

事業群評価調書(令和4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3年度事業費(千円)	※下記「2. 令和3年度取組実績」の事業費(R3実績)の合計額 82,844	

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) 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。		(取組項目) 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(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活動等による情報発信を実施し、目標を上回ることができた。 また、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(朝鮮通信使や朱印船貿易)を活用した情報発信事業を実施することで、長崎県の認知度向上及びプレゼンス向上に寄与した。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。
	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	60% (R元)	69%					進捗状況	
	達成率②/①		111%					順調	

2. 令和3年度取組実績(令和4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3年度事業の成果等	
				R2実績	うち一般財源	人件費(参考)		主な指標	R2目標	R2実績		達成率
				R3実績					R3目標	R3実績		
取組項目 ii	○	1	東アジア相互交流推進事業費	1,979	1,979	10,727	令和3年度事業の実施状況(令和4年度新規・補正事業は事業内容) 新型コロナウイルス感染症の影響で海外との往来ができない状況の中でも、高校生同士のオンライン交流会や国際オンラインシンポジウムなど友好都市と連携した各種事業を実施した。 また、3都市(上海市・金山広域市・長崎県)交流担当課長会議を開催し、今後のトライアングル交流について合意できたほか、SDGsをテーマとした大学生の交流事業や青少年団基交流大会、音楽文化交流事業の開催など3か国間での交流事業についても実施した。	【活動指標】 R2: 各種交流事業実施数(回)	5	2	40%	●事業の成果 ・コロナ禍の影響により対面での交流は制限されたが、オンライン等を活用し、友好都市と連携して、各種事業を実施することで、友好都市等との関係をより深めることができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・日韓交流オンラインシンポジウムなど本県ならではの諸外国との交流の歴史を活用した事業を実施することを通して、本県のプレゼンス向上及び認知度向上に寄与している。
				9,306	9,278	28,044		R3-: 歴史・文化を活用した各種事業の実施数(件)	6	3	50%	
				12,782	11,712	27,652		【成果指標】 R2: 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%	
			H27-									
			国際課	—	—	—	R3-: 友好都市等との連携事業数(件)	6	8	133%		

取組項目 i ii	○	2	海外向け認知度向上推進事業費	13,187	6,594	3,130	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】 R2:長崎県微博での発信件数(件)	140	162	115%	●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。例えば中国ではマofonウォーなどの旅行情報サイト、韓国ではYouTubeなどを活用し、県内観光情報等の発信を戦略的に実施した結果、全SNSのフォロワーは、目標を上回り、達成率は107%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を発信するとともに、新しい観光スポットや旬のニュースなどを届けることで、質の高い情報発信により誘客につなげる。
				16,842	9,847	7,011		R3-:長崎県多言語SNSでの発信回数(回)	1,360	1,399	102%	
				21,041	12,102	1,536		R3-:長崎県多言語SNSのフォロワー数(人)	1,360			
				—				【成果指標】 R2:長崎県微博のフォロワー数(人)	51,000	61,833	121%	
			H24-	—				R3-:長崎県多言語SNSのフォロワー数(人)	214,000	230,783	107%	
	国際観光振興室	—	—	—	東アジア・東南アジア・欧米豪等の一般消費者	262,000						
	3	上海事務所運営事業費	42,774	42,774	1,792	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】 R2:相談件数(件)	960	1,382	143%	●事業の成果 ・コロナ禍で両国の往来が制限された影響により、企業等への接触の機会は限られたものの、オンライン会議を活用して商談を支援するなどし、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 ・SNS等を活用し中国国内向けに本県の観光・物産・産業等の情報を発信したほか、中国各地の見本市等に出展し、本県の認知度向上に寄与した。	
			49,122	49,122	1,558		R3-:関係機関・企業等への接触件数(件)	725	364	50%		
			57,544	57,544	1,536		R3-:関係機関・企業等への接触件数(件)	725				
		H3-	—			【成果指標】	数値目標なし	—	—			
	国際課	—	—	—	県内中小企業、経済団体、自治体等	経済交流・貿易の件数とその実績内容	数値目標なし	—	—			
	4	ソウル事務所運営事業費	7,374	7,374	6,032	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】 R2:相談件数(件)	180	452	251%	●事業の成果 ・コロナ禍で海外との往来のみならず、国内での行動についても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。	
7,574			7,574	3,116	R3-:関係機関・企業等への接触件数(件)		256	129	50%			
18,051			18,051	3,072	R3-:関係機関・企業等への接触件数(件)		256					
—			【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	—	—	—	県内中小企業、経済団体、自治体等	数値目標なし							

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	●課題解決に向けた方向性	
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。	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つながる取組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	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響で、当初予定していた韓国現地でのシンポジウムの開催やおくち開催時期に合わせたベトナム・クアンナム省からの訪問団の受け入れなどを実施することができなかったが、代わりにオンライン等を活用するなどして、環境変化に対応した効果的な事業を実施することができた。</p> <p>本県ならではの諸外国との交流の歴史等について、まだまだ認知が十分ではない。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>今年は「朝鮮通信使」がユネスコ「世界の記憶」に登録されてから5周年、来年は日越外交関係樹立50周年など、周年の機会を捉え、関係機関等と連携し、併せて、オンライン等を積極的に活用して各種事業を実施していく。</p> <p>若い世代を中心に、「朝鮮通信使」や「御朱印船」といった本県ならではの諸外国との交流の歴史に関するキーワードを基にした青少年交流事業や情報発信事業等を展開することで、本県の認知度及びプレゼンスの更なる向上を目指す。</p>

4. 令和4年度見直し内容及び令和5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4年度事業の実施にあたり見直した内容	令和5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	※令和4年度の新たな取組は「R4新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載			
取組項目 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が続いている中でも、友好都市の高校生との交流事業や日中韓青少年囲碁交流大会などをオンラインで実施するとともに、各国の感染状況に応じて、感染症対策を徹底した上で、現地での活動も一部再開するなど、より効果的な事業の実施に取り組む。	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等を実施するとともに、各国の新型コロナウイルス感染症の状況を見極めながら、交流拡大に向けて、対面交流・オンライン交流を組み合わせた、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、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、県と事業者との共同で運用することで、より質の高い旬の情報発信に取り組むとともに、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
			H24- 国際観光振興室				
○	3	上海事務所運営事業費	—	②	新型コロナウイルス感染症による行動制限や円安による事務所運営費の圧迫など、R5年度も事務所の活動が制約を受けるリスクが存在するものの、引き続き可能な範囲において、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することで、本県の実利の獲得を目指す。	現状維持	
		H3- 国際課					
○	4	ソウル事務所運営事業費	—	②	引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により、韓国国内での活動の制約はあるものの、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。	現状維持	
		H25- 国際課					

注:「2. 令和3年度取組実績」に記載している事業のうち、令和3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