

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 観光振興課	長野 敦志
施策名	1 地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進	事業群関係課(室)	交通政策課、農産加工流通課、国際観光振興室	
事業群名	② 「食」のサービス提供の充実と発信、観光情報の訴求力向上	令和5年度事業費(千円)	※下記「2. 令和5年度取組実績」の事業費(R5実績)の合計額	5,838,589

(長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025 本文)							(取組項目)			
観光客の満足度向上に重要な要素となる「食」のサービス提供の充実や観光客に訴求する魅力的な「食」の情報発信に取り組みます。また、県内広域周遊のさらなる推進のため、観光コンテンツの磨き上げを行い、その効果的な観光情報の発信に取り組みます。							i)「食と観光」の連携を図る市町等に対する支援の強化 ii)観光客を満足させる魅力的な「食」の情報発信 iii)地域の特性を生かした観光コンテンツの磨き上げ、観光客のニーズやデジタル技術の進展など社会情勢の変化を的確に捉えた効果的な観光情報の発信			
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】 観光客(宿泊)のリピーター率について、令和3年度は65.0%(対前年比2.1%増)、令和4年度は58.4%(対前年比6.6%減)、令和5年度は62.8%(対前年比4.4%増)となり、目標を達成することができなかった。 延べ宿泊者数について、令和3年は445万人(対前年比2万人増加(0.5%増))、令和4年は632万人(対前年比187万人増加(42.1%増))、令和5年は732万人(対前年比100万人増加(15.9%増))となり、令和5年5月からの新型コロナウイルス感染症の5類移行やそれに伴う水際対策措置の終了、令和5年9月までの全国旅行支援の効果などから回復の傾向にはあるものの目標を達成することはできなかった。 観光消費額(総額)について、令和3年は1,859億円(対前年比13.1億円減少(0.7%減))、令和4年は2,731億円(対前年比872億円増加(46.9%増))、令和5年は3,535億円(対前年比804億円増加(29.4%増))となっており、目標を達成することができなかった。 上記のとおり、延べ宿泊者数及び観光消費額については、各種施策の効果もあり、回復傾向にあるものの、令和5年度の目標達成には至らなかった。 令和7年度の目標達成に向けて、今後も引き続き、地域資源を活用した魅力的な観光まちづくりや効果的な情報発信に取り組むことで、誘客の促進を図っていく。
	観光客(宿泊)のリピーター率	目標値①		61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%	66.0%(R7)	
		実績値②	58.6%(H30)	65.0%	58.4%	62.8%			進捗状況	
		達成率②/①		105%	92%	98%			やや遅れ	
	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	
	延べ宿泊者数	目標値①		842万人	872万人	878万人	885万人	891万人	891万人(R7)	
		実績値②	836万人(H30)	445万人	632万人	732万人			進捗状況	
		達成率②/①		52%	72%	83%			遅れ	
	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	
	観光消費額(総額)	目標値①		3,944億円	3,992億円	4,040億円	4,089億円	4,137億円	4,137億円(R7)	
		実績値②	3,778億円(H30)	1,859億円	2,731億円	3,535億円			進捗状況	
		達成率②/①		47%	68%	87%			遅れ	

2. 令和5年度取組実績(令和6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 令和5年度事業内容及び実施状況 （令和6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5年度事業の成果等		
				R4実績	うち 一般財源	人件費 （参考）		主な指標	R4目標	R4実績	達成率			
				R5実績					R5目標	R5実績				
				R6計画					R6目標					
				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）					
所管課（室）名			事業対象											
取組項目 i	○	1	広域観光共同宣伝事業費（キャンペーン事業負担金）	18,895	18,895	1,531	●事業内容 本県への観光客の誘致促進を図るため、交通事業者や旅行会社等とのタイアップ・キャンペーン、全国誘致イベント出展、観光情報説明会等を実施。 ●実施状況 全国旅行支援が上期で終了する中、国内旅行需要の高まりに合わせ旅行会社や交通事業者等とのタイアップ企画を実施した。	【活動指標】	10	10	100%	●事業の成果 ・旅行会社等と面談を行い、目標以上のタイアップが実現した。全国旅行支援が終了したことで目標値を下回る事業者もあったが、各事業者の強みを活かしたキャンペーンを行うことで3万人の誘客につなげることができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・各事業者とのタイアップによる誘客キャンペーンや旅行商品への支援を行うことにより、誘客や周遊促進に寄与している。		
				18,331	18,331	1,532			10	12	120%			
			(R5終了)R3-5	—				【成果指標】	5	7	140%			
								旅行会社等タイアップ数（件）	5	8	160%			
			観光振興課	—	—	—		旅行会社、交通事業者等						
	2		広域周遊化誘客促進事業費（九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興事業）	1,031	1,031	765	●事業内容 九州横断3県の協力関係をより一層深めるため、3県の周遊及び宿泊客の増加を目指した旅行商品造成や情報発信を実施。 ●実施状況 関東地区からの3県周遊ツアーの旅行商品に対する造成支援等を行うとともに、関東地区において、メディア関係者への旅行素材等の紹介、3県アンテナショップでのデジタルスタンプラリー、全国旅行誌への掲載（発行部数：13.5万部）等を実施した。	【活動指標】	1	3	300%	●事業の成果 ・コロナ禍以降、旅行ニーズの多様化が進んだことや、全国旅行支援後の観光需要の反動減などもあり、成果指標は未達成となった。 一方、メディア関係者への旅行素材等の紹介、全国旅行誌への観光情報の掲載やデジタルスタンプラリーの実施など3県連携プロモーションにより認知度の向上を図った。		
				1,080	1,080	766		3県周遊ツアーの造成（本）	1	1	100%			
									1					
								【成果指標】	400	342	85%			
				1,000	1,000	778		—R5: 3県周遊ツアーによる送客人数（人）	400	8	2%			
								【成果指標】						
				R3-8	—									
									R6-: 九州再来訪意向度（％）	93				
観光振興課	—	—	—	旅行会社等、一般観光客										

取組項目 i		3	九州観光機構負担金	37,092	35,990	765	●事業内容 九州全体の観光振興を図る唯一の組織である官民が一体となった九州観光機構を支援することにより、九州及び本県の観光振興と誘客を図る。 ●実施状況 「観光産業を九州の基幹産業に」を理念に九州観光機構が実施する、インバウンドに関する情報発信やコンテンツ造成、観光地の魅力づくりの推進や国内向けの誘客事業に対する支援を行った。	【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「九州域内需要拡大事業」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。
				38,296	3,327	766		九州観光機構による説明会開催件数(回)	11	10	90%	
									10			
				36,561	36,561	778		【成果指標】	699	40	5%	
			-R5: 九州訪日外国人人数(万人)				786	319	40%			
			H17- 観光振興課 国際観光振興室	—	—	—	旅行会社、交通事業者、着地型旅行商品販売事業者等	【成果指標】				
取組項目 ii iii	○	4	観光DX・プロモーション事業費				●事業内容 個人旅行化が進み、個人の嗜好の多様化に対応した観光客の誘致を図るため、宿泊や観光客人流等のデータ分析に基づく観光プロモーションや情報発信を実施。 ●実施状況 宿泊や人流、WEB上で検索されるワードなどといった観光データを集約したプラットフォームの構築やデータ分析結果を基にWEBやSNS広告等によるプロモーションを実施した。	【活動指標】				●事業の成果 ・観光データを集約するプラットフォームの構築により、これまでは把握が難しかったリアルタイムでの観光客の動向やWEB検索の動きを把握できるようになり、戦略的なプロモーションの実施が可能となった。 その中で、宿泊者数が減少傾向にある地域を特定し、当該地域でのデータ分析に基づきターゲットを絞ったプロモーションを実施した結果、一時的に広告閲覧数や訪問者数が増加するなど、プロモーション効果の可視化につながった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・データ分析に基づくプロモーションを行い、観光客の誘致を促進することで、延べ宿泊者数及び観光消費額の増加に寄与している。
				67,700	39,115	13,403		WEBサイト等での広告の閲覧数(千PV)	2,020	7,029	347%	
				71,548	47,033	14,395			3,030			
				R5-7	—			【成果指標】				
			観光振興課		—	—	—	広告の遷移先WEBページ(予約サイト等の閲覧数千PV)	202	218	107%	
								303				
取組項目 iii		5	戦略的情報発信推進事業費	79,766	27,199	9,758	●事業内容 県内周遊の促進と利用者の満足度を図るため、二つの世界遺産をはじめとする県内全域の観光情報の効果的な情報発信を実施。 ●実施状況 長崎県庁、長崎空港、道の駅「彼杵の荘」に、県内の観光スポットなどを紹介する観光案内板(デジタルサイネージ)を設置した。 ※令和4年度補正予算(令和5年度繰越)	【活動指標】	12	12	100%	●事業の成果 ・県内3か所に設置したデジタルサイネージにより、観光客は県内各地域の観光パンフレットをデジタルで閲覧することが可能となり、利便性の向上につながった。 ・各種SNSに掲載された観光情報等をサイネージの地図上に表示し、「旅ナカ」で求められる地域・店舗・イベント等の情報を、リアルタイムで提供することが可能となった。
				5,486	5,486	766		メールマガジンの配信回数(回)	12	12	100%	
								【成果指標】	12,086,087	15,245,215	126%	
			(R5終了)H29-R5	—			-R4: 「ながさき旅ネット」のページビュー数(PV)					
				観光振興課	—	—	—	【成果指標】				
					R5: デジタルサイネージ設置件数	3	3	100%				

取組項目 iii	○	6	長崎県フィルムコミッション(撮影誘致支援)事業費	6,941	6,941	765	●事業内容 県内外に向けて本県の魅力を効果的に発信していくため、映画やテレビ番組などの映像作品の制作やロケーション活動への支援を実施。 ●実施状況 映画やテレビ番組などの映像作品の制作やロケ活動への支援については、ロケ候補地の相談や情報提供、撮影に関する各種許可の手続代行やボランティア・エキストラの手配など114件実施した。また、ロケ誘致については、ジャパンフィルムコミッション等と連携し、全国ロケ地フェアなどのイベントに出展(3回)するとともに、ロケ地マップの作成や観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」・SNSを活用し、ロケ地めぐりのモデルコース等の情報発信を実施した。	【活動指標】	4	4	100%	●事業の成果 ・ロケ支援については、各市町・観光協会が直接支援することが増えたため、成果目標である支援件数を下回ったが、各市町・観光協会の支援分も含めた支援件数では前年よりも22件増加した385件となった。 また、ロケ地マップの作成や、観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」内のロケ地特集ページでの紹介、SNSを活用した情報発信を実施したことにより、作品等を通じた本県の魅力発信につながった。	
				6,092	6,092	1,532			4	3	75%		
			(R5終了)R3-5	—			ロケ支援件数(件)	【成果指標】	115	125	108%		
			観光振興課	—	—	—			120	114	95%		
	○	7	<ビジョン> マニアが集う長崎プロジェクト費(ロケ地ファン創出誘客促進事業)				●事業内容 本県への誘客や県内周遊を図るため、本県を舞台とした映画・ドラマ等のロケーション活動への支援のほか、作品ロケ地等を活用した情報発信等の取組を実施する。	【活動指標】				—	
				13,447	13,447	7,781			ロケ支援件数(件)	135			
				—					【成果指標】				
			(R6新規)R6-8	—			特設WEBページの閲覧数(万PV/年)						
			観光振興課	—	—	—		1					
8		ながさきリピーター創出促進事業費	51,467	3,100	1,531	●事業内容 将来リピーターの獲得につなげていくため、修学旅行等の団体旅行の誘致の強化や県内で開催されるコンベンションに対し、その開催経費の支援による本県への誘致を促進。 ●実施状況 新学習指導要領やSDGsに則り体験プログラムをまとめたセールス用の冊子等を活用し、修学旅行誘致のため学校や旅行会社及び関係団体への訪問活動や、キーマンとなる教員や旅行会社等の本県への招聘等を実施した。	【活動指標】	10	11	110%	●事業の成果 ・修学旅行誘致については、コロナ禍で旅行先を長崎に変更していた学校のうち39校に対して、継続して来県してもらえよう営業活動を行った結果、一部の学校は旅行先を海外等に戻すといった動きがあったものの、12校が継続となった。 ・その結果、旅行者数は前年を下回ったものの、目標達成率は100%と、コロナ禍前と同水準を維持することができた。 ・コンベンション補助金については、長崎国際観光コンベンション協会を通じて8件のコンベンション開催を支援し、延べ宿泊者数は約22千人泊となった。		
			7,469	3,735	2,298			誘致訪問回数(回)	10	12		120%	
								【成果指標】	365	206		56%	
								-R4: 助成制度を活用した団体数(団体)					
		(R5終了)R3-5	—			【成果指標】	29.0	47.9	165%				
		観光振興課	—	—	—		R3-: 長崎県への修学旅行者数(万人)	42.0	42.0	100%			
		取組項目 i iii	9	広域周遊化誘客促進事業費				●事業内容 関西圏を中心とした都市圏からの誘客促進を図るため、旅行会社やキャリアとタイアップして観光プロモーションを実施するとともに、九州観光機構や各県等と連携した修学旅行を含む広域周遊の促進に取り組む。 また、県内で開催されるコンベンションに対し、市町を通して開催費用の支援を実施。	【活動指標】				
30,067	16,100				4,669	観光情報現地説明会参加企業数(社)	15						
—					【成果指標】								
(R6新規)R6-8	—			旅行会社等タイアップ数(件)									
観光振興課	—				—	—	5						
						全国中学校・高等学校の教育関係者、旅行会社、交通事業者、コンベンション関係者等							

取組項目 iii		10	観光需要回復促進事業費	15,902,263	1	10,714	●事業内容 新型コロナウイルス感染症の拡大により大きな打撃を受けた県内観光産業の回復に向けた県内への観光客等の誘致を図るため、国の支援策を活用した全国旅行支援事業を実施。 ●実施状況 全国を対象とする「ながさきで心呼吸の旅キャンペーン」を実施し、利用者の旅行宿泊料金割引に加え、土産物店、飲食店や交通機関等に利用できるクーポン券の付与などを実施した。	【活動指標】	500	615	123%	●事業の成果 ・事業登録施設数、延べ宿泊者数とも目標を達成。新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ旅行需要を喚起し、県内観光産業の回復につながった。
				5,694,135	0	7,659		事業登録施設数(施設)	500	621	124%	
								【成果指標】	1,800,000	2,625,168	145%	
								事業利用延べ宿泊客数(人泊)	738,000	741,847	100%	
			(R5終了)R3-5	—			一般観光客等					
		11	「長崎の食＋(プラス)」魅力創出事業費				●事業内容 食の魅力を活かした本県への誘客や県内周遊の促進を図るため、県内各地域の食のイベントや飲食店のおすすめ料理など「長崎の食」と宿泊・観光コンテンツを組み合わせたプロモーションを実施。	【活動指標】				—
				18,645	9,323	3,891		事業のメディア掲載数(件)	10			
								【成果指標】				
								事業による誘客数(人泊)	6,000			
			(R6新規)R6-8	—			民間事業者、一般観光客等					
取組項目 ii		12	<ビジョン> 長崎・食の賑わい創出プロジェクト費				●事業内容 県民が本県の食を誇りに思い自慢したくなるよう、県民や観光客など誰もが本県の食を買って味わえる「食の賑わいの場」の創出に向け、先進事例調査やエリア調査に加え、長崎空港における食の賑わい創出に向けた試行・検証を実施し、実現に向けたロードマップを策定する。	【活動指標】	—			—
				36,636	36,636	24,900		【成果指標】				
								食の賑わいロードマップの策定	1			
				(R6新規)R6-8	—							
			農産加工流通課 交通政策課	—	—	—	市町、民間団体、空港利用者等					
		12-1	<ビジョン> 長崎・食の賑わい創出プロジェクト費				●事業内容 長崎県の美味しい食を買える・味わえる拠点を創出するため、先進事例調査や整備に向けたエリア調査を行い、食の賑わいの場の目指す姿と、実現に向けたロードマップを策定する。	【活動指標】				—
				31,150	31,150	17,119		可能性調査・先進事例調査(調査数)	1			
								【成果指標】				
								食の賑わいロードマップの策定	1			
			(R6新規)R6-8	—								
				農産加工流通課	—	—	—	市町、民間団体等				
	12-2	<ビジョン> 長崎・食の賑わい創出プロジェクト費				●事業内容 食の賑わいの場の目指す姿と実現に向けたロードマップ策定のための調査と連動し、長崎空港における食の賑わい創出の検証を実施する。	【活動指標】				—	
			5,486	5,486	7,781		長崎空港における食の賑わい創出の検証(回)	1				
							【成果指標】					
							食の賑わいロードマップの策定	1				
		(R6新規)R6	—									
			交通政策課	—	—	—	県内外の住民、空港利用者等					

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 「食と観光」の連携を図る市町等に対する支援の強化	
●実績の検証及び解決すべき課題 県内各市町において「食」をフックとした観光客の誘客促進に取り組んでいるところであるが、多様化する旅行者のニーズを捉え、広域的周遊につなげていくためには、県と関係市町が連携して観光データの共有を図り、その分析結果に基づく戦略的なプロモーション等に取り組む必要がある。そのため、令和5年度において県で観光プラットフォームを構築したところであり、今後は、まず長崎市・佐世保市・雲仙市・平戸市・五島市と連携の上、データ分析に基づく効果的プロモーションを実施していく。 また、九州横断3県の周遊促進については、全国旅行支援が終了したタイミングでの商品販売となり申込者が少なく、目標を達成することができなかったため、より魅力的な商品造成と効果的な情報発信に取り組む必要がある。	●課題解決に向けた方向性 「食」の発信による誘客については、各市町や地域が取り組む食に関するイベント等とより連携したプロモーションに取り組むとともに、従来の連携先である交通事業者や旅行会社のほか、スポーツやアクティビティを専門とする事業者とタイアップし、新たな層の開拓を図る。 また、熊本県及び大分県と連携した周遊促進については、温泉や歴史・食など、3県に共通するテーマを設け、コアなターゲットに向けた旅行商品の造成を図るなど、これまで以上に魅力的な商品造成と効果的な情報発信に取り組む。
ii 観光客を満足させる魅力的な「食」の情報発信	
●実績の検証及び解決すべき課題 県内の飲食店の情報をデジタルマップで提供したほか、食に関連した旅行商品の造成・販売支援等により、観光客に向けた「食」のPRに取り組んでいるものの、本県の「食」の認知度はまだまだ低く、じゃらんが公表した「2024年都道府県魅力度ランキング」のうち「地元ならではのおいしい食べ物があつた」の質問において、本県はランキング外(10位外)となっている。 特に「旅マエ」だけでなく「旅ナカ」においても「食」の情報を求められる傾向にあることから、「旅ナカ」に向けた情報発信を強化する必要がある。	●課題解決に向けた方向性 旅行事業者等とのタイアップにより「長崎の魚」をテーマとした旅行商品の造成を図っていくとともに、他県と連携した首都圏等における観光イベントで「食」を含む観光PRを実施するなど、これまで以上に長崎の「食」と「観光」を広く発信していく。 また、「ながさき旅ネット」の飲食店等を紹介するデジタルマップの充実化やデジタルサイネージの活用により、「旅ナカ」における観光客等の情報収集の利便性向上を図る。
iii 地域の特性を生かした観光コンテンツの磨き上げ、観光客のニーズやデジタル技術の進展など社会情勢の変化を的確に捉えた効果的な観光情報の発信	
●実績の検証及び解決すべき課題 コロナ禍を通じて旅行需要の下支えとなっていた全国旅行支援「心呼吸の旅キャンペーン」が令和5年度をもって終了となり、事業終了に伴い観光客が減少することのないよう、各種媒体を用いた観光情報の発信や修学旅行の誘致、コンベンション開催支援等に取り組んだ結果、R6年1～3月期の主要宿泊施設における延べ宿泊者数は、前年同期比＋2.5%、R元年比では▲3.0%と、コロナ禍前とほぼ同水準を維持することができた。 一方、コロナ禍以降、旅行形態の個人化が進み、旅行ニーズが多様化していることから、デジタル技術を活用して旅行者のニーズ等を分析し、各ターゲットに応じたコアな情報を戦略的に発信していくことが重要である。	●課題解決に向けた方向性 本県を舞台とした映画・ドラマ等のロケーション活動を支援し、作品制作を通じた本県の露出・魅力発信の拡大を図るとともに、作品のロケ地等を周遊するロケツーリズムを推進することで、映画・アニメのファン層といったマニアを中心とした誘客・周遊促進を図る。 また、教育旅行誘致については、市町や宿泊事業者等と誘致促進に向けた協議会を立ち上げ、戦略的なセールス活動や長崎の特色を生かした教育プログラムの開発に取り組む。 引き続き、市町や関係機関とも連携しながら、データ分析に基づく戦略的なプロモーション等により、観光客の誘客促進を図る。

4. 令和6年度見直し内容及び令和7年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名	令和6年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和6年度の新たな取組は「R6新規」等と、見直しがない場合は「―」と記載	令和7年度事業の実施に向けた方向性		
			事業期間		事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
			所管課(室)名				
取組項目 i		2	広域周遊化誘客促進事業費(九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興事業)	3県周遊コースに加え、2県周遊コースを設定することで送客数の増加を図るとともに、関東地区にて新たなPRイベントを実施し、情報発信を行う。	②	令和6年度の事業内容について効果測定及び分析したうえで、熊本県及び大分県と協議しながら、さらなる誘客促進の取組について継続して検討していく。	改善
			R3-8				
			観光振興課				
取組項目 i		3	九州観光機構負担金	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ルートの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(2024年～2030年)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 国際観光振興室				
取組項目 ii iii	○	4	観光DX・プロモーション事業費	県内周遊の傾向などマーケティング分析の強化と分析結果に基づく市町との共同プロモーションを実施するとともに、個人旅行者のニーズに応じてAIがモデルコースを提供するサービス（WEBシステム）を構築する。	②	デジタルマーケティングを取り入れたプロモーションによる事業の効率化や売れるコンテンツ造成等により、これまで以上の誘客を図り、観光消費額の増加に向けて取り組んでいく。	改善
			R5-7				
			観光振興課				
取組項目 ii iii	○	7	マニアが集う長崎プロジェクト費(ロケ地ファン創出誘客促進事業)	R6新規	②	令和6年度の事業内容を検証したうえで、誘致活動についてさらなる強化を図るとともに、ロケ地情報を集約したデジタルマップの活用や特設サイトでの情報発信、他のマニア向けコンテンツの情報発信と連携するなど、興味関心を相乗的に向上させ誘客・周遊促進を図る。	改善
			(R6新規)R6-8				
			観光振興課				
取組項目 i iii		9	広域周遊化誘客促進事業費	R6新規	②	令和6年度の事業内容を検証したうえで、旅行会社や観光協会、各県と連携し、旅行の広域周遊化を図っていく。	改善
			(R6新規)R6-8				
			観光振興課				
取組項目 i ii		11	「長崎の食＋(プラス)」魅力創出事業費	R6新規	②	令和6年度の事業内容を検証したうえで、「長崎の食」と観光コンテンツを組み合わせたプロモーションの強化を図り、本県への誘客と広域周遊を促進する。また、観光客等に「長崎の食」を食べて満足していただき、本県へ再訪問していただけるよう、旅ナカでの情報収集の利便性の向上を図っていく。	改善
			(R6新規)R6-8				
			観光振興課				
取組項目 ii		12	長崎・食の賑わい創出プロジェクト費	R6新規	②	先進事例調査や可能性調査で得られた知見等を基に、長崎のおいしい食を買える・味わえる拠点創出に向け、食の賑わい創出の試行などを通して、食の賑わいの場実現に向けた機運醸成に努める。	改善
			(R6新規)R6-8				
			農産加工流通課 交通政策課				

取組項目 ii		12-1	長崎・食の賑わい創出プロジェクト費	R6新規	②	先進事例調査や可能性調査で得られた知見等を基に、長崎のおいしい食を買える・味わえる拠点創出に向け、食の賑わい創出の試行などを通して、食の賑わいの場実現に向けた機運醸成に努める。	改善
			(R6新規)R6-8				
			農産加工流通課				
取組項目 ii		12-2	長崎・食の賑わい創出プロジェクト費	R6新規	②	先進事例調査や可能性調査で得られた知見等を基に、長崎のおいしい食を買える・味わえる拠点創出に向け、食の賑わい創出の試行などを通して、食の賑わいの場実現に向けた機運醸成に努める。	改善
			(R6新規)R6				
			交通政策課				

注:「2. 令和5年度取組実績」に記載している事業のうち、令和5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