

「立山黒部」世界ブランド化推進会議 第3回会議

ブランドコンセプト等検討資料

平成30年3月26日

富 山 県

観光・交通・地域振興局

生活環境文化部



1. これまでの経緯

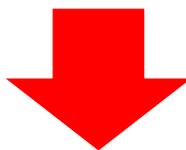
平成28年度 「立山黒部」の保全と利用に関する検討会 開催

- ⇒ ○ 「立山黒部」の世界ブランド化に向け、今後取組むべき28のプロジェクトを取りまとめ
○ 併せて、「立山黒部」が今後目指すべき方向性を中間報告書において整理

平成29年6月1日 第1回 「立山黒部」世界ブランド化推進会議

委員ご発言要旨

- 各プロジェクトの上位概念として、**どういう観光地にしていくのかというコンセプト・目標をはっきりさせるべき**
- 「世界ブランド化」の意味について、**キーワードを探しながら、自分たちの資源に誇りを持つ作業が必要**
- **関係者が合意できる、立山黒部の目指すべき姿を明確にすべき**。それがイコール、ブランドになるはず
- 地元関係者とお客様の接点になるような、**大きな目標・ブランドステートメント**を考えるべき

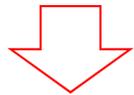


ブランドコンセプトについて、整理・議論が必要

2. ブランドコンセプト作成に向けて

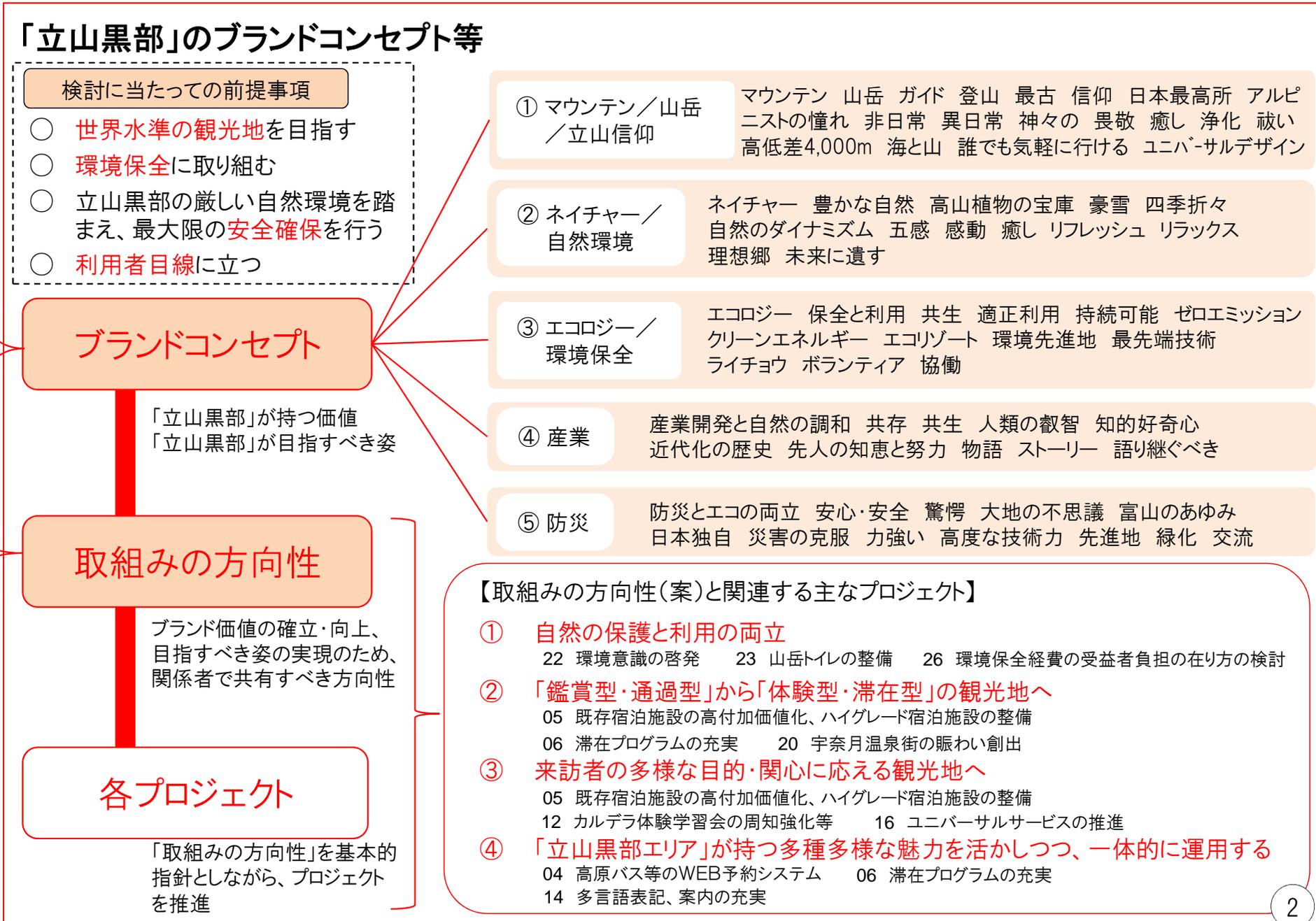
H29.10.20開催 「立山黒部」世界ブランド化推進会議 第2回資料より

第2回会議
(10/20)
要素となる
キーワード(案)
を事務局から
提示し、議論



第3回会議
(本日)
前回の議論を
踏まえ、ブランド
コンセプトについて
検討

第2回会議
(10/20)
⇒了承



3. 委員・関係者のご意見

平成29年10月20日 第2回 「立山黒部」世界ブランド化推進会議

委員ご発言要旨

- 立山黒部には沢山の魅力があるが、もともと自然から出ているものであり、自然が主なのではないか
- 地元の方を含めて、それぞれが思っていることを確認するというのが一番重要
- 宿泊施設にしても、滞在プログラムにしても、多様性を確保するというのは非常に重要
- 産業遺産や防災はおそらく他にはないので、こういったところをキーに絞り込むのが良い



第2回会議以降 継続して「立山黒部」エリア関係者と意見聴取・調整

関係者のご意見

- 「立山黒部」の価値や目指すべき姿についての関係者間の共有認識となり、プロジェクトを進めるうえで振り返る言葉になるとよい
- プロモーションのための言葉はターゲットに応じて使い分けるべき。専門家の協力も得てブランドコンセプトとは別に作成すべきではないか
- 最も重要なのは「保全と利用」のバランスを考慮することである
- 「立山黒部」は自然と人の共生が非常にうまく進んでいる場所である

4. 各地のブランドコンセプト等(参考事例)

◎ スイス・ツェルマツ

ブランド
メッセージ

「Your best mountain experience ever....and ever and ever again」
 (あなたにとってこれまで最高の山の経験であり続ける)



(出所)スイスツェルマツ公式HP

⇒「Your」利用者目線の徹底、「Mountain」マッターホルンなどヨーロッパアルプスの魅力
 「Experience」体験型観光、「ever and ever again」常に最先端に行く、年齢により異なる価値を提供

◎ 日光国立公園

コンセプト

(出所)日光国立公園満喫プロジェクト地域協議会
「日光国立公園ステップアッププログラム2020」P28.12

「NIKKO is NIPPON
 自然・歴史・文化美しい「日
 本」を感じられる東京圏のプレ
 ミアムリゾート」

目指すべき姿・取組み方針

- ① 上質で奥深い魅力を満喫できる国立公園
- ② 体験・滞在・周遊型の国立公園
- ③ 低炭素・循環型を実現する国立公園

◎ 伊勢志摩国立公園

コンセプト

(出所)伊勢志摩公園満喫プロジェクト地域協議会
「伊勢志摩国立公園ステップアッププログラム2020」P28.12

「悠久の歴史を刻む伊勢神宮
 人々の営みと自然が織りなす
 里山里海」

基本方針

- ① 上質な展望環境及び快適な利用環境の整備
- ② 観光資源の磨き上げによるストーリー性を持った質の高い自然体験等の提供
- ③ 人々の営みと自然が織りなす優れた景観の保全

◎ 立山黒部貫光(株)

ビジョン

(出所)「立山黒部アルペンルート」魅力向上
プロジェクト検討委員会報告書P29

「世界に類を見ない山岳リゾ
 ートエリア」

テーマ

- ・還りたくなる場所 Re:立山黒部
- ① 自然の神秘と人間の物語が織りなす理想郷
 - ② 荒天も楽しめる魅惑の全天候対応リゾート

ポジショニング(目指すべきライバル)

- ・欧米の上質な山岳リゾートエリア
 ツェルマツ(スイス)、シャモニー(フランス)、ウィスラー(カナダ)、などの世界水準のクオリティーを目指す

5. ブランドコンセプトについての考え方

- 今回提案するブランドコンセプトは、「立山黒部」の価値と、それを踏まえた目指すべき姿・ビジョンについて、端的に表現した言葉である。
- 「立山黒部」エリアで活動する様々な方々で共有し、今後、世界ブランド化に向けたプロジェクトに取り組むに当たり、適宜振り返る言葉としたい。
- なお、「立山黒部」を訪れる方々のニーズは多種多様であることから、国内外へのプロモーションは、このコンセプトを踏まえつつ、利用者目線・マーケットインの発想で、ターゲットに応じたフレーズを別途作成・活用することとする。

6. ブランドコンセプト案

奇跡の自然と、
それに挑戦し共に歩んできた人々の物語
訪れる度に味わえる感動・体験を世界へ、未来へ

前段では「立山黒部」が持つ価値を表現

奇跡の自然と、 それに挑戦し共に歩んできた人々の物語

◎「立山黒部」の根源的の魅力は「自然」にある

- 「立山黒部」には、原生的で雄大な自然環境が存在し、先進的な環境保全活動が行われてきた
- 「歴史」「文化」「産業(電源開発)」「防災(砂防事業)」といった多種多様な魅力は、3000m級の立山連峰、豊富な降水量など、奇跡の自然を活かして、人々が築き上げてきたものである

構成要素(例)

- ・高低差4,000mの稀有な地形
- ・世界有数の積雪量
- ・日本一深いV字峡 黒部峡谷
- ・日本初の氷河
- ・落差日本一350mの称名滝
- ・ラムサール条約登録湿地最高所にある弥陀ヶ原湿原
- ・標高や場所によって姿を変える景観や植生の多様性



前段では「立山黒部」が持つ価値を表現

奇跡の自然と、 それに挑戦し共に歩んできた人々の物語

◎人々が築き上げてきた「歴史」「文化」「産業」「防災」といった多種多様な魅力

- 立山は神々が宿る山とされ、人々の畏敬・信仰の対象(立山信仰)としても共に歩んできた
- 古くから登山が盛んで、多くの人々が険しい山々に挑んできた歴史があり、山岳ガイドが活躍してきた場所
- その都度直面する環境保全や防災対策、電力需要の逼迫といった時代のニーズに応じ、先人たちが先駆的に挑戦し、共生してきた軌跡でもある

構成要素(例)

- ・先進的な環境保護の取組み
(全国に先駆けたマイカー規制やバスの排出ガス規制 など)
- ・安定的に生息しているライチョウ(全国で生息数が減少する中、保護柵の設置など積極的な保護活動により、県内では安定的に生息)
- ・落差186m日本一の黒部ダム、関西電力黒部ルート(戦後の電力不足を補うため建設され、建設途中には破碎帯に遭遇するなど、世紀の大事業として語り継がれている)
- ・水害から人々の暮らしを守る立山砂防施設(泥谷堰堤群、白岩堰堤、本宮堰堤による他地域のモデルともなった水系一貫の総合的砂防システムであり、一部は現在緑に覆われ、防災とエコを両立)



後段では「立山黒部」が目指すべき姿・ビジョンを表現

訪れる度に味わえる感動・体験を世界へ、未来へ

目指すべき姿

- 訪れる度に、前回とは異なる感動・体験を提供する、1度だけでなく何度も訪れたい観光地
- 多様かつ上質な宿泊施設が整備され、立山エリアと黒部エリアを広く周遊しながら様々な魅力を味わえる、ゆっくりと滞在できる観光地
- 雪の大谷・紅葉などの景観に感動するだけでなく、自然・歴史・文化・産業・防災など多彩な魅力を活用した充実したプログラムを通じ、様々な体験を堪能できる観光地
- 利用者目線に立って、マーケットインの発想で、「立山黒部」の魅力・感動の提供に努めるとともに、満足度の向上を図るため、エリア全体の一体的な運用に取り組む



マッターホルンを望むオープンテラス
(スイス・ツェルマット)
(出所)ツェルマット マッターホルングループHP



ツェルマット市街のホテルやコンドミニアム



野鳥の森ネイチャーウォッチング
(出所)ピッキオ HP



星空ウォッチングツアーイメージ
(出所)榎星野リゾート HP

6. ブランドコンセプト案

後段では「立山黒部」が目指すべき姿・ビジョンを表現

訪れる度に味わえる感動・体験を世界へ、未来へ

目指すべき姿

- 日本はもとより、「立山黒部」の自然を愛し、憧れ、歴史・文化・産業・防災などの魅力に知的好奇心を持つ世界中の人々に、「行ってみたい」「また来たい」と思ってもらえるよう、様々な目的・関心に応えることができる多様性を備えた観光地
- 現世代のみならず、未来の人たちにも「立山黒部」の感動・体験を味わってもらえるよう、根源的魅力である豊かな自然環境を保全する取組みを持続可能な形で継続するため、保全と利用の好循環を生み出す



山岳リゾート (スイスツェルマット)
(出所)スイス・ツェルマット観光局 HP



360° ガラス張りで運行中に1回転する
ゴンドラ



ライチョウのつがい



外来植物の除去・環境意識の啓発

7. ブランドコンセプト等のまとめ

ブランドコンセプト

奇跡の自然と、それに挑戦し共に歩んできた人々の物語
訪れる度に味わえる感動・体験を世界へ、未来へ

検討に当たっての前提事項

- 世界水準の観光地を目指す
- 環境保全に取り組む
- 立山黒部の厳しい自然環境を踏まえ、最大限の安全確保を行う
- 利用者目線に立つ

取組みの方向性①

自然の保護と利用の両立

◎ 関連する主なプロジェクト

- 06 滞在プログラムの充実
- 21 登山道の整備
- 22 環境意識の啓発
- 23 山岳トイレの整備
- 24 外来植物除去活動の推進
- 26 環境保全経費の受益者負担の在り方の検討
- 27 とやまのライチョウサポート強化、生息状況調査

取組みの方向性②

「鑑賞型・通過型」から「体験型・滞在型」の観光地へ

◎ 関連する主なプロジェクト

- 01 混雑スポットにおける食事・休憩スペースの拡充
- 05 既存宿泊施設の高付加価値化、ハイグレード宿泊施設の整備
- 06 滞在プログラムの充実
- 10 黒部ルート見学会の一般開放・旅行商品化
- 17 立山～弥陀ヶ原ロープウェイ
- 20 宇奈月温泉街の賑わい創出

取組みの方向性③

来訪者の多様な目的・関心に
応える観光地へ

◎ 関連する主なプロジェクト

- 05 既存宿泊施設の高付加価値化、ハイグレード宿泊施設の整備
- 06 滞在プログラムの充実
- 12 カルデラ体験学習会の周知強化等
- 14 多言語表記・案内の充実
- 15 携帯電話不通エリア、WiFi未整備エリアの解消
- 16 ユニバーサルサービスの推進

取組みの方向性④

「立山黒部エリア」が持つ多種多様な魅力を活かしつつ、一体的に運用する

◎ 関連する主なプロジェクト

- 04 高原バス等のWEB予約システム
- 06 滞在プログラムの充実
- 11 黒部ルート見学会の一般開放・旅行商品化
- 14 多言語表記、案内の充実
- 17 立山～弥陀ヶ原ロープウェイ
- 26 環境保全経費の受益者負担の在り方の検討