

第1回 こんな長崎どがんです会（令和4年4月26日開催）

テーマ：夢や希望あふれる長崎県の実現や若者の活躍について 参加者：27名（NEXT長崎ミーティングメンバー）

主な意見	対応状況
<p>（本県の魅力の情報発信について）</p> <p>ターゲットを絞り目的を明確にしたうえで情報発信や施策を打っていくことが大事ではないか。</p> <p>長崎をひとつくりにするのもいいが、21市町それぞれの良さをPRしていてもいいのではないか。その際は、単独の市町だけではなく、エリアごとにタグを組んで発信してもいい。</p> <p>長崎に来てもらえるように、海外に向けて、長崎の魅力を多く多言語化して発信できるかが大事ではないか。</p> <p>東京などでは長崎の美味しいものがあまり知られていないので、各都道府県に一人ずつ観光大使を置いて、長崎の美味しいものなどをPRすることも面白いのでは。若い人目線ではTikTokを使った発信もいい。</p> <p>モノやコトだけではなくヒトを検索するようになってきているので、長崎県公認の長崎アンバサダーを創出してはどうか。特定の人ではなくいろんな人を認定してもいい。</p> <p>移住を考えてる方向けに、長崎の暮らしやライフスタイルを発信してはどうか。</p> <p>長崎がせつかく100年に一度の変革の時なので、今までの古い体制をぜんぶ取っ払って新しくチャレンジをしていってもいいのでは。</p> <p>一方的な発信だけではなく、巻き込んだ双方向のやり取り可能な発信が大切。</p> <p>長崎のために、地域の魅力を知ってもらいたいという想いを共有したうえで、いろんなアプローチをしていけることが大切。自分も一緒にやっているとモチベーションや参加のインセンティブを設計していくことが大事</p>	<p>令和4年度事業として、県内在住・県内出身の若い世代（特に「県内で新しいことにチャレンジしたいと思っている人」、「県外に住んでいるが、きっかけがあればUターンを考えている人」）をターゲットに、まちや産業の大きな変化や、それによって実現する豊かで快適な生活像を伝える情報発信事業「NAGASAKI Revolution 4.0 プロモーション」を実施しました。同事業では、100年に1度の変化を自分事として捉えてもらい、チャンスを感じてもらうことで、「長崎でチャレンジしたい」という未来に対する期待感及び「ワクワクする長崎の未来と一緒に創っていきたい」というシビックプライドを醸成し、若者定着やUターン等の促進につなげることを目的としています。</p> <p>具体的には、九州を拠点に活動しているインフルエンサーによるPR動画を作成しYouTubeやイベント等で配信するとともに、SNS（Instagram、X（旧Twitter））を開設し、県内21市町やエリアごとに、魅力あるまちの変化等のトピックスを発信しています。</p> <p>加えて、Xでは令和4年11月、Instagramでは令和5年1月にユーザー参加型企画であるハッシュタグキャンペーンを実施し、双方向のコミュニケーションを図りながら情報発信を行いました。</p> <p>そのほか、県内はもとより国内外から選ばれる長崎県の実現のため、Uターン者に向けたまちの魅力の発信や、県産品も含めた本県の魅力のPRなど、戦略的な情報発信にも積極的に取り組みます。</p> <p>また、関係部局との連携や先進事例の研究を行いながら、より効果的な施策の実施に努めていくとともに、「こんな長崎どがんです会」や「NEXT長崎ミーティング」などを通じて、県民の皆様や長崎県に関係する方々が、新しい長崎県と一緒に作りあげていくというモチベーションを持てるような県政運営を行っていきます。</p>
<p>（県民車座集会（仮称）のネーミングのアイデアについて）</p> <p>「オイワイミーティング」（私とあなた、お祝いの意味）</p> <p>「どがね座談会」（調子はどがねとか、お互いにどがねという疑問語で建設的な意見が出そう）</p> <p>「しゃべろうDAY」、「よりよりミーティング」（長崎の食べ物よりより、みんなで寄るを掛けて）</p> <p>ゆるさを出してはどうか、パ行を入れると受けがいいのでは</p> <p>開催地域の美味しいものを食べたりアクティビティを体験しながら行くと楽しめるのではないか。</p> <p>「もってこい」「かっちえて」「ちゃんぼん」（方言等を使用）</p>	<p>いただいたご意見を参考に、「方言」や「ゆるさ」といったアイデアを取り入れ、県民車座集会（仮称）の名称を、「こんな長崎どがんです会」に決定しました。</p> <p>「長崎のいまと未来を、あなたはどがね考えているか、教えてください。」という想いを込めています。</p>