

No.12 北海道ニセコ町（農産物付加価値向上推進事業）

地域力創造アドバイザー	小口 潤氏（A600）
活用分野	地域資源を活用した地域経済循環（地場産業発掘・販路開拓）
活用期間（頻度）	令和7年度～令和9年度（初年度は、毎月定例打合せと、4回のワークショップ、1回の説明会を予定）
キーワード	#付加価値向上 #ブランド化 #農家 #持続可能な農業 #販路開拓 #商品開発 #地域資源 #プロモーション企画

【目的】

ニセコ町の農家数が減少している現状において、「ニセコ町産」として農作物を販売している直売会を起点に、ニセコ町農作物の付加価値向上を図ることで、「ニセコ町農産物の単価向上」「作り手（農家）と売り手（直売会など）の収益向上」を実現させ、持続可能な農業モデルの構築と地域全体での稼げる地域づくりを目指す。

【内容】

- ブランドの価値規定（ex.農家ワークショップの企画立案・開催）
- ブランドのシンボル制作指導（ex.規定したブランド価値に沿ったブランドマーク制作のために制作者への指導）
- ブランディングのためのアクション計画策定支援と実施指導（ex.販売プロモーション、商品開発）
- 販路開拓・開発のためのアドバイス

【成果（見込み）】

（初年度）

ブランド価値規定ワークショップの企画立案・開催、ブランドシンボル制作指導
→ 令和7年度には全4回開催（総計：61名参加）
ニセコ町野菜の価値明確化、価値が最大限生きるネーミング・ロゴの検討

（今後の見込み）

ブランディングのためのアクションの計画策定支援・実施指導
（ex.パッケージ/グッズ開発の支援、PRやホームページなどでの情報発信の支援など）
→ 直売会の収益向上および向上した収益を活用した人員の増員
→ 増員した人員によるサービス開発、EC販売など販路拡大、農作物集荷物流の構築



（ブランド価値規定ワークショップ）

No.96 長野県諏訪郡富士見町（地域ブランディング等）

地域力創造アドバイザー	小口 潤氏（A600）
活用分野	シティプロモーション・地域PR(地域ブランディング,メディア活用策)
活用期間（頻度）	令和6年度～令和8年度（月6回程度）
キーワード	#地域ブランディング #広報 #PR #プロモーション #情報発信

【目的】

町では各種補助金や制度等、他市町村と比べても優良な施策を実施しているにも関わらず、住民の認知度が低い状況がある。また、人口減少に対応するため、効果的な町外への情報発信を行い、地域外からヒト・モノ・カネを呼び込む必要がある。こうした背景を踏まえ、情報発信の目的・方針の設定、情報発信方法の見直し等を「まちづくりブランディング事業」として外部アドバイザーの協力のもと、令和6年度から実施。

【内容】

- ① 情報発信の改善のための体制構築
情報発信に関するワーキンググループの構築、ワークショップの開催
- ② 情報発信内容の最適化
情報発信戦略の作成支援
ブランディングタグライン及びロゴの政策支援
- ③ SNS や既存の発信メディアの効果的な活用
情報発信手法の改善講座の開催
SNSや既存メディアのターゲティング、手法の改善提案



（情報発信勉強会）

【成果（見込み）】

住民、議員、職員が参加するワーキンググループに対して、アドバイザーがワークショップを開催。地域の魅力の明確化し、それを住民及び町外向けに伝えるブランディング（タグラインおよびロゴ）が設定された。また、ブランディングについて、認知を広めるために町制施行70周年記念事業にも活用し、ブランドイメージの定着を図っていく予定。また、アドバイザーの支援により情報発信戦略を作成した。これに基づき、町の発信の改善を行っていく。