

2. 用語の解説

【あ行】

○アーカイブ

古文書・記録文書類、またはその保管所・公文書館のことで、本戦略では飛騨高山の魅力・価値を保存、活用し、未来に伝達すること。

○アイデンティティー

地域や組織等有する他と区別できる独自性、特徴のこと

○アウトブランディング

企業等が消費者にブランド価値を効果的に伝える活動のことで、本戦略では、飛騨高山の魅力・価値を消費者・来訪者・移住者等に向けて効果的に発信すること。

○アンテナショップ

企業・自治体などが自社（当該地方）の製品などを紹介・販売し、消費者の反応を探ることを目的として開設する店舗。

○インセンティブツアー

企業の成績優秀者や顧客などを旅行に招待し、表彰したり、特別な体験を提供したりする報奨旅行のこと

○インナーブランディング

企業等が自らのブランド価値を社内に浸透させる活動のことで、本戦略では、市民・事業者・行政等が飛騨高山の魅力・価値を学び、理解し、磨き上げること。

○インターンシップ

学生に就業体験の機会を提供する制度で、実際に企業や官公庁に赴かせ、一定期間、職場体験をさせる。

【か行】

○金森長近

大永4年（1524）、源（みなもと）姓の土岐氏族として誕生。初名は可近（ありちか）。18歳より織田信長に仕え、戦功により信長の一字を賜り、長近と改名。信長没後、秀吉に仕え、天正13年（1585）秀吉より三木自綱征伐の命を受け飛騨を平定。

高山城築城にあたり町民を新城の下に移し、南北の筋を中心とした整然とした城下町を形成した。武将として活躍したのみでなく、治水、街道の整備、産業の開発振興に尽くし、また古田織部、千利休の門下となり茶人としても名を馳せ、風流人でもあった。

○金森宗和

天正12年（1584）、金森可重の長男として誕生。俗名は重近（しげちか）、剃髪して宗和と名のつた。家督相続権を廃され、母と共に移り住んだ京都で、大徳寺の禅に学び、茶道の奥義を習得。さらにそれを独自の茶道へと発展させ宗和流を生みだし、その祖として敬われた。宗和流茶道は高山市の無形文化財に指定され、現在に伝えられている。また、飛騨には宗和流本膳や宗和流婚礼作法などの伝統文化、主要な伝統産業である飛騨春慶など、金森宗和に源を発するとされるものも多く伝わっている。

○関係人口

移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない。地域や地域の人々と多様にかかわる人々のこと。

○キャリア教育

社会の中で自分の役割を果たしながら、自分らしい生き方を実現していくことを促す教育。

○協働のまちづくり

市民が主役という理念のもと、地域社会を構成する多様な主体（市民、地域住民組織、事業者、行政など）がお互いの存在意義を認識し、尊重し合い、お互いの持てる能力を発揮し、ともに手を携えて、まちづくり（課題解決）に取り組むこと。

○公衆無線LAN

無線通信を利用してデータの送受信が行える通信網のうち、誰もが利用できる通信網。

○コンペティション

競争、競技、競技会のこと。

○コンベンション

企業が新製品の情報などを発信する展示会や見本市、学者らが研究成果を発表したり、意見交換したりする学術会議、国内外の研究者が集う国際会議のこと。

【さ行】

○産学金官の連携

事業者、大学などの教育機関や研究機関、地域金融機関、国・自治体が連携すること。

○自然エネルギー

再生可能エネルギーともいい、エネルギー源として持続的に利用することができるものと認められるものとして、太陽光、風力、水力、地熱、太陽熱、大気中の熱その他の自然界に存する熱、バイオマスが規定されている。

○昇龍道

能登半島を龍の頭に、三重県を龍の尾に見立て、龍の体が中部北陸9県をくまなくカバーしながら天に昇っていくイメージに重ね合わせて名づけられた観光エリア。

【た行】

○着地型ツアー

旅行での訪問地（到着地）に所在する旅行業者が企画・販売する旅行。

○地理的表示保護制度

地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物・食品のうち、品質等の特性が産地と結び付いており、その結び付きを特定できるような名称（地理的表示）が付されているものについて、その地理的表示を知的財産として国に登録することができる制度。

○伝統的建造物

江戸時代から昭和に至る期間に建てられた建造物のうち、地域の伝統様式、構造手法、材料等で造られた建造物。

【な行】

○ニューツーリズム

従来の物見遊山的な観光旅行に対して、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態。グリーンツーリズム（農山漁村において、自然や文化、人々との交流を楽しむ旅行）、クラフトツーリ

ズム（地域の伝統工芸などを体験、見学する旅行）、ヘルスツーリズム（健康回復や維持、増進につながる旅行）など。

【は行】

○ハブ観光地

周辺地域からの交通アクセスや宿泊施設などの受け入れ体制が充実した観光地。

○バリアフリー

日常生活や社会生活における物理的、心理的な障がいや、情報に関わる障壁などを取り除くこと。

○飛騨高山アンバサダー

飛騨高山ブランドの魅力・価値を発信し、観光客や移住者の増加及び地場製品の消費拡大を図るために、飛騨高山を積極的に応援する意向があり、高い技能と知名度を持つ外部人材であり市から「飛騨高山アンバサダー」として委嘱された者。

○飛騨高山の名匠認定制度

市内のものづくりにかかる職種（商工分野、農林畜水産分野）において、優れた技術と長年の経験を有する現役のものづくり職人を本市が認定し、市内産業の振興、技術の継承、後継者の確保・育成を図る制度。

○飛騨高山めでたの会

本市にご縁のある方や応援していただける者を会員として募り、本市の魅力や本市を応援する気持ちを国内外に発信していただく市公認のファンクラブ。

○ブランド

古ヨーロッパ言語の焼印という言葉に由来すると言われており、放牧している牛や羊などに焼き印を押して、自らの所有物であることを示す。一般的には他の商品やサービス等とは差別化された付加価値を有し、消費者、来訪者等から高い評価や期待を得ている商品やサービス等のこと。

○プロデューサー

製品や作品が完成に至るまでに、統括、監督、総合的設計等で主要に関わる者。

○プロモーション

消費者に製品やサービスを認識させ、購買へと誘導するための活動。

○北陸・飛騨・信州3つ星街道

フランスの観光ガイド「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」で3つ星として紹介された観光資源を有する高山市、白川村、金沢市、南砺市、松本市を結ぶ観光エリア。

【ま行】

○まちづくり協議会

地区内の各種団体などが協働して地域課題の解決に取り組む自主運営組織。

○マーケティング

消費者の求めている商品やサービス等を調査し、供給する商品や販売活動の方法などを決定することで、生産者から消費者への流通を円滑にする活動。

【や行】

○ユニバーサルデザイン

障がいの有無、年齢、性別、人種等にかかわらず多様な人々が利用しやすいよう、あらかじめ、都市や生活環境をデザインする考え方。

【ら行】

○リーマンショック

平成20（2008）年9月にアメリカの投資銀行リーマン・ブラザーズが経営破たんしたことをきっかけに起こった世界的金融危機。

○6次産業化

第1次産業である農林水産業が、農林水産物の生産だけにとどまらず、それを原材料とした加工食品の製造・販売や観光農園のような地域資源を活かしたサービスなど、第2次産業や第3次産業にまで踏み込むこと。1、2、3を掛け算して第6次産業としている。

○ロケツーリズム

映画やテレビ番組などの舞台となったロケ地、原作の舞台を巡る旅行形態。

【わ行】

○ワークショップ

会議等においてより多くの意見を引き出すために、作業を行いながら意見の集約を図る手法。

【英字】

○PDCAサイクル

Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Act（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していく手法。

○SNS

Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略で、インターネット上の交流を通して社会的ネットワークを構築するサービス。