

人口減少対策 及び 情報発信強化について

1. 人口減少対策について

(1) 人口減少の現状(令和3年10月1日現在の人口推計) ※本年4月15日公表

・全国の人口は1億2,550万人

人口増減は対前年▲64万人で増減率は▲0.51%、前年より0.19ポイント悪化

・東京都が26年ぶりに人口減少に転じた。(R3 ▲0.27%、R2 +0.29%)

<長崎県について>

・本県の人口増減は対前年▲15,478人で増減率は▲1.18%

前年より0.07ポイント悪化

(自然増減)

・自然増減は対前年▲9,135人で増減率は▲0.70%、前年より0.08ポイント悪化

・自然増減は減少幅の拡大が続いており、コロナ禍での社会不安の影響などによる婚姻数の減少や、それに伴う出生児数の減少も懸念される。

(社会増減)

・社会増減は対前年▲6,343人で増減率は▲0.48%、前年より0.02ポイント悪化
社会減少率は全国で最も高い(3年連続)。

・近年、減少数は一定の抑制傾向が見られるものの依然厳しい状況

(男女別)

・男性の社会増減数は▲2,813人で、増減率は▲0.46%

・女性の社会増減数は▲3,530人で、増減率は▲0.51%

女性の方が男性よりも、減少率が高い

令和3年の長崎県の人口推計

単位：人、%

R3					R2		
区分	男女計				男女計		順位
		順位	男性	女性		順位	
人口	1,296,839	30	609,934	686,905	1,312,317	30	
人口増減	▲15,478	35	▲6,978	▲8,500	▲14,687	41	
自然増減	▲9,135	18	▲4,165	▲4,970	▲8,190	18	
社会増減	▲6,343	43	▲2,813	▲3,530	▲6,066	46	
人口増減率	▲1.18%	44	▲1.13%	▲1.22%	▲1.11%	42	
自然増減率	▲0.70%	33	▲0.68%	▲0.71%	▲0.62%	33	
社会増減率	▲0.48%	47	▲0.46%	▲0.51%	▲0.46%	47	

※増減数は、令和2年10月1日～令和3年9月30日の増減。

※増減率は、増減数を令和2年10月1日の総人口(国勢調査)で除したもの。

※令和2年10月1日時点の総人口は令和2年国勢調査の結果。

長崎県における自然増減の推移

単位：人

	H28	H29	H30	R1	R2	R3
出生児数	11,027	10,631	10,342	9,861	9,358	9,078
死亡者数	17,120	17,266	17,904	17,524	17,548	18,213
自然増減	△ 6,093	△ 6,635	△ 7,562	△ 7,663	△ 8,190	△ 9,135

出典：総務省「人口推計」

長崎県における社会動態の推移（男女計、日本人）

単位：人

	H28	H29	H30	R1	R2	R3
転入者数	27,450	27,389	27,191	26,253	23,621	21,667
転出者数	32,480	32,691	33,132	33,070	29,422	27,441
社会動態	△ 5,030	△ 5,302	△ 5,941	△ 6,817	△ 5,801	△ 5,774

※都道府県間の移動、出国、入国を合算したものを転入、転出としている

出典：総務省「人口推計」

(2) 県と市町が連携した人口減少対策の主な事例

《UIターン促進》

○相談体制・情報発信等の充実

県と21市町が協働で設置した「ながさき移住サポートセンター」を核として、市町と連携し、移住の検討段階から地域への定着まできめ細かな支援を実施

○関係人口の創出・拡大

リモートワーク受入環境の整備、都市部での情報発信や誘致活動、ワーケーションモデルプランづくり

《雇用の場の創出と若者の県内定着》

○良質な雇用の場の創出に向けた企業誘致の推進

新卒者やUIターン希望者など、若者に魅力ある良質な雇用の創出に向けて、戦略的・効果的な企業誘致を推進するため、工業団地整備をはじめ、市町と連携した立地環境整備を促進

○高校生・大学生の県内就職促進

県内就職情報や県内企業を知る機会を提供するなど、ふるさとの魅力や県内の企業の魅力を伝えることで県内就職に対する意識を醸成

《結婚、妊娠・出産、子育て支援》

○社会全体で応援する気運の醸成や支援のネットワーク強化

「ながさき結婚・子育て応援キャンペーン」の展開による気運の醸成や、地域や企業、地域づくり団体等によるネットワークを強化

○結婚の希望をかなえる環境づくり

会員制のデータマッチングシステムやグループ交流など気軽な出会いの場づくり等による、結婚を希望する独身男女のサポートや結婚に伴う新生活のスタートアップ支援

○妊娠・出産、子育てへの切れ目のない支援

子育て世代包括支援センターの設置等による妊娠期から子育て期までの包括的な支援や、保育の受け皿整備・保育人材の確保等による幼児教育・保育の充実等を推進

今後、充実・強化に向けて検討していく施策について

- コロナによる社会環境の変化(リモートワーク拡大、経済への影響等)も踏まえながら、県民の全世代の方々が、安心・継続して、豊かで温かい暮らしを営むことが出来るまちづくりを、市町と連携しながら進めていきたい。
- 社会減対策について、引き続き関連施策の充実・強化に取り組むとともに、特に、自然減対策については、近年の出生数減等による自然減拡大の動きに対し、これまで以上の危機意識を持って、市町とも共有、協議、連携しながら、安心して結婚、妊娠・出産、子育てができる環境の充実を目指していく。
- こうしたまちづくりや環境整備と併せて、「選ばれる長崎県」としての本県の魅力の発信を強化することで、子育て世代を始めとした、多くの若い方々を本県に呼び込み、社会減の抑制にもつなげていきたい。
- 加えて、出生率の増加を目指すものの、高齢化社会の更なる進展により、自然減の傾向、ひいては一定の人口減少は想定されることから、人口減少を想定したまちづくりにも着実に取り組んでいく必要がある。

(例)

- ・若者、女性、子育て世代等の思いや意見に基づいた施策構築
- ・子育て支援の充実等による自然減対策の強化
- ・UIターン対策の強化
- ・若者・女性がやりたい仕事、やりがいのある仕事の創出と人材確保
- ・若者・女性等が魅力を感じ選ばれる長崎県づくり

2. 「選ばれる長崎県」になるための情報発信の強化

- 全世代の方々が、安心・継続して、豊かで温かい暮らしを営むことができるまちづくりを進め、若者や女性を含めた多くの方々の本県への呼び込みを促進
- 本県は美しく豊かな自然や独自の文化・歴史など多くの魅力にあふれており、こうした資源を活かしながら県内外の方々から注目を集め、選ばれる長崎県へ
- そのため、知事自ら先頭に立って、本県の魅力を積極的に発信していきたい

今後、充実・強化に向けて検討していく施策について

(例)

- ・ブランディングやイメージづくりなどの戦略的な情報発信
- ・子育てにやさしいまちづくりなど本県の暮らしやすさのPR
- ・本県の認知度向上、誘客促進、販路拡大を図るため、各地域の歴史・文化や自然・食などの魅力をトップセールスにより県内外・海外へ情報発信
- ・離島をはじめ移住先として選ばれる各地域の魅力を知事自ら発信

3. その他