

特集

武雄市の新しい
キャッチコピー
が出来ました。

それ、武雄が始めます。

「あったらいいな」を、つくるんです。
「できるといいな」を、やるんです。
「こうしてほしい！」を「こうしよう！」と考える。

「あるモノ」を活かして「ないモノ」をつくる。
それ、武雄の得意とするところ。

市民で意見を出し合って、市民で解決策を見つけ出す。
一人ひとりが武雄の顔であり、武雄の代表なのだから。
オール武雄は、全員アイデア、全員アクションでいきましょう。

それ、面白いねえ。それ、新しいねえ。それ、大事だねえ。
いろんな「それ」を、武雄が始めます。
それ、武雄市民から始めます。

なぜ今、キャッチコピーを？



九州新幹線西九州ルート開業を4年後に控え、**「西九州のハブ都市」の実現に向けて進んでいます。**
そんな中、これから武雄市が目指していくまちの姿をキャッチコピーで表現することで、**市民の皆さんにも市外の方にも分かりやすくPRするため**キャッチコピーづくりを行いました。

キャッチコピーって何？



例えば、観光面でいうと「いで湯と陶芸のふるさと武雄」というキャッチコピーでPRしてきました。キャッチコピーとは、何らかの告知や宣伝に用いられる宣伝文句で、**人を動かすための言葉です。**その言葉に魅力を感じてもらい、記憶に残し、行動させるための言葉です。