2021/12/11
地方創生☆政策アイデアコンテスト

加古川市の地場産業靴下の振興へ

兵庫県立加古川東高校　STEAM特講　地場産業PR班
2年 小川明莉　高田楓子　1年 塩見珠梨

加古川の靴下って？？ ~歴史~

明治時代【靴下製造業開始】(発祥は諸説あり)

加古川周辺地域は古くから「播州の三白(米、塩、木綿)」が特産物として有名

・手織り木綿から靴下が作られた

・煙草の官営化に伴い、農家が副業として靴下を手がけるようになった

⇒産地としての基盤ができあがる

現在

・靴下生産量は兵庫県の**約半分**を占める

・**「質の高い」**靴下の製造

・**多様なニーズ**に対応

（兵庫県靴下連合会より引用）

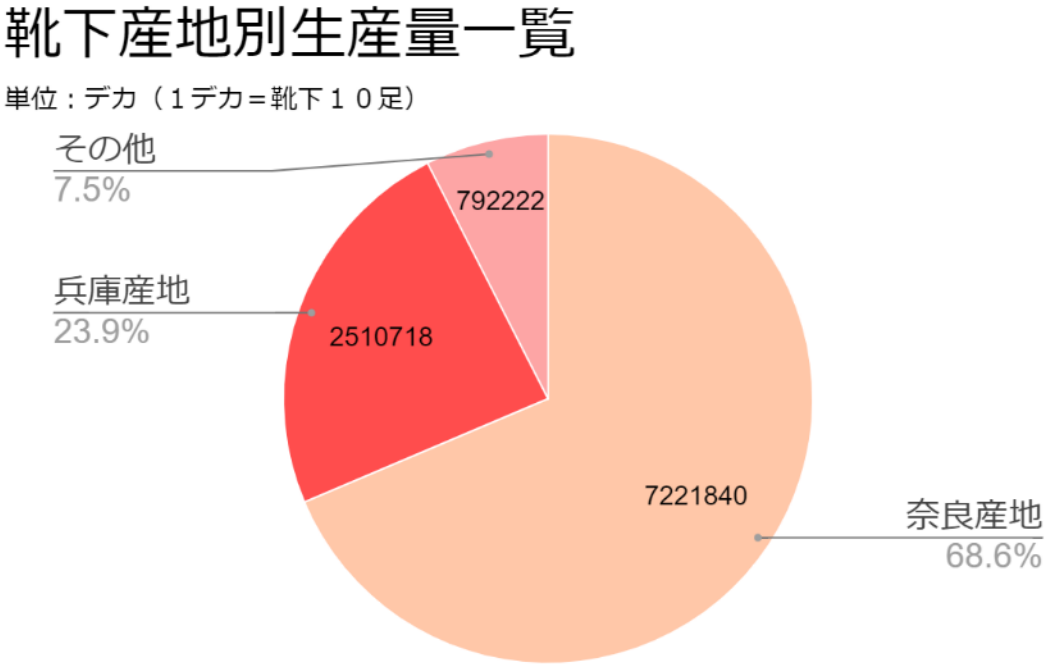
加古川の靴下って？？ ~現在の状況~

兵庫県は奈良県に次いで

靴下の生産量が**全国2位**！！

紳士用靴下の生産量は

奈良県をおさえ**全国1位**を誇る！



（2021年6月現在）

日本靴下工業 組合連合会より

加古川の靴下って？？　~現在の状況~

兵庫県靴下工業組合に所属する事業所
50社

うち**36社**が加古川市にある
（2021年現在：加古川市　産業振興課調べ）

約７割もの事業所が
加古川市所属！

加古川市繊維工業
事業所数（2018）
23/290

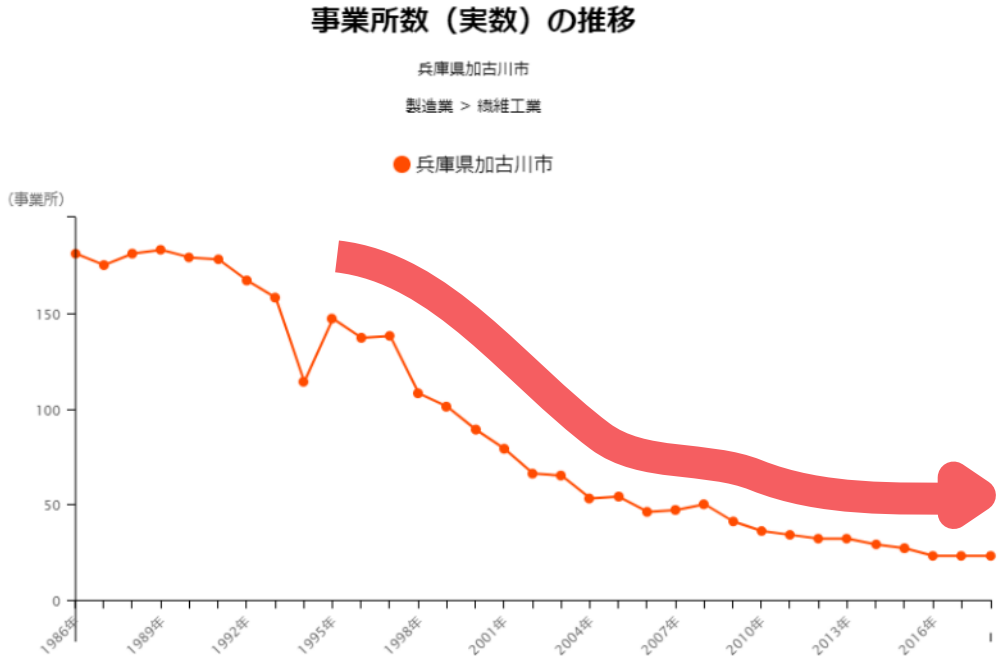
明石市繊維工業
事業所数（2018）
6/294

RESASより　加古川市と明石市　製造業の事業所数比較

加古川の靴下の企業は減少している！！

加古川市内の靴下企業数
２０１１年⇒**５５社**
２０１８年⇒**３９社**

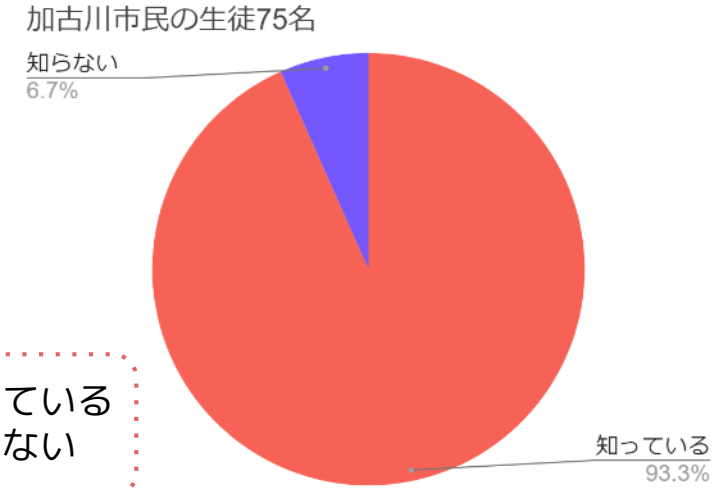
たった７年で
２０社以上減少！！



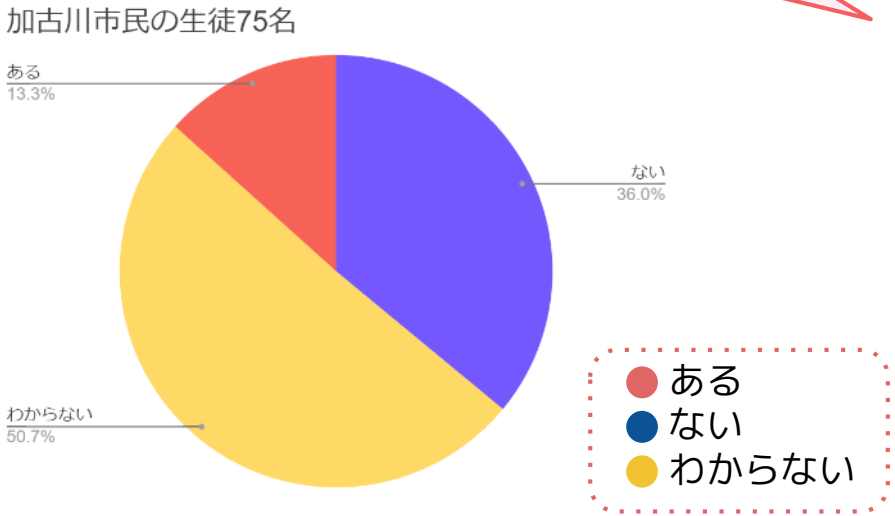
RESASより　靴下企業数の推移

本校の生徒185人にアンケートをとってみた

加古川が靴下の産地であると
知っていますか？



加古川の靴下を購入したこと
がありますか？



加古川市民の生徒の多くは加古川の靴下を知っている

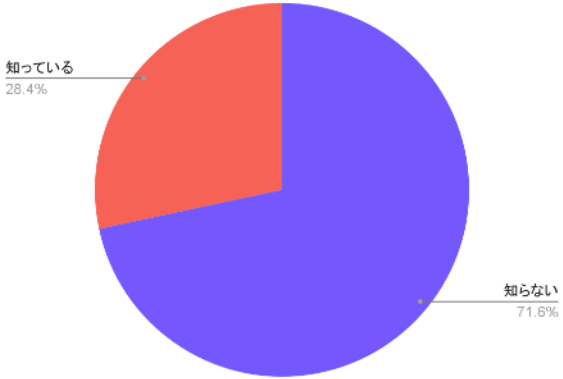
⇒実際に購入したことがある人は**１割ほど**しかいない！

本校の生徒185人にアンケートをとってみた

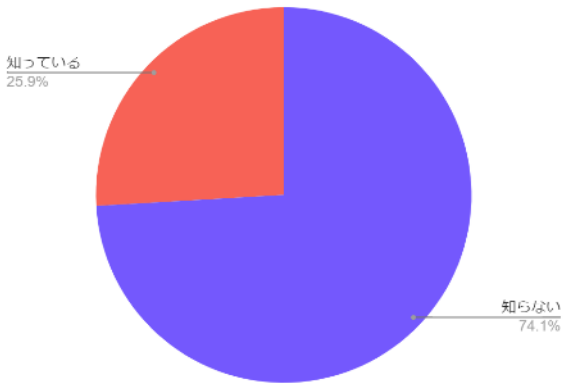
加古川が靴下の産地であると
知っていますか？

知っている
知らない

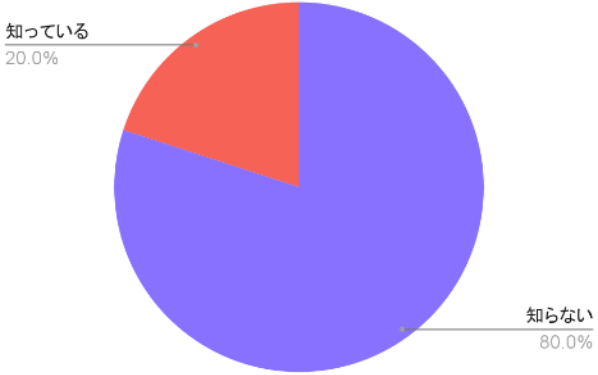
明石市民の生徒63名



高砂市民の生徒26名



その他（播磨町など）の出身21人



加古川市民でない生徒のおよそ**74%**は加古川の靴下を知らない！！

加古川の靴下はその歴史や生産量に反し知名度は低い！！！

市の産業振興課へインタビュー

現在の加古川市での取り組み、
市が感じている現状、課題を
インタビューしました！！

企業同士がバラバラになっている
ことが悩み

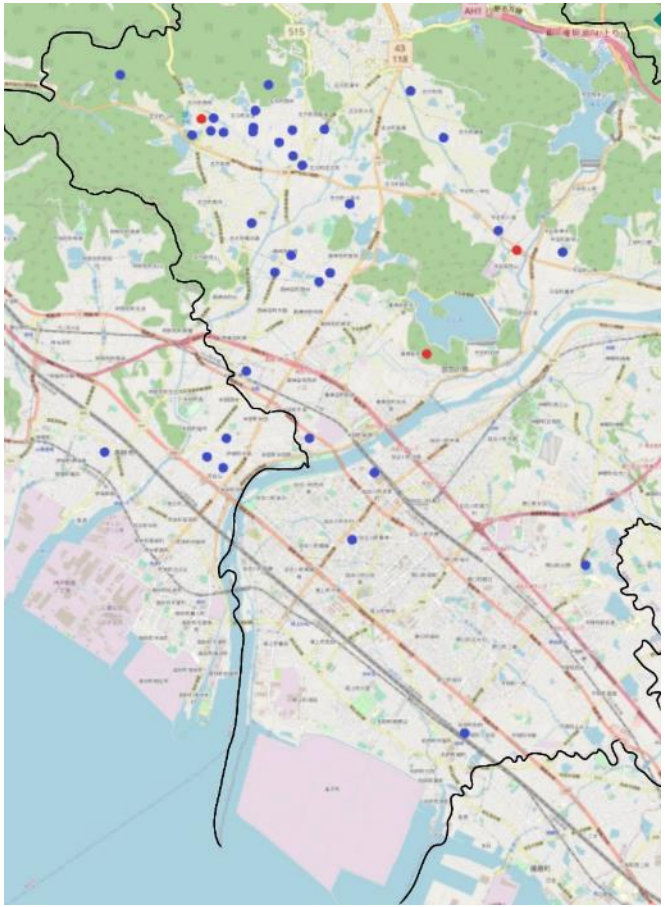
・完全国産の希少な種類の綿を使用した
「かこっとん靴下」
・東京2020オリンピックで選手が着用した
「IDATEN」　など……

有名にできる商品はたくさんある！

企業同士の交流関係の実現可能性

加古川市の靴下企業の過半数が加古川市北部の
志方町周辺に固まっている

きっかけさえあれば
企業同士の交流関係を深めることは
十分に可能だと考えられる！！！！



RESASより　靴下製造企業の事業所立地動向(2018)

かこっとん株式会社の社長にもインタビュー

企業自身が行っている取り組み、
感じている現状、課題を伺いました

かこっとんくつした

・質は確実にほかの靴下に引けを取らない

・実際に海外の展示会などで受賞したり、
外部の企業との共同製作も行っている

完全国産ゆえに価格が高いのが起因し、
社会にはまだまだ普及していないのが
悩みである

現状と課題

①企業同士の繋がりの薄さ

それぞれの企業が独自の技術を持つために独立

→「加古川の靴下」という印象を持ってもらいづらくなっている

②国産ゆえの価格の高さ

多くの企業が国産にこだわりを持つ

→こだわりゆえにどうしても輸入品と比べて高価に...

▶消費者が手に取りにくいものになっている

⇒知名度の低さにつながっている

私たちの提案

加古川の靴下の

ブランド化！！！

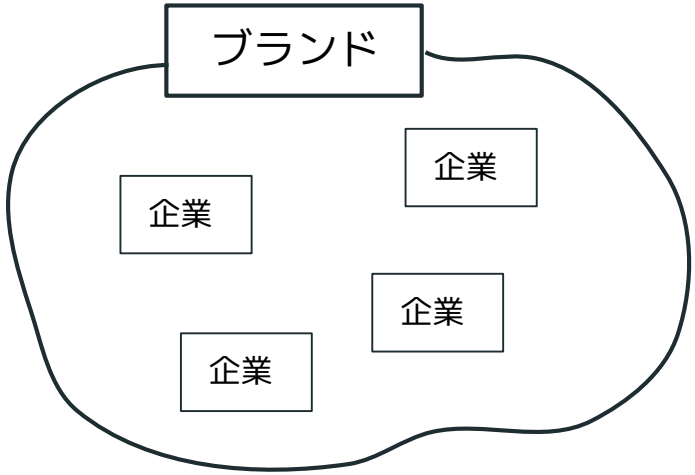
ブランド化のメリット

〇今治ブランド

今治タオル工業組合の組合員企業(100社以上)が製造した地域ブランド

・今治タオル

→独自の品質基準に適合した認定商品

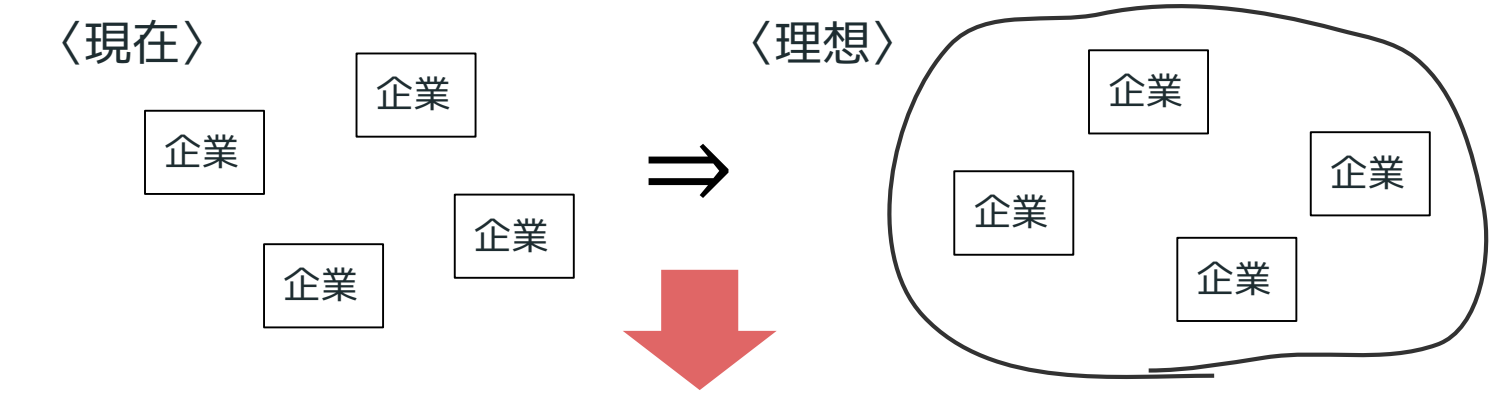


2004年に36.6%だった認知度は
2014年時点で76.9%にまで上昇！
（今治タオル工業組合より）

ブランド化のメリット

今治タオルのように加古川の靴下を一つのブランドとしてつくりあげる

※イメージ



・企業同士の繋がりを深めて「加古川の靴下」として売り出す
・ブランドという付加価値をつけることで価格という問題を解決
⇒多くの人が認知し、購入する機会が増える！！

ブランド化に向けて　ロゴ制作

✓今治タオル⇒ブランドロゴ制作が知名度上昇の鍵になった

✓アンケートでも加古川の靴下を購入したことがあるか

わからないと答えた生徒が多かった

加古川の靴下と
他の商品との見分け
がつかないから

ブランドロゴを制作すると……

⇒自分の履いている靴下が加古川の靴下だとひと目でわかる
⇒ほかの商品との差別化、知名度上昇が大きく期待できる

ブランド化だけでは足りないらしい……

現代においてブランド化はいつでも、いくらでもできる

必要なのは　**希少価値！！**

実際に靴下のブランドは世界中にあふれるほどある

日本にもすでに「Tabio」という
靴下ブランドがあり、好評らしい……

ブランド化 ＋αで
加古川の靴下とほかの靴下との
差別化が必要である！！

ほかの靴下と差別化するには？

⇒**贈答品！！！**

デメリットを
メリットに！！

各企業が**独自開発**

⊕多様な性能の靴下が誕生！

⊖事業所同士のつながりの薄さの一因に……

ブランド化 +α贈答用として売り出す！

国産ならではの品質や多様なニーズに合わせた商品を活かし

贈答品として売り出したい！！

贈答用靴下のポータルサイトを作る！

ブランド内の企業別の商品の特徴や情報などをまとめるだけではなく、

贈答目的や**ニーズ**に合わせて商品の提案をしてくれる贈答用のサイト

贈答目的、ニーズを検索

検索項目に合わせた商品を提案！

※イメージ図
（班員制作）

贈り相手のことを考えた
贈答用靴下を
簡単に検索できる！！！

(株)NECとの提携で具体的にサイト制作！！

市の方との相談会にて

(株)NECプログラムとの協力による

具体的なアプリ･サイト開発が可能というお話が！！

現在具体的なアプリデザインを考案中！！

Empowered by Innovation

NEC

さらに！！！

サイト利用者の購入傾向やニーズなどを**分析**
新商品の開発にもつなげる

⇒ブランド化し企業同士の繋がりを強化することで
今までできなかった**共同開発**なども可能になり、
よりニーズにあった商品開発ができるのではないか

実際に、加古川の靴下の企業であるユニバルグループとの
コラボ制作企画を進行中！

企業同士ならもっといいのでは？

ブランド、ポータルサイトの運営/管理システム

行政

イベント等の会場提供及び
コロナ対策支援
行政的な補助

加古川市の靴下企業で組織された
ブランド組織・企業
新商品開発
企業内交流
イベントの計画、運営

情報提供
管理

ニーズの
収集･分析

ポータルサイト

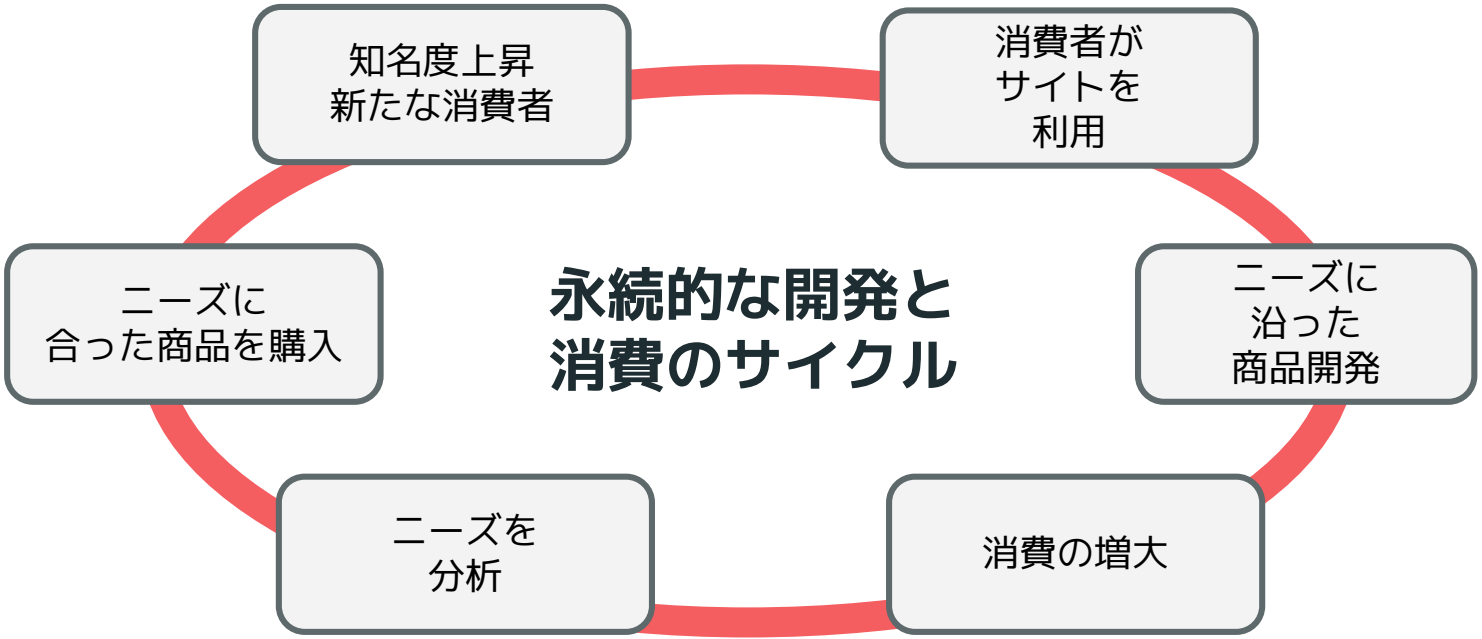
情報発信

商品の購入
ニーズ検索

消費者

ブランドイメージのPR

ポータルサイトによって生まれるサイクル



これにより**加古川の靴下の認知度の永続的な増加**が見込める

提案実現へのロードマップ

3か月以内	半年	1年目	それ以降
発足	**準備**	**開始**	**拡散 発展**
・ブランド協力企業の交流 ・ポータルサイト制作 ・ブランドロゴ制作	・ポータルサイトの試験運用 ・「贈答用靴下」というブランドイメージのPR ・メディアプロモーション	・ポータルサイト本格的に運用開始 ・ロゴマークの普及促進 ・靴下のギフトセット等の開発 ・メディアプロモーション	・ニーズ分析/新商品開発 ・他業種とのコラボ商品開発 ・贈答用靴下としてのイメージ確立 (開発したギフトセット等の展開) ・メディアプロモーション

政府より 伝統工芸品産業審議会
愛知県今治市より 今治タオルプロジェクトの推移を参考にして作成。

今後の展望

・今回の活動でつながることができた市役所、企業と協力して
私たちの考えた<u>ブランドシステムを確立</u>する！！

・**<u>ロードマップ</u>**に沿って**ブランディング＆知名度アップを狙う！**

・この活動を通して教わったFigma(デザインツール)などを用いた
アプリデザインを行う！！

**私たちの提案の実践へ向けて
活動していきたい！！**

市の担当者との相談会実施！

12/6に加古川市の方と相談会を実施し、本アイデアへのアドイスを頂きました！

2月に

加古川市長・関係企業・金融機関への

提案会・ワークショップ開催予定

参考文献 / 謝辞

参考文献

加古川市総合計画
https://www.city.kakogawa.lg.jp/soshikikarasagasu/kikakubu/kikakubukohoka/kakogawashinoseisakuzaisei/r3sougoukeikaku/index.htm

RESAS 地域経済分析システム
https://resas.go.jp/#/28/28210

加古川市ホームページ
https://www.city.kakogawa.lg.jp/

今治タオル工業組合ホームページ
https://itia.or.jp/

日本靴下工業組合連合会
http://www.js-hosiery.jp/member2.html

兵庫県靴下工業組合
http://hyogosocks.or.jp/?page_id=201

伝統工芸品産業審査会
https://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g01117bj.pdf

今治タオルプロジェクトの推移
https://www.city.imabari.ehime.jp/eigyou-s/imabaribrand/imabaritowelproject.pdf?1

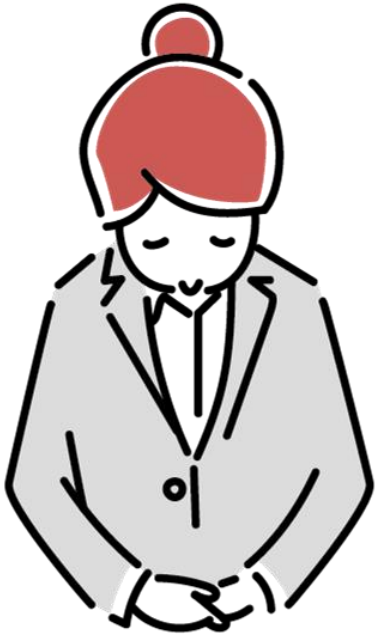
加古川市障害福祉計画
https://www.city.kakogawa.lg.jp/material/files/group/45/6kisoan.pdf

謝辞

加古川市企画部スマートシティ推進担当課長　多田　功様
加古川市産業経済部 産業振興課　工業振興係　　田内 誠人様
加古川市産業経済部 産業振興課 産業振興担当副課長　小巻 博様
かこっとん株式会社 代表取締役　鷲尾 吉正様
ワシオ株式会社様
Code for Japan様

以上の方々に謝辞を表します

スライド内使用イラスト：フリーイラストサイト Loose Drawing



ご清聴ありがとうございました

補足資料

ブランド組合の中での組織図

ボトムアップ×トップダウン型

加古川靴下ブランド運営会社(仮)

ブランド内各会社の代表、広報担当者で組織
ブランドとして行う活動を総括して管理

ブランド内企業

靴下の製造、販売
アイデア提案

ブランド内企業

共同開発の推進
運営企業が企画したイベントへの出展
新商品のアイデアの提案

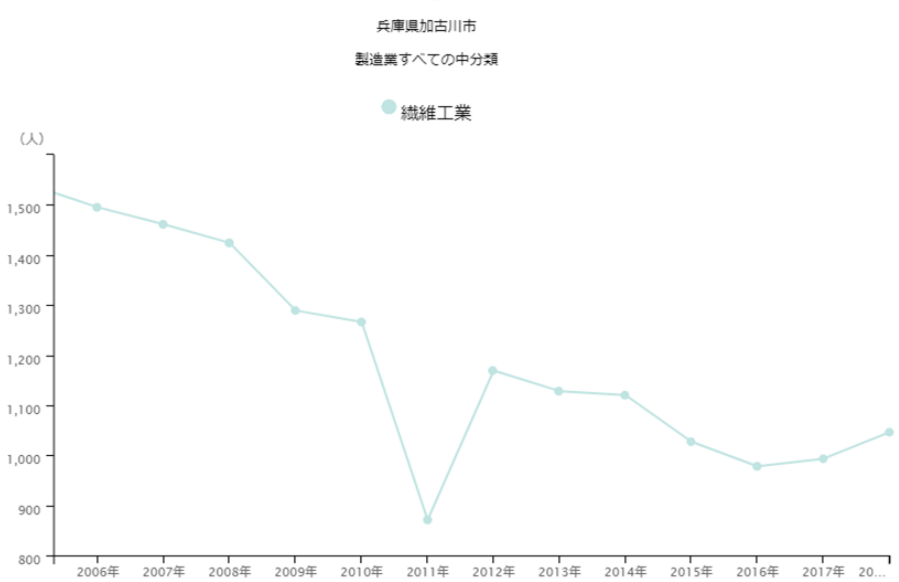
運営会社を創設

ブランドとして行うもの(イベントやポータルサイト運営等)
を先導して行う
その他企業内交流の場を設けたり、企業の監査も行う

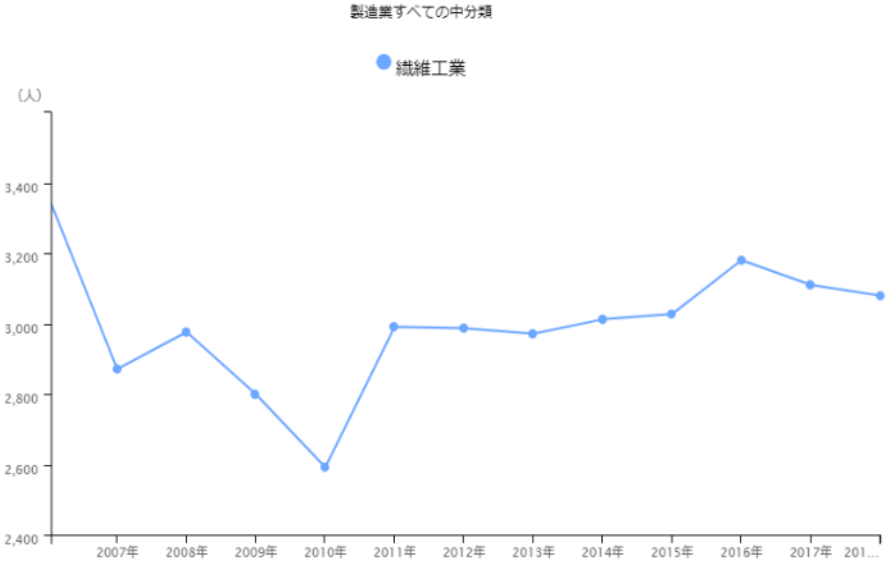
現場の状況･生の声を踏まえた運営、安定したPR及びブランド管理が可能

雇用機会の創出！！

加古川市の繊維産業の常用従業者数
⇒年々減少傾向.



今治市の繊維産業の常用従業員数
⇒減少傾向だった
→ブランド化後2010年（拡大期）に急上昇！



加古川の靴下のブランド化、知名度上昇にも同じ効果が期待できる！！

雇用機会の創出！！

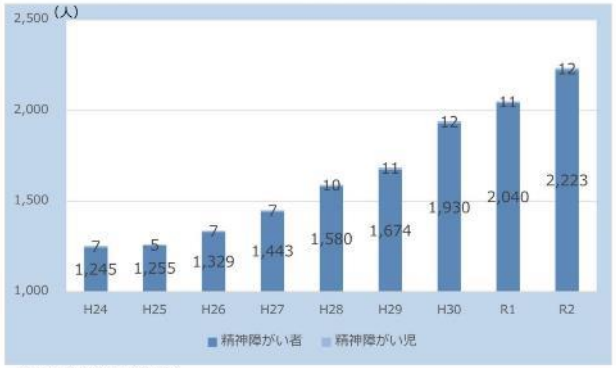
加えて！！
今回インタビューを行ったかこっとん株式会社
⇒綿花の収穫、加工など様々な作業に障がい者の方を起用

加古川市の身体、精神障がい者の数は**増加傾向にある！**

（２）身体障害者手帳所持者数の推移（各年度末の人数）

※令和２年度は見込者数

（４）精神障害者保健福祉手帳所持者数の推移（各年度末の人数）



※令和２年度は見込者数

加古川市障害福祉計画より

ブランド化によりこの取り組みを他の企業にも拡散
⇒障がい者の方々のさらなる雇用機会増大も大いに見込める！！