

事業群評価調書(令和5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:宮本 浩次郎
施策名	1 ながさき暮らしU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Uターン促進のための相談・支援体制の充実 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	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 177,617	
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	宮本 浩次郎
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 91,165	

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)								
<p>施策1 ながさき暮らしUターン対策の推進</p> <p>①U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み、さらなる移住の促進を目指します。</p> <p>②U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>施策1 ながさき暮らしUターン対策の推進</p> <p>i)U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)U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県や市町の窓口を通じた移住者数	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	/	/	/		進捗状況
		達成率②/①	/	87%	78%	/	/	/		やや遅れ
	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)		②県移住支援WEB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たところ、コロナ禍による地方移住への機運の高まりもあり、相談件数は過去最多を更新したものの、進捗状況としては「やや遅れ」となった。引き続き、情報発信の充実に努めるなど、移住に係る相談件数の増加を図っていく。
	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		
実績値②		7,349件(H30)	9,260件	11,440件	/	/	/	進捗状況		
	達成率②/①	/	83%	87%	/	/	/	やや遅れ		

事業群	指標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	③国のデジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ(移住・起業・就業型))を活用して東京圏からの移住を促進している中、令和3年度からテレワーカーや関係人口も対象とするなど移住支援金の要件を緩和し、さらに令和4年度には子育て加算を新設したことが奏功し、令和4年度の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、リモートワーク特設サイトやSNSでの情報発信、ワーケーションに係るマッチングツアー・プロモーションイベントの開催、県内の地域活性化人材と県外の関係人口をつなぐコミュニティ(長崎友輪家(ゆーりんちー))の立ち上げなどを行った。また、庁内関係部局においても新規の取組を進めており、達成率については順調に推移している。	
	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		60人(R7)
		実績値②	0人(H30)	43人	84人	/	/	/	/		進捗状況
		達成率②/①	/	71%	140%	/	/	/	/		順調
①関係人口の創出、または拡大につながる取組件数	指標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)		
	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	/	/	/	進捗状況			
	達成率②/①	/	120%	116%	/	/	/	順調			

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 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	事業実施の根拠法令等			事業対象	R5目標			
取組項目 iii	○	1	UIターン拡大事業費	28,439	13,779	19,133	「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、都市部での移住相談会開催など移住希望者に対して丁寧な相談対応等を行った。 また、県移住支援WEBサイト「ながさき移住ナビ」と県内求人や企業情報などの検索サイト「ジョブなび長崎」とを連携し、それぞれの会員の利便性の向上を図った。 県外からの移住希望者		【活動指標】 ながさき移住倶楽部会員登録数(累計)(人)	/	/	/
				28,446	15,132	16,975		7,500		/	/	
			R4-6	—	—	—		【成果指標】 移住者数(単年度)(人)	2,400	1,876	78%	
			地域づくり推進課	—	—	—		2,700	/	/		
取組項目 i	○	2	移動理由調査事業費	2,853	1,713	7,790	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。 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。 県内市町の窓口において転出入届を提出する住民	【活動指標】 アンケートの実施市町数(市町)	/	/	/	●事業の成果 ・令和4年3月に調査項目の追加・見直しを行い、年度を通してアンケートを実施した。また、令和3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。 ●事業群の目標達成への寄与 ・アンケート結果を県庁内・市町で共有し、各事業のエビデンスとして活用が図られている。
				3,150	1,959	7,653			21	21	100%	
				3,329	1,841	7,716			21	/	/	
			R3-7	—	—	—		【成果指標】 アンケート分析事例の提案件数(件)	1	1	100%	
統計課	—	—	—	1	/	/						
取組項目 ii	○	3	ながさきUIターン魅力発信事業費	27,342	5,150	13,775	「ながさき移住ナビ」及びSNSで各種情報をWEB広告等を活用しながら効果的に発信した。また、移住者の約8割は40歳代以下であることから、子育て支援情報をリニューアルするとともに子育てガイドブックを作成した。 さらに、移住相談会等のイベントや県内市町の魅力などをWEB等で集中的に発信する「Uターン促進キャンペーン」を実施した。	【活動指標】 R4: SNSによる情報発信回数(回)	/	/	/	●事業の成果 ・コロナ禍により地方移住への機運が高まる中、掲載情報の充実、WEB広告の掲載、キャンペーンの実施などにより、アクセス件数は目標を大きく上回ることができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・移住に関する各種情報を積極的かつ効果的に発信することで、相談件数の増、ひいては移住者数の増に寄与している。
				22,894	11,537	16,204			R5-: ながさき移住ナビ(公式HP)の更新回数(回)	540	514	
			R4-6	—	—	—		【成果指標】 ながさき移住ナビ(公式HP)のアクセス件数(件)	210	/	/	
			地域づくり推進課	—	—	—		170,500	230,514	135%		
188,000	/	/										

取組項目 iii	○	4	移住・創業・地域貢献支援事業費	107,018	45,072	10,714	<p>地方創生推進交付金(移住・起業・就業型)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・事業拡充等にチャレンジする事業者の支援を行った。 ※令和4年度実績 移住支援 :84件 創業支援 :20件 地域貢献支援:13件</p>	【活動指標】	171	117	68%	<p>●事業の成果 ・目標には届かなかったものの、移住支援事業において令和3年度の要件緩和や令和4年度の子育て加算新設が奏功したことなどにより、支援件数、雇用創出数とも過去最多となった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本事業は、事業群③の目標に直結する事業であり、過去最多の実績となっている。</p>
				249,861	102,960	8,488		【成果指標】	171			
			R4-6					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	150	82%	
			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	181			
取組項目 iii	○	5	地域活性化人材支援事業費	11,668	4,241	8,418	<p>地域おこし協力隊の地域への定着促進を図るため、県内で活躍する協力隊(OBOGを含む)や市町職員を対象とし、隊員の受入や任期後の活動についての相談支援や研修会を行った。</p>	【活動指標】	3	4	133%	<p>●事業の成果 ・隊員・市町職員向け研修会等を4回開催したことに加え、相談窓口の運営、情報発信により隊員就任希望者に向けて県内の地域おこし協力隊に関わる取組を周知することで、定住率の上昇を図った。</p>
				9,950	5,138	8,487		【成果指標】	4			
			R4-6		—			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	58	54	93%	
			地域づくり推進課	—	—	—		地域おこし協力隊隊員(OBOGを含む)、隊員就任希望者、市町	60			
取組項目 iv	○	6	地域と関わる関係人口創出事業費	27,197	3,445	9,949	<p>首都圏等の企業と県内市町のワーケーションのニーズをマッチングさせようで行うワーケーションマッチングツアーを4市町で実施し、また、リモートワーク及びワーケーションのプロモーションイベントを東京都で開催するとともに、ワーケーションガイドブックを制作した。 また、県内の地域活性化人材と県外の関係人口をつなぐコミュニティ(長崎友輪家)を立ち上げ、オンラインでの交流やオフラインイベント等を実施した。</p>	【活動指標】	4	5	125%	<p>●事業の成果 ・制作したワーケーションガイドブックに、目標の4件を上回る6件のワーケーションモデルプランを掲載し、プロモーションイベントやWEB等で配布した。 ・ワーケーションマッチングツアーやイベントの開催などの効果により、令和4年度に県の窓口を経由してリモートワーク等を実施した企業は6社、累計では9社となり、目標の8社を上回った。 ●事業群の目標達成への寄与 ・事業の実施により、関係人口創出にかかる機運が醸成され、関係人口の創出、または拡大につながる取組件数の増加に寄与している。</p>
				26,850	14,010	10,802		【活動指標】	6			
					—			ワーケーションマッチングツアーにおける市町への紹介企業数(累計)(社)	6	6	100%	
			R4-6					関係人口創出ワーケーションモデルプラン数(累計)(件)	4	6	150%	
				【成果指標】	6							
地域づくり推進課	—	—	—	県の窓口を経由してリモートワーク等を実施することとなった企業数(累計)(社)	8	9	112%					
					12							

取組項目iv	7	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)	73,436	36,718	10,127	県外における本県の認知度向上とイメージアップを推進し、交流人口のさらなる拡大と他県との差別化を図るため、首都圏・関西圏・福岡圏においてマスコミを対象としたパブリシティ活動を実施。 また、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、「猫キャラ」を活用したプロモーション企画や知事と福山氏との対談動画の公開、WEBサイト及びSNSによる情報発信を実施し、関係人口(長崎県ファン)の創出・拡大を図った。	【活動指標】 R3.4:メディア訪問等回数(回)(※首都圏・関西圏・福岡圏)	521	620	119%	●事業の成果 ・県外パブリシティにおいては、計625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1,038件(対前年度92件増加)、広告換算額として2,028百万円となっており、首都圏、関西圏、福岡圏の方々に幅広く本県の魅力を伝えることができた。 ・「長崎の変」プロジェクトでは、知事と福山氏の対談「にゃんとかせんば対談」の動画が約24万回再生された。さらに、県公式SNSのフォロワー数も増加(ツイッター R3:3,293人→R4:7,420人)、インスタグラム R3:4,684人→R4:7,420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)数も着実に増加しており、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。
			63,968	31,985	9,949		R5-:メディア訪問等回数(回)(※首都圏・関西圏)	405			
			47,729	23,865	7,716		【活動指標】 R3.4:動画制作回数(回)	1	1	100%	
							R5-:長崎県関係人口公式SNS(ツイッター・インスタグラム)の投稿数(回)	204			
							【成果指標】 R3.4:広告換算額(百万円)(※首都圏・関西圏・福岡圏)	2,130	2,264	106%	
								2,130	2,028	95%	
							R5-:広告換算額(百万円)(※首都圏・関西圏)	1,970			
							【成果指標】	6,405	71,135	1110%	
							ながさきPR戦略課	—	—	—	
							ながさきPR戦略課	—	—	—	

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 ●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拡大の影響により、年度前半は都市部での対面型の移住相談会において完全予約制にするなど来場者数を制限せざるを得ない状況にあったが、年度後半は来場予約のみとしたところコロナ禍前の来場者数に戻ってきた。今後も市町と連携しながら都市部での移住相談会を開催していく。 移住者数の目標を達成するためには、民間の協力も必要であり、移住検討者に対する支援を行っている「ながさき移住コンシェルジュ」等の活用を積極的に進める必要がある。	●課題解決に向けた方向性 本県への移住者の約6割を占める20～40歳代のいわゆる「子育て世代」を引き続きターゲットとし、同世代が相談しやすい移住相談会を開催する。また、移住の実現のために支援を行っていた「ながさき移住コンシェルジュ」に対して県産品を贈呈することにより、UIターンのさらなる増加を図るとともに県内定着にもつなげていく。
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 ●実績の検証及び解決すべき課題 コロナ禍により都市部住民の地方移住への機運が高まる中、積極的かつ効果的な情報発信を行ったことで、移住に係る相談件数、「ながさき移住ナビ」のアクセス件数、SNSのフォロワー数等は増加している。ただし、相談件数については「やや遅れ」の状況であるため、ターゲットに応じた情報発信などより効果的な情報発信を実施していく必要がある。	●課題解決に向けた方向性 さらなるUIターンを促進するため「ながさき移住ナビ」のSEO ^(注1) ・SXO ^(注2) 対策を講じるとともに、SNS等で市町の魅力など効果的な情報発信を行っていく。 また、秋頃をキャンペーン期間と位置づけ、市町と連携してUIターン関連施策やイベント情報などを集中的に県内外へ発信していく。 (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。

<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> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 移住支援事業については、子育て加算を創設したことなどにより活用者数が順調に伸びており、引き続き制度のPRを行っている。創業支援事業については、応募件数は過去最高となったものの採択件数が低下したり取り下げ件数が増加したため、応募事業内容の質の向上が必要。地域貢献支援事業については、これまでに70事業を支援し87名の雇用を創出するなど一定の成果をあげてきたが、採択する事業については、一層「地域が抱える課題の解決に資する事業」という観点が求められる。 地域おこし協力隊に関しては、退任後、より多くの方に県内に定住してもらうため、県・市町・中間支援組織でさらに連携した取組を進める必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 各支援事業について、市町や関係団体と連携・協働して引き続き制度の周知を図っていく。創業支援事業については、支援実施機関である長崎県商工会連合会等に対し、公募期間の十分な確保や応募者支援の充実を要請していく。地域貢献支援事業については、その支援対象事業を「地域課題の解決に資する事業」に重点化する。 地域おこし協力隊に関しては、関係市町及び隊員OBOGで組織された中間支援組織と連携し、隊員の受入・育成・定着を推進していく。</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</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 ワークーションマッチングツアーにおいては、選定した4市町に都市部の企業を合計で6社紹介し、マッチングができた計5社がそれぞれの市町のニーズに沿ったワークーションを実施し関わりを創出できた。ただし、県内市町のリモートワーク・ワークーションについては、受入に積極的な市町と取組が進んでいない市町で差があるため、取組が進んでいない市町の底上げを図る必要がある。 また、「長崎友輪家」については、交流を継続させていくとともに、参加者数を増やしていく必要がある。 さらに、「県外パブリシティ」では首都圏・関西圏・福岡圏において、マスメディアを中心にパブリシティ活動を実施し、一定の露出につながっているものの、メディアが多様化する中、限られた予算内でより効率的かつ効果的な記事掲載につなげていく必要がある。 加えて、「長崎の変」プロジェクトでは、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プロモーション活動を実施したところであるが、プロジェクトの趣旨を県内外に一層周知するための効果的な発信を行うとともに、県民等の新たな取組につながる戦略的な情報発信を行う必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 リモートワーク・ワークーションについては、受入環境整備が進んでいない市町にヒアリング等を行い各種支援制度の活用を促していくとともに、関係市町や連携協定を結んでいる民間企業と連携し、効果的な情報の発信やイベントの開催に引き続き努めていく。 また、「長崎友輪家」については、長崎県を日本一「多様な暮らし方の受入が上手な県」にすることを目的に設立された「長崎・新たな暮らし方会議」と引き続き連携して、参加者間の交流を活性化し深めていく。 さらに、パブリシティ活動やSNSにおける情報発信において、情報の受け手の具体的な行動につながるように情報発信の手法や内容を見直していく。</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	事務事業名 事業期間 所管課(室)名	令和5年度事業の実施にあたり見直した内容 ※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	令和6年度事業の実施に向けた方向性		
					事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
取組項目 iii	○	1	UIターン拡大事業費 R4-6 地域づくり推進課	都市部で開催する移住相談会において、キッズルームを併設するようにした。 また、移住検討者に対する支援を行っている「ながさき移住コンシェルジュ」等に対して、移住を実現させた場合に県産品を贈呈することとした。	②④⑤	全国的な地方移住の流れがある中、移住相談会での相談状況等から移住希望者の傾向やニーズを捉えたうえで、「ながさき移住サポートセンター」、各市町、関係団体でその内容を共有し、情報発信、相談対応等のレベルアップに必要な事業・連携体制等について検討し実施していく。 また、市町に対し、引き続き、優良事例を紹介するとともに、必要に応じ体制の強化等を働きかける。	改善
取組項目 i		2	移動理由調査事業費 R3-7 統計課	県庁内及び市町のニーズを踏まえて調査項目の追加や見直しを実施。	②⑤	時系列で比較できるようアンケートを実施していくとともに、アンケートの調査項目の追加や見直しについて、県庁内及び市町のニーズを踏まえて検討する。 引き続き、集計結果を県庁内及び市町と共有し、人口減少対策等への活用を図っていく。	改善
取組項目 ii	○	3	ながさきUIターン魅力発信事業費 R4-6 地域づくり推進課	「ながさき移住ナビ」について、SEO ^(注1) ・SXO ^(注2) 対策としてサイトの改修やコンテンツの充実を行うこととした。 また、キャンペーンについては、Iターンも対象に加えて「UIターン促進キャンペーン」を実施することとした。 (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。	②⑤	令和5年度に実施する情報発信のSEO対策・SXO対策及び「UIターン促進キャンペーン」の成果を検証したうえで、情報発信及びキャンペーンの内容、手法等のさらなる改善を図るとともに、検証結果を市町や関係部局と共有していく。	改善

取組項目 iii	○	4	移住・創業・地域貢献支援事業費	移住支援事業について、子育て加算の額を最大30万円/人から最大100万円/人に増額した。 また、地域貢献支援事業について、支援対象を「地域が抱える課題の解決に資する事業」「移住の促進につながる事業」「関係人口の創出・拡大につながる事業」に特化して支援することとした。	②⑤⑧	令和5年度の各事業の応募・採択状況等や国の施策の方向性を踏まえ、各市町の施策構築の意向や関係事業の実施状況等を聞き取り、事業の内容について必要な見直しを図ることとする。	改善	
			R4-6					
			地域づくり推進課					
取組項目 iii	○	5	地域活性化人材支援事業費	令和4年度までの取組を踏まえ、外部専門家と連携し県としての地域おこし協力隊(OBOGを含む)や市町職員に対する支援体制を見直し、強化を図る。	②⑤⑥⑧	令和5年度を取組を踏まえ、中間支援組織(協力隊OBOG団体)と連携しながら、地域おこし協力隊(OBOGを含む)及び市町等職員へのさらなるサポート体制の強化を図る。引き続き、制度に対する理解促進及び運用の適正化(※)に取り組むほか、地域おこし協力隊(OBOGを含む)が任期中・任期終了後も継続して、地域で活躍ができる環境づくりにも取り組むことでミスマッチ解消による定住率向上を目指す。 (※)具体的には、「導入目的の明確化」、「着任前の企画・募集・採用に係る取組の強化」、「着任後の担当職員と隊員との信頼関係の構築」、「隊員の定住に向けた準備に対する支援の拡充」等について、市町主体で推進できるよう、中間支援組織や外部専門家等と連携して支援していく。	改善	
			R4-6					
			地域づくり推進課					
取組項目 iv	○	6	地域と関わる関係人口創出事業費	ワーケーションマッチングツアーについて、全市町に希望をとり、令和5年度は長崎市及び島原市の2市を対象として実施することにした。	②⑤⑥⑧	庁内関係部局や市町はもとより、令和5年度に実施するワーケーションマッチングツアー・イベントや「長崎友輪家」の関係者、連携協定を結んでいる企業等にヒアリングなどを行い、その内容を分析したうえで、必要な見直しを行っていく。	改善	
			R4-6					
			地域づくり推進課					
取組項目 iv	○	7	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、民間事業者の有する高い知見やノウハウを活用した効率的かつ効果的なパブリシティ活動を行うため、令和5年度から事業者選定方法を「総合評価一般競争入札方式」から「公募型プロポーザル方式」へ変更した。	②⑤⑦	県外パブリシティについては、限られた予算でより効果的な展開を図るため、戦略的なパブリシティ手法を検討するとともに、事業成果をより正確に測るための指標について検証を行っていく。	改善	
			R2-6					
			ながさきPR戦略課					

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