

事業群評価調書(令和6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	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	197,073
	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	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	50,068

1. 計画等概要

<p>(長崎県総合計画チェンジ&amp;チャレンジ2025 本文)</p> <p>施策1 ながさき暮らしUターン対策の推進          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。          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。          ③国が進める東京一極集中は正の一環として、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          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Uターン対策の推進          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)          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)          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          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	
実績値②		1,121人 (H30)	1,740人	1,876人	2,075人				進捗状況	
達成率②/①			87%	78%	76%				やや遅れ	
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)	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ているものの、目標値には届かず、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。
	実績値②	7,349件 (H30)	9,260件	11,440件	11,422件				進捗状況	
	達成率②/①		83%	87%	81%				やや遅れ	



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>●事業内容 国の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。</p> <p>●実施状況 令和5年度においては、移住支援金の子育て加算金の増額などを行った(国庫補助の拡充)。 ※令和5年度実績 移住支援 :102件 創業支援 :22件 地域貢献支援:10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、子育て加算金の増額などにより、支援件数、雇用創出数とも過去最多となった。</p> <p>●事業群の目標達成への寄与 支援を通じ、地域振興を図るとともに、本県への移住・定住の促進に寄与した。</p>
				146,441	58,547	8,488		移住・創業・地域貢献支援を行った件数(件)	171	134	78%	
				281,461	111,160	10,115		【成果指標】	181	150	82%	
				R4-6	—	—		—	移住・創業・地域貢献支援による新たな雇用創出数(人)	181	170	
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>●事業内容 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などの相談支援や研修会を実施。</p> <p>●実施状況 隊員・市町向け研修会を計4回開催、相談窓口の運営、アドバイザーの派遣など、隊員等への支援を実施したほか、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の取組等を周知した。</p>	【活動指標】	3	4	133%	<p>●事業の成果 ・隊員・市町向け研修会を計4回開催したほか、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する取組を周知することで、定住率の上昇を図った。</p> <p>●事業群の目標達成への寄与 ・地域おこし協力隊が地域活性化の活動に取り組むことで、地域住民が主体となった集落・地域コミュニティの維持・活性化の推進に寄与した。</p>
				8,206	4,103	9,191		県による隊員・市町職員向け研修会等の開催(回)	4	4	100%	
				9,429	4,879	9,338		【成果指標】	6	—	—	
				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	
地域づくり推進課	—	—	—	地域おこし協力隊員(OBOGを含む)、隊員就任希望者、市町	60	57	95%					
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>●事業内容 都市部住民と地域をつなぐ仕組みづくりや企業ニーズの拡大が見込まれるリモートワーク・ワーケーション等の県内受入促進により、多くの人材・企業を県内に呼び込み、関係人口の創出、将来的な移住・二地域居住の推進、サテライトオフィスの誘致等による地域活性化を図る。</p> <p>●実施状況 首都圏等の企業を対象とした、地域との交流による課題解決型ワーケーションマッチングツアーを2市で実施し、終了後には、東京におけるマッチングイベントで、有識者によるパネルディスカッションや、長崎でのワーケーション実例報告を実施した。また、ワーケーションガイドを配置し、都市部企業等からの相談対応や県内の受入市町とのマッチングを支援するとともに、県内市町の魅力やリモートワーク施設等の情報を県リモートワーク支援専用サイトやSNSを活用して情報発信を行った。 そのほか、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)によるオンライン上のコミュニケーションやミートアップイベントなどによる交流を都市部や県内で実施した。</p>	【活動指標】	4	5	125%	<p>●事業の成果 ・リモートワーク支援特設サイトで、リモートワークが可能な施設の掲載数を増やすことでリモートワーク希望者への積極的な情報発信が実施できた。</p> <p>・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5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4社、累計では13社となり、目標の12社を上回った。実施企業のワーケーションの様子をWEBサイトで紹介することで、新たな実施企業獲得のために検討材料を増やすことができ、関係人口の創出・拡大に寄与している。</p> <p>●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>
				24,510	12,795	1,831		関係人口創出ワーケーションモニターツアーの実施(累計)(回)	6	6	100%	
				—	—	—		【活動指標】	6	6	100%	
				(R5終了)R4-6	—	—		—	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	8	
地域づくり推進課	—	—	—	【成果指標】	4	6	150%					
取組項目 iv	○	7	めぐりあい人口創出・拡大事業費	—	—	—	<p>●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ため、「めぐりあいながさきイベント」を実施し、長崎の各地域の魅力を全国に発信</p>	【活動指標】	—	—	—	<p>—</p>
				19,404	0	21,788		めぐりあいイベントの実施回数(回)	7	—	—	
				—	—	—		【成果指標】	—	—	—	
				(R6新規)R6-8	—	—		—	めぐりあい人口のうち、未婚者数(人)	350	—	
地域づくり推進課	—	—	—	県内外の若者(主に20代~30代)	350	—	—					

取組項目iv	○	8	ワーケーション推進事業費				<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業内容</li> <li>ノマドワーカー誘致に向けて必要となる取組や各プレイヤーの役割を整理したうえで、本県の現状及び先進地調査研究の実施や、今後の方針を決定する有識者会議を開催し、R7年度以降の指針となるロードマップを作成する。</li> <li>また、ワーケーションガイドによる、都市部企業等からの相談対応や県内の受入市町とのマッチング支援を行い、関係人口の拡大につなげていく。さらに、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)によるオンライン上のコミュニケーションやミートアップイベントなどによる交流で長崎ファンのさらなる拡大に寄与する。</li> </ul>	【活動指標】				—
				36,146	18,977	12,450		有識者会議の開催(回)	3			
			(R6新規)R6-8	—				【成果指標】				
			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	デジタルノマド誘致に向けた計画策定(計画)	1			
取組項目iv		9	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)	63,968	31,985	9,949	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業内容</li> <li>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・関西圏においてマスコミを対象にパブリシティ活動を実施。</li> <li>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。</li> <li>●実施状況</li> <li>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641回、メディアツアーを1回、プレスリリースを18件発信、県庁及び県内市町のPR担当者への研修会開催(1回)などを実施した。</li> <li>「長崎の変」プロジェクトでは、福山氏の楽曲とコラボレーションした動画の制作や公式Webサイトのリニューアル、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。</li> </ul>	【活動指標】	521	625	119%	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業の成果</li> <li>県外パブリシティにおいては、計641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1,481件(対前年度443件増加)、広告換算額として2,003百万円となっており、首都圏、関西圏の方々幅広く本県の魅力を伝えることができた。</li> <li>「長崎の変」プロジェクトでは、県公式SNSのフォロワー数も増加(X:4,567人→5,245人、インスタグラム R4:7,420人→9,102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。</li> </ul>
				25,558	12,778	7,659		R4:メディア訪問等回数(回)※首都圏・関西圏・福岡圏	405	641	158%	
				46,297	23,148	7,781		R5:メディア訪問等回数(回)※首都圏・関西圏	650			
						【活動指標】		1	1	100%		
						R4:動画制作回数(回)		204	292	143%		
						R5:長崎県関係人口公式SNS(X・インスタグラム)の投稿数(回)		255				
						【成果指標】		2,130	2,028	95%		
			R4:広告換算額(百万円)※首都圏・関西圏・福岡圏	1,970	2,003	101%						
			R5:広告換算額(百万円)※首都圏・関西圏	2,029								
			R2-6				【成果指標】	85,362	107,210	125%		
			ながさきPR戦略課	—	—	—	長崎県関係人口公式SNS(X・インスタグラム)のエンゲージメント(反応)数(回)	128,600	155,750	121%		
								186,900				

### 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

<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</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 令和5年度においても、県内市町と連携のもと、移住相談会への参加者数や、ながさき移住倶楽部会員数が前年度に比べて増加し、相談体制の充実につなげることができた。 移住の検討段階から地域への移住・定着につなげていくためには、今後も市町や民間団体等と連携し、移住（検討）者に寄り添ったきめ細やかな支援を行う「ながさき移住コンシェルジュ」の積極的な活用にも取り組む必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 ながさき移住倶楽部会員に向けての情報発信により、本県への移住に対する関心をより高めてもらうとともに、相談者への丁寧な対応により、移住実現につなげていく。また、「ながさき移住コンシェルジュ」の積極的な活用により、移住実現に加え、県内への定着を図っていく。</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</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題 積極的かつ効果的な情報発信を行ったことで、「ながさき移住ナビ」のアクセス件数、SNSのフォロワー数は増加している。今後も効果的な情報発信を図るとともに、潜在層の取り込みを図るべく、掘り起こしを目的とした情報発信も行う必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 今後も「ながさき移住ナビ」のSEO（注1）・SXO（注2）対策を講じることで、効果的な情報発信を図るとともに、移住に興味がある地域は決めていない層、あるいは、現段階では移住の検討まではしていない潜在層に向けて、PRイベントや広告などの情報発信を行っていく。 <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>
<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 令和5年度より、移住支援金における子育て加算の増額等を行ったことや、効果的な情報発信による制度のPRにより、活用者数が順調に伸びているものの、移住・創業・地域貢献支援件数の全体としては目標数に届いていない。引き続き、市町や関係団体と連携・協働して制度の周知を図っていく。 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て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、執行団体である長崎県中小企業診断士協会による応募者への伴走支援により、活用拡大につなげていく。</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 ワーケーションマッチングツアーにおいては、選定した2市に都市部の企業2社を紹介し、地域との交流による課題解決型ワーケーションを実施した。東京でのマッチングイベントでは、その実例報告を行い、イベントに参加した20事業者に対して、具体的な長崎でのワーケーション事例の紹介ができ、都市部企業へのアピールができた。県内市町のリモートワーク・ワーケ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が、取組が進んでいる市町については、企業とのマッチングを積極的に行い、進んでいない市町には県がサポートすることで、取組の活性化を図り、県内の関係人口創出につなげていく必要がある。 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。 「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、メディアが多様化する中、限られた予算内でより効果的かつ効果的な記事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、情報発信の戦略について見直しを行う必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性 リモートワーク・ワーケーションについては、県内市町に対して県のワーケーションへの取組について説明し、連携して取り組むとともに、県が連携協定を結んでいる民間企業とも連携し、効果的な情報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めるとともに、参加者数増加への取組についても検討していく。 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	令和6年度事業の実施にあたり見直した内容		令和7年度事業の実施に向けた方向性		
			事務事業名	※令和6年度の新たな取組は「R6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 iii	○	1	UIターン拡大事業費	市町と共同運営する「ながさき移住サポートセンター」において、引き続き、丁寧な相談対応やわかりやすい情報発信に努めていくとともに、市町との意見交換においても、相談窓口の充実による成功事例を紹介するなど、市町における移住相談体制の充実を働きかけていくこととした。	②④⑤	全国的な地方移住の流れがある中、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。具体的には、都市部での対面の大規模相談会に加え、オンライン相談、転職個別相談など、相談者ニーズに応じた相談会の実施や、県移住支援WEBサイト「ながさき移住ナビ」の内容充実、市町支援で実施している情報発信への助言などへの注力、移住者増加に効果があった市町の優良事例の他の市町への紹介などを行っていく。	改善
			R4-6				
			地域づくり推進課				
取組項目 i		2	移動理由調査事業費	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行い、さらにレイアウトを改善した調査表で令和6年1月からアンケートを実施している。	⑤⑩	令和6年の集計結果及び4年間の総括を県庁内及び市町と共有する。 なお、これまでの調査により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たことなどから、アンケート調査は令和6年12月までとし、これまで蓄積されたデータについては引き続き施策の検討に活用していく。	縮小
			R3-7				
			統計課				
取組項目 ii	○	3	ながさきUIターン魅力発信事業費	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、今年度の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り、実施することとした。	②⑤	現在の地方回帰の流れを本県に取り込むために、今後引き続き対策の強化が必要である。令和5年度にWEBサイト(CMS)の改修を行い、情報発信充実のための一定の基盤整備ができたため、これらを活用して市町や関係課と連携しながら、さらに情報発信のSEO対策・SXO対策に注力する。	改善
			R4-6				
			地域づくり推進課				

取組項目 iii	○	4	移住・創業・地域貢献支援事業費 R4-6 地域づくり推進課	支援事業の積極的な活用を目指し、今年度からは、東京都内の大学生に対する県内企業への就職活動にかかる経費支援に新たに取り組むこととした。	②⑤⑧	移住支援事業、創業支援事業については、国と連携し実施しているところであり、令和6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たうえで、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、R7年度事業の内容について必要な見直しを図ることとする。 地域貢献支援事業は、県独自で実施してきたものであるが、R5年度までに80件の事業採択を行ってきており、地域の課題解決や雇用確保に一定の役割を果たしたことから終了とし、移住支援事業や、創業支援事業の更なる有効活用により、地域活性化を図っていく。	縮小
		5	地域活性化人材支援事業費 R4-6 地域づくり推進課	令和5年度までの取組を踏まえた新たな取組として、県内の地域おこし協力隊員が活動等について相互に相談ができる関係を構築する場として、地域別交流会を開催するほか、各市町が魅力的な募集案件を企画できるようワークショップを実施するなど、協力隊の本県への呼び込みにつなげるほか、OBOGを含む県内の協力隊ネットワークの強化を図る。	②⑤⑥⑧	令和4年度から中間支援組織（協力隊OBOG団体）との連携により地域おこし協力隊支援事業を実施し、定住率（総務省が公表）についても令和3年度と比較して3%の向上につながるなど、一定の成果があったものとする。 更なる定住者数の増加及び定住率の向上が求められており、県においては、広域的観点で研修会の実施や優良事例の横展開のための情報発信などを行っていく必要がある。そのため、引き続き中間支援組織（協力隊OBOG団体）との連携により、市町等職員の制度に対する理解促進及び運用の適正化に重点的に取り組み、ミスマッチ解消による定住率向上を目指す。	改善
		7	めぐりあい人口創出・拡大事業費 (R6新規)R6-8 地域づくり推進課	R6新規	②⑤⑥	より多くの県内外の若者にイベント参加をしてもらいめぐりあいの創出・拡大をするために、市町や関係団体等民間と協力しながら企画し、市町が実施するイベントとのジョイントできるような組み立て、効果的な広報の手法の検討を図る。	改善
取組項目 iv	○	8	ワーケーション推進事業費 (R6新規)R6-8 地域づくり推進課	R6新規	②⑤⑧	令和6年度において、ノマドワーカー誘致にかかる調査研究・有識者会議を実施し、令和7年度以降のロードマップを作成し、令和7年度の取組に反映していく。	改善
		9	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） R2-6 ながさきPR戦略課	県外パブリシティについて、より本県の記事化につながるよう報道関係者向けの基礎資料を作成予定。「長崎の変」については、猫キャラ5匹それぞれにキャラを設定するなど、WebサイトやSNSでの発信強化を目指す。	②⑤⑦	県外パブリシティについては、これまでの成果を検証し、従来の手法にとらわれることなく見直しを行い、よりPR効果が高い事業の実施につなげる。「長崎の変」については、限られた予算で次年度以降も継続して実施できるよう、職員が主体となった情報発信の体制を確立させる。	改善

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