することで、地域の活力向上や持続的な発展に貢献できると考えています。

これからの社会では、AIや高度なデジタル技術がさまざまな分野に広がる一方、それらを支えるエネルギー分野の重要性もさらに高まっています。AI・情報分野とエネルギー分野を融合的に担う高度技術者を育成することは、地域産業の発展だけでなく、長崎の未来を切り拓き、新たな価値を創造する力になると確信しています。

本学は、地域に根差した大学としての役割を果たしながら、学生が長崎をはじめとする地域社会や産業界で活躍し、社会の変化に対応できる力を身につけられる大学であることを目指します。

景況感は持ち直すも、依然慎重

～第145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8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 365 社（回答企業数 218 社、回答率 60%）
3. 調査方法：WEB と郵送を併用
4. 調査期間：2026 年 7 月 23 日～ 8 月 31 日
5. 調査対象期間：2026 年 4 ～ 6 月期 実績（前年同期比）
2026 年 7 ～ 9 月期 実績見込み（前年同期比）
2026 年 10 ～ 12 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	24.3
	輸 送 機 械	6	2.8
	一 般 機 械	10	4.6
	電 気 機 械	6	2.8
	食 料 品	14	6.4
	そ の 他	17	7.8
非製造業		165	75.7
	運 輸	31	14.2
	水 産	3	1.4
	建 設	26	11.9
	卸 売	43	19.7
	小 売	26	11.9
	サ ー ビ ス	27	12.4
	そ の 他	9	4.1
全 産 業		218	100.0

(2) 売上高別回答企業数

(社)

業種	製 造	運 輸	水 産	建 設	卸 売	小 売	サ ー ビ ス	そ の 他	合 計
売上高									
5 億円未満	8	12	0	3	2	1	5	1	32
5 億～10 億円未満	9	4	0	3	10	5	6	3	40
10 億～30 億円未満	20	8	3	9	18	4	7	3	72
30 億～50 億円未満	8	1	0	6	2	4	5	0	26
50 億～100 億円未満	2	5	0	2	4	6	3	0	22
100 億円以上	6	1	0	3	7	6	1	2	26
合 計	53	31	3	26	43	26	27	9	218

BSI について

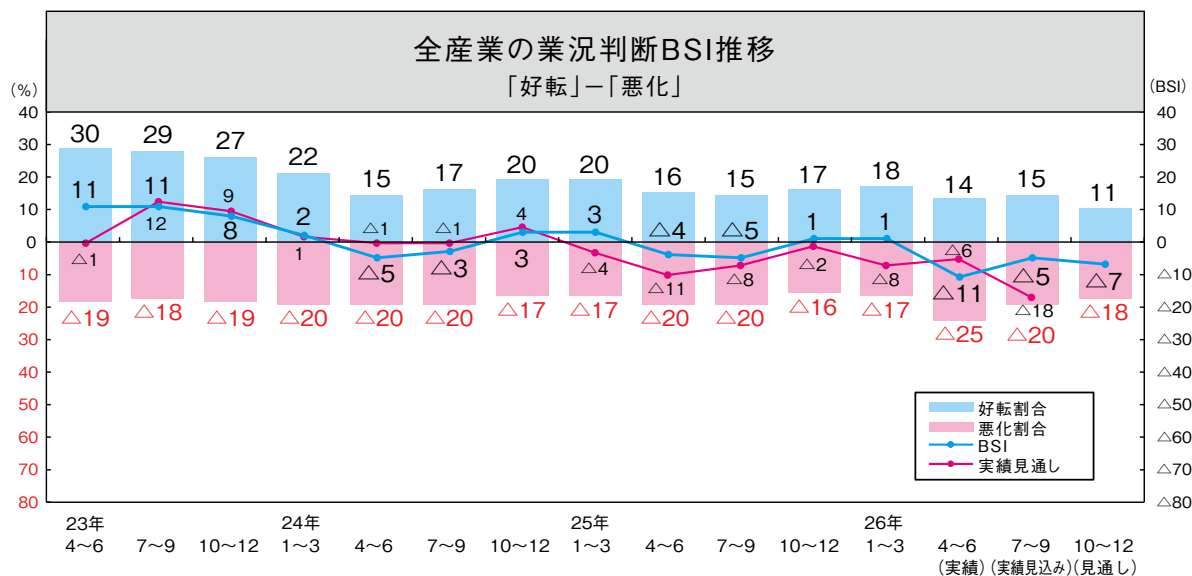
BSI はビジネス・サーベイ・インデックス (Business Survey Index) の略で、回答企業の「好転・増加・上昇」とする企業割合から「悪化・減少・下落」とする企業割合を差し引いた指標のことである。例えば回答企業のうち 30% で業況が好転し、10% の企業が悪化した場合、BSI の値は $30 - 10 = 20$ となる。BSI のプラスは好転、マイナスは悪化とみることができる。

概況

○全産業の業況判断 BSI は、企業の受注環境が比較的堅調に推移するなか、2026 年 4～6 月期の△11 から 7～9 月期は△5 と持ち直した。もっとも、先行き 10～12 月期は、中東情勢など先行き不透明感が強まるなか、△7 とやや悪化する見通し。県内企業の景況感は前回調査時に比べ持ち直しているものの、先行きについては慎重な見方が続く。業種別でみると、製造業は輸送機械や電気機械を中心に受注環境が堅調に推移する一方、原材料・エネルギー価格や人件費の上昇、中東情勢に伴う原材料の供給不安などから、先行きは慎重な見方が続く見通し。一方、非製造業は、運輸や卸売、小売、サービスなど幅広い業種で、人手不足や物価・燃料・物流費などのコスト上昇が収益を圧迫しており、厳しい状況が続く見通し。

○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 59.7%でトップとなったものの、前回調査（2026 年 5 月）比 4.2 ポイント低下した。これに「人材不足」（49.5%）と「賃金の上昇」（34.3%）が続いている。「人材不足」は前回調査（46.8%）比 2.7 ポイント増加しており、慢性的な人手不足が引き続き企業経営上の課題となっている。

1. 業況判断



全産業の業況判断 BSI をみると、企業の受注環境が比較的堅調に推移するなか、2026 年 4～6 月期の△11 から 7～9 月期は△5 と持ち直す見込み。もっとも、先行き 10～12 月期は、

中東情勢など先行き不透明感が強まるなか、△7 とやや悪化する見通し。県内企業の景況感は前回調査時に比べ持ち直しているものの、先行きについては慎重な見方が続く。

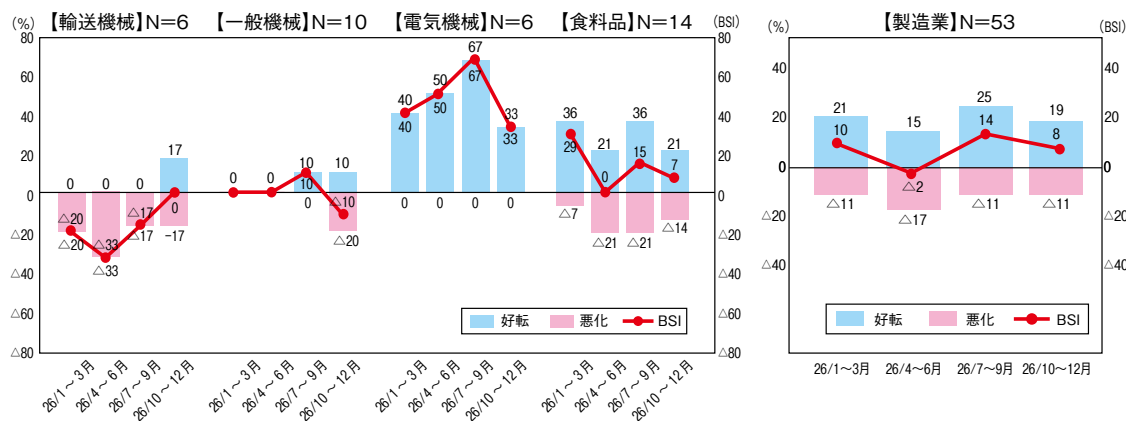
業種別 業況判断 B S I 推移（直近2年）									
過去の調査の実績							今回調査		
							実績	見込み	見通し
							2024年 10～12 月期	2025年 1～3 月期	2025年 4～6 月期
業 種									
全 産 業	3	3	△ 4	△ 5	1	1	△ 11	△ 5	△ 7
製 造 業	12	2	9	0	6	10	△ 2	14	8
輸送機械	33	17	0	0	△ 14	△ 20	△ 33	△ 17	0
一般機械	0	0	△ 11	△ 10	△ 11	0	0	10	△ 10
電気機械	60	33	50	33	20	40	50	67	33
食 料 品	31	0	23	0	42	29	0	15	7
そ の 他	△ 17	△ 10	0	△ 5	△ 5	0	△ 12	6	12
非 製 造 業	0	3	△ 7	△ 7	0	△ 1	△ 14	△ 11	△ 13
運 輸	16	6	0	△ 9	0	18	△ 19	△ 13	△ 13
水 産	△ 67	△ 33	△ 67	△ 33	67	33	67	67	67
建 設	△ 4	△ 13	△ 8	0	△ 7	8	0	8	△ 4
卸 売	△ 10	△ 2	△ 27	△ 20	△ 5	△ 14	△ 25	△ 31	△ 21
小 売	△ 8	0	11	0	△ 3	△ 16	△ 8	△ 3	△ 19
サービス	14	16	0	△ 3	3	△ 4	△ 26	△ 18	△ 11
そ の 他	0	27	11	22	33	0	11	12	△ 13

	2026年1～3月期				2026年4～6月期				2026年7～9月期				2026年10～12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	18	65	17	1	14	61	25	△11	15	65	20	△5	11	71	18	△7
製造業	21	68	11	10	15	68	17	△2	25	64	11	14	19	70	11	8
輸送機械	0	80	20	△20	0	67	33	△33	0	83	17	△17	17	66	17	0
一般機械	0	100	0	0	0	100	0	0	10	90	0	10	10	70	20	△10
電気機械	40	60	0	40	50	50	0	50	67	33	0	67	33	67	0	33
食料品	36	57	7	29	21	58	21	0	36	43	21	15	21	65	14	7
非製造業	17	65	18	△1	14	58	28	△14	12	65	23	△11	8	71	21	△13
運輸	27	64	9	18	13	55	32	△19	16	55	29	△13	16	55	29	△13
道路旅客運送業	18	64	18	0	10	60	30	△20	40	30	30	10	40	40	20	20
道路貨物運送業	38	62	0	38	0	57	43	△43	0	71	29	△29	0	71	29	△29
水運業	20	80	0	20	20	40	40	△20	20	20	60	△40	20	20	60	△40
水産	33	67	0	33	67	33	0	67	67	33	0	67	67	33	0	67
建設	12	84	4	8	8	84	8	0	12	84	4	8	4	88	8	△4
卸売	19	48	33	△14	19	37	44	△25	9	51	40	△31	7	65	28	△21
機械器具卸売業	18	46	36	△18	20	40	40	△20	10	70	20	△10	0	90	10	△10
建築材料卸売業	0	75	25	△25	0	25	75	△75	0	25	75	△75	0	25	75	△75
小売	16	52	32	△16	15	62	23	△8	12	73	15	△3	8	65	27	△19
各種商品小売業	14	57	29	△15	0	57	43	△43	14	57	29	△15	14	43	43	△29
機械器具小売業	20	60	20	0	10	70	20	△10	20	80	0	20	10	90	0	10
サービス	8	80	12	△4	0	74	26	△26	4	74	22	△18	0	89	11	△11
旅館・その他の宿泊所	0	50	50	△50	0	50	50	△50	0	100	0	0	0	100	0	0

(1) 製造業

製造業の業況判断 BSI は、26 年 4～6 月期の△2 から、足もと 7～9 月期はプラス 14 へ大幅に改善する見込み。また、先行き 10～12 月期もプラス 8 と、プラス圏内で推移する見通し。しかしながら、半導体関連を中心に受注環境が好調に推移する一方、原材料や資機材価格の上昇、人件費の増加や人材不足に加え、中東情勢など地政学リスクによる材料調達や物流への影響などから、先行きに対する懸念も続いている。

このうち一般機械の BSI は、人件費や材料費の高騰が続くなか、26 年 4～6 月期の 0 から、受注環境の改善を背景に足もと 7～9 月期はプラス 10 へ上昇する見込み。もっとも、中東情勢による先行き不透明感などから、10～12 月期は△10 とマイナスに転じる見通し。一方、食料品は、原材料・包装資材・エネルギー価格や人件費の上昇が続くものの、価格改定による収益改善などから、26 年 4～6 月期の 0 から 7～9 月期はプラス 15 へ改善する見込み。10～12 月期もプラス 7 と、堅調に推移する見通し。



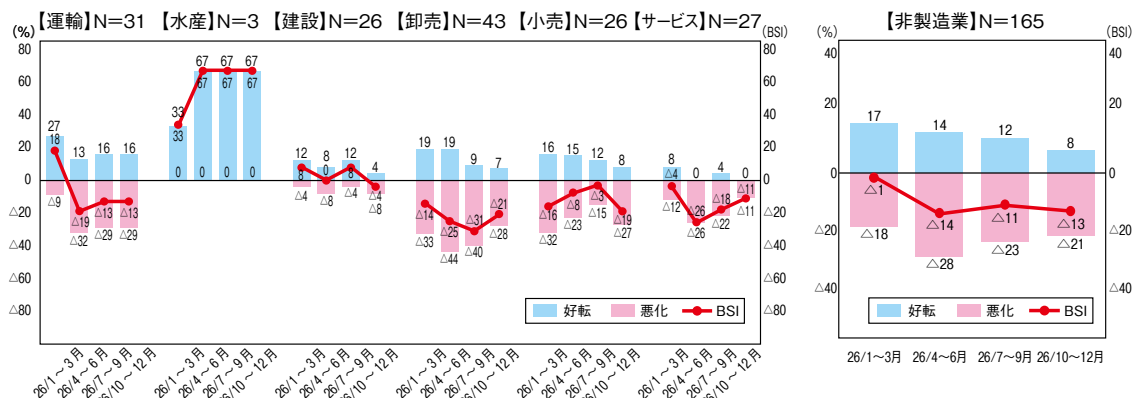
(2) 非製造業

非製造業の業況判断 BSI は、26 年 4～6 月期の△14 から、足もと 7～9 月期は△11 へ改善するものの、先行き 10～12 月期は△13 と再び低下する見通し。人手不足や人件費、燃料費、物流費などのコスト上昇が続くなか、厳しい収益環境が続く。

料価格の上昇懸念などが影響し、26 年 4～6 月期の△19 から、足もと、先行きともに△13 とマイナス圏が続く。

サービスは、人手不足や仕入価格、人件費の上昇が続くものの、価格転嫁、業務効率化などへの取組みなどから、26 年 4～6 月期△26、足もと 7～9 月期は△18、先行き 10～12 月期△11 とマイナス圏ながら上昇傾向。

このうち、運輸は、中東情勢を背景とした燃



調査項目別BSI

		2026年4～6月期			2026年7～9月期			2026年10～12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	△8	△6	➡	△11	△4	➡	△6	➡
	製造業	2	3	➡	5	19	➡	13	➡
	非製造業	△12	△9	➡	△16	△12	➡	△12	➡
受注残高	全産業	△8	0	➡	△9	5	➡	△4	➡
	製造業	△5	4	➡	△8	6	➡	3	➡
	非製造業	△11	△7	➡	△11	4	➡	△19	➡
在庫	全産業	3	4	➡	2	2	➡	△1	➡
	製造業	9	9	➡	5	1	➡	0	➡
	非製造業	△1	2	➡	0	2	➡	△2	➡
操業度・稼働率	全産業	△11	△5	➡	△9	△2	➡	△4	➡
	製造業	4	6	➡	6	12	➡	12	➡
	非製造業	△20	△11	➡	△18	△9	➡	△14	➡
雇用人員	全産業	△42	△44	➡	△41	△44	➡	△45	➡
	製造業	△39	△38	➡	△39	△36	➡	△40	➡
	非製造業	△43	△47	➡	△42	△47	➡	△47	➡
販売価格	全産業	38	38	➡	42	39	➡	41	➡
	製造業	47	40	➡	49	41	➡	43	➡
	非製造業	35	37	➡	40	37	➡	42	➡
仕入価格	全産業	68	68	➡	69	66	➡	65	➡
	製造業	77	74	➡	72	70	➡	66	➡
	非製造業	65	67	➡	67	65	➡	64	➡
採算	全産業	△21	△16	➡	△24	△17	➡	△17	➡
	製造業	△21	0	➡	△12	0	➡	2	➡
	非製造業	△21	△21	➡	△27	△23	➡	△24	➡
資金繰り	全産業	△7	△3	➡	△10	△5	➡	△6	➡
	製造業	△6	0	➡	△9	0	➡	4	➡
	非製造業	△8	△4	➡	△11	△6	➡	△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、26年4～6月期および足もと7～9月期△44、先行き10～12月期の見通しも△45と、大幅なマイナス（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、26年4～6月期のプラス68、足もと7～9月期はプラス66、先行き10～12月期プラス65と高水準で推移する見通し。一方、**全産業の販売価格BSI**は、26年4～6月期のプラス38から、足もと7～9月期はプラス39、先行き10～12月期もプラス41と上昇する見通し。仕入価格の高止まりが続くなか、コスト上昇分を販売価格へ転嫁する動きが進んでいるものの、その効果はなお限定的となっている。

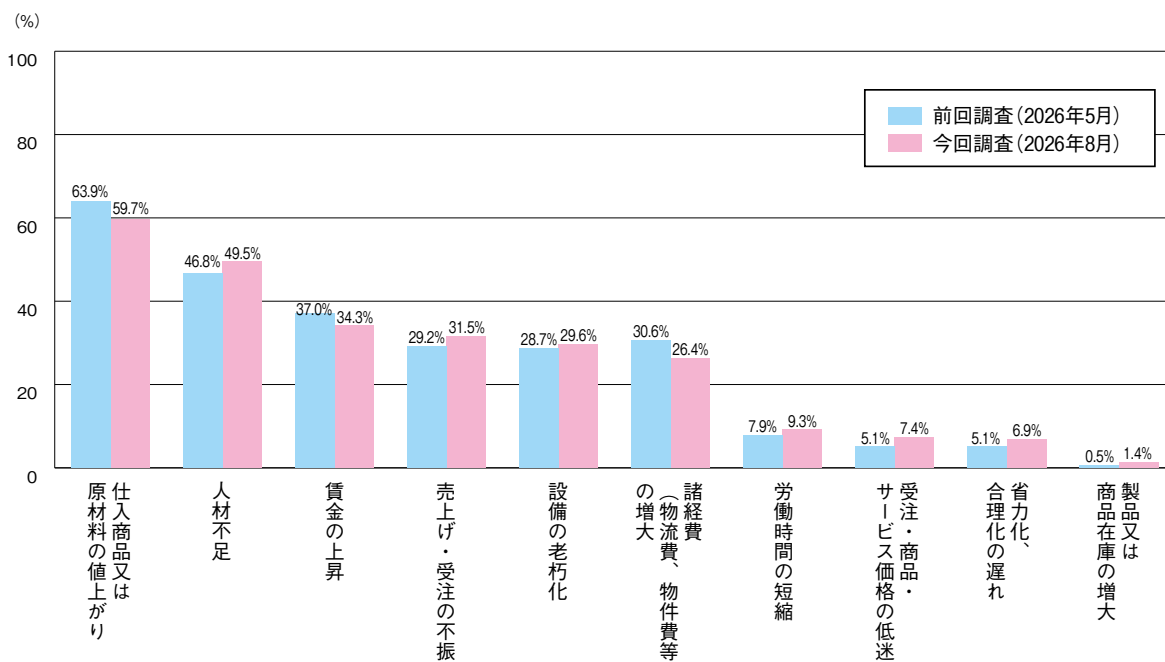
全産業の採算BSIは、26年4～6月期の△16から、足もと7～9月期は△17と横ばいとなる見込み。前回調査時の足もと見込み（△24）からは改善するものの、先行き10～12月期は△17と、依然厳しい収益環境が続く見通し。これを業種別にみると、**製造業**は、受注環境の

堅調さや価格転嫁の進展などから、実績および足もと0と前回調査時の足もと見込み（△12）から改善し、先行きもプラス2と小幅に改善する見通し。一方、非製造業は、人手不足や人件費、燃料費、物流費などのコスト上昇が続くものの、価格転嫁や経費削減などの取り組みもあり、実績△21から足もと△23と、前回調査時の見込み（△27）からマイナス圏ではあるものの改善する見込み。先行き10～12月期は△24と厳しい収益環境が続く。

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59.7%でトップ。これに「人材不足」（49.5%）と「賃金の上昇」（34.3%）が続く。うち、「人材不足」は前回調査比2.7ポイント増加した。一方、「仕入商品又は原材料価格の値上がり」は前回調査比4.2ポイント低下したものの、依然として約6割の企業が経営上の問題点として挙げている。

■経営上の問題点（3つ以内 複数回答）



回答企業からは、「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る人件費の増加で、収益が低下している。」（食料品製造業）、「人件費や修繕費・燃料費をはじめとし

物価高騰の影響を受け費用が増加している。」（運輸業）、「物価、人件費、エネルギーコスト等の急増に対し、値上げによる売上確保を進めている。」（サービス業）などのコメントが寄せられた。

区分		状況の説明など
製造業		
造船	造船	受注船価は高水準を維持しており、生産工程管理（納期遅延がないよう工程管理をしっかりできるか）次第で利益（採算）を左右する状況に変わりはない。イラン情勢に伴う材料（塗料、シンナー）、資機材の納入遅延の懸念は、当社に限って言えば表面化しておらず問題ない。ただし、価格高騰面が実際に影響がでてきているが当社の自助努力で吸収できる範囲。
	〃	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て、あらゆる対策を検討、実施していく。今後の見通しは、諸コストの上昇リスクを引き続き懸念している。また日中関係や中東情勢等の地政学リスクは、為替のみならず海運市況や物流、材料調達に大きな影響を与える可能性があることから動向を注視する。一方で、船舶運航への環境規制に起因する船舶について脱炭素化の動きがあり、業界内の対応方針についても注視を継続する。
	はん用機械器具	販売価格については一旦値上げを受諾頂いたが、人件費及び材料費の高騰により、更にもう一段の値上げが必要であり、交渉を継続中。
一般機械	〃	中東情勢の影響により、設備投資等の計画延長や原油不足による部品の不足が出てきている。このため、2026年度の仕事の先行きが昨年以上に不透明となっている。
	電気機械器具	中東情勢の影響によるナフサ由来製品の価格高騰とシンナーを中心とした原材料の不足が断続的に続いている。今後の見通しとしては、材料の高騰や安定供給に不安があるものの、受注環境は良く継続的な人材の確保と積極的な設備投資を進める。
電気機械	〃	中東情勢の緊迫化およびホルムズ海峡の封鎖により、世界的なエネルギー価格の高騰や原材料の供給不安が広がっている。調達ルートの強化や在庫拡充等を行い、製品の安定供給を継続できるよう全力を尽くす予定。
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。また中東情勢の悪化により、資材価格の値上がりが長期化することが予想される。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き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。
	〃	4月に実施した価格改定により、売上総利益が増加した。価格改定に対しては過去と比べても受容されているように感じる。ホルムズ海峡の問題ですべての原材料・包装資材が高騰し原価が上昇していく中で更なる価格改定を実施する必要性に迫られている。また、先行きの不透明感がある中で観光需要がどうなっていくのか不安感がある。
	飲料	2026年10月に商品価格改定を実施する。価格改定の影響により駆け込み需要が発生すると思われるが、11月に落ち着くか注視したい。
非製造業		
運輸業	鉄道	人件費や修繕費・燃料費をはじめとし物価高騰の影響を受け費用も増加し、採算性については悪化するものと考えている。人材不足については、経営上の問題点として最も認識している。さらに燃料費をはじめとする原材料の高騰により、コストが増加し経営を圧迫している。先行き不透明な状況は今後も続くものと考えている。
	タクシー	燃料費の高騰は相変わらずだが、乗務員の高齢化が進み、病気の懸念等からの退職が進むと思われる。乗務員募集は、ハローワーク以外の求人媒体も利用して地道な求人活動を続けていく。
	水運業	燃料費の高騰が続いている。イラン情勢の悪化による原油価格高騰の分を8月販売価格からようやく燃油サーチャージとして転嫁できるが、運賃が高くなることにより、利用控えが起きる事の考えられる。
	運輸に付帯するサービス業	前回同様、アメリカとイラン紛争が長期化しており、引き続き原油価格が高騰していることが航空代金の他に、旅行関連（宿泊や他交通など）にも影響がでている。目的が明確な事業については海外需要はある程度継続しているが、相対的には減少傾向が継続する想定。
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。
	〃	中東情勢を受けた仕入れ価格急騰によるコスト増大とそれによる利益減少。受注状況については、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、受注環境に厳しく数か月先が予想できない状況。
	設備工事	仕入れコストがアップしているが、全額売上価格に転嫁できていない。

区分		状況の説明など
卸売業	機械器具	異常な価格上昇についていけず需要が低迷している。資金繰り悪化の取引先が出てきている。今後は、価格安定、供給安定、円安是正が求められる。
	建築材料	ナフサの影響や、住宅着工の減少による受注の不振が続いている。また、原材料価格の上昇の受け入れ価格は上昇しているものの、販売価格の上昇が抑えられており、利益の確保が厳しい状況になっている。金利の上昇や、住宅着工戸数の減少がより深刻になってくると思うので、ますます厳しい経営環境になってくると思う。
	水産物	短時間労働者（選別作業員）の確保が中長期的に課題となっている。短時間労働者の高齢化は確実に進んでいる為、施設の再整備同様に検討課題となっている。
	食料	世界の経済情勢変化とともに、原材料の値上げが10月まで続き販売が厳しい状況になっている。菓子業界においては、嗜好品のため安いディスカウント、ドラッグストアに消費者が流れる傾向にある。対応策として、県外において弊社オリジナル商品や差別化商品の販売を強化している。今後の見通しは、食品関連の消費税減税が来年4月から実施されそうだが、価格の値上げに収入が追いついていない状況では厳しいのではと見ている。
	医薬品・医療機器	中東情勢は安定してきたが、まだ影響が続いており値上がり傾向である。運送費も上がってきており、販売価格を上げざるを得ない。熊本地震が発生し、仕入先の工場が被災した為、代替品等の検討を始めるなければならない。
小売業	各種商品小売	燃料・電気をはじめ物流費、修繕費、委託費など諸経費高騰で施設運営コストが増大。テナントでは人材不足に加え、原材料・物流費等の上昇を価格転嫁して売上確保を図る必要があるが、客離れや収支悪化が懸念。採用支援、共同販促などで下支えする。
	総合衣料小売	一部商品の大きなヒット効果が減少傾向にあるが、客数アップ効果を他の商品群へ活かすための工夫を強化している。正直、ベースとなる商品群の売上強化は足踏みの状況。
	飲食品	物価や人件費の上昇、人手不足により厳しい経営環境が続くと見込まれる。コスト管理の徹底と業務効率化、人材確保に取り組みながら安定した事業運営を目指していく。
	機械器具	新規採用、中途採用も計画通りに進まず、受注不振に繋がっている。今後の対応策として、AIを活用した仕事の見直しを検討中。
	石油	イラン戦争の影響により、石油製品の仕入れ環境が悪化し経営にも悪影響が生じている。今後も価格高騰が続くとともに、商品によっては入手が難しい状況が続くなど、仕入れ環境は当面厳しい状況が続く見通し。こうした状況を踏まえ、燃料を中心に、仕入価格が高騰していても在庫を大幅に増やし、欠品を防ぐことで安定供給を維持する方針である。高値での仕入れは収益性の悪化につながるものの、供給不足によって顧客に迷惑をかければ、信用の低下や今後の取引への影響につながるため、当面は一定の過剰在庫を抱えてでも安定供給を優先する考えである。
サービス業	物品賃貸業	業務拡大に必要な人材の募集を現在も継続している。仕入商品の価格は、月や季節が変わるたびに急激に上昇しており、納期が遅れている商品についても価格上昇の影響が生じている。今後も仕入価格の高騰が続くとみられ、従来と同程度の性能で価格だけが上昇すれば、買い控えにつながる商品が出てくる可能性もある。こうした状況を踏まえ、既存商品のメンテナンスを徹底して品質を維持するとともに、顧客のニーズに的確に応えられるよう、万全の体制を整えていく。
	放送業	中東情勢の不安定化の影響が広告出稿への影響が確認されている。9月以降の下期に売上が回復するか注視しているが、悪化が継続する可能性が高いと考える。
	専門サービス	人材不足感は継続するが、既に数件の大口案件が控えており、今期並みの業務量を確保すべく営業活動を進める。経費削減・AI活用による作業効率化をさらに進めていく予定。
	飲食店	物価、人件費、エネルギーコスト等の急増により、微増であるが商品値上げで売上確保をしている。物価高騰にあわせた価格転嫁および人員の確保対応が必要。

(永山 真)

海業による漁村地域の活性化

はじめに

海洋県長崎にとって、漁業は重要な産業であり、その拠点である漁村は漁業者の生活の基盤といえる。しかし、わが国の漁村地域は、全国平均を上回る速さで人口減少や高齢化が進み、活力の低下が懸念されている。ただ、その一方で、水産物直売所やブルーツーリズムなどを通して漁村と都市の人々との交流は活発である。そこで、漁村地域では、地域資源である海を生かした「海業（うみぎょう）」により賑わいを創出しようという取組みが進んでいる。

1. 漁村の特性と人口減少および高齢化

(1) 漁村の特性

漁村は、自然災害の影響を受けやすい、平地が少なく狭あい、都市部とのアクセスが悪いという地理的な特性を持ち、漁業以外の産業の立地が難しい場所である（※）。

しかし、漁村は、漁業の拠点であり、漁業就業者にとっては生活の場である。豊かな自然と伝統文化が根づいており、住民の交流密度が高いという特徴も持っている。加えて、1) 自然

環境を保全する機能、2) 国民の生命・財産を保全する機能、3) 交流の場を提供する機能、4) 地域社会を形成し維持する機能など多面的な機能も有しており、その恩恵は、漁業者や漁村の住民にとどまらず、広く国民一般にも及んでいる。

※漁港背後集落（漁港の背後に位置する人口5千人以下かつ漁家2戸以上の集落）の8割が離島地域・半島地域・過疎地域のいずれかに指定されている（「令和6年度水産白書」、水産庁）。

(2) 漁業就業者および漁村人口の減少と高齢化

水産資源の減少や魚価の低迷により漁業経営が難しさを増すなか、漁業就業者数が減少するとともに漁村の人口も減っている。

2023年の漁業センサスによると、2023年11月1日現在における長崎県の海面漁業の漁業就業者は9,208人で、前回調査(2018年)の11,762人から2,554人(21.7%)減少。前々回(2013年)の17,466人からするとほぼ半減している。

全国の漁村の人口も2014年から2024年の間に20万人減少し、その高齢化率は41.6%と、国全体の高齢化率29.3%を大幅に上回っている(図表1)。

(図表1) 漁港背後集落の人口と高齢化率の推移

(万人、%、ポイント)

	2014年	19年	24年	24年－14年	24年－19年
漁港背後集落の人口	203	184	183	▲ 20	▲ 1
漁港背後集落の高齢化率	35.1	39.7	41.6	6.5	1.9
国の高齢化率	26.0	28.4	29.3	3.3	0.9

(注) 漁港背後集落：漁港の背後に位置する人口5千人以下かつ漁家2戸以上の集落

(出所)「令和6年度水産白書」(水産庁)

2. 海業による漁村の活性化

(1) 海業とは

海業とは、「海や漁村の地域資源の価値や魅力を活用する事業であって、国内外からの多様なニーズに応えることにより、地域のにぎわいや所得と雇用を生み出すことが期待されるもの」（水産庁）とされている。

これは、海を単に魚を獲る拠点としてではなく、人が楽しむ場所、交流する場所として捉える考え方であり、たとえば、水産物の物販・飲食施設、遊漁（釣り）体験などのマリンレジャー、漁業体験、海辺の宿泊施設や民泊など、既に各地で行われている取り組みでもある。

海業という言葉が使われるようになったのは、1980年代の神奈川県三浦市・三崎港であった。日本有数のマグロ水揚げ地であった三崎港だが、漁業環境の変化により漁業だけに頼るのではなく漁港や漁村を活用することを「海業」として打ち出したのである。

(2) 海業の現状 ～漁村の交流人口および交流施設の設置状況～

「令和6年度水産白書」（水産庁）によると、漁村の交流人口は2017年度の19,854人からはほぼ毎年増加し2023年度には23,710人となった。同様に、水産物直売所等の交流施設も2017年度の1,371箇所から2023年度には1,474箇所に増えている（図表2）。

また、「2023年漁業センサス」（農林水産省）をみると、漁業者・漁協により海業関連の取組みが行われていることがわかる（図表3）。

(3) 行政の施策

①国の施策

国（水産庁）は、水産基本計画（2022年）において、「地域資源と既存の漁港施設を最大限に活用した海業等」の振興と、それにあたって「民間事業者の資金や創意工夫」を生かして「長期安定的な事業運営を可能とするため、漁港施設・用地及び水域の利活用に関する新たな仕組みの検討」を進めることを謳っている。

(図表2) 全国の漁村の交流人口及び交流施設の設置状況の推移

(千人、箇所)

	2017年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
漁村の交流人口	19,854	20,024	20,222	18,558	20,108	23,420	23,710
水産物直売所等の交流施設	1,371	1,390	1,451	1,490	1,458	1,473	1,474

(出所)「令和6年度水産白書」（水産庁）

(図表3) 2023 年漁業センサスからみる海業関連の取組み

(施設、人、経営体)

	水産物直売所		漁業体験	兼業を行っている経営体（複数回答・一部）					
	施設数	年間延べ利用者数	年間延べ参加人数	計 (実数)	漁家民宿		水産物の加工	漁家レストラン	遊漁船業
					営む経営体数	年間延べ宿泊者数			
長崎	23	220,900	260	1,153	28	3,608	128	13	160
全国	284	9,833,300	71,512	15,897	533	380,982	1,255	381	3,712

(注) 漁業体験の年間延べ参加人数は、千葉県が約45千人を占めており、長崎県が特段少ない訳ではない（多い方から21番目）。兼業には、このほかに農業、小売業などがある。

(出所)「2023年漁業センサス」（農林水産省）

そして、漁港漁場整備長期計画（2022 年）において、「漁港と地域資源を最大限に活かした」海業の振興を図ること、「漁港における海業等の関連産業を集積させていくための仕組みづくり」を進めることを記載している。

具体的な施策として「漁港施設等活用事業制度」を創設した。これは、海面や漁港施設に関する規制等について、漁業上の利用に配慮しつつ、漁港施設、漁港区域内の水域、公共空地を活用して水産物の消費増進や交流促進を図ろうというものである。そこでは、長期安定的な事業環境の確保のため、①漁港施設（行政財産）の貸付け（最大 30 年）、②漁港区域内の水域・公共空地の長期占用（最大 30 年）、③漁港水面施設運営権（みなし物権）の取得（最大 10 年、更新可）といった特別措置を設けた。

これらのことによって、海業が、はっきりと施策のなかに位置づけられることとなった。それを受けて、各地の漁港では、漁港管理者（都道府県、市町村等）が中心となり、「漁港施設等活用事業の推進に関する計画」の策定に向けた取組みが進められている。

②県の施策

国の施策を受けて、長崎県の「長崎県水産業振興基本計画 2026 → 2030」においても、海業に関する施策が謳われている。まず、同計画の基本理念を「力強く稼ぎ持続的に成長する水産業と漁村の賑わいづくり」と定め、基本目標のひとつに「海とさかなの魅力を活用した浜の賑わいづくり」を掲げている。

そのための事業のひとつとして、「漁港等の活用や多様な主体の参画」により海業をさらに進めることとし、次のことをあげている。

- ・ポテンシャルのある地域や人材の掘り起しを行い、観光や商工分野など多様な業種と

連携して地域の実施体制づくりに取り組む。

- ・漁港用地等の民間利用も含めた計画づくりと実践の取組を促進する。
- ・地域の多様な主体の参画を促しながら、観光コンテンツの開発・充実と地域内外への情報発信に取り組み、交流人口や水産物の地域消費の拡大を図る。

また、「長崎県内の漁村への年間入込客数」を 7,793 人(2023 年度)から 12,000 人(2030 年度)に、「海業の新たな取組数」を 30 件（2030 年度）とする数値目標も設定している。

（4）海業に寄せられる期待

①交流や雇用による賑わいの創出

漁村に賑わいを取り戻すには、「人」の数が必要である。ただし、それは住民の数のみを意味するのではなく、交流人口・関係人口を含めたものであっていい。

海業は、従来型の「モノ消費」だけでなく、近年の消費行動で顕著になっている「コト消費」や「トキ消費」(*)の場となりうることから、経済的な効果はもちろんであるが、外から新しい風が吹き込むことで地域の魅力を向上させることも期待される。

雇用の面でも、水産加工や物販、飲食事業、体験観光などの働き場所ができれば、人口流出の抑制にもつながる。また、漁を引退した漁業者にとっても経験を活かすことができる場となりうるであろう。

※モノ（商品）を購入し所有する消費形態は「モノ消費」、旅行、習い事、芸術鑑賞等の機会やサービスを消費する形態は、「コト消費」。その時、その場所でしか体験できないスポーツイベントやフェス等で、感動を他の参加者と共有するとともに、自らも参加者として盛り上がりにより一体感を得る消費形態は「トキ消費」（「令和 4 年版消費者白書」、消費者庁）。

②海への関心の高まり

海業に触れることで、日頃から海に親しんでいる人もさほど馴染みがなかった人も、海や漁業や魚への関心が高まることが期待される。さらには、体験観光などを通じて、海に起こっている藻場の減少や漂着ゴミの問題といった環境変化を実感することができれば大きな意義をもつ。海業を提供する漁業者側にとっても、そのような話を自分たちの声で利用者に伝えることで、海への関心をあらためて高めることになるであろう。

(5) 海業の課題

①人材とノウハウ

海業の主体となるのは、漁業者（漁協）や商工業者、地域住民からなる協議会などの組織で、自治体がオブザーバーとなっていることが多い。そのため、一概にはいえないが、運営ノウハウや人材が不足し、誰がそれを実践するのが曖昧になる懸念がある。

そこで、関係者間の連携を図るとともに利用者をつなげる中間支援組織が活躍する事例がみられる。たとえば、漁業体験のメニューをつくり、それを組み合わせてひとつのツアーを組成することや、ノウハウ提供、スキル育成、営業から事務まで担うケースなどがある。

②事業の継続性

海業は海を素材とすることから、季節や天候に左右されるうえ、似通った事業内容になりがちである。したがって、そこでしか体験できない何かをアピールしていくことが望まれる。また、漁業者や地域への配慮が大切になる。釣りや体験観光が漁業の妨げになることは避けなければならないし、観光公害、水産加工場や飲食施設から出る廃棄物、体験観光における安全対

策も大きな課題である。したがって、そこに物理的な境界線やマナー等のルールが必要となる。経営という観点からは資金調達も大きな課題である。

3. 海業の先進事例

水産庁がホームページに掲載している海業の事例からいくつか紹介したい（図表4、5）。

(1) 県内の事例

○対馬・比田勝の取組み ～インバウンドをメインターゲットとした海業～

対馬市の北部にある上対馬地区は、天然の良港と豊かな漁場に恵まれるとともに、韓国・釜山や福岡との定期航路を有する観光・交流の拠点である。ここで進められている取組みは、インバウンドを主なターゲットに漁港と港湾を連携させた海業として注目されている。

比田勝を訪れる韓国からの入国者は、ピーク時は年間30万人を超え、コロナ禍で一時減少したものの、最近は20万人ほどに回復している。ただ、それだけの入り込みがありながら、これまでは観光消費という面で必ずしも恩恵をこうむってきたとはいえなかった。

そこで、観光関連業者や漁業関係者が着目したのが海業であった。上対馬地区は、水産資源に恵まれたまちであるが、近年では、全国的に漁獲量の減少や漁業従事者の高齢化も顕著であることから、同地区でもこれら課題に未然に対応しこれまで以上に浜の活力を発揮していくため、海と観光を結びつけようと考えたのである。

2023年に上対馬地区（比田勝港、泉・鰯ノ浦・豊・大浦・富ヶ浦・唐舟志・浜久須の各漁港）が水産庁の「海業振興モデル地区」に選定。2025年には「上対馬地区海業推進協議会」（代表：八島康平会長＝上対馬町漁業協同組合代表理事

(図表 4) 海業に取り組む地域や漁港の事例 <長崎県内>

漁港名等 (地域・所在地)	主な関係組織・取組内容等
比田勝港、泉・鰐ノ浦・豊・大浦・富ヶ浦・唐舟志・浜久須の各漁港 (対馬市)	・上対馬地区海業推進協議会（上対馬町漁協、港湾関係者、観光・商業関係者ほか）、対馬市、長崎県。 ・定期航路で訪れる韓国からのインバウンドを主なターゲットとした漁港と港湾の連携。観光客に、地元水産物の物販、飲食、レジャーを提供。2026年7月にその拠点となる「おっどん市場」がオープン。 ・2026年10月に「第3回海業推進全国サミットIN対馬」を開催予定。
三浦湾漁港 (対馬市)	・有限会社丸徳水産。美津島町漁協、地域づくり団体・個人、対馬市、長崎県などと連携。 ・「海遊記」：体験観光。「長崎県ツーリズム・アワード2022」において観光産業と離島振興のモデルケースとして準グランプリを受賞。 ・「そう介プロジェクト」：食害魚イスズミ（⇒そう介と命名）を使った料理を開発。食べる磯焼け対策として事業展開。
勝本港 (壱岐市)	・勝本浦部活性化推進協議会（勝本町漁協、商工会、地域住民など）、壱岐市、長崎県。 ・2004年から勝本町漁協が始めた辰ノ島遊覧船は年間2万人を超える人が利用。 ・漁港の一部を埋め立てて、そこに遊覧船の乗り場を移設する計画が進行中。乗り場と商店街を近づけることで相乗効果を図る。
奈良尾漁港 (新上五島町)	・奈良尾漁港賑わい創出協議会（漁港利用者、観光関係者、地域関係者）、新上五島町、長崎県。 ・ヨットレース開催の実績あり。ヨットの係留施設の増設、水産物加工、物販・飲食施設の設置、スピアフィッシングなどを計画。 ・2026年、「漁港施設等活用事業の実施に関する計画（実施計画）」が、県から認定された。

(出所) 水産庁および関係組織・自治体のホームページおよびヒアリングから当社作成。

組合長、事務局：同漁協）が設立され、各種の実証事業を進めた。

同協議会は、「漁村のホンモノ・旬を漁師が提供するアドベンチャーツーリズムの推進」として、「食べる・遊ぶ・交わる」を融合したサービスを展開していくこととしている。比田勝港を拠点として釣り振興や海鮮屋台、マリナクティビティを入口に、漁家民泊や環境教育へとつなげる。その拠点ともいえる「おっどん市場」(※)が今年(2026年)5月、比田勝港の中心部にて一部供用開始され、同年7月にグランドオープンした。ここでは、地元の海産物を扱う飲食・物販、釣り受付などが行われる。

飲食・物販の展開は、これまで、空いている飲食店が少なく困っていた地域住民にとっても望ましいことであり、コミュニティ・ビジネスという意味で意義深いものといえる。

また、ここは、釣りを楽しむ拠点でもある。比田勝は釣りスポットとして人気で、2024年には「釣り文化振興モデル港」(※)に指定された。港内にある防波堤を開放しており、釣り堀、丘釣りなどを楽しむことができる。インバウンドだけでなく、国内からの観光客にも釣りの魅力を感じてもらえることであろう。

これら施設の供用開始セレモニーには、地元関係者、国・県・市、釣り文化振興関係者、島

内外の海業関係者など約 200 人が参加しており、関心の高さがうかがえた。2026 年 10 月 13 日・14 日には「第3回海業推進全国サミットIN対馬」が開催される予定である。海業に取り組む人々と交流することにより、長崎県内における海業の魅力がさらに高まることが期待される。

※「おっどん」とは、俺たち、私たちという意味の方言。

※「釣り文化振興モデル港」とは、既存防波堤等を利活用し安全対策を実施することで、釣り文化を促進し、港を軸とした地方創生を図るため国土交通省が指定。



おっどん市場
写真：当社撮影

○丸徳水産の取組み ～体験型観光 × 食べる磯焼け対策「そう介プロジェクト」～

対馬市の美津島にある有限会社丸徳水産（犬束徳弘社長）は、ひとつの会社で多彩な海業を展開している会社である。犬束社長が脱サラして素潜り漁を始め、水産物加工や養殖を営みながら 2002 年に会社設立。飲食店「肴や えん」、弁当店、宿泊（海辺の施設を再利用したゲストハウスと一棟貸切りの宿）、体験型観光事業を展開してきた。

推進役となったのは妻女の犬束ゆかり専務である。生まれも育ちも対馬の犬束専務は、自分たちが親しんできた海が昔の姿を失ってきたことに危機感を覚え、海をみんなに知ってほしい、海を体験し感じてほしいとの思いから、様々な取組みにチャレンジしている。

「海遊記」と名付けた体験型観光は、漁船に乗り、漁業者の「語り」のもと、養殖場の見学、マグロの餌やり、魚釣り、磯焼けや漂着ゴミの見学などを体験する。関東や遠くは北海道から、若い人や親子連れが訪れ、修学旅行も来る。営業はあまり行っていないが、訪れたインフルエンサーにより人気が広がっている。観光産業と離島振興のモデルケースとして「長崎県ツーリズム・アワード 2022」において準グランプリを受賞した。また、新しいコンテンツ「丸徳クエスト」は、与えられたミッションを仲間でクリアし、自らが食べる食材をゲットするツアーだ。魚を釣り、野菜を収穫し、鶏小屋で生みたての卵を採卵し秘密基地（海面に浮かぶ小屋）で自らが思い思いの料理を作り食するといった体験が好評を得ている。

同社の取組みで注目されるのは、海藻の食害の主因となっているイスズミという魚を使って名物料理を開発したことである。2016 年に食害のことを知って関心を持ち、2019 年に本格的に料理に取り組んだ。実は、イスズミは地元で「猫またぎ」といわれるほど臭くて美味しくない魚といわれ、周囲の反応は鈍かった。しかし、魚の知識と料理のノウハウを生かして創意工夫を重ね、臭みがなく旨味のあるメンチカツに仕上げた。

その過程において犬束専務は持ち前のバイタリティと行動力を発揮した。長崎県の担当部署に試作品のスープを持ち込んだり、対馬市の漁

協の組合長の会合にカセットコンロと鍋を持ち込んで試食してもらったりして理解の輪を広げていった。同時に、関心を集めるには新しい名前と物語が必要だと考え、「海藻を増やす」、「漁民も魚も相互に良くなる」、「創意工夫で惣菜へ」といういくつかの「そう」を重ねて「そう介」と名付けた。そして「そう介」は2019年の「第7回 Fish-1 グランプリ」(※)でグランプリを獲得することになる。

「そう介」のメンチカツやすり身は、同社が経営する飲食店だけでなく給食でも提供されるようになり、今では島内外に販売している。1日で1トン以上さばく日もあるくらいの人気で、製造が追いつかないほどである。藻場再生と迷惑魚を活用した名物料理の開発という「そう介プロジェクト」は、海を大切に思う犬束専務の思いで推進されている。

これら様々な活動ができるのは、地元である美津島町漁業協同組合や地域づくりを支援する組織・団体、行政、移住者を含めた地域の人々との連携があるからである。

漁業者との関係にも配慮している。たとえば、漁業者からイスズミや雑魚などを無料でもらっていたが、今は買取ることによって漁業者の収入に寄与するようにしている。関係を築くことで、体験観光などの際には漁協の施設を開放してもらっている。湾を仕切って海藻を育成する事業についても、漁業者には邪魔であるが藻場再生の観点から理解を得ることができた。

地域も私たちも良くなることが大切、今あるものを大切に生かすという同社の姿勢は、海業の指針となるものであろう。

水産庁のホームページにある「海業の推進に取り組む地区」一覧をみると、「対馬市三浦湾漁港」の申請者は同社である。他所は大抵が行政や漁協等であり、単独企業名になっているの

は珍しい。そこにも犬束専務の熱意と行動力がうかがえるのではないだろうか。

※「Fish-1 グランプリ」とは、知られざる国産水産物を使った料理や商品を新しい名物として地域の観光や産業の活性化につなげようというイベント。そのなかの「国産魚ファストフィッシュ商品コンテスト」において「食べる磯焼け対策!! そう介のメンチカツ」がグランプリを受賞。



そう介のメンチカツを提供するランチ
写真：当社撮影

○壱岐・勝本浦の取組み ～遊覧船と商店街の動線の構築～

壱岐市の勝本は、古くは鯨、その後はイカやクロマグロの漁が盛んであったが、近年はイカの漁獲量の低迷などから漁船の数も減ってきている。

そんな勝本を活気づけるために2004年から勝本町漁業協同組合（大久保照享代表理事組合長）が始めたのが辰ノ島遊覧船だ。

辰ノ島は、壱岐の最北端、勝本港から船で約10分の沖に浮かぶ無人島である。壱岐対馬国定公園の特別保護区に指定されており、ダイナミックな奇岩・断崖絶壁の自然景観と、環境省の「日本の快水浴場百選」にも選出されている

遠浅で透明度の高いビーチが魅力だ。そんな壱岐を代表する観光スポットである辰ノ島を堪能する遊覧船は、年間の利用客が2万人を超え、とくに夏場は賑わいをみせる。利用者のほとんどが島外客で福岡が最も多いが関東、関西からも訪れておりリピーターも多い。

ただ、遊覧船の乗り場周辺には飲食店があるものの、商店街に隣接していないことから経済効果という点で課題があった。そこで、遊覧船を運航する同漁協や商工会、地域住民などが勝本浦部活性化推進協議会（大久保照享会長＝同漁協組合長、事務局：同漁協）を組織し、港を整備し海業の拠点とする計画を行政とともに進めている。

具体的には、勝本港の商店街に近い地帯の一部を埋め立て、そこに遊覧船乗り場を移設するとともに、交流や物販の拠点施設と駐車場を整備し、既存の朝市売り場等を改修する計画である（※）。

勝本浦の商店街は、旧勝本町時代から町並み保存に力を入れており、レンガ造りや格子窓といった昔ながらの町家が風情ある佇まいを見せている。また、小規模ながら朝市も立ち、地元の人と観光客の交流の場となっている。商店街周辺には史跡も多く、街歩きも楽しむことができる。さらに、車で10分ほどのところには湯本温泉がある。

辰ノ島から商店街までの動線が近く太くなることにより、遊覧船の利用客が勝本浦を歩き、食べ、滞在することを目指している。

このような計画が認められ、勝本港は水産庁から「海業の推進に取り組む地区」とされている。同協議会は、今後、工事と並行して、物販、交流、朝市など観光分野の人材発掘・育成や、遊覧船の安全対策、運航者の後継育成などを進めていく。

※スケジュール（予定）は、2028年度に埋立工事完了および拠点施設オープン。



辰ノ島遊覧船からの眺め
写真提供：（一社）長崎県観光連盟

○新上五島・奈良尾漁港の取組み ～漁港施設をヨットの寄港地に～

奈良尾漁港は新上五島町の南部に位置し、定期船が就航する島の玄関口である。かつてはわが国有数のまき網漁船団の基地として最大24カ統（船団）が稼働し、漁港を中心として生活が営まれていたが、漁業を取り巻く環境の変化により現在は3カ統にまで減少し、漁業に携わる人も減ってきていた。そこで、漁船の減少により遊休化した漁港施設を有効活用することで地域を活性化しようという取組みが動き出している。

2023年、海業を推進する組織として、漁港利用者、観光関係者、地域関係者によって「奈良尾漁港賑わい創出協議会」（竹内隆治会長＝浜串漁業協同組合代表理事組合長、事務局：同漁協）が設立された。翌2024年には、同漁港（奈良尾港ターミナルビル）が「海の駅」に認定（「かみごとう・ならお海の駅」）。同年、水産庁より「海業の推進に取り組む地区」および「実証的に海

業の推進に取り組む地区」に指定を受けた。さらに、2025年に同協議会が主催する初のイベントとして「海の駅フェスタ1周年」、次いで「第1回上五島・奈良尾ヨットフェスタ2025」を開催した。

2026年4月に開催された「第2回上五島・奈良尾ヨットフェスタ2026」には、西海市大立島・小立島から同港までの約21.5マイルのコースにヨット25艇・95人が参加した。参加者を普段の拠点港別にみると県内が多いが、居住地別にみると県内は約4分の1で福岡や関西、関東、それ以遠からも訪れている。参加者からは上五島の海の美しさに驚いたという感想も聞かれた。レース後には参加者と地域住民の約200人が食事や演し物を通して交流し、当地におけるイベントの集客としては大きな成果となった。

同漁港におけるヨットの寄港数は、2021年度の8回から2024年度の海の駅認定を経て飛躍的に増え2025年度は85回にのぼった。これからさらに、ヨットの受入態勢を整えていくことになる。ハード面（※）では、浮桟橋の設置や岸壁の改良を進め、50フィートクラスのヨットの係留数を現在の7隻から計画実施後は6隻増の13隻にする計画。また、ソフト面では、受入窓口の整備、係留支援やごみ処理等のサービスを提供する。将来的には年間200回以上の寄港を目指しており、ヨットの寄港を推進する他の港との連携も考えている。

同協議会が取り組もうとしているのは、ヨットだけではない。観光客向けのマリンレジャーとしてスピアフィッシング（海に潜って銛で魚を獲るレジャー）やシュノーケリングの事業化も目指している。このうちスピアフィッシングについては、安全対策や受入ルール（魚種、魚の大きさ、漁具、区域の制限など）の検討を進め、

2025年度には県知事の特別採捕許可のもと観光客の受け入れを実施した。シュノーケリングについても2026年度以降の取組み実証化を目指している。

また、ヨットやレジャーによる来訪客の受入れに対応できるように、漁港において水産加工販売事業や横丁事業（飲食施設）を計画している（※）。観光客の消費に期待するのはもちろんだが、地域の人々が地元で獲れた魚を食べることにより、経済を島内で循環させるだけでなく、魚や漁業文化に対する関心を高めることにもつながると期待されている。

これらの取組みには、漁港利用者だけでなく、協議会の構成員である観光業者やオブザーバーである行政、島外出身者も含めた地域関係者が知恵を出し合いながら携わっている。

※2026年6月、ヨット（プレジャーボート）受入・案内拠点、滞留の核となる横丁、地場水産物の消費拡大のための加工販売施設の整備・運営を内容とする「漁港施設等活用事業の実施に関する計画（実施計画）」が、県から認定された。



ヨットレースのときに係留されたヨット群
（奈良尾地区D浮桟橋）
写真提供：長崎県五島振興局上五島支所

(2) 他県の事例

他県においても、県内事例とはタイプの異なる特色ある取組みがみられる（図表5）。

○福岡県・糸島の取組み ～漁港におけるカキ小屋の常設化～

そのなかから、福岡県糸島市におけるカキ小屋常設化の取組みを紹介したい。

福岡県糸島市は、大都市福岡に隣接しながら海と山の幸に恵まれるまちで観光地としても人気が高い。ここではカキの養殖が盛んであり、糸島漁業協同組合によると、2024 年の取扱高は約 5.3 億円（水揚げ量約 500 トン）、カキ小屋の来客数は 2024 年度には約 53 万人にのぼる。関連する養殖管理やカキ小屋の運営に年間 500 人以上が雇用されている。

人気のカキ小屋であるが、悩ましい問題もあった。その一つが、仮設施設で営業していた

ため、夏季には撤去しなければならず経費がかかる、トイレが仮設で衛生面に課題がある、床が土であるため服などが汚れやすいという点である。こうした問題を解決すべく行政機関への働きかけを行い、これまでに 3 漁港に 18 棟の常設カキ小屋が設置された（※）。

その取組みのなかで、糸島市が 2025 年 1 月に策定した計画は、先にあげた国の「漁港施設等活用事業」の第 1 号として注目された。計画の内容は、市内の加布里（かぶり）漁港を対象とし漁港施設用地を活用して、同漁港で水揚げされる水産物（カキ等）を対象とした飲食の提供を行うものである。同年 10 月に、鉄骨造平屋建て 2 棟、面積 288.0㎡／棟、客席数約 200 席／棟、多目的トイレやスロープを設置したバリアフリー対応の常設小屋が完成し営業が開始された。

（図表 5）海業に取り組む地域や漁港の事例 <長崎県外>

漁港名等 （地域・所在地）	主な関係組織・取組内容等
西伊豆（仁科、田子、安良里の各漁港） （静岡県西伊豆町）	・西伊豆町、伊豆漁協、遊漁船組合、観光協会ほか。 ・「ツッテ西伊豆」：遊休漁港を活用した直売所「はんばた市場」と提携する遊漁船に乗って釣った魚を、地域通貨で買い取る仕組み。釣り人は地域通貨で買い物や飲食ができる。 ・「海釣りGO!!」：釣り禁止の漁港をアプリ管理で有料釣場に。漁業者と釣人のトラブル回避。利用料を漁港周辺環境整備に充当。
愛南町 （深浦、船越の各漁港ほか） （愛媛県愛南町）	・海業推進会議（海に関わる関係者）、愛南町。 ・2023年度に「愛南町海業グランドデザイン」を策定。町内産業の「総海業化」。町役場に「海業振興課」を設置（水産課および同課海業推進室から 2026年改称）。国の「海業振興モデル地区」に選定。 ・中間支援組織（海業コンシェルジュ）「Umidas」（うみだす）が体験型ツアーの造成、ぎょしょく教育、ガイド育成などの海業を推進。
加布里漁港ほか （福岡県糸島市）	・糸島漁協、糸島市、福岡県。 ・季節限定の仮設であったカキ小屋を常設化。2025年に開設した加布里漁港の 2 棟は国の「漁港施設等活用事業」の計画提出第一号。 ・仮設施設による営業は、夏季に撤去が必要で費用がかかり衛生面にも課題があったが、漁港施設に常設小屋を立てることでその問題を解決。

（出所）水産庁および関係組織・自治体のホームページ等から当社作成。

総事業費は1億2,752万円。内訳は、県の交付金（国からの補助を含む）5,778万円、市の水産業振興対策事業補助金333万円、漁協負担6,641万円である。

常設化によりこれらの問題が解決されることで、運営側にも利用者側にもメリットが及んだ。雇用や観光を通して、それまで漁業に関係のなかった人々が漁業に親しみを抱くことにもつながっている。今後は、季節や天候に左右されない新たな取組みも期待されている。

※参考資料：同漁協資料「2026年3月、第31回全国青年・女性漁業者交流会 発表資料」



糸島の漁港に常設されたカキ小屋（赤い屋根と白い屋根）
写真：当社撮影

おわりに

各地にある漁村が浜の活力を取り戻そうと海業に乗り出すなか、大切なのはその地域にあった規模や内容にすることと、地域がかかえる問題の解決に寄与することであろう。

その点、長崎県内の事例をみると、いまあるものや与えられた条件を生かして課題に向き合っていることがわかる。上対馬はインバウンドをメインターゲットとした海業、丸徳水産は体験型観光と食べる磯焼け対策「そう介プロ

ジェクト」、勝本は遊覧船と商店街の動線の構築、奈良尾は漁港施設をヨットの寄港地にというように。

長崎県内ではここにあげた事例の他にも海業の取組みが進んでいる。それらの取組みにも期待したい。

（宮崎 繁樹）

*本稿は「ながさき経済web」<https://nagasaki-keizai.jp/>に2026年7月22日付で掲載した内容（ホームページ等の最終閲覧も同日）を一部更新したものです。

花街文化の活用を

～長崎検番～

はじめに

戦国時代のポルトガル船来航を契機に江戸時代の終わりまで、わが国唯一の海外への窓口として独自の文化を育みながら発展してきた街・長崎。その文化の担い手の一つが長崎検番である。検番¹⁾に所属している芸妓²⁾が披露する、わが国の歴史や文化に根付いた演舞や唄は、日本らしさを体現できるとして、長崎を訪れる外国人観光客からも好評を博している。しかしながら、この素晴らしい花街³⁾文化は、全国的にも縮小傾向にあり、都市部・地方を問わず芸妓や舞妓たちの後継者不足に直面するなど、その継承が大きな課題となっている。このため、花街が残るところでは、新たな芸妓の確保に地元の経済界が協力するなどして、懸命に文化の維持が図られている。

そこで、本稿では各地に残る花街における支援組織に触れつつ、ここ長崎県の花街・長崎市丸山町にある長崎検番の紹介とその活動について述べる。

1) 芸妓のお座敷(宴会)への派遣と、舞踊や三味線など鳴り物の稽古・管理、料亭からの請求と、置屋^{*}への支払い代行などを行う事務所のこと

※芸妓が所属して、衣裳の管理や髪結いを手配し、料亭や茶屋へ派遣するところ。芸妓の生活全般の世話も行い、彼女たちが生活を共にする住まいも兼ねる。もっとも、長崎では既に失われている。

2) 宴席に赴いて芸能によって客をもてなす、女性の専門職。

3) 芸妓の派遣先である茶屋や料理屋、置屋が集中する地域。

I. 花街文化

わが国の花街文化は、芸妓や舞妓が伝統的な芸事を磨き、座敷で客人をもてなす固有の伝統文化である。明治時代に多くの花街が全国各地に誕生した。

1. 花街の衰退

全国の代表的な花街は、京都の五花街(祇園甲部、宮川町、先斗町、上七軒、祇園東)や東京六花街(新橋、赤坂、神楽坂、浅草、芳町、向島)をはじめ、新潟市の古町、金沢市の三茶屋街(ひがし茶屋街、にし茶屋街、主計町茶屋街)、そしてここ長崎市丸山町など、都市部だけではなく、地方にも数多く残る。これらの花街は、それぞれ昭和初期に全盛期を迎えているが、大衆消費社会の到来とともに、格式を重んじるその仕組みは徐々に敬遠され、芸や遊興が時代遅れと見なされはじめたこと、これに1990年代初頭のバブル崩壊が重なり客離れが急速に進んだ。そして、この世の中の流れにライフスタイルの変化も加わり、芸妓や舞妓を目指す女性が増減したこと、後継者不足が発生、さらに、舞台となる料亭など高級料理店も、経営難や都市開発などで次々に閉店してき、花街文化は衰退していった。

このような情勢からこの文化を維持すべく、花街の伝統文化としての価値を見直し、新たな存続の道を模索する動きが各地で広がっている。

2. 花街の運営組織

花街の芸妓が所属している組織は、歴史的な経緯から“〇〇三業¹⁾組合”や“〇〇芸妓組合”のような任意団体が多く、古くからのしきたりに則って運営されている。

一方では、そのような組織が法人化して株式会社となり、社員となった芸妓に給与を支給する、あるいは社団・財団法人となって公的支援を受けるなど、組織を会社化して経営の安定と新人の発掘を行うところも増えてきている。

- 1) 「料亭（料理屋）」、「待合（茶屋。座敷を貸し出す場所で、料理は作らず仕出しなどを取り寄せる）」、「置屋」の三業種を指す。

3. 運営組織の法人化

全国各地の花街で法人化されているところは、営利目的なのか、文化の保存が主目的なのかにより、営利法人である株式会社、非営利法人・公的組織である一般社団法人や公益財団法人という2つの形態に分かれる。

公的な支援や商工会議所、行政、市民など地域全体から広く協力を得て、文化保存に特化するために法人化、もしくは設立、組織化された主な団体は次の通り（図表1）。

また、地元の有力企業などが出資して、置屋自体を企業化し、芸妓を「会社員（給料制）」として雇用することで、経営安定に取り組んでいるところもある。長崎検番はこれにあたる（図表2）。

【図表1】花街の非営利法人

所在地	花街・芸妓の組織	概要
福井市	一般社団法人福井・浜町芸妓組合	2014（平成26）年設立。福井の旧花街・浜町の芸妓文化の継承と組合運営を行っている法人。新人芸妓を随時募集。
京都市	公益財団法人京都伝統伎芸振興財団	1996（平成8）年発足。愛称：おおきに財団。京都の五花街を公的に支援。五花街や観光業界、行政、財界が費用を負担し、公演の開催や、熟練芸妓の顕彰・奨励金の支給、若手芸妓の衣装購入費用の補助などを行う。
京都市	学校法人八坂女紅場学園	舞妓・芸妓の教育機関である祇園女子技芸学校を設置している、明治時代から続く歴史ある学校法人。
金沢市	金沢伝統芸能振興協同組合	1983（昭和58）年、金沢商工会議所が中心となり設立。三茶屋街における金沢芸妓の技能習得を奨励、後継者の育成などに向けた各種取り組みを実践。
静岡市清水区	静岡伝統芸能振興会	旧清水市（現静岡市）の経済界が中心になって設立し、その活動を地元企業が会費制で支えてきた清水芸者の後援会「清美会」を発展的に解散。2012（平成24）年に静岡商工会議所や市など、官民連携で立ち上げた振興組織。

当研究所にて作成

【図表2】花街の営利法人

所在地	花街・芸妓の組織	概要
新潟市古町	リュウト柳都振興株式会社	地元の有力企業約80社が出資して、1987（昭和62）年に設立した、わが国初の株式会社組織による芸妓養成・派遣会社。芸妓を社員として雇う。
山形市	山形伝統芸能振興株式会社	愛称：やまがた紅の会。地元企業の共同出資により、1996（平成8）年設立。「やまがた舞子」を育成、派遣するマネジメント会社。
秋田市	株式会社せん	2014（平成26）年設立。秋田市の繁華街・川反（かわばた）花街の「あきた芸舞妓」の育成・派遣を通じて、途絶えかけていた文化を復活。
長崎市丸山町	株式会社長崎検番	2022（令和4）年、芸妓の経営基盤を安定させるため、一般社団法人長崎民芸協会が、長崎検番の株式を所得。

当研究所にて作成

Ⅱ．長崎検番

長崎検番は、江戸時代に江戸の吉原、京の島原とともに、日本の三大花街の一つとうたわれた長崎の丸山（現、長崎市丸山町）に事務所を構える。その事務所は、築100年を超える旧丸山東検番の建物を活用しており、同所の軒先には、所属する芸妓の名前が書かれた赤提灯が掲げられ、暗くなるとその光が幻想的な雰囲気を醸し出す。

長崎検番事務所の2階に掲げられている赤提灯



長崎検番は、明治時代に長崎町券番として組織を確立し、他の花街と同様、昭和初期に最盛期を迎えた。その名芸妓「愛八」により歌われた“ぶらぶら節”の大ヒットが、長崎花柳界¹⁾の発展に大きく貢献したことは、その曲名を基にした映画「長崎ぶらぶら節」などにより広く知られているところである。戦後は、長崎芸能会として活動を継続、2022（令和4）年には増資を行い株式会社となり体力を強化、将来にわたる経営の安定化を目指した（図表3）。

1) 芸者や遊女など、花街文化の業界全般を指す

株式会社長崎検番に所属する14名の芸妓は、「立方」（踊り担当）と「地方」（唄・三味線・囃子担当）に分かれて日々の稽古に励んでおり、高度な芸を取得、維持しながら、料亭や観光イベントなどにて踊りや三味線、お囃子などの芸を披露している。現在、九州に残る検番は当検番と福岡県の博多券番の2つのみとなっている。

【図表3】長崎検番の沿革

長 崎 検 番 の 沿 革		
1907（明治40）年	長崎町券番 創立	
1909（明治42）年	丸山東検番 創立	
1949（昭和24）年	長崎町券番と丸山東検番が合併 丸山東検番を事務所とした「長崎芸能会」が発足	
1972（昭和47）年	長崎芸能会が株式会社へ（登記上。会社法施行前）	
1977（昭和52）年	長崎芸能会を「長崎検番」へ改称	
1996（平成8）年	「有限会社長崎検番」に組織変更	
2022（令和4）年	「株式会社長崎検番」に組織変更	
芸妓衆	社員芸妓3名（内、見習い1名） 所属芸妓11名 計14名（2026年9月現在）	立方（たちかた）10名 地方（じかた）4名

※社員芸妓が一般社員。所属芸妓は検番所属の個人事業主となる。
株式会社長崎検番の資料を基に当研究所にて作成

Ⅲ．長崎検番の活動

長崎検番は、所属する芸妓衆の育成と管理、そしてお座敷への派遣や手配、花代（売上）の精算までを一貫して行う一方、若手芸妓の確保・育成にも尽力するなど、伝統芸能の継承と地域経済への貢献を両立させている。

1. 活動内容

長崎検番は、提携している7カ所の老舗料亭より、人数や時間など顧客の求めに応じて芸妓衆を派遣して唄や踊り、三味線などの芸を披露する、いわゆる“おもてなし”の提供を行う。近年は、これに加えて観光関連イベントなどにおいて、長崎の伝統・文化の代表として参加するなど、長崎の魅力を外部に向けて広く発信する役割が増えつつある。

2. 観光イベントなどでの活動

2026年4月、長崎県がインバウンド誘客を推進するために創設した『長崎県国際観光ウェル

カムアンバサダー』に、長崎検番の芸妓衆^{げいこし}が就任した。この制度を委嘱された長崎検番は2例目であり、第一号は2023年3月に就任した世界的ヴァイオリニストの石川綾子氏、3例目はハウステンボス歌劇団である。

長崎検番のウェルカムアンバサダーとしての初仕事は、長崎県への誘客に係る宣伝PRを行うことを目的に、アメリカ・ニューヨークにて今年5月に開催された「第5回 ジャパンパレード&ストリートフェア」と「ジャパン・ビレッジ・スプリング・フェスティバル」への参加であった。着物姿でステージに登場した芸妓衆は、「長崎音頭」や「ぶらぶら節」など4演目を披露し、伝統楽器や踊りを観客と一緒に楽しみ、記念撮影に応じるなど、外国語が堪能な芸妓がいることも長崎へのインバウンド推進の強みとなっている。

長崎検番の近年におけるお座敷（料亭派遣など）以外の活動については次の通り（図表4）

ニューヨークで活躍する長崎検番の芸妓衆



※写真提供：株式会社長崎検番（2枚共）

【図表 4】長崎検番のお座敷以外の活動一覧（黄色は県外における活動）

活動年	活動行事	活動内容
2023年 2024年	ツーリズムEXPOジャパン 2023（インテックス大阪） ツーリズムEXPOジャパン 2024（東京ビックサイト）	新たな観光市場の発信を目的に開催されたイベント。長崎県クルーズ振興協議会のブースにて、フライヤー配布や、特設ステージでの演舞披露など長崎の伝統芸能をPR。
2024年	実花会日本舞踊発表会	長崎検番の花柳孝光央師匠主催による、花柳流日本舞踊の発表会が、長崎ブリックホール大ホールにて開催。この発表会を通して、芸能レベルの向上を図るとともに、長崎検番の魅力を発信。
2023年 2025年	長崎くんち	2023年は、丸山町より依頼を受け出演。2025年は、新橋町からの依頼により出演。
2025年	ファムツアー（試験ツアー）	外国人旅行客の誘致拡大を目的とした体験ツアー。イタリア・韓国・フィリピン・国内の各旅行会社が参加。検番事務所にて芸妓衆の舞や所作を体験。
〃	東京新橋組合第100回記念公演「東をどり」	東京新橋組合からのオファーで、第100回記念公演となる「東をどり」（新橋演舞場）に出演。全国から19花街の芸者衆が参集。長崎検番は長崎独特のものとして作られた長唄「うかれ唐人」を披露。
〃	経済団体の台湾（台北）訪問	長崎県商工会議所連合会と長崎県観光連盟との共催で、台湾台北市における観光関連商談会、並びに台湾経済界との意見交換会が開催され、そのレセプションにて長崎県の伝統文化を紹介。
2025年 2026年	長崎検番in出島	大型クルーズ船の入港日に合わせて2025年9月～2026年3月の期間で10日間（1日3公演）開催。期間中573人（内外国人180名）が来場。演舞の鑑賞に加え、太鼓や鐘等を体験。
2026年	長崎歴史文化博物館 開業20周年イベント	検番芸妓の演舞の披露とともに、太鼓等の体験を実施。
〃	佐賀小城市春雨祭り	江戸時代後期に端唄「春雨」を作詞した小城藩士・柴田花守をしのぶ「小城春雨まつり」に出演。毎年出演しており、今年で63回目。
〃	関西万国博覧会	九州7県合同催事。九州7県が観光・物産・食・文化などの地域資源をPR。長崎県のPRとして2日間にわたり出演。
〃	第5回 ジャパンパレード&ストリートフェア ジャパン・ビレッジ・スプリング・フェスティバル	長崎県国際観光ウェルカムアンバサダーとして、アメリカ・ニューヨークへ。第5回ジャパンパレードに参加するとともに、ニューヨーク県人会の提案を受けて、ブルックリンで開かれた日本文化を発信するイベントに参加。
〃	小中学校音楽教員向け 実技講習会	チトセピアホールにて、小中学校の音楽科の教員を対象にした実技講習会に、長崎検番が登壇。長崎の花街や長崎検番の歴史などを説明、太鼓・鐘・踊りの実技講習を行う。
〃	ハウステンボス社員向け研修 （全3回）	・講義：「長崎におけるおもてなしの文化」（WEB対応） ・体験を通じた学び（at長崎検番事務所） ・ハウステンボス社員による最終発表（at長崎検番事務所）
〃	長崎商工会議所女性会における卓話	長崎商工会議所女性会例会において「長崎検番の歴史と検番文化の継承について」と題し、卓話を実施。

株式会社長崎検番の資料を基に当研究所にて作成

1966(昭和41)年まで行われていた長崎検番
「夏のおどり」(2019年)



「実花会日本舞踊発表会」出演(2024年)



※写真提供：株式会社長崎検番(2枚共)

おわりに

全国各地の花街が衰退するなか、長崎独自の文化を後世に伝えるためにも、長崎検番は存続させなければならない。そのため、株式会社長崎検番の檜山取締役は「芸妓衆を長崎県国際観光ウェルカムアンバサダーとして、長崎のPR活動に積極的に展開させる。また、旅行会社からのオファーにも積極的に対応し、築100年を超える検番事務所を長崎観光の1つとして活用できるよう、2階の舞台の環境整備のため、改装工事を実施した」と語るなど、お座敷以外の出演機会の創出増や、検番事務所そのものを観光地化するなど、収入面の確保に努めている。また、株式会社となった2022年以降、同検番には毎年1名ずつ新入社員(芸妓)が入社していることから、今のところ後継者不足にも対処できているといえよう。

ところで、これは長崎検番が直接行うことではないが、検番の建物周辺の環境整備も急がれよう。本稿が掲載される「ながさき経済 2026年秋号」の表紙撮影の際に、非常に気になったのが、足もとの整備された石畳に対して、周囲に目立つ電柱であった。丸山町を訪れた人に旧花街の雰囲気を少しでも感じてもらえるためにも、周辺の無電柱化を早急に推進すべきと強く感じた次第である。

株式会社長崎検番は、「長崎に伝承されてきた伝統芸能の育成、振興を図るとともに、検番文化、料亭文化を生かしたまちづくりに向けて、観光都市長崎の振興及び地域経済の発展に寄与して参ります」と表明しており、わが国の花街文化継承の一翼を担いつつ、長崎観光にとっても他所にはないコンテンツとして貴重な存在となっている。

(杉本 士郎)

長崎内外倶楽部、64年ぶりに再興

～歴史を未来につなぐ「交流の場」への期待～



設立総会であいさつする森会長（筆者撮影。以下同）

明治時代に国際都市・長崎を象徴する交流の場として誕生した「長崎内外倶楽部」が、2026年8月1日、64年ぶりに再興されました。人口減少や少子高齢化が進み、地域経済を取り巻く環境が大きく変化するなか、長崎が持つ「外とつながる力」を改めて地域の活力へ生かそうとする取り組みとして注目されます。歴史ある交流の場の復活は、単なる文化の継承ではなく、新たな価値を生み出す挑戦として期待されています。

1. 国際都市・長崎を支えた交流の歴史

長崎内外倶楽部は、1899（明治32）年、居留地制度の撤廃を契機に、倉場富三郎氏をはじめとする長崎財界の有志によって設立されました。日本人と外国人が自由に集い、交流を深める国際的な社交の場として発足しました。最盛

期には200人を超える会員が集い、経済人だけでなく外交関係者らも含めた交流を通じて、国際都市・長崎を象徴する存在となりました。しかし、戦後の社会経済情勢の変化などにより活動は縮小し、1962（昭和37）年にその歴史に幕を下ろしました。

2. 出島に受け継がれる「交流」の精神

再興の舞台となる旧長崎内外クラブの建物は、現在も出島に残る明治期の洋風建築です（国指定史跡：出島和蘭商館跡）。各室にマントルピース¹を備え、南側にはベランダを配した英国風の建築様式は、当時の面影を今に伝えています。江戸時代の出島は、西洋との貿易や文化交流、外交の拠点として機能し、異なる文化や価値観を受け入れながら新たな知識や技術を取り入れてきました。その歴史を見つめると、長崎の発展は常に「交流」とともにあったことが分かります。



旧長崎内外クラブ

3. なぜ今、長崎内外倶楽部なのか

今回の再興が注目される理由は、歴史的な建物や伝統を受け継ぐことだけではないことにあります。長崎県では全国を上回るペースで人口減少と少子高齢化が進み、地域経済を支える人材や市場の縮小が大きな課題となっています。そのようななかで地域が持続的に発展していくためには、地域内だけで完結するのではなく、国内外から人材や企業、投資、情報を呼び込み、新たな価値を創出していくことが重要になります。長崎が古くから培ってきた「外とつながる力」を現代の地域づくりに生かそうという考え方は、人口減少時代における地域戦略の一つとして大きな意味を持つといえるでしょう。

4. 地域経済の未来につながる「知的社交クラブ」

再興した長崎内外倶楽部が目指すのは、単なる親睦団体ではありません。企業人や研究者、行政、文化人など多様な人材が集い、学び、対話し、新たな行動につなげる「知的社交クラブ」



出島和蘭商館跡を紹介する立て看板



出島概観。中央左側の洋館が旧長崎内外クラブ

1 暖炉の焚たき口の周辺部分。また、暖炉の上部の飾り棚。（小学館『デジタル大辞泉』「マントルピース」コトバンク）

としての役割を掲げています。国際交流や人材育成、地域課題の解決、新たなビジネスの創出などを視野に入れ、交流を地域の活力へ結び付けることを目指しています。観光や文化芸術、造船、海洋、半導体、医療、カーボンニュートラルといった幅広い分野で交流を促進し、新たな連携が生まれることも期待されています。

5. 再興を未来への力に

人口減少が進む時代には、一つの企業や組織だけでは地域課題を解決することは容易ではありません。異なる立場や専門性を持つ人々が出会い、新しい発想や協力関係が生まれる「場」の存在は、これまで以上に重要になります。長崎内外倶楽部が、長崎の歴史と国際性を受け継ぎながら、新たな人材やビジネス、地域の魅力を育む交流拠点として発展していくことを期待します。



ブライアン・パークガフ名誉教授（長崎総合科学大学）による記念講演の様子

【DATA】長崎内外倶楽部（2026年8月1日現在）

設立総会

日時：2026年8月1日（土）

会場：旧長崎内外クラブ2階（長崎市出島町6-1 出島和蘭商館跡内）

会員数：61名

主な役員・会員（敬称略）

会長

森 拓二郎（株式会社十八親和銀行 顧問）

副会長

嶋崎 真英（長崎自動車株式会社 代表取締役会長 グループ CEO）

名誉会員

ジルベルト・ジョルジェ・デ・ソウザ・ジェロニム（駐日ポルトガル共和国特命全権大使）

ヒルス・ベスホー・プルッフ（駐日オランダ王国特命全権大使）

ジュリア・ロングボトム（駐日英国特命全権大使）

特別会員

平田 研（長崎県知事）

鈴木 史朗（長崎市長）

顧問

都倉 俊一（作曲家・第23代文化庁長官）

杉田 亮毅（株式会社日本経済新聞社 名誉顧問）

（村田 聡）

十八親和ふるさと振興基金助成先の紹介

公益財団法人十八親和ふるさと振興基金は、2026 年度下期の助成金交付先として 23 団体を公表しました。今回は全 23 団体の概要を紹介します。

	地域	助成対象事業	助成先団体	活動内容
1	長崎	里山保全事業	げんきやま保全の会	里山の荒廃が見られる地域の森を整備し、定期的に竹林の伐採整備を行っています
2	長崎	子育て支援フォーラム ～育児と介護のダブルケア～ 開催	ながさき子育てネット	子育てしやすいまちづくりの推進を目的に情報交換や交流を深める活動をしています
3	長崎	男性用サンタリーボックス普及・トイレマナー啓発事業	みんなにやさしいトイレ会議	誰もが安心して快適に利用できる公共トイレの実現を目指して活動をしています
4	長崎	留学生対象日本語講座	長崎留学支援センター	長崎の活性化のための留学生支援を行っています
5	長崎	第30回三重地区みなと祭り開催	三重地区みなと祭り運営協議会	地域住民のふれあいと賑わいの創出を目的に長年にわたり「三重地区みなと祭り」を継続して開催しています
6	佐世保	コールあざみ50周年記念公演 フォレスタコンサート in田平開催	コール・あざみ	合唱活動を通じた文化振興と世代間交流をするなど地元の文化活動を盛り上げる活動を行っています
7	佐世保	させば障害者スポーツ交流大会2026開催	佐世保地区 障がい者就労支援協議会	スポーツ交流の大会を開催、障がいの有無に関わらず参加者同士が交流し、相互理解を深める活動を行っています
8	佐世保	第28回佐々町少年少女合唱団 定期演奏会開催	佐々町少年少女合唱団育成会	佐々町の児童健全育成のために結成、歌を通して子どもたちに成長と学びの場を提供しています
9	大村	第7回おちゃくじらと高校生による合同演奏会開催	吹奏楽団 おちゃくじら	誰もが演奏を楽しめる楽団として高校吹奏楽部との合同演奏会を開催し、地域の吹奏楽文化の継承に取り組んでいます
10	諫早	新そばまつり開催	幻の高来そば振興協議会	希少な在来種『高来そば』の認知度向上と地域の魅力発信、交流人口の拡大と地域活性化を目的に活動しています
11	諫早	諫早中核団地自治振興会 設立40周年事業	諫早中核団地自治振興会	環境維持や地域貢献等を目的に活動、400年以上の歴史を持つ中核稲荷神社の管理と地域文化の継承に努めています

	地域	助成対象事業	助成先団体	活動内容
12	諫早	田結浮立用太鼓・鉦の移動式台車制作	田結浮立保存会	「田結浮立」を保存し、伝統ある文化財の円滑な運営と振興を図ることを目的に活動しています
13	島原	島原土塙唄用太鼓及び大正琴の購入	島原土塙唄保存会	島原地区に伝わる土塙唄と作業踊りを郷土芸能として保存継承する活動を行っています
14	島原	創立80周年記念事業（市民文化講座）	島原文化連盟	島原地域における文化芸術の振興、次世代育成、地域文化の保存・継承を目的に活動しています
15	島原	原城一揆まつり開催	原城一揆まつり実行委員会	原城の歴史と文化の顕彰を図ることを目的に地元住民参加型のイベントとして「原城一揆まつり」を開催しています
16	島原	ウィスキー樽プランター購入	小浜ば花いっぱいすうで	小浜町内の各所に花樽を設置し、定期的な花の植え替えにより地域景観の美化など地域の文化活動を行っています
17	島原	観櫻火宴武者鎧購入	観櫻火宴実行委員会	郷土史を題材に約180名の松明武者行列で戦国時代の情景を再現する歴史文化イベント「観櫻火宴」を開催しています
18	島原	西有家町みそ五郎まつり開催	西有家町みそ五郎まつり実行委員会	古くから伝わる伝説の巨人「みそ五郎」を題材に地域の歴史や文化を次世代へ継承することを目的に活動しています
19	東彼	創団40周年記念演奏会開催	男声合唱団 オールドダックス	創団40周年を迎える男声合唱団で、川棚町内に根ざした地域文化活動を継続的に行っています
20	離島	柔道用投込みマット貸出事業	五島市柔道協会	柔道の普及・振興を図る団体として各種大会の開催や少年柔道の育成を行っています
21	離島	和太鼓補修	富江バラモン会	陣屋石蔵太鼓祭などのイベントを開催し、和太鼓で地域を盛り上げる活動をしています
22	離島	設立50周年記念事業（浜崎鼻ゴルフ場整備）	浜友会	手づくりで小値賀初の浜崎鼻ゴルフ場を整備、ボランティアで草刈り作業やグリーン等の整備や運営を行っています
23	離島	ねぶた用大太鼓用台車修理等	福江商店街連盟	地域の商業振興と賑わい創出に取り組み、「福江みなとまつり」のねぶた巡行の企画・運営を担っています

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！

会員登録は
かんたん
1分で完了

皆さんの参加をお待ちしています★



シーズン開幕！がんばれ！V・ファーレン長崎

去る6月7日、明治安田J1 百年構想リーグの全日程が終了しました。われらがV・ファーレン長崎は、WESTグループ10チーム中9位、J120チーム中17位という結果でした。そして、ついに8月7日、「2026/27 明治安田J1 リーグ」が開幕しました。百年構想リーグを経て、V・ファーレン長崎は新たな戦いに挑んでいます！

- 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「長崎県民アンケート・リサチャン」にて実施。
- 調査期間：2026年7月17日（金）～23日（木）
- 回答者数及び属性：426人【年齢層】30歳代以下60人、40歳代94人、50歳代132人、60歳代以上140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。

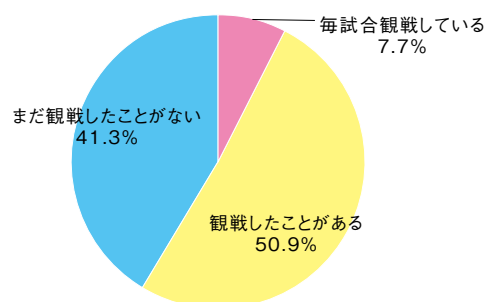
※株式会社長崎経済研究所は、V・ファーレン長崎を応援しています。

◆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か(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」(7.7%)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58.6%と、明治安田J1 百年構想リーグ開幕前に行った今年1月調査(58.0%)とそれほど変わりませんでした。もっとも「毎試合観戦している」は、前回調査(7.1%)からやや上昇しています。

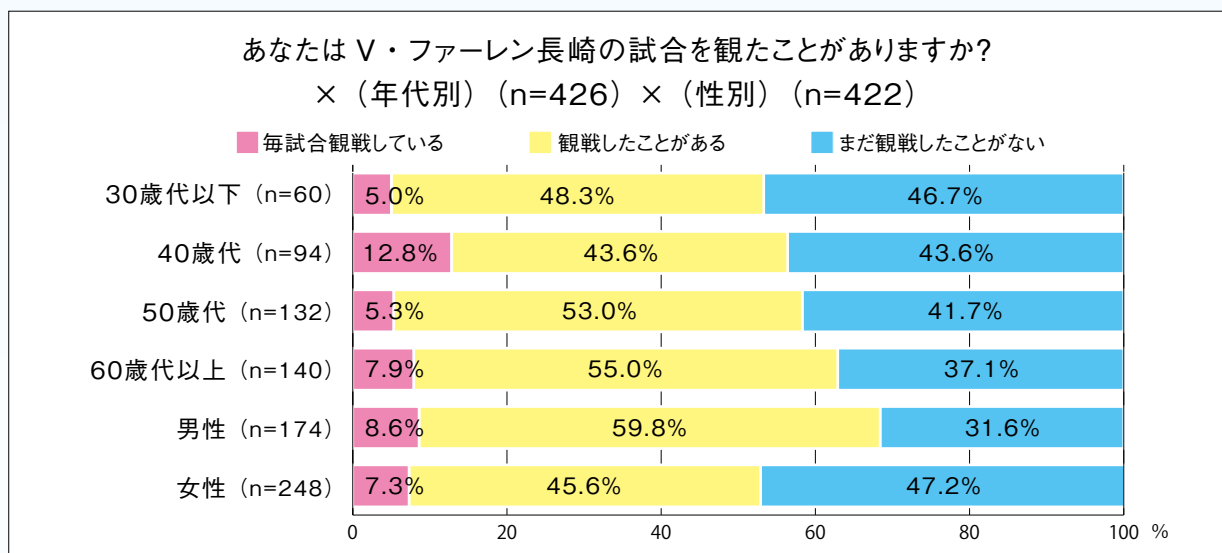
あなたはV・ファーレン長崎の試合を観たことがありますか？(n=426)



年齢別でも、各年代とも今年1月の調査結果と大差ないなか、40歳代で「毎試合観戦している」が2桁台（12.8%）となりました。

また、性別では女性の「まだ観戦したことがない」の割合が47.2%と、1月調査（49.4%）比若干減少しています。

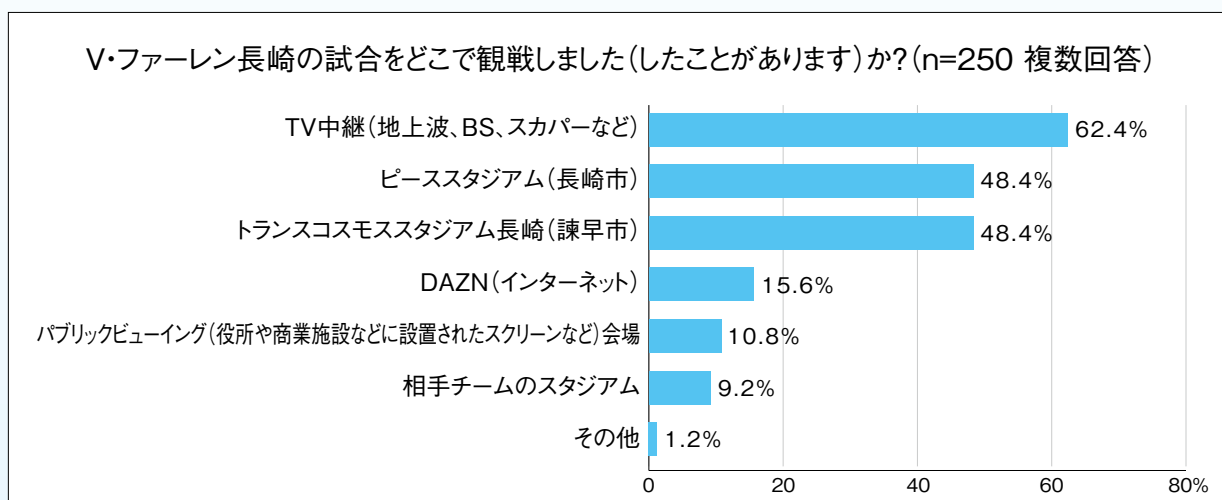
昇格・降格がなかった明治安田J1百年構想リーグ前後で、試合観戦傾向に大きな変化は見られませんでした。



◆ 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」が最多～

『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62.4%でトップ。次いで、現在のホームスタジアム「ピーススタジアム」と、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」がともに48.4%となり、「ピーススタジアム」の割合が1月調査（45.1%）比3.3ポイント増となりました。



年齢別では、最初の設問で『毎試合観戦している』の割合が唯一 2 桁台の 40 歳代で、「ピーススタジアム」と「トランスコスモススタジアム長崎」、「DAZN」と「相手チームのスタジアム」における割合が、他年代比最も高くなっています。また、高齢層の 60 歳代以上では、「TV 中継」の割合が最も高くなりました。

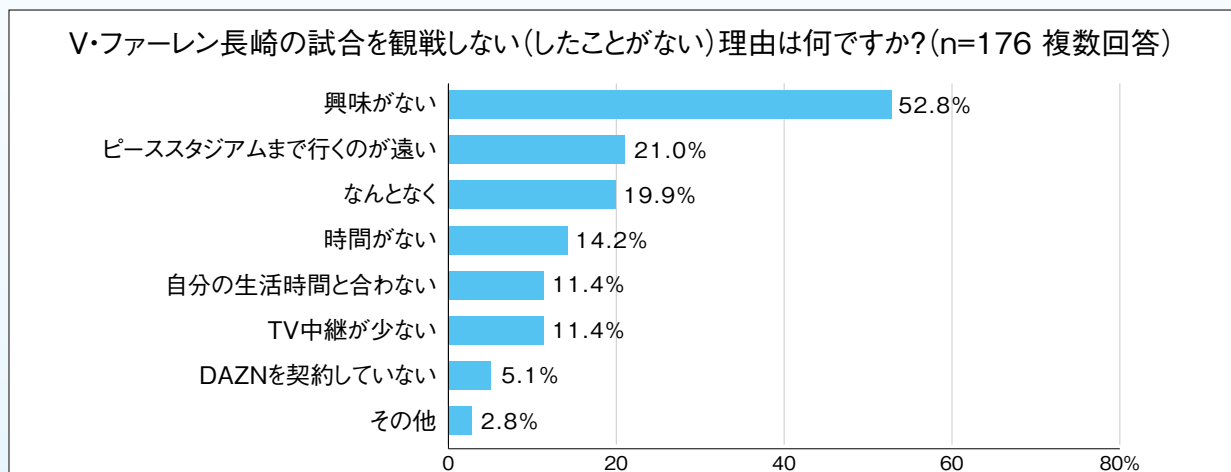
性別にみると、1 月調査時に女性が「TV 中継」で 9.1 ポイント男性を上回っていたのが、今回は下回っています。反面、前回男性が 5 ～ 9 ポイント程上回っていた「ピーススタジアム」＆「トランスコスモススタジアム長崎」といった現地観戦の割合が、今回調査では男女ほぼ同率となっています。

	TV中継(地上波、BS、スカパーなど)	ピーススタジアム(長崎市)	トランスコスモススタジアム長崎(諫早市)	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=32)	56.3%	59.4%	50.0%	18.8%	15.6%	6.3%	3.1%
40歳代 (n=53)	52.8%	60.4%	62.3%	26.4%	13.2%	11.3%	3.8%
50歳代 (n=77)	54.5%	49.4%	49.4%	11.7%	5.2%	9.1%	0.0%
60歳代以上 (n=88)	77.3%	36.4%	38.6%	11.4%	12.5%	9.1%	0.0%
全 体	62.4%	48.4%	48.4%	15.6%	10.8%	9.2%	1.2%
男 性 (n=119)	63.9%	47.9%	47.9%	18.5%	12.6%	11.8%	0.0%
女 性 (n=131)	61.1%	48.9%	48.9%	13.0%	9.2%	6.9%	2.3%
全 体	62.4%	48.4%	48.4%	15.6%	10.8%	9.2%	1.2%

◆ 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ると、「興味がない」が 52.8% と、1 月調査 (55.1%) と同じく他の理由を大きく引き離しました。次点は、前回調査で 5 番目 (14.6%) だった「ピーススタジアムまで行くのが遠い」(21.0%) となり、前回次点 (23.6%) の「なんとなく」は、今回 3 番目 (19.9%) となりました。また、前回 3 番目 (18.5%) だった「自分の生活時間と合わない」は、今回「TV 中継が少ない」とともに 5 番目 (11.4%) でした。



これを年齢別にみると、前回調査で40歳代以下の世代で「興味がない」の割合が6割を超えていましたが、今回調査では30歳代以下（60.7%）となりました。また、50歳代が58.2%と、前回は9.1ポイント上回っています。一方、「ピーススタジアムまで行くのが遠い」は、40歳代と60歳代以上で前回調査同様、他年代比高くなっており、「なんとなく」の割合は、50歳代以上で高くなっています。

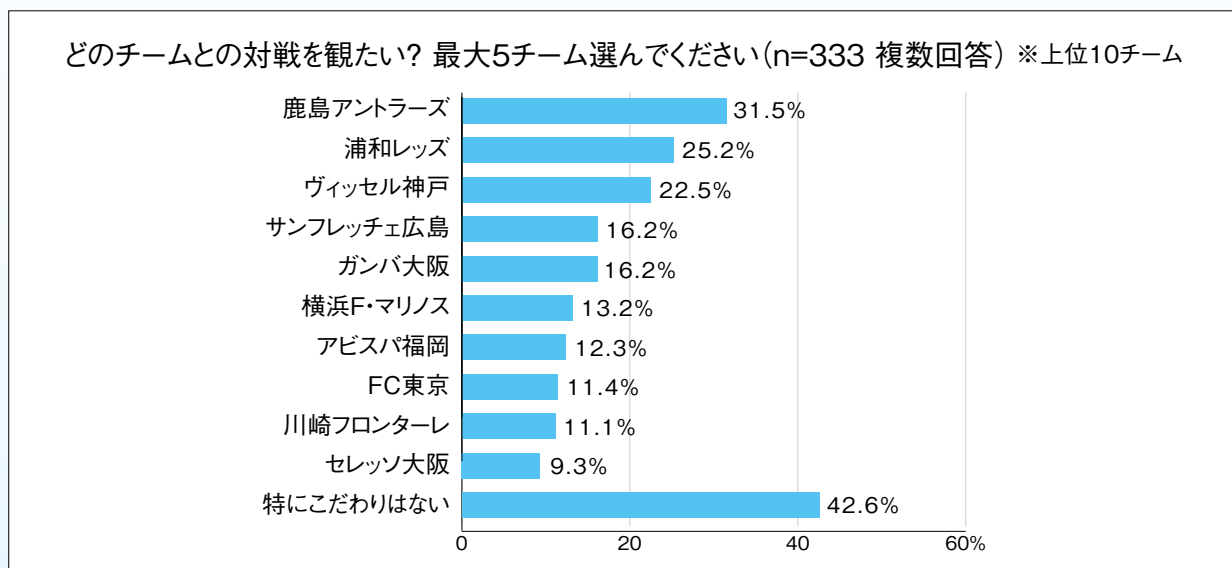
性別では、前回調査で女性の「興味がない」の割合が男性比10.4ポイント高かったのが、今回は「時間がない」とともに男女ほぼ同じとなりました。また、「自分の生活時間と合わない」は、前回調査同様、女性の方が男性よりも高くなっています。

	興味がない	ピーススタジアムまで行くのが遠い	なんとなく	時間がない	自分の生活時間と合わない	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=28)	60.7%	14.3%	3.6%	21.4%	14.3%	7.1%	3.6%	3.6%
40歳代 (n=41)	48.8%	24.4%	19.5%	17.1%	14.6%	9.8%	7.3%	2.4%
50歳代 (n=55)	58.2%	14.5%	23.6%	10.9%	9.1%	7.3%	5.5%	1.8%
60歳代以上 (n=52)	46.2%	28.8%	25.0%	11.5%	9.6%	19.2%	3.8%	3.8%
全 体	52.8%	21.0%	19.9%	14.2%	11.4%	11.4%	5.1%	2.8%
男 性 (n=55)	52.7%	18.2%	16.4%	14.5%	7.3%	16.4%	7.3%	5.5%
女 性 (n=117)	53.0%	22.2%	22.2%	13.7%	13.7%	8.5%	4.3%	1.7%
全 体	52.9%	20.9%	20.3%	14.0%	11.6%	11.0%	5.2%	2.9%

◆どのチームとの対戦を観たいですか？【複数選択】

～VS「鹿島アントラーズ」がトップ～

V・ファーレン長崎との対戦を観たいチームを最大5チーム選んでもらったところ、明治安田J1百年構想リーグでは対戦がなかった「鹿島アントラーズ」（31.5%）がトップ。次点は、こちらも同リーグで対戦がなかった「浦和レッズ」（25.2%）。次いで「ヴィッセル神戸」（22.5%）となりました。

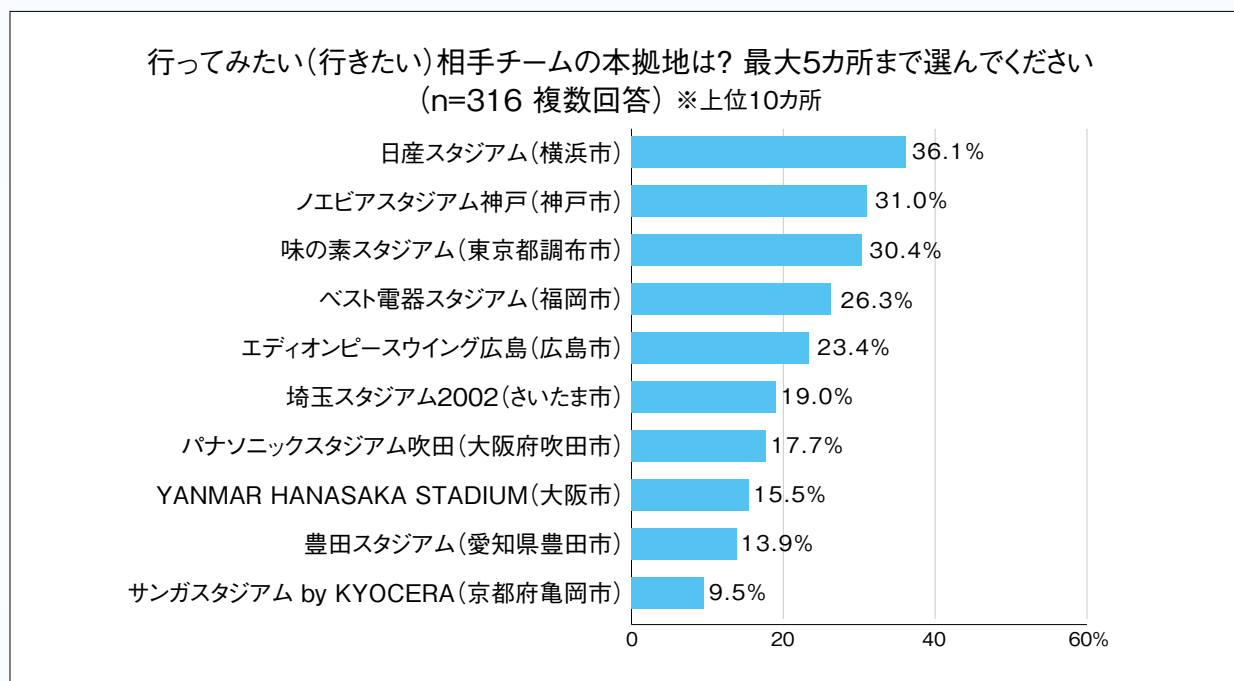


◆行ってみたい（行きたい）相手チームの本拠地は？【複数選択】

～「日産スタジアム」に行きたい！～

J1 全チームと当たる今シーズンは、相手チームの著名なスタジアムでの観戦とともに、その街の訪問も楽しみのひとつかと思われます。行ってみたい（行きたい）相手チームの本拠地を最大5カ所まで選んでもらったところ、対戦を観たいチームとしては6番目だった横浜F・マリノスの本拠地で、大規模コンサート会場としても有名な「日産スタジアム」がトップ（36.1%）。以下、ヴィッセル神戸の本拠地「ノエビアスタジアム神戸」（31.0%）、FC 東京と東京ヴェルディの本拠地「味の素スタジアム」（30.4%）となりました。

横浜・神戸・東京といった、それぞれのスタジアムがある都市の魅力も選択に影響しているようです。

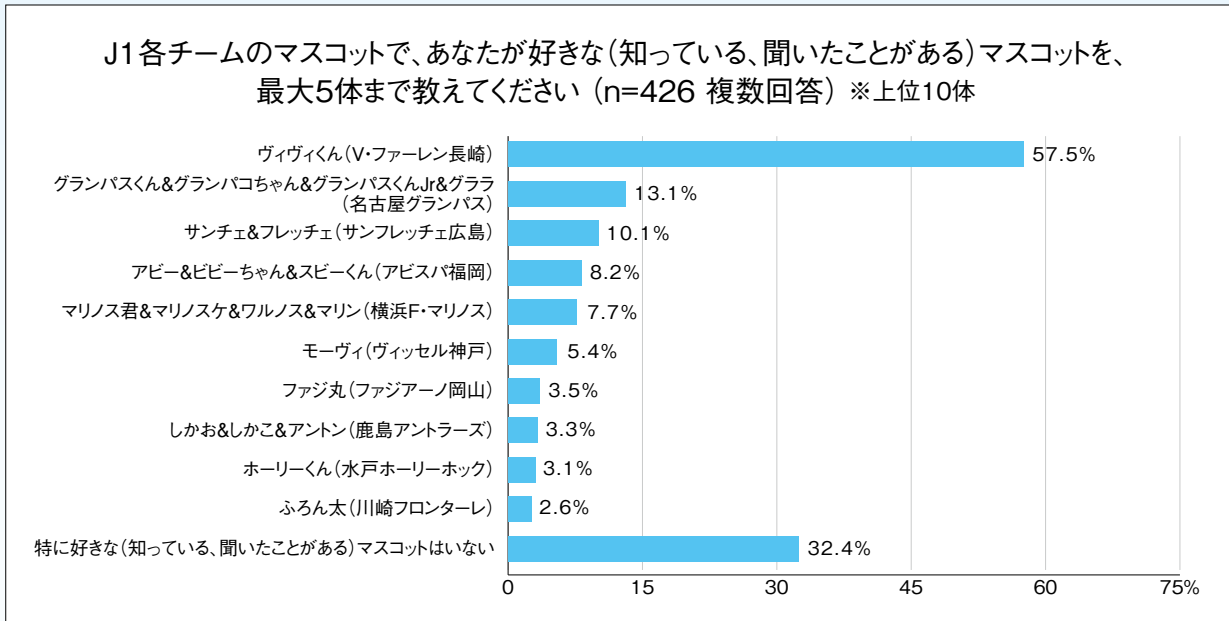


◆好きなマスコットは？【複数選択】

～「ヴィヴィくん」が圧倒！～

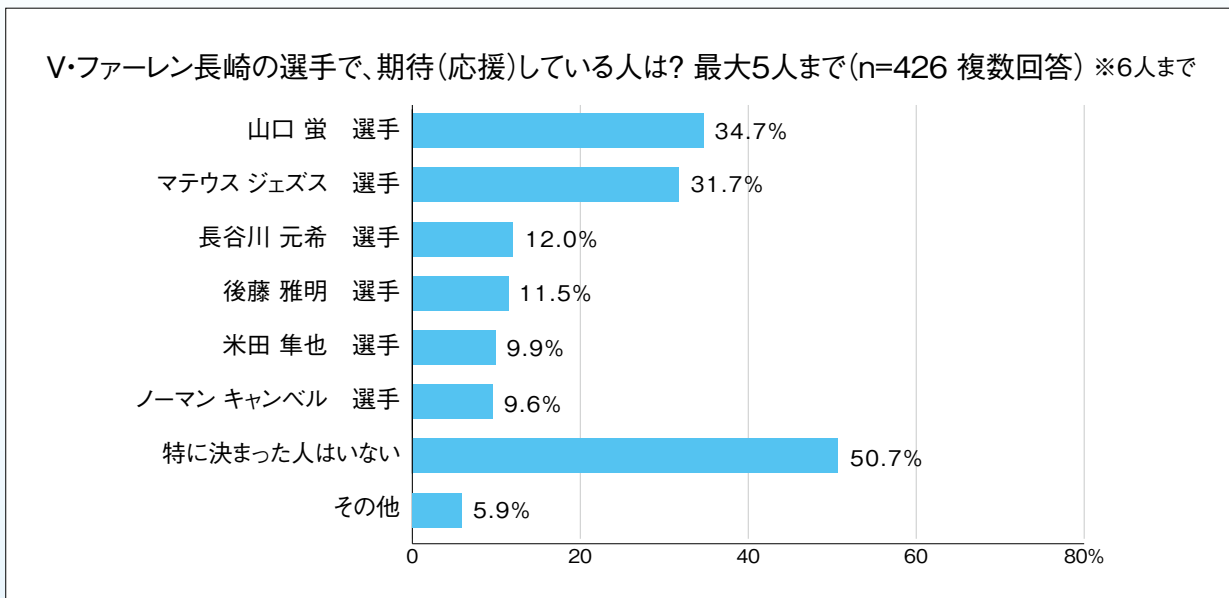
J1 各チームのマスコットのなかで、あなたが好きな（知っている、聞いたことがある）マスコットを、最大5体選んでもらったところ、われらがV・ファーレン長崎の「ヴィヴィくん」が6割近く（57.5%）と、他のマスコットを大きく引き離しました。これに、名古屋グランパスのグランパスファミリー「グランパスくん & グランパコちゃん～」(13.1%) と、サンフレッチェ広島のお友達コンビ「サンチェ & フレッチェ」(10.1%) が続いています。

2013～23年にかけて毎年行われていた『Jリーグマスコット選挙』にて、この3体“ヴィヴィくん”・“グランパスくん”・“サンチェ”が、それぞれ2回ずつ1位を獲得していることも、影響しているのかもしれません。



◆ V・ファーレン長崎の選手のなかで、期待(応援)している選手は？【複数選択】 ～「山口 蛍選手」と「マテウス ジェズス選手」に期待～

V・ファーレン長崎の主な選手のなかで、あなたが期待(応援)している選手を、最大5人まで選んでもらったところ、「特に決まった人はいない」が50.7%と、チームそのものを応援している人が多いなか、2026/27シーズンのキャプテン「山口 蛍選手」が34.7%でトップ。以下、「マテウス ジェズス選手」(31.7%)、「長谷川 元希選手」(12.0%)、「後藤 雅明選手」(11.5%)でした。また、他にも「岩崎 悠人選手」や「関口 正大選手」、「サンタナ」「エドゥアルド」「ピトゥカ」の各外国人選手に、「沢田 崇選手」や「翁長 聖選手」など、数多くの選手の名前が挙げられており、皆さんそれぞれ想いを込めて応援している選手がたくさんいるようです。



◆自由コメント【J1 を戦う V・ファーレン長崎へひとこと！！】

- 長崎を盛り上げてくれるのは嬉しいが、佐世保とか県北は置いてけぼりで淋しい。
(佐世保市、40 歳代 女性)
- 今回からハウステンボスがスポンサーと聞きました。地元が応援するので地元民として興味を持ち
応援していきたい！
(佐世保市、70 歳以上 女性)
- 今シーズンも、応援します！！ピースタにいっぱい行きます！！
(時津町、50 歳代 女性)
- 県内に 2 つもトップリーグのチームがあるというのは凄いことだと思います。まずは J1 残留を目指
し着実な勝利を目指してください。応援しています
(長崎市、40 歳代 男性)
- J1 優勝目指して頑張ってください！もう降格はいやです。ワクワクするプレー、試合を見せてくだ
さい。ずっと応援しています！
(長崎市、60 歳代 女性)
- 地元の番組に出たりして街とつながって欲しいです。よく知らない。選手の皆さんの顔を覚えたい
(長崎市、50 歳代 女性)
- すみません、興味がありません。
(長崎市、40 歳代 女性)
- 毎年ささやかながら応援させてもらっています！いつも試合がある時は町にサポーターの方が多く
いらして活気が溢れます。今年もまた強くなった V・ファーレンの姿を見せてください！！
(長崎市、30 歳代 女性)
- 長崎県は、長崎市や佐世保市という都市部から人口流出が激化しています。バスケットと共に県民
を惹きつけるような大活躍をお願いします
(長与町、60 歳代 男性)
- 小生は昔から野球観戦が好きで、サッカーにはイマイチなじみがなかったが、V・ファーレンの活躍
は期待している。関東在住の友人に、FC 東京の熱烈なファンがいて、長崎での試合には応援に来る
と言っており、再会を楽しみにしている
(長与町、70 歳以上 男性)
- サッカーはずっと好きです！まだ観に行く機会がなく、観に行けていません、V ファーレンの事
を陰ながら応援しています
(南島原市、50 歳代 女性)
- 1 試合 1 試合を丁寧に大事に戦ったら、その積み重ねで結果が出ると思うのでチームプレーで頑張っ
て欲しい
(諫早市、60 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必要なものであり、
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



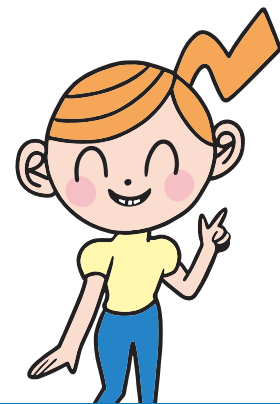
あなたの声が、長崎県の元気のもとになる!

長崎県民アンケート

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円分を差し引きします
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



協会活動の紹介

長崎日米協会 ～旧長崎米国領事館跡地案内板の設置～

長崎日米協会(森 拓二郎会長)は、長崎市大浦町の旧長崎米国領事館跡地に、領事館の歴史を紹介する案内板を設置しました。長崎の米国領事館は1859年の開設後、移転を重ねながら日米交流の拠点としての役割を担いましたが、1941年に閉鎖されました。現在、この場所は社会医療法人春回会グループの出島病院となっており、今回、同院の協力により案内板を設置しました。

除幕式には、駐日米国大使館および在福岡米国領事館をはじめ、設置にご協力いただいた春回会等、関係者の方々が出席しました。案内板が長崎と米国との歴史的なつながりを知るきっかけとなり、日米友好のさらなる発展につながることを期待しています。



旧長崎米国領事館 写真提供:ブライアン・パークガフニ氏



除幕式の様子

文化事業部(長崎日米協会事務局)へのご照会は
電話番号 095-828-8859 ファックス番号 095-821-0214
e-mail nri@nagasaki-keizai.co.jp まで



法人のお客さまへのご案内

十八親和銀行が

お客さまの事業に関する課題解決をお手伝いします！ くわしくはこちら



資金調達



金融
資産運用



業務効率化

(デジタル化支援・
決済業務の効率化)



ビジネス
マッチング
(販路拡大)



相続・
事業承継・
M&A



海外
ビジネス
サポート



不動産の
有効活用



リスク
マネジメント
(損害保険・生命保険)



その他
コンサル
ティング

十八親和銀行

2026年9月現在

銀行ATMコーナーでPR!

FFG広告配信サービス

月間1,050万回※¹利用される
銀行ATMコーナーでCMを配信してみませんか?

※¹ FFG3行(十八親和・福岡・熊本)の広告対象ATMの月間平均利用回数

POINT1



最大282店舗※²
で配信!

地域に根差した
身近な場所で広告配信

※² 2026年4月現在の店舗数

POINT2



始めやすい
料金体系!

月額11,000円〜※³
リーズナブルな価格設定

※³ 筑豊地区の月額料金です。契約は、6か月契約となります。

POINT3



選べる
配信エリア!

長崎・福岡・熊本から
最適な地域を選択



詳しくは、お取引のある銀行(十八親和銀行・福岡銀行・熊本銀行)へお問い合わせください。

※広告掲載にあたり、所定の審査がございます。審査の結果、掲載できない場合もございますのでご了承ください。



十八親和銀行



福岡銀行



熊本銀行



2026年9月30日現在