

若手職員による「探究型広報」始動 - 南信州の魅力を自ら学び、発信する「みなみる」 -

飯田合同庁舎の若手職員有志による広報チーム「みなみる」が、5月29日(金)から本格的に始動します。行政が一方向的に情報を伝える従来型広報から、Instagramを通じて若手職員が自ら地域を学び、探り、気づいた魅力を発信する「探究型広報」に取り組みます。



「みなみる」とは？



「南信州を見る」+「皆が見る」：ダブルミーニング

■取組の特徴(コンセプト)

- ・「南信州とはどのような地域か」を探究する広報
- ・若手職員が“学ぶ側・探る側”として、南信州の魅力を再発見する広報
- ・地域で活躍する人・物語・発見した魅力を中心に発信

何をするのか？

- ・Instagramで週2回を目安に発信(3/27(金)~プレ投稿)
- ・南信州地域振興局公式アカウントをリニューアル



目指す姿(3つの柱)

①広報の抜本的改革

⇒ 背景や思いを共有し、対話を通じて理解と関係性を深める広報へ転換

②若手の強みを生かす

⇒ 若手ならではの感性を生かし、等身大で親しみのある発信を展開

③シビックプライドの醸成

⇒ 南信州の魅力を高め、若者がふるさとを思い起こすきっかけを創出

「みなみる | 探る南信州。見つける魅力（長野県飯田合同庁舎）」の投稿例



■トップページ



(※3/27(金)~プレ投稿)

■投稿例（食事処田園（飯田市））



「寿司職人の新たな挑戦」という切り口で
お店を通して地域を伝えます！



(参考) 発信の軸：6つの視点とテーマカラーの定義

- 赤（食・グルメ） …地域の味から魅力を探る
- 青（キ・パ-ツ・人） …人の想いと物語に出会う
- 緑（スポット） …日常にある南信州の風景
- 橙（イベント） …催しの背景に迫る
- 桃（業務紹介） …県職員の仕事から地域を見る
- 黄（特集企画） …注目テーマを深掘りして届ける

※投稿1ページ目の帯をテーマカラーにしています。



これまでの歩み

1月

きっかけ

- 一人の職員の疑問がきっかけ
 - ・「南信州環境メッセ」のイベント広報は届けたい人へ伝わっているのか？
 - ・発信が属人化しており、漫然とした発信になっているのでは？
- 広報を担当する総務管理課へ相談
 - ・「若手主体で広報の強化に取り組みたい」→若手職員有志の募集



2月

ワークショップの実施：2月19日（木）

- ・若手職員 10 名が集まり、「長野県行政経営理念」も踏まえ、広報を担う意義について議論

【課題】背景・本質が届かない一方的な広報

【意義】地域特有の情報こそ、県民に届く発信！

【若手の強み】

- ・地域を知らない、行政に染まっていない“新鮮さ”
- ・SNS 活用世代で親しみがある



コンセプトの決定

若手の強みを活かした、「探究型広報」

「南信州とはどのような地域か」、若手職員自らが地域を学び、思いを掘り下げて、魅力を再発見する

3月

当時の局長へプレゼン：3月3日（火）

- ・若手主体の広報チーム構想について説明 ⇒ 了承を得る

新潟県長岡地域振興局「にもプロ」視察

：3月18日（木）、19日（金）

- ・SNS 広報先進事例の長岡地域振興局を訪問
- ・持続可能な運営体制や、取材手法のノウハウを直接ヒアリング



にもプロ：令和5年7月～
若手職員主体で運用
7,000人以上のフォロワー

(<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/nagaoka/nimo-pro-top.html>)



4月

プレ運用の開始

- ・3月27日（金）より週2ペースで投稿を開始
- ・体制を拡大し、飯田合同庁舎内の各課・所から有志が集結（現在18名規模）

【プレ運用実績】

閲覧数

フォロワー数

注) 5/26(火)現在

82,722 回

+ 303 人 (計 1,584 人)

5月

本格始動：5月29日（金）～

- ・名称を「みなみる | 探る南信州。見つける魅力」に、リニューアル
- ・「創造的活動支援制度」を活用した公式活動へ
- ・2グループ・3係制（統括・企画・運営）を導入し、持続的な発信体制を整備

