

事業群評価調書(令和5年度実施)

基本戦略名	2-2 交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む	事業群主管所属・課(室)長名	文化観光国際部 国際観光振興室	高橋 圭
施策名	3 アジアをはじめとした海外活力の取り込み	事業群関係課(室)		
事業群名	② 環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進	令和4年度事業費(千円)	※下記「2. 令和4年度取組実績」の事業費(R4実績)の合計額	196,085

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025 本文)		(取組項目)								
各市場の動向や感染症等環境の変化を踏まえた受入環境の整備や戦略的な情報発信の強化に取り組むとともに、クルーズ客船の誘致とそれに伴う周遊観光の促進、国際定期航空路線及びチャーター便の誘致に取り組み、インバウンド観光を推進します。		i) 東アジアをはじめ訪日旅行市場が拡大している東南アジアや欧米豪について、各市場の特性に応じた誘客を推進 ii) 市場分析に基づいた観光コンテンツの磨き上げや受入環境の整備、戦略的な情報発信の強化 iii) 感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致、周遊対策等経済的な効果を高める取組の推進 iv) 国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致								
事業群	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)	
	国際定期航空路線の利用者数	目標値①	/	30千人	80千人	100千人	150千人	200千人		200千人 (R7)
		実績値②	51千人 (R元)	0人	0人	/	/	/		進捗状況
		達成率②/①	/	0%	0%	/	/	/		遅れ
	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)		
	国内外のクルーズ客船入港数	目標値①	/	40隻	190隻	272隻	357隻	440隻		440隻 (R7)
実績値②		272隻 (R元)	4隻	11隻	/	/	/	進捗状況		
達成率②/①		/	10%	5%	/	/	/	遅れ		
その他関連指標	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	令和4年のクルーズ客船の入港については、新型コロナウイルス感染症の影響により、国際クルーズは運航を停止しており、国内クルーズは運休と運航再開を繰り返したことから、令和4年における本県へのクルーズ客船入港は国内クルーズの11隻に留まり、目標は未達成となった。 令和5年においては、国際クルーズの受け入れが令和5年3月に再開したため、関係市町と連携しながら、海外の船会社や関係する旅行会社への積極的なセールスを実施するとともに、船会社・旅行会社の本県における招聘視察や経済的な効果を高めるための県内広域周遊の促進などに積極的に取り組んでいく。 令和4年の外国人延べ宿泊者数は、令和4年6月に観光目的の入国が再開し、令和4年10月には入国時のビザ免除・個人旅行の解禁など大幅に水際対策が緩和されたことにより、対前年比では回復したものの、コロナ前と比較すると5割程度の回復に留まっており、目標は未達成となった。 令和5年5月には、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが5類に変更されたことに伴い、水際対策が終了したことから、重点市場である東アジアを中心に、航空会社と連携し、九州の玄関口である福岡からの誘客プロモーションにより、インバウンド需要の早期回復を図るとともに、Web・SNS等を活用した情報発信や訪日関心層に直接訴求するデジタルプロモーションを継続して実施するほか、アドベンチャー・ツーリズムなど富裕層・中間層に訴求する観光コンテンツの磨き上げや、個人旅行化を踏まえた着地型旅行商品の造成支援などの周遊対策に取り組んでいく。	
	外国人延べ宿泊者数	目標値①	/	99万人	106万人	112万人	119万人	125万人		125万人 (R7)
		実績値②	93万人 (H30)	7.4万人	11.4万人	/	/	/		進捗状況
		達成率②/①	/	7%	10%	/	/	/		遅れ

2. 令和4年度取組実績(令和5年度新規・補正事業は参考記載)

取組項目	中核事業	事業番号	事業事業名	事業費(単位:千円)			事業概要 令和4年度事業の実施状況 (令和5年度新規・補正事業は事業内容)	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)				令和4年度事業の成果等
				R3実績	うち 一般財源	人件費 (参考)		主な指標	R3目標	R3実績	達成率	
				R4実績					R4目標	R4実績		
				R5計画	R5目標	R5実績						
事業実施の根拠法令等				事業実施の根拠法令等								
事業期間		法令による 事業実施の 義務付け	県の裁量 の余地が ない事業	他の評価 対象事業 (公共、研究等)	事業対象							
所管課(室)名												
取組項目 i ii	○	1	インバウンド向け戦略的 プロモーション強化事業 費	58,083	29,042	13,243	コロナ後の旅行先として本県を選んでいただけるよう、Web、SNSを活用した情報発信や、現地のメディアや旅行会社を招聘したFAMツアーを実施するなど、様々な手法でプロモーションを行った。また、コロナ後の旅の価値観の変化等を踏まえ、アドベンチャーツーリズムやスポーツツーリズムなどの富裕層・中間層に訴求する観光コンテンツを活用し、プロモーションを強化した。	【活動指標】	29	61	210%	●事業の成果 ・重点市場である東アジアに加え、東南アジア・欧米豪等に向けて、訪日旅行専門サイト、動画配信サイトなどのWebサイトや、メディアやインフルエンサーのSNSアカウント等での情報発信を121回実施し、情報接触者は目標を上回る871万人となった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・メディア等と連携したプロモーションを実施し、旅行会社や一般消費者向けに情報発信することで、本県の観光地としての認知度向上を図ることができた。今後は、本県へのインバウンド需要の早期回復及び新たな来訪需要の創出を図るため、福岡からの誘客キャンペーンや、デジタルを活用した個人に直接訴求するプロモーション等を展開する。
				84,635	31,716	14,541		プロモーション実施回数(回)	34	121	355%	
								【活動指標】				
								レップのメディアへの コンタクト(回)	17	24	141%	
			(R4終了)R2-4			【成果指標】		674	700	103%		
			国際観光振興室	—	—	—		東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客	情報接触者数(万人)	782	871	
		2	インバウンド需要創出拡 大事業費	26,652	16,915	3,895	コロナ後の旅行ニーズの変化を踏まえた、新たなインバウンド需要を創出するため、現地旅行会社等を訪問してのセールスのほか、東アジアや東南アジアでの観光展への出展や商談会の開催、九州各県等と連携した広域周遊観光の促進等を実施した。	【活動指標】	15	15	100%	
				19,485	13,420	2,296		観光展・商談会・説明 会の開催回数(回)	15	23	153%	
				42,458	22,849	2,315		【成果指標】	7,900	47,915	606%	
								観光展・商談会・説明 会で直接情報を届けた 人数(人)	7,900	84,775	1,073%	
			R3-5			【成果指標】		200	219	109%		
			国際観光振興室	—	—	—		東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客、旅行会社	観光展・商談会・説明 会で直接情報を届けた 旅行会社数(社)	200		
	3	海外向け認知度向上推 進事業費	16,842	9,847	7,011	本県の認知度向上及びコロナ後の旅行先として本県を選んでもらうため、中国、韓国、タイ、ベトナム、欧米豪等を対象にSNSを通じた情報発信を行った。また、各言語SNSのフォロワー増加を目的とした、フォロワーキャンペーンを実施した。	【活動指標】	1,360	1,399	102%		
			17,691	10,314	1,531		長崎県多言語SNSで の発信回数(回)	1,360	1,579	116%		
			22,021	12,491	1,543		【成果指標】	214,000	230,783	107%		
							長崎県多言語SNSの フォロワー数(人)	262,000	283,778	108%		
		H24-										
		国際観光振興室	—	—	—		東アジア・東南アジア・欧米豪等の一般消費者		297,958			

取組項目 i ii	4	ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業費				富裕層(モダンラグジュアリー層)やテーマ意識を持った中間層の誘客に向けて、九州観光機構や市町、関係事業者等と連携し、雲仙、平戸、対馬、五島列島(五島市、新上五島町、小値賀町)においてアドベンチャー・ツーリズム商品の造成支援に取り組むとともに、専門家を招聘したモニターツアーを実施し、コンテンツの磨き上げを行った。また、長崎市内を周遊するタクシーを活用した着地型旅行商品や、路線バスの1日乗車券と観光施設への入場券を組み合わせた企画乗車券の造成を支援し、訪日外国人個人旅行者の周遊性の向上を図った。	【活動指標】				●事業の成果 ・雲仙、小値賀の2地域におけるアドベンチャー・ツーリズムコースについて、専門家を招聘したモニターツアーを実施し、コンテンツの磨き上げを行った。 ・訪日外国人個人旅行者が県内を周遊できる着地型旅行商品を4商品造成した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・旅の価値観の変化や個人旅行化の一層の進展に対応するため、外国人旅行者のニーズを捉えたテーマに基づくコンテンツの磨き上げについて、引き続き市町や関係事業者と連携して取り組むことで、誘客拡大を図る。	
			6,244	6,244	13,010		観光コンテンツのインバウンド向け磨き上げに取り組み地域数(地域)	2	2	100%		
			13,479	7,461	9,259		【成果指標】					
							インバウンド向けに磨き上げを行ったコンテンツ数	2	2	100%		
		R4-6			【成果指標】							
	国際観光振興室	—	—	—	着地型旅行商品の造成数(商品)	3	4	133%				
				東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客	3							
	5	インバウンド受入環境強化事業費	2,857	2,857	3,895	インバウンド受入態勢の強化に向け、コロナ後の旅行ニーズや形態の変化を見据え、「インバウンド向け体験プログラムの造成」と「アドベンチャー・ツーリズム」をテーマに、インバウンド受入セミナーを開催した。また、平成30年から九州各県と連携して多言語コールセンターを運営しているが、令和4年度においては、新型コロナウイルス感染症の影響により利用者数が僅少であることが想定されたことから、九州各県と協議のうえ、事業規模を縮小して実施した。	【活動指標】	2	2	100%		●事業の成果 ・インバウンド受入セミナーについては、県内の通訳案内士や観光関係事業者など102名が参加し、インバウンドの受入れに関する理解や知識の向上を図った。多言語コールセンターについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、利用件数は令和元年度比30%の271件、利用施設の受入意欲度も47%に留まった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・セミナーへの参加や多言語コールセンターの活用について、事業者への働きかけを行い、インバウンドの受入態勢の強化を図った。
			2,216	2,216	4,592		インバウンド受入セミナーの開催(回)	2	2	100%		
			7,305	7,305	3,086		【成果指標】	61	41	67%		
							コールセンター利用施設の受入意欲度(%)	65	47	72%		
		R3-5				70						
	国際観光振興室	—	—	—	外国人観光客、県内の宿泊施設、観光施設、商業施設等							
	6	インバウンドプロモーション強化事業費				九州において多くの外国人観光客のゲートウェイとなっている福岡からの誘客キャンペーンや、デジタルを活用した個人に直接訴求するプロモーション等を展開することにより、本県へのインバウンド需要の早期回復及び新たな来訪需要の創出を図る。	【活動指標】				—	
			143,385	57,213	16,975		プロモーション実施回数(回)	72				
		(R5新規)R5-7				【成果指標】						
	国際観光振興室	—	—	—	東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客	情報接触者数(万人)	807					
	7	九州観光機構負担金	37,321	36,110	3,116	九州全体の観光振興を図る唯一の組織である九州観光機構の機能強化及び役割の増大は不可欠であることから、官民による機構への支援を行った。	【活動指標】	11	10	90%	●事業の成果 ・機構と九州各県が連携して実現した「九州割」等の取組により、国内旅行の需要喚起が図られたほか、全国に先駆けて海外でのプロモーション活動を実施したことにより、国内外に九州の魅力を発信することができた。また、九州が一体となって観光産業の持続的な発展を目指すため、令和6年度から7年間の第三期九州観光戦略の策定作業を推進した。	
			37,092	35,990	765		九州観光機構による説明会開催件数(回)	11	10	90%		
			38,576	36,759	772		【成果指標】	632	0.6	0%		
							九州訪日外国人人数(万人)	699	40	5%		
H17-												
観光振興課	—	—	—	旅行会社、交通事業者、着地型旅行商品販売事業者等	786							

取組項目 iii	○	8	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	19,613	16,150	11,685	国際クルーズの再開を見据え、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社に対するセールスや船会社や旅行会社を対象とした県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地へのさらなるクルーズ船誘致と認知度向上などに取り組んだ。	【活動指標】	10	15	150%	●事業の成果 ・令和4年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、国際クルーズ船の運航が停止している状況ではあったが、コロナ後を見据え、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社に対するセールスや船会社や旅行会社を対象とした県内招聘視察に積極的に取り組んだ結果、日本船籍のクルーズ客船11回の県内港への入港や令和5年以降の外航クルーズの入港決定につながった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本事業は、国際クルーズ船の入港によるインバウンド拡大に寄与しており、今後もコロナ後を見据えた情報発信や船会社や旅行会社等との連携による商品造成に取り組む。
				20,415	18,875	10,714		【成果指標】	10	9	90%	
				50,895	0	13,889		【活動指標】	10			
				—				【成果指標】	40	4	10%	
			H22-	—			国内外観光船誘致(入港)回数(回)	190	11	5%		
国際観光振興室	—	—	—	国内外のクルーズ船社	272							
取組項目 iv	○	9	航空路線利用促進事業費(国際線対策)	8,115	2,115	31,160	新型コロナウイルス感染症収束後における、既存路線の早期運航再開及び需要回復、新規路線誘致に向け、各航空会社等と協議を行った。また、地方空港の国際線が全線運休していたことから、路線の認知度向上と本県の魅力発信を目的に、航空会社と連携した海外イベントでのPRやSNSによるプロモーション等を実施した。その他、国際線の再開に向け、人材不足が課題となっている空港カウンター、航空機誘導等を行うグランドハンドリング及び保安検査の事業者やCIQと協議を実施した。	【活動指標】	20	40	200%	●事業の成果 ・日本及び各国の水際対策により、地方空港の国際線は全便運休となっていたが、航空会社等と国際線の再開や新規就航に向けた協議を継続して行っており、日本側の水際対策が大幅に緩和された令和4年10月以降は、各国の水際対策の緩和を踏まえ、現地を訪問するなど航空会社や旅行会社と協議を実施することができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・当事業は、路線の維持・拡大に寄与しており、今後も既存路線の早期運航再開及び需要回復を図るとともに、新規路線やチャーター便の誘致に取り組む。
				8,307	2,307	30,612		【活動指標】	20	54	270%	
				243,018	161,421	30,864		【成果指標】	20			
				—				【成果指標】	30	0	0%	
			H13-	—			国際定期路線利用者数(千人)	80	0	0%		
国際観光振興室	—	—	—	航空会社、旅行会社	100							

### 3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

i	東アジアをはじめ訪日旅行市場が拡大している東南アジアや欧米豪について、各市場の特性に応じた誘客を推進	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>令和4年の外国人延べ宿泊者数は、令和4年6月に観光目的の入国が再開し、入国時のビザ免除・個人旅行の解禁など大幅に水際対策が緩和された令和4年10月から本年3月までの外国人延べ宿泊者数は、約17万人であり、コロナ禍前の2019年同時期比で約4割まで回復しており、昨年同時期比では、約3.8倍となるなど順調に回復しているものの、達成率●%と目標を達成できなかった。</p> <p>今後のインバウンドの本格的な回復に向けては、本県の観光地としても認知度向上と旅行需要の喚起が課題であるとともに、旅の価値観の変化や個人旅行化の進展を踏まえた戦略的なプロモーションの強化が求められる。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>インバウンド需要の早期回復を図るため、九州の玄関口である福岡からの誘客プロモーションやWeb・SNS等を活用した情報発信や訪日関心送に直接訴求するデジタルプロモーションを継続して実施するほか、アドベンチャーツーリズムなど富裕層・中間層に訴求する観光コンテンツ等の戦略的な情報発信を展開し、誘客の多角化を図っていく。また、上海・ソウルの現地事務所に加え、台湾・香港ではレップを活用し、現地プロモーションや情報収集の更なる強化に取り組む。</p>
ii	市場分析に基づいた観光コンテンツの磨き上げや受入環境の整備、戦略的な情報発信の強化	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>令和4年度は、九州観光機構や市町、関係事業者と連携し、県内4地域でアドベンチャーツーリズムの商品化に向けた取組を推進しており、うち2地区で専門家を招聘したモニターツアーを実施しコンテンツの磨き上げに取り組んだほか、市場の特性に応じてWeb・SNSや現地メディアでの情報発信により、情報接触者数は871万人にのぼり、目標を達成できた。</p> <p>引き続き、旅の価値観の変化や個人旅行化を踏まえ、外国人観光客に訴求する観光コンテンツの磨き上げやデジタル化の進展に応じたWeb・SNSによる情報発信のほか、外国人観光客にストレスフリーな観光を提供するための取組の強化が求められている。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>観光コンテンツは市場ごとに旅行ニーズや特性が異なることから、専門家や外国人を招聘し、インバウンド目線での意見を取り入れることで磨き上げに取り組む。また、旅の価値観の変化に対応するため、アドベンチャーツーリズム等のコンテンツを活用した商品造成の支援に取り組む。</p> <p>また、訪日外国人へストレスフリーな旅を提供するため、着地型旅行商品等の造成による二次交通の利便性の向上や、多言語メニューの整備、外国人案内所を拡充などの受入環境を整備に取り組む。</p> <p>情報発信については、引き続きWeb・SNSを中心とした情報発信に取り組むとともに、特集サイトの充実や閲覧者の行動分析、広告配信の効果検証などを行い、戦略的なプロモーションを展開する。</p>

<p>iii 感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致、周遊対策等経済的な効果を高める取組の推進</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 本県へのクルーズ客船の入港数は、令和2年当初は約440隻を見込んでいたが、新型コロナウイルス感染拡大以降、大幅な入港隻数減少となり、令和2年は14隻、令和3年は4隻、令和4年は11隻にとどまった。 令和5年3月には、本県においても国際クルーズ船の受入れが再開したが、新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだクルーズ需要の回復と未だ本格再開に至っていない中国からのクルーズ船の誘致が課題となっている。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだクルーズ需要の回復を図るとともに、中国からのクルーズ船寄港の回復を図るため、クルーズ業界の状況を注視しながら、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社に対するセールスや船会社や旅行会社を対象とした県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地へのさらなるクルーズ船誘致と認知度向上に取り組む。</p>
<p>iv 国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 新型コロナウイルス感染症の拡大以前は、上海線の増便決定や、台湾線の定期便化を見据えた連続チャーターの実現等、積極的な誘致の成果が見え始めていたが、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、長崎空港における国際線は全線運休中となっている。令和4年10月以降、日本側の水際対策は大きく緩和され、これまで国際線を受け入れていなかった地方空港においても、準備が整い次第、順次、国際線受入を再開したが、長崎空港においては、空港カウンターや航空機誘導等を行うグランドハンドリングの人員不足のため、国際航空路線の再開の見通しが立っていない。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 既存の上海線・香港線の早期運航再開及び台湾線の新規就航に向け、課題であるグランドハンドリングの人員不足を解決するため、今後も、引続き、関係機関との協議を行っていく。また、国際線再開後の需要の早期回復を図るため、各路線の認知度向上及び再開後における利用促進の強化を図る。</p>

#### 4. 令和5年度見直し内容及び令和6年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	令和5年度事業の実施にあたり見直した内容		令和6年度事業の実施に向けた方向性			
			事業事業名	※令和5年度の新たな取組は「R5新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載	事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分	
			事業期間 所管課(室)名					
取組項目 i ii	2	インバウンド需要創出拡大事業費 R3-5 国際観光振興室	令和4年10月からインバウンドの受け入れが本格化していることから、新たな旅行ニーズを確実にとらえ、九州各県等と連携した重点市場における商談会や説明会の開催、現地セールス等を行うことにより、本県へのインバウンド需要の創出・拡大を図る。	②⑨	インバウンドの需要の本格的な回復を見込み、商談会や説明会等への参加に加え、海外観光展への出展や、現地事業者を活用した本県観光情報の発信や情報収集を強化する。また、コロナ後の旅の価値観の変化を踏まえ、自然・癒しなどの体験型観光コンテンツ、公共交通機関やレンタカーを利用したモデルコース等を発信することで、今後の旅行需要の創出に取り組む。	改善		
			Facebook(英語、韓国語、タイ語、ベトナム語)、Instagram(英語、韓国語)、微博、微信(中国語)、NAVERブログ(韓国語)はフォロワー増加のためのキャンペーンや広告配信を実施するだけでなく、本県により興味を持ってもらえるよう投稿記事の内容の質を高めることで、本県の観光地としての認知度向上に取り組む。				②⑨	国・地域の特性に応じたターゲティング広告の配信やSNSキャンペーンを実施するとともに、自然景観や歴史・文化、食など反応が良かった分野・内容を、国・地域、SNS別に投稿し、閲覧者の興味関心を引きつけることで「いいね」「シェア」等のリアクションを増やし、フォロワーの増加につなげ、本県の観光地としての更なる認知度向上を図っていく。
			本県におけるアドベンチャーツーリズムのコンテンツについて、令和5年9月に「アドベンチャートラベル・ワールドサミット(ATWS)」が北海道で開催されることを好機として、欧米豪の旅行会社等を招聘し旅行商品の造成につなげる。 また、富裕層・中間層の誘致を促進するため、離島・半島を周遊する高付加価値旅行商品の造成支援を行う。					
	多言語コールセンターについては、令和5年度はインバウンドの本格的な回復が進むことから、前年度より利用者の増加を見込んで運用を行っている。 インバウンド受入セミナーについては、市町、観光関係団体等を対象に、コロナ禍を経た旅行者のニーズ変化を踏まえたテーマを設定して実施する。	②	多言語コールセンターの利用については、インバウンドの本格的な回復を見込み、登録施設に対する利用方法等の再周知を行うとともに、未登録の観光施設に対しても登録方法・利用方法に関する説明会を開催するなど、利用促進を図る。 また、コロナ後における旅行のニーズ変化、環境の変化に対応するために解決が求められる課題をテーマとしたインバウンド受入セミナーを開催し、インバウンドの受入体制の強化を図る。					
	5			インバウンド受入環境強化事業費 R3-5 国際観光振興室	②	多言語コールセンターについては、令和5年度はインバウンドの本格的な回復を見込み、登録施設に対する利用方法等の再周知を行うとともに、未登録の観光施設に対しても登録方法・利用方法に関する説明会を開催するなど、利用促進を図る。 また、コロナ後における旅行のニーズ変化、環境の変化に対応するために解決が求められる課題をテーマとしたインバウンド受入セミナーを開催し、インバウンドの受入体制の強化を図る。	改善	
	4			ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業費 R4-6 国際観光振興室				②
	3	海外向け認知度向上推進事業費 H24- 国際観光振興室	②⑨	国・地域の特性に応じたターゲティング広告の配信やSNSキャンペーンを実施するとともに、自然景観や歴史・文化、食など反応が良かった分野・内容を、国・地域、SNS別に投稿し、閲覧者の興味関心を引きつけることで「いいね」「シェア」等のリアクションを増やし、フォロワーの増加につなげ、本県の観光地としての更なる認知度向上を図っていく。				

取組項目 i ii	6	インバウンドプロモーション強化事業費	R5新規等	②⑨	九州の玄関口である福岡国際空港を起点とした持続的なインバウンドの誘客は今後も必要となることから、西九州新幹線や高速バス等の二次交通やレンタカーを活用したモデルコースの提示などにより旅行先としての本県の魅力を伝える情報発信を行う。 また、富裕層・中間層向けのプロモーションについては、令和5年9月に参加するATWSにおいて関係を構築した旅行会社やメディア等と連携し、送客に向けた情報発信を継続的に行うとともに、「ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業」において磨き上げを行うコンテンツについて積極的に情報発信を行う。 そのほか、各市場の特性に応じた媒体を活用した情報発信やデジタルマーケティング、台湾・香港におけるレップの活用などについても引き続き取り組む。	改善		
		(R5新規)R5-7						
		国際観光振興室						
取組項目 ii	7	九州観光機構負担金	水際対策の終了後のインバウンド拡大に向けた取組強化として、欧米豪からの誘客拡大に向けた九州版ゴールデンルート形成に取り組むほか、リピーター獲得のための九州観光の質の向上に取り組む。	②	九州地域戦略会議において策定された第三期九州観光戦略の実行のため、九州各県及び経済団体等と連携して取り組んでいく。	改善		
		H17-						
		観光振興課						
取組項目 iii	○	8	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	令和5年3月には、本県においても、国際クルーズ船の受入れが再開したところであり、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社に対するセールスや船会社や旅行会社を対象とした県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地へのさらなるクルーズ船誘致と認知度向上に取り組む、クルーズの需要回復を図っていく。	⑨	新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだクルーズ需要の回復を図るとともに、中国からのクルーズ船寄港の回復を図るため、クルーズ業界の状況を注視しながら、引き続き、関係市町と連携のうえ、船会社、旅行会社に対するセールスや県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地へのさらなるクルーズ船誘致と認知度向上や経済的な効果を高める取組などを行い、クルーズ船入港の効果を最大化していく。	改善	
			H22-					
			国際観光振興室					
取組項目 iv	○	9	航空路線利用促進事業費(国際線対策)	長崎空港の国際線の早期再開に向け、再開の課題となっているグランドハンドリングの人員不足を解決するため、関係機関との協議を進める。また、路線再開後の需要回復及び利用促進に取り組む。	②⑨	長崎空港においては、定期路線の一部の運航の再開が決定したところであるが、今後の国際航空路線の維持・拡大に向け、課題であるグランドハンドリングなどの受入態勢を整えるため、引き続き、関係機関との協議を行っていく。また、国際線再開後の需要の早期回復を図るため、路線の認知度向上及び再開後における利用促進の強化を図る。	拡充	
			H13-					
			国際観光振興室					

注:「2. 令和4年度取組実績」に記載している事業のうち、令和4年度終了事業、100%在庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができていないか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要はないか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点