

チャレンジ！！オープンガバナンス 2022 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題タイトル（注１）	No. -（事務局用）	タイトル 地場産業(靴下産業)の活性化	自治体名 兵庫県加古川市
チームがつけたアイデア名（注２）（公開）	加古川の魅力を紡ぐ！人と人を結ぶ KUTSUSHITA プロジェクト		

（注１）地域課題タイトルは、COG2022 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題タイトルを記入してください。

（注２）アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報 赤字部分は削除して該当の番号を記入

チーム名（公開）	加古川東高校 STEAM 特講 靴下班		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	3	
メンバー数（公開）	2 名		
代表者（公開）	塩見珠梨		
メンバー（公開）	岡田 優実		

【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

＜応募の際のファイル名と送付先＞

1. 応募の際は、ファイル名を COG2022_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2022 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin_cog2022@pp.u-tokyo.ac.jp

＜応募内容の公開＞

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY（表示）4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC（表示—非営利）4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
（具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>）
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。（例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公開いたしません）
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、内容に優れた今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

＜知的所有権等の取扱い＞

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

＜チームメンバー名簿＞

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。（2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。）

アイデアの説明全体が肖像権・著作権等を侵害していないことの確認	確認後ここに結果（○）を記入 ○
---------------------------------	---------------------

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、対象とする課題解決のために、何をする社会的な活動（サービス）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したくなり、活用してみたい、そしてその結果として、課題が解決される、そんなわくわく感のあるアイデアを期待します。2ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題の要点はこれ!をごく短く書いてください>

加古川靴下の魅力を地元の人が伝え合う仕組み

<この課題解決のために「何を」するアイデアか、それを「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するかをわかりやすく書いていきます><アイデアが具体的に実行される場面を想定してください。>

<よいアイデアを生むには関連データの分析確認とデザイン思考によるアイデアを使う人への共感が必要です>

加古川の魅力を紡ぐ!人と人を結ぶ KUTSUSHITA プロジェクト

加古川の靴下の歴史は古く、明治時代から産地としての基盤ができていた。現在も、国産ならではの質の高さで多様なニーズに対応している。加古川の靴下は、ドラマの撮影で使われたり、オリンピック選手が着用していたりと有名になる要素がたくさんあるにも関わらず、その知名度は低い。その原因である 3 点、

i) 企業同士のつながりが薄いこと ii) 価格が高いこと iii) 地域の人により認知されていないこと

を解決するために、「加古川の靴下を贈る文化をブランド化する」ことを目標にしたのが昨年度の活動である。実際に、今年の母の日・父の日に宣伝したところ、例年と比べて、母の日には 1.5 倍、父の日には 1.1 倍売り上げをアップさせることに成功した。しかし、これで課題を解決できたわけではない。そこで今年度、昨年度と同様に、「加古川の靴下を贈る文化をブランド化する」というコンセプトはそのままに、アイデアをブラッシュアップし、

「新たなアイデアで、ニーズを再発見! 新たな発信で、ターゲットを再拡大!

という目標で活動を進めてきている。

その中で次の3つの柱を立て、取り組みを始めた。

～1. 地域のイベント, SNS を用いた認識再調査～

加古川の靴下が抱える大きな課題の一つはやはり、「地域内での認知度が低い」ことである。私たちはその原因が、「多くのニーズに対応した発信、働きかけが出来ていない」からであると考えた。

まずは、地域の方々にターゲットを絞って、どのような相手に、どのような目的で、どのような方法で、靴下を送りたいかを意識調査を実施することにした。

1. イベント出展

私たちは、調査するにあたって、Kako Re:Birth (2022/10/8-9 @加古川河川敷)、地域活性化フェスティバル (2022/11/27 @加古川駅周辺) という地域の大きなイベントに出展させていただいた。これまでの校内と企業の中での活動とは一変、市民の生の声が聴ける貴重な経験となった。中には、他地域の方への贈答用であったり、他人ではなく自分への贈り物にするなどといった斬新なアイデアも頂くことができた。また、調査だけではなく、私たちの取り組みを認識して頂ききっかけになったのではないと思う。

2. デジタルを用いた調査

今回から、イベント出展と平行して新たに加古川市版 Decidim, Google フォーム, Instagram を用いたアンケートを行った。加古川版 Decidim とは市が運営する、参加型民主主義プロジェクトのためのオンラインツールである。大き

な特徴として、どこでも、誰でも参加できるという点がある。地域内外からの意見が集められるといった利点から、これからより活用していきたいと考えている。また、デジタル活用によって、対面では実現できない柔軟性や利便性を実感できた。

～2. ギフトボックスの開発～

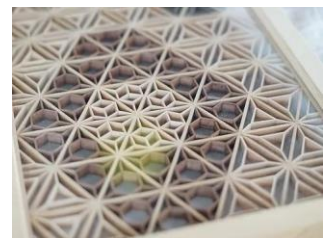
昨年度から、母の日・父の日・敬老の日などに感謝を伝えるために靴下をプレゼントすることで、より加古川の靴下を広められるのではないかというアイデアがあった。そして、このアンケートにより、「感謝の気持ちを伝えるために靴下を贈りたい」という人が多いことが再確認できた。実際に「靴下 贈り物」とインターネットで検索してみると様々な商品がヒットする。これらの中で加古川の靴下の魅力を活かして、他の商品との差別化を図る為にはどうしたらいいのかという壁にぶち当たった。これらを解決するために私たちが考えたのが、

「加古川の魅力を最大限に詰めた、地元の人セレクトのギフトボックス」だ。

以下は、その具体案である。

1. 加古川の靴下×国包建具

国包建具は靴下と同じく加古川市の地場産業である。その国包建具で作った木箱の中に靴下を入れてプレゼントする。普段プレゼントをもらったとき、外箱は捨ててしまうという人も多いが、このギフトボックスでは外箱である国包建具の木箱もプレゼントの一部なのだ。木箱の中にライトを入れると、おしゃれて暖かみのあるランプとして利用できる。外箱を捨てずに済み、ゴミが減るという点で環境に優しく、何より、プレゼントをもらう人に2倍喜んでもらえる。さらに、加古川の地場産業を詰め込んだこのギフトボックスによって、加古川の魅力が伝わる。このギフトボックスを贈ることによって、一石何鳥にもなり得るのだ。



このギフトボックスは、加古川の魅力を伝えるのもってこいであるため、市の新たな取り組みとして、「市内の新成人にプレゼントして、加古川の魅力を再認識してもらう」「市外から引っ越してきた方にプレゼントして、加古川の魅力を知ってもらう」といったものも考えている。

2. 加古川の靴下×赤ちゃん

出産祝い用のギフトボックスもアイデアの一つである。赤ちゃんは足のサイズが変わりやすいということに着目し、赤ちゃんの成長にあわせた靴下を詰め込んだギフトボックスだ。また、赤ちゃん用靴下のサブスクリプションサービスも考えている。

～3. 地域の人と人を結ぶ靴下コミュニティ構築～

高校生だけで加古川の魅力を発掘してギフトボックス化するだけでなく、地域の色々な人と靴下や地場産業に関する魅力を語り合い、そのストーリーをギフトボックスに詰めるために、魅力を語るワークショップを開催する。ワークショップはこれまでの活動で繋がった人や組織の人に声かけをして開催していく。そして、ワークショップの活動様子を加古川市版Decidimに投稿して、加古川市民から広くフィードバックを集めながら、少しずつ興味関心ある市民を集めてコミュニティを形成する。また、ギフトボックス実現のために、クラウドファンディングを活用することを予定している。今回の再認識は初めて地域内だけではなく、地域外で発信していく重要性が分かったきっかけとなった。そこで最近注目のクラウドファンディング事業に目を向けることにした。資金調達で取り組みの拡大が望める上に、返礼品として靴下を送ることでターゲットが全国に広がり、認知度アップが望める。また、低価格から気軽に参加してもらうことで私たち高校生間でも広めることができると考えた。

2. アイデアの説明（公開）

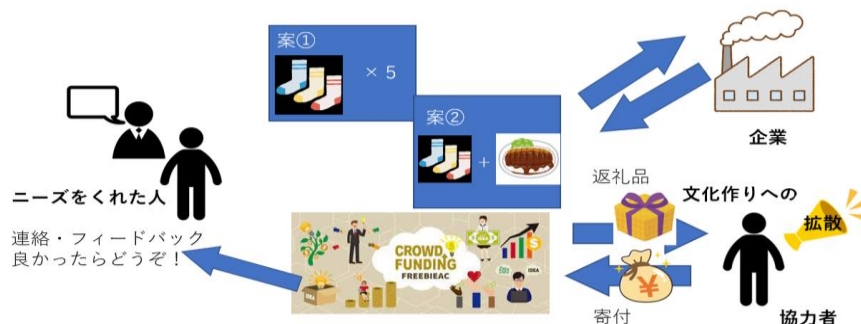
(1) アイデアの内容（公開）



このようなプロセスを踏みながら、多くの協力のもとクラウドファンディング事業を開始する予定だ。実際にクラウドファンディングを有効活用した高校生の事例も参考にしながら、多くの人の目に留まるサイト開設を目標にしていきたい。

**リアル(ワークショップ)×デジタル(クラファン・Decidim)
＝地域の人と人を結ぶ靴下コミュニティを形成！**

(クラウドファンディング事業のイメージプロセス)



昨年からのアップデート。新たな取り組みで、新たな魅力を再発信！

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

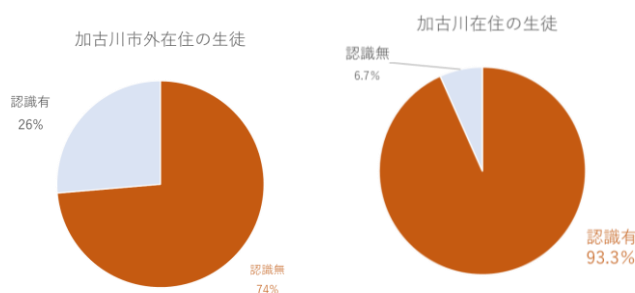
(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ 2 ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

<このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます>

<先の(1)で書いた「何を」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するというアイデアの内容を支えるための、「なぜ」このアイデアがいいのか実現したいのかを上記のデータを示しつつ書いていきます>

昨年度、今年度ともに加古川の靴下における課題を発見してきたが、その中でも最も大きな課題は地域の人にあまり認知されていないことであると考えている。今回意識調査の中でも、市外在住の方のほとんどが加古川の靴下を知らない現状にある事が判明した。実際に加古川東高生 185 名(市内在住 75 名、市外在住 110 名)にアンケート調査を行ったところ、次のような結果となった。



左のグラフの結果より、市外在住の生徒の約 7 割が加古川の靴下を認識していなかった。このことから市外の若年層は、靴下の認知度がまだまだ低い水準にあると推測できる（図 1）

また、加古川市在住の生徒の約 9 割は加古川の靴下を認知しているのにも関わらず、別の調査では「購入したことがある」と回答したのは約 1 割でとどまっている。（図

2）

そこで、私たちが出した考察が…

（図 1）

（図 2）

このような結果になったのは「多くのニーズに対応した発信、働きかけが出来ていない」からだ!!

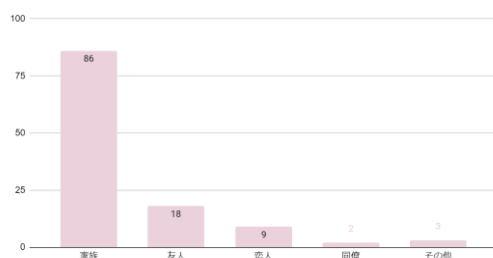
1. 地域のイベント、SNS を用いた再認識調査

そこで課題解決へ向けて、加古川内での意識調査が必要であると考えた。加古川の靴下の認知度を上げるためには、加古川市民とのつながり、地場産業としての意識が不可欠であると考えたからである。

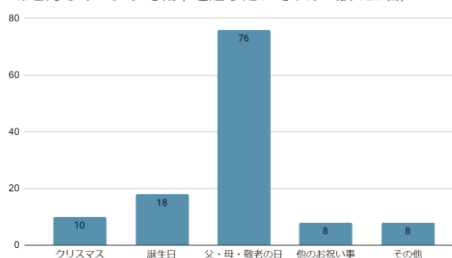
2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

Q.あなたが靴下をプレゼントするのなら誰にあげたいですか（計118名）

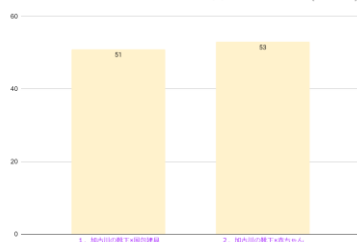


Q.どんなイベントで靴下を贈りたいですか（計120名）



（図 3）

Q.2つのギフトボックス開発案のどちらを実現させたいですか（計104名）



これらの結果より、家族に感謝を伝えるための贈答用靴下のニーズが高いことが分かった。これらは、昨年度からの継続の目標である「加古川の靴下を贈る文化をブランド化する」に直接関連する。また、ギフトボックスについての調査ではどちらの案も一定数のニーズが望めることが分かった。これからも定期的にまた長期的に調査を続けていきたいと思う。

2. ギフトボックスの開発

今回、上記 1. の調査結果から、改めて家族層に贈り物として靴下を送りたいという声が多いことが分かった。しかし家族とは言っても、幅が広い。そこで、声が多かった父・母・敬老の日、出産祝いのシチュエーションについて考えることに決めた。その中で 2 つのギフトボックス案を考え、加えて調査を行うことにした。

3. 地域の人と人を結ぶ靴下コミュニティ構築

今回の再認識は改めて地域内だけではなく、地域外で発信していく重要性が分かったきっかけとなった。そこでリアル×デジタルの二方向から靴下コミュニティを形成することでより広い範囲で靴下の魅力を広めることができると考えた。そこで新たにクラウドファンディング事業に目を向けることにした。これは、資金調達で取り組みの拡大が望める上に、返礼品として靴下を送ることでターゲットが全国に広がり、**認知度アップ**が望める。また、低価格から気軽に参加してもらうことで私たち高校生間でも広めることができる。

しかし、クラウドファンディング事業を高校生で行うことは、大きな困難が生じると予測している。

▷メリット

- ・全国どんな人でもターゲットにできる
- ・資金調達に活用できる
- ・意外性から新たな認知が望める
- ・返礼品により加古川の靴下を手にとって貰える
- ・「送るを文化」の後押しができる

▷デメリット→解決法

- ・サイト開設が困難→NECのプロボノの方々をサポートを依頼
- ・広報、宣伝が困難→市の職員、商工会議所の方々にアピール活動の依頼
加古川版Decidimでの宣伝活動
- ・継続が困難→目標設定金額を設ける
- ・返礼品の入手、発送の仕組みが必要→kipsとコラボし、仕入れなどの調整を行う



（図 4）

（画像 1 高校生が運営している事例）

このように、デメリットを解決できる方法を検討しながら取り組んでいきたいと考えている。

また、体験型のワークショップで、実際に加古川靴下の魅力を肌に触れ、興味関心ある市民を巻き込み、コミュニティ形成の押しにしていきたい。

(3) アイデア実現までの流れ(公開)

アイデアを**実現する主体**、アイデアの**実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)**の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、**2 ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

<アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます>

<以下のように分けて実現する主体

2. 実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)の大まかな規模とその現実的な調達方法

3. 実現にいたる時間軸を含むプロセス

ていきます>

1. **実現する主体**

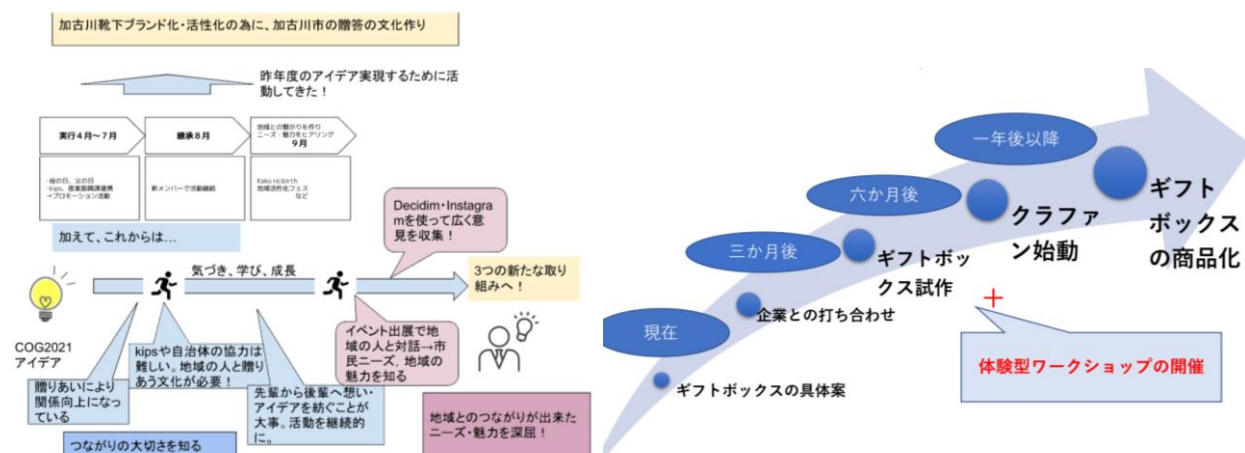
2. **実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)**の大まかな規模とその現実的な調達方法

3. **実現にいたる時間軸を含むプロセス**

これまでの活動の流れ

⇒

これからロードマップ



実現主体

兵庫県靴下工業組合と加古川市の共同事業

実現に必要な資源<予算を概算できたものは表記>

■再認識調査

・街頭調査

・活動の紹介チラシ、展示用ポスター

・SNS(加古川市版 Decidim, Instagram)などでの投稿・意見収集

・イベントへの出展(加古川市, NEC グループとの協力)

■ギフトボックス開発(予定中)

○協力

・かこがわ工房 kips とのコラボ: 靴下仕入れ

・かこっとな株式会社: 靴下仕入れ, 新製品開発

・加古川ヤマトヤシキとのコラボ: ボックス開発

・国包建具の企業: ボックス開発

・兵庫県靴下工業組合

○運営

兵庫県「産業界提案型復活応援事業」による補助金(上限 750 万円)

クラウドファンディング事業での資金

・SNS(加古川版 Decidim, Instagram)での広告

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

■クラウドファンディング（予定中）

○協力

- ・NECグループ：開設サポート
- ・加古川市：加古川市版 Decidim, ホームページなどでのアピール活動
- ・加古川商工会議所：アピール活動
- ・かこがわ工房 Kips とのコラボ：靴下仕入れ
- ・兵庫県靴下工業組合
- ・クラウドファンディングサイト（検討中）

○運営

兵庫県「地域づくり団体クラウドファンディング活動支援事業」