

STEP1
国内環境の分析



全国的な流れを受けて
将来、松山市を
取り巻く環境は
どうなっているか

結果概要

愛媛県は全国の中でも人手不足率の増加が大きいと予測される地域で、社会参画の後押しや共助の取組推進が一層重要となります。このような中、社会課題解決の担い手として新しい事業に取り組む企業が活躍する可能性があります。また、子育てや環境は、社会や政府の推進もあり、今後の社会トレンドになる可能性があります。

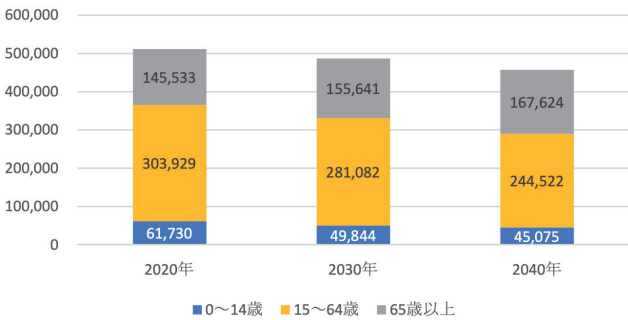
10年後の松山市を取り巻く環境まとめ (PEST分析)

政治的要因 (Politics)	経済的要因 (Economy)
・ 少子化対策の推進、人口減少社会に向けた法改正の動き ・ 環境対策の機運の高まり ・ 共生社会・多様性の受容に向けた動き (外国人の増加へ)	・ 第3次産業就業者数及び卸売業・小売業の売上高の大きい経済構造 ・ 社会課題解決の担い手としてのスタートアップへの期待 ・ インバウンドの増加
社会的要因 (Society)	技術的要因 (Technology)
・ 人口減少・少子高齢化の進行 (就業・社会参画の重要性の高まり、働き手となる人材の獲得競争の激化へ) ・ 都市への人口集中 (県庁所在地における人口集中度の上昇) ・ 単独世帯の増加	・ スマートシティによる地域サービス創出・市民参画の促進 ・ ペットロボット、メタバース等による人との接点の在り方の変容 ・ 自動化やロボット技術による生産性の向上、家庭内時短率の向上

松山市の人口見通し

松山市では、人口減少・少子高齢化が進み、生産年齢人口（15～69歳）の総数・割合は減少する見込みです。愛媛県の人出不足率でみると、2040年には32.4%になると試算されており、供給力の確保のため、就業・社会参画の促進が重要となります。

松山市の年齢3区分別人口の見通し



出典:国立社会保障・人口問題研究所
「日本の地域別将来推計人口(2023年推計)」より作成

愛媛県の人出不足率の見通し

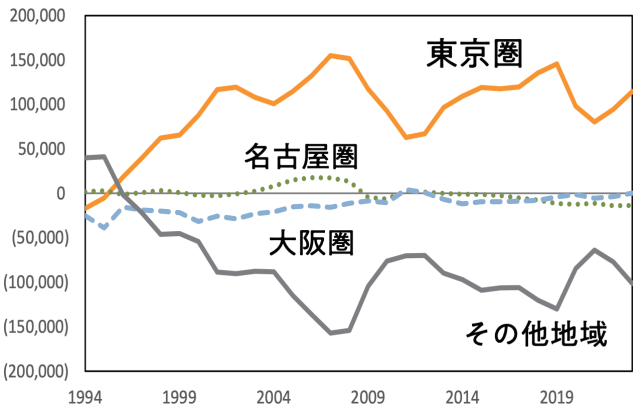
順位	都道府県	2030年	2040年	不足率の変化
1位	京都府	13.8	39.4	25.6
2位	北海道	6.7	31.8	25.1
3位	長野県	8.7	33.5	24.8
4位	茨城県	7.6	30.8	23.2
5位	山形県	9.1	32.1	23.0
6位	新潟県	12.0	34.4	22.4
7位	静岡県	7.8	29.6	21.8
8位	岡山県	8.1	29.5	21.4
9位	愛媛県	11.4	32.4	21.0
10位	栃木県	8.9	29.8	20.9

出典:内閣官房 新しい資本主義実現会議
(第25回、2024年3月26日)より作成

都市部への人口流入

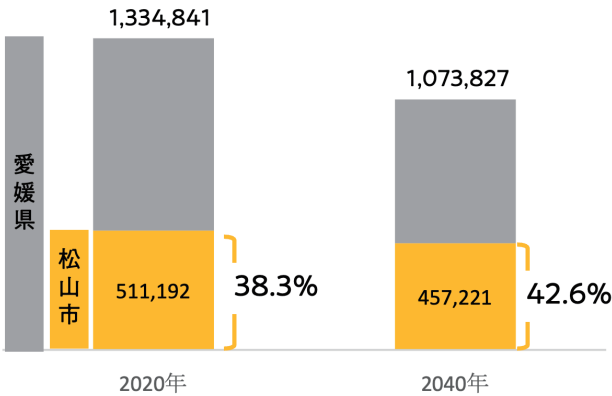
地域別の人口動態を見ると、30年近く東京の一極集中が続いていて、最新の地域別将来推計人口をみてもこの傾向は継続する見込みです。一方、松山市は、人口は減少するものの愛媛県他市町からの流入があり、愛媛県内における松山市民の割合は上昇する見込みです。

東京への一極集中



出典:総務省「住民基本台帳人口移動報告(1994年～2023年)」より作成

愛媛県における松山市民の割合

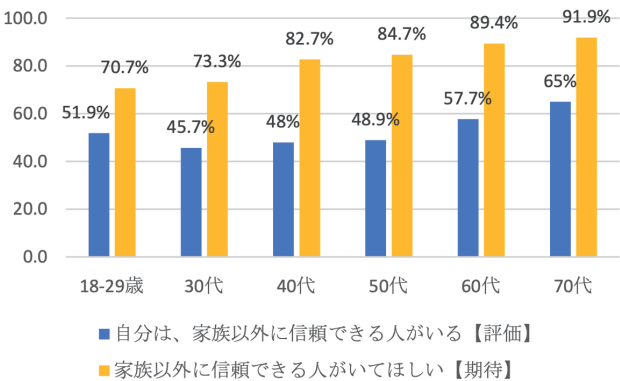


出典:国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(2023年推計)」より作成

社会関係の変化

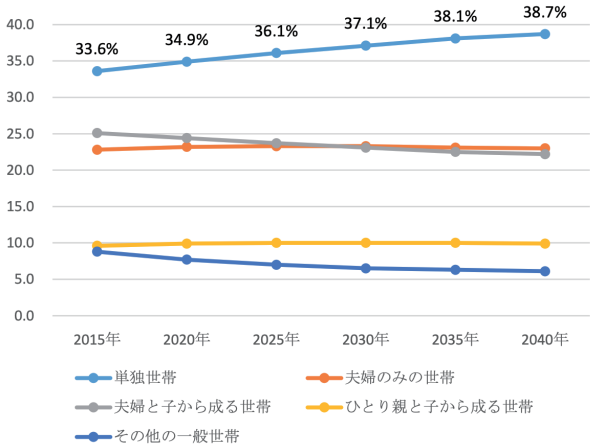
クオリティ・オブ・ソサエティ指標2023によると、家族以外に信頼できる人について、「いる」と答えた人の割合よりも「いてほしい」と回答した人の割合が高い結果となりました。また、愛媛県における世帯構成の変化では、単独世帯が徐々に増えていく推計となっています。家族以外に信頼できる人がいることの重要性は一層増していくと考えられます。

社会関係に関する評価と期待



出典:クオリティ・オブ・ソサエティ指標2023
(電通総研)より作成

愛媛県における世帯構成の変化

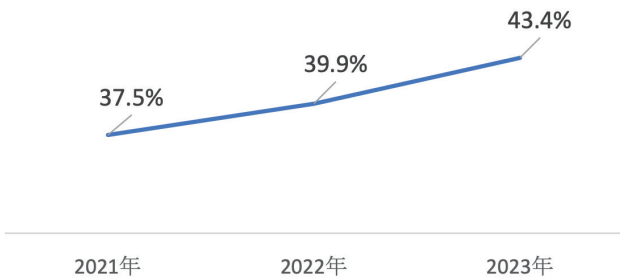


出典:国立社会保障・人口問題研究所(2019年推計)より作成

少子化対策・環境問題の解決への機運の高まり

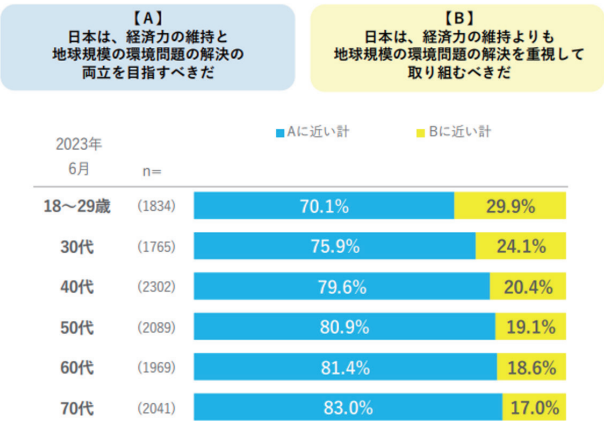
世論調査によると、少子化対策を課題と認識する国民の割合が増えています。また、若年層ほど、「地球規模の環境問題の解決を重視して取り組むべきだ」と回答する割合が増加しています。少子化対策や環境問題は、世論を受けて、政策決定において今後ますます重要になると考えられます。

政府に対する要望に「少子化対策」と答えた割合



出典:国民生活に関する世論調査(内閣府、2021年~2023年)より作成

目指すべき社会像(環境)

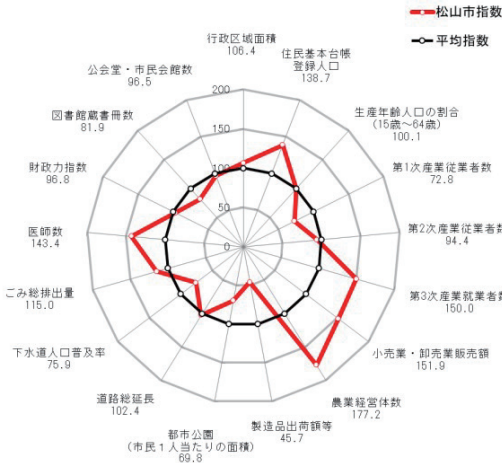


出典:クオリティ・オブ・ソサエティ指標2023(電通総研)

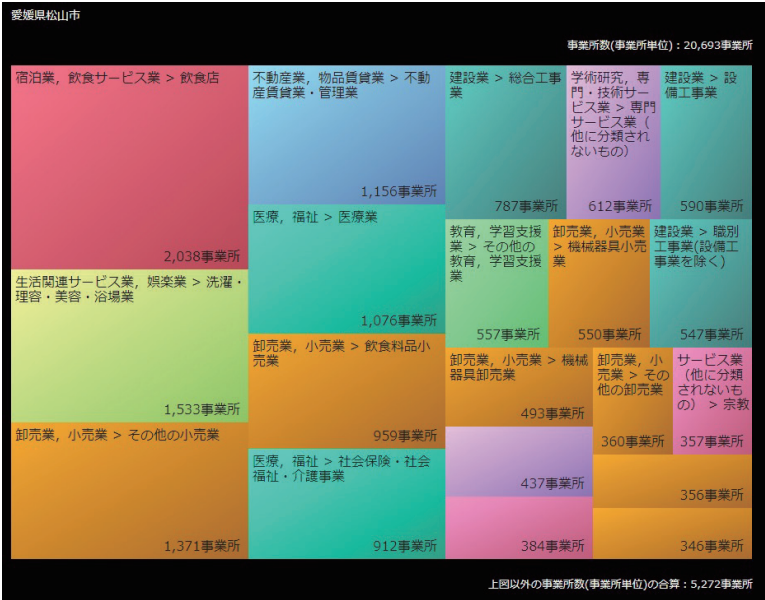
松山市の経済構造

松山市は、第3次産業就業者数及び卸売業・小売業の売上高の大きい経済構造となっています。事業所数で見ると、飲食店、洗濯・理容・美容・浴場業、その他小売業が多くなっています。

中核市62市の平均に対する
松山市指数



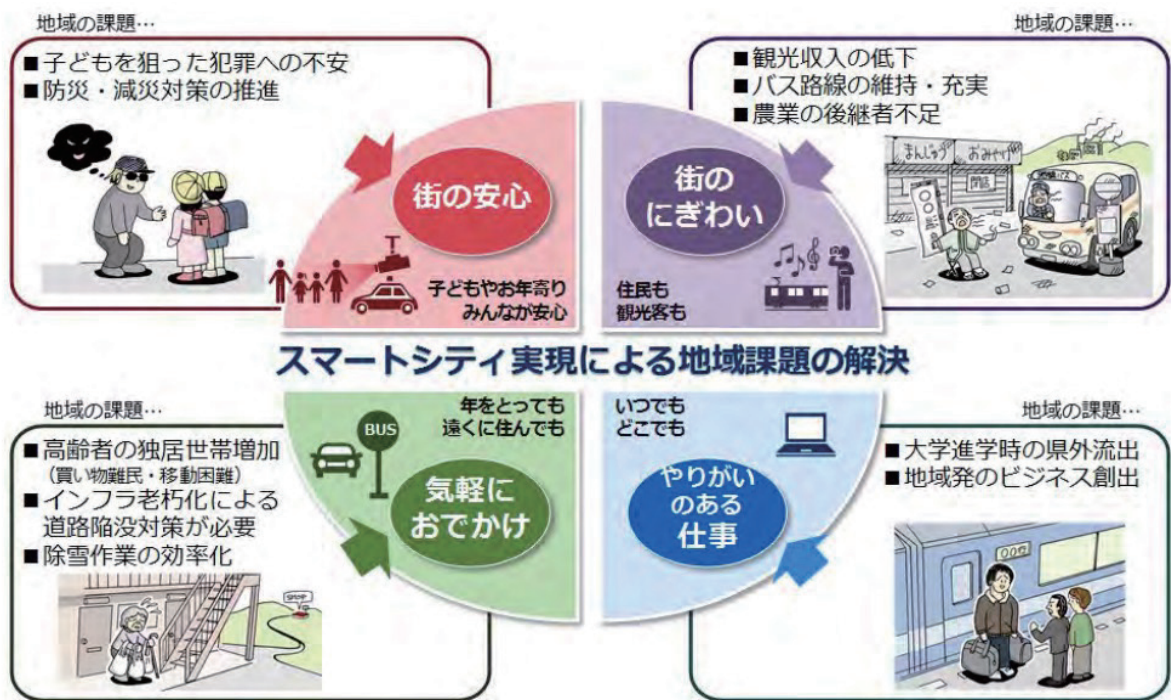
出典:令和4年度 松山市統計書



出典: RESAS産業構造マップ(2021年)

デジタル技術による地域課題の解決

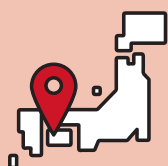
地域の活力の維持・増強を実現するための手段として、政府は、デジタルを活用した地域のスマートシティ化を推進しています。デジタル技術を活用し、地域の幸福度を高めることが求められています。



出典:スマートシティリファレンスアーキテクチャの使い方(内閣府、2023年)

STEP2

地域の分析



松山市の
特徴は何か

結果概要

松山市には、“住みやすい”という市民の共通イメージがあり、これはコンパクトシティ、美しい自然（瀬戸内海、山、島）、人の優しさなどに由来すると考えられます。また、松山城や道後温泉、文学的イメージ（『坊っちゃん』など）もプラスに働いていると考えられます。

また、関東・関西と比べ、全般的にポジティブでソーシャルな投稿割合が高く、特に子育て・教育や環境分野はこの傾向が顕著でした。

松山市の地域特性まとめ（SWOT分析）

強み (Strength)	弱み (Weakness)
・ “住みやすい”という市民の共通認識 ・ 生活が潤うコンパクトな街並み ・ 市民の主観的な満足度の高さ ・ 道後温泉や松山城、『坊っちゃん』・正岡子規・『坂の上の雲』の歴史・文学的イメージ ・ 自然の豊かさ（瀬戸内海、山、島） ・ 人の優しさ、キーパーソンとの近さ ・ 名産品（みかん、海産物、銘菓、工芸品等）	・ 近畿地域・関東地域における松山市への関心の低さ ・ “子育て”や“健康”など各分野単体での競争力（類似都市と比べ突出した分野がない） ・ 類似都市と比較した単独世帯の多さ、共働き世帯の少なさ
機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
・ 松山市出身者（特に20-30代）のUターン意向の高さ ・ 環境・少子化対策の機運の高まり ・ スマートシティによる地域サービス創出、市民参画の促進 ・ 地域活性化のためのスタートアップ ・ インバウンドの増加	・ 全国的にも高水準な人出不足（就業・社会参画の重要性の高まり、働き手となる人材の獲得競争の激化） ・ 人を強力に惹きつける大都市（関西圏や首都圏）の存在 ・ 独身世帯の増加、技術進歩（ペットロボット、メタバース等）による人との接点の在り方の変容

市民の住みやすさに関する

さまざまな全国ランキングで上位に位置しています。

市民にとって快適で豊かな生活を支える重要なポイントとなっています。



地域でとれた食材の
入手のしやすさ

全国**1**位

温暖な気候に恵まれた松山は美味しい食材の宝庫。市内スーパーの産直コーナーでも新鮮な野菜や瀬戸内の恵みが入手できる。

出典:地域の生活コスト『見える化』システム
(経済産業省)



通勤・通学にかかる
時間の短さ

全国**2**位

満員電車で揺られることもなく、まちがフラットでコンパクトなので自転車で通う人も多いのが特徴。

出典:「令和3年社会生活基本調査」総務省統計局
※男女10歳以上の仕事時間の平均値



余暇時間の長さ

全国**2**位

通勤と仕事時間が短いから、家族と一緒に余暇や趣味などが楽しめる自由な時間が全国で2番目に長い。

出典:「令和3年社会生活基本調査」総務省統計局
※男女10歳以上の3次活動時間の平均値



ショッピングセンター
への距離の近さ

全国**1**位

市内中心部の銀天街、大街道商店街周辺には百貨店や商業施設が充実。車で20分ほどの郊外には中四国最大級のショッピングモールもある。

出典:地域の生活コスト『見える化』システム
(経済産業省)



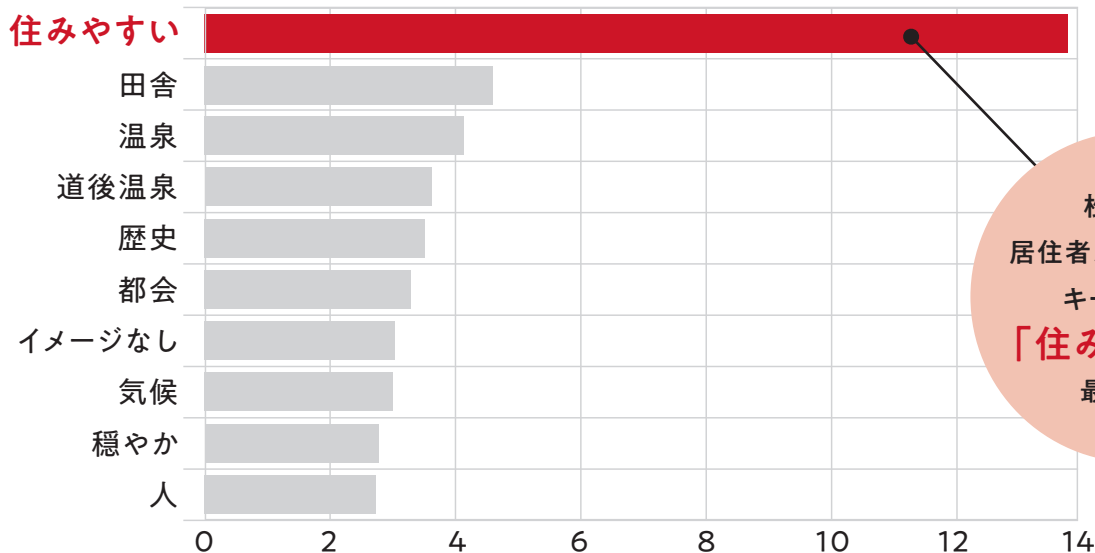
病院又は診療所
までの距離の近さ

全国**1**位

愛媛県立中央病院や松山赤十字病院など、街の中心部に愛媛県の拠点医療機関があり、いざというときにも心強い。

出典:地域の生活コスト『見える化』システム
(経済産業省)

松山市のイメージキーワード TOP10

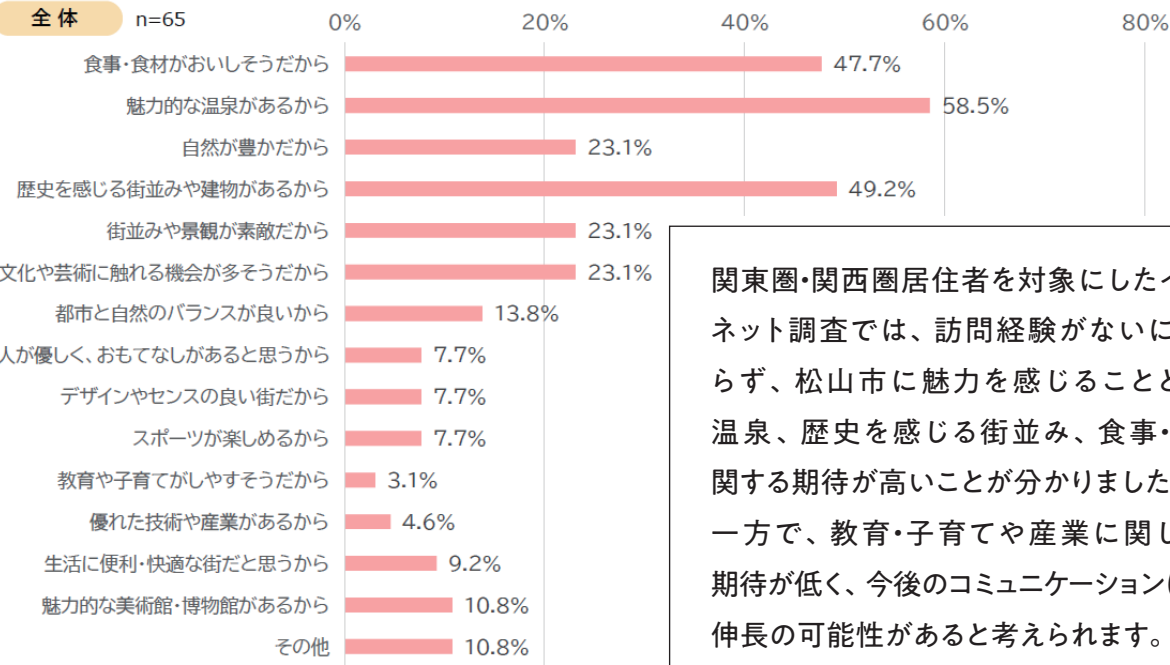


松山市の
居住者がイメージする
キーワードは
「住みやすい」が
最も多い!

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)

関東圏・関西圏居住者の松山市に関するイメージ

Q 松山市は、行ったことも住んだこともないに関わらず、魅力を感じる都市です。
なぜ行ったことがないに関わらず、魅力を感じるのでしょうか。あてはまるものをすべてお答えください。n=65
■松山市への訪問経験がなく、松山市に魅力を感じると回答した人



関東圏・関西圏居住者を対象にしたインターネット調査では、訪問経験がないに関わらず、松山市に魅力を感じることとして、温泉、歴史を感じる街並み、食事・食材に関する期待が高いことが分かりました。
一方で、教育・子育てや産業に関しては、期待が低く、今後のコミュニケーションによって伸長の可能性があると考えられます。

出典:松山市に関するイメージ調査(2023年)

松山市出身者のUターン意向

松山市へのUターン意向

(単位:調査数は人、それ以外は%)

		調査数	ほぼ決まてりい、その時期も	松山市にいたい、	いつかは松山市にいたい、	今のところ松山市にはない
全体		208	10.1	42.3	47.6	
性別	男性	134	11.2	44.8	44.0	
	女性	74	8.1	37.8	54.1	
居住地	東京圏	104	9.6	41.3	49.0	
	関西圏	104	10.6	43.3	46.2	
年齢階級	20～29歳	60	16.7	50.0	33.3	
	30～39歳	50	6.0	56.0	38.0	
	40～49歳	54	7.4	35.2	57.4	
	50～59歳	33	9.1	27.3	63.6	
	60歳以上	11	9.1	18.2	72.7	

出典:愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査(2015年)

松山出身者のUターン希望理由 TOP3

20代	地域への愛着があるから	80.0%
	家屋や土地があるから	75.0%
	友人や知人がいるから	47.5%
30代	地域への愛着があるから	64.5%
	家屋や土地があるから	41.9%
	家族との距離が近くなるから	41.9%

松山出身者のうち、20-30代では6割強がUターン意向がある結果となり、その理由としては「地域への愛着があるから」の回答が最も多くなっていました。Uターン意向は、年齢を重ねると減少する傾向があることも示唆されました。

移住者インタビューから見た松山市の良いところ

移住者に対話形式で意見を掘り下げるデプスインタビューを実施したところ、松山市の魅力として、コンパクトシティ、人の優しさ、癒やしが見えてきました。また、松山だったらチャレンジできるなど、ビジネスチャンスを感じるとの意見も出ました。

コンパクトシティ

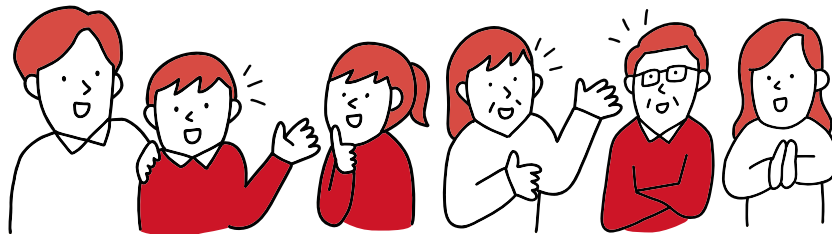
自転車で動ける範囲で生活が潤う

海と山と都会と島と、全部が揃っている。こんなまちは日本にはもうないと思っている

ビジネスチャンス

ある程度の都会感がビジネスチャンスを感じさせる。松山だったらできるのではないか、ちょっとチャレンジしてみたいと感じさせてくれた

キーパーソン的な感じの人との距離がすごく近い。自分とはこれまで関わりがなかったような人たちとダイレクトにつながることができる



初対面の人にも優しく、さまざまなものを与えてくれる。寛容さが押しつけがましくなく残っている

日照時間が長いところ。子育てに疲れた時も青空に助けられた

小児科の先生が父親である自分にも優しく親身になってくれた。滞在中に出会ったまちの人たちもみな優しく、ここに住みたいと思った。こんなまちが日本にまだあったんだと思った

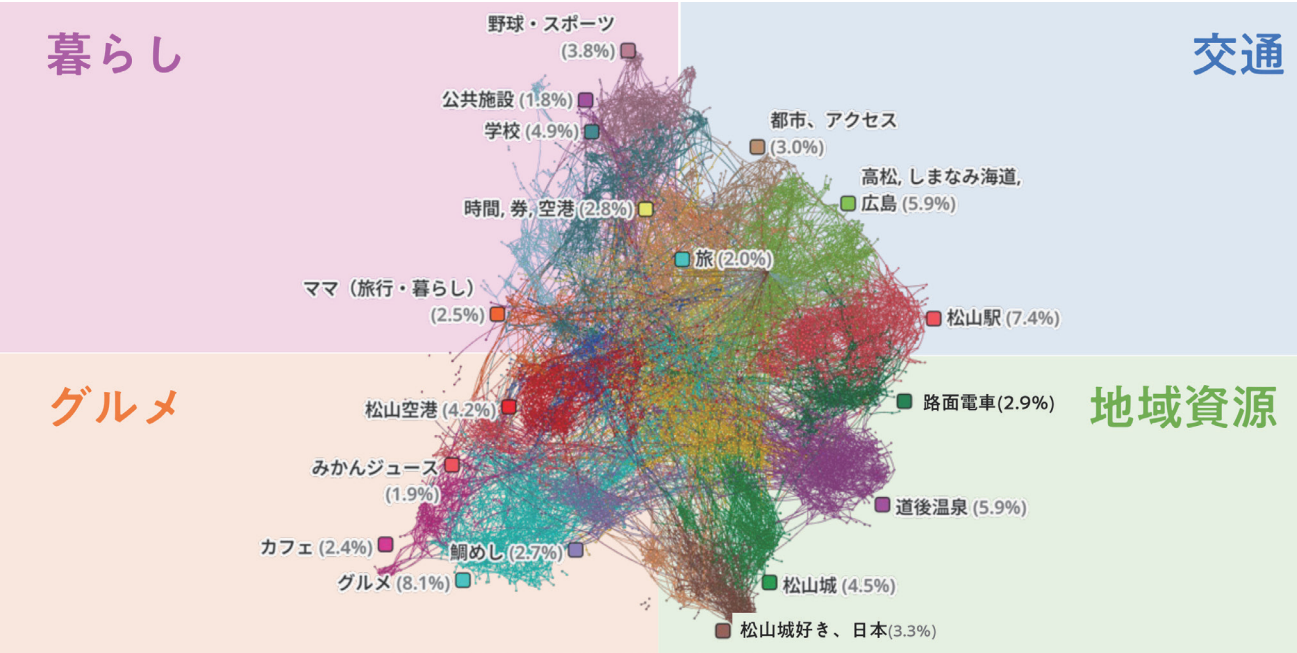
人生に疲れた人は来たらいい。みかん狩りの仕事を一生懸命頑張って、温泉に入れば元気になりそう

人の優しさ

癒やし

松山市のポジティブな要素（ソーシャルデータのネットワークマップ分析）

松山市に対するポジティブな投稿をクラスター分析し、話題の関連性を分析したところ、暮らし・交通・グルメ・地域資源 の4カテゴリーに分類できました。また、松山城や道後温泉は独立した話題として言及されやすく、ブランドイメージとして確立していることが示唆されました。



暮らし	高校野球の強豪校・プロ野球のキャンプ地といった野球の話題やサッカー、プロレスなどのスポーツを応援する投稿が見られました。また、公共施設である坂の上の雲ミュージアム・考古館などの評価が高く、地元の子育て家族が松山の自然や松山城などの観光を楽しむ様子が投稿されています。
交通	主要な観光地やターミナルへの路面電車のアクセスの良さや、広島とのアクセスが良い点、近隣の他都市と比較したうえで駅前が栄えている点が評価されていました。また、松山駅の高架化による利便性の向上、バリアフリーや自動改札導入が期待されています。
グルメ	道後温泉や松山城と共にご当地グルメとして鯛めしやじゃこ天を楽しむ声がみられ、松山市を満喫する要素になっていました。また、松山市の玄関口である松山空港に、蛇口からみかんジュースが出てくる演出があることについて、地元民にも観光客にもポジティブに捉えられています。
地域資源	松山城に向かうロープウェイからの景色の良さが多くの投稿者から好まれていました。また、日常の中で、松山城や路面電車が走る歴史的な街並み、温泉のある町の空気が感じられ、松山への好意的な感情や松山で過ごす癒やし・誇りにつながっていることが見てとれました。

出典: QUID 分析「ネットワークマップ分析」(2022年6月～2024年5月のソーシャルデータより)

※ソーシャルデータのネットワークマップ分析

ソーシャルデータ (SNS、口コミサイト、ニュース等) に含まれるキーワードをAIで解析し、投稿量や話題の関連性を分析しています。各投稿を点で表示し、点をつなぐ線の距離が長いほど関連性が低い話題を表しています。ソーシャルメディアの投稿では、ユーザーが自発的に発信しているため、アンケートとは異なるリアルな意見や感情、潜在的なニーズを把握しやすくなります。

STEP3 市民の声の分析



市民は、
どのような将来を
描きたいか

結果概要

若者の声では、年代によって理想像の重心が変わるものの、自然との共存、清潔さ・楽しさ、安全・便利、包摂的社会・幸福が共通していました。また子育て・教育分野への関心の高さが見て取れました。松山城や道後温泉が市民にとって幸せを感じる大切な場所であることが示唆され、暮らしの中で文化・スポーツなどに興じてポジティブに生きる姿が発見されました。

小・中・高・大学生等アンケートから見る将来の松山



小学生

- ・自然と共存し持続可能な都市生活を目指す
- ・安全、コミュニティ、社会的結束が重要
- ・都会の便利さと自然の美しさの調和を保ちたい



中学生

- ・清潔で安全で楽しい都市環境が重要
- ・環境への配慮、持続可能性、環境にやさしい居住空間
- ・多様な娯楽、調和のとれた地域社会の雰囲気



高校生

- ・治安の良さ、清潔な環境、便利な設備で、安全で住みやすい
- ・公共インフラを整備・発展してほしい
- ・物価の安さ、コミュニティの活気、家族へのやさしさなどが重要



大学生等

- ・すべての個人が幸福を享受できる
- ・アクセシビリティの向上、より活気があり、多様性に富み、利用しやすい都市環境
- ・あらゆる年齢、性別、背景を持つ人々にとって安全で楽しい

出典: QUID分析「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)」

※ QUID分析(AI分析): アンケート報告書の自由回答をAIが解析し作成した要約を基に作成しています。

小学生が考える将来の松山



頻出ワード分析

出典: QUID分析「小学生・中学生アンケート報告書(2024年)」



センチメント分析

- ・自然がきれい
- ・公園などがきれい
- ・ごみのないきれいなまち
- ・みんながみんなに優しい
- ・環境に優しいまち
- ・地域の人が優しいまち

中学生が考える将来の松山



頻出ワード分析

出典: QUID分析「小学生・中学生アンケート報告書(2024年)」



センチメント分析

- ・夜景がきれいなまち
- ・トイレがきれいなまち
- ・水がきれいなまち
- ・みんなが楽しく安全に暮らせるまち
- ・楽しい遊び場があるまち
- ・楽しく過ごせるまち

高校生が考える将来の松山



頻出ワード分析

出典: QUID分析「高校生・大学生等アンケート報告書(2024年)」



センチメント分析

- ・安心して楽しく過ごせるまち
- ・小さい子から高齢者まで全員が楽しく暮らせるまち
- ・自然豊か
- ・緑豊かでたくさんのお店があるまち

大学生等が考える将来の松山



頻出ワード分析

出典: QUID分析「高校生・大学生等アンケート報告書(2024年)」



センチメント分析

- ・自然を大切にするまち
- ・市民の意見を大切にしてくれるまち
- ・いつまでも歴史を大切にするまち

※センチメント分析

自然言語解析によって、感情を表す頻出ワードを表しています。

第2章 現状分析 - STEP3 市民の声 詳細 -

まつやま未来ミーティング

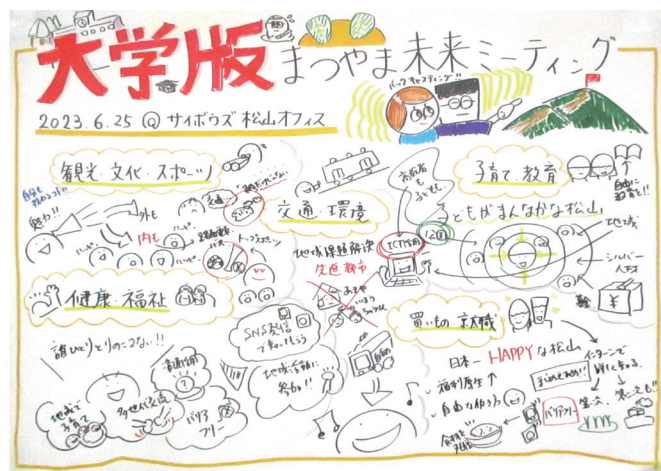
高校生、大学生、若手社会人が「理想とする松山の未来像やその実現のために自分たちに何ができるか」について意見交換を行いました。各分野の10～20年後の松山では、幸せ、あたたかい、助け合い、といったウェルビーイングを示唆する言葉が多く出ました。

■高校生



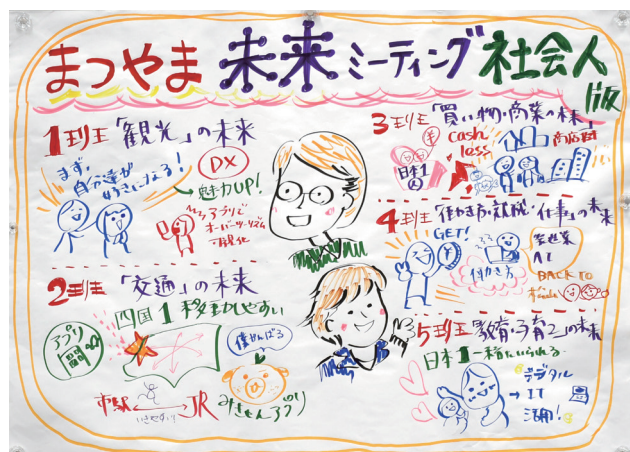
テーマ	●●●な松山	10/20年後の松山はどうなっている？	私たちに何ができる？
「観光・文化・スポーツ」班が理想とする10年後・20年後の松山の未来像	来て、見て、感じる人であふれるまち 松山	・若者が手軽に来れる、楽しめられる、スムーズにまわる ・野球文化を中心にいるようなスポーツが楽しめる ・アニメ・ゲームの聖地になる	・もっと市内に出かける ・自分たちがチームのサポーターになる ・場所や機会を松山にゆって増やす ・SNSなどの気軽なもので発信する
「子育て・教育・福祉」班が理想とする10年後・20年後の松山の未来像	AIと人が共存する 松山	・お年寄りに優しい松山（便利、安全、祖父母にAIの使い方を教えてあげる） ・AIを利用した教育	・意見の発信・提案 →選挙への参加 ・課題の発見 →松山を知る ・困っている人を助ける ・自分がAIに慣れおく
「環境・交通」班が理想とする10年後・20年後の松山の未来像	みんなが過ごしやすく、移動しやすい 松山	・自転車で行きやすいまち ・公共交通機関を使いやすく ・ごみ0（ゼロ）で自然に優しい	・自転車指導（地域に） ・ゴミ拾いマッチングアプリ ・交通機関のアニメコラボ
「就職・働き方・農業」班が理想とする10年後・20年後の松山の未来像	全世代に“おもしろいやり”のある 松山	・もっとも若者が農業に興味をもてる！ ・高齢者に優しい農業に！ ・AIを活用してホワイトな働き方を！ ・必要な人に必要な情報を！	・農業に関する、職業に関する取り組みに参加 →SNSで発信！ ・有休・育休取得への制度改革！
「自治・行政・防災」班が理想とする10年後・20年後の松山の未来像	壁のない災害に強い 松山	①交流が盛んな松山 →みんなが仲良しと“助け合い”にもつながる ②地域と交流することで世代関係なく話し合いができる ③全世代で自治をする。それには地域での助け合いが重要 ④助け合えるまちができていたら災害が起きて大丈夫	①地域のイベントに積極的に参加する ②政治や地域と関わることを進んで取り組む ③地域行事を増やして交流の機会をつくる ④全世代の人が楽しめるイベントをもっと催す

■大学生



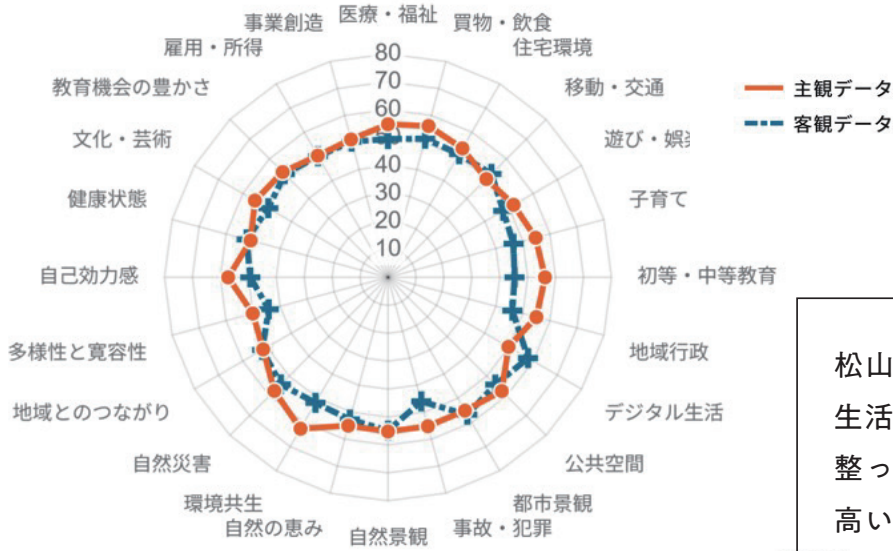
テーマ	●●●な松山	10/20年後の松山はどうなっている？	私たちに何ができる？
1班：観光・文化・スポーツ（インバウンド・外国人移住者含む）	外も内もみんなハッピーな松山	・瀬戸内の魅力を広める ・来やすくなりやすいまち ・トップスポーツと市民が交流するまち ・特産品の魅力向上	・地産地消 ・SNSに載せる ・スポーツ観戦に行く ・自分も企画/商品開発に携わる
2班：健康・福祉	誰ひとり取り残さないすてきな松山	・地域皆で子どもを育てる ・多世代交流が盛ん ・社会資源の活用 ・バリアフリー	・地域活動に参加/運営 ・SNSで活動を発信
3班：交通・環境（コンパクトシティ、IT化含む）	地域の課題解決先進都市	・空き家問題 ・公共交通機関の利用促進 ・地域資源を活かしたまちづくり ・自転車の交通マナー ・ICT活用 ・ユニバーサルデザイン	・自分たちが住むまちを知る ・情報発信（SNS、ポランティア） ・アクション（自転車ルール）
4班：子育て・教育（人口減少対策含む）	子どもがまんかな松山	・子どもの笑顔が地域で守り、育てることができ ・子どもが満足に遊べる公園がある ・共働きでも子どもが育てやすいまち ・オンラインを活用した子どもたちの交流があるまち ・経済・所得格差で夢をあきらめないまち	・地域住民への理解を促す ・大学で zoom 交流イベント（公共施設オンライン交流） ・ポランティアへの参加
5班：買い物・就職（働き方・留学生含む）	日本一HAPPYな松山	・松山で就職する人が増加 ・福利厚生がしっかりしている ・地元の人や買い物で地元商店街が活性化している ・買い物便利	・地元企業のインターンシップ ・育休/有給を積極的に ・松山の食材の良さをSNSで発信

■若手社会人



テーマ	●●●な松山	10/20年後の松山はどうなっている？	私たちに何ができる？
1班：理想的な「観光」の未来の姿	みんなが好きな「観光」の未来の姿	・オーバートーリズムのない松山 ・松山市民全員がコンシェルジュ ・応援したくなるまち ・DXでシームレス観光	・受け皿作り（新しい観光地を作る） ・松山市民が松山を好きになる ・出張を促す（ホテル誘致・ファンド） ・キャッシュレス決済連携・リアルタイム通知
2班：理想的な「交通」の未来の姿	四国一移動しやすい街 松山	・Suica など決済との連動 ・JR 松山駅と松山市駅の動線（駅前整備） ・市内電車路線拡充	・公共交通機関の利用（みきゃんアプリなど）と補助金の拡充
3班：理想的な「買い物・商業」の未来の姿	「四国一」人が集まる 松山	・何でも揃う、「四国一」のショッピング施設 ・市街地に行きやすい交通整備 ・地産地消しやすい環境	・SNSの有効活用 ・アンケート意見出し ・使い方の啓もう（キャッシュレス）
4班：理想的な「働き方・就職・仕事」の未来の姿	自由なまち	・都会に見劣りしない高い賃金水準のまち ・投資・企業も含め、魅力的な仕事、働き方の選択肢が多い ・全ての職種でどこでも働けるまち	・企業間で協力して人材の確保 ・行政に積極的に参加する
5班：理想的な「教育・子育て」の未来の姿	あたたかさがあふれる松山	・地元（松山）のことが好き ・デジタル化により学校と家庭と子どものコミュニケーションが密になる ・子どもと親と一緒にいられる時間が日本一長くとれる	・自分たち世代が松山を好きになる ・可能な限り気軽に（公園等に）アクセスできる環境づくり ・育児休暇を存分に取る

地域幸福度(Well-being)指標からみる松山市の“住みやすさ”



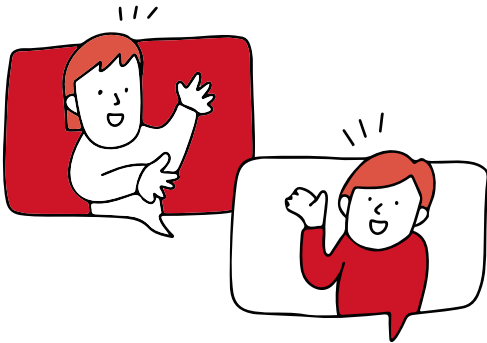
松山市はさまざまな要素(幸福度・生活満足度の因子)がバランスよく整っていて、全体的に主観値も高いことが分かりました。

出典:2023年度版Well-being全国調査(デジタル庁)

※地域幸福度(Well-being)指標

市民の「暮らしやすさ」と「幸福感(Well-being)」を数値化・可視化するものとして、WHO等の国際的な枠組みを導入し開発された指標です。

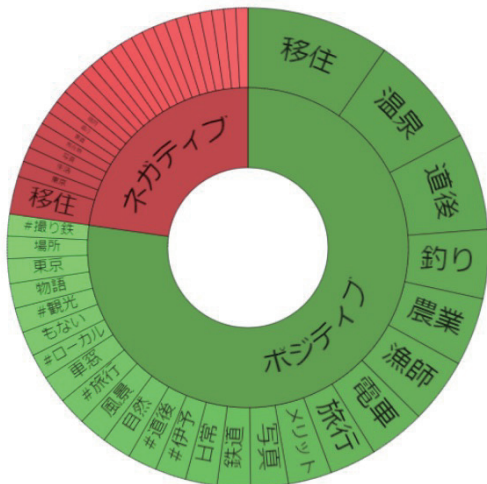
松山在住者・出身者の声



家庭の風呂では1時間も入ることはできないが、温泉では1時間以上の時もある。「幸せだなあ」と声が出る。

松山城のお堀には白鳥が住んでいて、横を車で通る時によく見かけます。見かけるたびにちょっと幸せになれる、松山の小さな好きポイントでした。

理想的な住みやすい都市って、市電があって道が広くて
広い公園や城跡、ビーチや港灣があって～、ある程度
静かで百貨店があって～…松山市だなこれ。



道後温泉や松山城は、観光客だけでなく松山市民にとっても、幸せを感じる大切な場所として認識されていることが示唆されました。

居住・移住ニーズとして、自然や歴史を感じる街並み、田舎すぎず都会すぎないこと、中心部から一定離れた距離でも交通の便が良いことなどが挙げられていました。

出典: QUID分析「居住・移住に関するセンチメント別上位キーワード」
(2022年6月～2024年5月のソーシャルデータより)