

# 第3章

## 経済構造のあるべき姿

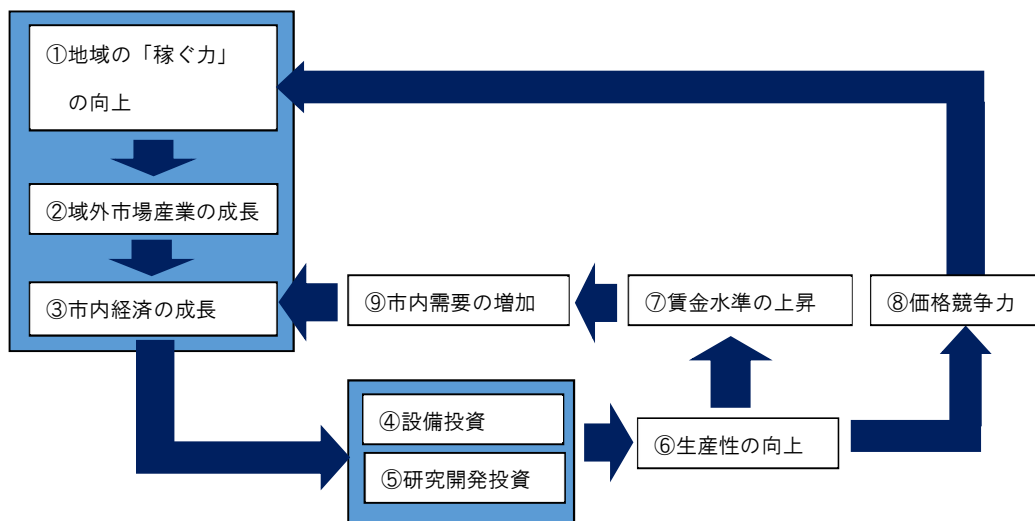
## 第3章 経済構造のあるべき姿

### 1 経済構造のあるべき姿

飛騨高山ブランドのさらなる強化と地域資源の活用により「稼ぐ力」が向上し、市内経済へ波及することにより「経済の好循環」が図られている。

飛騨高山ブランドのさらなる強化と豊かで特色ある地域資源の活用により、「稼ぐ力」の原動力となる域外市場産業（基盤産業）の成長を促し、市外からより多くの資金や人材を獲得するとともに、市内産業間・企業間のつながり（連関）を強化することにより、市内経済への波及と資金循環を促進し、「経済の好循環」の実現を目指します。

<イメージ>



参考：まちづくり構造改革Ⅱ（中村良平著）

飛騨高山ブランドは、魅力ある地域イメージと地域の特性を活かした魅力ある商品やサービスから構成されるものであり、それぞれが相互の魅力や価値を高めあうような好影響・好循環を形成することで、より一層ブランド力を高めていくことが重要です。

市民、事業者、行政等が、飛騨高山ブランドの魅力や価値を共有し、飛騨高山が持つ本物の商品、サービスの魅力・価値を発信し、触れる機会を提供するアウトターブランディング<sup>14</sup>と、本市への誇りと愛着を持って飛騨高山の魅力や価値を高める活動に取り組むインナーブランディング<sup>15</sup>の取り組みをすすめることで、飛騨高山ブランドのさらなる強化を図ります。

<sup>14</sup> インナーブランディング  
：市民・事業者・行政などが飛騨高山の魅力や価値を学び、理解し、磨き上げること

<sup>15</sup> アウターブランディング  
：飛騨高山の魅力や価値を消費者・観光客・移住者などに向けて効果的に発信すること