

# KAKOGAWA KUTSUSHITAプロジェクト

## 〈課題〉加古川の靴下の知名度が低いこと

原因 1 市民の愛着が低い

原因 2 企業のつながりが薄い→「加古川の靴下」イメージの低下

原因 3 価格が高い→手に取りにくい



## 市民参加型で加古川の靴下をブランド化！！

- ✓市民参加型で市民の知名度・愛着アップ
- ✓企業同士のつながりを強化
- ✓ブランドという付加価値で価格問題を解消

### ブランド化への三本の矢

ロゴ作成

加古川の靴下が一目でわかる！  
市民へのデザイン募集&投票で決定で意識&愛着アップ

贈答用靴下  
ポータルサイト

「加古川の靴下=ギフト」イメージで他商品と差別化  
商品の簡単検索機能で消費アップ/効率的なマーケティング・開発

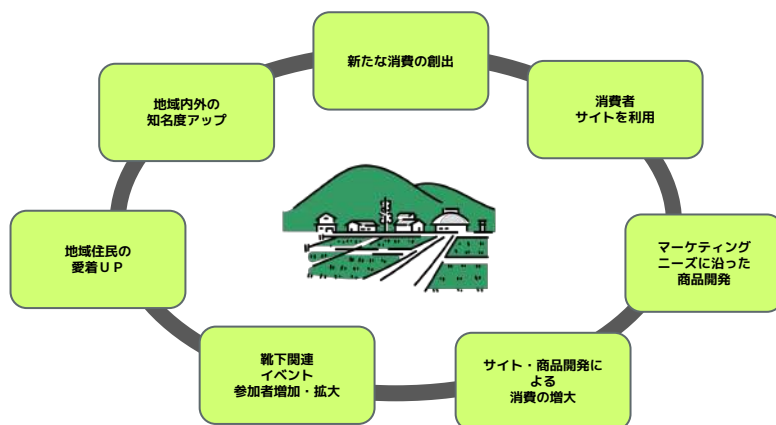
市民の  
愛着向上企画

既存のくつしたまつりの規模・イベント性を拡大！一大イベント化  
靴下のデザイン・商品アイデアコンペ開催



ブランド化した靴下×市民の愛着向上  
=知名度アップ+地域活性化！！

永続的な開発と消費・地域活性化のサイクル発生！！



### 実現までのロードマップ

発足（三か月）

準備（半年）

開始（一年）

拡大・発展（以降）

ロゴ作成

ギフト靴下PR

ロゴの普及促進

イベント開催

企業の交流

ギフトセット開発

他業種コラボ

サイト制作

サイト試験運用

サイト本格運用

ニーズ分析/商品開発