

プロジェクトチーム（PT）の設置

- 富山地方鉄道(株)、立山黒部貫光(株)、富山市、立山町、県の実務者レベルで利用者増、収益増につながる施策を検討（R7.10月に設置）
- 現在までに2回開催。検討に必要な乗降者数等のデータの共有や検討の方向性を議論
- また、PTでの議論の参考とするため構成団体の若手・現場職員によるワーキンググループを1回開催し、出されたアイデアを短期・中期・長期に整理
 - 例 ・オフピーク時の利用促進策
 - ・アルペンルートの玄関口として電鉄富山駅が起点となるような一体的なプロモーション、富山地方鉄道と立山黒部貫光のウェブサイトの連携による利便性向上、企画列車の運行 など
- 具体化されたアイデアを、令和8年度から順次実施

既に実施を開始した取組み

- SNS投稿のサポート
 - ・利用者増に不可欠なSNSの投稿について、県観光推進局のSNS担当職員が注目をひく投稿のコツなどを地鉄社員にアドバイス（R7.11月に実施）



SNS投稿のサポートの様子



ワーキンググループの様子

とやま観光ナビ（県）と地鉄アテンダントで共同投稿



■Instagram（フィード投稿）

意見交換当日に、とやま観光ナビ（panokito_toyama）と地鉄アテンダント（toyamachitetsu_ad）で共同投稿

■UGC促進（SNS投稿者）の動き

- ・地鉄の写真を頻繁に投稿されているフォロワーを地鉄に紹介
- ・カメラマン「写真で力になりたい」ととやま観光ナビに連絡があった。

富山地鉄アテンダントによる投稿



■Instagram（リール投稿）

意見交換当日11/11と、11/14に、地鉄アテンダントがリール動画を投稿

→リール動画では、過去最大の再生数!

地鉄担当者より

インスタのほうでリール動画をアップしたところ、さっそくフォロワーが増え、少し工夫をするだけでこんなに変わるのかと驚いています。