

## 「こんな長崎どがんです会」で出された意見の令和6年度施策への反映状況

部局名	課室名	どがんです会意見	施策への反映状況
秘書・広報戦略部	ながさきPR戦略課	<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すべき。</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> </ul>	<p>長崎ブランド構築プロジェクト費(33,090千円)</p> <p>他県と差別化された選ばれる「新しい長崎県」の実現に向け、ブランディング及び情報発信に係る戦略を策定、総合的なイメージ向上につながる「長崎ブランド」を構築。</p>
産業労働部	新産業創造課	<p>(DX・デジタル化へのポイント)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル化する前の現状把握や整理が不可欠であるが、県内ほとんどの企業には自力では困難であり、小さなことから始められるような着手しやすい環境が必要。</li> </ul>	<p>デジタル化コンサルスキル獲得講座(6,143千円)</p> <p>中小企業のDXやデジタル化を支援するIT企業や団体について、コンサルティング能力の向上を図ることにより、推進する体制を強化。</p>
水産部	水産加工流通課	<p>(どうすれば知ってもらえるか)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「水産県長崎」のイメージづくり強化や観光客が直感的に感じられるよう地域をあげてPRすべき。</li> <li>観光客を惹きつけるインパクトのあるキーワードが必要。</li> </ul>	<p>長崎のさかな魅力発信事業費(4,977千円)</p> <p>県内の魅力ある魚種「推し魚」を選定し、「水産県長崎」のイメージ定着、観光需要の喚起、水産物の消費拡大を推進。</p> <p>【ビジョン・食】長崎・食の賑わい創出プロジェクト費で計上(10,736千円)</p> <p>長崎空港と連携した食の提供や食の雰囲気づくりを実施。</p>
		<p>(どうすれば来て食べてもらえるか)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高知県ひろめ市場のような施設整備により観光客と県民の交流創出。</li> <li>屋台村、マルシェのようなランドマークが必要。</li> <li>いろんな魚が食べられるというワクワクする場所があればよい。</li> </ul>	<p>【ビジョン・食】長崎・食の賑わい創出プロジェクト費(26,161千円)</p> <p>県内に創出する「食の賑わいの場」について、機能や規模、立地など、今後の検討に向けた準備段階として可能性を調査。</p> <p>長崎のさかな魅力発信事業費</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内の魅力ある魚種「推し魚」を選定し、「水産県長崎」のイメージ定着、観光需要の喚起、水産物の消費拡大を推進。(4,977千円)</li> <li>長崎県の魚愛用店において観光客や県民を対象としたキャンペーンを実施。(5,225千円)</li> </ul>
危機管理部	防災企画課	<p>(地域防災力の確保・自主防災組織)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自主防災組織のトップにも臨場感が必要。</li> <li>自主防災組織の会長は、1年交代ではなく、長く続けて、働いてもらいたい。</li> </ul> <p>(地域防災力の確保・消防団と自主防災組織共通)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「島原防災塾」のように遊びながら、子供のころから、防災のことをしっかりと考えさせることは大切。</li> </ul>	<p>自主防災組織結成推進事業(5,343千円)</p> <p>防災推進員養成講座、フォローアップ研修会(3,343千円)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、講座や研修会を実施。</li> </ul> <p>自主防災組織等活性化推進費(2,000千円)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自主防災組織の活性化や組織率向上に向け、新たに、国のモデル事業に応募し、日本防災士会と連携して、地域の課題に応じた全国の優良事例を調査し、市町へ提供。</li> </ul>
	消防保安室	<p>(地域防災力の確保・消防団)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消防団の勧誘のしかたが大事。消防団活動を面白くやろうという誘いに応じた。</li> <li>他の地域の人が消防団に入ると活動が改善されることもあるのではないかと。また、この分団には誰がいるというのがわかると、入りやすいのではないかと。</li> </ul>	<p>若年層団員・女性団員向け勧誘促進事業(4,996千円)</p> <p>企業と連携した広報グッズを作成して市町に配付するとともに、R5に作成した動画等を活用し、多くの方に「消防団」の存在を認知していただき、消防団活動の魅力促進。</p> <p>若年層、女性団員向け勧誘対策研修会(244千円)</p> <p>勧誘活動の主体となる市町職員に対する研修会を開催し、効果的な勧誘活動の普及啓発。</p>
土木部	砂防課	<p>(避難の促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>以前はこの程度の雨でも大丈夫だったという経験が積み重なっていて、避難しないでいいという気持ちになっているのかも知れない。</li> <li>「高齢者等避難情報」が発表されても、高齢者が避難する情報だとの意見があった。70歳後半の両親も高齢者ではないと思っている。</li> </ul>	<p>自治会や企業に対しPRし県政出前講座を増やすなどして県民への説明機会の増加を図ると共に避難情報の分かりやすい説明を実施。</p>
文化観光国際部	観光振興課	<p>(効果的な情報発信について)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大村湾にしかない強みや特色をPRすべき。</li> <li>各地域の特色を活かしたここでしか体験できない“プラス”をPRすべき。</li> </ul>	<p>長崎の食+(プラス)魅力創出事業費(18,645千円)</p> <p>県内各地の食のイベントや飲食店のおススメ料理など「長崎の食」と観光コンテンツを組み合わせた旅の提案・発信を行うことにより、誘客を促進。</p>
		<p>(観光消費額増加の手法について)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>農作物の収穫体験で終わるのではなく、収穫したものを加工することにより商品の単価が上がる。</li> <li>物を作る体験があれば、お土産代としてもお金が落ち、さらに、作ったものを持ち帰り、旅の記憶を思い出すことでリピーターにつながる可能性もある。</li> <li>地域の特色を生かした質の高い体験やお土産品の開発が進めば、観光客の満足度が高まり地域にお金が落ちる。</li> </ul>	<p>「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業費(112,585千円)</p> <p>市町や観光関係団体等が取り組む「観光まちづくり」について、観光客の満足度向上と観光消費額の増加につながる仕組みづくりについて、民間の視点も取り入れながら支援を実施。</p> <p>なお、どがんです会の中で体験した「ながさき大村湾サイクルーzing」については、令和6年3月から旅行商品として販売開始される予定。</p>