

キャッチフレーズ「ノコギリ屋根工場とひもかわの街・桐生」について（継続）

桐生の街のイメージを統一化し、発信する側が共通の認識のもとに取り組んでいく必要があると考えます。

桐生は地域資源の豊富な街ですが、街の本質を掘り起こすなら、やはり「織物の街」であります。1300年の伝統を持ち、江戸時代には京都・西陣を凌駕した桐生織物の隆盛、そこから様々な文化が生まれ現在に伝えられています。

「織物の街桐生」を強力に発信していくことが、織物のストーリーに連なる多くの地域資源を知ってもらうことにつながります。具体的には織物の街を象徴する「ノコギリ屋根」を観光の主役にし、食文化としての「桐生うどん・ひもかわ」を加え、桐生観光のキャッチフレーズを「ノコギリ屋根工場とひもかわの街」とすることを提案いたします。

【桐生市からの回答】

キャッチフレーズの選定については、本市のイメージを定着化し、情報発信手段として有益な方法であると考えます。基幹産業の一つである織物産業の象徴としての「ノコギリ屋根工場」と織物産業により育まれた豊富な食文化の中でも「ひもかわ」は、特徴的な観光資源であり、誘客宣伝において、新聞や雑誌、テレビなどへ積極的に発信しています。

しかしながら、本市がキャッチフレーズとして多くの資源から2つに的を絞ることは、他の魅力的な素材を打ち消すことにつながる恐れがあり、「桐生市観光基本計画」の作成時において、関係する団体や個人に不利益が生じる可能性もあることから、キャッチフレーズの選定については見送った経緯があります。

「ノコギリ屋根工場」と「ひもかわ」につきましては、本市を象徴する観光資源として強力に発信することで本市の知名度向上やイメージアップにつながる効果も期待できることから、観光誘客を主たる目的とした「フレーズ」として積極的に活用してまいりたいと考えています。

【回答担当】産業経済部観光交流課観光・物産係