

会 議 記 録

高松市附属機関等の会議の公開及び委員の公募に関する指針の規定により、次のとおり会議記録を公表します。

会議名	第3回高松市創造都市推進懇談会（U40／第5期）
開催日時	令和3年5月10日(月) 18時30分～20時30分
開催場所	WEB会議（高松市役所11階 114会議室）
議 題	「高松のキャッチコピーをつくろう」
公開の区分	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 一部公開 <input type="checkbox"/> 非公開
上記理由	
出席委員	穴吹会長、中村かおり副会長、湯川副会長、熊野委員、二川委員、大石委員、三木委員、棟近委員、若林委員、大崎委員、中村香菜子委員、西森委員、林委員、松井委員、宮武委員
市職員U40	上原、四宮、藪下、齊藤、三好、平岡、佐々木、香西
講師	村上モリロー氏
ゲスト	田村副市長
事務局	次田部長、今池課長、山下補佐、三浦係長、岡本主査
傍聴者	1人（定員：5人）
担当課及び連絡先	産業振興課 創造産業係 839-2411

審議経過及び審議結果

1 開会

（事務局から開会挨拶）

【会長】

本日は、U40第5期の第3回の会議になります。

第1回と第2回は、オフラインで1か所の場所に集まって会議が出来たのですが、今回はコロナの影響でオンラインという形になりました。しかし、我々は、分科会という形で、オンラインでのミーティングもしておりましたので、違和感なく、今回も開催できている気がします。ぜひ、いつもの楽しい雰囲気、第3回も楽しく学び、次に繋がることができたらなと思います。

まず初めに、本日、田村副市長にお越し頂いておりますので、ご挨拶をいただきます。

審議経過及び審議結果

【副市長】

皆さん、こんばんは。

今回、出席させていただいたきっかけは、昨年度 3 月に穴吹会長にお会いして、U40 で面白い活動をやっているのだから来てくださいということでした。U40 の存在自体はもちろん知っていたのですが、私よりもさらに若い皆さん方から、色々、意見交換をさせていただきたいなと思って出席させていただいた次第でございます。

当初は、対面での開催を想定していたのですが、残念ながらオンラインということで、不慣れな部分もありますが、ご容赦いただきながら、参加させていただければと思いますので、ぜひよろしくお願いいたします。

【会長】

ありがとうございます。

では、まず議題に入る前に、第 2 回までの振り返りを共有させていただければと思います。

第 1 回は、2040 年問題について取り上げて、高松市政策課からご説明をさせていただいて、我々、U40 世代が立ち向かわなければならない共通の課題を知って、スタートしようということで始まりました。

その中で、高松市は二つの戦略を打ち出しているというご説明がありました。

1 つ目は、人口減少を止めること。つまり減っている一方で、増やすことをやっていくってこと。2 つ目は、人口減少に対応すること。これは減っていくことに対応していくってこと。言葉そのままなんですけども、その 2 つの打ち手をやっていく、やっていってるんだよってことを学びました。

第 2 回では、高松らしさを考えようということで、ワークショップに重きを置いた会を開かせていただきました。

講師として、湯川副会長に、世界の先行事例として、フランスのナント、アメリカのポートランド、そして日本の夕張町と美瑛町の取組の比較で、ご説明していただきました。

ここでは地域のアイデンティティを大切に施策を考えてきた街として、どんな街でありたいかということ、行政主導ではなく、市民が参加する形でまちづくりをしているってところに気づきを得ました。

そのあと、ワークショップとして、高松らしさで良いところと悪いところ、悪いところではなくて、のびしろという表現をしたんですけども、いいところはど

こで、のびしろはどこなのだというのを、自分の生活圏で考えて、それぞれ皆さんで共有していただきました。

そして、住みたくなる街になるためにはどんなことが必要なのかという中で、やっぱり若者が帰りたくなる、呼び戻せることとしてしっかりPRできること。そして、尖ったコンテンツがあること、そういったことが大事だよねっていう話を共有しました。

第2回のワークショップを通して、メンバーの関係性もうまく醸成できたかなと思っております。ただ、まだ高松ってどんな街っていうところが言語化できていないってところがあると思いますので、今回はキャッチコピーという切り口で、考えるきっかけをつくれたらなと思いました。

キャッチコピーを作る前に、本日のゲスト講師の村上モリローさんにお話をさせていただくということなのですが、その前に、湯川副会長の方から本日のタイムスケジュールをご案内いただければと思います。

【副会長】

今日のタイムラインですが、この後、村上モリローさんからレクチャー講演を30分ほどいただきたいと思っています。クリエイティブディレクターの企画コンセプトやスローガンの作り方を学んで、U40の活動に生かしてみましよう、というタイトルになっています。その中で、これまでモリローさんが携わってきた事例を踏まえてお話いただけるといった部分になっています。

講演を踏まえて、今日は、皆さんと大きく二つ、ブレインストーミングみたいなことをしたいなと思っています。

先ほど穴吹会長さんから、「高松はどういう街か」という部分に対する言語化に課題があるという話がありましたが、まず、いきなり「高松」という、大きいテーマにするよりも、まず自分の身近な問題から言語化していくという、準備体操みたいなものやっていったらどうかと、モリローさんからもご提案いただきました。

お題として、自分たちの家族とか、友人とか仕事でも、小さな悩みがあると思いますので、そういったものをまずみんなで各々出してみます。それを個人ワークとして10分間ぐらいやりたいなと思っています。

そのあと、どういった悩みがあるかというのを、チャットに書き込んでいただきたいなと思っています。

その後、チャットの書き込みをモリローさんに見ていただいて、この悩みはこういう背景があるのかとか、どういう思いでこの悩みがあったのかななどを聞いて

いただいて、3つぐらい悩みを選びたいと思っています。

次に、3つぐらい選んだ悩みを解決するための表現づくりをします。いわゆるキャッチコピーをみんなで考えてみましょうというものです。各々で、10分間で考えたキャッチコピーをチャットに書き込んでいただいて、それをまた全体で共有していきたいと思っています。

最後に、モリローさんから、全体の総評ということで、コメントをいただいて、今日は終わりにしたいと思っています。

それでは、早速、村上モリローさんから、ご講演をいただきたいと思います。よろしくお願いします。

1 講演 「キャッチコピーとは？&キャッチコピーの作り方」

講師 村上モリロー氏

(キャッチコピーとは？&キャッチコピーの作り方の講演)

【副会長】

モリローさん、本当にありがとうございます。改めて拍手をお願いします。

(拍手)

2 ワークショップ 「キャッチコピーを作ってみよう」

【副会長】

それでは、早速ワークの方に入っていきたいと思います。

先ほど、モリローさんの方からも高松のことを考える前に、まず自分の身の回りのことから考えてみようというお話をいただきました。

これから、伝えるじゃなくて伝わるような高松のキャッチコピーを作っていく上で、その準備体操のような時間にしたいなと思っています。

ワークとしては、自分たちの家族、友人、職場、いわゆる身の回りのこと、身近な小さな悩みというか、例えばお隣さんがごみ出しのルールを守ってくれないとか、おばあちゃんがなかなか家から出れないとか、身近な課題を10分間ぐらいで出すような時間にしたいなと思っています。課題をチャットに書き込んで、みんなで共有したいなと思っています。

(自分自身の身近な悩みを考え、チャットに書き込み)

【副会長】

村上モリローさんに、皆さんの悩みを見ていただいて、その中から3つ取り上げて、お題にしたいと思います。

【取り上げた3つの悩み】

- ① 娘の部屋が片づかない
- ② 妻が高松に引っ越すことに後ろ向き
- ③ お店が野菜を出さない

【講師】

③は、野菜を扱うお店が少ないとかが背景にあるますよね。香川には、うどん屋さんが多いから、うどん屋さんって書いてもいいかも知れませんね。例えば、うどん屋さんが野菜を出したくなるキャッチコピーとかどうでしょうか。

②は、妻というと、誰かの奥さんということで限定されてしまうので、話を聞くと奥さんがスピッツ好きということだったので、スピッツ好きの妻とかどうでしょうか。

お題が明確であればあるほど、キャッチできる言葉を考えられるかどうかが決まってきます。

①も、娘だけではなく、お菓子が好きということだったので、お菓子をベッドにまで散らかす娘が片付けたくなるキャッチコピーとか。お菓子好きの娘が部屋を片付けたくなるキャッチコピーとかどうでしょうか。

ここで大事にしたいのは、誰がどうなるってということが想像できるってことです。誰に対するキャッチコピーなのかを考えないと、このキャッチコピーで誰の心をキャッチするのかということも見えません。まず身近な人で考えて、先ほどのように、お菓子好きの娘さんが部屋を片付けたくなるキャッチコピー、スピッツ好きの妻が高松に引っ越したくなるキャッチコピー、うどん屋さんが野菜を出したくなるキャッチコピーって考えると、考えやすいと思います。

高松のキャッチコピーとかだと、漠然としていて、プロのコピーライターでも考えるのは難しいと思います。なので、高松がどうなるためのキャッチコピーかということが重要で、高松の誰が、どうなるかっていうことを考えれば、もっといいものができると思います。

そういう意味では、まずは、①～③で取り上げたように、誰がどうなってもら

いたい、誰をどうなるためのキャッチコピーを考えるとというお題の考え方をしてからキャッチコピーを考えることが重要です。

【副会長】

では、この①～③のお題で、キャッチコピーを作ってみましょう。

【3つの悩みから考えたお題】

- ① お菓子好きの娘が部屋を片付けたくなるキャッチコピー
- ② スピッツ好きの妻が高松に引っ越したくなるキャッチコピー
- ③ うどん屋さんが野菜を出したくなるキャッチコピー

(各々でキャッチコピーを考え、アイデアをチャットに書き込み)

【副会長】

①に対して、「カロリー倍増魅カダウン」や「ゴミ箱に捨てるまでがプロのお菓子好き」とかいいですね。③に対して、「純真なうどん熱意に彩りを」というのは抽象派みたいな感じでいいですね。

【講師】

②に対して、「ライブのチケット高松の方が取れるよ」はとても良いですね。高松でライブしたときは、チケット取りやすいかもしれないので。

【副会長】

具体的なインセンティブですよ。

【講師】

②に対して、「じじばばに子どもを預けられるので、スピッツに会える時間増えます」は面白いですね。ターゲットにより近く考えてるのですごいいと思いますね。

【副会長】

だいたい皆さんのアイデアが出そろったので、村上モリローさんで特徴的なものをピックアップしてもらい、解説してもらえますでしょうか。

【講師】

やはり誰も傷つけないようなキャッチコピーが一番いいと思います。例えば、「うどんは糖質と塩分でできてます」というキャッチコピーだと、うどん屋さんが傷つくかもしれない。「男らしさより美白」というキャッチコピーだと、LGBTだからとか、そういう観点で考えると時代に合ったものになってくる。逆に、「うどん屋だって美肌の時代」とかだと、うどん屋と美肌は直接的には繋がらないけど、誰かを傷つけることはない。

あと、「片付けたらうまい棒100本」も面白いし、「うどんは飲み物野菜は食べ物」はリズムが良い。

また、「純真なうどん熱意に彩りを」は、彩りと野菜をかけているから、もう少し掘り下げるともっと面白くなりそうとか。先ほどの「ライブのチケット高松の方が取れるよ」というのは、上手に短くするとより良いキャッチコピーになりそうとか、そういった精緻化していく作業がキャッチコピーづくりでもあります。

他にも、「自分時間増えますよ」というのは、これをする事でこうなるよという未来を見せる表現の仕方は、公共的なキャッチコピーのときに使われることが多いです。

【副会長】

言葉でイメージさせるということですね。

【講師】

そうです。例えば、スポーツブランドのナイキの「JUST DO IT」も同じような手法で、言葉自体は直訳できないのですが、今すぐやろう、すぐにチャレンジしようという意味合いで、ナイキのシューズを買って履いたらそういう気分になれるよと伝えてくれている。キャッチコピーとしては、未来を見せるということは大事です。なので、こういう作業をすることで、高松のキャッチコピーを考えやすくなると思います。

【副会長】

面白いですね。

【講師】

「高松2世帯ライフでライブ時間を」というのは、韻を踏んでいますね。面白

いですね。他にも、手法としては「ダブルミーニング」という、1つの言葉で2つの意味を持たせるということもできます。例えば、ライブとライフをかけて、何か意味を持たせることができれば、面白いですよ。

この「うどん屋SDGs」は、とても良いですね。「うどん屋」と「SDGs」って、普通、繋がらないですよ。うどん屋でSDGsに取り組もうというプロジェクトを立ち上げたら、香川県にはうどん屋が多いので、それで持続可能な街を目指すことができる。うどん屋さんの価値も上がるだろうし、SDGsとなると、野菜も使うことになりそうです。

これは、誰が考えましたか？

【副会長】

農業に携わっている委員です。

【講師】

非常に良いです。「うどん屋」という香川県では普遍的な存在であるものと、「SDGs」という世界的に先進的な取り組みを掛け合わせると。話題性もあるし、これは非常に良いですね。

【副会長】

なるほど。流行的なものと、変わらないものを掛け合わせるということも、キャッチコピーづくりには大事なんですね。

【講師】

そうです。

【副会長】

分かりました。ありがとうございました。

それでは、そろそろ時間になりましたので、皆さんの感想を聞いて、まとめをしたいと思います。

【委員】

非常に面白かったです。やはり高松というテーマでキャッチコピーを考えると非常に広い概念になって、何から考えたら良いかが分からないことになると思っていたのですが、皆さんのキャッチコピーのアイデアを見てみると、皆さんの生

活感から徐々に高松らしさを感じてくるっていうことが、非常に新鮮でした。

【委員】

考えれば考えるほど、ドツポにはまって難しいなとは思いますが、今日のように、いろいろキーワードを出していくと、例えば、うどん屋さんと美肌とか、直接的には関係ないものにたどり着いたり、高松の場合も、今、接点がないと思われているようなものともしかしたら組み合わせたら、高松を象徴するような言葉ができるんじゃないかなと思いました。こういった切り口を変えるだけで違うものが見えてくるというのは、面白いと感じました。

【委員】

とても勉強になりました。実際、自分で作ってみると、ドツポにはまってしまって、1個も作れずに終わってしまったという悲しい現実がありますが、日々、もうちょっと言葉にアンテナを張ったらいいなと思いました。

【市役所U40】

高松を魅力的にするキャッチコピーと言われると、やっぱりうまく考えられなくて、良い面だけを考えていたら、ありきたりなものになってしまう。しかし、悪い面だけ強調するっていうのもよくないと思って、どういう方向に思考を向けていいかっていうのがわからなかったのですが、今回、そういうやり方に対して非常に学びの多い講義を聞かせていただいたので、とても自分自身の成長にもなりましたし、これからこの会議に参加していく上でも非常に大きな学びになったと思います。

【委員】

私も作品作りの際に、こういった言葉をたくさん使うことが多く、一般的にクリエイションする際には、そういうことを出し合うことがあるのですが、野菜のこととかに関しては、今まであまり考えたことがなくて、作品以外のことに关して考えを向けてみると、頭が全然違う動きをしていると感じました。

そういった自分自身の気づきもあったし、いろいろ考えていたら時間が終わっていたりとかして、何かまだまだもっと考えられるなと思って、面白い話が聞けたのでうれしかったです。

【副会長】

皆さん、ありがとうございました。

ゲストの副市長にもご感想をいただきたいと思います。

【副市長】

人にわかってもらえるような言葉を、クリエイトするってなかなかできそうでできないのだと、実感しました。普段、こういう作業をやらないので、なかなか難しい面もありますが、こういう考え方を仕事に生かそうという意識を持ってやっていきたいなと思います。皆さんの今後の活動に、今回の会議が役立つと思いますので、ぜひ活用していただけたらと思います。本日はありがとうございました。

【副会長】

ありがとうございました。

最後に、講師の村上モリローさん、感想をお願いします。

【講師】

こんなにたくさんのアイデアが出てくるのであれば、講演をする必要があったのかと思うぐらい、皆さんいろんな切り口で出してくださったので本当に楽しかったし、発見がありました。

キャッチコピー作りをしていくときには、例えば、あるキャッチコピーを誰も傷つかないようなものにブラッシュアップして行って、でも、結果、普通の言葉になってしまうこともあるので、そこから、どこで字を足すのかといったことを考えながらやっています。

なので、キャッチコピーを考えるコピーライターとかは、100本のキャッチコピーを考えます。100本考えた上で、言葉を削って、どんどん絞って、1回寝かして、もう1回見返して、このキャッチコピーどうですかって提案して、全部ひっくり返されてというようなことを繰り返します。そういう専門的なことなので、キャッチコピー自体を考えるのはプロに頼んだほうがいいと思いますが、でも、キャッチコピーを考える過程っていうのは、必ず、誰かに何か伝えるではなく、伝わるという意味ではすごく役に立つので、今日の話のように、「なぜこれをするのか」っていうところが人の心が一番響くので、なぜを考えて、それに対して、課題解決するための何かアクションを考えていくっていうのはすごく重要で大事かなと思います。

今、みんなで地域のことを考えるっていうこと自体がとても重要だと思っていて、極論を言うと、地域の課題って、自分たちの身近な課題を自ら解決する人が増えたら、既に解決できていると思います。

あと、高松のキャッチコピーを考えるのであれば、共通項に着目してください。今日のように皆さんの身の回りの課題を出し合ったり、少し広げて、身の回り的高松市の課題とかを出し合ったりして、そういう作業が重要で、その出し合った課題から共通項が出てくるので、その共通項に対してキャッチコピー考えるということも大事だと思います。

みんなの高松の課題を集めれば、共通項になったとしても、皆が関わっていることなので、それは自分ごとになります。自分ごとになるキャッチコピーが生まれると、それを未来に向けての発信の仕方で行くと、よりよいキャッチコピーができるのかなと思いました。

ありがとうございました。楽しかったです。

(拍手)

【副会長】

ありがとうございました。これで、会議を終えたいと思います。

【会長】

ありがとうございました。

また、分科会とかを挟んで、熱量を冷まさず、議論が続くように、意見交換できる場を作っていけたらなと思いますので、ぜひ一緒に盛り上げていきましょう。

3 閉会

(事務局から事務連絡をして閉会)