



取組項目 i	2	日ASEAN次官級交通政策会合推進事業費	1,007	1,007	1,577	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業内容 国際県としての本県の認知度向上を図るため、本県で「日ASEAN次官級交通政策会合」の地元レセプションを開催する。</li> <li>●実施状況 本県で「日ASEAN次官級交通政策会合」が開催され、各国の参加者に歓迎の意を込めたおもてなしの気持ちを伝えるため、長崎市と共同で地元主催レセプションを開催した。</li> </ul>	【活動指標】 会合にかかる地元自治体主催レセプションの開催(回)	1	1	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業の成果 ・「第22回日ASEAN次官級交通政策会合」の地元レセプションを長崎市と共催し、ASEAN各国から約40名が参加した。レセプションでは観光PRや伝統芸能の披露の他、県産酒や県産食材を多く取り入れたメニューでのおもてなしを実施し、ASEAN各国からの参加者に対し本県の魅力発信に取り組んだ。</li> <li>●事業群の目標達成への寄与 ・ASEAN各国からの参加者に対する観光や県産品の情報や魅力の発信を行うことで、アジア諸国における本県の更なる認知度及びプレゼンス向上に寄与することができた。</li> </ul>	
		(R6終了)R6	—	—	—		【成果指標】 日ASEAN次官級交通政策会合の円滑な開催(回)	1	1	100%		
		国際課	—	—	—		ASEAN各国政府関係者等					
取組項目 ii	○	3	海外向け認知度向上推進事業費	19,185	11,072	1,532	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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へい等を通じた情報発信を行う。</li> <li>●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。</li> </ul>	【活動指標】 長崎県多言語SNSでの発信回数(回)	1,360	1,473	108%	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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、市場の特性に応じたプロモーションを実施した結果、全SNSのフォロワー数は目標を上回り、達成率は103%となった。</li> <li>●事業群の目標達成への寄与 ・閲覧者のいいねやシェアなどが多かった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質の高い情報発信により、認知度の向上につながった。</li> </ul>
				18,949	10,876	1,577		1,463	1,455	99%		
				20,747	11,849	1,576		1,463				
		H24-	—	—	—	【成果指標】 長崎県多言語SNSのフォロワー数(人)		297,958	321,443	107%		
		インバウンド推進課	—	—	—	東アジア・東南アジア・欧米豪等の一般消費者		350,215	362,521	103%		
		4	上海事務所運営事業費	56,440	56,440	1,532	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業内容 関係各課・市町・企業及び在中国の関係者等と連携しながら、中国市場における本県のプレゼンス向上と県産品の販路拡大、観光客誘致及び企業の経済活動支援等に取り組む。</li> <li>●実施状況 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。</li> </ul>	【活動指標】 依頼対応件数(件)	240	242	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業の成果 ・県内企業の事業展開支援、県産品の販路拡大支援、大学や行政機関の活動支援等を行い、県内企業商品の新規輸出開始や人的交流の拡大等に寄与した。</li> <li>●事業群の目標達成への寄与 ・中国国内で開催される各種イベント等への参加や、各種媒体での情報発信に注力し、本県の認知度向上に寄与した。</li> </ul>
	60,860			60,860	3,154	203		219	107%			
	61,660			61,660	3,151	203						
	H3-	—	—	—	【成果指標】 対応結果が事業拡大等に貢献した件数(件)	144	145	100%				
	国際課	—	—	—	県内中小企業、経済団体、自治体等	121	135	111%				
		5	ソウル事務所運営事業費	9,193	9,193	3,064	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業内容 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に取り組む。</li> <li>●実施状況 令和6年度は、特にエアラインの誘致やそれに伴う韓国内関係旅行社等への情報周知等を行った。そのほか、国際課、物産ブランド推進課、水産加工流通課、学芸文化課なども情報共有、調整を図りながら各課が行う事業の円滑な実施のために必要な支援を行った。</li> </ul>	【活動指標】 依頼対応件数(件)	180	160	88%	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業の成果 ・インバウンド誘客に向けた直接的・間接的な支援、行政機関や民間企業が韓国国内で行う活動に対しての円滑な推進、韓国関連事業を推進する上での情報提供等を行うことができた。</li> <li>●事業群の目標達成への寄与 ・韓国国内での様々な機会を活用した情報発信、営業活動等を通じて、長崎県の認知度向上やインバウンド誘致、県産品の購買等に寄与した。</li> </ul>
	9,248			9,248	1,577	180		144	80%			
13,300	13,300			1,576	180							
H25-	—		—	【成果指標】 対応結果が事業拡大等に貢献した件数(件)	108	151		139%				
国際課	—		—	—	県内中小企業、経済団体、自治体等	108		128	118%			
					108							

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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・地域の環境や特性に応じた媒体を活用し、各市場に合わせた適切な情報発信手法を取り入れながら事業を実施した結果、SNSのフォロワー数や閲覧数の増加など事業効果が上がっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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、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繋がる取組を着実に推進していく。</li> </ul>
---	------------------------	--	--

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

日韓交流おまつりやホイアン日本祭り等の海外のイベントにおいて、長崎県ブースを出展し、本県の観光PRや歴史文化に関する情報発信を実施しているが、本県ならではの海外との交流の歴史については、最終目標の達成に向けて、更に認知度を高めていく必要がある。

●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組を推進していく。

4. 令和7年度見直し内容及び令和8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 事業期間 所管課(室)名	令和7年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和7年度の新たな取組は「R7新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載	令和8年度事業の実施に向けた方向性		
					事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
取組項目 ii	○	1	友好交流関係推進事業費	クアンナム省と締結したMOUに基づき、クアンナム省との人材交流（職員受入）を実施できないか検討を進めていく。あわせて、友好都市である釜山広域市と連携し、青少年交流や両地域のPRなどの新たな事業の実施を検討する。	⑨	友好交流関係にある国・地域との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、引き続き本県ならではの諸外国との交流の歴史等の魅力を情報発信していく。また、青少年交流事業などの取組を積極的に推進することで、主体的に国際交流に参加する県民の層を拡大し、地域に根差した国際交流が県内各地に定着するよう努めていく。	改善
			H27-				
			国際課				
	○	3	海外向け認知度向上推進事業費	Facebook〔英語、中国語（繁体字）、中国語（広東語）、韓国語、タイ語、ベトナム語〕、Instagram（英語、韓国語）、Weibo、Wechat〔中国語（簡体字）〕、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、各市場の動向を踏まえ、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。また、より効果的な媒体を活用し発信するなど、本県の観光地としてのさらなる認知度向上に取り組むとともに、併せて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、媒体及び市場の傾向分析に則った効果的なコンテンツの発信やコメントに迅速に対応することで、持続的にエンゲージメントを向上させる。また、現地のSNSの状況について、他県の状況も踏まえて情報収集し、運用する媒体を精査していく。	改善
			H24-				
○	4	上海事務所運営事業費	事務所の持つ知見やネットワークといった資源を庁内各課と適時に共有できる緊密な連携体制を構築し、庁内各課の予算要求や施策構築等に積極的に関与することで、実利獲得につなげる。	②	引き続き、事務所の持つ知見やネットワークといった資源を庁内各課と適時に共有できる緊密な連携体制を活かして、庁内各課の予算要求や施策構築等に積極的に関与するとともに、効果的・効率的な事務所運営を行いながら、認知度及びプレゼンスの向上を図り、実利獲得につなげる。	改善	
		H3-					
		国際課					
○	5	ソウル事務所運営事業費	事務所の持つ知見やネットワークといった資源を庁内各課と適時に共有できる緊密な連携体制を構築し、庁内各課の予算要求や施策構築等に積極的に関与することで、実利獲得につなげる。	②	引き続き、事務所の持つ知見やネットワークといった資源を庁内各課と適時に共有できる緊密な連携体制を活かして、庁内各課の予算要求や施策構築等に積極的に関与するとともに、効果的・効率的な事務所運営を行いながら、認知度及びプレゼンスの向上を図り、実利獲得につなげる。	改善	
		H25-					
		国際課					

注：「2. 令和6年度取組実績」に記載している事業のうち、令和6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