

ソフト面での満足度向上

1. 各エリアでのガイドの充実等

<立山黒部アルペンルート、黒部峡谷>

○TATECOガイドへの支援

- ・アルペンルートシーズンパス制度の拡充 (TKK)
- ・訪日グローバルキャンペーン事業※を活用したトレッキングツアーの造成

※ 欧米豪市場を主なターゲットとした観光庁・JNTOによる情報発信の取組み

○インバウンド対応の充実

- ・各駅の多言語翻訳機 (ポケットク) の増設等 (R1新規導入) (TKK)
- ・客車内の観光案内放送および駅の構内アナウンス、電光表示版の多言語化等 (黒峡)

○滞在コンテンツの充実

- ・訪日グローバルキャンペーン事業を活用したコンテンツの造成 (立山博物館と連携した山岳信仰体験、黒部川キャニオニングなど)



TATECOガイドの教室散策ツアー

<黒部ルート>

○ガイドの養成に向けた研修体制の検討

養成プログラムやガイド時のマニュアル (訴求効果の高いストーリー、お客様の質問への対応等) の見直し等を実施



ガンガラーの谷のガイドツアー

<参考事例>

- ・ガンガラーの谷 (沖縄県)
→地形や植物、考古学等の中から訴求効果の高いものを厳選し、脚本に基づき進行
- ・セメントの道 (山口県)
→宇部興産OB等からなるガイドが同行し、当時の従業員だからこそわかるエピソードや文献資料等に基づく豊富な話題で案内

○黒部ルート内の通信状況調査

ガイドの満足度を高めるため、ルート内の特殊な環境 (高熱隧道やトンネル内) でのタブレット端末やイヤホンガイドの動作確認、効果の検証を実施

<参考事例>

- ・第二海陸上陸ツアー (神奈川県)
→風雨の中でもガイドの解説がクリアに聴けるようイヤホンガイドを導入

<宇奈月温泉街等>・・・黒部市にて取組みを検討

- 有料ガイドの組織化、研修の実施
- 各旅館・ホテルの従業員の知識養成

プロモーション

2. プロモーション準備

令和3年度 立山黒部アルペンルート全線開通50周年
令和4年度 北陸新幹線敦賀開業
令和5年度 宇奈月温泉開湯100周年、黒部ダム60周年

今後の周年イベント等の好機も活かして、計画的にプロモーションを実施するため、プロモーションのための準備を進めるもの。

令和2年度	令和3年度～
(1) 黒部ルート内等の魅力ある資源の映像等を収集 (2) HP、PR動画、パンフレットの制作 (3) 黒部ルートの愛称の公募 ⇒ ブランド化推進会議等で公表プロモーションに活用	(1) HPやPR動画による情報発信 (2) 各種イベント等でのPR 立山黒部アルペンルート全線開通50周年等 (3) 県や関西電力等の関連施設でのPR 日本橋とやま館、県大阪事務所、富山県美術館、黒部川電気記念館等



JR東日本「四季島」のHP
認知度向上のため商品販売の3年前に開設



立山黒部PR用の4K動画

関係機関の連携体制の構築

3. 黒部ルート一般開放・旅行商品化準備会議等の運営

黒部ルートを含む旅行商品の満足度の向上や、宇奈月温泉街等の魅力創出を進めるため、引き続き検討会議を設置

- (1) 商品化連携会議の設置: 旅行商品造成のため、具体的な協議を実施 (随時)
- (想定メンバー) 県、運営主体、関西電力(株)、立山黒部貫光(株)、黒部峡谷鉄道(株)
- (検討内容) 実現可能な商品内容の検討、役割分担 (実施主体、費用分担等)、乗り物間の接続、危機管理体制など

黒部ルート開放に向けての代表者会議・・・黒部市の取組み

(検討内容) 宇奈月温泉街、黒部峡谷鉄道沿線の魅力創出→市内全域の魅力向上

- (2) 準備会議: 今年度に引き続き、県と黒部市の検討結果を持ち寄り協議 (年1回程度)