

幸せになろう。

松山市

MATSUYAMA CITY

第2期 松山市都市ブランド戦略

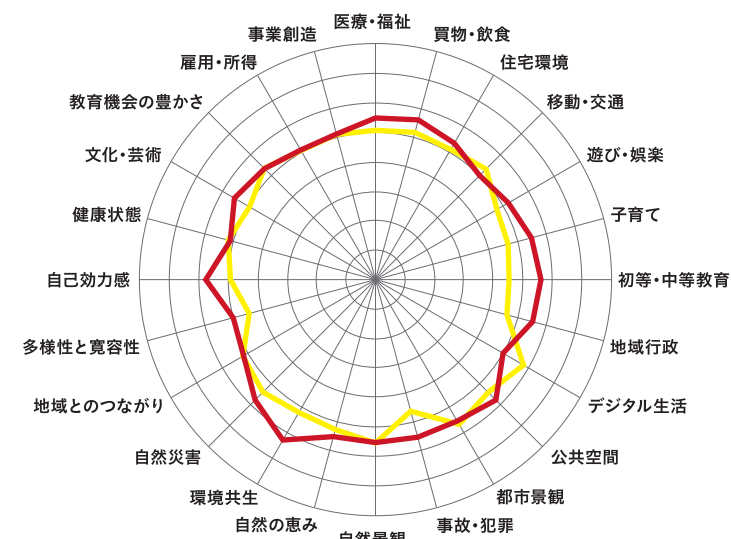
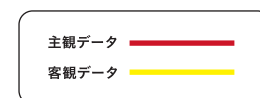
幸せになろう。

まるでプロポーズみたいで少し照れますが。
あなたと松山市の関係を、ひとつ先に進めたくて、
このスローガンは生まれました。
新型コロナ、戦争、物価高、人口減少、自然災害 etc.
複雑で、不確かで、ものごとの予測が困難な時代に、
「これからの松山」を考えるのは簡単なことではありません。
そこでまず大切にしたのは松山の「現在」に想いをはせること。

① 松山市の現在 (Well-Being指標)

松山市はさまざまな要素
(幸福度・生活満足度の因子) が
バランスよく整っていて、
全体的に主観値も高いことが
分かりました。

出典：2023年度版(令和5年度版)
Well-Being全国調査



② 松山市民の「現在」の声

松山市民の声では、自分たちのまちに
対して、すべてが揃うコンパクトシティ、
人の優しさや癒し、独自の経済圏、
などを評価しています。

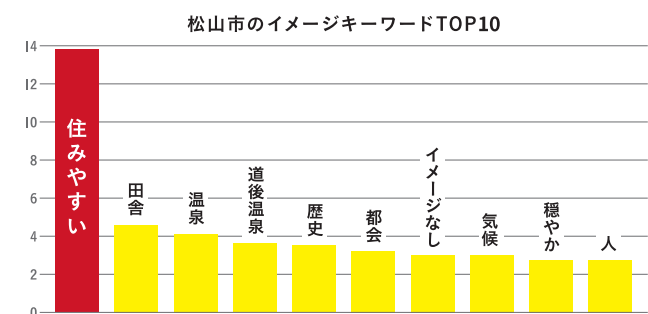
出典：「小学生・中学生アンケート報告書(2024年)」、
「高校生・大学生等アンケート報告書(2024年)」、
「松山市への移住者インタビュー(2023年)」



③ 松山市民の 「現在」のイメージ

松山市民がイメージする
キーワードは「住みやすい」が
最も多い結果となっています。

出典：日本の都市特性評価
都市のイメージ調査(森記念財団 2023年)



市民のみなさんとのワークショップ、意識調査、
移住者の方へのインタビューなどを重ねていく中で、
一つのキーワードが見えてきました。

それが「幸せ」です。

「海、山、自然の近さ」「歴史や文学のかおり」

「あらゆるものに手が届くまちのコンパクトさ」

「おだやかな人と気候」「自分のはやさで過ごせる時間」

「手頃な住宅コスト」etc.

松山が持つこれらの魅力はすべて、

人が「幸せを築く」ための種ではないか。

その種をみなさんと守り、育て、また新しい種を
見つけながら、ともに手を取りあって歩んでいけば、
幸せが個で存在するのではなく、

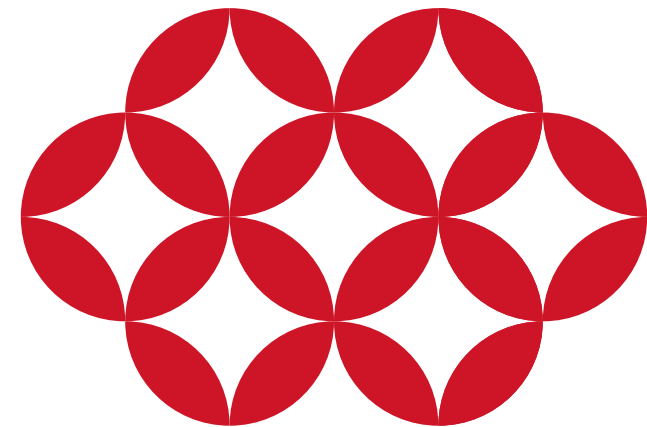
「幸せがつながるまち」=“幸せ循環都市”に
なれるのではないかと。そう思ったのです。



暮らす人、育つ人、移り住む人、旅する人。
まず、一人ひとりの幸せが見える。
その個としての幸せが、たくさんの音符が楽譜になるように、
多彩な色の絵の具が一つの絵を生み出すように、
都市として、松山としての幸せになっていく。
その幸せが世界へシェアされ、ここへやってくる人がまた増え、
より大きな幸せがえられる、そんな未来。
大都市では難しいことでも、
幸せの種がぎゅっと詰まった松山でなら実現できる。
「世界がめざす幸せはどこにある？」そう聞かれた時、
「松山にあるぞ！」と誇れるまちになれる。
そんな気がするのです。



あなたと、幸せになる。あなたから、幸せがひろがる。
そんなまちになりたい。きつとなれる。なりましょう。
いま、胸を張って、恥ずかしがらず、
この言葉をまっすぐ伝えます。
「幸せになろう。」
あなたの、みんなの、これからの。
幸せをまんやかに考えていく、
松山市です。



幸せになろう。
松山市
MATSUYAMA CITY

ブランドスローガン