

施策

柱	4	にぎわい										
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける										
施策	1	観光客の心をつかみ、選ばれる持続可能な観光の推進										
担当部局	文化観光国際部 観光振興課											
めざす姿	満足度の高い観光体験を提供し、国内外から多くの観光客が訪れることで、地域に活気があふれている。											
数値目標	指標	観光消費額（総額）										
	指標設定の理由	<p>付加価値の高い旅を提供する観光まちづくり、戦略的プロモーション等による誘客拡大、持続可能な観光産業を支える基盤の強化は、観光消費額の向上に直接的に結びつく施策であることから、観光消費額を成果指標として設定。</p> <p>国内外から多くの観光客が訪れ、観光消費額が増加することで地域経済が活性化し、まちに活気があふれているというめざす姿の実現に寄与する。</p>										
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12					
		4,587億円 (R6年)	4,800 億円	4,906 億円	5,012 億円	5,119 億円	5,225 億円					
	目標値の設定根拠	<p>国内・国外の観光消費額それぞれで目標を設定し、令和6年を基準に過去最高額を目指す。</p> <p>国内は、国が定めた「明日の日本を支える観光ビジョン」において、日本人国内旅行消費額を平成27年から令和12年までに約10%増加させる目標としており、その率を参考に、基準年である令和6年から令和12年までに約3%増加させることを目標に設定。</p> <p>国外は、国が定めた「明日の日本を支える観光ビジョン」において、『訪日外国人旅行消費額』を令和12年に15兆円とする目標としており、基準年である令和6年の『訪日外国人旅行消費額』8兆1千億円（観光庁インバウンド消費動向調査）から約85%の増となっており、その率を参考に、基準年である令和6年から令和12年までに1.85倍とすることを目標に設定。</p>										
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計（観光振興課）			データ把握時期	毎翌年9月						

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	1	観光客の心をつかみ、選ばれる持続可能な観光の推進						
事業群	1	付加価値の高い旅を提供する観光まちづくり						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標	観光消費単価（宿泊客）						
	指標設定の理由	<p>地域の魅力の磨き上げや個人旅行客の多様なニーズへの対応を通じて、付加価値の高い旅を提供する施策の効果を測定するためには、観光客が滞在中に支出する金額を示す観光消費単価（宿泊客）を指標として設定することが適切である。</p> <p>施策の成果指標である観光消費額は、観光消費単価と延べ宿泊者数の掛け合わせによって算出するため、観光消費単価の増は観光消費額増加に直接的に寄与する。</p>						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		42,884円 (R6年)	43,300 円	43,500 円	43,700 円	43,900 円	44,100 円	44,100円 (R12年)
	目標値の設定根拠	国が定めた「明日の日本を支える観光ビジョン」において、日本人国内旅行消費額を平成27年から令和12年までに約10%増加させる目標としており、その率を参考に、基準年である令和6年から令和12年までに約3%増加させることを目標に設定。						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計（観光振興課）			データ把握時期	毎翌年9月		

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	1	観光客の心をつかみ、選ばれる持続可能な観光の推進						
事業群	2	国内外の観光客の嗜好や市場動向に応じた戦略的プロモーション等による誘客拡大						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標	延べ宿泊者数						
	指標設定の理由	<p>観光客の誘客拡大の達成度を測定するためには、観光客が地域にどれだけ滞在しているかを示す延べ宿泊者数を成果指標として設定することが適切である。</p> <p>施策の成果指標である観光消費額は、延べ宿泊者数と観光消費単価の掛け合わせによって算出するため、延べ宿泊者数の増は観光消費額増加に直接的に寄与する。</p>						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		748万人泊 (R6年)	774 万人泊	783 万人泊	793 万人泊	803 万人泊	810 万人泊	810万人泊 (R12年)
	目標値の設定根拠	<p>国内・国外の延べ宿泊者数それぞれで目標を設定。</p> <p>国内は、人口減少に伴って市場規模の縮小が見込まれているが、直近の水準を概ね維持することを目標に設定。</p> <p>国外は、国が定めた『明日の日本を支える観光ビジョン』に掲げる目標値『地方部1億3,000万人泊(R12)』、『観光庁宿泊旅行統計調査結果(R6)』、同調査の令和元年から令和6年の地方部と長崎県の伸び率などを参考に、令和6年から令和12年までの長崎県観光統計の伸び率の目標を1.85倍とし、令和12年の成果指標を135万人泊と設定。</p> <p>※国内：675万人泊→675万人泊、国外：73万人泊→135万人泊</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計（観光振興課）			データ把握時期	毎翌年9月		

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	1	観光客の心をつかみ、選ばれる持続可能な観光の推進						
事業群	3	持続可能な観光産業を支える基盤の強化						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標	観光客の満足度						
	指標設定の理由	<p>本施策は観光関連事業者のホスピタリティの向上、ガイド人材や本県ならではの価値を伝えるプロフェッショナル人材の育成等を通じて、観光客に提供される体験の質の向上を目指すものであり、観光客の満足度はその成果を測るうえで適切な指標である。</p> <p>観光客の期待を上回るような体験を提供し満足度を高めることで、滞在時間や消費意欲の増加、再訪意向の醸成などを通じて、観光消費額を持続的かつ効果的に押し上げていくことが可能となる。</p>						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		88.9% (R6年度)	89.6%	90.0%	90.3%	90.7%	91.0%	91% (R12年度)
	目標値の設定根拠	基準年（R6年度）の実績は全国3位であるため、直近5年間の全国1位平均（91%）を目標に設定。						
指標データの参照元	統計名など	じゃらん観光国内宿泊旅行調査（じゃらんリサーチセンター）			データ把握時期	翌年8月頃		

施策

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	2	長崎の食の賑わい創出					
担当部局	農林部 農産加工流通課						
めざす姿	長崎ならではの味や体験を目的に、国内外から人が訪れ、地域がにぎわっている。						
数値目標	指標	食の賑わいの場の創出					
	指標設定の理由	<p>・令和6年3月に策定した新しい長崎県づくりのビジョンの中で、今後重点的に注力する分野の一つに「食」が掲げられており、このビジョン（食分野）の「ありたい姿」として、「THEワールドクラス、世界が惚れこむ食体験」の実現を目指すこととしている。</p> <p>・令和6年度長崎・食の賑わい創出プロジェクト先進事例・可能性調査において、単に食を提供するだけの「場」ではなく、地域や食材の価値、生産者の思いなどが伝わる食体験を提供する「場」であるとともに、食に携わる人々がつながる「場」である「食の賑わいの場」の創出が望ましいと整理しており、本施策の成果指標として、「食の賑わいの場の創出」を設定している。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		—	—	—	—	—	モデル拠点創出 モデル拠点創出 (R12年度)
	目標値の 設定根拠	令和6年度に長崎・食の賑わい創出プロジェクト先進事例・可能性調査を実施し、あるべき姿として食材の価値や生産者の思いが伝わる食体験を提供する場であるとともに、食に携わる人々がつながる場であることが望ましいと整理しており、県北地域において、佐世保朝市という地域固有の食の施設を有し、まちづくりの動きが見えつつある「万津エリア」を拠点候補地として、目標値を設定している。					
指標 データの 参照元	統計名 など	独自調査（農産加工流通課）		データ 把握 時期	—		

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	2	長崎の食の賑わい創出						
事業群	1	長崎・食の賑わい創出プロジェクト						
担当部局		農林部 農産加工流通課						
数値目標	指標	長崎の食に対する満足度						
	指標設定の理由	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年3月に策定した新しい長崎県づくりのビジョンの中で、今後重点的に注力する分野の一つに「食」が掲げられており、このビジョン（食分野）の「ありたい姿」として「THEワールドクラス、世界が惚れこむ食体験」を実現を目指すこととしている。 実現に向けて、「食」を通じて、地域の歴史文化や食材の価値、生産者の思いやこだわり等、「食」の裏側にある地域固有の食文化（ストーリー）が県民や観光客に伝わり、伝播していくことで、県全体に食の賑わいが生まれ、観光客の長崎の食に対する評価が高まるとともに、県民もその価値を理解し、県民が長崎の食を自慢したくなる状態の好循環につながると考えている。 以上のことから、事業群の成果指標として本県の食に対する満足度を上げることを設定している。 						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		—	75%	80%	80%	80%	80%	80% (R12年度)
	目標値の設定根拠	<ul style="list-style-type: none"> 県民のシビックプライドの醸成、観光客の食の満足度の向上を図るため、アンケート等を実施し、食の満足度の8割達成を目指すことが望ましい。 						
指標データの参照元	統計名など	アンケート（農産加工流通課）			データ把握時期	毎年2月頃		

施策

柱	4	にぎわい																																																																																						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける																																																																																						
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり																																																																																						
担当部局	文化観光国際部 文化振興・世界遺産課																																																																																							
めざす姿	本県の特色ある歴史や文化芸術、スポーツを通じて、国内外からの交流人口が拡大し地域がにぎわっている。																																																																																							
数値目標	指標	県内主要文化施設の入館者数等																																																																																						
	指標設定の理由	歴史や文化芸術を活用した地域の賑わいづくりには、県民の文化芸術イベント等への参加のみならず国内外からの交流人口の拡大を図ることが重要であり、地域の文化拠点のほか国内外からの来訪者が見込まれる世界遺産や日本遺産の拠点施設も含めた「県内主要文化施設の入館者数」を指標に設定する。																																																																																						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)																																																																																
		323.4万人 (R6年)	331.5万人	335.4万人	339.2万人	343.2万人	347.1万人	347.1万人 (R12年)																																																																																
	目標値の設定根拠	県内主要文化施設のうち歴史博物館・美術館等の入館者数は、長崎県美術館及び長崎歴史文化博物館はR6年実績の2割増を目標として、その他の施設は現状維持を目標とする。 世界遺産及び日本遺産の拠点施設入館者数は、国の観光ビジョンに掲げるインバウンドの目標値や長崎県観光統計の実績を反映した延べ宿泊者数の伸び率を参考に目標値を設定する。また、入館者数の国内外の割合を93:7（長崎県観光統計の実績）とし、国内、国外と分けて算出。 県内主要文化施設の入館者数等は、R6年の3,234千人から最終目標のR12年には3,471千人とする。																																																																																						
		1. 歴史博物館・美術館等の入館者数 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R6</th> <th>R7</th> <th>R8</th> <th>R9</th> <th>R10</th> <th>R11</th> <th>R12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>長崎県美術館</td> <td>286</td> <td>295</td> <td>305</td> <td>314</td> <td>323</td> <td>333</td> <td>342</td> </tr> <tr> <td>長崎歴史文化博物館</td> <td>214</td> <td>221</td> <td>228</td> <td>235</td> <td>241</td> <td>248</td> <td>255</td> </tr> <tr> <td>それ以外(6館)</td> <td>373</td> <td>373</td> <td>373</td> <td>373</td> <td>373</td> <td>373</td> <td>373</td> </tr> <tr> <td>小計</td> <td>873</td> <td>889</td> <td>906</td> <td>922</td> <td>937</td> <td>954</td> <td>970</td> </tr> </tbody> </table> 2. 世界遺産、日本遺産の拠点施設入館者数 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R6</th> <th>R7</th> <th>R8</th> <th>R9</th> <th>R10</th> <th>R11</th> <th>R12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>国内からの来館者数</td> <td>2,196</td> <td>2,196</td> <td>2,196</td> <td>2,196</td> <td>2,196</td> <td>2,196</td> <td>2,196</td> </tr> <tr> <td>国外からの来館者数</td> <td>165</td> <td>189</td> <td>213</td> <td>236</td> <td>259</td> <td>282</td> <td>305</td> </tr> <tr> <td>小計</td> <td>2,361</td> <td>2,385</td> <td>2,409</td> <td>2,432</td> <td>2,455</td> <td>2,478</td> <td>2,501</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>3,234</td> <td>3,274</td> <td>3,315</td> <td>3,354</td> <td>3,392</td> <td>3,432</td> <td>3,471</td> </tr> </tbody> </table>								R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	長崎県美術館	286	295	305	314	323	333	342	長崎歴史文化博物館	214	221	228	235	241	248	255	それ以外(6館)	373	373	373	373	373	373	373	小計	873	889	906	922	937	954	970		R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	国内からの来館者数	2,196	2,196	2,196	2,196	2,196	2,196	2,196	国外からの来館者数	165	189	213	236	259	282	305	小計	2,361	2,385	2,409	2,432	2,455	2,478	2,501	合計	3,234	3,274	3,315	3,354	3,392	3,432	3,471
	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12																																																																																	
長崎県美術館	286	295	305	314	323	333	342																																																																																	
長崎歴史文化博物館	214	221	228	235	241	248	255																																																																																	
それ以外(6館)	373	373	373	373	373	373	373																																																																																	
小計	873	889	906	922	937	954	970																																																																																	
	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12																																																																																	
国内からの来館者数	2,196	2,196	2,196	2,196	2,196	2,196	2,196																																																																																	
国外からの来館者数	165	189	213	236	259	282	305																																																																																	
小計	2,361	2,385	2,409	2,432	2,455	2,478	2,501																																																																																	
合計	3,234	3,274	3,315	3,354	3,392	3,432	3,471																																																																																	
指標データの参照元	統計名など	市町等照会（文化振興・世界遺産課）			データ把握時期	毎年5月頃																																																																																		

施策

柱	4	にぎわい											
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける											
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり											
担当部局	文化観光国際部 文化振興・世界遺産課												
めざす姿	本県の特色ある歴史や文化芸術、スポーツを通じて、国内外からの交流人口が拡大し地域がにぎわっている。												
数値目標	指標	プロスポーツや国際大会等の観客数											
	指標設定の理由	スポーツを活用した地域の賑わいづくりには、交流人口の拡大とともに、多くの県民がトップレベルのスポーツに触れる機会を増加させることが重要な要素であるため、「プロスポーツや国際大会等の観客数」を指標に設定する。											
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12						
		49.3万人 (R6年度)	52.9万人	55.1万人	56.8万人	59.3万人	61.2万人						
	目標値の設定根拠	国際大会を含むトップレベルのスポーツ観戦機会増により、観客数増を図る。 併せて、地元プロスポーツクラブとの連携・支援により、県民のシビックプライド醸成とホームゲーム観客数の増加・維持を図る。											
指標データの参照元	統計名など	Jリーグ及びBリーグ等の公表データ及び各施設等への実績調査（市町等への照会） (スポーツ振興課)	データ把握時期	毎年6月									

事業群

柱	4	にぎわい																																												
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける																																												
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり																																												
事業群	1	多様な文化と歴史的資源による地域の賑わいづくり																																												
担当部局		文化観光国際部 文化振興・世界遺産課																																												
数値目標	指標	歴史文化拠点施設入館者数																																												
	指標設定の理由	<p>現計画指標は、県民を対象とした「地域と連携して実施するイベントへの参加者数」であるが、新計画指標では、県民のみならず国内外からの交流人口の拡大を図ることで地域のにぎわいづくりを目指すことから、本県が重点的に取り組む2つの世界遺産や日本遺産（国境の島）の入館者数を指標に設定する。</p>																																												
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)																																						
		162.3万人 (R6年)	165.6万人	167.2万人	168.8万人	170.4万人	172.0万人	172.0万人 (R12年)																																						
	目標値の設定根拠	<p>歴史文化拠点施設の多くは観光施設でもあることから、国の観光ビジョンに掲げるインバウンドの目標値や長崎県観光統計の実績を反映した延べ宿泊者数の伸び率を参考に目標値を設定する。 対象施設は、世界遺産（長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産、明治日本の産業革命遺産）及び日本遺産「国境の島」の拠点施設とする。 入館者数の国内外の割合を93:7（長崎県観光統計の実績）とし、国内、国外と分けて算出。 国内からの入館者数は、人口減少による減少影響を、施策効果（世界遺産や日本遺産等の文化資源を活用し交流人口の拡大に向けた取組等）による増加で補うこととし、現状維持とする。 国外からの入館者数は、R6年の実績から1.85倍の値を目標値とする。 国内外合わせた入館者数は、R6年の1,623千人から最終目標のR12年には1,720千人とする。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="8">歴史文化拠点施設入館者数 (単位:千人)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>R6</th> <th>R7</th> <th>R8</th> <th>R9</th> <th>R10</th> <th>R11</th> <th>R12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>国内からの来館者数</td> <td>1,509</td> <td>1,509</td> <td>1,509</td> <td>1,509</td> <td>1,509</td> <td>1,509</td> <td>1,509</td> </tr> <tr> <td>国外からの来館者数</td> <td>114</td> <td>131</td> <td>147</td> <td>163</td> <td>179</td> <td>195</td> <td>211</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>1,623</td> <td>1,640</td> <td>1,656</td> <td>1,672</td> <td>1,688</td> <td>1,704</td> <td>1,720</td> </tr> </tbody> </table>	歴史文化拠点施設入館者数 (単位:千人)									R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	国内からの来館者数	1,509	1,509	1,509	1,509	1,509	1,509	1,509	国外からの来館者数	114	131	147	163	179	195	211	計	1,623	1,640	1,656	1,672	1,688	1,704	1,720				
歴史文化拠点施設入館者数 (単位:千人)																																														
	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12																																							
国内からの来館者数	1,509	1,509	1,509	1,509	1,509	1,509	1,509																																							
国外からの来館者数	114	131	147	163	179	195	211																																							
計	1,623	1,640	1,656	1,672	1,688	1,704	1,720																																							
指標データの参照元	統計名など	市町照会（文化振興・世界遺産課）				データ把握時期	毎年5月頃																																							

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり						
事業群	1	多様な文化と歴史的資源による地域の賑わいづくり						
担当部局		文化観光国際部 文化振興・世界遺産課						
数値目標	指標	文化芸術イベントを鑑賞した県民の割合						
	指標設定の理由	施策の取組の概要「ながさきピース文化祭2025を契機に、高まった文化芸術の機運を継承し、県内のどこにいても、良質な文化芸術に触れられる機会を提供します。」の指標として、「文化に関する世論調査（文化庁）」における「1年間で文化芸術イベントを外出を伴う形で鑑賞したことがある人の割合」とし、県民の文化芸術に触れた割合を統計的に把握できる指標を設定する。						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		41.6% (R6年)	41.9%	42.2%	42.5%	42.8%	43.1%	43.1% (R12年)
	目標値の設定根拠	「文化に関する世論調査（R7.3）」によると、「1年間に文化芸術イベントを外出を伴う形で鑑賞したことがある人の割合」は本県（41.6%）に対し、全国（43.1%）で1.5ポイント全国を下回っている。 県内のどこにいても音楽や美術などの良質な芸術に触れられる機会の提供することで、最終年度にこの割合を全国平均43.1%を目指す。						
指標データの参照元	統計名など	文化に関する世論調査（文化庁）			データ把握時期	毎年7月頃		

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり					
事業群	2	スポーツを通じた地域の活性化					
担当部局		文化観光国際部 スポーツ振興課					
数値目標	指標	スポーツ合宿参加者数					
	指標設定の理由	地域の賑わいづくりには、交流人口の拡大が重要な要素であり、宿泊や地域との交流などが期待できる県外（離島地域では島外）からのスポーツ合宿参加者数を指標とすることで、スポーツによる地域活性化の評価が可能となる。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		5,187人 (R6年度)	5,343人	5,423人	5,504人	5,586人	5,669人 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>【対象】 県外の高校生以上（離島地域では島外の高校生以上）によるスポーツ合宿の参加者数</p> <p>【設定根拠】 R6年度実績値を基準とし、毎年の伸び率1.5%（スポーツ合宿の先進他県におけるコロナ禍前の5年間の平均の伸び率2%を目標とした上で、人口減少率0.5%を考慮）を目指す。</p>					
指標データの参照元	統計名など	スポーツコンベンション参加者数及びスポーツ合宿受入実績調査（市町への照会） (スポーツ振興課)	データ把握時期	毎年6月			

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり					
事業群	2	スポーツを通じた地域の活性化					
担当部局		文化観光国際部 スポーツ振興課					
数値目標	指標	スポーツコンベンション参加者数（九州大会以上）					
	指標設定の理由	地域の賑わいづくりには、交流人口の拡大が重要な要素であり、県外からも人が集うスポーツコンベンション参加者数を指標とすることで、スポーツによる地域活性化の評価が可能となる。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		13.4万人 (R6年度)	13.8万人	14.0万人	14.2万人	14.4万人	14.6万人
	最終目標 (目標年)	14.6万人 (R12年度)					
	目標値の設定根拠	<p>【対象】 九州大会規模以上のスポーツコンベンションへの参加者数</p> <p>【設定根拠】 R6年度実績値を基準(※)とし、毎年の伸び率1.5%（コロナ禍前直近での最高値を記録したH30年までの過去3年間の平均伸び率2%に、人口減少率0.5%を考慮）を目指す。</p> <p>※特殊要因である日本スポーツマスターズ2024長崎大会及び北部九州高校総体の実績は除く</p>					
指標データの参照元	統計名など	スポーツコンベンション参加者数及びスポーツ合宿受入実績調査（市町への照会） (スポーツ振興課)	データ把握時期	毎年6月			

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり					
事業群	3	地域に活力を与えるスポーツの振興					
担当部局		教育庁 体育保健課					
数値目標	指標	国民スポーツ大会の入賞数					
	指標設定の理由	国民スポーツ大会における入賞数を指標にすることで、本県の競技力を評価することができる。市町における運動部活動の地域展開の進捗を指標にすることで、子どもたちのスポーツ環境の整備状況を評価することができる。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		46種目 (R6年度)	54種目	57種目	60種目	60種目以上	60種目以上 (R12年度)
	目標値の設定根拠	「国民スポーツ大会の入賞数が60種目以上」を達成した場合、総合順位は、令和6年度の40位から20位台に上昇することが想定され、県民のスポーツへの興味・関心が高まり、スポーツをするきっかけや本県の競技力の向上にもつながる。 また、国民スポーツ大会には、長崎県出身の選手が多く出場し活躍することから、地域一体となつた選手への応援や、スポーツイベントの開催等の事業展開に繋がる事が期待され、交流人口の拡大にも寄与することができる。					
指標データの参照元	統計名など	国民スポーツ大会の結果（体育保健課）			データ把握時期	毎年10月	

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	3	特色ある文化資源・スポーツによる地域の賑わいづくり						
事業群	3	地域に活力を与えるスポーツの振興						
担当部局		教育庁 体育保健課						
数値目標	指標	中学校における運動部活動の地域展開について、休日に続き平日の計画を策定している市町数						
	指標設定の理由	<p>少子化が進む本県において、子どもたちが将来にわたりスポーツ活動に継続して親しむことができる機会を確保することが重要であるため、中学校における部活動の地域展開を推進する指標を設定することで、地域におけるスポーツ機会の充実を評価することができる。</p> <p>また、全ての市町において、「地域の子どもは地域で育てる」という理念のもとで、運動部活動の地域展開が推進されることにより、生徒の活動場所となる地域クラブ等においては、外部指導者や保護者、学校関係者や地域住民など、多くの地域人材が携わることが想定されることから、地域における交流人口の創出が図られ、県民生活の一層の活性化に寄与することができるため。</p>						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		0市町 (R6年度)	3市町	5市町	7市町	14市町	21市町	21市町 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>国の総合的ガイドライン（令和4年12月）では、令和5年～7年度を「改革推進期間」と位置づけ、中学校における「休日」の部活動地域移行が推進されている。本県においては、令和6年度末までに、20市町で「休日」の地域移行に係る方針や推進計画が策定された。</p> <p>また、国が設置した実行会議の最終とりまとめ（令和7年5月）では、令和8年～10年度を「改革実行期間前期」、令和11年～13年度を「改革実行期間後期」とし、「平日」の改革については、前期において実現可能な活動の在り方や課題への対応策等の検証を行った上で、地域の実情に応じた取組を進めることができた。</p> <p>「休日に続き平日の計画を策定している市町数」を目標値に設定し達成することで、少子化が進む本県においても、地域による体験格差を生じさせることなく、子どもたちが将来にわたりスポーツ活動に継続して親しむことができる機会を確保することができる。</p>						
指標データの参照元	統計名など	学校部活動及び新たな地域クラブ活動の在り方等に関する総合的なガイドライン（スポーツ庁・文化庁）	データ把握時期	毎年12月				

施策

柱	4	にぎわい											
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける											
施策	4	地域の魅力を活かした農山漁村の賑わいづくり											
担当部局	農林部 農山村振興課												
めざす姿	農山漁村の資源や地域の魅力を活かしたアグリビジネスや海業などの展開により、農山漁村地域が賑わい、笑顔であふれている。												
数値目標	指標	長崎県内の農山漁村への年間入込客数											
	指標設定の理由	本施策は、農山漁村地域の資源を活かして人を呼び込み、地域消費の拡大や地域産品等の認知度向上、人材の交流・循環の促進などの多様な効果をもたらすものであり、農山漁村への入込客数は、その取組の効果を把握するうえで分かりやすく、有効である。											
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12						
		57,638人 (R5年度)	71,300人	75,800人	80,400人	84,900人	90,000人 (R12年度)						
	目標値の設定根拠	<p>地域間の広域連携による農泊・渚泊や農業体験等の受入体制の強化や、海業の取組の拡大等によって、農山漁村への年間入込客数を基準年（R5年度）からR12年度まで1.5倍以上に増加させる。目標値を達成した場合には、県内の農山漁村地域が賑わい、活性化が図られる。</p> <p>（参考）農林水産省は食料・農業・農村基本計画（R7.4.11閣議決定）において、農泊者（渚泊含む）の延べ人数をR5年度794万人からR11年度1,200万人へ1.5倍に増加する目標を設定。</p>											
指標データの参照元	統計名など	農泊、体験：農泊実践団体の実績調査 (農山村振興課) 海業：交流人口調査（水産庁）			データ把握時期	毎年8月頃							

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	4	地域の魅力を活かした農山漁村の賑わいづくり					
事業群	1	集落全体の所得を向上させるアグリビジネスの拡大					
担当部局		農林部 農山村振興課					
数値目標	指標	アグリビジネス売上額（直売所・農泊（日帰り体験を含む））					
	指標設定の理由	<p>・農山村地域全体で稼ぐ仕組みづくりの取組を表わす総合的指標として、農泊・直売所の販売額を設定した。</p> <p>・事業群の指標である農泊・直売所の魅力の向上により、販売額は向上し、更に施策の指標である農山漁村への入込客数についても向上することが想定され、販売額と入込客数は関連があり、指標の設定は適切である。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		124.6億円 (R5年度)	136億円	140億円	144.1億円	148.3億円	152.5億円
	最終目標 (目標年)	152.5億円 (R12年度)					
指標 データの 参照元	目標値の 設定根拠	<p>【直売所】</p> <p>・過去5年間で直売所数は減少しているが、販売額は過去5年間で14%増加している。これを踏まえ、引き続き、販売額は増加すると想定し、1年間の増加率2.8%を乗じ、目標値を設定した。</p> <p>(参考)</p> <p>・直売所販売額 H30年度：106.9億円 R5年度：122.1億円</p>					
		<p>過去5年間の増加額：15.2億円（増加率：14.2%） ※1年間の増加率：2.8%</p> <p>【農泊】</p> <p>・地域間の広域連携による農泊や農業体験等の受入体制の強化及び誘客拡大により、農山漁村への農泊の宿泊者数及び日帰り体験者数の増加を図り、農泊の売上額を5年間で1.8倍に増加させる。</p> <p>(参考)</p> <p>・農林水産省は食料・農業・農村基本計画（令和7年4月11日閣議決定）において、農泊の売上高をR5年度1,223億円からR11年度2,200億円へ1.8倍に増加する目標を設定。</p>					
統計名 など	データ把握 時期	直売所等の販売額等調査 農泊実践団体の実績調査 (農山村振興課)	毎年8月				

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	4	地域の魅力を活かした農山漁村の賑わいづくり						
事業群	2	海の魅力を活用した人を呼び込む仕組みづくり						
担当部局		水産部 漁政課						
数値目標	指標	海業の新たな取組数(累計)						
	指標設定の理由	<p>「海業」は、人々が漁村を訪れ、様々な体験を通じて水産物の消費の増進に繋げ、地域の所得と雇用を生み出すための取組であり、この取組を促進していくことで漁村の賑わいを創出することを目指している。</p> <p>「海業の新たな取組数」は、漁村に人を呼び込む取組のうち新たに始まった件数であることから、事業成果として直接的かつ定量的に評価するうえで適した指標であり、施策の成果指標である「長崎県内の農山漁村への年間入込客数」の目標達成に貢献するものである。</p>						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		0件 (R7年度)	6件	12件	18件	24件	30件	30件 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>海業の取組により地域のにぎわいや所得と雇用を生み出すことが重要であり、地域における海業に意欲を持つ事業者の存在や市町・観光協会等によるサポート体制を踏まえ、実現が見込まれる件数を積み上げ、新たに30件の取り組みを始めることを数値目標として設定する。</p> <p>達成時には地域外から人を呼び込むことで、交流人口の拡大と地域消費の拡大に寄与する。</p>						
指標データの参照元	統計名など	独自調査（漁政課、漁港漁場課）			データ把握時期	毎年4月頃		

施策

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	5	ながさき暮らしの魅力で呼び込むUIターンの促進					
担当部局	地域振興部 地域づくり推進課						
めざす姿	移住者が増え、産業や地域の担い手として活躍し、地域の魅力が地域外にも伝わり、新たな移住者を呼び込む循環が生まれている。						
数値目標	指標	県や市町の移住関連施策を通じて移住した者の数					
	指標設定の理由	<p>移住者を多く呼び込み産業や地域の担い手を増やしていく必要があることから、移住者数を指標とするもの。</p> <p>移住者数のカウント方法は、県及び県内市町の施策効果を定量的かつ客観的に測定することができる「県や市町の移住関連施策を通じて移住した者の数」とする。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		1,998人 (R6年度)	2,200人	2,300人	2,400人	2,500人	2,600人 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>国全体で人口減少が続く中においても、基準年（R6年度）の実績約2,000人に加え、毎年度、その5%にあたる100人ずつ増加させることを目標とする。</p> <p>なお、直近3か年度（R4～6年度）において移住施策を実施しなかった場合、その転出超過数（注）の平均値は5,258人/年であり、目標年度（R12年度）においてこのうち概ね2分の1となる2,600人を改善する。</p> <p>（注）当該転出超過数の計算式 =（転入者数－県や市町の移住関連施策を通じて移住した者の数）－転出者数</p>					
指標データの参照元	統計名など	各市町からの移住者実績の報告（地域づくり推進課）			データ把握時期	毎年度5月頃	

事業群

柱	4	にぎわい						
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける						
施策	5	ながさき暮らしの魅力で呼び込むUIターンの促進						
事業群	1	UIターン促進のための情報発信や移住希望者支援の強化						
担当部局		地域振興部 地域づくり推進課						
数値目標	指標	県や市町への移住に関する相談件数						
	指標設定の理由	これまでの実績から、移住者数（県や市町の移住関連施策を通じて移住した者の数）と相談件数（県や市町への移住に関する相談件数）には強い相関関係があり、相談件数が増えると移住者も増加しているため、「県や市町への移住に関する相談件数」を指標とするもの。						
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12	最終目標 (目標年)
		12,432件 (R6年度)	13,500件	14,000件	14,500件	15,000件	15,500件	15,500件 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>これまでの実績から、本施策の最終目標（R12年度に移住者数2,600人）を達成するために必要となる相談件数を計算すると約15,500件となる。 よって、本事業群の最終目標を15,500件（R12年度）とし、この数値に向け毎年度500件ずつ増加させていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●過年度の移住者数（人） H30：1,121、R元：1,479、R2：1,452、R3：1,740、R4：1,876、R5：2,075、R6：1,998 ●過年度の相談件数（件） H30：7,349、R元：8,807、R2：8,569、R3：9,260、R4：11,440、R5：11,611、R6：12,432 						
指標データの参照元	統計名など	各市町等からの相談件数の報告（地域づくり推進課）			データ把握時期	毎年度5月頃		

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	5	ながさき暮らしの魅力で呼び込むUターンの促進					
事業群	2	移住を後押しする支援、地域力の維持・活性化					
担当部局		地域振興部 地域づくり推進課					
数値目標	指標	移住関係支援金の活用件数					
	指標設定の理由	<p>本事業群による「移住を後押しする支援」としては、市町と連携して活用する国の移住関係支援金が直接の効果があり、予算規模も大きく、成果指標である移住者数の増加に寄与する指標である。</p> <p>なお、当該移住関係支援金は、首都圏から地方への移住にかかる経済的な負担を軽減し移住への後押しとなるものであり、特に本県がターゲットとしている子育て世帯に対しては大きな増額措置がなされている。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		105件 (R6年度)	117件	122件	127件	132件	137件 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>この施策の目標値の伸び率（移住者数1,998人→2,600人）をこの施策の基準値（R6年度：105件）に乘じた137件を最終目標（R12年度）とし、この数値に向け毎年度5件ずつ増加させていく。</p> <p>※最終目標137件（R12年度） $= 2,600 \text{人 (R12年度移住者数)} \div 1,998 \text{人 (R6年度移住者数実績)} \times 105 \text{件 (R6年度基準値)}$</p>					
指標データの参照元	統計名など	移住関係支援金による支援実績（地域づくり推進課）			データ把握時期	毎年度4月頃	

施策

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	6	デジタルノマド等の関係人口と地域との交流促進					
担当部局	地域振興部 地域づくり推進課						
めざす姿	本県が多様なワークライフスタイルに適する場として定着し、デジタルノマドの来訪やワーケーション等による関係人口が増加し、地域が活性化している。						
数値目標	指標	地域住民とデジタルノマドの交流回数					
	指標設定の理由	<p>今後人口が減少していく中で、地域の活性化や持続的な地域づくりを図っていくためには、関係人口の呼び込みと地域住民への関わりが重要となる。</p> <p>デジタルノマドは地域住民との交流を好むとされ、地域活動のサポートや地域の消費拡大が期待されることから、地域住民が主体的に交流しようとする行動を指標とする。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		—	108回	216回	324回	432回	540回 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>県内9エリア^(注1)においてコミュニティマネージャー^(注2)を育成し、そのコミュニティマネージャーが中心となって地域住民とデジタルノマド等との交流を増やしていくこととしており、目標年度（R12年度）において各エリアで平均週1回以上（月に5回）交流が行われることを目標とする。</p> <p>(注1) 9エリア：長崎、県央、島原、東彼杵、県北、対馬、壱岐、五島、上五島</p> <p>(注2) コミュニティマネージャー：デジタルノマドに対し、地域情報の提供や地域住民との橋渡しなどを行う者</p> <p>R 8年度：9エリア×1回交流/月×12月=108回 R 9年度：9エリア×2回交流/月×12月=216回 R10年度：9エリア×3回交流/月×12月=324回 R11年度：9エリア×4回交流/月×12月=432回 R12年度：9エリア×5回交流/月×12月=540回</p>					
指標データの参照元	統計名など	コミュニティマネージャー等からの聴取 (地域づくり推進課)			データ把握時期	随時	

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	6	デジタルノマド等の関係人口と地域との交流促進					
事業群	1	ながさきとの関わり創出や地域との交流促進					
担当部局		地域振興部 地域づくり推進課					
数値目標	指標	県や市町が誘致したデジタルノマドの人数					
	指標設定の理由	<p>デジタルノマド等の関係人口が増加し、本県が多様なワークライフスタイルに適する場として定着されるためには、まず、県内市町と連携してデジタルノマド等を本県に誘致し、各地域の魅力を知り発信してもらい、また、課題を指摘してもらう必要がある。</p> <p>このため、指標は「県や市町が誘致したデジタルノマドの人数」を指標とするもの。</p>					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		—	32人	52人	102人	177人	277人 (R12年度)
	目標値の設定根拠	<p>デジタルノマドは、県内市町と連携しながら、県民の理解促進や受入環境の整備を行いつつ、モニターツアーやプロモーション・情報発信による認知度向上を通じて、段階的に増加させていく。</p> <p>県や市町が誘致したデジタルノマドや、その口コミによる来訪者、プロモーション・情報発信の充実などによる来訪者をカウントする。</p> <p>R8年度：32人（モニターツアー来訪者20人+口コミ等による来訪者12人） R9年度：52人（前年度目標値+20人） R10年度：102人（前年度目標値+50人） R11年度：177人（前年度目標値+75人） R12年度：277人（前年度目標値+100人）</p>					
指標データの参照元	統計名など	県及び市町事業実績、 コミュニティマネージャー等からの聴取 (地域づくり推進課)			データ把握時期	随時	

事業群

柱	4	にぎわい					
基本戦略	1	地域の魅力で人を惹きつける					
施策	6	デジタルノマド等の関係人口と地域との交流促進					
事業群	1	ながさきとの関わり創出や地域との交流促進					
担当部局		地域振興部 地域づくり推進課					
数値目標	指標	県や市町が誘致してワーケーション等を新たに実施した企業数					
	指標設定の理由	都市部企業と地域との関わりを創出し、地域住民との交流を促進するなど、関係人口の拡大を図るため「県や市町が誘致してワーケーション等を新たに実施した企業数」を指標とするもの。					
	目標値	基準値 (基準年)	R8	R9	R10	R11	R12
		4.3社 (R3～R5年度平均)	5社	5社	5社	5社	5社 (R12年度)
	目標値の設定根拠	毎年度、過去3年度の実績平均値（4.3社）を上回る新たな誘致（毎年度平均5社）を目標とする。					
指標データの参照元	統計名など	県及び市町事業実績（地域づくり推進課）			データ把握時期	随時	