

クリスマス銀ブーツから始まる 市民参加型草津ブランド循環プロジェクト

～市民の暮らしを起点に、草津の価値を内から育て、外へひろく～



「草津ブランドを知っている」
市民はわずか27%

「まちに誇れるものがある」と感じる市民も
23.3%に留まっています。



市民の日常とブランド
が結びついていない。

特に転入してきた子育て世代は、地域のヒト・モノ・コト
に出会う機会が少ないのが現状です。



起点は、高認知・低理解の地域資源「クリスマス銀ブーツ」

誰もが見たことはあるが、草津市発祥とはほとんど知られていません。



1. 出会う

銀ブーツをきっかけに
草津ブランド商品や生産者と出会う。



2. 体験する

デコレーションイベントや
学びの場で交流する。



3. 語る

子どもが家庭で語り、
家族の共通記憶になる。



4. 応援する

店舗への再訪や
商品の購入につながる。

ブランドを「情報」から「誇りとなる体験記憶」へ。

市民が自ら関わることで、地域への愛着と継続的な関係性を育みます。

【内容】誰もが子どもの頃手に取ったり憧れたりしたお菓子の詰まった「銀ブーツ」を、まずは草津の発祥のモノであると誇りを育て、体験・出会い・知恵が集まる象徴として、地域に無関心な「子育て世代とその子ども」を対象に、主体的に「身近な大切な人・家族を思いやる気持ち」に結び付けられるような交流・体験を提供する。生活スタイルが毎年変化する子育て世代だからこそ継続して情報を得たり、子ども達の学習が活かされマチで活躍できたりする機会・拠点の構築を行うことでプロジェクトを循環させ、住民参加で草津ブランドを醸成する。

これまで (Before)

まちづくりに関心の高い
一部の市民が中心の企画



これから (From now on)

地域に無関心とされがちな
子育て世代とその子ども、外国人

The Connecting Theme: 「身近な大切な人」「家族を思いやる気持ち」「世界」に結び付く体験を編集。子ども達が体験し、家族に語ることで、家族・地域へと自然に理解が広がります。

The Goals: 生活スタイルが変化しやすい子育て世代だからこそ、継続して関われる機会（草津ブランド巡り）・拠点を提供し、銀ブーツから始まる「本当の市民参加型シティプロモーション」を実現する。

実現までの流れ

(草津ブランド循環プロジェクト)

②【共創】市民が編集者になる「草津おみやげ会議」

①【学び】子どもが主役の「草津ブランド探求」



④【翻訳】誰一人取り残さない

私たちが草津市で起こしたい変化



市民の当事者意識の醸成

子どもや転入者を含む、幅広い市民が草津ブランドを「自分ごと」として捉え、誇りを持つようになる。



草津ブランドの価値向上

既存の認証商品の認知度・理解度が底上げされ、物語という付加価値が生まれる。



市民参加型プロモーションの実現

市民が自らブランドの語り部となる、持続可能なシティプロモーションの実践モデルを創出する。



未来への関係性構築

市民、事業者、学生の交流が活発化し、将来的な新商品・新サービス創出に繋がる土壌が形成される。

