

会 議 記 録

高松市附属機関等の設置、運営等に関する要綱の規定により、次のとおり会議記録を公表します。

会議名	第2回高松市創造都市推進懇談会（U40／第7期）	
開催日時	令和7年6月6日(金) 18時30分～20時10分	
開催場所	高松市役所11階 114会議室	
議 題	1 成果報告・事業説明・質疑応答 2 グループ分け 3 その他	
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	多田委員、竹森委員、山地委員、金川委員、水原委員、藤田委員、 沖津委員、伊澤委員、瀬戸委員、田村委員	
市参加者	農林水産課	末原補佐、橘係長
	観光交流課	植田補佐
	広聴広報・ シティプロモーション課	久保補佐、千馬係長、谷岡主任主事
傍聴者	2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

（事務局から新任者の紹介・挨拶）

（第7期高松市創造都市推進懇談会の運営方法について共有）

2 成果報告

【会長】

それでは、昨年度の対象事業だった、「産業振興課」、「観光交流課」、「文化財課（菊池寛記念館）」の成果報告について、事務局から説明してほしい。

（昨年度対象事業成果報告）

3 事業説明・質疑応答

【会長】

今年度対象事業について、順番に説明してほしい。

**（農林水産課事業説明）※水産業活性化モデル事業
※地魚の消費拡大に関するアンケート結果**

【委員】

前年度（令和6年度）は事業化できなかったということだが、今年度（令和7年度）は、同じ程度の予算で検討した方が良いか。それとも、小さくした方が良いか。

【農林水産課】

前回と同程度（300万）で検討していただきたい。

【委員】

昨年度採択されなかった理由はあるか。

【農林水産課】

行政がやるべき事業と民間がやるべき事業の線引きが指摘された。行政の目的にかなうような事業を市が民間に発注するような提案が望ましい。

【委員】

量販店や飲食店での購買が多いので、そこでのPRを検討しているということだが、過去に実施した取組はあるか。

【農林水産課】

量販店で販売する地魚にシールをつけて、シールを集めたら商品をプレゼントするという企画を県が過去に何回か行っている。

（観光交流課事業説明）

※玉藻公園（高松城跡）を活用したナイトタイムエコノミーの推進

【委員】

夜間開放はどのくらいの頻度で行っているか。

【観光交流課】

基本的には夜間は開放していない。ただし、桜の季節には夜間開放を行っている。

玉藻公園管理事務所が自主的に行うイベントや民間からの申込みで、夜間利用も受付けている。例えば、5月には「高松城祭り」というイベントが実施され、3日間ほど夜間開放していた。

【農林水産課】

「時間帯・消費金額（飲食）」のグラフによると、20代、40代及び50代の消費金額が大きくなっているが、どの年代をターゲットにするのか。

【観光交流課】

昨年度、Z世代向けの誘客観光プロモーションについて、本会で意見をいただいたが、30代、40代及び50代もターゲットにすることが重要との声があった。そのため、30代以降を対象とするのが望ましいと感じている。しかし、徳島文理大学の学生がサンポート周辺に多くいるため、彼らにも訪れてほしいと考えている。消費額を考慮すると、30代以上の方が多いが、若者の誘客についても御意見をいただきたい。

【委員】

民間主体のイベントと市主体のイベントのどちらを増やしたいのか。

【観光交流課】

民間主導で自走できる形が望ましい。

（広聴広報・シティプロモーション課事業説明）

※「TKMT」の活用促進について

【委員】

TKMTを推進する目的や背景を詳しく教えてほしい。

【広聴広報・シティプロモーション課】

市が単独でシティプロモーションを行うには限界があるため、皆様と一緒に市を盛り上げたいという思いがある。しかし、様々な背景を持つ人がいるため、どのようにプロモーションをしたら良いか分からない方もいると考えている。そのため、TKMTというプラットフォームを活用して情報を発信してもらおうというのが今回のビジョン、すなわちTKMTの趣旨である。このTKMTを通じて、高松を知り、興味を持ってもらえるようなポップなロゴを採用した。

【委員】

では、このTKMTを使ってどのような課題を解決したいのかは、そのTKMTを使う人次第ということか。

【広聴広報・シティプロモーション課】

その通りである。

TKMTを活用する方法として、例えば「T」「K」「M」「T」から始まる言葉を使った語呂合わせでの情報発信が可能である。写真をTKMTで表現することや、事業に関連する言葉としてTKMTを考えて発信することができる。こうした面白い取組を通じて、流行していくのではないかと考えている。

【会長】

市内、市外、どちらの人に使ってもらいたいのか。

【広聴広報・シティプロモーション課】

市民だけでなく、高松に関わる全ての人にTKMTを使ってほしいと考えている。東京に住んでいる高松が好きな人にもTKMTで発信してもらうことで、その情報が高松の人々を喜ばせ、相乗効果を生むのではないか。最近のイベント「東京ガールズコレクション（TGC）」では、FRUITS ZIPPERというアイドルに衣装を着てもらい、発信をしてもらった。それにより、若い人たちがTKMTを使ってみようと思ったかもしれない。そのような取組を通じて、高松のTKMTブランドを高めようと考えている。

【委員】

今回、ロゴが変わったことによって、数字で見える成果はあったか。

【広聴広報・シティプロモーション課】

数字でというのはないが、以前のロゴ「瀬戸の都・高松」は、市役所の内部でしか使われておらず、市の事業やポスター、封筒にしか見られなかったため、市民利用はほとんどされていなかった。そのため、新たにTKMTという語呂を利用したり、色を自由に変更できたりして、使い勝手の良いデザインを目指した。これにより、多くの人に利用してもらいたいという思いがある。例えば、市内の飲食店がTKMTを使ったスタンプラリーを言葉遊びとして実施したように、コラボレーションが広まっていけば良いと考えている。

4 担当事業決め

【会長】

それでは、事業説明を参考に、U40委員が、それぞれの事業の議論に参加したいか、グループ決めを行いたい。

(グループ決め・グループに分かれて意見交換)

5 閉会

(事務局から事務連絡をして閉会)