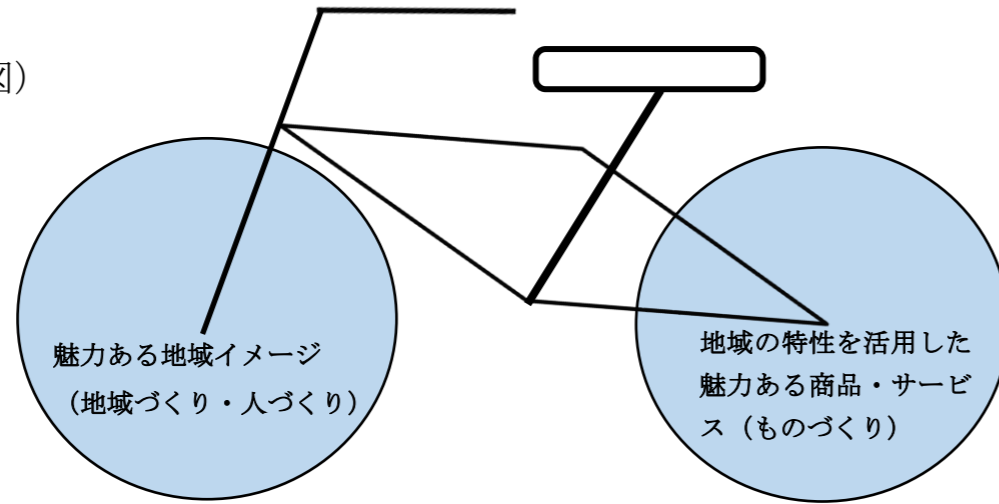


飛騨高山ブランドとは？

①地域のブランド力

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、それぞれがお互い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、地域のブランド力がより一層高まる。

(イメージ図)



②飛騨高山ブランドの構成要素

「多くの人々が、飛騨高山に好意的なイメージを抱く有形無形の魅力群」

「自然・環境」・・・山岳、森林・樹木、水、温泉、農山村風景、四季の変化 など

「歴史・文化」・・・高山祭、地域のまつり、古い町並、伝統芸能、神社仏閣、宗和流 など

「食」・・・郷土料理、飛騨牛、酪農製品、高冷地野菜、駄菓子、地酒、果樹、米 など

「おもてなし」・・・厚い人情、助け合い、ユニバーサルデザイン、協働のまちづくり など

「地場産業」・・・飛騨匠、飛騨の家具、宮大工、クラフト、酒蔵、伝統工芸、農林畜産業 など

飛騨高山ブランド戦略とは？

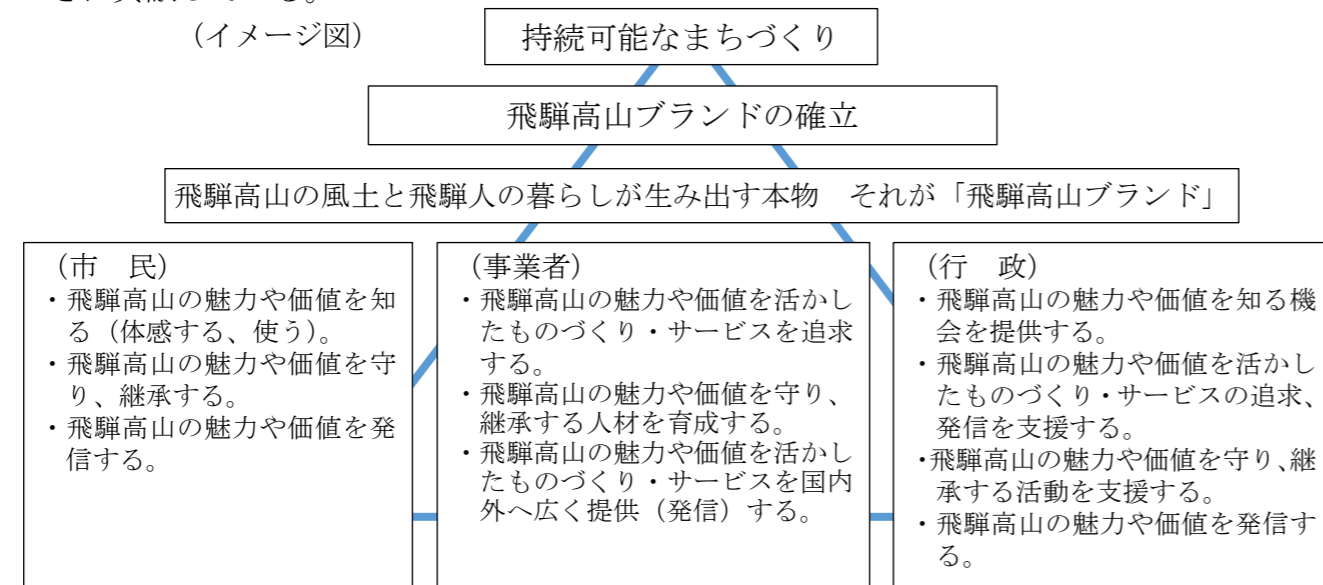
③飛騨高山ブランド戦略の目的

市民・事業者・行政等が、飛騨高山ブランドの魅力や価値及び課題を共有し、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や課題の解消に取り組む。また同時に、飛騨高山の魅力・価値を意識した本物の商品、サービスの提供を効果的に情報発信することで、交流人口、定住人口の増加、地場産品等の流通拡大などの地域の活性化を図り、持続可能なまちづくりに繋げていく。

(飛騨高山ブランド戦略の目指す姿)

- ◎誇りと愛着を持って生きる飛騨高山の人々によって、持続可能なまちが形成されている。
- ◎飛騨高山にしかない、飛騨高山だからこそ感じられるものに魅かれ、多くの人が集まってきている。
- ◎伝統と本物の技に裏打ちされた地場産品が、国内外で広く流通し、人々の暮らしと心の豊かさに貢献している。

(イメージ図)



④取り組みの方向性

飛騨高山ブランドを100年200年先にも飛騨高山のまちづくりを支える礎とするためには、市民・事業者・行政等が、飛騨高山に誇りと愛着を持ち、常に現在と未来に向けた取り組みとして、飛騨高山の魅力や価値を認識し、地域づくり・人づくり・ものづくりを推進することが重要である。

○ブランドコンセプトの共有 (インナーブランディング)

ブランドコンセプトを全ての市民・事業者・行政等が十分に共有し、市民が自信を持って郷土の自慢を語るとともに、心の底からおもてなしの心を持って来訪者を迎え入れることや、事業者がプロとして誇りを持って本物のサービス、商品等を提供することなど徹底した魅力・価値の磨き上げを推進する。

○飛騨高山ブランドの発信 (アウターブランディング)

飛騨高山ブランドの受け手である消費者、来訪者、移住者に対して、「買ってみたい魅力・価値」、「行ってみたい魅力・価値」、「住んでみたい魅力・価値」を分かりやすく伝えるとともに、そうした魅力・価値と受け手を繋ぐ接点を作る取り組みを推進する。