

施策

柱	3	しごと						
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する						
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興						
担当部局	産業労働部 企業振興課							
めざす姿	本県の基幹産業が国際市場で存在感を示し、県内企業が力強く成長することで、地域経済が活性化している。							
数値目標	指標	基幹産業4分野における売上高						
	指標設定の理由	<p>半導体関連産業、航空機関連産業、造船関連産業、海洋エネルギー関連産業の製造業4分野は、本県の製造品出荷額1兆8,517億円のうち、約5割（9,587億円）を占める本県の基幹産業であり、かつ、カーボンニュートラル社会の実現に向けて、今後も市場の成長が見込まれる分野である。これら4分野において、本県の強みである高い金属加工の技術や優秀な人材を活かし、県内サプライチェーンの強化を図ることで、県外需要を多く獲得し、その効果を県内に広く波及させることは、本県経済の活性化に寄与するものであることから、4分野の売上高を指標として設定するもの。</p>						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		9,587億円 (R5年)	11,870億円	12,862億円	14,055億円	15,222億円	16,512億円	16,512億円 (R12年)
	目標値の 設定根拠	<p>以下の4分野の数値目標（売上高）の合計値を設定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・半導体関連産業における売上高 ・航空機関連産業における売上高 ・造船関連産業における売上高 ・海洋エネルギー関連産業における売上高 						
指標 データの 参照元	統計名 など	<ul style="list-style-type: none"> ・半導体…経済構造実態調査、経済センサス ・航空機…企業振興課調査 ・造船…経済構造実態調査、経済センサス ・海洋…新エネルギー推進室調査 		データ 把握 時期	<ul style="list-style-type: none"> ・半導体…毎翌々年度秋頃 ・航空機…各企業の決算確定後 ・造船…毎翌々年度秋頃 ・海洋…毎年度当初 			

柱	3	しごと											
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する											
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興											
担当部局	産業労働部 企業振興課												
めざす姿	本県の基幹産業が国際市場で存在感を示し、県内企業が力強く成長することで、地域経済が活性化している。												
数値目標	指標	基幹産業4分野における雇用者数											
	指標設定の理由	<p>半導体関連産業、航空機関連産業、造船関連産業、海洋エネルギー関連産業の製造業4分野は、本県の製造業従業者数54,106人のうち、約3割（17,134人）を占める本県の基幹産業であり、かつ、カーボンニュートラル社会の実現に向けて、今後も市場の成長が見込まれる分野である。これら4分野において、本県の強みである高い金属加工の技術や優秀な人材を活かし、県内サプライチェーンの強化を図ることで、県外需要を多く獲得し、その効果を県内に広く波及させることは、本県経済の活性化に寄与するものであることから、4分野の雇用者数を指標として設定するもの。</p>											
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)					
		17,134人 (R5年)	17,961人	18,503人	19,068人	19,657人	20,273人	20,273人 (R12年)					
	目標値の設定根拠	<p>以下の4分野の数値目標（雇用者数）の合計値を設定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・半導体関連産業における雇用者数 ・航空機関連産業における雇用者数 ・造船関連産業における雇用者数 ・海洋エネルギー関連産業における雇用者数 											
指標データの参照元	統計名など	<ul style="list-style-type: none"> ・半導体…経済構造実態調査、経済センサス ・航空機…企業振興課調査 ・造船…経済構造実態調査、経済センサス ・海洋…新エネルギー推進室調査 		データ把握時期	<ul style="list-style-type: none"> ・半導体…毎翌々年度秋頃 ・航空機…各企業の決算確定後 ・造船…毎翌々年度秋頃 ・海洋…毎年度当初 								

施策

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
めざす姿		本県の基幹産業が国際市場で存在感を示し、県内企業が力強く成長することで、地域経済が活性化している。					
数値目標	指標	県内製造業の従業員1人あたり付加価値額					
	指標設定の理由	人口減少や少子高齢化、東京一極集中など、人口構造・社会経済情勢が大きく変化する中、製造業においては、カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興などの取組を通じて、企業の労働生産性を高め、付加価値の高い製品を製造することで、企業の競争力を高めることが必要であることから、従業員1人あたり付加価値額を指標として設定するもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		13,477千円 (R5年)	14,316千円	14,596千円	14,876千円	15,156千円	15,434千円
	目標値の設定根拠	基幹産業4分野の雇用者数及び付加価値額については、令和12年度の目標値を基に算出し、他の製造業については、現総合計画と同様に5%増を目指すこととして、製造業全体の目標値を設定。					
指標データの参照元	統計名など	経済構造実態調査（総務省・経済産業省）、経済センサス（総務省・経済産業省）			データ把握時期	毎翌々年度秋頃	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	1	半導体関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	半導体関連産業における売上高					
	指標設定の理由	半導体関連産業の振興の成果を測る指標としては、他の各基幹産業の指標と同様に、売上高と雇用者数とすることが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		4,791億円 (R5年)	6,971億円	7,668億円	8,435億円	9,278億円	10,206億円
	目標値の設定根拠	過去6年間の世界の伸び率である年5%をベースとし、国が目標としている半導体産業の伸び率年1.5倍を乗じた年7.5%に、県内の活発な投資状況や、現在開発を計画している東彼杵工業団地への半導体関連企業の進出による効果などを考慮して年10%と設定（算定のベースは現総合計画の最終年度の目標値であるR7年度6,337億円）。					
指標データの参照元	統計名など	経済構造実態調査（総務省・経済産業省）、経済センサス（総務省・経済産業省）			データ把握時期	毎翌々年度秋頃	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	1	半導体関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	半導体関連産業における雇用者数					
	指標設定の理由	半導体関連産業の振興の成果を測る指標としては、他の各基幹産業の指標と同様に、売上高と雇用者数とすることが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		7,077人 (R5年)	7,289人	7,654人	8,036人	8,438人	8,860人
	目標値の設定根拠	これまでの実績や現総合計画の目標値をもとに、年5%と設定。					
指標データの参照元	統計名など	経済構造実態調査（総務省・経済産業省）、経済センサス（総務省・経済産業省）			データ把握時期	翌年度秋頃	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	2	航空機関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	航空機関連産業における売上高					
	指標設定の理由	航空機関連産業の振興の成果を測る指標としては、他の各基幹産業の指標と同様に、売上高と雇用者数とすることが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		176億円 (R5年)	295億円	340億円	385億円	429億円	473億円
	目標値の設定根拠	民間の調査会社の航空機エンジン市場成長予測によると、売上高は約7%増と予測されており、現計画の売上高の伸び（毎年42億円増）に7%増とする毎年45億円を増とする目標値を設定。					
指標データの参照元	統計名など	航空機エンジン市場成長予測 航空機関連企業への聞き取り（企業振興課）		データ把握時期	各企業の決算確定後		

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	2	航空機関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	航空機関連産業における雇用者数					
	指標設定の理由	航空機関連産業の振興の成果を測る指標としては、他の各基幹産業の指標と同様に、売上高と雇用者数とすることが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		708人 (R5年)	935人	993人	1,055人	1,120人	1,190人
	目標値の設定根拠	県内の航空機産業関連企業のうち、大企業を除いた中小企業のみの増加割合は、直近の3年間（R2～R5）で年6.2%であり、今後の5年間も同じ割合で増加することを想定して、毎年の増加割合を6.2%とする目標値を設定。					
指標データの参照元	統計名など	航空機関連企業への聞き取り（企業振興課）			データ把握時期	各企業の決算確定後	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	3	造船関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	造船関連産業における売上高					
	指標設定の理由	本県の造船関連産業の振興の成果を測る指標としては、他の各基幹産業の指標と同様に、売上高と雇用者数とすることが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		4,571億円 (R5年)	4,581億円	4,810億円	5,051億円	5,303億円	5,569億円
	目標値の設定根拠	次期総合計画期間中に、過去最高であった5,500億円（H22）を超える規模への成長を遂げ、国内の造船関連産業のトップランナーとなることを目指す。					
指標データの参照元	統計名など	経済構造実態調査（総務省・経済産業省）、経済センサス（総務省・経済産業省）			データ把握時期	毎翌々年度秋頃	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	3	造船関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	造船関連産業における雇用者数					
	指標設定の理由	本県の造船関連産業の振興の成果を測る指標としては、他の各基幹産業の指標と同様に、売上高と雇用者数とすることが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		9,009人 (R5年)	9,322人	9,416人	9,512人	9,609人	9,708人
	目標値の設定根拠	本県における過去の実績や業界における就労者の状況、県内企業へのヒアリング結果等を参考に、年1%程度の増と設定。					
指標データの参照元	統計名など	経済構造実態調査（総務省・経済産業省）、経済センサス（総務省・経済産業省）			データ把握時期	毎翌々年度秋頃	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	4	海洋エネルギー関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 新エネルギー推進室					
数値目標	指標	海洋エネルギー関連産業における売上高					
	指標設定の理由	浮体式洋上風力などの海洋エネルギーを中心とする海洋エネルギー関連産業への県内企業の参入支援による効果を測るために、県内企業の当該事業における売上高や、当該事業に従事した雇用者数を指標として設定することが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		49億円 (R5年)	23億円	44億円	184億円	212億円	264億円
	最終目標 (目標年)	264億円 (R12年)					
	目標値の 設定根拠	県内企業等からのヒアリング結果や過去の国内類似実績を基に設定。 県内企業の新規参入や受注獲得を後押しすることで、全国に先駆けたサプライチェーンを構築する。					
指標 データの 参照元	統計名 など	独自調査（新エネルギー推進室）			データ 把握 時期	毎年度当初	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	1	カーボンニュートラル社会に向けた基幹産業の振興					
事業群	4	海洋エネルギー関連産業の振興					
担当部局		産業労働部 新エネルギー推進室					
数値目標	指標	海洋エネルギー関連産業における雇用者数					
	指標設定の理由	浮体式洋上風力などの海洋エネルギーを中心とする海洋エネルギー関連産業への県内企業の参入支援による効果を測るために、県内企業の当該事業における売上高や、当該事業に従事した雇用者数を指標として設定することが適切である。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		340人 (R5年)	415人	440人	465人	490人	515人
	目標値の設定根拠	県内企業等からのヒアリング結果や過去の国内類似実績を基に設定。 県内企業の新規参入や受注獲得を後押しすることで、全国に先駆けたサプライチェーンを構築する。					
指標データの参照元	統計名など	独自調査（新エネルギー推進室）			データ把握時期	毎年度当初	

施策

柱	3	しごと										
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する										
施策	2	中小・小規模事業者の支援を通じた地域産業の持続的発展										
担当部局	産業労働部 新産業推進課											
めざす姿			中小・小規模事業者等の稼ぐ力が向上し、地域経済が活性化している。									
数値目標	指標	県内サービス産業の総生産額										
	指標設定の理由	人口減少や少子高齢化が進展する中、全産業の中で事業所数や付加価値額の占める割合が大きいサービス産業分野において、中小・小規模事業者の生産性向上や取引拡大等を促進することで、本県経済を活性化につなげるため、本指標を設定するもの。										
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12					
		18,491億円 (R4年度)	19,480億円	19,596億円	19,712億円	19,828億円	19,945億円					
	目標値の設定根拠	本県サービス産業のデジタル化や国内外の市場からの需要獲得を支援することにより、コロナ禍以前の成長を維持することに加え、更なる発展を図るため、本目標を設定した。										
指標データの参照元	統計名など	県民経済計算（内閣府）			データ把握時期	毎翌々年度3月頃						

施策

柱	3	しごと										
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する										
施策	2	中小・小規模事業者の支援を通じた地域産業の持続的発展										
担当部局	産業労働部 経営支援課											
めざす姿			中小・小規模事業者等の稼ぐ力が向上し、地域経済が活性化している。									
数値目標	指標	小規模事業者等の従業者1人あたり売上高の順位										
	指標設定の理由	人口減少による市場の縮小や生産、投資コストが増加する中において、地域経済を活性化させるためには、本県の99%を占める中小・小規模事業者の稼ぐ力を底上げし生産性向上を促進させていくことが必要であることから、本指標を設定するもの。										
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12					
		九州3位 (R5年)	九州3位	九州3位	九州2位	九州2位	九州1位 (R12年)					
	目標値の設定根拠	令和5年の順位について、本県は九州3位となっている。本施策を推進し、令和12年に九州1位になることを目指す。										
指標データの参照元	統計名など	個人企業経済調査（総務省）			データ把握時期	毎翌々年3月頃						

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	2	中小・小規模事業者の支援を通じた地域産業の持続的発展					
事業群	1	地域経済を支える中小・小規模事業者支援					
担当部局		産業労働部 経営支援課					
数値目標	指標	商工会及び商工会議所による事業者の指導件数					
	指標設定の理由	事業者の有する課題が多様化・複雑化していることへの対応として、商工団体の体制を強化した上で、巡回等による経営指導など、push型の支援を強化することとしており、その成果を測るために、商工会及び商工会議所による事業者の指導件数を指標として設定することが適切であるため。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		85,480件 (R5年度)	95,000件	100,000件	100,000件	100,000件	100,000件 (R12年度)
	目標値の設定根拠	商工団体の体制強化や指導力向上への支援による増加を見込み、最終目標値を10万件に設定した。					
指標データの参照元	統計名など	商工会及び商工会議所からの報告（経営支援課）			データ把握時期	毎翌年度5月頃	

施策

柱	3	しごと											
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する											
施策	3	若者をはじめ、幅広い世代に魅力的な企業誘致の推進											
担当部局	産業労働部 企業振興課												
めざす姿	企業誘致により、一人ひとりの能力を活かせる仕事や多様な働き方が選択できる仕事など、良質な雇用の場が創出されている。												
数値目標	指標	誘致企業による雇用計画数（累計）											
	指標設定の理由	世界的な市場拡大が見込まれる半導体や航空機などの成長分野の企業や、多様な雇用の場の創出が期待できるオフィス系企業の誘致を図り、一人ひとりの能力を活かせる仕事や、多様な働き方が選択できる仕事など、良質な雇用の場を創出するため、誘致企業による雇用計画数を指標として設定するもの。											
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12						
		389人 (R2～R6年度平均)	400人	800人	1,200人	1,600人	2,000人 (R12年度)						
	目標値の設定根拠	人口減少やAIなどの技術革新といった事業環境の変化等を踏まえ、より付加価値の高い「県内企業への発注が期待できるアンカー企業など、地場企業と連携できる成長産業の製造業」、「若者に魅力的で高い所得水準が見込める情報関連や製造業の設計・研究開発分野」、「本県のBCP対策に適した特性を活かし、本社機能の移転等を伴う金融・保険・関連」等の誘致に注力することとし、これらの過去の誘致企業による雇用計画数を基準値として目標値を設定した。											
指標データの参照元	統計名など	企業誘致実績（企業振興課）			データ把握時期	毎翌年4月							

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	3	若者をはじめ、幅広い世代に魅力的な企業誘致の推進					
事業群	1	若者の能力を活かせる仕事や多様な働き方が選択できる良質な雇用の場の創出に向けた企業誘致の推進					
担当部局		産業労働部 企業振興課					
数値目標	指標	県が支援して完成した工業団地件数（累計）					
	指標設定の理由	九州において、大規模な半導体関連企業等成長産業の投資が相次いでいる中、他県等との競争を勝ち抜き、企業の立地を実現するには、企業ニーズに適う工業団地の整備に取り組むことが重要。現在、本県の工業団地は不足している状況のため、県が支援した工業団地件数を指標として設定するもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		3件 (R2～R6年度累計)	—	—	—	—	—
	目標値の設定根拠	製造業の企業誘致を促進するため、県が市町等を支援し、工業団地の整備を図っていく。過去5年間で累計3件の工業団地が完成したが、今後5年間ではそれを上回る5件の工業団地の完成を目指す。					
指標データの参照元	統計名など	県が支援して完成した工業団地件数（企業振興課）			データ把握時期	毎翌年4月	

施策

柱	3	しごと											
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する											
施策	4	スタートアップの創出と成長支援											
担当部局	産業労働部 新産業推進課												
めざす姿	スタートアップ拠点として認知され、新たなビジネスが次々と創出されている。												
数値目標	指標	投資家等からの資金調達件数（累計）											
	指標設定の理由	スタートアップにおける投資家等からの資金調達の達成は、商品・サービスの市場性やビジネスモデルに関する評価を示すものであるあり、スタートアップの創出・成長を表す指標として適切である。											
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12						
		5件 (R6年度)	7件	14件	22件	30件	40件 (R12年度)						
	目標値の設定根拠	<p>県内スタートアップの創出増及び県外からの有望なスタートアップを着実に誘致することにより、資金調達件数が増加する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和6年度実績5件のうち、県外から誘致したスタートアップによるものが3件、県内で創出されたスタートアップによるものが2件 ・県外スタートアップについては、誘致の目標件数を年5件としており、毎年その5社全てが資金調達に成功することを目指す ・県内スタートアップについては、県内全域でのワークショップの開催などによる創出数の拡大に応じ、資金調達件数も増加させたい 											
指標データの参照元	統計名など	企業ヒアリング（新産業推進課）			データ把握時期	毎翌年度4月頃							

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	4	スタートアップの創出と成長支援					
事業群	1	成長を目指すスタートアップの創出・誘致					
担当部局		産業労働部 新産業推進課					
数値目標	指標	スタートアップの創出・誘致件数（累計）					
	指標設定の理由	スタートアップの創出・誘致件数を増加させ、集積を図ることで、本県がスタートアップ拠点であるとの認知度向上に繋がる。さらに、ミライ企業Nagasakiなど資金調達のための投資家等とのマッチングイベントへの応募者の増加が、県内スタートアップのレベルアップにつながり、資金調達の成功や売上拡大による成長等が促進されるため。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		9件 (R6年度)	14件	29件	45件	62件	80件 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>県内のスタートアップ数が一定増加することで、本県がスタートアップ拠点であるとの認知が進むこと、さらに創出から成長までの一貫支援の対象となる母数の確保に繋がることから、以下の根拠で設定するもの。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現行計画では、スタートアップの創出・誘致件数の目標値を年8件と設定。 (R6年度のスタートアップの創出・誘致件数実績は、9件) ・R8年度以降は、県外スタートアップの誘致等を強化し、5年間で80件を目標とする。 					
指標データの参照元	統計名など	企業ヒアリング（新産業推進課）			データ把握時期	毎翌年度4月頃	

施策

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保					
担当部局		産業労働部 未来人材課					
めざす姿		地域産業に関心を持つ優秀な人材が育ち、県内外の若者が県内企業の魅力を認識し、就職・活躍している。					
数値目標	指標	県外大学生のUターン就職者数					
	指標設定の理由	地域の産業を支える人材確保に向けて、長崎県出身者のUターン就職や、県外出身者のIターン就職の促進が重要であることから、県外大学生のUターン就職者数を指標として設定する。現在の福岡・首都圏に、九州・山口、関西圏を追加し、対象地域を拡大。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		638人 (R5年度)	700人 以上	700人 以上	700人 以上	700人 以上	700人以上 (R12年度)
	目標値の設定根拠	本県からの進学者がもっとも多い福岡県からのUターン就職の取組を強化し、現在の就職率25%から30%に引き上げた就職者数700人以上を計画期間中、毎年度維持することを目標値に設定。					
指標データの参照元	統計名など	独自調査（未来人材課）			データ把握時期	毎年8月頃	

施策

柱	3	しごと										
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する										
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保										
担当部局	産業労働部 未来人材課											
めざす姿	地域産業に関心を持つ優秀な人材が育ち、県内外の若者が県内企業の魅力を認識し、就職・活躍している。											
数値目標	指標	県内大学生の県内就職率										
	指標設定の理由	地域の産業を支える人材確保に向けて、県内大学生の県内就職を促進することが必要なため、大学生の就職者に対する県内企業への就職率を指標として設定するもの。										
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12					
		40.4% (R5年度)	45.0% 以上	45.0% 以上	45.0% 以上	45.0% 以上	45%以上 (R12年度)					
	目標値の設定根拠	各大学の過去5か年の最大値を集計した県内就職率45.0%以上を計画期間中、毎年度維持することを目標値に設定。										
指標データの参照元	統計名など	独自調査（未来人材課）			データ把握時期	毎年5月頃						

施策

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保					
担当部局		産業労働部 未来人材課					
めざす姿		地域産業に関心を持つ優秀な人材が育ち、県内外の若者が県内企業の魅力を認識し、就職・活躍している。					
数値目標	指標	県内高校生の県内就職率					
	指標設定の理由	地域の産業を支える人材確保に向けて、県内高校生の県内就職を促進することが必要なため、高校生の就職者に対する県内企業への就職率を指標として設定するもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		68.5% (R5年度)	70.0% 以上	70.0% 以上	70.0% 以上	70.0% 以上	70%以上 (R12年度)
	目標値の設定根拠	基準年（R5年度）と同様の県内就職者数を計画期間中、毎年度確保できる県内就職率を目標値に設定。					
指標データの参照元	統計名など	学校基本調査（文部科学省）			データ把握時期	速報値（毎年8月）、確定値（毎年12月）	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保					
事業群	1	県外大学生のUIターン就職の促進・支援					
担当部局		産業労働部 未来人材課					
数値目標	指標	県外大学生向けの就職相談会・企業交流会等の参加人数					
	指標設定の理由	県外大学生のUIターン就職を促進するためには、県外大学の就職課職員や学生に県内企業を知つてもらい、双方の交流機会を創出・拡大することが重要であることから、就職相談会や企業交流会、企業見学ツアーなどUIターンイベントへの参加人数を指標として設定するもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		901人 (R6年度)	900人	920人	940人	960人	1,000人 以上 (R12年度)
	目標値の 設定根拠	全国的な人材不足により人材獲得競争が激化する中、これまで以上に学生のニーズやトレンドを踏まえたUIターンイベントとなるよう工夫を凝らすことにより、過去実績と同水準以上の高いイベント参加者数を目標値に設定する。					
指標 データの 参照元	統計名 など	独自調査（未来人材課）			データ 把握 時期	毎年度末	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保					
事業群	2	県内大学生の県内就職の促進・支援					
担当部局		産業労働部 未来人材課					
数値目標	指標	インターンシップや企業交流会等の参加人数					
	指標設定の理由	県内大学生の県内就職を促進するためには、企業の魅力を学生に伝える機会を創出し、学生の興味や関心等を高めることが必要であるため、インターンシップや学生と県内企業の交流会等の取組を促進し、その参加人数を指標に設定するもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		1,798人 (R6年度)	1,840人	1,880人	1,920人	1,960人	2,000人 以上 (R12年度)
	目標値の 設定根拠	県が行う県内企業等のインターンシップ受入れや大学講義枠の活用及び学生と県内企業の大型イベント等、学生と県内企業の交流会等に多くの学生に参加してもらうことが必要であるため、特にインターンシップの参加者を令和6年度の352人から毎年40人ずつ増加させ成果指標の達成に寄与する。					
指標 データの 参照元	統計名 など	独自調査（未来人材課）			データ 把握 時期	毎年度末	

事業群

柱	3	しごと						
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する						
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保						
事業群	3	高校生の県内就職の促進・支援						
担当部局		産業労働部 未来人材課						
数値目標	指標	県内高校3年生の県内就職希望率						
	指標設定の理由	毎年6月下旬に長崎労働局が公表する県内高校3年生の就職希望調査において、県内就職希望率が高い年度は、県内就職率の実績も高くなる傾向があるため、指標として設定するもの。						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		53.7% (R7年度)	55.0% 以上	55.0% 以上	55.0% 以上	55.0% 以上	55.0% 以上	55%以上 (R12年度)
	目標値の設定根拠	県内就職希望率が、55.0%以上だった令和3年度は、県内就職率の実績が72.1%と過去最も高かったため、この目標値を設定。						
指標データの参照元	統計名など	県内高校3年生の就職希望について（長崎労働局）			データ把握時期	毎年6月下旬		

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保					
事業群	4	高等技術専門校における人材育成					
担当部局		産業労働部 雇用労働政策課					
数値目標	指標	高等技術専門校の普通課程修了生の県内就職率					
	指標設定の理由	県の職業訓練の根幹である高等技術専門校において、持続的に技能者・技術者を育成し、県内産業を支える即戦力として、県内企業に安定的に輩出し続けることが重要であることから、指標として設定するもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		97.7% (R2～R6年度平均)	97.7%	97.7%	97.7%	97.7%	97.7%
	目標値の設定根拠	県内地場企業のニーズに合った人材を安定的に育成・輩出し、修了生の生活基盤の確立及び本県の地域経済を下支えするため、過去5年間の平均県内就職率とする。					
指標データの参照元	統計名など	独自調査（雇用労働政策課）			データ把握時期	毎年度末	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	5	地域を支える企業の人材育成・確保					
事業群	5	地域に貢献し選ばれる県立大学づくり					
担当部局		総務部 学事振興課					
数値目標	指標	県立大学が中心となって、地域に根差した実践的教育の充実と企業等が求める人材輩出、県内企業等の支援を行う取組に協力する県内事業所数（累計）					
	指標設定の理由	<p>地域を支える人材を確保するため、より多くの県内企業等との新たな関係を構築しながら、産業界が求める人材を育成するとともに、県内企業等の成長を支援することが重要であることから、県立大学が中心となって実施する次の取組に連携協力する県内事業所数を指標として設定するもの。</p> <p>具体的な取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ① PBL（課題解決型学習）等を通じた実践的教育の実施 ② 次世代経営者育成やマネジメント向上研修の実施 ③ 県内の地域課題の解決に資する共同研究・受託研究の実施 					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		0事業所 (R7年度)	30事業所	75事業所	135事業所	210事業所	300事業所 (R12年度)
	目標値の設定根拠	令和6年度において県立大学の授業として実施したインターンシップの受入先数は180事業所であり、平成31年3月以降、県立大学卒業生の採用実績のある企業等は283社であることを踏まえて、連携協力する県内事業所数の最終目標を300事業所（累計）とする。					
指標データの参照元	統計名など	独自調査（長崎県立大学）			データ把握時期	随時	

施策

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	6	地域の産業を共に支える外国人材の受入れ・定着の推進					
担当部局	産業労働部 未来人材課						
めざす姿	外国人材の方々が、産業を支える担い手として、いきいきと働き、本県が外国人に選ばれる県となっている。						
数値目標	指標	県内の外国人労働者数					
	指標設定の理由	労働力人口が減少し、人材不足が課題となる中、本県産業を支える担い手を確保するため、外国人材の受入促進が重要であることから、外国人労働者数を指標に設定する。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		11,096人 (R6年度)	15,300人	16,600人	16,700人	18,500人	19,100人
	目標値の設定根拠	外国人労働者数の推移（過去のトレンド）に基づき推計。					
指標データの参照元	統計名など	外国人雇用状況（長崎労働局）			データ把握時期	毎年1月末	

事業群

柱	3	しごと					
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する					
施策	6	地域の産業を共に支える外国人材の受入れ・定着の推進					
事業群	1	外国人材の地域における活躍					
担当部局		産業労働部 未来人材課					
数値目標	指標	外国人労働者を雇用する県内の事業所数					
	指標設定の理由	<p>労働力人口が減少し、人材不足が課題となる中、本県産業を支える担い手を確保するため、事業者に対する相談窓口の設置や理解促進を図るセミナー開催のほか、外国人材の受入環境整備等への支援を進めることとしている。</p> <p>このため、これらの取組を通じて、外国人材を雇用する事業所数の増加を目指すことが、外国人労働者数の増加に寄与することから、事業所数を指標として設定する。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		2,079事業所 (R6年度)	2,500 事業所	2,700 事業所	2,900 事業所	3,200 事業所	3,400 事業所 (R12年度)
	目標値の設定根拠	外国人労働者を雇用する県内の事業所数の推移（過去のトレンド）に基づき推計。					
指標データの参照元	統計名など	外国人雇用状況（長崎労働局）			データ把握時期	毎年1月末	

施策

柱	3	しごと										
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する										
施策	7	県産品のブランド力向上と付加価値の高い販路の拡大										
担当部局	文化観光国際部 物産ブランド推進課											
めざす姿	国内外において県産品の認知度が向上し、幅広い広報媒体に取り上げられ、消費者が県産品を手に取る機会が増えている。											
数値目標	指標	食品想起率の全国ランキング（順位）										
	指標設定の理由	<p>「食品想起率」は、消費者が各地で購入したい食品や飲食したい食事メニューをどれだけ思い浮かべやすいかを示す指標であり、ランキング上位であることは「高い認知度」と同義といえることから指標として設定するもの。</p> <p>食品想起率の全国ランキングで上位に入る県産品は、話題性や人気の高さから広報媒体に取り上げられやすく、バイヤー等にも「売れる商品」として認識されやすいほか、ランキング上位という客観的評価は県産品の人気や品質の高さを示しており、これを広報に活用することで訴求力が強化される。</p> <p>さらには、想起率の高い商品は消費者の選択肢に入りやすく、海外展開においても「国内で人気・信頼のある商品」として効果的に訴求できる。</p> <p>本指標は、ブランド総合研究所による『地域ブランド調査』の結果を活用している。</p>										
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12					
		13位 (R6年)	9位	8位	7位	6位	5位 (R12年)					
	目標値の設定根拠	<p>ベスト5に入ることで、その都道府県の食品や特産品は「全国的に知られている」「人気がある」というブランドイメージが強まり、他地域との差別化を図ることが可能となる。</p> <p>ベスト5に入ること自体がニュース性を持つため、報道やSNSなどに取り上げられやすくなり、自治体や企業による広報・広告の説得力も高まる。</p> <p>さらに、ベスト5入りは地元商品への支持を高め、地域内消費の促進や企業の士気向上、人材定着にも良い影響を与えることから、県民の間にシビックプライドを育む効果も期待される。</p> <p>上記の効果を踏まえて、令和8年度に9位を目指し、その後毎年度1位ずつ順位を上げることで令和12年度にベスト5入り（5位）を目標とする。</p> <p>※参考：令和6年 順位 1位：北海道 2位：大阪府 3位：広島県 4位：福岡県 5位：沖縄県</p>										
指標データの参照元	統計名など	地域ブランド調査（ブランド総合研究所）			データ把握時期	毎年秋頃						

事業群

柱	3	しごと																																																
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する																																																
施策	7	県産品のブランド力向上と付加価値の高い販路の拡大																																																
事業群	1	県産品の認知度向上																																																
担当部局		文化観光国際部 物産ブランド推進課																																																
数値目標	指標	情報発信拠点「日本橋 長崎館」の来館者数																																																
	指標設定の理由	<p>県産品の認知度向上と販路拡大を図るために、百貨店等での「長崎フェア」の開催に加え、首都圏における情報発信の拠点である「日本橋 長崎館」において本県の魅力を総合的に発信している。まずは多くの方に「日本橋 長崎館」を訪れていただき、本県の情報に触れていただくことが重要である。</p> <p>来館者数は「実際に足を運んだ人の数」という具体的な行動データであり、情報発信の成果を測るうえで有効な定量指標であることから、「情報発信拠点「日本橋 長崎館」の来館者数」を指標とすることが適切である。</p>																																																
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12																																											
		34.5万人 (R6年度)	36.9万人	38.3万人	39.6万人	41.0万人	42.5万人 (R12年度)																																											
	目標値の設定根拠	<p>「日本橋 長崎館」を訪れる方が増えることで、本県の情報に触れる機会が広がり、県産品の認知度向上等に寄与すると考える。また、館内の観光案内機能を通じて長崎の魅力を伝えることで本県への誘客にも繋がっている。</p> <p>目標値は、東京都が試算した観光客数等実態調査等及びリニューアル効果を用いて算出している。</p> <p>※算出方法</p> <p>●観光客数等実態調査等</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>R8</th><th>R9</th><th>R10</th><th>R11</th><th>R12</th><th>(万人)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本橋長崎館来館者数</td><td>36.5</td><td>37.5</td><td>38.4</td><td>39.4</td><td>40.5</td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>●リニューアル効果</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>R8</th><th>R9</th><th>R10</th><th>R11</th><th>R12</th><th>(万人)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本橋長崎館来館者数</td><td>0.4</td><td>0.8</td><td>1.2</td><td>1.6</td><td>2.0</td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>●合計</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>R8</th><th>R9</th><th>R10</th><th>R11</th><th>R12</th><th>(万人)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本橋長崎館来館者数</td><td>36.9</td><td>38.3</td><td>39.6</td><td>41.0</td><td>42.5</td><td></td></tr> </tbody> </table>	年度	R8	R9	R10	R11	R12	(万人)	日本橋長崎館来館者数	36.5	37.5	38.4	39.4	40.5		年度	R8	R9	R10	R11	R12	(万人)	日本橋長崎館来館者数	0.4	0.8	1.2	1.6	2.0		年度	R8	R9	R10	R11	R12	(万人)	日本橋長崎館来館者数	36.9	38.3	39.6	41.0	42.5							
年度	R8	R9	R10	R11	R12	(万人)																																												
日本橋長崎館来館者数	36.5	37.5	38.4	39.4	40.5																																													
年度	R8	R9	R10	R11	R12	(万人)																																												
日本橋長崎館来館者数	0.4	0.8	1.2	1.6	2.0																																													
年度	R8	R9	R10	R11	R12	(万人)																																												
日本橋長崎館来館者数	36.9	38.3	39.6	41.0	42.5																																													
指標データの参照元	統計名など	日本橋長崎館運営実績（物産ブランド推進課）			データ把握時期	毎年4月初旬																																												

柱	3	しごと																																																																			
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する																																																																			
施策	7	県産品のブランド力向上と付加価値の高い販路の拡大																																																																			
事業群	1	県産品の認知度向上																																																																			
担当部局		文化観光国際部 物産ブランド推進課																																																																			
数値目標	指標	県公式ECサイトの売上額																																																																			
	指標設定の理由	県産品の認知度向上と販路拡大を図るため、デジタルツールを活用した情報発信を強化している。 ECサイトの売上額は具体的な実績データであり、情報発信が購買行動に繋がった成果を測るうえで有効な定量指標であることから、「情報発信拠点「県公式ECサイトの売上額」を指標とすることが適切である。																																																																			
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12																																																														
		—	2,700万円	3,300万円	4,000万円	4,300万円	5,200万円 (R12年度)																																																														
	目標値の設定根拠	ECサイトの訪問経路は①EC内のデジタル広告②Webサイト③Instagram④自然流入の4つ。 デジタルマーケティングにより、情報発信の効果検証、最適化を図り各経路での訪問率をそれぞれ上昇させることによってECサイトの新規訪問者の増加を図り、あわせて、長崎県産品に関心を寄せる層のリピート訪問を増やすことで購入率を上げていき、売上げを拡大していく。 ※算出方法 ECサイトの売上額 = ① + ② ①訪問者数 × 新規購入者の割合 × 新規購入者の客単価 × 新規購入率 ②訪問者数 × リピーターの割合 × リピーターの客単価 × リピーター購入率 «R12年度の場合» ① + ② = 52,003千円 新規訪問者① 367,000人 × 60% × 1.65% × ¥3,000 = 10,899千円 リピーター ② 367,000人 × 40% × 7.00% × ¥4,000 = 41,104千円																																																																			
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>□</th><th>R7□</th><th>R8□</th><th>R9□</th><th>R10□</th><th>R11□</th><th>R12□</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>総売上(万円)□</td><td>600</td><td>2,700</td><td>3,300</td><td>4,000</td><td>4,300</td><td>5,200</td></tr> <tr> <td>EC訪問者(人)□</td><td>170,000</td><td>345,000</td><td>352,000</td><td>356,000</td><td>362,000</td><td>367,000</td></tr> <tr> <td>新規購入率(%)□</td><td>1.25</td><td>1.30</td><td>1.35</td><td>1.45</td><td>1.55</td><td>1.65</td></tr> <tr> <td>リピーター購入率(%)□</td><td>0.00</td><td>5.00</td><td>5.50</td><td>6.00</td><td>6.50</td><td>7.00</td></tr> <tr> <td>新規購入単価□</td><td>¥3,000</td><td>¥3,000</td><td>¥3,000</td><td>¥3,000</td><td>¥3,000</td><td>¥3,000</td></tr> <tr> <td>リピーター購入単価□</td><td>¥0</td><td>¥3500</td><td>¥4,000</td><td>¥4,000</td><td>¥4,000</td><td>¥4,000</td></tr> <tr> <td>新規訪問率□</td><td>100%</td><td>70%</td><td>70%</td><td>65%</td><td>65%</td><td>60%</td></tr> <tr> <td>リピーター訪問率□</td><td>0%</td><td>30%</td><td>30%</td><td>35%</td><td>35%</td><td>40%</td></tr> </tbody> </table>						□	R7□	R8□	R9□	R10□	R11□	R12□	総売上(万円)□	600	2,700	3,300	4,000	4,300	5,200	EC訪問者(人)□	170,000	345,000	352,000	356,000	362,000	367,000	新規購入率(%)□	1.25	1.30	1.35	1.45	1.55	1.65	リピーター購入率(%)□	0.00	5.00	5.50	6.00	6.50	7.00	新規購入単価□	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥3,000	リピーター購入単価□	¥0	¥3500	¥4,000	¥4,000	¥4,000	¥4,000	新規訪問率□	100%	70%	70%	65%	65%	60%	リピーター訪問率□	0%	30%	30%	35%	35%
□	R7□	R8□	R9□	R10□	R11□	R12□																																																															
総売上(万円)□	600	2,700	3,300	4,000	4,300	5,200																																																															
EC訪問者(人)□	170,000	345,000	352,000	356,000	362,000	367,000																																																															
新規購入率(%)□	1.25	1.30	1.35	1.45	1.55	1.65																																																															
リピーター購入率(%)□	0.00	5.00	5.50	6.00	6.50	7.00																																																															
新規購入単価□	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥3,000																																																															
リピーター購入単価□	¥0	¥3500	¥4,000	¥4,000	¥4,000	¥4,000																																																															
新規訪問率□	100%	70%	70%	65%	65%	60%																																																															
リピーター訪問率□	0%	30%	30%	35%	35%	40%																																																															
指標データの参照元	統計名など	県公式ECサイト販売実績（物産ブランド推進課）		データ把握時期	毎年4月初旬																																																																

事業群

柱	3	しごと																																										
基本戦略	1	時代の変化に対応する力強い産業を創出する																																										
施策	7	県産品のブランド力向上と付加価値の高い販路の拡大																																										
事業群	2	海外に向けた県産品の販路拡大																																										
担当部局		文化観光国際部 物産ブランド推進課																																										
数値目標	指標	県産品（加工食品、陶磁器）の輸出額																																										
	指標設定の理由	<p>人口減少に伴う国内需要の減少に対し、海外市場の高い関心と需要を活用することで、売上の安定化やブランド価値の向上が期待できる。特にアジアや欧米市場での評価が高く、輸出拡大は地域経済の活性化にも寄与するため、輸出拡大に取り組むことは適切である。</p> <p>県産品の輸出拡大による海外需要の取り込みを図るため、海外での県産品ブランド化促進に取り組むことから、その成果としての輸出額を目標とした。（県が実施する輸出関係事業において支援の対象となった事業者を対象として、毎年度輸出額調査を実施し、KPIの達成状況を行う。）</p>																																										
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)																																				
		686百万円 (R5年度)	836百万円	886百万円	936百万円	986百万円	1,036百万円	1,036百万円 (R12年度)																																				
指標 データの 参照元	統計名 など	<p>基準値は直近である令和5年の県産品輸出額の実績値とし、令和6年以降は、令和5年の基準値をベースに、平成30年～令和5年の6カ年の年平均増加額50,427千円（≈50,000千円）（※）をそれぞれ増加した数値を目標値として設定。</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th><th>H30</th><th>R1</th><th>R2</th><th>R3</th><th>R4</th><th>R5</th><th>H30～R5 平均増加</th><th>単位：千円</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>中国、韓国 等その他</td><td>285,500</td><td>361,678</td><td>448,873</td><td>438,046</td><td>549,724</td><td>537,634</td><td>50,427</td><td>50,427 調整なし</td></tr> <tr> <td>香港</td><td>75,503</td><td>60,230</td><td>46,655</td><td>62,918</td><td>70,031</td><td>148,253</td><td>14,550</td><td>0 R5の金額を 現状維持で算定</td></tr> <tr> <td>合計</td><td>361,003</td><td>421,908</td><td>495,528</td><td>500,964</td><td>619,755</td><td>685,887</td><td>64,977</td><td>50,427 ≈50,000千円</td></tr> </tbody> </table> <p>（※）香港居住者の消費パターンの変容に伴う景気悪化を踏まえ、平均増加額を据え置きに調整。</p>								H30	R1	R2	R3	R4	R5	H30～R5 平均増加	単位：千円	中国、韓国 等その他	285,500	361,678	448,873	438,046	549,724	537,634	50,427	50,427 調整なし	香港	75,503	60,230	46,655	62,918	70,031	148,253	14,550	0 R5の金額を 現状維持で算定	合計	361,003	421,908	495,528	500,964	619,755	685,887	64,977	50,427 ≈50,000千円
	H30	R1	R2	R3	R4	R5	H30～R5 平均増加	単位：千円																																				
中国、韓国 等その他	285,500	361,678	448,873	438,046	549,724	537,634	50,427	50,427 調整なし																																				
香港	75,503	60,230	46,655	62,918	70,031	148,253	14,550	0 R5の金額を 現状維持で算定																																				
合計	361,003	421,908	495,528	500,964	619,755	685,887	64,977	50,427 ≈50,000千円																																				
加工食品・陶磁器の輸出額 (県関与分)（物産ブランド推進課）			データ 把握 時期	毎年5月頃																																								