

# 地 域 再 生 計 画

## 1 地域再生計画の名称

「ものづくり」と「観光」のまち長崎の再生を核とした雇用創出計画

## 2 地域再生計画の作成主体の名称

長崎市

## 3 地域再生計画の区域

長崎市の全域

## 4 地域再生計画の目標

長崎市は、明治 22 年 4 月 1 日の市制施行以来、周辺町村との合併を行いながら発展を続けてきた。人口は、市制施行時点での 54,502 人から、平成 18 年 1 月には約 45 万 6 千人となり、経済規模においても市内総生産で見ると平成 14 年度で 1 兆 5,067 億円と長崎県全体の 3 分の 1 を占めている。しかしながら、本市の現況は、少子・高齢化の進行が顕著であり、国勢調査によると、0 歳から 14 歳までの年少人口は、昭和 50 年には 24.8%を占めていたのが、平成 12 年には 14.7%にまで低下している。また、高齢化率についても、昭和 50 年には 7.2%だったのに対し、平成 12 年に 19.0%となっており、平成 12 年の全国平均の 17.3%を上回っている。この結果、自然動態の増加幅の縮小が社会動態の減少を従前のようにカバーできなくなり、昭和 60 年を過ぎたころから定住人口自体が減少傾向にある。一方、市内総生産の推移をみると、平成 3 年度の 1 兆 3,989 億円から平成 8 年度には 1 兆 6,931 億円へと約 20%増加し、全国の伸び率（約 9%増）を大きく上回る拡大をみせたものの、その後は減少傾向が続いており、平成 14 年度には 1 兆 5,067 億円へと平成 8 年度に比べ 11%減少し、全国の減少幅（3%減）を上回っている。

本市においては、現在、全国的な景気回復の流れから取り残された状態となっており、雇用情勢についても、平成 17 年 12 月時点での有効求人倍率では、全国平均の 1.00 倍に対し、0.69 倍と、実に 0.31 ポイントも低く、極めて厳しい雇用環境にある。これは、従業者 4 人以上の製造業の事業所が 10 年前と比較すると事業所数で 20%減少、従業者数で 25%減少していることや今後の本市産業の新たな核となり、産業クラスターを形成するような先導的産業が不在（ 1 ）であること、また、景気の回復が本格的でないことによる企業の雇用意欲の改善が

みられないことが要因である。さらに、一定の業種の職種において、求人ニーズと求職者ニーズのミスマッチが生じていることから、企業が求める労働力が不足していることも考えられる。

このため、本市では、「ものづくり」技術の高度化や環境、医療・福祉、情報通信等新たな成長分野の育成、金融支援、集客交流産業としての観光及びその関連産業の連携強化など時代の流れに沿った産業活性化の道筋をつけることで、早急に、地域経済を回復させ、あわせて急速に進行しつつある人口の減少傾向に歯止めをかけることが必要となっている。

これらの課題を解決するために、「長崎さるく博'06」を契機とした観光振興（長崎市 2010 プロジェクトのうち「さるくまち」賑わいプロジェクト）及び地場産業の育成や企業誘致、地産地消など産業活性化（長崎市 2010 プロジェクトのうち「のびゆくふる里」プロジェクト（ 2 ））などの重点プロジェクトと連携し、「地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業（ 3 ））」及び「国民生活金融公庫の「新創業融資制度」の要件緩和」を活用した「『ものづくり』と『観光』のまち長崎の再生を核とした雇用創出計画」に取り組むことにより、当地域の過去 5 年間の有効求人数の伸びに本計画の効果を加味し、平成 17 年 12 月比で月間有効求人数を 16%（約 1,200 人）増加させること（平成 17 年 12 月：月間有効求職者数 10,822 人、月間有効求人数 7,418 人、有効求人倍率 0.69）及び平成 16 年の事業所・企業統計調査において 3.9%であった新設率を同年の全国平均である 4.2%とすることを目標に、雇用の拡大と地域経済の活性化を目指すものである。

### 1 先導的産業の不在

自動車産業に代表される裾野の広い産業や環境、医療・福祉、情報通信など成長が期待される産業が立地していない。

### 2 長崎市 2010 プロジェクトのうち「のびゆくふる里」プロジェクト

平成 17 年 12 月 9 日に長崎市が策定した長崎市第三次総合計画後期基本計画（平成 18 年度～平成 22 年度）の中で重点的に取り組む施策として 5 つのプロジェクトを「長崎市 2010 プロジェクト」として掲げている。

#### （ 1 ）「さるくまち」賑わいプロジェクト

さるく博を契機とした観光振興による観光都市としての更なる飛躍

#### （ 2 ）「のびゆくふる里」プロジェクト

地場産業育成、企業誘致、若者で賑わうまちの創出、農山漁村への定住・交流促進、農水産業の振興（地産地消）を柱とし、産業の活性化、人口減少の歯止めによる地域の活性化を図るもの。

### 3 パッケージ事業による雇用創出目標 363 名

## 5 目標を達成するために行う事業

### 5 - 1 全体の概要

長崎市は、雇用の拡大と地域経済活性化のために、地域提案型雇用創造促進事業及び「国民生活金融公庫の「新創業融資制度」の要件緩和」を活用し、雇用・就業機会の創出を図る。

#### (1) 地域の発展を支える地場企業の振興

「ものづくり」支援、新分野進出・新事業開拓の促進、新規創業の支援、経営革新・経営安定の促進により、地場企業の競争力を強化するため、技術・技能の伝承や新技術・新製品開発支援、金融支援等既存の支援策に加え、生産効率の向上、販路開拓を担う人材の育成、起業家に対する業種に特化した専門ノウハウの講習、新創業融資制度の支援措置により、地場企業の振興と雇用の拡大を図る。

#### (2) 企業誘致

集積が進んでいるコールセンターについて、長崎市への企業の進出インセンティブを高めるため、企業立地に関する奨励制度による経済的支援に加え、経営資源としての人材確保・育成を行い、企業誘致の推進と雇用の拡大を図る。

#### (3) 観光振興

まち歩き型観光や体験型観光の構築などによる長崎の魅力の向上を図るとともに、集客交流産業としての観点から、観光とその関連産業の間での相互連携による相乗効果を得るため、飲食料品小売業、一般飲食店、ホテル、旅館等において、来訪者にアピールする特色のある飲食・小売業の創造、魅力的な特産品・「食」の開発・販売、温かくもてなすしくみづくりとしての接客サービスにつながる、創業支援、人材育成、新創業融資制度の支援措置により、観光振興と雇用拡大を図る。

#### (4) 特産品の振興と情報発信

特産品の販売力強化を図るため、長崎ブランド品（参照）の認定や物産展やインターネット販売などによる販路開拓・拡大に加え、商品特性を生かした販売戦略立案が可能な人材の育成を行い、特産品の販路拡大による地場企業の振興と雇用の拡大を図る。

#### (5) 新しい活力を生み出す農林水産業の振興

地元で生産された農水産物を地元で消費する「地産地消」を推進するため、小売店、飲食店等食材としての活用、販売や加工品の開発に対する支援に加え、販売商品と一体となった接客サービス等接客マナーの優れた人材の育成を行い、地産地消と雇用の拡大を図る。

## (6) 雇用の促進

長崎公共職業安定所や長崎県をはじめ関係機関や経済団体と連携しながら、雇用・就業機会の創出に関する人材育成等の事業に取り組み、雇用の促進を図る。

### 長崎ブランド品

長崎市ブランド振興会が認定する特産品。

長崎市ブランド振興会：平成9年9月に設立。長崎市の優れた特産品を「長崎ブランド品」として認定・育成し、販路の開拓・拡大を行うとともに、新商品開発のための調査研究、人材育成、情報提供、異業種交流を行っている。

## 5 - 2 法第4章の特別の措置を適用して行う事業

「該当なし」

## 5 - 3 その他の事業

### 5 - 3 - 1

#### 1 地域提案型雇用創造促進事業【C0901】

本市の雇用拡大と地域経済の活性化を実現するため、地場中小製造業の生産効率の向上、ベンチャー企業等で開発した新技術・新製品の販路開拓、創業を加速させ、雇用を拡大するための起業についての専門ノウハウの習得、企業誘致についての進出インセンティブの促進、観光と連携した店舗展開、特産品開発、接客サービス向上、特産品の商品特性を生かした販売戦略、小売店・飲食店での販売商品と一体となった接客サービスなどの課題がある。

これらの課題を解決するため、地域提案型雇用創造促進事業を実施し、雇用の拡大と地域経済の活性化を図るため、以下の事業を行う。

なお、事業の実施にあたっては、長崎市、長崎商工会議所、茂木商工会、東長崎商工会、香焼商工会、伊王島町商工会、三和商工会、高島町商工会、琴海町商工会、野母崎商工会、外海町商工会、三重商工会及び有識者で組織する「長崎市地域再生雇用創出協議会」を実施主体とする。

## (1) 地域の発展を支える地場企業の振興

「ものづくり」支援に関しては、本市の基幹産業の一つである造船重機産業にお

ける中小企業の競争力強化が焦眉の課題となっている。現状のままでは、市内中小企業の受注率低下やコスト競争の激化による市内製造業の空洞化がますます進み、地域経済の落ち込みが懸念される。したがって、今後は、CAD技術を生かした生産効率の向上を図り、「ものづくり」に関する中小企業の競争力を高めることが必要であるが、CAD技術については、現在人材が不足しており、関連技術を保有する求職者も少ないのが現状である。このため、在職者、求職者ともにCAD技術者を育成する講座を開催することで、関連技術を保有する求職者の雇用促進を図る。

新分野進出・新事業開拓の促進においては、現在、産学官の連携による新技術・新製品の開発を支援しているが、市場に無い新しい技術・製品を開発することができても、販売に結びついていないのが現状である。今後、さらに新分野進出・新事業開拓を促進するためには、中小企業の弱点である販売力を強化しなければならない。販路拡大等製品販売は、商品の情報をいかに正確かつ効果的に市場に伝えるかが基本であり、インターネット等による情報発信やプレゼンテーション技術を駆使することができる人材が求められている。しかしながら、営業・販売関連事務については、実数においても求人と比べて求職者が少ないのが現状であり、関連技術を保有する求職者はさらに少ない。したがって、求職者が情報発信やプレゼンテーション技術を取得することにより、販路開拓を担う人材の育成、関連技術を持った人材の雇用を進める必要がある。

新規創業の支援に関しては、本市においてはベンチャー企業支援センターを核に創業支援を行っているが、市内の事業所の状況は廃業が創業を上回る状況になっており、さらに創業を加速させ、雇用を拡大する必要がある。起業予定者に対しては、事業計画の立て方や資金確保、経理実務、また創業にあたっての心構えなど一般的な創業セミナーが経済団体等の主催で行われているが、業種、業態によって事業のノウハウは異なり、その専門ノウハウが創業への足がかりとなり、創業後の事業拡大、安定を支えているにもかかわらず、専門ノウハウは起業予定者自身の経験や情報収集に委ねられているのが現状である。したがって、本市の地域創業助成金における地域重点分野である「食」関連分野の「09 食料品製造業」、「57 飲食料品小売業」、「70 一般飲食店」について、「食」分野でのトレンド、地域市場の動向、提供商品・サービスへの地域性の加味などの専門ノウハウを起業予定者に取得させ、当該助成金との相乗効果による創業促進、雇用の拡大を行う必要がある。

地場企業の振興を雇用創出に結びつける人材育成事業として、以下の事業を行う。

CAD技術者育成講座

製造業の生産効率の向上を促すためのCAD技術者の育成

情報発信・プレゼンテーション技術研修

ITを生かしたプレゼンテーションや情報発信の技術の研修

「食」関連分野起業セミナー

「食」関連分野での起業に特化した経営・人事労務管理等に関するセミナーを開催

## (2) 企業誘致

企業誘致に関しては、本市では、雇用の多い製造業及び今後の産業の核となるような研究開発型企业、そして、交通アクセスや斜面都市としての地理的ハンデが問題とならないIT関連などの知識型産業を重点産業としている。この中で、現在、本市には、知識型産業のうち情報処理・提供サービス業として、大手保険会社のコールセンターが立地し、このことをきっかけに、コールセンターの立地が増えている。本市においては、企業誘致推進事業により立地奨励金を交付することで、誘致企業の資金面での支援策を拡充したが、既に進出しているコールセンターの進出理由には、投資コストの圧縮支援の他に良質な労働力確保が可能であったことが挙げられている。企業誘致についての都市間競争が激化している中で、企業誘致を進めるにあたり、当面、実績のあるコールセンター関連企業の長崎市への進出インセンティブを高めるため、今後不足が見込まれるオペレーターの育成により誘致企業の経営資源としての人材確保・育成を行う必要がある。

企業誘致を雇用創出に結びつける人材育成事業として、以下の事業を行う。

オペレーター養成講座

オペレーターとしてのコミュニケーション能力やビジネスマナーの習得研修

## (3) 観光振興

観光都市としてのさらなる飛躍に関しては、観光産業は、人々が集い様々な消費活動を行うことで、旅館その他の宿泊所、飲食店・娯楽サービス、商業、食料品製造業、運輸業など様々な産業分野に幅広く効果をもたらすものであり、平成16年の長崎市観光消費額680億円を基にその経済波及効果を推計（平成12年長崎県産業連関表を利用）してみると、長崎市を中心とした県内に対して1,124億円、消費額の1.65倍の生産誘発効果を生み出している。今後は、長崎の多彩な観光資源の掘り起こしと既存の観光資源の保存・活用、まち歩き型観光や体験型観光の構築などによ

り、長崎の魅力の向上を図るとともに、集客交流産業としての観点から、観光目的に限らず長崎を訪れてもらうように、観光とその関連産業の間で相互連携による相乗効果を得るための取り組みが必要である。具体的には、関連産業としての飲食料品小売業、一般飲食店、ホテル、旅館等において、来訪者にアピールする特色のある店舗、魅力的な特産品・「食」の開発・販売、温かくもてなすしくみづくりとしての接客サービスが挙げられ、そのことがリピーターの確保につながる。そのため、特色ある企業の創業支援、魅力ある商品の販売戦略を担う人材育成、接客マナーの優れた人材育成が必要である。

「食」関連分野起業セミナー（再掲）

「食」関連分野での起業に特化した経営・人事労務管理等に関するセミナーを開催

販売戦略セミナー

商品特性を生かした販売戦略立案が可能な人材の育成

接客マナー研修

小売店、飲食店における接客マナーや専門知識等の習得のための研修

#### （４）特産品の振興と情報発信

長崎ブランド品の販路拡大に関しては、長崎市ブランド振興会による長崎ブランド振興事業において、物産展やインターネット等を活用した販路拡大に努めているが、全国各地のブランドに対抗するためには、個々の企業が自社商品についての市場ニーズの把握、販売計画と連動した計画的な生産管理が課題となっている。したがって、特産品（カステラ、びわ、水産加工品等）の製造・販売を行う中小企業においては、その商品特性を生かした販売戦略立案が可能な人材育成、販売ノウハウを持った人材の雇用を行う必要があるが、営業・販売関連事務については、実数においても求人と比べて求職者が少ないのが現状であり、関連ノウハウを保有する求職者はさらに少ない。そのため、在職者、求職者ともに、商品開発や販売技術を含めた販路拡大を担う人材の育成を行い、さらに不足する販売ノウハウを持つ求職者の開拓を行う必要がある。

特産品の振興を雇用創出に結びつける人材育成事業として、以下の事業を行う。

販売戦略セミナー（再掲）

商品特性を生かした販売戦略立案が可能な人材の育成

#### （５）新しい活力を生み出す農林水産業の振興

地産地消の推進に関しては、ながさき新鮮農産物地元消費推進事業及びながさき新鮮水産物地元消費推進事業により、市内のホテル、料理店などで、地元農水産物を食材として活用することや加工品の開発に対する支援、直売所の充実による消費拡大を行っているが、飲食料品小売業、一般飲食店をはじめとした「食」関連企業においては、コンビニエンスストアやファミリーレストランと差別化するためにも販売商品と一体となった接客サービスが課題となっている。また、接客・給仕については、求人数が求職を上回ってはいるが、企業の求める接客マナーを持つ人材は少なく雇用に結びついていない。したがって、在職者、求職者ともに接客マナーの優れた人材の育成を行う必要がある。地元農水産物を食材として活用する地産地消の推進として、小売店、飲食店をはじめとした「食」関連企業における課題である販売商品と一体となった接客サービスについて、接客マナーの優れた人材の育成を行う。

接客マナー研修（再掲）

小売店、飲食店における接客マナーや専門知識等の習得のための研修

#### **（６）インターネット等による情報発信**

情報発信力が立ち遅れている地場中小企業の求人情報、企業情報や地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業）の情報を発信し、求職者への情報提供や企業間の情報共有を行う。

## **２ 国民生活金融公庫の「新創業融資制度」の要件緩和【Ｃ３００１】**

### **（１）当該支援措置を受けようとする者**

長崎市内において「食」関連分野（食料品製造業、飲食料品小売業一般飲食店）の新規開業を希望する者。

### **（２）取組の内容及び支援措置が不可欠な理由**

本市では、平成16年の事業所・企業統計調査における新設率が3.9%と全国平均を下回っていることから、雇用の拡大と地域経済の活性化に向けては創業の量的拡大を促進することが不可欠となっている。

そのため、本市の「商工業振興対策資金融資事業」に加え、国民生活金融公庫の「新創業融資制度」の支援措置（自己資金要件の緩和）を活用することは、起業家の資金調達の選択肢を広げ、創業の促進を図るうえで極めて効果的であり、本計画の推進には不可欠のものである。

## 5 - 3 - 2 長崎市で行う事業

### ( 1 ) 地域の発展を支える地場企業の振興

#### 「ものづくり」支援

「ものづくり」の現場での溶接技術など製造業には欠かせない技術・技能の指導・研修による中小企業の「ものづくり」技術の維持・向上を行うほか、今後の団塊の世代の大量退職に対応する造船技術訓練事業に取り組む。

#### 新分野進出・新事業開拓の促進

製造業をはじめとした既存産業は、経済のグローバル化の中で、新しい技術の導入や付加価値の高い製品の開発、販路の確保が今後の成長のための重要な鍵となっていることから、新規成長分野への進出や新事業開拓を促進するための研究・開発を支援する。

#### 新規創業の支援

ベンチャー企業の支援・育成は、雇用の創出、ひいては新たな産業核の創出による地域経済の活性化につながることから、関係機関との連携により創業に関する総合的な支援を行う。

#### 経営革新・経営安定の促進

資本力の弱い中小企業の経営革新・経営安定を進めるためには、必要な資金の十分かつ安定的な供給が必要であることから、中小企業の経営革新・経営安定に寄与する総合的な金融支援を行う。

### ( 2 ) 企業誘致

#### 企業誘致の推進

雇用機会の拡大を図るためには、企業の立地を促進する必要があることから、企業立地に関する奨励制度の充実を行っており、企業誘致体制の整備による立地企業の増加を図る。

### ( 3 ) 観光振興

#### 観光都市としてのさらなる飛躍

宿泊、運輸、旅行、情報、商業、サービス分野などにまたがる集客交流産業としての観光振興のために、長崎の多彩な観光資源の掘り起こしと既存の観光資源の保存・活用、長崎の魅力の向上を図ることが必要であることから、地域資源を生かしたイベントを開催する。

#### (4) 特産品の振興と情報発信

##### 長崎ブランド品の販路拡大

長崎市ブランド振興会を中心に、物産展やインターネット販売などにより特産品の県外への情報発信を進め、販路拡大や普及を図る。

#### (5) 新しい活力を生み出す農林水産業の振興

##### 地産地消の推進

地元で生産された農水産物を地元で消費する「地産地消」を推進するため、市内のホテル、料理店、小売店などでの食材としての活用、販売や加工品の開発に対する支援を行うことで、地元農水産物の消費拡大を図る。

### 6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成 21 年 3 月 31 日まで

### 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

- (1) 長崎公共職業安定所管内における有効求人数を用い、目標の達成状況进行评估する。
- (2) 平成 18 年及び 21 年の事業所・企業統計調査による新設率を用い、目標の達成状況进行评估する。
- (3) 地域提案型雇用創造促進事業については、事業利用者等に対して毎年度アンケート調査を実施し、雇用の創出に対する評価を行う。

### 8 地域再生計画の実施に関し当該地方公共団体が必要と認める事項

「該当なし」