

長崎市の経済活性化に向けて



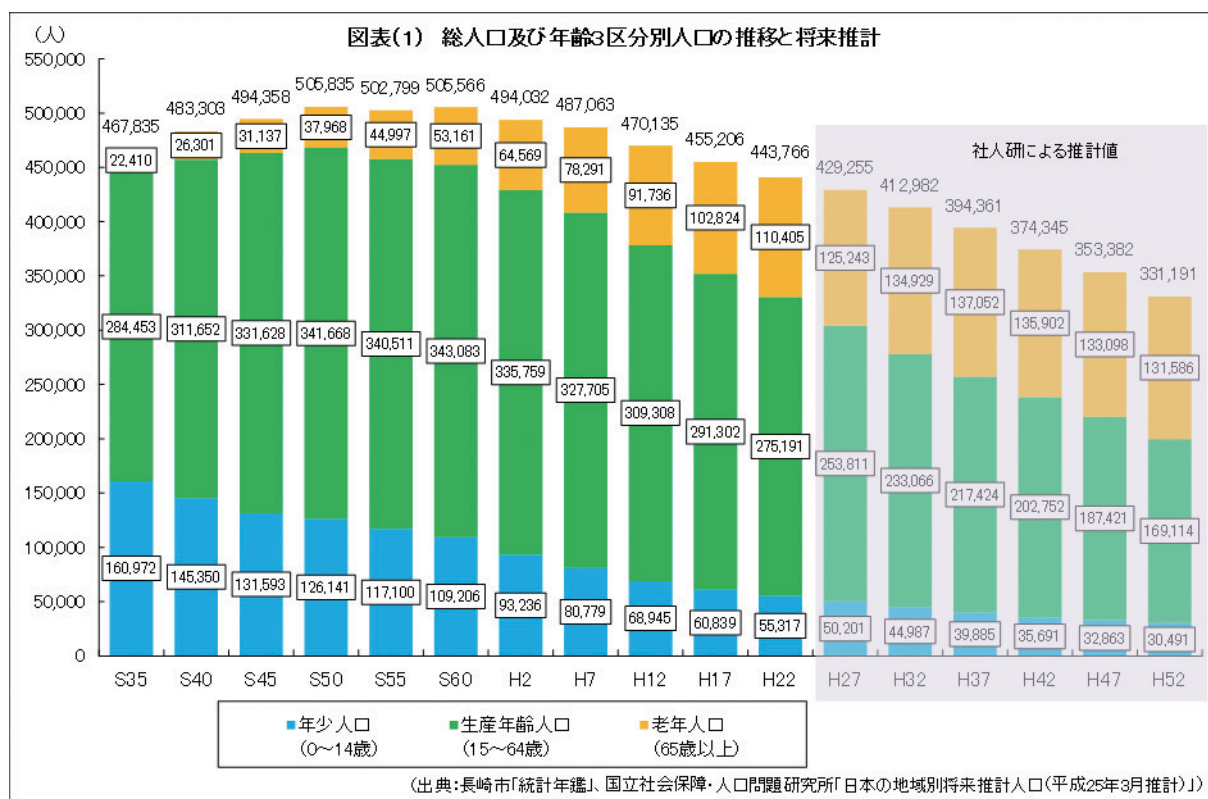
長崎市長 うえ とみ ひさ
田 上 富 久

1956年長崎県五島市生まれ。1980年九州大学法学部卒業、長崎市役所入所。2002年観光部観光振興課主幹。2004年長崎市企画部統計課長。2007年長崎市長就任。2015年4月より、長崎市長再任（3期目）。その他に、日本非核宣言自治体協議会会長（2007年4月～）、平和首長会議副会長（2007年4月～）、長崎県市長会会長（2009年4月～）、全国市長会相談役（2012年6月～）など。

はじめに

長崎市の人口は、昭和30～40年代の高度経済成長期まで増加し、昭和50年（1975年）の505,835人（合併町含む）をピークに昭和60年まで横ばいの状況にありましたが、その後は

主力産業である造船や水産の不況や市近郊の住宅団地への移住等により漸減の傾向が続き、平成22年（2010年）国勢調査で443,766人まで減少しており、さらに今後30年間で約10万人が減少すると推計されています（図表1）。



このような中、人口減少問題は、市政の重要課題と捉え、平成23年（2011年）に策定した第四次総合計画では、平成32年（2020年）の定住人口の目標を42万人と掲げ、人口減少に歯止めをかけるための各種施策を進めています。

一方、国の人口においても平成20年（2008年）にピークを打ち、既に人口減少時代に突入しており、このまま特段の対策を講じなければ、平成72年（2060年）には約8,700万人となり平成112年（2100年）には、5,000万人を切ると推計されています。

国においても、急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、日本全体、特に地方の人口減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して将来にわたって活力ある日本を目指すため、平成26年に「まち・ひと・しごと創生法」が制定されました。

また、人口についての将来の展望を示す「人口長期ビジョン」と「総合戦略」が閣議決定され、国と地方が総力を挙げて人口減少の克服と地方創生を目指しているところです。

現在、長崎市においても、長崎市版「総合戦略」の策定に向けて、市議会での審議をはじめ、産業界、教育機関、行政機関、金融機関、労働団体、メディア、市民等（産学官金労言等）との意見交換会などを通じて、丁寧に地域や現場の実情の把握とご意見を伺いながら戦略の策定に努めているところです。

今後も「オール長崎市」というスタンスのもと「総合戦略」の検討を進め、平成27年度

中の策定をしたいと考えています。

特に今回は、「まち」「ひと」「しごと」のうち、長崎市の経済活性化＝「しごと」の創生について、平成26年9月に策定した長崎市の経済の方向性を示す「第三次長崎市経済成長戦略」における施策などについてお話をさせていただきたいと思います。

第三次長崎市経済成長戦略

長崎市経済成長戦略とは、長崎地域の経済成長を促す方向性を示すもので、市内の産学官の関係者のみならず、市民を含めた各方面の皆さんにも共有して取り組んでいただくことを期待する提言です。

その大きな方向性は「外貨の獲得と域内経済好循環による経済成長の実現」としており、これは第一次から一貫しています。

長崎には他の地域との差別化に優位に活用できる、長崎固有のよそでは真似できない強みとして「船」、「食」、「観（光）」があると考えています。

「船」…造船・造機

「食」…多彩な食文化

「観（光）」…豊富な観光資源

これらは、長崎の地域経済をこれまで支え続けてきた長崎の財産でもあり、より効果的に活用する仕組みを作ることによって、地域としての競争力の向上が期待されます。

第三次経済成長戦略ではこの「船」、「食」、「観（光）」を深化・新化させるとともに、長

崎市がまだ開拓していない分野への進出を促すことで、外貨を獲得する力を強化することを目指すこととしています。

ここからは、「船」、「食」、「観（光）」と長崎市における未開拓分野について、それぞれの取り組みとその方向性について説明をします。

①「船」…造船・造機

今日においても、長崎市の製造品出荷額等の実に約9割を占めているのは、船舶等の「輸送用機械器具製造業」と原動機などをはじめとする「はん用機械器具製造業」であり、この造船と造機に係わる2業種が、長崎の外貨獲得のリーダー役であるとも言えます。

日本の近代産業の発祥の地としての歴史を刻む長崎においては、大手造船所がその世界に誇る造船技術を活かして、大型客船、LNG船、環境負荷の低減効果が高いエコシップ等の、一隻当たりの付加価値が高い船の受注と建造に重点的に取り組んでいます。これを受けて、大型のクルーズ客船の建造が平成25年から本格化していることから、長崎市としても、関連業界と協働して建造の本格化に伴う作業員の増加に向けた宿舎確保への対応など、積極的な支援を図っています。

また、長崎における造船造機の分野は外貨獲得の主要分野であるとともに、多くの雇用を生み出す受け皿でもあります。平成25年度に国の指定を受けた「ながさき海洋・環境産業拠点特区」を活用し、海洋・環境エネルギーなどの新たな分野や市場への進出に向けても

支援を図るとともに、人材育成と雇用創造策を講じることにより、地域で安定的で良質な雇用の創造を図っています。

今年度は、特に機械製造業を中心としたものづくりに携わる中小企業の競争力強化や、産学連携、また、次世代高付加価値船と海洋・環境エネルギー産業に対応する人材育成と雇用創造策、併せて、新たな産業分野へ進出しようとする企業への支援策を講じることにより、引き続き地域で安定的で良質な雇用の創造を図っていきます。

②「食」…多彩な食文化

長崎市には、水産品をはじめとして、長崎和牛・出島ばらいろ、びわ、いちご、みかんなど、多彩な海の幸と山の幸があり、歴史や文化交流のなかで長崎ならではの「食」が存在しています。

なかでも、長崎は、全国有数の水産県であり、長崎県の漁獲量と生産額は、全都道府県中第2位です（第1位北海道、第3位静岡）。

しかし、豊富な海の恵みがもたらされる一方で、長崎市では、地域内でその資源の付加価値を高める手立てである加工分野が弱く、その資源を十分に活かすきれないまま、より多く得られるべき付加価値獲得の機会を逃していると言えます。

長崎で獲れた新鮮な水産物を新鮮なうちに加工できる体制を整え、付加価値を高めたいと、域外へ向けた販路拡大につなげていくことが重要であると考えます。

そのための具体的な取り組みとして、近年、

大手デパートなどで取り引き時に求められる衛生管理手法「HACCP（ハサップ）」について、市内の水産加工業者がその認証を取得するための取り組みを進めるとともに、県外あるいは海外をターゲットにした販路開拓・拡大に向けた支援を行います。

また、市内の水産加工品は、域内の食文化による需要に支えられながらも域外の知名度が低いという点に着目し、域外への販路拡大等へ向けた積極的な取り組みとして、製造業者を中心に各関係団体・金融機関・大学・行政といった地元の産学官金が一丸となって平成23年2月に「長崎かんぼこ王国」を旗揚げしました。

この取り組みのなかでは、地元の製麺業と地域外の大手食料品製造業との3者によるコラボレーションが生まれ、新製品開発と商品化が実現し、新たな形で販路を獲得し始めています。

今年度は長崎かんぼこ王国との協働による水産練り製品の販路拡大に取り組むとともに、水産加工品の競争力を高めるため、衛生管理水準の向上を引き続き図ってまいります。

③「観（光）」…豊富な観光資源

長崎市の観光消費単価は、これまで減少傾向にありましたが、ここ数年は持ち直しつつあります。しかし、その上昇カーブはまだ緩やかであり、今後の取り組みしだいで、更に上昇できる伸び代を内在していると考えられます。

消費単価を上げるためには、観光客の長崎

での滞在時間を延ばすことが重要であり、世界新三大夜景に認定された長崎の夜景やランタンフェスティバルなど、長崎が培ってきた他所にはない固有の資源の活用とともに、長崎への来訪者をもてなし、くつろぎを提供する場である宿泊の魅力向上も重要となります。

ご承知のとおり、7月5日、「明治日本の産業革命遺産」が世界文化遺産に登録決定されました。全国23の構成資産の内、長崎市には8つの資産があり、多くの観光客が長崎市に訪れることが期待されます。

同じく、今年の1月末には「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」が世界文化遺産の候補として推薦書が提出されております。これらは、長崎市が持つ他に類をみない地域資源を関係する各団体が協力して磨き上げた好例であると言えます。

このように、歴史や文化に裏打ちされる長崎の魅力を地域固有の価値として、他地域との差別化へ活用する必要性はもちろんですが、「おもてなし」、「料理」といったソフト面のレベル向上により観光客の満足度を高める取り組みが大切です。

具体的な取り組みとしては、長崎ならではの食文化と連携した旅行商品の開発、SNSなど双方向性を活かした情報の発信や共有化、思い出に残るような体験型のオプションなどの商品化やお土産づくりといった取り組みを通じて、長崎を訪れ、その後も繰り返し訪れたいと思ってもらえるような仕組みづくりを行っていきます。

④未開拓分野への進出

ア 企業誘致の取り組み

企業誘致は、雇用創出や地域経済活性化の即効性が高いことから、長崎県や長崎県産業振興財団等とも綿密に連携しながら積極的に取り組んでおり、これまでもオフィス系・事務系の企業の誘致等に成功しています。

長崎市は通勤圏内に大学が多く、工業高校は全国トップクラスの優秀な学生を毎年輩出しており、有感地震が極めて少ないことなど、他の地域にはない長崎市ならではの優位性があります。

平成25年には、かつての県立南商業高校の跡地を企業立地用地へとリニューアルし、「長崎テクノヒル茂木」として、市内の既存業種にはないようなジャンルの製造業系の企業誘致に取り組みました。その結果、同年12月には、関西から新たに自動車部品製造企業の(株)カネミツの立地が正式決定しました。同社によると、長崎へ立地を決めた主な要因には、優秀な人材の輩出が多数あることや、地震等の被害想定の少なさ等を挙げておられます。また、(株)カネミツは長崎で研究開発にも取り組まれているため、地域の大学などとの連携等、地域経済振興への様々な効果が期待されています。

今後、新たな企業の立地に対応すべく、受け皿となるオフィスや工業団地の充実を図っていくことで、より積極的に取り組んでまいります。

イ MICE機能の充実

長崎市が直面している人口減少、少子高齢化により消費が減り、経済のパイが小さくなることが想定される中で、歴史、観光、平和、食など長崎が持つ資源や個性を最大限に活かし、交流人口をさらに拡大させることで、需要の減少を補っていく必要があります。

また、交流人口については、従来の国内観光客だけでなく、より幅広い分野の交流人口を得るため、外国人観光客に加え、ビジネス客などの新しい訪問客を増やすことが必要です。

MICE^(※)は、ビジネス客や学術研究者などの訪問客を増やし、その消費額は一般観光客より大きいという効果があります。また幅広い業種にその効果が広がり、地域への大きな経済波及効果を生み出します。さらにビジネス機会の増大や学術の発展などの効果も見込まれ、ひいては都市ブランド力の向上が期待できます。

その効果を得るためには、産学官金が連携し、施設や受入体制等のMICE機能の充実を図っていく必要があると考えています。

※Meeting（企業等のミーティング等）、Incentive Travel（企業の報奨・研修旅行）、Convention（総会・学術会議等）、Event（文化・スポーツイベント等）、Exhibition（展示会・見本市等）多くの集客と交流人口の増加が見込まれるビジネスイベントなどの総称

おわりに

長崎市では、第三次経済成長戦略をもとに、長崎固有の能力を活かしながら、地域経済の振興を図ってまいります。これを実行に移

していくためには、行政だけではなく、商工業の事業者、大学や研究機関等、そして市民の皆さんとともに連携し、役割を分担し合いながら取り組んでいく必要があります。

連携の代表例として、経済4団体（長崎商工会議所、長崎経済同友会、長崎県経営者協会、長崎青年会議所）を主体に、長崎大学、長崎県及び長崎市を含めた産学官7団体の長が経済浮揚策を考える場として、平成22年7月から始まった長崎サミットが挙げられます。

長崎サミットプロジェクトは、地域経済の衰退に歯止めをかけるため、各関係団体が危機感を共有した取り組みであり、国が掲げている地方創生の先行事例に成り得るものと考えております。

最後になりますが、長崎市の地域経済の振興のためには、長崎に培われた固有の能力・技・知見などを活かした取り組みが必要だと考えます。業種や業界それぞれの垣根を超えて、地域一丸で自在に連携し協働することによって、地域のクラスターを形成し、顧客に合う付加価値を高めて、長崎から光を放ち、未来を照らしていければと思っています。