

2020年東北・新潟の情報発信拠点事業

東北ハウス

TOHOKU HOUSE

－ 東北・新潟 －

実施計画（中間報告）

< 概要版 >

2019年10月30日

「東北ハウス」実行委員会

2020年2月3日一部修正（会場名）

<「実施計画（中間報告）」の位置づけ>

- 「実施計画（中間報告）」は、2020年4月頃に開催予定の「第4回実行委員会」で決定する「実施計画」に先立ち、概ねの実施内容を固める位置づけのものです。
- 今後、「実施計画（中間報告）」に基づき、各種制作等を進めます。
- なお、今後国の事業支援が得られた場合等、実施内容が変更する可能性があります。

# ■ 事業趣旨・全体概要

## 1. 事業趣旨

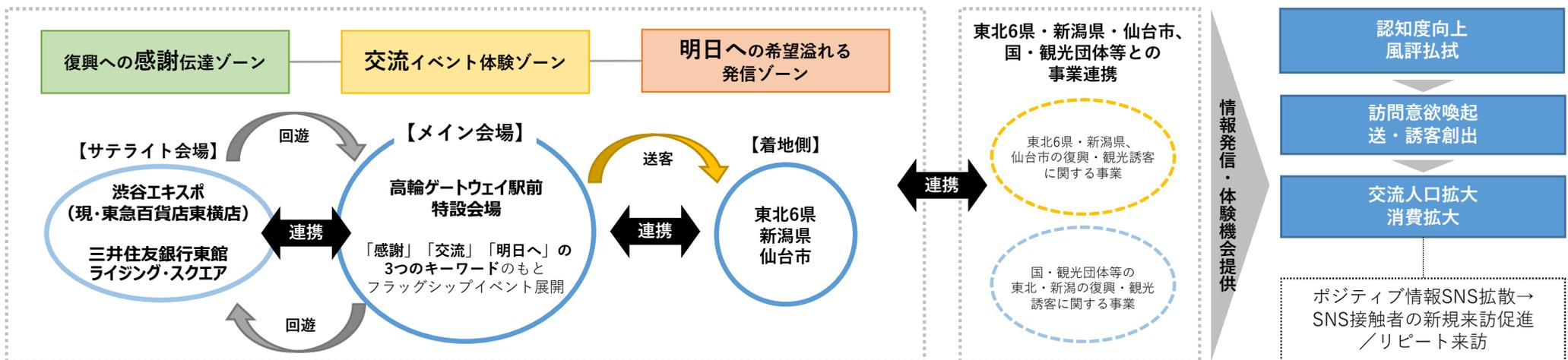
東日本大震災の発生から10年目を迎え「復興・創生期間」の最終年度となる区切りの年である2020年に、「復興五輪」を基本方針とする東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催され、全世界から日本への注目が高まる。

この機会に『世界から寄せられた支援に対する感謝の気持ち』や『復興に向けて着実に歩んでいる元気で安心な東北の姿』、『日本の他地域では味わえない観光地“東北・新潟”の魅力』を様々な方法で世界に発信することで、①東北・新潟の認知度を向上させ、風評を払拭し、②東北・新潟への訪問意欲の喚起および送・誘客の創出を行うとともに、③東北・新潟エリアにおける交流人口拡大・消費拡大を図る。

## 2. 事業概要

- 1) 事業期間： ①2020年7月18日（土）～8月9日（日）（23日間）  
⇒メイン会場およびサテライト会場（以下の（a）） ※サテライト会場（a）は、このうち7月21日（火）～7月27日（月）（7日間）  
②2020年8月24日（月）～8月30日（日）（7日間）  
⇒サテライト会場（b） ※なお、8月25日（火）～9月6日（日）のうち一日、別途イベントを実施
- 2) 実施拠点： A) メイン会場： 高輪ゲートウェイ駅前特設会場「Takanawa Gateway Fest」ホールB  
B) サテライト会場： (a) 渋谷エキスポ（現・東急百貨店東横店）8階催事会場（渋谷）  
(b) 三井住友銀行東館ライジング・スクエア（丸の内）
- 3) ターゲット： 事業期間中の訪日外国人および国内居住者
- 4) 実施内容： ①東日本大震災からの復興の現状および復興支援への感謝等の発信  
②東北・新潟の観光情報の発信および伝統文化（伝統工芸、食・酒、祭り等伝統芸能など）の紹介・体験ならびに地場製品の販売  
③東北・新潟の認知度向上・魅力発信のための各種プロモーション活動
- 5) 主催： 2020年東北・新潟の情報発信拠点事業「東北ハウス」実行委員会（委員長：海輪 誠（一社）東北経済連合会 会長）

## 3. 基本計画の考え方



復興支援への感謝・復興する姿の発信

地域の魅力の発信

▶ 「東北ハウス」総体として、東北・新潟への誘客促進・交流拡大

『復興支援への感謝の気持ちを伝える』

世界中から届いた支援への「感謝」、さらには復興を成し遂げつつある姿や復興に取り組んできた方々の笑顔をキーワードとして、パネルや映像等で可視化し表現する。

復興を示すパネル・映像など  
(感謝の気持ち、復興の成果、  
震災の風化防止等)

感謝  
ゾーン

『東北・新潟の魅力を訴求』

豊かな自然をはじめとする地域資源の映像とともに、伝統や文化など体験等を通じて、地域全体の持つ魅力を訴求し、認知拡大・興味喚起を図る。  
(試飲・試食を通じて、風評払拭にもつなげる。)

風景・祭り等の映像上映

伝統文化体験

食と酒体験

スノーコンテンツ

祭り

交流  
ゾーン

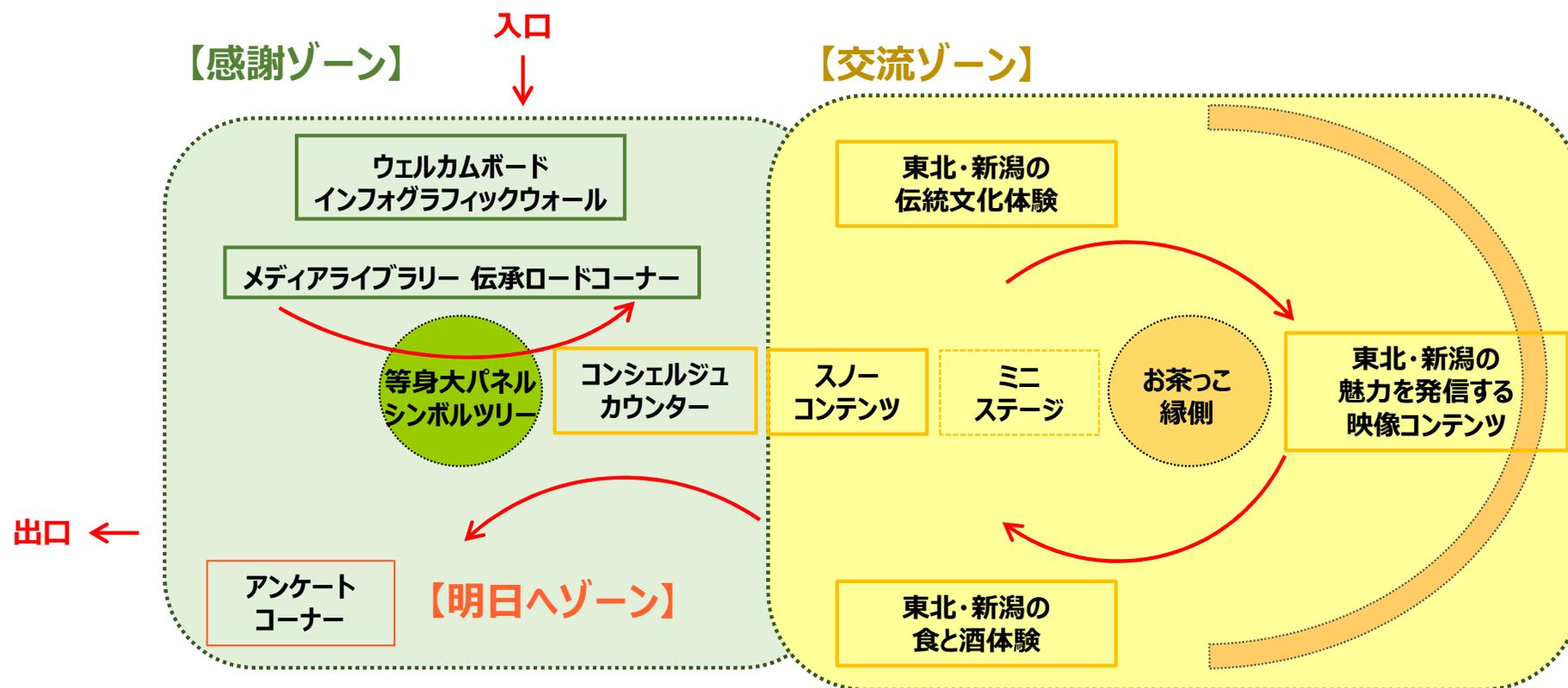
『地域のみらいをみんなで創ろう』

東北・新潟の子供たちの取り組み、未来に向けて活動を行っている企業・団体を紹介する。

明日へ  
ゾーン

子供たちや  
企業・団体の取り組み  
紹介コーナー

- 館内に設置する3つのゾーンのゾーニングイメージは以下のとおり（大きく2つのエリアがあり、その中に3つのゾーンを設置）。
- なお、具体的な詳細については、今後検討を進め、追って公表する予定。



### コンテンツの多言語対応に関して<東北ハウス内共通>

- ハウス内コンテンツデザインの言語は、多数の言語での表記は、文字ばかりになってしまうため、日本語および英語表記とする予定。
- その他の言語（中国語（繁体/簡体）・韓国語）は、QRコード等を設置して、東北ハウスのWEBページ上で補足説明をすることを検討。

(※写真・イラストはすべてイメージです)

1

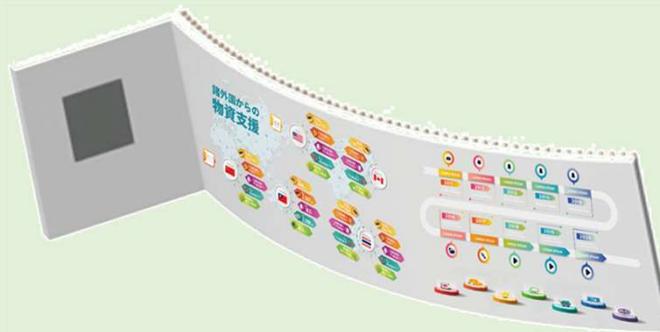
## ウェルカムボード



東北ハウスの概要や各ゾーンの内容、来場者への感謝のメッセージ等を掲示。

2

## インフォグラフィックウォール (復興過程・復興支援情報の紹介)



復興の過程や世界中からの支援などの情報をグラフィック手法で表現。復興の歩みを伝える。

3

## 感謝の等身大パネル



パネル表面に、被災地の方々の感謝のメッセージ等を表示。裏面には表面に表示されている方に関係する映像等を上映。震災復興に関するエピソードを伝える。

4

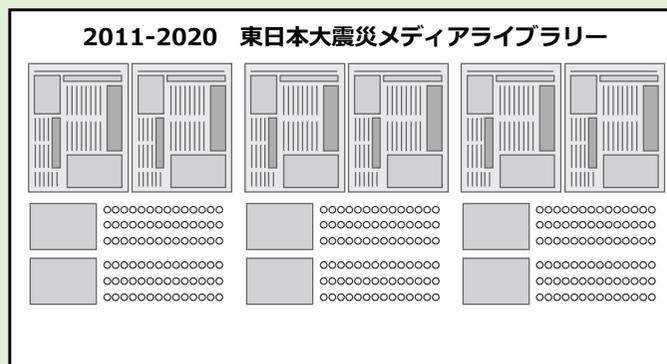
## シンボルツリー



復興に向けて前へと進む生命力と力強さ等をシンボリックに表現。東北・新潟の木材を利用して製作を行い、象徴的な空間演出を図る。

5

## 東日本大震災メディアライブラリー



東日本大震災発生以降の地元メディアの各種記事やニュース映像を紹介。震災の記憶の風化防止を目指す。

6

## 「3.11 伝承ロード」コーナー



東日本大震災の教訓を学ぶために被災地に設置されている震災遺構や展示施設を結んだ「3.11 伝承ロード」を紹介。

### 3 感謝の等身大パネル

- パネル表面には被災地で奮闘する人々の写真や感謝のメッセージを表示。
- パネル裏面には表面に表示されている“人”に関する映像の上映や画像を表示。震災復興に関する十数のエピソードを伝える。



### 4 シンボルツリー

- 東北の地に根をはり、大きく成長し、発展していく。人々の生命の躍動感と、復興に向けて前へと進む力強さをシンボリックに表現。
- 実際に東北・新潟の木材を利用し、東北ハウスを象徴する造作物としてダイナミックな空間演出にもつなげる。



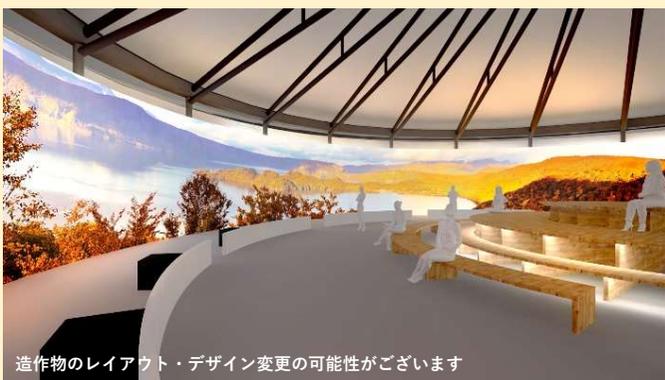
- 無数の**葉型の穴**が開いた天井から**降り注ぐ光**でゾーン全体を包み込む
- 天井から降り注いだ光が**木洩れ陽**となって、**床面を照らす**
- **東北・新潟エリアの様々な木材**を使いコラージュ的に大きな幹を形成

- 感謝の等身大パネル裏面にQRコードを配置。
- SNSを通してWEBページへの誘導やシェアやツイートなどの拡散を図る。

(※写真・イラストはすべてイメージです)

1

お茶っこ縁側



造作物のレイアウト・デザイン変更の可能性があります

東北・新潟の暮らしの風景の一部である縁側をモチーフにした空間演出・造作物設置。各コーナーにおける体験実施と一体的に展開する。

2

東北・新潟の魅力を発信する映像コンテンツ



造作物のレイアウト・デザイン変更の可能性があります

東北・新潟のありのままの風景と魅力を、新たな演出方法も駆使した圧倒的な迫力のある映像により大型スクリーン上映することで訴求。東北ハウスでしか観れない映像体験を通じて、東北・新潟へ行きたくなくなるという機運を高める。

3

東北・新潟の伝統文化体験



東北・新潟が育んできた伝統文化である伝統工芸を体験し、興味関心を持っていただくことで、誘客を促進する。

4

東北・新潟の食と酒体験



東北・新潟が誇る日本酒や地場産品の試飲・試食を通じて文化や伝統に触れていただき、興味関心を促進させる。また、風評払拭にもつなげる。

5

東北・新潟のスノーコンテンツ

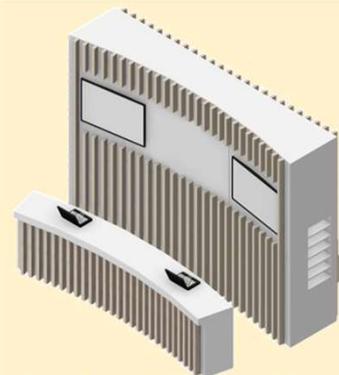


東北・新潟の代表的な観光資源である雪を、真夏の東京でVRやフォトスポットにより疑似体験していただき、冬期の訪問意欲を喚起させる。



6

東北・新潟  
コンシェルジュカウンター



有人コンシェルジュのほか、AI案内サービス、ネットワーク端末を導入し、東北・新潟の旬な情報やスポット、アクセス案内等を行う。

7

東北・新潟の祭り



東北・新潟の魅力の一つとなっている夏祭りを実演。体感していただくことで、さらなる交流拡大を目指す。[限定実施]

<備考> 「●●県(市)デー」の実施について(●●は自治体名)

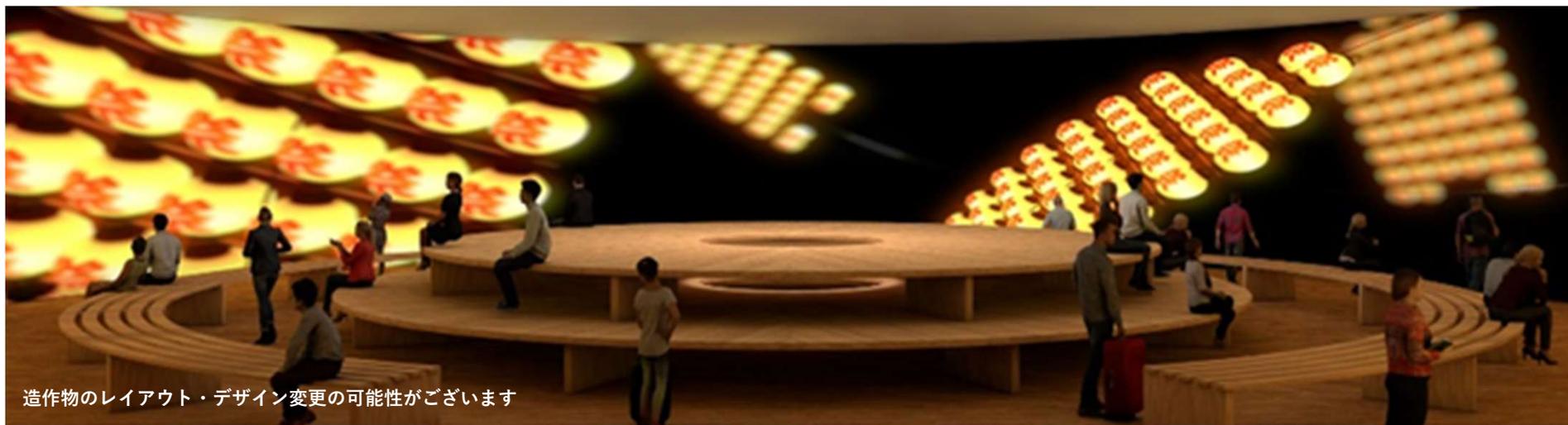
- ・ 期間中、伝統工芸の体験・展示コーナー、試飲・試食コーナーおよび交流ゾーン内の「ミニステージ」を活用して、各自治体ごとに一体的なPRを実施する「●●県(市)デー」を実施予定(各自治体1~2日程度)。

## 2 東北・新潟の魅力を発信する映像コンテンツ

～東北・新潟のありのままの風景と魅力を、圧倒的な迫力のある映像で体感～

### 『The view from TOHOKU・NIIGATA』（制作者：WOW）

<新規映像の上映イメージ>



造作物のレイアウト・デザイン変更の可能性があります

#### POINT①

ここでしか体験できない、圧倒的な  
迫力ある映像により感動を醸成する

#### 大型スクリーン映像演出

※大型スクリーン（180度）

#### POINT②

東北・新潟の魅力を  
新たな演出方法で表現する

#### モーショングラフィックス

※次ページ参照

#### POINT③

シームレスな構成で映像への  
没入感を高める

#### 映像編集

※各自治体3シーンずつ、四季  
を通してシームレスな構成  
（宮城県、仙台市は各2シーン）

※新規映像を補完する形で、東北観光推進機構や各自治体所有の既存映像も館内で別途上映することにより、東北・新潟の魅力を総合的に発信。

## ＜参考＞ モーショングラフィックスのイメージ

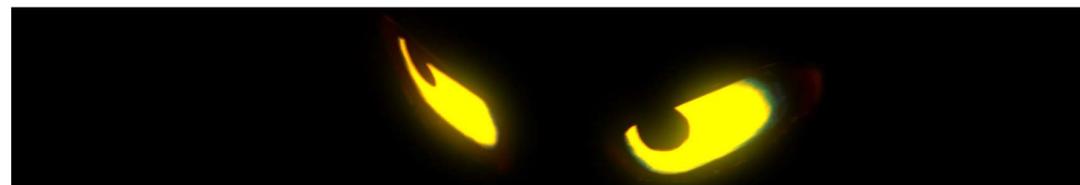
～東北・新潟の魅力を新たな演出方法で表現する～

【モーショングラフィックス例】

### AOMORI

inspired by NEBUTA

青森を代表するねぶた祭りについて、普段絶対に見られない（実写では撮れない）ような、ダイナミックな視点で捉え、オリジナルのアニメーションとともに、ねぶたの迫力を最大限に演出。



※制作者（WOW）について

仙台で生まれ、世界を舞台に活躍するビジュアルデザインスタジオ。圧倒的クォリティの映像表現をはじめ、すべてのデザイン領域で革新的な活動を展開。

### 3 東北・新潟の伝統文化体験（伝統工芸の体験・展示コーナー）

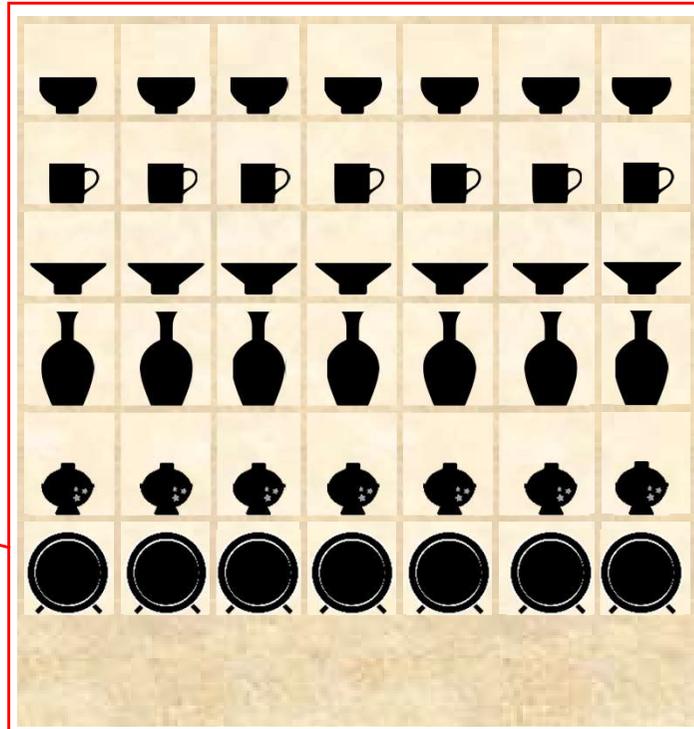
#### <伝統工芸の体験>

- 講師（職人）と触れ合いながら、実際に伝統工芸の“体験”をしていただく。
- 期間中毎日、1日4回程度の伝統工芸体験を実施する（各自治体1種類の伝統工芸を期間中に割当て。内容は今後選定）。



#### <伝統工芸品の展示>

- 各自治体の伝統工芸品を展示。



伝統工芸品名



oooooooooooooooooooooooooooo  
 ooooooooooooooooooooooooooooo  
 ooooooooooooooooooooooooooooo  
 ooooooooooooooooooooooooooooo

- QRコードを付したPOPやカードを展開。東北ハウスのWEBページから、伝統工芸品製造者等のWEBサイトへ誘導し伝統工芸品の特徴や製造者からのメッセージ等を世界に向けて発信する。
- 実際の購入は、伝統工芸品製造者等のWEBサイトやオンラインショップにより対応。

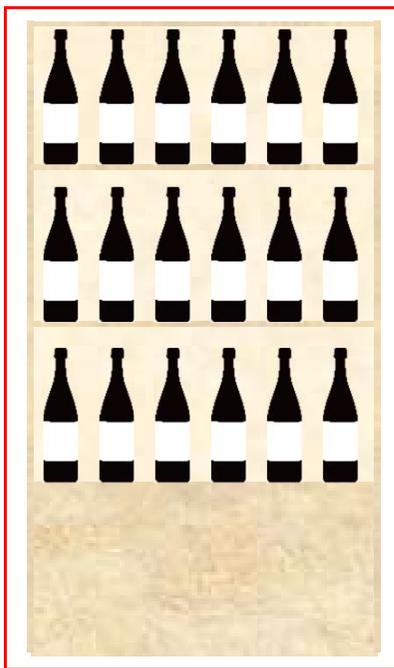
## 4 東北・新潟の食と酒体験（試飲・試食コーナー）

### <試飲・試食>

- 説明者と触れ合いながら、東北・新潟の日本酒・地場産品の試飲・試食を体験していただく。
- 期間中毎日、1日8回程度の試飲・試食体験を実施する（日本酒・地場産品は今後選定。酒造組合や海外販路拡大等に意欲のある日本酒メーカー等から協賛提供を得ることも検討。試飲は常温または冷や、試食は調理を行わずそのまま提供できる産品を想定）。

### <日本酒等の展示>

- 各自治体の日本酒等を展示



日本酒名



oooooooooooooooooooooooooooo  
oooooooooooooooooooooooooooo  
oooooooooooooooooooooooooooo  
oooooooooooooooooooooooooooo

- QRコードを付したPOPやカードを展開。東北ハウスのWEBページから、酒造組合または生産者等のWEBサイトへ誘導し日本酒や地場産品の特徴や生産者からのメッセージ等を世界に向けて発信する。
- 実際の購入は、酒造組合または生産者等のWEBサイトやオンラインショップにより対応。各県アンテナショップも紹介。

## 5 東北・新潟のスノーコンテンツ

- 東北・新潟の「冬」の代表的な観光資源である「雪」を、真夏の東京で“バーチャル”に体験していただくとともに、雪を背景等とした写真映えするフォトスポットを設置。
- VRやフォトスポットによる冬の疑似体験により訪問意欲を喚起して来訪に繋げ、またSNS等を通じた魅力発信・拡散を促進。  
※ 本物の雪を屋外で体験できるコーナーを今後検討予定。

### 1 スノーコンテンツVR体験

- 冬の祭りや、スキーなどのスノーアクティビティ等のVRにより、東北・新潟の冬の魅力を迫力のあるVRで体験いただく。



東北・新潟の冬の  
観光映像を上映

### 2 スノーフォトスポット

- 雪原を背景に樹氷のオブジェを設置、SNSによる情報の拡散を狙う。
- 同時に埋め込み式のモニターでは東北・新潟のウィンターリゾートや冬の観光地を放映し、来訪のきっかけにつなげる。



## 6 東北・新潟コンシェルジュカウンター（総合観光情報案内）

- 東北・新潟の旬な情報やスポット、アクセス案内等を行う。
- 有人コンシェルジュのほか、AIサービス、ネットワーク端末を導入し、総合的に情報案内を行うことを検討。

### ■ 常駐コンシェルジュ（2名程度）

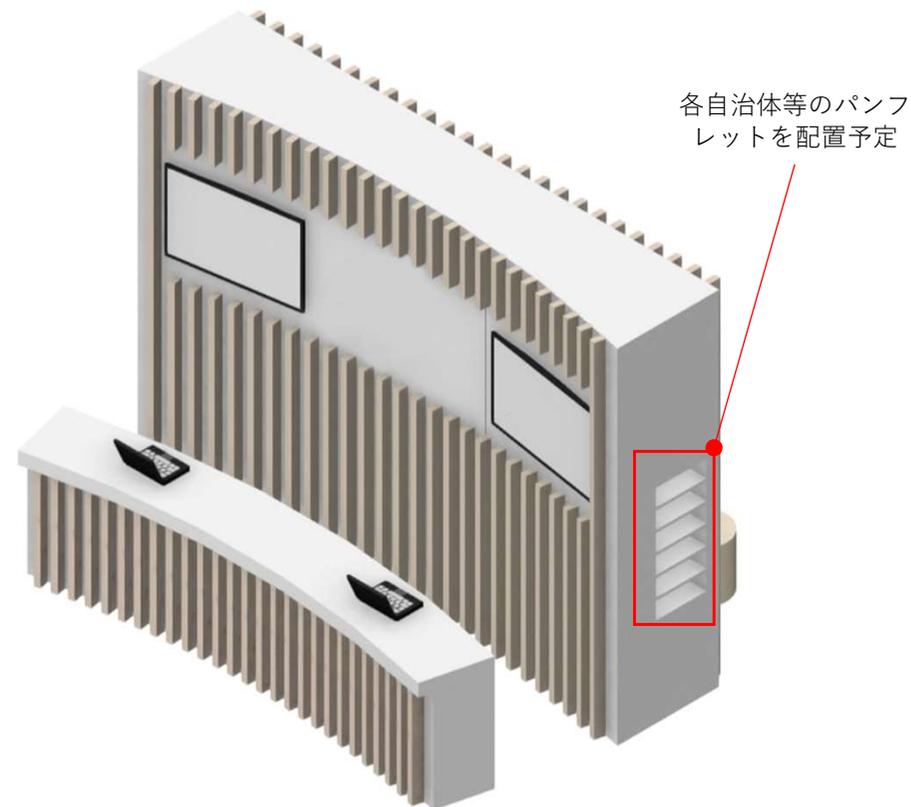
…常駐コンシェルジュは館内のインフォメーションも案内。

### ■ AI案内サービス

…自然対話、多言語対応のAI案内サービスの導入を検討。

### ■ ネットワーク端末

…館内の情報検索のほか、東北ハウスと東北・新潟をつなぎ、生の情報を紹介。



※東北ハウス終了後の観光施策展開も見据えて対応予定。

## 7 東北・新潟の祭り

- 東北・新潟の夏を盛り上げる“祭り”を屋外スペースでの実施を検討（期間中1回を想定）
- また、館内ミニステージやサテライト会場（都内企業イベント会場）での実施も検討。

### 【明日ヘゾーン】

- 東北・新潟の次世代を担う子供たちの取り組みや未来に向けて活動を行っている様々な企業・団体をパネル展示等で紹介。

## ◆サテライト会場 (a)

東北・新潟の産直・物産販売、グルメ等飲食提供および観光PRを行うとともに、東北ハウス本体との連携と各県のアンテナショップへの誘客を図る。

- 1) 実施期間：2020年7月21日（火）～27日（月）7日間
- 2) 実施場所：渋谷エキスポ（現・東急百貨店東横店）8階催事会場（渋谷）
- 3) 実施内容：東北・新潟の産直・物産販売、グルメ等飲食提供および観光PR（25社程度の出店を想定）

## ◆サテライト会場 (b)

東北・新潟の映像を上映して情報発信を行うとともに、東北・新潟の百貨店による物産展を実施し、各県のアンテナショップへの誘客も図る。

- 1) 実施期間：①2020年8月24日（月）～8月30日（日） 7日間 ②8月25日（火）～9月6日（日）のうち1日
- 2) 実施場所：三井住友銀行東館ライジング・スクエア ①1階『アース・ガーデン』および②3階『SMBCホール』
- 3) 実施内容：①東北・新潟の観光・復興情報発信、体験イベント実施、伝統芸能実演、東北・新潟ならではの地場産品販売、②東北の復興・魅力発信に関するイベントの実施