

佐倉 康彦さん



足利市制100周年を考えます。

ふるさどがあるから「ただいま。」

—— 今年の正月に、『男はつらいよ 50 お帰り寅さん』を観ましたが、このポスターのキャッチコピー（※1）が佐倉さんだったんですね。

佐倉 はい。実は若いころはお盆、正月になると時々観ていましたが、いつもストーリーが同じなんで「何が面白いんだろ？」と思っていましたよ。でも30歳を過ぎてあらためて観て見ると、以前と違う感覚で観られるようになったんです。寅さんにとって柴又は故郷であり、

おいちゃん、おばちゃん、妹のさくらが暮らすまちでもある。その故郷に寅さんが帰ってきて物語が始まり、最後はマドンナにふられて旅に出る。毎回同じパターンなのにそういうストーリーが、自分の中でも響いてくるようになったんですよ。

ボクが昔やっていた某酒メーカーのカクテルのCMがあるんですが、その基本のプロットは「男はつらいよ」だったんです。東京に出てきた若者がカッコよく振舞おうとするんだけど、うまくいなくて、好きになった女の子に必ずフられて商品を飲む。まったく寅さんなん

です。

—— 『愛だろ、愛っ。』のコピーのCMですよね。

佐倉 そうです。永瀬正敏さんをキャラクターにしたシリーズでした。

—— 佐倉さんはこれまでも実にたくさんコピーを書いたりディレクションをされてきていますが、今回のこの『男はつらいよ』の仕事のオフアワーをいただいたときにはどんな思いでしたか？

佐倉 山田洋次監督はもともとシリアスな映画、社会派といわれる作品も撮られていたので以前から興味はありましたが、

50作目の寅さんのポスターの話がボクにくるとは夢にも思っていなかったですね。

なので、まずはビックリしました。ディレクターが女性で、彼女からのオフアワーだったのですが、二つ返事で「いいよ、タダでもやるよ」って言うていましたね。（笑）

—— 『寅さん』というと、おじさんの映画…というイメージになりそうですが、

を引き付ける言葉ですよ。

佐倉 ボクなんか足利に帰らないから「ただいま」って言えない。寅さんはいつも最後には家を出るけど、また戻ってくる。そこに妹のさくらやおいちゃん、おばちゃん、御前様たちがいるからだと思うんです。帰ると彼らが「おかえり」と言ってくれるんで、また旅に出してしまう。ですから「ただいま」ではなく「おかえり」でも良かったのかもしれない。実はこの



※1 佐倉さんの仕事



今回の50作目は、若い人が観ても違和感なく観てもらえたと思いますね。

佐倉 そうですね。これまでの49作品を全く観ていなくても、これを見ると逆に全作品が気になってくるんじゃないでしょうか？ボクもいい経験させていたのだと思います。ポスター制作にあたっては山田監督と何度もミーティングを重ねたり、時には特別試写会を開いて意見を交換したり。

—— この「ただいま。…」のコピーですが、これは寅さん世代を生き延びてきた我々

写真誰が撮ったのかわからないんですが、この写真を見たとき、帰ってきたときの寅さんに感じたので、家族からの言葉ではなく寅さん自身の言葉、発語として「ただいま。」にしました。

ボクにとって仲畑貴志はお父さんであり、寅さんである

—— この業界に入られた切っ掛けは？
佐倉 若いころ、たまたま『仲畑貴志全仕事集』という本を見て、「こんな仕事もあるんだ」と思って、ハタチそこそこのときに仲畑さんの会社に手紙を送って

会っていただいたんです。結局仲畑さんの会社には入れなかったのですが、仲畑さんが以前つとめていた開高健さんや山口瞳さんがつくった会社を紹介していただいたのが最初です。それが、なぜか今は一緒に会社をやっています。

—— 仲畑貴志さんといえば、あのころは糸井重里さんや川崎徹さんと並ぶ偉大なコピーライターでしたよね。

佐倉 いや、ボクにとっては東京のおとーさん。『男はつらいよ』で言えば、仲畑さんは寅さんみたいな存在。この（自分の）会社になかなか来ないんですよ。ボクはサクラでしょ、なので寅さんを待つ『さくら』のような気分。

—— 足利出身で佐倉さんと同じような仕事をされている方って多いですよ。

佐倉 ボクがこの仕事を引き受ける前に足利のシティブロモーションにコミットしていた映像会社の社長の小佐野保さん。コピーライターの大先輩の小野田隆雄さんは「元資生堂のコピーライター。『め組のひと』とか『ほほほんのり染めて』などで知られています。それから作詞家の売野雅勇さん。売野さんのお母様は、たぶんおそらくボクが小学校3、4年の時の担任の先生でした。ほかにボクの仕事に近い人は意外と多いんです。

足利へのラブレター？

—— さて、足利のことですが、足利市が来年の1月1日で市制100周年を迎えます。これに向けてのプロジェクトが立ち上がり、佐倉さんがそのロゴやコピーなどを手掛けたそうですね。

ひとりひとりが、足利のために。 足利は、ひとりひとりの思いのもとに。

この街で、生まれた。この街で、育った。この街で、暮らそうと決めた。この街で、笑って、泣いて、怒った。この街で、恋をして、ケンカして。この街で、愛を知った。この街で、勇気をふりしぼった。希望を抱いた。この街で、あなたと出会った。この街で、家族になった。この街で、家族が増えた。この街、足利が大好きだからもっともって、この街を思い、考え、感じたい。そんな思いを、しっかり受け止める足利へ。2019年、大きな災害がありました。だからこそ、前へ、そう信じ、歩を進めます。そのためにできること、すべてを。そして、その先にある街づくりへ。2021年、足利は市制100周年を迎えます。足利の頭文字“A”は、そんないらばA最初、原点に戻る“A”だと、思うのです。

A100

One for A, A for One.

2021年、足利市制100周年へ

※2 市が進める市制100周年機運醸成「プロジェクトA100」

佐倉 話をいただいた時には「なぜ、オシなんだろう？」って思いました。—— その時って、寅さんが柴又に帰るように「ふるさとに〜」というように思いはありましたか？

佐倉 それよりも、ボクは17年間しか足利では暮らしていないわけですよ。足利での時間よりも東京での時間の方が圧倒的に多くなっていて、ボク自身が足利のことをちゃんと理解できていないのかどうか、すごく不安を感じたのです。でもオファーをいただいでから足利のいろいろの方とお会いして、今の足利のことを聞いていくと「あっ、(昔と)変わってねえな」と思いましたけど…。

私も足利に来てこの仕事を始めて40年。この間に人口が減ったり、商店がいくつもなくなったりしてはいますが、基本的なところは変わっていないと思いはる人たちに比べている。けどどうしてはなくて、足利市民に向けてのものが必要だとボクは思っています。

なので、次こそは、足利に住んでいる人たちにに向けてのメッセージをつくった方がいい。足利というと渡良瀬川があつて、夕陽がきれい、お寺がたくさんあつて、随分と前に流行った『渡良瀬橋』という曲がピックアップされるじやないですか。それはそれでいいかも知れないけど、もしボクがシティプロモーションをやっていくとしたら、そういうことではない方がいいと考えています。これまでの足利を代表するような施設や名所ではない何かを探したい。『シティプロモーション』だからといって、『観光プロモーション』にする必要はまったくありません。ちゃんと足利で暮らして、地に足を付け、根を張って生きている人たちにあって、「足利」というものは、いまちなんだなあ」と思われることです。『シビックプライド』市民の誇りをどう醸成していくかだと思います。つい寄り掛かりたくなるんです、足利が持っているアセット・資源に。でも、そうじゃない方がいいと思っんです。

—— まったくおっしやる通りですね。

次の100年へ

—— そしてこの100周年というのは、次の100年に向けてのスタートだと思っんです。

佐倉 ボクもそういうことを申し上げました。2021年を過ぎたら100周年は終わりだけど、やはり2121年を考

ます。

佐倉 地政学的にみても、すぐ隣が群馬県、もうちょっと足を延ばすと埼玉・茨城県で、海水と淡水が入り混じった汽水みたいな土地が足利なんでしょうね。こういう土地では人の在り様というのは逆に変わりようがないし、交わっているから混ざらないでいようというような気質と言っか、上手く言えませんが…。

—— 市制100周年のプロモーションですが、まずどこから手をつけようと思っました？

佐倉 どこからというより、最初はもう一度ボク自身が足利という存在をリマインドしていかないとダメだろうなと思っましたね。今の世の中、何でも調べようと思えば簡単に調べられますし…。でもそうすることで100周年に向けて、さらにその先へのシティプロモーションの大きな骨子が醸成できるかという、そうでもない、と思うようになったんです。『虎の縞は洗っても落ちない』といいますが、やはり「ゴジゴジこすつても落ちない何かがあると思う。それが自分の中で見えてくるようになれば、おのずと100周年に向けての言語化だったり、可視化というのが出来るんじゃないかと思っ始めたんです。なので、今の足利の情報をたくさん摂取しようというのではやめました。それをやると逆に違うものになつてしまっ気がしたのです。

—— そこから『100周年機運醸成プロジェクト』としての名称やロゴマーク、メッセージが生まれました。(※2)

佐倉 足利ってマイウェイな人たちが多いと思っんです。自分のスタイルを崩さえる100周年でなくてはならない、ということに意識を集中して思っっています。ただのイベントになつてしまっ先のことをイメージしないとですね。

—— 佐倉さんはこの先、どんな足利をイメージしますか？

佐倉 今後人口減少とかは進むんでしようが、ボクは足利は足利のままがいいと思っ。ムチャクチャ発展してほしいというふうなことはないですね。変わらないということはすごく大切なこと。もしかしら変わるといことは意外と簡単なことで、変わらざるにいらっしゃる方がすごく難しいんだと思っんです。変わらざるに足利のまちがどう自立していくのか。発展という言葉は使いたくないですね。

—— 20年くらい前に筑紫哲也さんにインタビューさせていただいたときに、まったく同じことをいっしました。

佐倉 大きな商業施設が進出してきたり、ロードサイドに新しい店ができたりすると、外の資本で一瞬発展しているように見えるけど、実はすごく先細りになっている。それよりもまちなかの肉屋とか八百屋とかスーパーが活気ある方がすごく健やかなことなんだろうと思っます。

—— そうですね。それと少しだけ言わせていただけるなら、『ちよっぴりカッ「良く」も考えてくれるといいなと思っます。

ない人たちが住む街。そんな人たちがこの街の関係性みたいなところが見えてくるとういのかな、と。

『One for A, A for One』『A100』。

ここでいうAというのは足利のAだし、あなたのAかもしれない。いろんなAを含めてのA。これを進めながら、次のフェイズを考えていきます。

—— このメッセージを見ると、佐倉さんから足利へのラブレターのように思っるんですけど…。

佐倉 (笑) ラブレターとは言いませんが、自分自身が足利のことをもう一度思い起こしたり、じぶん事化するために書いているかもしれせん。

『素通り禁止』のその先へ

—— 足利市は「素通り禁止！足利」というキャッチコピーでプロモーションをしています。この「素通り禁止！足利」というのを、どのように受け止めていますか？

佐倉 ボクはあのコピーは内に向けてのモノ、つまり足利に暮らす人に向けてのメッセージだと思っっていました。実際にそのような取り組みをされていたのだと思っますが、一部の方には市外の人に向けてのメッセージに見えてしまっったと思っんです。

—— だとすると、発信の仕方が変わつてくる、違っっている？

佐倉 そうです。これまで発信されてきた「素通り禁止！」というターゲットをイメージすると、足利を通り過ぎて赤城山に遊びに行く人とか、あるいは日光に

佐倉 足利はもともとカッコ良かったですよ。ファッションブランドの店がテスト的に立ち上がったたりしてね。足利の人って「エエカッコいい」じやないですか。だからこそ足利は変わらざるにいてほしいんです。

もしボクがこれからの足利に求めるところ、全く違う遺伝子を取り入れていく、許容していくというふうな、懐の深さを持ってほしいと思っますね。だから純潔な足利人じゃなくっていいと思っんです。そういう器量を持ったまちになつてほしいと思っんです。

—— 今後このプロジェクトには関わっっていきますか？

佐倉 ええ。足利市さんがいいと言ってくれれば、ですけどね。ボクのベシックな部分は足利がつくつてくれたと思っていますので…。

—— つぎの100年に向けて、楽しみますね。



プロフィール

さくらやすひこコピーライター、プランナー、クリエイティブディレクター。21歳の頃コピーライターチームの立役者の一人仲畑貴志氏と出会い、広告業界へ。サン・アド、博報堂C&O、博報堂を経て、2008年に仲畑氏との共同出資で「ナカハタ」を設立。今年3月末より同社代表となる。広告以外にもミュージシャンのためのMV、ショートフィルムなどの企画制作なども手掛ける。これまでに数えきれないほどのコピーを生んでいる。1989年足利市出身。

代表的なキャッチコピー

- ・愛だる。愛。(サントリー)
- ・私服を肥やせ。(レナウン)
- ・男のパンツの広告をしています。(アゲル)
- ・21から、乾かない。(資生堂)
- ・卒業して、出会いた。(リクルート)
- ・おいし、の。その先へ。(日清食品)
- ・はたらい、笑あ。。(パルソル)

・たたいま。この心と言のために旅に出る。(松竹・男はいつか)



足利市内高校生と語り合った佐倉さん