

# 郡山市ネクスト100 未来戦略会議 第3回資料

令和6年11月10日

# 未来戦略会議の全体像や目標について

- ・未来戦略会議は本日含め全6回を予定しています。
- ・まちの将来のありたい姿や将来都市像に向けた取組について各グループで話し合い、**最終回では議論した内容の発表会を開催**します。

実施日	各回テーマと概要
第1回 令和6年10月12日（土） 14時～16時	<b>第1回：キックオフミーティング</b> ・郡山市の人口実態を確認 ・データを踏まえ議論 <b>実施済</b>
第2回 令和6年10月20日（日） 14時～16時	<b>第2回：ありたい姿を表現するキーワードを考えよう</b> ・前回検討結果の共有 ・前回検討内容を踏まえ議論 ・ありたい将来を表現するキーワードを分野ごとに議論 <b>実施済</b>
第3回 令和6年11月10日（日） 14時～16時	<b>第3回：ありたい姿を表現するキャッチコピーを考えよう</b> ・前回検討結果の共有 ・前回検討したキーワードを踏まえ郡山市の将来を表現するキャッチコピーについて議論
第4回 令和6年11月17日（日） 13時～15時	<b>第4回：将来都市像が実現した暮らしの話をしよう</b> ・前回検討結果の共有 ・キャッチコピーで表現した将来都市像が実現したまちで展開される暮らしを議論
第5回 令和6年11月30日（土） 14時～16時	<b>第5回：将来都市像に必要な取組の話をしよう</b> ・前回検討結果の共有 ・将来都市像と現在のギャップについて議論 ・理想と現実のギャップを埋めるために必要な取組・自分にできることを議論
第6回 令和6年12月21日（土） 14時～16時	<b>第6回：発表会：将来都市像を語ろう</b> ・将来のキャッチコピー、そこで暮らし、そこに至る過程の検討結果をグループごとに発表し全体共有と意見交換を実施

※会場は全回共通で郡山市役所2階正庁を予定しています。

# 本日のタイムスケジュール

- ・本日のタイムスケジュールは以下のとおりです。

時間	内容
14:00～14:15 (15分)	<ul style="list-style-type: none"><li>・前回のおさらいと本日のテーマ</li><li>・キャッチコピーを考える際のヒントの紹介</li><li>・ワークショップの進め方、注意事項の説明</li></ul>
14:15～15:05 (50分)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ワークショップ：郡山市の将来を表現するキャッチコピーについて議論①</li></ul>
15:05～15:20 (15分)	<ul style="list-style-type: none"><li>・議論状況の共有①</li></ul>
15:20～15:45 (25分)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ワークショップ：郡山市の将来を表現するキャッチコピーについて議論②</li></ul>
15:45～16:00 (15分)	<ul style="list-style-type: none"><li>・議論状況の共有②</li></ul>
16:00～	<ul style="list-style-type: none"><li>・閉会挨拶、事務連絡等</li></ul>

## 前回のおさらいと本日のテーマ

---

- ・前回の戦略会議では郡山市をどんなまちにしたいのか・将来ありたい姿とそのキーワードを検討していただきました。  
(ワークの結果は別紙に整理しています)
  - ・本日は前回の結果を踏まえて各グループの担当分野ごとのまちのキャッチコピーを検討していただきます。
- ※具体的な検討結果の振り返りはワークの中でおさらいします。

## キャッチコピーについて

---

- ・本日は、前回までの検討結果を踏まえ、各分野ごとの“キャッチコピー”を皆さんに考えてもらいます。
- ・キャッチコピー作成に当たり、
  - ・そもそもキャッチコピーとは何か？
  - ・どのようにキャッチコピーを作成するのか？を皆さんに共有します。

# キャッチコピーとは？

- そもそもキャッチコピーとは何でしょうか？
- 「キャッチコピー（Catch+Copy）：人の注意をひく、公告文、宣伝文和製英語。（デジタル大辞泉より）」
- 国内外の企業のキャッチコピーを見てみると、各企業が展開している事業・サービスの根源にある考え方方が表されています。

Google

世界の情報を整理し、世界中の人々がアクセスできて使えるようにする

Amazon

地球上で最も顧客中心の企業になる

メタ（旧Facebook）

人々にコミュニティを作る力を提供し、世界をもっと近づける

日立製作所

Inspire the Next

コスモ石油

ココロも満タンに

ニトリ

お、ねだん以上。

吉野屋

うまい、やすい、はやい

小林製薬

“あつたらしいな”を形にする

## 自治体のキャッチコピー例

- ・まち全体を表現するキャッチコピーとして有名なものは以下のような例があります。

自治体名	キャッチコピー	概要
町田市 (東京都)	なんだ かんだ まちだ	「なんだかんだ言っても、やっぱり町田が一番。」様々な理由で一度は町田を離れたとしても、肩肘張らずに暮らせる環境を求めて結局は町田に帰ってくるような、そんなみんなに愛されるまち、ほかにはないユニークなまちのイメージを表現したキャッチコピー
流山市 (千葉県)	「母になるなら、流山市。」「父になるなら、流山市。」	家族の時間を大切にできるまちでありたいとの願いも込められキャッチコピー。2010年ごろから首都圏の地下鉄での宣伝広告を展開し子育て世代の転入超過により人口増加につながった

# 自治体のキャッチコピー例

- ・まち全体を表現するキャッチコピー以外にも、取組の内容ごとにコピーを掲げている例も少なくありません。

自治体名	キャッチコピー	概要
豊田市 (愛知県)	ミライのフツーを つくろう	SDGs未来都市として、低炭素社会実現 に向けたまちづくりの合言葉
秋田県	のんびりできる？ んだ。なんだ。秋田	観光キャッチコピー。メインコピーのほかに「のんびりできる？」「こめつぶ輝く？」「美人になれる？」「がいこくじんも？」など20種類以上のショルダーコピーも併用
郡山市 (福島県)	鯉に恋する郡山	郡山市は、全国トップの鯉の生産地であつたものの消費地ではなかつたことを受け、市と県南鯉養殖漁業協同組合が連携して「鯉に恋する郡山プロジェクト」を始動。鯉食文化の歴史を守り、そのおいしさを全国に広げ、そして新たな食文化の創造を目指した取組

# キャッチコピーを考える手順

- ・キャッチコピーの検討では以下のような観点で考えることも有用です。

観点	説明	キャッチコピー例	組織
普通は合わない言葉の組み合わせ	対極にある言葉を組み合わせることで興味を惹く	一瞬も一生も美しく	資生堂
現状と向かう方向の明確化	「××から○○」へと過去から未来への流れを示す	“通過する駅”から“集う駅”へ	JR東日本
なるほどという比喩で表現する	直感的で分かりやすく、理解しやすい	ココロも満タンに 空飛ぶ電車	コスモ石油 ピーチ
語呂をよくする	口に出しやすく、耳に残りやすい	<3つ並べる> うまい、やすい、はやい <韻を踏む>セブンイレブン、いい気分！	吉野屋 セブンイレブン

## キャッチコピーを考える手順

- ・ まず、これまでの検討結果を基に、特に伝えたいメッセージ、郡山市ならではのメッセージを考えます。
- ・ 中身がある程度形になつたら、より多くの人に刺さるように言い方を工夫します。

What  
何を言うか？

これまでの検討結果を基に  
メッセージの中身を考える

How  
どう言うか？

メッセージの中身がどうしたらより  
多くの人に刺さるか考えてみる

## ワークショップの進め方

- ・第2回からは2ラウンド制とし、第1ラウンドの話し合い終了後に第1ラウンドで話し合った内容を共有します。
- ・第2ラウンドが終わったら第2ラウンドで話し合った内容を共有します。

第1ラウンド:テーマについて話し合う

第1ラウンドの共有

第2ラウンド:テーマについて話し合う

第2ラウンドの共有

## ワークショップの進め方：役割

- ・意見共有の時間では、ホストと旅人で役割が異なります。

### 【ホスト】

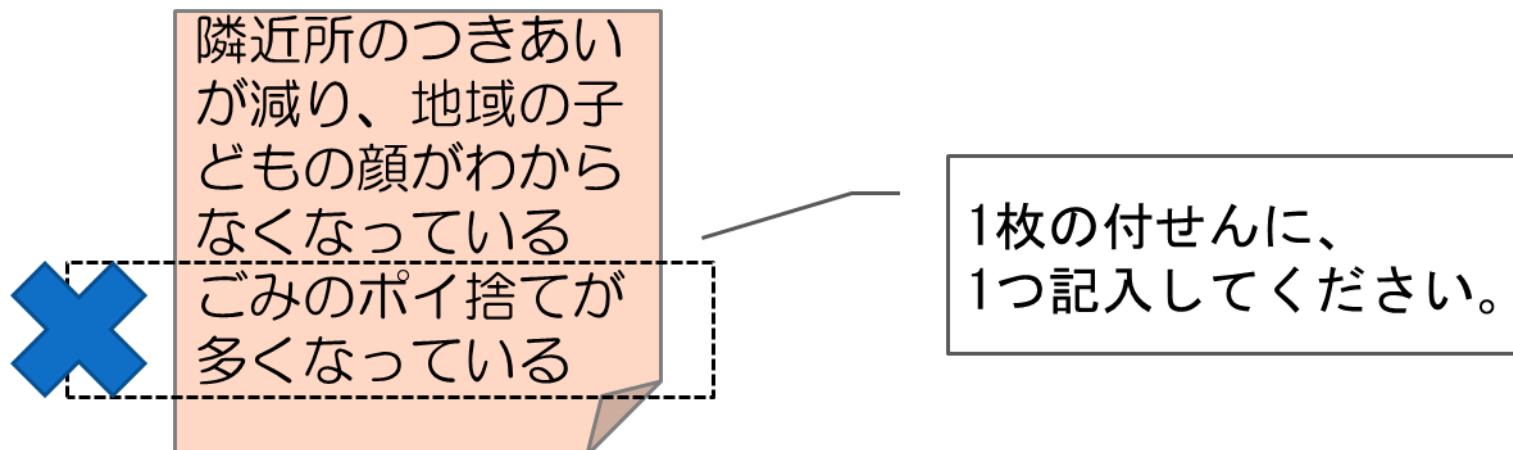
グループに残り、  
第1・2ラウンドで話  
し合ったことを旅人  
に伝える

### 【旅人】

他のグループに  
移動し、ホストの発表  
を聞く

# ワークショップの基本ルール

- ・ワークショップを始める前に、基本ルールを説明します。
- ・意見は**1枚の付せんに1つ記入**してください。
- ・他の人が読みやすいように、**マジックを使ってできるだけ見やすく大きい字**で書いてください。
- ・わからないことがあれば各テーブルのファシリテーターに気軽に聞いてください。



## ワークショップの基本ルール

- ・参加者の活発な議論を促し、より実りの多いワークショップとするための基本ルールを次のように定めます。
- ・楽しく、わいわいと意見を出し合うためにご協力をお願いします。

①参加者の意見に耳を傾ける

②参加者の意見は否定しない

③自分の主張・発言を押し付けない

## 第1ラウンド：ワークショップ

---

第1ラウンド

## 第1ラウンド：ワークショップ

- ・ここからワークショップを始めます。
- ・本日のテーマは「**分野ごとのこおりやまの将来を表現するキャッチコピー**」です。
- ・まず第1ラウンドでは、キックオフミーティング・第2回の検討結果を基にキャッチコピーの候補を考えてもらいます。

第1ラウンド  
キャッチコピーを考えてみよう！

# キャッチコピーを考える手順：What=何を言うか？

- ・ キックオフミーティングでは郡山市の魅力について、前回の未来戦略会議では将来のありたい姿とキーワードについて考えました。その検討結果を基に、誰に伝えたいか、何を伝えたいか、見た人にどのように感じてほしいかを考えます。

ステップ1 具体的に考える	前回考えた将来ありたい姿と将来ありたい姿のキーワードをおさらいします。その上で、将来ありたい姿が実現したまちでの具体的な暮らしについて議論してみましょう（抽象的ではない「郡山での具体的な暮らし」を考えのがポイントです）。この時点では具体的な暮らしを一つにまとめる必要はありません。
ステップ2 1文で表現する	ステップ1を通じて議論した暮らしを俯瞰して1つの文章にしてみます。
ステップ3 キーワードの 磨き上げ	ステップ2の文章を表現するためのキーワードを再検討します。前回の「将来ありたい姿のキーワード」では挙がっていない言葉の追加や同じ内容だけど表現を言い換えてみるなどしてキーワードを磨き上げます。（本日の資料の内容も参考にしてみてください）
ステップ4 キーワードで表す	磨き上げたキーワードでキャッチコピー候補を検討してください。また、込められた想いも併せて整理してください。

※以下の言葉は抽象的で「郡山市ならでは」のキャッチコピーになりにくいので、それらを具体的に表現する言葉で「郡山市ならでは」を考えましょう。

「魅力」「活力」「共生」「持続可能」「安全・安心」「健康」など

## 第1ラウンドの共有

- ・ホストは1分半程度程度で第1ラウンドで話し合った内容を共有してください。その後、1分半程度程度で旅人は気になることがあればホストに質問をしてみてください。
- ・ベルが鳴ったら、旅人はまだ話を聞いていないグループに30秒で移動してください。

### 【ホスト】

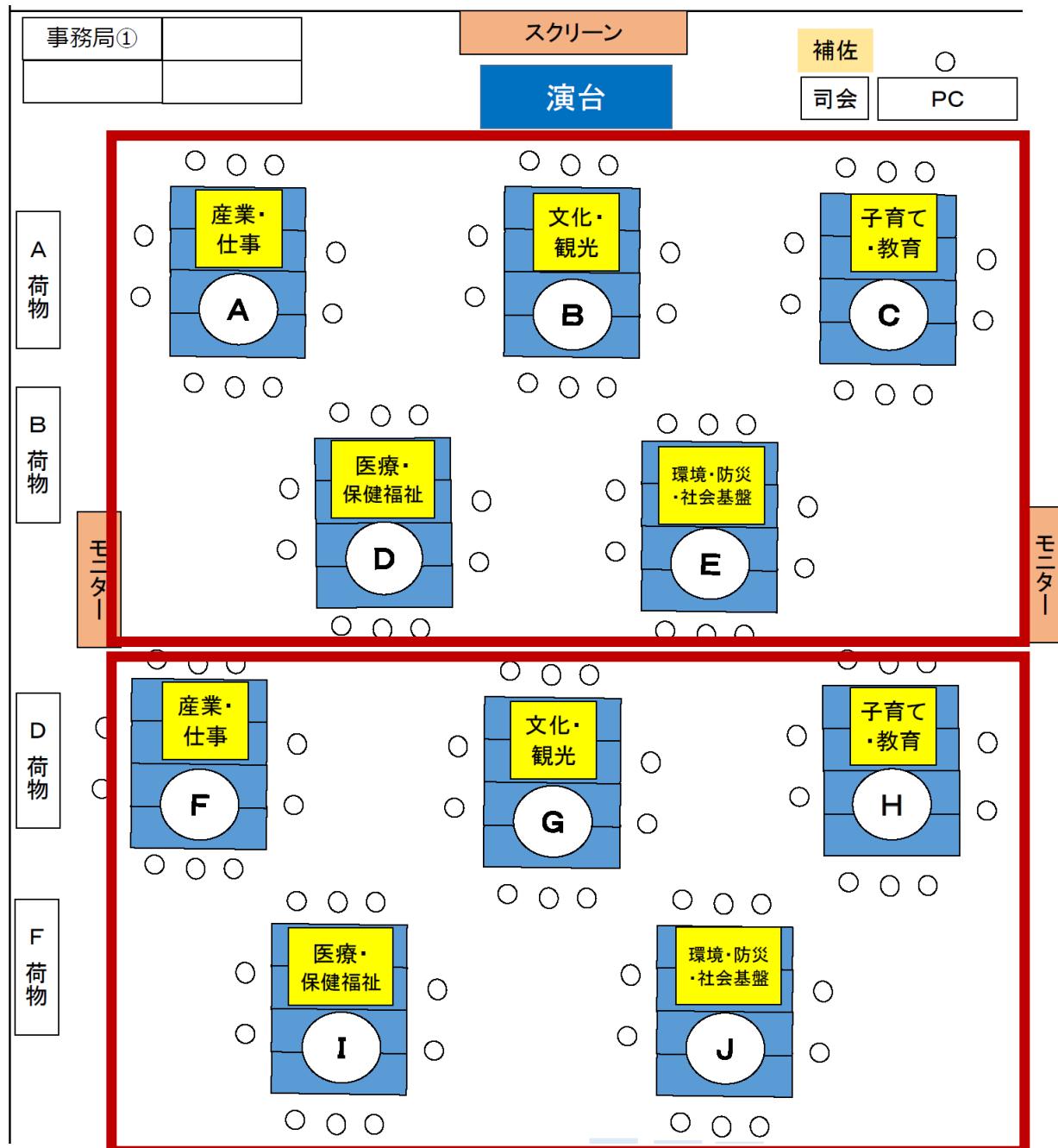
グループに残り、  
第1ラウンドで話し  
合ったことを旅人に  
伝える

### 【旅人】

他のグループに  
移動し、ホストの発表  
を聞く

# 第1ラウンドの共有：会場レイアウトと各グループのテーマ

- ・グループA～Eの方は、  
A～Eの中で  
移動してください。



- ・グループF～Jの方は、  
F～Jの中で  
移動してください。

## 第2ラウンド：ワークショップ

---

第2ラウンド

## 第2ラウンド：ワークショップ

- ・第2ラウンドでは、第1ラウンドの共有で受けたコメントや他グループの検討結果を踏まえキヤッチコピーをブラッシュアップします。

第2ラウンド  
キヤッチコピーをブラッシュアップしよう！

## 第2ラウンドの共有

- ・ホストは1分半程度で第2ラウンドで話し合った内容を共有してください。その後、1分半程度で旅人は気になることがあればホストに質問をしてみてください。
- ・ベルが鳴ったら、旅人はまだ話を聞いていないグループに30秒で移動してください。

### 【ホスト】

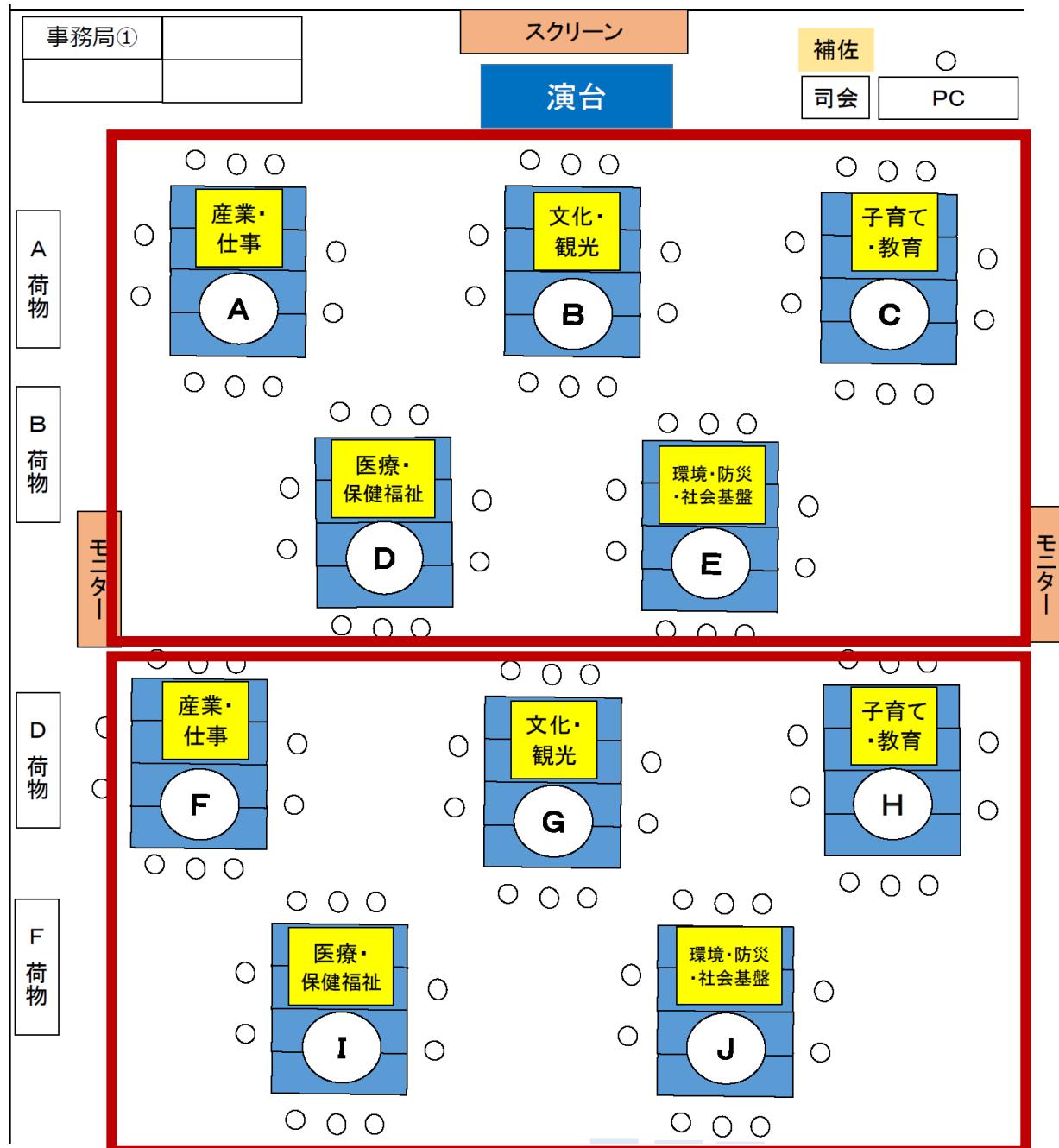
グループに残り、  
第2ラウンドで話し  
合ったことを旅人に  
伝える

### 【旅人】

他のグループに  
移動し、ホストの発表  
を聞く

## 第2ラウンドの共有：会場レイアウトと各グループのテーマ

- ・グループA～Eの方は、  
A～Eの中で  
移動してください。



- ・グループF～Jの方は、  
F～Jの中で  
移動してください。

- ・次回の未来戦略会議は  
**【令和6年11月17日（日）13時～15時】**を予定しています。  
次回もお待ちしています！