

ブランド戦略と わたしの活動について

北塩原村地域おこし協力隊

野崎 瞳

プロフィール

野崎 瞳（任期2024/2～2027/1）

広報誌・ふるさと納税など
情報発信を中心に活動しています。

「北塩原村らしさって何だろう？」を
日々考えながら取り組んでいます。



ロゴやデザインを
考えること？

ブランドとは？

派手なPRや
大量の広告をだすこと？

ブランドとは

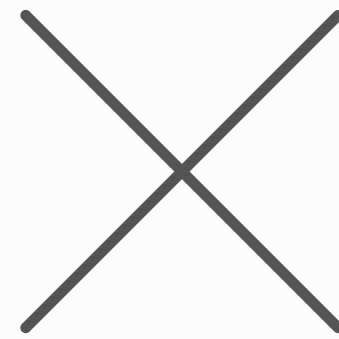
「北塩原村って、こんな村だよね」

と人に思い浮かべてもらえるイメージのこと

なぜ今、ブランド戦略が必要なのか

情報が溢れる時代

地域の「らしさ」が
見えないと選ばれにくい



発信が増えている

観光・移住・ふるさと納税など
さまざまな媒体で発信されている

伝え方がバラバラだと村の姿は伝わらない

北塩原村のイメージを
「みんなで同じ方向で伝えていくこと」

「らしさ」を言葉にして共有する

わたしが感じた
北塩原村の魅力

村で出会った人たち

多くを語らない

言葉よりも行動

自分の仕事を
丁寧に続けている

芯がある

わたしが考える
北塩原村のブランド軸

静かな強さが息づく村

わたしが大切にしていること

人の顔が
みえる発信

積み重ねて
いくこと

続けて
いくこと

村らしさを
言葉にすること

具体的な活動

広報誌

単なる「お知らせ」ではなく
「関係づくり」の媒体に
人の想いや背景が伝わる記事へ



具体的な活動

ふるさと納税関連

返礼品＝モノの紹介だけで
終わらせない
その裏にいる人や
村の風景が見えるような発信



今ある日常を、丁寧に伝えること。