

＜パブリシティのご提案にあたっての参考情報＞

◆パブリシティについて

テレビ番組での紹介、PRのほか、イベント等でのPR、メディアやSNSを活用したプレゼント企画などを提案してください。

(例) 県産品の写真と共に、「#食べてみんな」や「#飲んでみんな」等、県産品愛用の4つの合言葉を利用した投稿を募り、応募者の中から抽選で県産品の詰め合わせをプレゼントする。

◆その他の物産ブランド推進課の事業

【県産品愛用運動推進協力店制度の周知】

県産品の販路拡大のためには、県内における県産品の利用・愛用の促進が重要であることから、消費者に身近なスーパーや直売所等の「県産品愛用推進協力店」の役割について広く県民へ周知し、県産品の利用啓発を図る。



【県産酒の県内消費拡大、県産酒乾杯条例の周知】

県内には30の酒造メーカーがあり、平成27年度に「長崎県産酒による乾杯の推進に関する条例」を施行。県民に地元のお酒を「知ってもらい・飲んでもらう」ため、県産酒を常時3種類以上提供しているなどの要件を満たしている県内の飲食店を県産品愛用推進指定店「長崎県産酒取扱店舗」として認定し、店舗と消費者の両側から愛用意識を高める取組を実施している。



【「長崎県「食」の魅力発信総合ポータルサイトながおし」】

本サイトは、『美食と絶景の街。長崎』をコンセプトに長崎ファンになり得る県外消費者が欲しいと思う情報を戦略的に届けることを目的として、デジタルマーケティングの手法を使って情報発信の効果分析・仮説検証、情報発信の最適化を図るために運営しています。



また、併せてフォロワー約2万人を誇る公式Instagram (@nagaoshi_nagasaki) とも連携し、長崎県内各地の「食」の魅力を日々発信しています。

【巡ろう、長崎の至福の一杯。酒マニア】

長崎県は、「長崎県産酒」のコアな魅力を全国の“酒マニア”に伝えるために、YouTuberとインフルエンサーがコラボした動画「巡ろう、長崎の至福の一杯。酒マニア」を、2024年10月末から順次公開しています。



「巡ろう、長崎の至福の一杯。酒マニア」は、お酒や旅をテーマに活動している人気 YouTuber とインフルエンサーが、長崎県産のお酒を現地で体験し、長崎県産酒のコアな魅力を分かりやすく紹介しています。