

事業群評価調書（令和7年度実施）

基本戦略名	1-2 移住施策の充実、関係人口の幅広い活用を推進する	事業群主管所属・課(室)長名	事業群①②③：地域振興部 地域づくり推進課	①②③：梅田 真由美
施策名	1 ながさき暮らしUIターン対策の推進	事業群関係課（室）	統計課	
事業群名	① さらなるUIターン促進のための相談・支援体制の充実	令和6年度事業費（千円）	※下記「2. 令和6年度取組実績」の事業費（R6実績）の合計額	211,446
	② 効果的な情報発信			
	③ 地域の維持・活性化及び産業人材確保に向けた人材誘致の促進			

基本戦略名	1-2 移住施策の充実、関係人口の幅広い活用を推進する	事業群主管所属・課(室)長名	地域振興部 地域づくり推進課	梅田 真由美
施策名	2 関係人口との交流促進による地域活力の向上、移住者の裾野の拡大	事業群関係課（室）	ながさきPR戦略課	
事業群名	① ながさきとの関わりづくりと地域課題解決等の仕組みづくり	令和6年度事業費（千円）	※下記「2. 令和6年度取組実績」の事業費（R6実績）の合計額	76,808

1. 計画等概要

<p>（長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025 本文）</p> <p>施策1 ながさき暮らしUIターン対策の推進</p> <p>①UIターン等の特性に応じて、より効果的・効率的な相談体制や就職支援機能等の整備・充実に取り組むとともに、近年増加しているUターンの促進に力を入れるほか、住まいの確保対策などに取り組む、さらなる移住の促進を目指します。</p> <p>②UIターン等の特性を十分捉えながら、女性視点や移住者視点を踏まえた効果的な地域情報を発信するとともに、特にUターンの促進に向けた、県内企業や誘致企業等の有益な企業・求人情報の発信強化に取り組めます。</p> <p>③国が進める東京一極集中是正の一環として、東京圏からの移住支援策を推進するとともに、地域おこし協力隊を積極的に活用し、産業人材確保の視点も踏まえ、移住・定住を後押しする雇用拡大や創業等への支援にも取り組み、地域力の維持・活性化を図ります。</p> <p>施策2 関係人口との交流促進による地域活力の向上、移住者の裾野の拡大</p> <p>①都市部住民等と地域との継続的で多様な関わりを形成するため、関係人口の活動を促進し支える拠点づくりに取り組みながら、地域のファンづくりや継続的な交流機会の創出を図るとともに、リモートワークや兼業・副業などの新たな視点での「しごと」づくり等を促進します。</p>	<p>（取組項目）</p> <p>施策1 ながさき暮らしUIターン対策の推進</p> <p>i) UIターン希望者に対する相談体制・支援機能の充実とながさき移住倶楽部の登録促進（事業群①）</p> <p>ii) UIターン希望者のニーズ等を踏まえた効果的な地域情報の発信（事業群②）</p> <p>iii) 地域への移住・定住を後押しする支援や地域おこし人材等のネットワーク構築などの環境整備（事業群③）</p> <p>施策2 関係人口との交流促進による地域活力の向上、移住者の裾野の拡大</p> <p>iv) ながさきとつながるきっかけづくりなど関係人口創出・拡大に向けた取組の促進（事業群①）</p>
--	--

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） ①県と21市町で共同運営している「ながさき移住サポートセンター」を中心に、市町と連携しながら、移住の実現まできめ細かなサポートに取り組んだものの、都市部からの移住者数が減ったことにより対前年度減となり、目標値には届かず、進捗状況としては「遅れ」となった。 今後は、東京で開催する大規模移住相談会の回数を増やすほか、都市部の移住潜在層掘り起こしを目的としたイベントを開催するなどして、更なる移住促進を図っていく。 ②県公式移住支援サイト「ながさき移住ナビ」やSNS等で各種情報の効果的な発信に努め、相談件数は過去最高を更新したものの、進捗状況としては「やや遅れ」となった。 引き続き、情報発信の充実にも努めるなどして、相談件数の増加を図っていく。 ③市町と連携し、国の交付金を活用して東京圏からの移住を促進している中、「ながさき移住ナビ」などで効果的な情報発信に取り組んだところ、活用者数は目標人数を大きく上回った。 ①関係人口の創出・拡大に向けて、デジタルノマドの調査研究やWEBやSNSでの情報発信に取り組むとともに、企業ワーケーションの誘致活動等を行った。庁内関係部局においても取組を進めており、達成率については順調に推移している。
	①県や市町の窓口を通した移住者数	目標値①		2,000人	2,400人	2,700人	3,000人	3,200人	3,200人 (R7)	
		実績値②	1,121人 (H30)	1,740人	1,876人	2,075人	1,998人		進捗状況	
		達成率 ②／①		87%	78%	76%	66%		遅れ	
	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	
	②移住に係る相談件数	目標値①		11,100件	13,100件	14,000件	14,700件	15,400件	15,400件 (R7)	
		実績値②	7,349件 (H30)	9,260件	11,440件	11,611件	12,432件		進捗状況	
		達成率 ②／①		83%	87%	82%	84%		やや遅れ	
	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	
	③わくわく地方生活実現政策パッケージ （移住支援金）の活用者数	目標値①		60人	60人	60人	60人	60人	60人 (R7)	
		実績値②	0人 (H30)	43人	84人	102人	105人		進捗状況	
		達成率 ②／①		71%	140%	170%	175%		順調	
	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）	
	①関係人口の創出、または拡大につながる取組件数	目標値①		5件	6件	7件	8件	9件	9件 (R7)	
		実績値②	0件 (R元)	6件	7件	8件	9件		進捗状況	
		達成率 ②／①		120%	116%	114%	112%		順調	

2. 令和6年度取組実績（令和7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6年度事業内容及び実施状況 （令和7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6年度事業の成果等	
				R5実績	うち 一般財源	人件費 （参考）		主な指標	R5目標	R5実績	達成率		
				R6実績					R6目標	R6実績			
				R7計画					R7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 iii	○	1	UIターン拡大事業費	25,867	12,838	16,975	●事業内容 市町と共同運営する「ながさき移住サポートセンター」を中心に、市町と連携しながら、UIターンの拡大を図る取組を実施。 ●実施状況 都市部での各種相談会やオンライン相談会を開催したほか、移住希望者に対して丁寧な相談対応に努めた。	【活動指標】	7,500	4,420	58%	●事業の成果 ・「ながさき移住サポートセンター」を中心に、市町と連携して事業を実施し、相談件数は過去最高を更新したものの、移住者数は対前年度減となった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・移住希望者に対する丁寧な相談対応等により、移住者数及び相談件数の増加に寄与している。	
				24,302	12,546	14,980			ながさき移住倶楽部 会員登録数（累計） （人）	9,000	4,805		53%
			(R6終了)R4-6					【成果指標】	2,700	2,075	76%		
			地域づくり推進課	—	—	—		移住者数（単年度） （人）	3,000	1,998	66%		
取組項目 ii	○	2	ながさきUIターン魅力 発信事業費	22,843	11,507	16,204	●事業内容 UIターンをより一層促進するために、効果的な情報発信を実施。 ●実施状況 デジタルコーディネーターを活用して移住支援サイトの改善・運用を行ったほか、移住潜在層を掘り起こすため、都市部の20～40代をターゲットとしてWEBプロモーションやSNS・YouTube等での魅力発信を行った。	【活動指標】	210	569	270%	●事業の成果 ・効果的な情報発信を行ったことにより、「ながさき移住ナビ」のアクセス件数は目標を大きく上回った。 ●事業群の目標達成への寄与 ・積極的かつ効果的な情報発信により、相談件数の増、ひいては移住者数の増に寄与している。	
				18,781	9,451	14,980			ながさき移住ナビ （公式HP）の更新回 数（回）	210	633		301%
			(R6終了)R4-6					【成果指標】	188,000	272,963	145%		
			地域づくり推進課	—	—	—		ながさき移住ナビ （公式HP）のアクセ ス件数（件）	206,800	366,138	177%		
取組項目 ii iii	○	3	ながさきUIターン拡大・魅力 発信事業費				●事業内容 市町と連携して、本県の魅力を発信し、「ながさき移住サポートセンター」を中心に移住希望者の相談等に対応。	【活動指標】				—	
				46,588	24,129	33,088			ながさき移住ナビア クセス数（件）	346,118			
			(R7新規)R7-9					【成果指標】					
			地域づくり推進課	—	—	—		移住者数（人）	3,200				
取組項目 i		4	移動理由調査事業費	1,922	1,128	7,659	●事業内容 県内全ての市町と連携し、市町の窓口において転出入者を対象に移動理由アンケートを実施。 ●実施状況 県で回答の集約・集計・分析を行い、その結果を県と市町で共有した。	【活動指標】	21	21	100%	●事業の成果 ・令和6年1月に調査項目の追加・見直し、及び調査票レイアウトの改善を行った。 ・令和5年に実施したアンケートの集計・分析結果を県庁内・市町で共有した。 ・統計的に分析を行うにあたって一定必要なデータが蓄積され、傾向はほぼ一定であったこと、また、調査を終了することについて、県庁内・市町からの合意が得られたことから、アンケート調査は令和6年12月までとし、蓄積されたデータを引き続き施策の検討に活用していくこととした。	
				1,521	891	7,884			アンケートの実施市 町数（市町）	21	21		100%
				—	—	—							
									【成果指標】	1	1		100%
			(R6終了)R3-6						1	1	100%		
			統計課	—	—	—							
								県内市町の窓口において転出入届を提出する住民	アンケート分析事例 の提案件数（件）				

取組項目 iii		5	移住・創業・地域貢献支援事業費	146,441	58,547	8,488	●事業内容 国の交付金を活用し、東京圏からの移住を促進するとともに、地域の雇用創出につながる創業・事業拡充を支援。 ●実施状況 移住支援：105件＜雇用人数102人（注）＞ 創業支援：30件＜雇用創出60人＞ 地域貢献支援：8件＜雇用創出25人＞ （注）創業支援と重複した3人を除いた人数	【活動指標】 移住・創業・地域貢献支援を行った件数（件）	171	134	78%	●事業の成果 ・移住・創業・地域貢献支援による新たな雇用創出数が前年度より17人増加の187人となり、目標を達成した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本事業により移住・定住が促進されるとともに、雇用の創出を通じ地域の活性化に寄与した。			
				159,369	64,189	10,249			171	143	83%				
				地域産業雇用創出チャレンジ支援事業補助金実施要綱					181	170	93%				
				（R6終了）R4-6					181	187	103%				
			地域づくり推進課	—	—	—	県外からの移住希望者、創業・事業拡大等希望者								
取組項目 iii		6	移住・地方就職学生・創業支援事業費				●事業内容 国の交付金を活用し、東京圏からの移住（大学生等の就職に伴うものを含む。）を促進するとともに、地域の課題解決につながる創業を支援。	【活動指標】 移住・地方就職学生・創業支援を行った件数（件）				—			
				240,699	91,440	8,666			171						
				地域産業雇用創出チャレンジ支援事業補助金実施要綱											
				（R7新規）R7-9											
			地域づくり推進課	—	—	—	県外からの移住希望者、創業等希望者			196					
取組項目 iii		7	地域活性化人材支援事業費	8,206	4,103	9,191	●事業内容 地域おこし協力隊の定住を促進するため、隊員の受入や任期後の活動等にかかる相談対応や研修会を実施。 ●実施状況 隊員・市町向け研修会等を計6回開催し、相談窓口の運営、アドバイザー派遣などの支援を実施したほか、隊員就任希望者に向けて県内の隊員の取組等を情報発信した。	【活動指標】 県による隊員・市町職員向け研修会等の開催（回）	4	4	100%	●事業の成果 ・成果指標（定住率）は前年度から3ポイント上昇し60%となった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・地域おこし協力隊の受入及び定住を促進することで、集落・地域コミュニティの維持・活性化に寄与している。			
				7,473	3,737	9,461			6	6	100%				
				—					【成果指標】				60	57	95%
									地域おこし協力隊の本県への定住率（%）※総務省調査に基づく				63	60	95%
			（R6終了）R4-6												
			地域づくり推進課	—	—	—	地域おこし協力隊員、隊員OBOG、隊員就任希望者、市町								
取組項目 iii		8	ふるさとづくり推進費（地域おこし協力隊関係）				●事業内容 地域おこし協力隊の受入及び定住促進を図るため、隊員の受入や任期後の活動等にかかる相談対応等を実施するとともに、県内に定住したOBOGの活動などの情報を発信。	【活動指標】 県による隊員・市町職員向け研修会等の開催（回）				—			
				7,301	3,651	9,454			6						
				—					【成果指標】						
				（R7新規）R7-9					地域おこし協力隊の本県への定住率（%）※総務省調査に基づく				63		
			地域づくり推進課	—	—	—	地域おこし協力隊員、隊員OBOG、隊員就任希望者、市町								

取組項目iv		9	めぐりあい人口創出・拡大事業費				●事業内容 交流と婚活をつなぐ「めぐりあい」の創出・拡大に向け、主に若い世代の交流拡大を図るイベントを振興局単位で開催するとともに、県内各地域の魅力を発信。 ●実施状況 長崎振興局を除く6振興局で計8回のめぐりあいイベントを開催し、計423人が参加した。また、WEBサイトやSNSで各地域の魅力などを発信した。	【活動指標】 めぐりあいイベントの開催回数（回）				●事業の成果 ・事業初年度でイベント内容等の検討や調整に時間を要したものの、めぐりあいイベントには計423人の参加があった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・振興局単位でイベントを開催したことにより、各地域における関係人口の創出促進に寄与した。
				17,203	0	22,075			7	8	114%	
				19,091	0	22,058			7			
			R6-8	—			【成果指標】 R6：めぐりあいイベント参加者のうち未婚者数（人）	350	318	90%		
			地域づくり推進課	—	—	—	県内外の若者（主に20～30代）	R7：めぐりあいイベント参加者数（人）	700			
取組項目iv	○	10	ワーケーション推進事業費				●事業内容 ノマドワーカー誘致のロードマップを作成。また、ワーケーションの受入促進などの関係人口創出の取組を実施。 ●実施状況 ノマドワーカーの誘致にかかる調査研究等を行い、今後10年間のロードマップを作成した。また、ワーケーションの受入促進を図るWEBやSNSでの情報発信や都市部企業への誘致活動のほか、長崎友輪家での交流等を実施した。	【活動指標】 有識者会議の開催（回）				●事業の成果 ・ノマドワーカー誘致にかかるロードマップを作成し、その内容を令和7年度事業に反映した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本事業により、関係人口創出にかかる機運が醸成され、関係人口の創出等につながる取組件数の増加に寄与している。
				35,322	17,451	12,614			3	4	133%	
				—					【成果指標】			
			(R6終了)R6	—			デジタルノマド誘致に向けた計画策定（計画）	1	1	100%		
			地域づくり推進課	—	—	—	リモートワークに取り組む企業、市町、本県と継続的に関わる関係人口					
取組項目iv	○	11	デジタルノマド受入推進事業費				●事業内容 デジタルノマドの誘致にかかる受入基盤づくりや誘客プロモーション等を実施。また、ワーケーションの受入促進などの関係人口創出の取組を実施。	【活動指標】 デジタルノマド受入のハブ人材として育成したコミュニティマネージャーの人数（人）				—
				27,915	14,906	11,817			3			
				—					【成果指標】			
			(R7新規)R7-9	—			県が関係して誘致したデジタルノマドの人数(人)					
			地域づくり推進課	—	—	—	国内外のデジタルノマド、市町、本県と継続的に関わる関係人口		20			

取組項目iv	12	長崎県情報発信促進事業費（県外パブリシティ、長崎の変関係）	25,558	12,778	7,659	●事業内容 ・県外での本県の認知度向上とイメージアップを推進し、一層の交流人口の拡大と他県との差別化を図るため、首都圏・関西圏等においてマスコミを対象にパブリシティ活動を実施。 ・本県の認知度向上とイメージアップにより関係人口（長崎県ファン）の創出・拡大を図るため、福山雅治氏をクリエイティブプロデューサーに起用した「長崎の変」プロジェクトにおいて、WEBサイト及びSNSを中心にプロモーション活動を実施。 ●実施状況 ・県外パブリシティにおいては、本県への取材誘致に向けたメディアへのコンタクトを計512回、プレスツアーを1回、プレスリリースを20件、県庁及び県内市町のPR担当者への研修会2回などを実施した。 ・「長崎の変」プロジェクトでは、猫のキャラクターの新しい素材のリリース、「長崎の変」プロジェクトに賛同する企業等へのPRツール作成・配布、SNSによる情報発信などを実施した。	【活動指標】 R5：メディア訪問等回数（回）※首都圏・関西圏	405	641	158%	●事業の成果 ・県外パブリシティにおいては、計512回のメディアコンタクトにより、WEBを含むメディア全体の露出件数は1,555件（対前年度74件増加）、広告換算額として1,567百万円となっており、首都圏、関西圏等の方々に対して本県の認知度向上を図った。 ・「長崎の変」プロジェクトでは、県公式SNSのフォロワー数が増加（X R5：5,245人→R6：6,745人、インスタグラム R5：9,102人→R6：49,242人）するとともに、フォロワー等による投稿への「いいね」などの反応（エンゲージメント）数も目標を大きく上回っており、本県の関係人口（長崎県ファン）の創出・拡大を図ることができた。
			24,283	11,018	7,884		R6-：メディア訪問等回数（回）※首都圏・関西圏等	650	512	78%	
			29,806	22,853	7,878			480			
			—	【活動指標】	204		292	143%			
		255			244	95%					
		255									
		【成果指標】 R5：広告換算額（百万円）※首都圏・関西圏			1,970	2,003	101%				
					R6-：広告換算額（百万円）※首都圏・関西圏等	2,029	1,567	77%			
						2,029					
		R2-				【成果指標】	128,600	155,750	121%		
長崎県関係人口公式SNS（X・Instagram）のエンゲージメント（反応）数（回）	186,900					379,018	202%				
ながさきPR戦略課	—	—	—	長崎県民及び首都圏・関西圏・福岡圏住民等		454,800					

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	UIターン希望者に対する相談体制・支援機能の充実とながさき移住倶楽部の登録促進	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>移住にかかる相談件数や「ながさき移住ナビ」の閲覧回数などは対前年度増であったが、事業群の目標及びUIターン拡大事業費の成果指標である移住者数については、令和6年度の目標値3,000人に対し、実績値は前年度（令和5年度）の2,075人を下回り1,998人となった。</p> <p>このことは、自治体間の移住者獲得競争が激化していること、また、コロナ禍を経て大都市への人口集中の流れが再加速しつつあることが大きな要因と推定しており、引き続き、市町と密に連携して丁寧な相談対応に努めるとともに、都市部対策を強化する必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>引き続き、「ながさき移住サポートセンター」を中心に、市町と連携しながら、都市部やオンラインでの移住相談会の開催や電話・メール等での相談対応など、移住の実現まできめ細かなサポートを行う。</p> <p>併せて、都市部対策の充実・強化を図っていくこととし、令和7年度は、大規模移住相談会の開催回数を増やすとともに、東京において移住潜在層向けPRイベントを開催する。</p>
---	---	--	---

ii	UIターン希望者のニーズ等を踏まえた効果的な地域情報の発信	
	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>ながさきUIターン魅力発信事業費は成果指標を達成したが、事業群の目標である移住に係る相談件数は「やや遅れ」であった。移住・定住を促進するため、引き続き、ながさき暮らしの魅力等を効果的に発信していくことで移住潜在層を確実に取り込み、併せて移住潜在層を掘り起こす取組を実施していく必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>引き続き、SEO^(注1)・SXO^(注2)対策を講じながら移住支援サイト「ながさき移住ナビ」を運用していくとともに、WEBプロモーション、SNS発信、動画配信のほか、移住潜在層向けPRイベントなどを行う。</p> <p>また、県民も情報発信の重要な担い手と位置づけ、県民自らがその暮らしの魅力を発信するというような機運を醸成していく。</p> <p><small>(注1) Googleなどの検索エンジンにおいて特定キーワードで検索したときに上位に表示されるようにすること。 (注2) 検索エンジンで検索したユーザーの意図にあったコンテンツを提供しユーザーの満足度を高めること。</small></p>
iii	地域への移住・定住を後押しする支援や地域おこし人材等のネットワーク構築などの環境整備	
	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>移住・創業・地域貢献支援事業費は成果指標を達成したが、移住・定住への後押しや創業への支援は引き続き必要である。</p> <p>地域おこし協力隊に関しては、成果指標である本県への定住率が目標に届かなかった。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>引き続き、国の交付金を活用して、市町等と連携しながら、東京圏からの移住を促進するとともに、地域の課題解決につながる創業を支援する。また、令和7年度から国の制度が拡充された東京圏の大学生等を対象とした地方就職支援について、積極的かつ効率的に周知していく。</p> <p>地域おこし協力隊に関しては、市町や中間支援組織（協力隊OBOG団体）と連携して、受入市町とのミスマッチの解消やさらなる定住率の向上にかかる支援等を継続して行っていく。</p>
iv	ながさきとつながるきっかけづくりなど関係人口創出・拡大に向けた取組の促進	
	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>デジタルノマドの誘致促進に向けた地域資源調査や先進地調査により、本県にはデジタルノマドの多様なニーズに応えられる地域資源がある一方で、受入れの中心となる人材や地域の理解が不足していることが判明した。</p> <p>「県外パブリシティ」では、本県の一定の露出につながっているものの、限られた予算内で、より県外での本県の露出拡大を図るには、効果的かつ効率的にメディア掲載につなげていく必要がある。「長崎の変」では、より多くの長崎ファンの創出につながるよう、フォロワーが増加したInstagramをメインに、効果的に情報発信を行っていく必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>デジタルノマドの誘致に向け、受入基盤づくりと誘客プロモーションに取り組んでいくこととし、令和7年度は、コミュニティマネージャーの育成、モニターツアー、情報発信等を実施する。</p> <p>パブリシティ活動については、これまでの成果を検証し、メディア掲載につながるような手法や内容の見直しを行っていく。SNSにおける情報発信においては、本県の認知度向上とイメージアップにつながるよう内容等の充実を図っていく。</p>

4. 令和7年度見直し内容及び令和8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7年度事業の実施にあたり見直した内容	令和8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 ii iii	○	3	ながさきUIターン拡大・魅力発信事業費	R7新規	②④⑤	令和8年度からは、市町や関係団体とのさらなる連携を図り、相談・サポート体制を充実させた上で、情報発信及び都市部対策を一層強化していくこととし、令和7年度で本事業を廃止する。	廃止
			(R7新規)R7-9				
			地域づくり推進課				
取組項目 iii		6	移住・地方就職学生・創業支援事業費	R7新規	②⑤⑧	国の交付金を活用した事業であるため、国の施策の方向性を踏まえた上で、市町等の状況や意向等を聞き取り、必要な見直しを行っていく。	改善
			(R7新規)R7-9				
			地域づくり推進課				
		8	ふるさとづくり推進費(地域おこし協力隊関係)	R7新規	②⑤⑥⑧	受入市町とのミスマッチ解消やさらなる定住率の向上に向け、隊員や中間支援組織（協力隊OBOG団体）、市町と連携して、事業内容を改善していく。	改善
			(R7新規)R7-9				
			地域づくり推進課				

取組 項目 iv	9	めぐりあい人口創出・ 拡大事業費	政策評価委員会からの意見を踏まえ、より参加者の交流が進むようイベントの名称を「MEET UP!ながさきフェス」に変更して、イベントを開催することとした。	②⑤⑥	令和7年度に実施する見直しの成果を検証したうえで、市町や関係団体と連携し、イベント内容や広報方法のさらなる改善を図る。	改善
		R6-8				
		地域づくり推進課				
	○ 11	デジタルノマド受入推進 事業費	R7新規	②⑤⑥	デジタルノマドの受入推進に関し、令和7年度に実施するコミュニティマネージャーの育成や、モニターツアー、プロモーション等の成果と課題を踏まえた上で、より実効性のある受入体制基盤づくりと誘客プロモーションを実施していく。	改善
		(R7新規)R7-9				
		地域づくり推進課				
	12	長崎県情報発信促進事業費 (県外パブリシティ、長崎の変関係)	県外パブリシティについて、メディア目線から見た新たな魅力の掘り起こしや県が出したい情報とメディアが求めている情報のマッチングを行うなど、さらなるメディアへの露出の拡大を図るとともに、県がメディアに直接コンタクトすることにより、パブリシティのノウハウやメディアコネクションの蓄積も図っていく。 「長崎の変」については、猫キャラの着ぐるみも活用し、これまでとは異なる年齢層（特に若年層）への周知拡大も目指す。	②⑤⑦	県外パブリシティについては、令和7年度に見直した手法等についての検証を行いながら、よりPR効果が高い事業の実施につなげる。 「長崎の変」についても、猫キャラを活用した取組の検証を行いながら、認知度向上を図り、長崎の魅力発信につなげていく。	改善
		R2-				
		ながさきPR戦略課				

注：「2. 令和6年度取組実績」に記載している事業のうち、令和6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