

令和5年度第1回こんな長崎どがんです会（令和5年6月2日）

テーマ：「届けたい情報を、届けたい人に、確実に届けるために」

参加者：8人（移住者、大学生、映画監督、YouTuber、新聞記者、クリエイティブディレクター）

主な意見	対応状況
<p>（本県の印象、魅力）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○県内各地域で文化、風土など全然違うところが魅力。</li><li>○海と山などの豊かな自然やしまの数日本一も特別なこと。</li><li>○海外の影響を受けた独自の歴史や文化が根付いているとともに、日本の文化も感じられる。</li><li>○歴史、文化、自然などの魅力が生活の一部になっている。</li><li>○多くの人に長崎の魅力を現地で体感してほしい。</li></ul>	
<p>（県外で本県の情報をどう入手していたか）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○（移住を検討していた時）長崎の暮らしに関するブログ等が少なかった。</li><li>○ソーシャルメディア（Twitter、Instagram、TikTok、YouTubeなど）での検索</li><li>○若い世代はSNSで写真や動画を見て、たまたま印象に残ったところを行き先として選ぶ傾向もある。</li><li>○目にしてもらえそうな写真、分かりやすいキャッチフレーズなどが必要</li></ul>	<p>■いただいたご意見やご提案をしっかりと受け止め、「選ばれる長崎県」の実現に向けて、秘書・広報戦略部を中心に県全体として、戦略的な情報発信や本県の総体的なイメージ向上につながるブランディングに取り組んでまいります。</p> <p>■長崎県民が大好きな長崎を伝える動画を作成していきたい。第1回どがんです会にご参加いただいた皆さまから、ストーリーや人、題材などについてアドバイスなどいただきながら、動画制作に向けて取組を進めてまいります。</p>
<p>（県の情報発信へのアドバイス）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○県のブランディングには大きな柱が必要</li><li>○長崎の魅力である歴史を伝えていくには、尖ってブランディングしていく必要がある。</li><li>○長崎が持っているものと世間が欲しいものの重なる部分が県の柱になる。</li><li>○戦略的な広報のためには優先順位をつけて、そこに集中的に資源を投入すべき。</li><li>○県外においては、魚のおいしさなどの長崎の魅力は知られていない。</li><li>○SNSでバズれば、勝手に動画が流れ拡散されていく。インフルエンサーを活用しても良いのでは。</li><li>○「0から1」にするための工夫が重要</li><li>○SNSでの情報発信において、スポット登録（位置情報）の付与は重要</li><li>○「長崎と言えば○○」というイメージが必要</li><li>○農水省のように動画を県庁で内製化してはどうか。公務員がここまでやる、というギャップが面白いと思う。</li></ul>	