

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 国際課	坂口 育裕
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)	国際観光振興室	
事業群名	① 海外における本県の認知度及びプレゼンスの向上	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 92,128	

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)				
東アジア(中国、韓国)及び東南アジア(ベトナム、タイなど)において、SNS等の活用や現地政府等の関係団体と連携したPR活動等による情報発信に取り組み、本県の認知度及びプレゼンスの向上を図り、インバウンド観光の拡大や県産品の輸出拡大につなげます。						i) SNSや現地でのイベント等を活用した情報発信 ii) 朝鮮通信使や御朱印船等、本県ならではの諸外国との交流の歴史を活用した情報発信				
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)
	アジア諸国における長崎県の認知度		目標値①	62%	63%	64%	65%	66%	66% (R7)	
			実績値②	69%	65%				進捗状況	
			達成率②/①	111%	103%				順調	
長崎県の認知度向上及びプレゼンス向上を図るため、アジア諸国(中国、韓国、ベトナム、タイ等)におけるSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)を活用した情報発信や、海外事務所、現地政府等と連携したPR活動等に取り組んだ結果、目標を達成することができた。引き続き更なる認知度向上に向けた情報発信等に取り組んでいく。										

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	事務事業名	事業費(単位:千円)			事業概要	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	東アジア相互交流推進事業費	9,306	9,278	28,044	海外における本県の認知度向上を図るため、友好都市と連携し、韓国の日韓交流おまつりやベトナムのホイアン日本祭り等で長崎県ブースを出展しPRを実施した。	【活動指標】	6	3	50%	●事業の成果 ・友好都市と連携し、海外のイベントにおいて長崎県のPRを実施したが、一部地域については、コロナの影響で往来が制限され目標未達成となった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・海外のイベントでの本県のPRを通じて、長崎県の認知度向上に寄与している。
				6,344	6,344	27,551		R3.4: 歴史・文化を活用した各種事業の実施数(件)	6	7	116%	
				10,911	10,311	27,778		R5: 各種事業の実施数(件)	6			
			—			【成果指標】		6	8	133%		
H27-		—			友好都市等との連携事業数(件)	6	5	83%				
国際課		—			県民・中国・韓国・東南アジア地域国民	6						
取組項目 i ii	○	2	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%	●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、インフルエンサーや旅行会社と連携し、市場の特性に応じたプロモーションを実施した結果、全SNSのフォロワーは、目標を上回り、達成率は108%となった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・引き続き、閲覧者のいいねやシェアなどの率が高いテーマの情報発信するとともに、新しい観光スポットやイベント等の情報を届けるなど、質の高い情報発信により、誘客につなげる。
				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-		—			東アジア・東南アジア・欧米豪等の一般消費者	297,958						
国際観光振興室		—										

取組 項目 i ii	3	上海事務所運営事業費	49,122	49,122	1,558	県内企業等の中国における経済活動の支援、県産品の販路拡大、観光客誘致の支援、中国と本県の経済情報の収集及び発信等を行った。	【活動指標】	725	364	50%	<ul style="list-style-type: none"> ●事業の成果 ・新型コロナの影響下において両国の往来が制限される中、可能な範囲において県内企業の事業展開支援、県産品の販路開拓支援等を行い、中国国内における県内企業の取引拡大に寄与した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・中国国内で開催される各種PRイベントや交流事業に参加し、国、地方政府、民間企業・団体等との交流を広げ、本県の認知度向上に寄与した。 	
			57,965	57,965	1,531		R3,4: 関係機関・企業等への接触件数(件)	725	319	44%		
			70,090	70,090	1,543		R5: 依頼対応件数(件)	240				
			—				【成果指標】	数値目標なし	—	—		
		H3-	—				R3,4: 経済交流・貿易の件数とその実績内容	数値目標なし	—	—		
			—				R5: 対応結果が事業拡大等に貢献した件数(件)	144				
	4	ソウル事務所運営事業費	7,574	7,574	3,116	県内企業、団体、自治体等の韓国における経済活動の支援、県産品の販路拡大、観光客誘致の支援、韓国と本県の経済情報の収集及び発信等を行った。	【活動指標】	256	129	50%		<ul style="list-style-type: none"> ●事業の成果 ・コロナ禍で海外との往来、韓国国内での行動について制限がなされた状況であってもオンライン等を活用し支援するなど、韓国国内における県内企業、団体、自治体等の取引拡大に寄与した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・観光及び物産のPRイベントへの出展や現地の飲食店との関係構築、HPでの情報発信などにより、観光客誘致や県産品の輸出拡大、長崎県の認知度向上に寄与した。
			10,128	10,128	3,061		R3,4: 関係機関・企業等への接触件数(件)	256	151	58%		
			18,730	18,730	3,086		R5: 依頼対応件数(件)	180				
			—				【成果指標】	数値目標なし	—	—		
		H25-	—				R3,4: 経済交流・貿易の件数とその実績内容	数値目標なし	—	—		
			—				R5: 対応結果が事業拡大等に貢献した件数(件)	108				
国際課	—			県内中小企業、経済団体、自治体等								

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 SNSや現地でのイベント等を活用した情報発信	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>情報発信については、各国の環境や特性に応じた媒体を活用し、ライブ配信等の手法を取り入れながら実施した結果、SNSのフォロワー数や閲覧数の増加など効果が上がっている。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>今後も受け手の興味や関心を分析しながら、より効果的な手法等による情報発信を行うとともに、各種事業や機会を捉えて、部局横断的な効果の高い認知度及びプレゼンス向上の取組や、経済的実利の獲得に繋がる取組を着実に推進していく。</p>
ii 朝鮮通信使や御朱印船等、本県ならではの諸外国との交流の歴史を活用した情報発信	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>日韓交流おまつりやホイアン日本祭り等の海外のイベントにおいて、長崎県ブースを出展し、本県の観光PRや歴史文化に関する情報発信を実施しているが、本県ならではの海外との交流の歴史については、最終目標の達成に向けて、更に認知度を高めていく必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>これまでの交流の積み重ねによって培ってきた人脈や信頼関係といった本県の優位性を活かし、現地政府等と緊密に連携しながら取組を推進していく。</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 事業期間 所管課(室)名	※令和5年度の新たな取組は「R5新規」等と、見直しがない場合は「―」と記載	事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
取組項目 i ii	○	1	東アジア相互交流推進事業費 H27- 国際課	今年度は日越外交関係樹立50周年の節目の年であることから、ベトナムとの交流促進につながるよう、青少年交流事業のテーマとして、日越友好の象徴ともいえるアニオー姫をテーマに加えて実施する。	⑨	友好交流関係にある国・地域とのこれまでの取組で得た人的ネットワークを活用しながら、引き続き本県ならではの諸外国との交流の歴史等の魅力を情報発信するとともに、青少年交流事業などの交流拡大に向けた取組を推進していく。	改善
		2	海外向け認知度向上推進事業費 H24- 国際観光振興室	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。また、日本政府観光局(JNTO)や自治体国際化協会が運営するSNSでも紹介してもらえるよう情報提供し、フォロワーの増加に取り組む。	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。	改善

取組 項目 i ii	3	上海事務所運営事業費	—	—	引き続き、県内企業の進出・取引拡大支援、県産品の販路開拓支援、観光客誘致と定期航空路線維持対策、留学生誘致及び青少年交流支援等を実施し、本県の実利の獲得を目指す。また、中国国内で開催される各種イベントや交流事業等を通じて国、地方政府、民間企業・団体等との関係を強化・拡大し、本県のプレゼンス向上につなげる。	現状維持
		H3-				
		国際課				
	4	ソウル事務所運営事業費	—	—	引き続き、国際観光博覧会や日韓交流おまつりなど、本県の観光・物産等のPRの機会を捉え、関係機関と連携しながら、本県の実利の獲得を目指す。また、ブログやSNSによる情報発信や要人との面会、メディア交流会などにも可能な限り参加し、本県のプレゼンス向上や人的ネットワークの維持・拡大などに努めていく。	現状維持
		H25-				
		国際課				

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%国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るか。
- 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(制度改革要望)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