

(様式 2)

「桐生市シティブランディング戦略（案）」に対する意見提出手続の結果

- 1 意見の募集期間 平成31年2月21日（木）～3月22日（金）
2 意見の提出者数 2人（直接0人、郵送0人、電子メール2人）
3 意見の件数 3件
4 担当部課 総合政策部広報課
電話 0277-46-1111（内線507）
ファクシミリ 0277-43-1001
電子メール koho@city.kiryu.lg.jp

5 提出された意見の要旨と考慮の結果

「桐生市シティブランディング戦略」に関する基本的な考え方	
「桐生市シティブランディング戦略」では、「2. 取り組みの視点」において、試行錯誤を繰り返しながら取り組んで行くこととしています。 このことは、取り組みの実施段階においてはもちろん、戦略自体についても同様の考え方を持っています。 したがって、取り組みを進める過程で当戦略の見直しの必要性が生じた場合は、適宜修正をしていく考えです。	

1 「はじめに」についての意見

番号	意見の要旨	考慮の結果（意見に対する市の考え方）
1	<p>「はじめに ～“住み続けられるまち”～ 100年後に向けた挑戦～」の内容について検討する。</p> <p>大きく三つの段落に分けて述べられているのが分かる。第一段落で目標、第二段落で活動、第三段落で活動主体を説明している。残念ながら、何のための目標なのかがはっきりしない。</p> <p>第一段落 1) 「桐生のシティブランディングの目標」が述べられている。 その目標は、 桐生に暮らす市民が幸福で豊かで（100年先もこの地域で）いきいきと暮らしていけるようにすることである。</p> <p>第二段落 2) 「そのために、（…中略…）桐生を感じる喜びを大きくする運動を展開します」とある。</p> <p>①「そのために」とは何のためなのか？ 前段で述べた目標を達成するためなら、『この目標を達成するために』と、具体的に述べると、はっきりと次に何をすることが、理解できる。</p> <p>②「桐生を感じる喜び」とは何か？ わざわざ（ ）で説明しなければ分からないこと？ いや、説明書きを見ても私にはさっぱり理解しかねるものだが… *「はじめに」で述べるものは、簡潔で明快なものが望ましい。</p> <p>③（…中略…）の部分は、実行段階の具体的なものなので、もっとはっきりと分かりやすく述べて欲しい。</p>	<p>いただいたご意見は読み手が理解しやすくなる表現方法への指摘であると理解しました。</p> <p>このことに関しては、当戦略を作成する過程で、桐生市シティブランディング戦略会議において複数の案について協議したうえで現在の内容になっています。</p> <p>理解しにくいというご指摘については、シティブランディングにおける今後の周知や浸透に関する取り組みにおいて参考にさせていただき、多くの人々の理解と賛同が得られるよう心がけます。</p>

<p>3) 「そして、... 市外のより多くの人々から選ばれるまちになること、を目指します」と付け加えているが、第一段落で目標をはっきり述べるのだからここでは不要。「あとがき」でよろしいではありませんか。</p> <p>第三段落 4) 「この運動の主人公は、市民・団体・事業者の皆さんです。」とある。</p> <p>①この運動」とは何の運動なのか？ 「桐生を感じる喜びを大きくする運動」とは、何なのか分かりますか？</p> <p>②「行政は、主人公が活動しやすい環境を積極的に整えます。」 【なんだ。この運動は動きやすい環境を行政が整えるから、市民がやりなさい、ということか】 上から目線と、思いますよね。</p> <p>以上を総合的に考察すると、 桐生市の現状は〇〇である。 その内の△△が課題となるから、それを解決するためには、□□の対策を行う。 ... という理論立てが明確になっていない。</p> <p>つまり、 Ⅰ. 現状分析が記されていないから、なぜ目標を立てねばならないかが分からない。 Ⅱ. 目標が決まったが、この目標に達成するためにはどのような活動をやるのかをはっきり記していない。 Ⅲ. この案は行政目線で作成しましたと読める。</p> <p>===== それでは、どう修正するのが良いのかを、以下に述べさせて頂く。</p> <p>1) まず始めに桐生の現状と課題を述べる。</p> <p>2) 次に、課題を解決したあとの姿を述べる。</p> <p>3) どうやったら目標に届くことができるのかを述べる。</p> <p>4) 「シティブランディングの主人公」はだれなのか。</p> <p>(まえがきは、行政目線から開放されたでしょうか？)</p> <p>5) 最後に、ひとことで運動を表現すると。</p> <p>“まち”を知り、“まち”を残し、“まち”を伝える運動が始まります。</p> <p>次に全文を表示する。</p> <p>===== 「はじめに ～ “住み続けられるまち” ～ 100 年後に向けた挑戦 ～」</p> <p>桐生市は、人口減少や少子高齢化が県内他市よりも進んでいて、「消滅可能性都市」という不名誉なレッテルを貼られました。消滅させるものかと行政は様々な手を打ってきましたが、私たちの“まち”桐生市は、なかなか輝きを取り戻せずにいます。</p>	
---	--

<p>しかし私たちは、私たちの“まち”桐生市が消滅することなく、ずっと住み続けることができ、次の世代も、その次の世代も桐生に住んでもらえて、さらに100年先も、みんながいきいきと暮らしていける“桐生市”であることを望んでいます。</p> <p>私たちの望む“まち”の姿にするために、「シティブランディング」という方法を使いたいと思います。「シティブランディング」とは、「市のブランド力を高めること」・「市の知名度を上げて価値を高めること」です。私たちが見つけた「宝」、桐生の「持ち味」や「らしさ」に磨きをかけて、桐生という“まち”の価値を高めようという運動です。</p> <p>桐生だから知ることができるもの、桐生だから体験できること、桐生だから手に入れることができることやもの、「桐生の特別」を知って・残して・伝えることで、これまでと違った桐生がきっと見えてきます。</p> <p>おじいちゃんの宝、おばあちゃんのホッとする宝、おとうさんの仕事の宝、おかあさんのあたたかい宝、そして「わたしの知ってる桐生の特別」を話してみましよう。そのお話が桐生の価値を高めることにつながるのです。</p> <p>桐生の良さに目を向け、充実した毎日を過ごす私たちの姿は、きっと光を放ちます。たくさんの魅力的な人が暮らすところは魅力ある“まち”になります。</p> <p>“まち”が伸びるか衰えるかには、たくさんの要因がありますが、ただ、これだけはいえません。そこに住む人々が頑張ることを忘れなければ、“まち”が消滅することはありません。</p> <p>そして、運動の主人公は、私たち市民、団体、事業者のみんなです。主人公が活動しやすい環境を、行政は積極的に整えます。また、都市経営や民間主導による公民連携などの新たな視点を積極的に取り入れながら、この運動を推進します。</p> <p>“まち”を知り、“まち”を残し、“まち”を伝える運動が始まります。</p>	
--	--

2 「活用する桐生の「宝」」についての意見

番号	意見の要旨	考慮の結果（意見に対する市の考え方）
2	<p>桐生市にある鳴神山に自生するカッコソウは、世界にひとつと言われる桜草の一種である。この桐生市の宝の花をシンボルとして様々な展開をする事を提案したい。</p> <p>このことはほかの事柄の補助的な位置づけになるが、広く市民の誇りになりまた、外部の人たちへも十分誇れる桐生ブランドであると確信する。ステッカーやシール、包装紙や商品、デザイン等自由にその著作権を使用させ桐生市のブランドはカッコソウが必ずつくよう展開が図れば桐生独自のブランドも展開しやすくなるだろう。またその様に仕掛けていく事がシティブ</p>	<p>いただいたご意見は桐生ならではの地域資源の活用に関するものだと理解しました。</p> <p>このことの重要性は当戦略でも触れているところであり、今後の具体的な取り組みにおいて参考にさせていただきます。</p>

	<p>ランディング成功へと導く事になる。</p> <p>同様に、江戸時代桐生を支えた経済活動の織物市である、紗綾市があるが、この「紗綾」ブランドも桐生ならではの言葉である。</p>	
--	--	--

3 「あとがき」についての意見

番号	意見の要旨	考慮の結果（意見に対する市の考え方）
3	<p>◎「あとがき」への加筆。</p> <p>パブリックコメントの最初の第二段落で次のように述べました。</p> <p>3)「そして、…市外より多くの人々から選ばれるまちになること、を目指します」と付け加えているが、第一段落で目標をはっきり述べるのだからここでは不要。「あとがき」でよろしいではありませんか。</p> <p>「あとがき」の7行目から16行目にかけての文章に、加筆・修正が可能か検討して下さい。</p> <p>私たちは、“まち”のブランディングとは、私たちが自分の“まち”の凄いところを知ることから始まると思います。知ったことは人に伝えたくなくなります。桐生自慢をしたくなります。夢中になって桐生の魅力を語るあなたの話に、これまで「井の中の蛙」と私たちをみていた人たちも桐生を見直してくれるかも知れません。桐生を好きになってくれるかも知れません。遊びに来てくれるかも知れません。引っ越してきてくれるかも知れません。市外より多くの人々から選ばれる“まち”になれるかも知れません。</p> <p>だから、私たちは、シティブランディングの主役は、桐生市民である私たち全員だと思います。私たちは議論の中で、桐生の良いところをたくさん出し合いました。でも、私たちが気付いていない良いところが、もっとあるに違いありません。あなたしか知らない桐生の良さがあるはず。これはいいね！が見つかったら、どんどん人に伝えましょう。「私の桐生には〇〇があるんだ！」と胸を張りましょう。</p>	<p>いただいたご意見は読み手が理解しやすくなる表現方法への指摘であると理解しました。</p> <p>「あとがき」は、桐生市シティブランディング戦略会議委員から、今後取り組みに関係する人たちへのメッセージとなっています。</p> <p>修正のご提案については、シティブランディングにおける今後の周知や浸透に関する取り組みにおいて参考にさせていただき、多くの人の理解と賛同が得られるよう心がけます。</p>