

(4) 調査結果のまとめ

「松山市」の都市浸透の現状

- 松山市は、名前だけは知られているが、「理解」が低い。
理解の低さがそのまま、「魅力・興味」以降のプロセスに影響を与えている。
- 特に、首都圏・若年層・女性層で低い傾向。

「松山市」の都市浸透の課題

- 松山市に魅力を感じない理由は「その都市の魅力を知らないから」がトップ
- 松山市は、「松山城・道後温泉などの歴史遺産」や「文学・俳句」といった従来からの観光要素は、すでによく知られている。
- 一方で、**自然（特に海）、気候、食、人**といった要素での理解はまだ十分ではなく、それが魅力・興味の差につながっており、今後の魅力度向上のポイントとなる。

「松山市」の都市戦略構築に向けて

- 松山市への**居留意向**は、他の地方都市と比較して**トップクラス**に高い。
- 松山市居留意向者の望む暮らし方は、「のんびり」「仕事以外を充実」「田舎暮らしと都市の利便性の両立」という、大都会とは異なる暮らし方を希望。
- 来訪意向者が今後期待する「松山市」の魅力では、観て回る観光要素だけでなく、**自然、食、地域の風土・風習**といった**生活行動・ライフスタイル体験**が、より重要となってくる。

まとめ

大都市圏の人は松山の魅力を
「暮らして過ごす」スタイルと感じています。

来訪者のニーズも、自然、食、地域の風土・風習、ライフスタイルといった、
松山で過ごす・生活体験に移行しつつあります。

松山の魅力として今後、重要度が増すのは
松山ならではの「生活スタイル」

3.ヒアリングから抽出された松山の価値

■市民のみなさんと一緒に、松山の魅力を掘り下げました

関係機関・団体や企業・有識者による「都市ブランド検討会議」、首都圏に住む松山ゆかりの人たちによる「首都圏ふるさとミーティング」、一般公募の松山市民による「市民ワークショップ」、WEBサイト上での松山の魅力募集など、松山の魅力とは何かを様々な視点から掘り下げました。

「だんだん松山プロジェクト」(平成24年8月開始)

計画立案プロセス自体を「見える化」、参加型プロジェクトとして展開

都市ブランド
検討会議

市民
ワークショップ

首都圏
ふるさと
ミーティング

WEBサイト
(魅力募集)

■都市ブランド検討会議

都市ブランドに関わりの大きい企業・関係団体・メディア・学識者等で構成(18名)

- ・第1回目 平成24年9月6日 趣旨説明、私が思う松山の魅力について
- ・ヒアリング 平成24年10月15日 ブランドコンセプトについて
- ・第2回目 平成24年12月12日 ブランドメッセージ・ロゴマークについて

■市民ワークショップ

公募の市民によるワークショップ

- ・第1回目 平成24年9月29日 松山のよさをみつけるカフェ 参加者36名
- ・第2回目 平成24年10月14日 松山の未来を描くカフェ 参加者53名

■首都圏ふるさとミーティング

松山にゆかりがあり、仕事や活動で都市ブランドに関わりの深い首都圏在住者で構成(14名)

- ・第1回目 平成24年10月31日 ぜひ伝えたい松山の真の価値
- ・第2回目 平成24年11月14日 松山の魅力の全国発信

■WEBサイト

プロジェクトの取り組みを市民へ広報するとともに、松山の魅力や都市ブランドに対する意見を募集するなど市民参加のためのWEBサイトを開設

- ・松山の魅力や方策について140件を超える意見が寄せられました。

(1) 都市ブランド検討会議

松山らしい暮らし

地理的条件や文化的な魅力、それによって生まれた松山人のあったかさ、よもだの精神

暮らしのブランド

松山は圧倒的に暮らしのブランドが強い。本当に豊かな暮らしのできる街。食べ物・家賃が安い。

住みやすさ・居心地の良さ

自然災害が少なく、気候がおだやか。歴史があり、とても落ち着いた街。

「よもだ」「いいかげん」の精神

まあ、なんとかなるわの精神。よもだが俳句の文化を作ってきたといわれる。

白黒ははっきりさせる考えで芸術文化は生まれにくい。

松山らしいライフスタイル

松山は外に向けて何を約束できるかが大切。

現在のライフスタイルやニーズに合うインパクトのあるものに絞り込んでいかなくてはならない。

コンパクトシティ

非常にコンパクト化された都市。碁盤の目に整備された珍しい都市。

瀬戸内海・島・海・山

島があることが魅力。山があって海があってやっぱり松山ならではの。

100万都市のような歓楽街

50万都市でありながら100万都市のような歓楽街が集積。食べ物もお酒もおいしい。

極楽セット

美味しい食事を食べ、温泉に行くコースを極楽セットと呼び、楽しんでいる。



(2) 市民ワークショップ

人のココロと、人と人の関係性 そして
そんな人を育む調和のとれた **暮らしやすさ**

「真の松山の価値」とは
松山の魅力といえば、道後温泉、坊っちゃん、坂の上の雲、紅まどんな、穏やかな気候、おもてなし文化などいっぱいありますが、実はそれだけではありません。
松山の真の価値とは……。松山はそんな世界一の……。都市です。

走攻守を備えた都市

ぼちぼち（金沢+広島）×0.8=松山

デレツン都市

誰でもウェルカムのピュア、ナチュラルストレスフリー。

いいひと育成都市

自分大好き、周りの人も大好きなお母さん。松山に慣れると優しくなれる。

自分の好きな人が好きになる都市

一人ひとりが自分らしく、そしてみんなが自分らしく生きられる。

国民幸福度No.1 松山王国

どんな人が来ても、ちょうどいい幸せはちょうどいい行動から生まれる。

謙虚なおせっかい都市

迷っている人がいても積極的に声はかけないが、聞かれたら積極的に案内します。



(3) 首都圏ふるさとミーティング

「全部載せ」 最高ではないがすべてがそろっている ゆっくりした松山時間、暮らし、海、島、文化、青春

「全部載せ」 all in one

中途半端だけどすべてがそろっている松山のすごさ。

届く範囲に遊び・食・住がある

温泉に入ってから食事に10分で行ける。移動のよさからタレントはまた来たいと話す。

生活力

空港も山も海も近いし、美味しいご飯。ポジティブな憧れの生活の実現。

人の良さ。学力水準の高さ

あたたかな人のよさと歴史文化に裏付けされた学力水準の高さ。

程よいゆっくりとした時間

ゆっくりしていきましょうよ、それが松山。

仕事の仕方が変わり、東京勤務の必然性が変化。

瀬戸内海・島・ショートトリップ

穏やかな瀬戸内海に面している。四国は島。住んで食べてショートトリップ。

文化系都市・ことば文化

俳句甲子園など文化的なイメージ。

青春がきらめく街

「がんばっていきまっしょい」「坊っちゃん」松山が舞台の青春ものが多い。



(4) 市民意見募集 (WEBサイト)

コンパクトで食に恵まれている **松山の都市としての魅力**
 そこから生まれる松山ならではの **ゆっくりした暮らしと人のあたたかさ**

松山の暮らし

地価も物価も安いからすごく住みやすい。通勤時間が短く余暇が多く取れる。

ゆっくり過ごせる

身近なところにお店や繁華街や温泉がある。松山に住んでいるとゆる〜いペースになる。

コンパクトにまとまっている

買い物も便利。中心部に店舗が集積。市内電車やバスなど交通の便がいい。

知られていない魅力

萬翠荘と二ノ丸史跡庭園と道後公園が知られていないのは危機感を感じる。

人のあたたかさ

人が真面目であたたかくて雰囲気にとりがある。人がおだやかで楽観的で話すと癒される。

おっとり文人肌の市民

学校の授業で俳句を作る地域は滅多にない。知らない間に歴史・文学にふれ松山人に。

食に恵まれている

鯛や高級みかん、海の幸に恵まれ、端から見ればリッチな生活をしている。

青春の街

未来を担う子供たちが自分らしく生きていける。

中高生はお城下の道を通い道後の足湯につかり、城山公園でのんびり過ごす松山らしい青春。



(5) ヒアリング結果のまとめ

■市民のみなさんから多くのご意見をいただきました

多くの市民のみなさんから様々な視点で松山の魅力について意見をいただきました。その中で、松山の魅力は「人のあたたかさ」「よもだの精神」「コンパクトさ」「食」「ゆっくりした暮らし」「青春」「文化」「地理的条件」「海」「島」など、人のあたたかさや松山ならではの暮らし方に魅力があるとの意見が多く出されました。

都市ブランド 検討会議	松山らしい暮らし 地理的条件や文化的な魅力、それによって育まれた 松山人のあたたかさ、よもだの精神
市民 ワーク ショップ	暮らしやすさ 人のココロと、人と人の関係性 そしてそんな人を育む調和のとれた松山
首都圏 ふるさと ミーティング	「全部載せ」 最高ではないが、すべてがそろっている ゆっくりした松山時間、暮らし、海、島、文化、青春
市民意見募集 (WEB)	コンパクトで食に恵まれている 松山の都市としての魅力 そこから生まれる松山ならではの ゆっくりした 暮らしと人のあたたかさ

市民のみなさんの意見をもとに、松山の基本価値を設定しました。

松山の基本価値

人と暮らしやすさ

人のあたたかさ、よもだの精神、コンパクト、食、
ゆっくりした暮らし、青春、文化、地理的条件、海、島