

ディスカッション

～『素通り禁止!』のその先へ～

ゲスト



佐倉 康彦さん
クリエイティブディレクター。足利市出身。



河井 孝仁さん



和泉 聡足利市長



佐倉 僕は足利南高校の4期生で、卒業して東京に出てもう40年近く足利から離れています。多分市長と同じ年なんですよ。

和泉 同じ年だけどこんなにかっこいい人がいたのかとちょっとショックを受けてます(笑)
ところで、佐倉さんは日清食品の企業スローガンの開発にも関わっていたんですね。あの日清のマークにはどのような意味があるのですか？

佐倉 あのマークは食を通しての器であり、人の口元であり、広がる笑顔なんですよ。

和泉 なるほど!確かにそうですね。

佐倉 はじめは「世界に通じる美味しさ」のような内容を考えていたのですが、経営者の方から「おいしいだけじゃダメなんだ」と注文いただいて、色々考えた末に出てきたものが「おいしい、のその先へ」というタグラインです。食の安心・安全が語られはじめた頃です。

「素通り禁止!」のその先へ

和泉 河井先生は著書の中で、ブランドメッセージとキャッチフレーズの違いを説明されていましたがそういう意味では「素通り禁止!足利」はキャッチフレーズでしょうか？

河井 ブランドを明確にするというよりは、注目してもらおうためのキャッチフレーズ的な位置づけだと思います。佐倉さんはどう感じましたか？

佐倉 最初に「素通り禁止!足利」を拝見したときに、これは足利に住んでいる人たちに向けて言っているメッセージだと思いました。足利に暮らしているからこそ素通り禁止なんだよね、素通りしちゃいけない場所やコトがあるんだよと言ってるのかなと。耳にも残りやすいですし、いわゆる口の端にも乗りやすいので、キャッチコピーとしてはすごく機能しているんじゃないかなと思います。

河井 そういう意味でも、「素通り禁止!足利」でまずまちの人たちが立ち止まる。でも、立ち止まるだけではだめで、やっぱり次に向かって進んでいくってことが大事ですよ。

佐倉 そうですね。ずっとそれに固執して滞ってはいけません。やっぱり、流れていくというか、常に進んでいかなくてはダメなんです。その最初のきっかけとして「素通り禁止!足利」という言葉があるんじゃないかなと思います。

和泉 佐倉さんが言葉などを生み出すまでには、どういうプロセスを経ていくのですか?まちづくりのヒントになるかなと思ひまして。

佐倉 当然、パッと浮かぶことはほとんどなくて、まずは、クライアントの方からたくさん資料をいただき意見や思いを聞きます。それでも、やっぱりすぐには出てこないの、色々試みます。そんな中で手掛かりになるのはそのサービスや商品、企業の作り上げた事実です。そういう事実がもとにないと、結局嘘になってしまうんですね。その言葉が嫌いになってしまう。

河井 単なる思い付きやキラキラしてる言葉ではなくて、事実に基づいていなければ、それはすごく薄っぺらなものになってしまいますよね。



Discussion Guest

ディスカッションゲスト

クリエイティブディレクター 佐倉 康彦さん

足利市出身。コピーライター、クリエイティブディレクター。
サントリー・ザ・カクテルバー「愛だろ、愛!」や、総合人材サービスパーソルホールディングスの企業スローガン「はたらいて、笑おう。」等、多くの有名企業のコミュニケーションデザインを担当。
「コピーやデザインで人の心をつかむプロの目から見て、足利市のシティプロモーションはどう映るのか聞かせてほしい」との足利市からの要請を受け今回のディスカッションに登壇。



佐倉 そうですね。言葉やメッセージで、「俺ってかっこいいだろう」とか「私ってきれいでしょ」と言ってもあまり信用できないじゃないですか。それより、その人の言っていることが本当かどうかをどこかで人間は見極めようとするんです。そういう意味では、素通りしないで気がついた足利のいろんな財産をつなぎ合わせて次の展開に入る段階にそろそろ来てるのかなと思います。

和泉 その辺は河井先生が著書でも書かれていますが、シティプロモーションの陥りやすい罠ってというか、事実に基づかずに単にキャッチフレーズ的なものを作ればそれでやった気になっているみたいな、そんな危険性ってありますか？

河井 そうですね。このまちはこんなまちだという事実や個性が見えたからこそ、初めて言葉ができるはずなのに、まず目立つためにどうしたらいいかだけを考えていることが多いです。そのような中で、足利シティプロモーションの取り組みが地に足をつけて、一人一人がいったん立ち止まって次を見据えて進んでいこうとしているのを、とても期待しているところです。

故郷に対する思いの深度

和泉 僕も20代から40代まで新聞記者をやっていて足利にいなかったのですが、同級生を何人か見ていると40代後半から50代くらいになると、故郷との関わりが増えてくるなど。共通しているのは、色々な事情で田舎に帰ってくる頻度が増えて、それに伴って昔の友達と会ったりし

ながら足利への思いが強くなることもあると思うんです。佐倉さんはどうですか？

佐倉 実は僕も、ずっと足利が少し苦手だったというか、こういう仕事をしているので時間も不規則で、なかなか帰るタイミングもなかったんです。ただ年齢を重ねて、今日も久しぶりにこの足利市民会館を見たときに、小学校6年生の時と全く変わってなくて(笑)。でも今見ると建物のデザインも相当いいなと気づきました。多分、まだ若い頃なら「まだ変わってねーのかよ」と思うかもしれません。

和泉 自分の中で何かが変わるのでしょかね。

佐倉 どこかのタイミングで反転するのではなく、ある思いの深度が少しだけ深くなるのかなっていう気がします。

僕元々剃り込み入ってて、こんなハンドルのバイク乗ってた奴なんで、ここで市長や河井教授とシティプロモーションの話をするなんてことがほんとにあるんだなと思って(笑)まだまだ別世界というか、これからもっと理解というよりは、思いの深度を上げて「足利」というまちについて考えられたいと思います。

広告業界の第一線で活躍し続けている佐倉さんの言葉には、多くの発見と次なるステップへのヒントが散りばめられていました。「素通り禁止!足利」で得られた財産を次につなげていくこれからの取り組みにご注目ください!