

■黒部市の課題

- ・知名度を上げ、認知度を高めるため、エンドユーザー向けに露出アップを図ることが重要。
- ・県東部広域組織、にいかわ観光圏協議会の更なる有効活用。
- ・ターゲットを絞った対策が重要。
- ・具体的なコースメニューを決め、時間や移動手段を明記しないと、観光客にはイメージできない。
- ・消費額の拡大策（高額の宿泊サービス、食事、お土産の開発、提供及び、そのための支援が必要）
- ・黒部で売れるコンテンツが峡谷、トロッコであり、ピーク時は宇奈月温泉が飽和に近い状況であることから、市内の宿泊施設を利用したルートを魅力的に企画開発し、商品化し、強力宣伝することが必要。
- ・黒部は観光のキラーコンテンツを持っているわけですから、これを、中心に今後も誘客を行っていくべき。しかし、コンテンツは常にレベルアップが必要。峡谷、トロッコ列車は往復同ルートであり、決して優秀な観光資源とはいえないので、将来のために、この資源をどのようにもっていくのかを、早い段階から検討し、実行策を模索していく作業が必要。

■基本目標

- ・市として目標とする黒部市の像を設定する。
- ・委員会での議論を経て計画をまとめる最終段階で、計画の内容をもとに帰納的に定める。

■その他

- ・第1章「3. 計画の期間」について、「中期」「長期」の事業実施期間は、「平成29年度～32年度」「平成29年度～34年度」とするのが正しいのではないか。
- ・チェック、確認の体制が必要ではないか。

■個別施策

●観光資源の活用

- ・立山・黒部ジオパークに関連し、ジルコン、オニックスマール、十字石などを観光に利用。
- ・「水のまち 黒部」を再発見。水を巡るだけでなく、水の歴史をアピール。
- ・新川地域の連携強化による食、産業観光、歴史探訪、体験などの通年観光商品の造成とまちの賑わい創出で、年間安定した顧客確保を目指す。

- ・宇奈月の街中について、夏冬関係なく人に歩いてもらえる仕組みづくりを考えることが必要。
- ・宇奈月スノーパークについては、雪の迷路を作る等、スキーという概念から外れて、雪遊びの場所のイメージとしての打ち出し方もある。
- ・トロッコ電車の時期に左右されるのではなく、黒部市内の資源を長時間味わっていただくための滞在の長期化に向けた、まち歩きや文化体験等の組み合わせと活用。観光客を引き止めるための黒部市を基点とした様々な資源を紹介する。
- ・黒部峡谷は地形的に雨でも景色が楽しめる場所。雨が降って霧が出ている雰囲気も良い。
- ・扇状地の美しさと水をとりにくく「産業」「観光」「再生可能エネルギー」等が豊富にあることがすばらしい。そのような資源を観光に結び付けていく。
- ・宇奈月の電気プロジェクト等、黒部市全域に広げることによって、環境問題に取り組む人向けの観光スポットとして十分に成り立つようになるのではないか。また、環境問題に取り組む企業を絡めた産業観光が考えられる。
- ・地元食材を活用し、昔から地元で作られている、あるいは人をもてなす時に作っていた惣菜等をメニュー化する。今は作られなくなってしまった懐かしい味は、お金を出しても食べたい素材
- ・学びや体験を通じて、来るたびに新しい発見があるような仕掛けがリピートにつながる。

●外国人旅行者への対応

- ・インバウンド対策を進めるならば、3ヶ国語のパンフレットや看板、案内表示を整備し、核となる案内所に外国語を話せる要員を配置する。国際交流員の活用も必要。
- ・外国人への食の対応は、外国人は日本食を楽しみにしてきているので、日本食で対応することが望ましいと考えている。
- ・市内で英語を話せる人が多いことは、まちのおもてなしの魅力につながることであり、「学校教育」ではなく「まちづくり」の一環として進めていく。外国人観光客を拒絶しないでコミュニケーションが図れる体質づくりが必要。
- ・研修会はもちろんのこと、インバウンド先進地への視察も行うべき。

●戦略的なPR

- ・ターゲットを絞って、目的別のPR方法を検討していくことが必要。特に女性にターゲットを絞った情報発信（女性目線）。女性が使う媒体を活用していく。
- ・魅力を際立たせることが大切。他と同じことをしてはいけな。発信力のある人を使った売り出し方も必要。
- ・都会の方に向けて、ビジュアル等で癒される感じを上手に伝える。
- ・SNS等を利用して、口コミを図ることが大切。

●受け入れ体制の強化

- ・生地、宇奈月地区を観光推進モデル地区として指定。そのことで黒部市の観光事業推進のスピード化を図り、モデル地区の成果を持って他の地区に拡大。
- ・宇奈月の日本旅館としての譲れない付加価値、価値感を考えていく必要がある。
- ・まちあげてのイベントが必要。例えば、上越市の日本酒イベント。歩行者天国にして飲食店も出店する。
- ・観光客を受け入れるための二次交通を考える中で、乗り降り自由な観光バス（ホップオンホップオフ）の導入を検討する。
- ・宇奈月の街中を交通特区にして、エミューやセグウェイ等を活用する。
- ・生地と宇奈月間に観光バスが運行していても良い。
- ・「地元の協力」と言うよりも、「地元が先に立ち上がること」が必要。

■重点プロジェクト

●連携による観光の通年化

- ・ターゲットを定め（まずは、県内・近県日帰り客をターゲットに）イベントの内容を充実させて、Webを中心に情報発信を行うことが有効。また、内容充実のため、取り組みに対する支援が必要。
- ・重点としては、冬の魅力づくりによる観光の通年化が絶対必要。冬はどうするのかという話が毎年の課題。冬の遊び方、食を提案し、充実していくことが必要。冬の目玉がない。冬にトロッコが動けばよい。
- ・宇奈月の冬の生活は趣がある。他の温泉地には無い雪景色や“ゆったり感”を味わえる体験商品が開発できるのではないかな。

●外国人旅行者の受入環境の整備

- ・今後さらに増えるであろう、外国人個人旅行者に対し、投資として、トロッコ列車での優先搭乗、割引運賃をつくるべき。
- ・多言語の情報発信はもちろんですが、SNSを利用した、画像、動画の発信を旅行者、一般市民、学生など広く求めていくことが必要。

●戦略的なPR（黒部ブランド）

- ・観光客が黒部に求めていることは明らか（峡谷、トロッコなどの景観）であり、キラーコンテンツである、それらを今後も徹底的に発信すべきで、他のアイテムは当面不要。