

事業群評価調書(令和3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	江口 信
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2年度事業費(千円)	※下記「2. 令和2年度取組実績」の事業費(R2実績)の合計額 65,314	

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)	i) アジア諸国(中国、韓国、ベトナム、タイ等)において、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の活用、関係各課や現地政府等と連携したPR活動により、着実に現地において情報発信を実施してきている。 ii) 上海事務所(中国)、ソウル事務所(韓国)及び現地政府等の関係団体と連携しながら、本県と各国とのゆかり(朝鮮通信使や御朱印船貿易)を活用した情報発信事業を実施することとしている。
		実績値②	60% (R元)						進捗状況
		達成率②/①						—	

2. 令和2年度取組実績(令和3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2年度事業の成果等	
				R元実績	R2実績	R3計画		うち一般財源	人件費(参考)	R元目標		R元実績
取組項目 i ii	○	1	東アジア相互交流推進事業費	6,855	6,855	6,363	令和2年度事業の実施状況 (令和3年度新規・補正事業は事業内容) 事業対象 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、予定していた5事業の実施が困難になったが、実施方法をオンラインに見直したことで、2事業を実施できた。	【活動指標】	5	2	40%	●事業の成果 ・新型コロナウイルス感染症で対面での交流ができない状況においても、オンライン上で3都市(長崎県・上海市・釜山広域市)交流担当課長会議を開催し、今後のトライアングル交流の促進について合意できたほか、音楽文化交流事業(オンライン)の開催など3ヶ国間での交流ができた。
				1,979	1,979	10,727		R元.2:各種交流事業実施数(回)	5	2	40%	
				18,884	14,858	33,202		R3-:歴史・文化を活用した各種事業の実施数(件)	6			
			事業実施の根拠法令条項						【成果指標】			
			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									
			H27-					R元.2:3地域国際担当課長級によるトライアングル交流促進の合意形成(件)	1	1	100%	
			国際課	—	—	—	県民・中国・韓国の国民	R3-:友好都市等との連携事業数(件)	6			

取組項目 ii	○	2	海外向け認知度向上推進事業費	12,314	6,027	7,954	本県の認知度向上およ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、ベトナムを対象にSNSを通じた情報発信を行った。 ・中国においては、微博(ウェイボー)及び微信(ウェイシン)の他、日本政府観光局(JNTO)との連携によるライブ配信やフォロワー増加を目的としたキャンペーンを実施した。 ・韓国においては、公式Facebook、NAVERブログに加えて、令和2年度からInstagramを始めたほか、ベトナムではフォロワー増加を目的としたキャンペーンを実施した。	【活動指標】 R元.2:長崎県微博での発信件数(件)	140	182	130%	●事業の成果 ・中国については、微博でのJNTOとの連携によるライブ配信やキャンペーンを実施した結果、フォロワー数は目標値を大幅に上回り、達成率は121%となった。R2年度に開始した韓国語Instagramのフォロワーも年間で1,860人に増加した。	
				13,187	6,594	3,130		R元.2:長崎県多言語SNSでの発信回数(回)	140	162	116%		
				21,041	12,135	5,497		R3:長崎県多言語SNSでの発信回数(回)	1,360				
			H24-			—		【成果指標】 R元.2:長崎県微博のフォロワー数(人)	41,000	44,471	108%		51,000
				国際観光振興室	—	—	—	中国・韓国・東南アジア地域国民	R3:長崎県多言語SNSのフォロワー数(人)	214,000			
	3	上海事務所運営事業費	46,078	46,078	2,386	県上海事務所では、県内企業、団体、自治体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情報発信を行った。	【活動指標】 R元.2:相談件数(件)	960	1,658	173%	●事業の成果 ・中国の政府機関や企業とのパイプを活かし、人脈構築をさらに進めるとともに、県内企業が現地で行う商談会等の支援を積極的に行うことで、県産酒や県産品、水産物の輸出量増加に繋がった。		
			42,774	42,774	1,792		R3:関係機関・企業等への接触件数(件)	960	1,382	143%			
			51,301	51,301	1,798		【成果指標】	数値目標なし	—	—			
			H3-				—	経済交流・貿易の件数とその実績内容	数値目標なし	—		—	
		国際課			—	—	—	数値目標なし					
				国際課	—	—	—	県内中小企業、経済団体、自治体等					
	4	ソウル事務所運営事業費	8,550	8,550	4,772	県ソウル事務所では、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情報発信等を行った。	【活動指標】 R元.2:相談件数(件)	180	993	552%	●事業の成果 ・観光及び物産のPRイベントへの出展や現地メディア、現地の飲食店との関係を構築することなどにより、観光客誘致や県産品の輸出拡大、長崎県の認知度の向上に寄与した。		
7,374			7,374	6,032	R3:関係機関・企業等への接触件数(件)		180	452	251%				
17,382			17,382	6,055	【成果指標】		数値目標なし	—	—				
H25-			—	経済交流・貿易の件数とその実績内容	数値目標なし		—	—					
国際課			—	—	—	数値目標なし							
			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	●実績の検証及び解決すべき課題 ・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。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、各種イベント等のオンライン化が進展するなど、現地でのイベントの手法等は日々変化していることから、各国・地域の動向を注視しながら進めていく必要がある。	●課題解決に向けた方向性 ・今後も受け手の興味や関心を分析しながら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向上の取り組みや経済的実利の獲得につながる取り組みを着実に推進していく。
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	●実績の検証及び解決すべき課題 ・諸外国との交流の歴史を活用した情報発信については、イベントへの出展やメディアでの発信等を通じた取り組みを実施している。今後、より深く各国に向けて浸透させるためにアプローチの方法を絞るなどの工夫が必要。	●課題解決に向けた方向性 ・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り組みを推進していく。

4. 令和3年度見直し内容及び令和4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3年度事業の実施にあたり見直した内容		令和4年度事業の実施に向けた方向性		
			事務事業名	※令和3年度の新たな取組は「R3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	○	1	東アジア相互交流推進事業費	新型コロナウイルス感染症の影響により、対面での交流が難しい中でも交流を拡大できるよう、ICT等を活用した新たな交流を実施。 また、朝鮮通信使及び朱印船貿易等、本県の特色ある歴史・文化を活用した交流事業を強化した。	⑨	友好交流関係にある国・地域において、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、引き続き国や地域ごとの特性に応じた情報発信等を実施するとともに、コロナ禍で培ったオンラインでの交流実績を活用しながら、交流拡大に向けてより効果的な取組を推進していく。□	改善
			H27-				
			国際課				
	○	2	海外向け認知度向上推進事業費	Facebook(英、繁体、タイ、ベトナム)、中国のSNS(微博・微信)、韓国のSNS(Facebook、Instagram、NAVERブログ)は、毎週2,3回投稿するとともに、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して、本県の観光地としての認知度向上に取り組む。英語のInstagramについては、各市町や観光協会、県振興局等が投稿した質の高い記事を紹介するほか、九州観光推進機構や日本政府観光局(JNTO)が運営するInstagram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。	②	国・地域の特性に応じた広告配信やキャンペーンを実施するとともに、自然や食、歴史・文化など反応が良かった分野・内容を国・地域別に投稿し、閲覧者の興味・関心を引きつけることで「いいね」等のリアクションを増やし、フォロワーの増加につなげる。	改善
			H24-				
			国際観光振興室				
	—	3	上海事務所運営事業費	—	②	新型コロナの影響下において活動が制限される中、可能な範囲において本県と中国との交流を促進しつつ、本県経済の活性化及び県民所得の向上につなげるため、県内企業の進出支援・取引拡大、県産品の中国への販路開拓支援及びアフターコロナを見据えた観光客誘致や定期路線維持のための各種対策、人的交流拡大のための留学生誘致及び青少年交流等への支援を行っていく。 また、中国国内で開催される各種PRイベントや交流事業に積極的に参加し、国、地方政府、民間企業・団体等との交流を広げ、本県のプレゼンス向上につなげるとともに、今後の各種事業拡大のキーとなる人的ネットワークの維持・拡大に努めていく。	現状維持
			H3-				
			国際課				
	—	4	ソウル事務所運営事業費	—	②	新型コロナウイルス感染症の影響のため韓国国内で活動制限はあるものの、コロナ後の活動を見据えて、国際観光産業博覧会や国際酒類博覧会などに本県の観光・物産などについてPRを行うとともに、コロナにより非常に厳しい状況にある中でも、粘り強く経営に取り組んでいる長崎県産品輸入事業者や長崎県産品取扱事業者と連携し、長崎県産品の販路維持・拡大に取り組む。 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2年度取組実績」に記載している事業のうち、令和2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