

総合計画、産業振興計画との整合

ブランド戦略については、第八次総合計画の見直し案において、これまでの文中表記から、ブランドコンセプトの共有であるインナーブランディング、飛騨高山ブランドの発信であるアウターブランディングの重要性をまちづくり戦略の柱立てのひとつとして明確にしている。

産業振興計画においては、見直し前、見直し案ともに基本的方向に明示するとともに、見直し後は分野別施策の基本方針と取り組みの中でも明確にしている。

総合計画 (前期：H27～H31)

＜基本目標＞
○産業・労働分野
「魅力と活力にあふれるまち」
本市の強みである「飛騨高山」のブランドを活用し、地場産品の高付加価値化を促進し、市場の拡大に取り組む



総合計画（後期：R2～R6）

＜まちづくりの方向性とまちづくり戦略＞

1. 多様な働き方と優れた産品、サービスで財を稼ぐ

まちづくり戦略

(3)品質・価値の向上と情報発信

①ブランドコンセプトの共有

- ・郷土に対する誇りと愛着の醸成、飛騨高山の魅力・価値の再認識と磨き上げを推進します。
- ・メイド・バイ飛騨高山認証制度のサービス部門への拡大などによる産品やサービスの品質・価値の向上と飛騨高山の強みを活かした商品開発の促進を図ります。

②飛騨高山ブランドの発信

- ・海外や都市圏で開催される国際的な大会やイベントや見本市などでの地場産品のPR、多様な情報媒体を活用した情報発信を行います。
- ・都市部での情報発信拠点の設置などにより、新たな顧客や販路の開拓と飛騨高山ブランドの認知度の向上を図ります。
- ・飛騨高山ファンなどの関係人口の拡大を図ります。

産業振興計画（H27～H31）

＜産業振興のための基本的方向＞

1. 基本的な考え方

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る持続可能な産業の振興

本市の強みである「飛騨高山ブランド」をさらに高めるとともに、豊かな自然や伝統・文化をはじめとする地域資源の保存・活用をすすめる。



産業振興計画（R2～R6）

＜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

＜産業振興のための基本的方向＞

1. 飛騨高山ブランドの強化と基盤産業の成長促進

＜分野別の施策の基本方針と取り組み＞

○商品・サービスの高付加価値化

- ・市民・事業者・行政等がブランドコンセプトを共有するインナーブランディングと飛騨高山ブランドを発信するアウターブランディングの取り組みの推進