

松山市都市ブランド戦略

第2期 松山市都市ブランド戦略では、市の内外から選ばれるまちの実現に向けて、松山市が目指すべき未来の姿を表現したブランドスローガン「幸せになろう。」のもと、一人でも多くの市民の皆さんが松山に愛着や誇りを育み、市外から関心や憧れをより一層高めるように取り組み、「幸せといえば松山」と誇れるまちを目指します。



幸せになろう。
松山市
MATSUYAMA CITY

ブランドロゴ

市の花「椿」をイメージした赤い輝きは、一人ひとりの幸せを表現。それがやがて大きな花束になるように、個の幸せが集まり、松山全体に広がる未来を描いています。

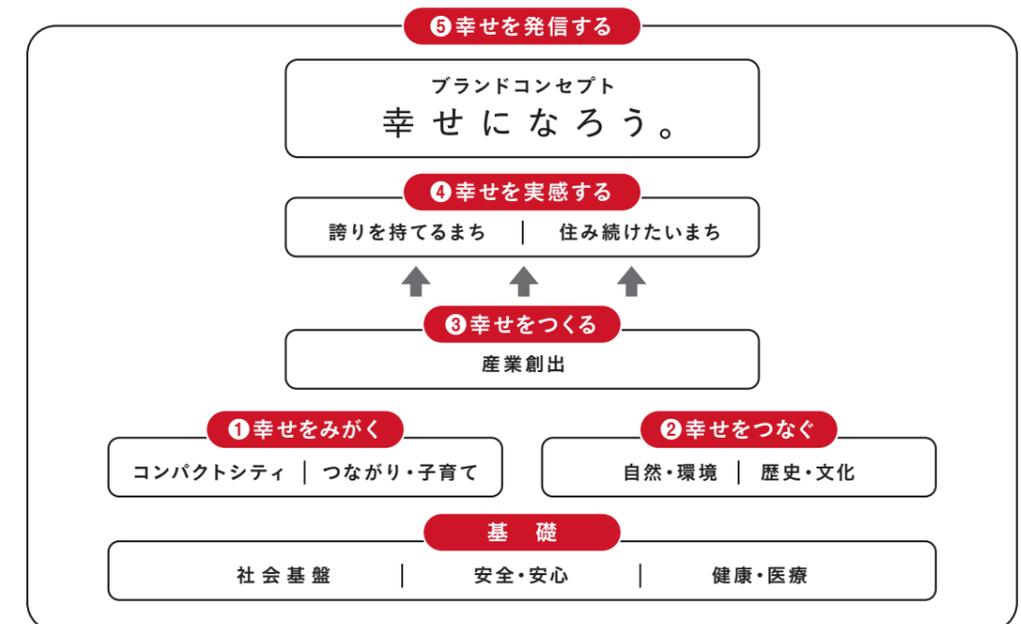
幸せになろう。

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。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いていけば、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、より大きな幸せがつくられる、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。幸せをまんなかに考えていく、松山市です。



選ばれるまちの実現

松山ブランドの確立



計画期間 令和7(2025)年度～令和11(2029)年度:5年間

1 みかく

「コンパクトシティ」「つながり・子育て」など、このまちで感じる幸せや利便性を、さらにみがいていく。

2 つなぐ

「自然・環境」「歴史・文化」など、このまちが先人から受け継いできた幸せを、しっかりと次の世代につなげていく。

3 つくる

このまちの持続的な発展に向けた「産業創出」や「1 みかく」「2 つなぐ」の新たな取組を通じて、働きやすさや豊かな生活が送れる環境などをつくっていく。

4 実感する

「誇りを持てるまち」「住み続けたいまち」を目指し、このまちで暮らすことを幸せだと実感できる人を増やしていく。

5 発信する

選ばれるまちの実現に向けて、このまちの魅力をしっかりとの内外へ情報発信していく。