

松本市観光ビジョン用語集（50音順）

	用語	ふりがな	意味
1	ICT	あいしーていー	Information and Communication Technology。日本語では「情報通信技術」と訳され、ネットワークを活用して人やモノが情報を共有する技術全般を指します。メールやSNSでのやりとりなどもICTに含まれます。
2	アクションプラン	あくしょんぷらん	事業目標を達成するための戦略に沿って、「誰がいつまでに何をどのように行うか」の行動計画のことです。
3	アドベンチャーツーリズム（アドベンチャー・トラベル、AT）	あどベンチャー・ツーリズム	「アクティビティ」、「自然」、「文化体験」の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行を指します。旅行者がアドベンチャーツーリズムを通じて、地域の自然・社会環境のサステイナビリティ、地域住民の雇用・所得向上に貢献できるかといった視点が重視されるなど、従来の旅行とは違った観点で構築された質の高い旅行プログラムが求められます。
4	インバウンド	いんばうんど	外から中へ入ってくるという意味があり、観光業界では外国人が訪れてくる旅行（訪日旅行）のことを指します。
5	ウェルビーイング（Well-being）	うえるびーいんぐ	肉体的、精神的、そして社会的に、完全に満たされた状態のことです。
6	SNS	えすえぬえす	Social Networking Service。Facebook、Instagram、X（旧Twitter）、YouTube等の、登録された利用者同士が交流できるWebサイト及び会員制サービスのことで。
7	SDGs	えすでいーじーず	Sustainable Development Goals。日本語では「持続可能な開発目標」と訳され、2015年9月に国連で採択された国際目標です。「地球上の誰一人として取り残さない」という理念のもと、「世界の貧困をなくす」、「持続可能な世界を実現する」ことを目指した、2030年を達成期限とする17のゴール、169のターゲット、および、その進展を評価するための指針です。
8	LGBTQ	えるじーびーていーきゅー	Lesbian（レズビアン：女性同性愛者）、Gay（ゲイ：男性同性愛者）、Bisexual（バイセクシュアル：両性愛者）、Transgender（トランスジェンダー：性自認が出生時に割り当てられた性別とは異なる人）、QueerやQuestioning（クイアやクエスチョニング：自らの性のあり方について特定の枠に属さない人）の頭文字をとった言葉で、性的マイノリティ（性的少数者）を表す総称のひとつとしても使われます。
9	OTA	おーていーえー	Online Travel Agent。インターネット上だけで取引を行う旅行会社・旅行代理店を指します。店舗で営業を行っている旅行会社のオンライン販売は、OTAとは呼びません。
10	オーバーツーリズム	おーばーつーりずむ	日本語では「観光公害」と訳されます。特定の観光地において、旅行者や訪問客の著しい増加等により、地域住民の生活や自然環境、景観等に対して負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させるような状況を指します。

※各省庁や観光関連団体等による定義から引用しています。

松本市観光ビジョン用語集（50音順）

	用語	ふりがな	意味
11	カーボンオフセット	かーぼんおふせつと	削減し切れなかったCO2等の温室効果ガスの排出量と、同等量の温室効果ガスを削減できる活動に投資等を行うことにより、埋め合わせするという考え方です。
12	観光コンテンツ	かんこうこんてんつ	観光資源を活用して旅行者に提供される、滞在・体験のプログラムやツアーのことを主に指します。
13	観光資源	かんこうしげん	地域に存在する山岳、高原、河川、湿原などの自然資源や、旧跡、建造物、食、伝統文化などの人文資源のことです。
14	観光地域マネジメント人材	かんこうちいきまねじめんとじんざい	地域の多様な関係者と連携をとり、地域の価値を高め、持続可能な観光地への変革をリードできる人材のことです。
15	観光DX	かんこうでいーえつくす	観光分野におけるDX化を指す言葉です。業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うことを目的として推進されます。
16	観光ブランディング	かんこうばらんでいんぐ	一般的に「ブランディング」は、顧客や取引先と社会全体に、自社と自社の商品やサービスを「独自のもの」として認識してもらい、価値を高め、他社と差別化を図る取組を指します。観光ブランディングは、その商品やサービスを「地域」に置き換えて行うブランディングのことです。
17	関係人口	かんけいじんこう	その地域に住んでいる「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉です。「関係人口」は地域に愛着を持って訪れる人が多く、地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されています。
18	教育旅行	きょういくりょこう	主に学校などで行われる旅行のことを指します。代表的なものは修学旅行で、遠足や校外学習、キャンプなどの野外活動、新入生を対象にしたオリエンテーション合宿なども含まれます。また、海外の学校に通う児童・生徒が、教職員などの引率のもと学校教育の一環として日本の学校を訪問する団体旅行を訪日教育旅行と言います。
19	高付加価値化	こうふかかちか	既存の観光コンテンツや商品・サービスに対して、独自の価値を付け加えることで現状よりも高い価格で提供することのできるように磨き上げを行うことです。
20	交流人口	こうりゅうじんこう	その地域を訪れる人々を指す言葉です。目的としては観光に限らず、通勤・通学、買い物、文化鑑賞・創造、学習、習い事、スポーツ、レジャー等、特に内容を問わないのが一般的です。

※各省庁や観光関連団体等による定義から引用しています。

松本市観光ビジョン用語集（50音順）

	用語	ふりがな	意味
21	国連世界観光機関 (UNWTO)	こくれんせかいかんこう きかん（ゆーえぬだぶ りゅーていーおー）	The World Tourism Organization of the United Nations。1975年に設立され、2003年に国連の専門機関となった、観光の分野における主要な国際機関です。
22	持続可能な観光（サステナブルツーリズム）	じぞくかのうなかんこう	訪問客、産業、環境、受入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光と定義されています。
23	需要平準化	じゅようへいじゅんか	日本の観光産業の需要は週末や祝日、長期休暇の取りやすいゴールデンウィーク、お盆、年末年始などに集中します。それを平日や閑散期に需要を分散化させる取組みを行い、需要を365日平均的にすることです。
24	省人化	しょうじんか	業務を見直して無駄な工程を削減し、少ない人員でも既存の業務を運行できるように効率化させることです。
25	情報発信プラットフォーム	じょうほうはっしん ぷらっとふおーむ	IT（Information Technology）の世界では、「ITサービスやシステム、ソフトウェアを動かすのに必要な基盤、土台」を指し、「情報を発信するためのWEBサイトやシステム」に対して使われています。
26	ステークホルダー	すてーくほるだー	日本語では「利害関係者」と訳されます。本ビジョンにおいては、松本市の観光産業の影響を受けるすべての人々を指します。
27	スポーツコミッション	すぽーつこみっしょん	持続性のあるスポーツイベントの開催や大会・合宿の誘致等により、交流人口の拡大と地域コミュニティの形成・強化を目指す、スポーツツーリズムを推進するための中核となる組織のことです。
28	スマートリゾート構想	すまーとりぞーと こうそう	デジタル技術を活用し、これからの人々のニーズ（学びや現地での本物体験への追求等）を満たすサービス提供により、地域への誘客拡大、滞在長期化や消費促進、及びそれによる地域の各主体（住民、行政組織や事業者、地域環境・文化等）の持続的な価値獲得や創出を目指す取組みです。
29	スルーガイド	するーがいと	旅行の全行程に同行するガイドのことを指します。特定地域や観光スポット等における観光案内を行うガイドのことはローカルガイド、スポットガイド、アクティビティガイド等と呼ばれます。
30	ゼロカーボン	ぜろかーぼん	地球温暖化の原因のひとつとされているCO2やメタンなどの温室効果ガスの排出量を極力減らしながら、同時に森林などによる温室効果ガス吸収量を増やすことで、排出量と吸収量をプラスマイナスゼロにすることです。

※各省庁や観光関連団体等による定義から引用しています。

松本市観光ビジョン用語集（50音順）

	用語	ふりがな	意味
31	滞在型観光	たいざいがたかんこう	ひとつの地域に滞在し静養や体験型を始めとしたレジャー、アクティビティ等を楽しむこと、またはそこを拠点に周辺の観光を楽しむ旅行スタイルのことです。
32	多様な食習慣	たようなしょくしゅうかん	肉や魚介類等を食べないベジタリアン（菜食主義者）、ベジタリアンの中でも卵や乳製品を含む動物性食品をいっさい口にしないヴィーガン（完全菜食主義者）や、宗教や文化等を背景にした食事のことです。
33	地域観光教育	ちいきかんこうきょういく	観光関係者、教育関係者、自治体が相互に連携しながら、学習を通じ自分の住む地域の観光について理解を深めたり、観光産業を志す人材を育成することです。
34	DX	でいーえつくす	Digital Transformation。データとデジタル技術を活用して業務効率化を行い、製品やサービス、ビジネスモデルの競争優位性を確立することです。
35	DMO	でいーえむおー	Destination Management Organization。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔であり、「観光地域づくり法人」と呼ばれます。
36	定量データ	ていりょうでーた	アンケート結果やビッグデータの分析において、割合や金額、個数等、数値化できるデータのことです。
37	デジタルマーケティング	でじたるまーけていんぐ	Webサイト、SNS、デジタル広告、ビッグデータ、AI等、デジタル領域のあらゆる技術や方法を用いたマーケティング手法のことです。
38	二次交通	にじこうつう	旅行者が目的地に到着した後に、現地で利用する交通手段のことです。主に電車、バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクルなどがあります。
39	日本政府観光局（JNTO）	にほんせいふかんこうきょく（じえいえぬていーおー）	Japan National Tourism Organization（正式名称：独立行政法人国際観光振興機構）。東京オリンピックが開催された1964年に日本の政府観光局として設立され、外国人旅行者の誘致活動を行う政府機関として活動しています。
40	日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）	にほんばんじぞくかのうなかんこうがいでらいいん	Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations。持続可能な観光地マネジメントを行うために、観光庁が世界標準であるGSTC-D（Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations）に準拠し、各地方自治体やDMO（観光地域づくり法人）に向けて作成した観光指標・ガイドラインです。

※各省庁や観光関連団体等による定義から引用しています。

松本市観光ビジョン用語集（50音順）

	用語	ふりがな	意味
41	ハブ（Hub）	はぶ	元々は車輪の中心を指す言葉で、そこから転じて「中心地」や「中継地点」という意味合いで使われます。本ビジョンにおいては、各エリアの様々な関係者の中心として情報等を集約・共有する組織という意味になります。
42	フィルムコミッション	ふいるむこみっしょん	自分たちの地域に映画やテレビドラマ、CMなどの撮影企画を誘致し、誘致した撮影がスムーズに進行するようサポートする組織のことです。
43	プロ経営者	ぷろけいえいしゃ	持続可能な稼げる観光地を目指し、松本市全体の観光振興を推進する役割として観光コンベンション協会に登用予定の者のことで、本ビジョンならではの言葉です。
44	プロモーション	ぷろもーしょん	マーケティング用語のひとつで、商品やサービスが売れる仕組みを作るための販売促進活動や認知向上活動全般のことです。観光においては、観光地に旅行者を集める方法を指し、メディアへの露出、広告出稿、セールス、イベントの企画等、様々な手法があります。
45	文化観光	ぶんかかんこう	文化資源の観覧や文化資源に関する体験活動その他の活動を通じて、文化についての理解を深めることを目的とする観光のことです。文化の振興を地域活性化と観光の振興につなげ、これによる経済効果が文化の振興に再投資される好循環の創出を目的として、文化観光推進法が令和2（2020）年5月1日に施行されました。
46	文化資源	ぶんかしげん	文化財や芸術文化、地域に密着した幅広い文化（祭り、工芸等）を指します。
47	変動価格制	へんどうかかくせい	需要の高低に合わせて提供価格を変動させることです。例えば休日の価格を高くして、平日の価格を安くすることを指します。
48	法定外目的税	ほうていがい もくてきぜい	地方公共団体が課せられる税のうち、法律による規定がなく、用途や目的が明確にされた税ことです。代表例としては「宿泊税」があり、観光振興を図る施策に要する費用に充てられます。
49	マーケティング	まーけていんぐ	商品やサービスが自然と売れる仕組みを作ることです。観光においては、地域の観光資源のポテンシャルを客観的に把握する分析を行い、戦略立案とその実践をすることです。
50	MaaS	まーす	Mobility as a Service。地域住民や旅行者一人ひとりの移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスの総称です。

※各省庁や観光関連団体等による定義から引用しています。

松本市観光ビジョン用語集（50音順）

	用語	ふりがな	意味
51	MICE	まいす	Meeting（企業等の会議）、Incentive Travel（企業等の行う報奨・研修旅行、インセンティブ旅行）、Convention（国際機関や団体、学会等が行う国際会議）、Exhibition/Event（展示会・見本市、イベント）の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称です。
52	見える化	みえるか	これまで感覚的にわかっていたこと、または感覚的にもわかっていなかったことを数値化することで、誰にでもわかりやすい状態にすることです。
53	短い市民	みじかいしみん	松本市を訪れた旅行者に、観光を通じて松本市の持つ文化・歴史・芸術性・環境に興味を抱き、愛着を持ってもらうことで、短い期間松本に住まう市民として滞在してほしい、またそういうつもりで市民も受け入れる、ということ表現した本ビジョンならではの言葉です。
54	ムスリム	むすりむ	世界3大宗教のひとつであるイスラム教を信仰している人々のことです。生活習慣、特に食事において特徴があり、豚肉やアルコール飲料を口にしてはいけなく、という決まりがあります。また、1日5回、決まった時間に決まった方向に向けて礼拝を行います。
55	モニターツアー	もにた一つあー	まだ実際には販売されていない旅行ツアーやアクティビティを、実際に旅行者を招いて体験してもらうことです。
56	ランドオペレーター	らんどおぺれーたー	観光事業者の業種のひとつで、旅行会社から業務を委託され、ホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道等の現地での手配・予約を専門に行う事業者のことです。ツアーオペレーターとも呼ばれます。
57	リジェネラティブ (Regenerative)	りじえねらていぶ	持続可能性（現状維持）のさらに進んだ考え方で、日本語では「再生」と訳されます。特に環境分野では「環境再生」という意味で使われることが多く、地球環境を持続させるのではなく、今よりも良い状態に戻そう、再生しようという考え方です。
58	労働生産性	ろうどうせいさんせい	労働者1人当たり、または労働1時間当たりでどれだけ成果を生み出したかを数値化したものです。

※各省庁や観光関連団体等による定義から引用しています。