

事業群評価調書(令和6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 国際観光振興室	小宮 健志
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)	観光振興課	
事業群名	② 環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進	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	269,415

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)
各市場の動向や感染症等環境の変化を踏まえた受入環境の整備や戦略的な情報発信の強化に取り組むとともに、クルーズ客船の誘致とそれに伴う周遊観光の促進、国際定期航空路線及びチャーター便の誘致に取り組み、インバウンド観光を推進します。										i) 東アジアをはじめ訪日旅行市場が拡大している東南アジアや欧米豪について、各市場の特性に応じた誘客を推進 ii) 市場分析に基づいた観光コンテンツの磨き上げや受入環境の整備、戦略的な情報発信の強化 iii) 感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致、周遊対策等経済的な効果を高める取組の推進 iv) 国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致
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)
	国際定期航空路線の利用者数	目標値①		30千人	80千人	18千人	80千人	120千人	120千人(R7)	
		実績値②	51千人(R元)	0人	0人	3.8千人			進捗状況	
		達成率②/①		0%	0%	21%			遅れ	
	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	
	国内外のクルーズ客船入港数	目標値①		40隻	190隻	272隻	357隻	440隻	440隻(R7)	
		実績値②	272隻(R元)	4隻	11隻	133隻			進捗状況	
		達成率②/①		10%	5%	48%			遅れ	
	その他関連指標	指 標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	
外国人延べ宿泊者数		目標値①		99万人	106万人	112万人	119万人	125万人	125万人(R7)	
		実績値②	93万人(H30)	7.4万人	11.4万人	54.5万人			進捗状況	
		達成率②/①		7%	10%	48%			遅れ	

</

2. 令和5年度取組実績(令和6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5年度事業内容及び実施状況 （令和6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5年度事業の成果等		
				R4実績	うち 一般財源	人件費 （参考）		主な指標	R4目標	R4実績	達成率			
				R5実績					R5目標	R5実績				
				R6計画					R6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 ii	1		インバウンド需要創出 拡大事業費	19,485	13,420	2,296	●事業内容 コロナ収束後の新たな旅行ニーズを汲み取り、九州各県等と連携した重点市場への適切な働きかけを行うことにより、本県へのインバウンド需要の創出・拡大を図る。 ●実施状況 現地旅行会社等を訪問したセールス実施ほか、東アジアや東南アジアでの観光展への出展や商談会への参加、九州各県等と連携した広域周遊観光の促進等を実施した。	【活動指標】 -R5 観光展・商談会・説明会の開催回数(回)	15	23	153%	●事業の成果 ・本県へのインバウンド需要の創出・拡大を図るため、上海・ソウル事務所及び九州各県等と連携し、中国、韓国、台湾、香港等での観光展への出展や現地イベント等を34回開催した。九州各県等と連携した広域周遊観光の促進等に取り組んだ結果、旅行会社345社、一般消費者約4万6千人に情報を届けた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・東アジア・東南アジア・欧米豪での観光展への出展や商談会、現地説明会等において、九州各県等と連携した広域周遊観光ルートを提案し、本県への誘客拡大に取り組んだ。		
				25,821	14,468	2,298		R6- 観光展・説明会・セールスの実施回数(回)	15	34	226%			
				28,685	16,260	2,334		R6- 観光展・説明会・セールスの実施回数(回)	26					
								【成果指標】 -R5 観光展・商談会・説明会で直接情報を届けた人数(人)	7,900	84,775	1,073%			
			R3-8						7,900	45,670	578%			
								R6- 観光展への出展による情報接触者数(人)	86,656					
								【成果指標】 -R5 観光展・商談会・説明会で直接情報を届けた旅行会社数(社)	200	246	123%			
									200	345	172%			
			国際観光振興室	—	—	—		東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客、旅行会社	R6- 説明会・セールスで直接情報を届けた旅行会社数(社)	330				
			2		海外向け認知度向上推進事業費	17,691		10,314	1,531	●事業内容 海外における本県の認知度向上を図るため、SNS等の活用やメディア招聘等を通じた情報発信を行う。 ●実施状況 本県の認知度向上及び旅行先として本県を選んでもらうために、中国、韓国、タイ、ベトナム、欧米豪等を対象に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】		1,360	1,579
	19,185	11,072				1,532	長崎県多言語SNSでの発信回数(回)	1,360	1,473		108%			
	21,970	12,453				1,556		1,463						
	H24-							【成果指標】	262,000		283,778	108%		
								297,958	321,443		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	長崎県多言語SNSのフォロワー数(人)	350,215					
	3		ディスカバーNAGASA KI・周遊促進事業費	6,244	6,244	13,010	●事業内容 価値観の変化と個人旅行化の進展を見据え、地域が取り組む滞在コンテンツの外国人向けカスタマイズを支援するとともに、県内に点在する観光コンテンツを個人旅行者がスムーズに周遊できるよう周遊観光促進に取り組む。 ●実施状況 九州観光機構や市町等と連携し、新たなアドベンチャーツーリズムのコース造成を行うとともに、県内交通事業者が実施するインバウンド向け着地型旅行商品造成や、企画乗車券の開発を支援し、訪日外国人個人旅行者の周遊性の向上を図った。	【活動指標】 観光コンテンツのインバウンド向け磨き上げに取り組む地域数(地域)	2	2	100%	●事業の成果 ・九州観光機構や市町等と連携し、アドベンチャーツーリズムコンテンツを2地域で造成した。 ・交通事業者によるFIT(個人手配旅行者)周遊旅行商品を3商品造成した。 ・着地型旅行商品造成についてはR5年度にて終了し、今後は、造成したコンテンツの磨き上げ及びプロモーション等を積極的に行うこととする。 ●事業群の目標達成への寄与 ・旅の価値観の変化や個人旅行化の一層の進展に対応するため、外国人旅行者のニーズを捉えたテーマに基づくコンテンツの磨き上げについて、引き続き市町や関係事業者と連携して取り組むことで、誘客拡大を図った。		
				9,167	4,742	9,191			2	2	100%			
				29,329	15,390	9,337		【成果指標】 インバウンド向けに磨き上げを行ったコンテンツ数	2	2	100%			
									2					
				R4-6					【成果指標】 着地型旅行商品の造成数(商品)	3	4		133%	
										3	3		100%	
国際観光振興室			—	—	—	東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客								

取組項目 i ii	4	インバウンド受入環境強化事業費	2,216	2,216	4,592	●事業内容 外国人観光客の個人旅行化の加速に対応するため、県内事業者向けのインバウンド受入体制強化のための支援等を行う。 ●実施状況 県内事業者等のインバウンド客に対する対応力・おもてなし向上を図るため、英語でのコミュニケーションをテーマにしたセミナーを実施したほか、インバウンドの消費拡大を図るため、キャッシュレス化促進セミナーを開催した。また、多言語コールセンターの運営について、新たに1言語(ベンガル語)の対応を追加継続して実施した。	【活動指標】 インバウンド受入セミナーの開催(回)	2	2	100%	●事業の成果 ・インバウンド受入セミナーについては、観光関係事業者など84名が参加し、インバウンドの受入れに関する理解や知識の向上を図った。多言語コールセンターについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、利用件数は令和元年度比79%の707件に留まったものの、利用施設の受入意欲度は81%と目標を達成した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・セミナーへの参加や多言語コールセンターの活用について、事業者への働きかけを行い、インバウンドの受入態勢の強化を図った。	
			3,429	3,429	3,064			2	2	100%		
			6,772	6,772	3,112			1				
			—					【成果指標】	65	47		72%
		R3-8	—					コールセンター利用施設の受入意欲度(%)	70	81		115%
	国際観光振興室		—	—	—	外国人観光客、県内の宿泊施設、観光施設、商業施設等	59					
	5	インバウンド受入環境ステップアップ事業費				●事業内容 旅行の主目的のひとつである食の受入体制(キャッシュレス決済を導入済または導入予定の飲食店のメニュー多言語化等)を整備するとともに、情報発信コンテンツを充実させることで、来訪者の旅行意欲の向上および来訪時の満足度向上を図り、口コミによる情報拡散やリピーター獲得を促進する。	【活動指標】 飲食店情報のウェブサイト掲載件数(件/累計)					—
			11,080	11,080	3,112			200				
			—					【成果指標】 情報接触者数(オウンドメディア)千人/年				
		(R6新規)R6-7	—					727				
		国際観光振興室	—	—	—	長崎県内の飲食店						
	6	インバウンドプロモーション強化事業費				●事業内容 九州の玄関口である福岡からの誘客や、SNS等を活用したプロモーション等を展開し、本県へのインバウンド需要の早期回復及び新たな来訪需要の創出を図る。 ●実施状況 福岡空港国際線を利用する訪日外国人を対象に本県への誘客プロモーションを実施した。また、県内4地域のアドベンチャーツーリズムについて、世界的商談会に出展し、世界各国のメディアや旅行会社等にPRを実施した。さらに、現地メディアやSNS等を活用し、一般消費者向けの本県プロモーションを実施した。	【活動指標】 プロモーション実施回数(回)				●事業の成果 ・現地メディアや海外の訪日旅行サイト等を活用した情報発信や、インフルエンサーによるSNS等を通じたプロモーションを実施し、約949万人に本県の観光地の情報を届けた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・SNS等を活用した個人に直接訴求するプロモーション等を展開することにより、本県のインバウンドへの観光地としての認知度向上及び新たな来訪需要の創出を図った。	
			113,049	56,648	16,850			72	145	201%		
			101,242	65,779	14,006			72				
			—					【成果指標】				
			R5-7	—				情報接触者数(万人)	807	949		117%
		国際観光振興室	—	—	—	東アジア・東南アジア・欧米豪等の外国人観光客	807					
	7	九州観光機構負担金	37,092	35,990	765	●事業内容 九州全体の観光振興を図る唯一の組織である官民が一体となった九州観光機構を支援することにより、九州及び本県の観光振興と誘客を図る。 ●実施状況 「観光産業を九州の基幹産業に」を理念に九州観光機構が実施する、インバウンドに関する情報発信やコンテンツ造成、観光地の魅力づくりの推進や国内向けの誘客事業に対する支援を行った。	【活動指標】 九州観光機構による説明会開催件数(回)	11	10	90%	●事業の成果 ・機構と九州各県が連携して実現した「九州域内需要拡大事業」等の取組により、国内旅行の需要喚起が図られたほか、全国に先駆けて海外でのプロモーション活動を実施したことにより、国内外に九州の魅力を発信することができた。また、九州が一体となって観光産業の持続的な発展を目指すため、令和6年度から7年間の第三期九州観光戦略の策定作業を推進した。	
			38,296	3,327	766			11	10	90%		
			36,561	36,561	778			10				
			—					【成果指標】	699	40		5%
		H17-	—			R5: 九州訪日外国人数(万人)	786	319	40%			
			観光振興課 国際観光振興室	—	—	—	R6-: 九州訪日外国人延べ宿泊者数(万人)	723				

取組項目 iii	○	8	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	20,415	18,875	10,714	●事業内容 国際クルーズの本格的な再開を見据え、県内各港への国内外クルーズ客船の積極的な誘致や視察招聘事業に取り組むとともに、経済的な効果を高めるための県内広域周遊の促進や情報発信の強化等に取り組む。 ●実施状況 令和5年3月に国際クルーズ船の受入れが再開し、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社を対象としたセールスや県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地への更なるクルーズ船誘致と認知度向上などに取り組んだ。	【活動指標】 誘致セールス実施回数(回)	10	9	90%	●事業の成果 ・令和5年3月に、本県においても国際クルーズ船の受入れを再開し、同年のクルーズ船寄港回数は133回となるとともに、外国船籍のクルーズ船入港数(121回)は沖縄県(124回)に次いで全国第2位となった。今後の更なるクルーズ誘致のための取組が重要となる。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本事業は、国際クルーズ船の入港によるインバウンド拡大に寄与しており、今後もコロナ後を見据えた情報発信や船会社や旅行会社等との連携による商品造成に取り組む。			
				37,088	37,088	13,786			10	11	110%				
				44,368	36,410	14,006			10						
				H22-					—				【成果指標】 国内外観光船誘致(入港)回数(回)	190	11
			国際観光振興室			—	—	—	272	133	48%				
						国内外のクルーズ船社		357							
取組項目 iv	○	9	航空路線利用促進事業費(国際線対策)	8,307	2,307	30,612	●事業内容 国際定期航空路線及び国際チャーター便の利用促進と拡充 ●実施状況 新型コロナウイルス感染症収束後における既存路線の早期運航再開及び需要回復、新規路線誘致に向け、各航空会社等と協議を行った。また、再開した路線の認知度向上と本県の魅力発信を目的にSNSによる情報発信や現地での旅行説明会を実施した。	【活動指標】 国際航空会社・海外旅行会社等との実務協議(回)	20	54	270%	●事業の成果 ・航空会社等との協議を継続し、グランドハンドリング人員不足の状況が一部改善した結果、令和5年10月には長崎〜上海線が再開した。 ●事業群の目標達成への寄与 ・当事業は、路線の維持・拡大に寄与しており、今後も既存路線の早期運航再開及び需要回復を図るとともに、新規路線やチャーター便の誘致に取り組む。			
				23,380	21,664	30,636			20	103	515%				
				238,673	180,785	31,124			20						
				H13-					—				【成果指標】 国際定期路線利用者数(千人)	80	0
			国際観光振興室			—	—	—	18	3.8	21%				
									航空会社、旅行会社		80				

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	東アジアをはじめ訪日旅行市場が拡大している東南アジアや欧米豪について、各市場の特性に応じた誘客を推進	●実績の検証及び解決すべき課題 観光庁発表の宿泊旅行統計調査結果では、本県の令和5年の外国人延べ宿泊者数は約46.2万人であり、前年令和4年比では約5倍、コロナ禍前の令和元年比では約6割の回復状況となっており、順調に回復しているものの、都市部と比べると長崎県を含む地方部は回復が遅れている。今後のインバウンドの本格的な回復に向けて、本県の観光地としての認知度向上と旅行需要の喚起が課題であるとともに、旅の価値観の変化や個人旅行化の進展を踏まえた戦略的なプロモーションの強化が求められる。	●課題解決に向けた方向性 インバウンド需要の早期回復を図るため、訪日関心層やFIT（個人手配旅行者）に直接訴求するSNS等を活用した情報発信を継続して実施するほか、アドベンチャーツーリズムなど富裕層・中間層に訴求する観光コンテンツ等の戦略的なプロモーションを展開し、誘客の多角化を図っていく。また、上海・ソウルの現地事務所に加え、台湾・香港のレップ（現地PR代行事業者）を活用し、現地プロモーションや情報収集の更なる強化に取り組む。
ii	市場分析に基づいた観光コンテンツの磨き上げや受入環境の整備、戦略的な情報発信の強化	●実績の検証及び解決すべき課題 令和5年度は、九州観光機構や市町、関係事業者と連携し、県内4地域のアドベンチャーツーリズム商品のうち平戸をはじめとした3コースで専門家を招聘したモニターツアーを実施しコンテンツの磨き上げに取り組んだほか、平戸で新規2コースの造成を行った。 また、市場の特性に応じてWeb・SNSや現地メディアで情報発信を実施し、情報接触者数は約949万人にのぼり、目標を達成できた。 引き続き、旅の価値観の変化や個人旅行化を踏まえ、外国人観光客に訴求する観光コンテンツの磨き上げやデジタル化の進展に応じたWeb・SNSによる情報発信のほか、外国人観光客にストレスフリーな観光を提供するための取組の強化が求められている。	●課題解決に向けた方向性 観光コンテンツは市場ごとに旅行ニーズや特性が異なることから、専門家や外国人を招聘し、インバウンド目線での意見を取り入れることで磨き上げに取り組む。また、旅の価値観の変化に対応するため、アドベンチャーツーリズム等のコンテンツを活用した商品造成の支援に取り組む。 さらに、訪日外国人観光客の主目的の1つである「食」の受入環境整備のため、県内飲食店のメニュー多言語化やベジタリアン等の食の多様化に関する情報発信等に取り組み、更なるインバウンドの獲得を図る。 情報発信については、引き続きSNS等を中心とした情報発信に取り組むとともに、これまでの事業や関係機関等の情報から設定したターゲット層を考慮し、戦略的なプロモーションを展開する。
iii	感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致、周遊対策等経済的な効果を高める取組の推進	●実績の検証及び解決すべき課題 本県へのクルーズ客船の入港数は、令和2年当初は年間約440隻を見込んでいたが、新型コロナウイルス感染拡大以降、大幅な入港隻数減少となり、令和2年は14隻、令和3年は4隻、令和4年は11隻にとどまった。令和5年3月には、本県においても国際クルーズ船の受入れを再開し、令和5年の受入数は133隻となった。今後は、新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだクルーズ需要の更なる回復と未だ本格再開に至っていない中国からのクルーズ船の誘致が課題となっている。	●課題解決に向けた方向性 新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだクルーズ需要の回復を図るとともに、中国などからのクルーズ船寄港の回復を図るため、クルーズ業界の状況を注視しながら、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社を対象としたセールスや県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地への更なるクルーズ船誘致と認知度向上に取り組む。
iv	国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致	●実績の検証及び解決すべき課題 長崎～上海線のグランドハンドリングを実施している事業者のほか、他の事業者においても国際線受入のための体制構築に取り組んでいる状況であるが、引き続き関係事業者等との協議を進め、国際航空路線の誘致及び利用促進に取り組む必要がある。	●課題解決に向けた方向性 引き続き他空港からの応援派遣や外国航空会社自身によるグランドハンドリングの実施、人材派遣会社の活用など、様々な方策について、関係事業者と協議を重ねるとともに、引き続き関係事業者との連携を図りながら、受入体制整備を進めていき、更なる国際線の誘致に取り組んでいく。

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	事務事業名	令和6年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和6年度の新たな取組は「R6新規」等と、見直しがない場合は「―」と記載	令和7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		1	インバウンド需要創出 拡大事業費	令和5年における外国人延べ宿泊客数は、一定順調に回復しているが、更なるインバウンド需要を獲得するため、本県への国際航空路線の復便や増便を見据え、九州各県等と連携した重点市場における商談会や説明会の開催、現地セールス等を行うことにより、本県へのインバウンド需要の創出・拡大に積極的に取り組む。 当初、当該事項の終期設定を令和5年度までとしており、令和6年度以降も継続して実施するにあたり、指標の見直しを行い、令和4年度の実績をもとに目標値を設定した。	②⑨	インバウンドの需要の更なる獲得のため、今後ますます増加傾向にある個人手配旅行(FIT)へのプロモーションの重要性に留意しながら、商談会や説明会等への参加、海外観光展への出展や現地事業者を活用した本県観光情報の発信や情報収集について、他県等と連携し取り組み、戦略的に実施することで取組の強化を図る。 また、一人当たりの消費単価の高い欧米豪を中心とした富裕層や高付加価値旅行を志向する観光客の取り込みのため、自然・癒しなどの体験型観光コンテンツ、公共交通機関やレンタカーを利用したモデルコース等を情報発信するとともに、今後成長が見込まれている東南アジアからの誘客を図り、更なる旅行需要の創出に取り組む。	改善
			R3-8				
			国際観光振興室				
		2	海外向け認知度向上推進事業費	引き続き、Facebook(英語、韓国語、タイ語、ベトナム語)、Instagram(英語、韓国語)、Weibo、Wechat(中国語)、NAVERブログ(韓国語)は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するだけでなく、興味を持っていただけるよう投稿記事の内容の質を高めることで、本県の観光地としての認知度向上に取り組むとともに、更なる認知度向上を図るため、香港と台湾に加えて、全市場向けの長崎県ニュースレターの配信を行う。	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、コメントに迅速に対応し、持続的にエンゲージメントを向上させる。また、媒体によって、関心が異なるため、媒体及び市場の傾向における分析を行い、異なるユーザー層の存在を意識して、市場別の投稿などに多様なコンテンツを取り入れることで、幅広いユーザーにアピールしていく。	改善
			H24-				
			国際観光振興室				
		3	ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業費	本県におけるアドベンチャーツーリズムのコンテンツについて、欧米豪の旅行会社や専門家等を招聘し、インバウンド目線での更なる商品の磨き上げと誘客に向けた取組を実施する。	②	県内のアドベンチャーツーリズムコンテンツの商品造成については、令和4年度から令和6年度までの取組により、一定の目標を達成したところである。一方、今後の観光振興において、インバウンドの重要性が叫ばれている現状の中で注目を集めているアドベンチャーツーリズムの取組は引き続き、実施するため、本事業をインバウンドプロモーション強化事業費に整理統合し、積極的なプロモーションを図っていく。	終了
			R4-6				
			国際観光振興室				
		4	インバウンド受入環境強化事業費	―	②	多言語コールセンターの利用については、インバウンドの本格的な回復を見込み、登録施設に対する利用方法等の再周知を行うとともに、未登録の観光施設に対しても登録方法・利用方法に関する説明会を開催するなど、登録・利用促進を図る。 また、コロナ後における旅行のニーズ変化、環境の変化に対応するために解決が求められる課題をテーマとしたインバウンド受入セミナーを開催し、インバウンドの受入体制の強化を図る。	現状維持
			R3-8				
			国際観光振興室				
		5	インバウンド受入環境ステップアップ事業費	R6新規	②	本県のインバウンド誘客においては、プロモーション施策と併せてインバウンドの受入環境整備にも取り組む必要がある。また、訪日外国人が旅行中に期待することとして「日本食を食べること」が9割以上を占めることから、旅の主目的である「食」の受入体制を整備する必要があるため、引き続き、令和7年度においても「食」の受入体制の整備を図り、誘客増につなげる。	現状維持
			(R6新規)R6-7				
			国際観光振興室				

取組項目 i ii		6	インバウンドプロモーション強化事業費	令和5年度までに造成を行った県内のアドベンチャーツーリズムコンテンツを活用し、富裕層等の外国人観光客などに訴求するための効果的なプロモーションに取り組む。 また、本県の認知度向上のため、映像制作や情報発信等を通じ海外映画等のロケーション誘致を図るとともに、各市場の特性に応じた媒体を活用した情報発信や台湾・香港におけるレップの活用などについても引き続き取り組む。	②⑨	コロナ後の旅の価値観の変化等を踏まえ、本県の歴史や豊かな自然などのポテンシャルを活かすことができ、富裕層等に訴求できるアドベンチャーツーリズムを推進するため、特に需要が見込まれる欧米豪などの市場において、情報発信をさらに強化し、積極的にプロモーションに取り組む。 さらに、体験やストーリー性のある歴史・自然でのPRIに力点を置き、他地域との差別化を図りながら、各市場の特性に合わせ、メディア・旅行会社等と連携したプロモーションを実施する。 そのほか、重点市場である台湾、香港では、引き続き、レップを活用して、情報収集や本県観光情報の発信に取り組む。	改善
			R5-7				
			国際観光振興室				
		7	九州観光機構負担金	インバウンド拡大に向けた取組強化として、欧米豪からの誘客拡大に向けたルートの形成に取り組むほか、リピーター獲得のための九州観光の質の向上に取り組む。	②	九州地域戦略会議において策定された第三期九州観光戦略（2024年～2030年）の実行のため、九州各県及び経済団体等と連携して取り組んでいく。	改善
			H17-				
			観光振興課 国際観光振興室				
取組項目 iii	○	8	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	令和5年3月に国際クルーズ船の受入れを再開したが、令和5年の入港実績133隻はコロナ禍前令和元年の272隻と比較すると約5割程度であり、関係市町と連携のうえ、船会社や旅行会社を対象としたセールスや県内招聘視察に積極的に取り組むとともに、国内で開催される旅行博覧会や関係イベントへ長崎県ブースを出展するなど、本県寄港地への更なるクルーズ船誘致と認知度向上に取り組む、クルーズ船の入港拡大を図っていく。	⑨	中国等からのクルーズ船寄港の更なる回復を図るため、クルーズ業界の状況を注視しながら、引き続き、関係市町と連携のうえ、船会社、旅行会社を対象としたセールスや県内招聘視察等の誘致活動、情報発信に積極的に取り組むとともに、旅行博覧会や関係イベントへブースを出展するなど、本県寄港地への更なるクルーズ船誘致と認知度向上や広域周遊観光の促進などの経済的な効果を高める取組などを行い、クルーズ船入港の効果を最大化していく。	改善
			H22-				
			国際観光振興室				
取組項目 iv	○	9	航空路線利用促進事業費（国際線対策）	長崎空港の国際線再開の課題となっているグランドハンドリングの人員不足を解決するため、グランドハンドリング事業者に対する支援として、事業者が他空港からの応援職員を受け入れる際に発生する宿泊費や交通費を支援することで、受入体制を整備するとともに、引き続き関係事業者等との協議を進め、国際航空路線の誘致及び利用促進に取り組む。	⑨	航空会社等と連携したプロモーションを強化することにより、長崎～上海線の利用促進を図るとともに、東アジアを中心にチャーター便及び新規路線の誘致活動により、国際航空路線の維持・拡大につなげる。	拡充
			H13-				
			国際観光振興室				

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）する必要があるか。
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