

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 >

2020年9月7日

「東北ハウス」実行委員会

- 本資料の画像等はイメージです。実際の仕上がりとは異なる場合があります。
- 実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向けて、国や業界団体等のガイドラインに基づき、適切に対応します。

<参考>「実施計画（中間報告）」の位置づけ

- 「実施計画（中間報告）」は、来春開催予定の実行委員会での「実施計画」決定に先立ち、基本的な実施内容を固めるという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際など、実施内容が変更する場合があります。

1.事業趣旨

2011年の東日本大震災の発生から10年の節目の年に、“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。

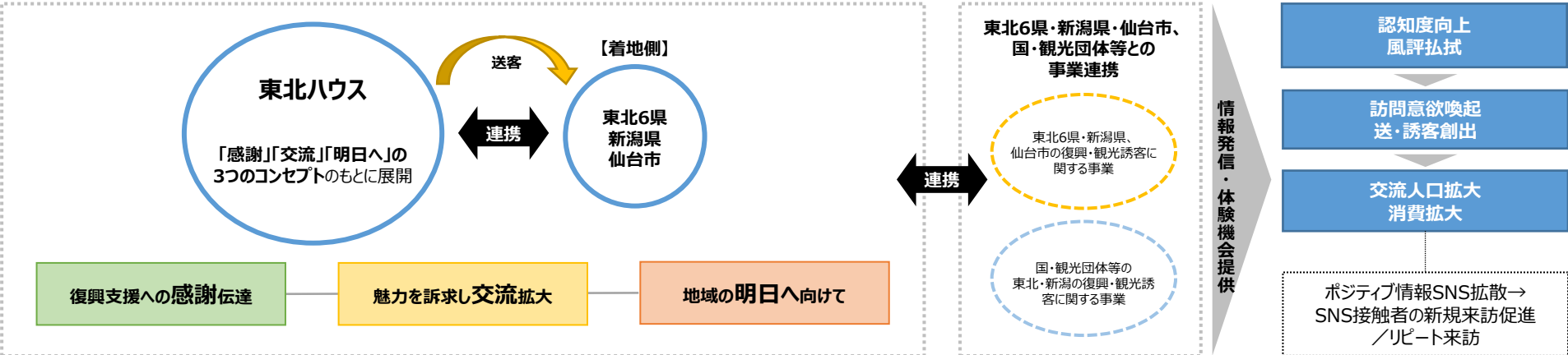
この機会に『世界から寄せられた支援に対する感謝の気持ち』や『復興に向けて着実に歩んでいる元気で安心な東北の姿』、『日本の他地域では味わえない観光地“東北・新潟”の魅力』を様々な方法で世界に発信することで、①東北・新潟の認知度を向上させ、風評を払拭し、②東北・新潟への訪問意欲の喚起および送・誘客の創出を行うとともに、③東北・新潟エリアにおける交流人口拡大・消費拡大を図る。

加えて、新型コロナウイルス感染拡大の影響により開催が1年延期となったが、所期の目的を達成するとともに、コロナ禍により疲弊した地域経済の回復に向けて事業を展開する。

2.事業概要

- 1) 会 場 ・ 期 間 : アキバ・スクエア（東京都・JR秋葉原駅前）
2021年7月22日（木）～8月7日（土）（17日間）
- 2) タ ー ゲ ッ ト : 事業期間中の訪日外国人および国内居住者
- 3) 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
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
- 4) 主 催 : 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.事業展開イメージ（参考）



- 「感謝」「交流」「明日へ」の3つのコンセプトのもと、「東北ハウス」を展開する。

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

『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

雪体験

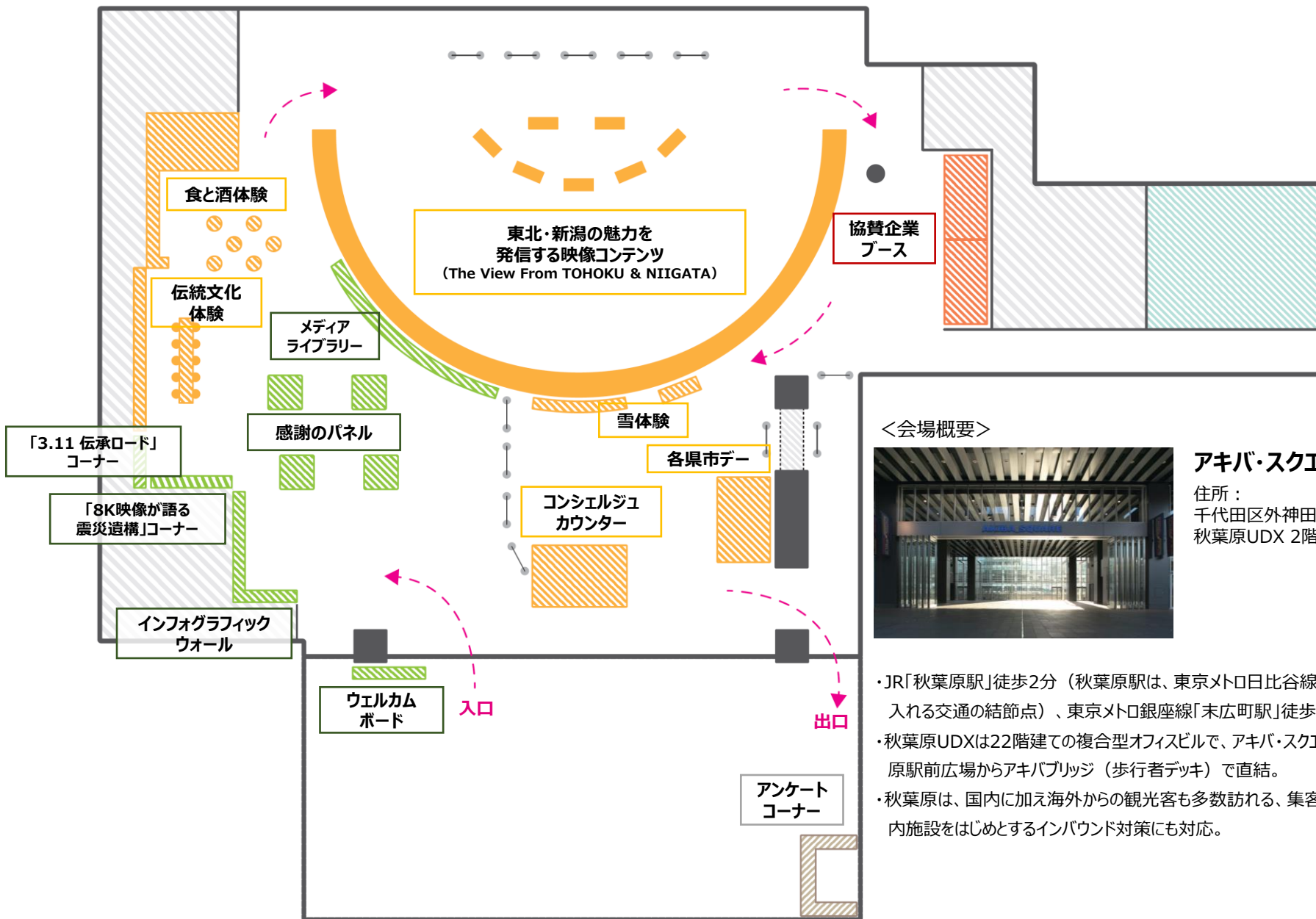
交流

『地域の明日へ向かって』

東北・新潟の未来に向けて活動を行っている企業等を紹介する。

明日へ

企業等の取り組み
紹介ブース



<会場概要>



アキバ・スクエア

住所：
千代田区外神田4-14-1
秋葉原UDX 2階

- ・JR「秋葉原駅」徒歩2分（秋葉原駅は、東京メトロ日比谷線、つくばエクスプレスも乗り入れる交通の結節点）、東京メトロ銀座線「末広町駅」徒歩3分。
- ・秋葉原UDXは22階建ての複合型オフィスビルで、アキバ・スクエアのある2階は、JR秋葉原駅前広場からアキバブリッジ（歩行者デッキ）で直結。
- ・秋葉原は、国内に加え海外からの観光客も多数訪れる、集客力の高いエリア。観光案内施設をはじめとするインバウンド対策にも対応。

1

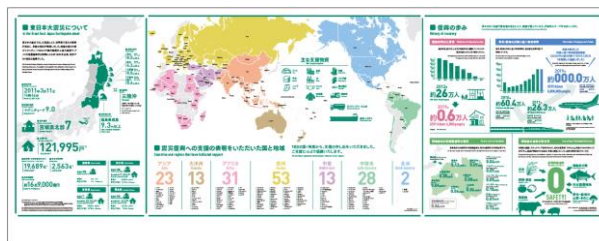
ウェルカムボード



「東北ハウス」の趣旨や実行委員長メッセージ、会場マップを掲示する。

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)



震災発生時の被災状況や世界中からの支援、復興にまつわる情報をグラフ等で紹介。

3

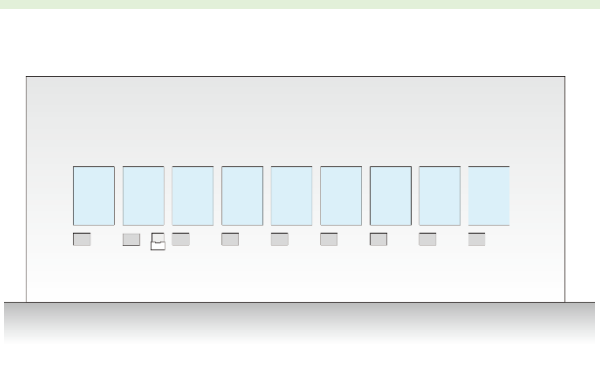
感謝のパネル



被災地で奮闘する人々の写真や感謝のメッセージを掲示。パネル上部にはモニターを設置し、登場する“人”に関する映像を上映。震災復興に関するエピソードを伝える。

4

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新聞社の各種記事を紹介。震災の記憶の風化防止等を目指す。

5

「8K映像が語る震災遺構」コーナー

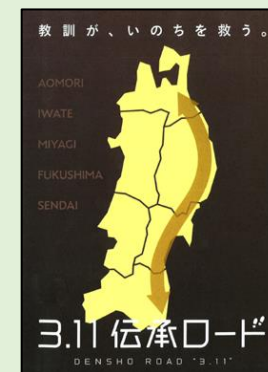


協力／NHK仙台放送局

被災地の「震災遺構」の8K映像等を上映するとともに、震災遺構や展示施設を結んだ「3.11伝承ロード」を紹介。震災遺構を通じて、復興の姿の発信と風化防止等を図る。

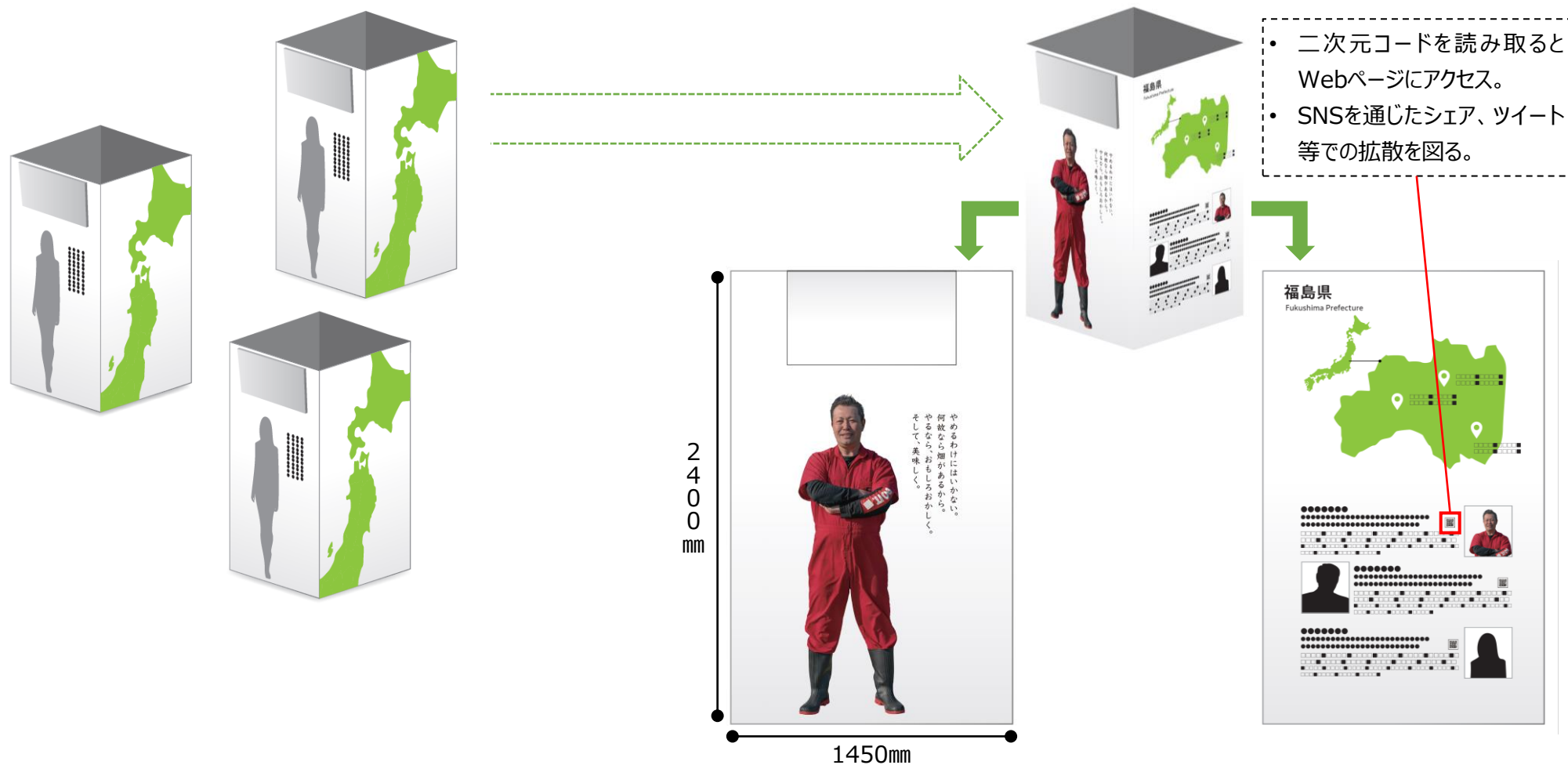
6

「3.11 伝承ロード」コーナー



③ 感謝のパネル

- ・ 被災地で奮闘する人々の写真や感謝のメッセージをパネルに掲示。
- ・ パネル上部にはモニターを設置し、パネルに登場する“人”に関係する映像を上映。震災復興に関するエピソードを伝える。
- ・ 登場者は、岩手・宮城・福島各県3名ずつ程度の予定。



1

東北・新潟の魅力を発信する映像コンテンツ 「The View From TOHOKU & NIIGATA」



東北・新潟のありのままの風景と魅力を、新しい演出方法も駆使した圧倒的な迫力のある大型スクリーン映像で訴求。「東北ハウス」でしか観れない映像体験を通じて、東北・新潟への訪問意欲を喚起させる。

2

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。

3

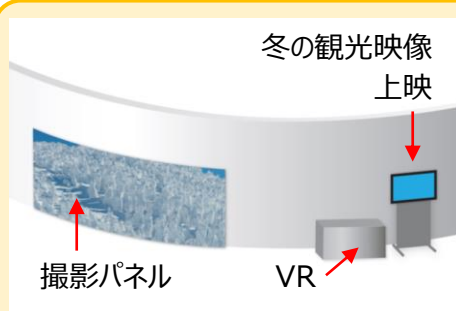
東北・新潟の食と酒体験



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、興味関心を高める。また、風評払拭にもつなげる。

4

東北・新潟の雪体験



東北・新潟の代表的な観光資源である雪。真夏の東京でのVRや撮影パネルによる疑似体験を通じて、冬季の訪問意欲を喚起させる。本物の雪体験も日数限定で実施。

5

東北・新潟の コンシェルジュカウンター



通訳案内士とAIコンシェルジュにより、総合的な観光情報案内を行い、送・誘客を創出。

6

各県市デー



自治体ごとに「●●県（市）デー」を2日間実施し、イベントスペースで自治体独自のPR等を行う。

1 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)

<上映イメージ>



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)

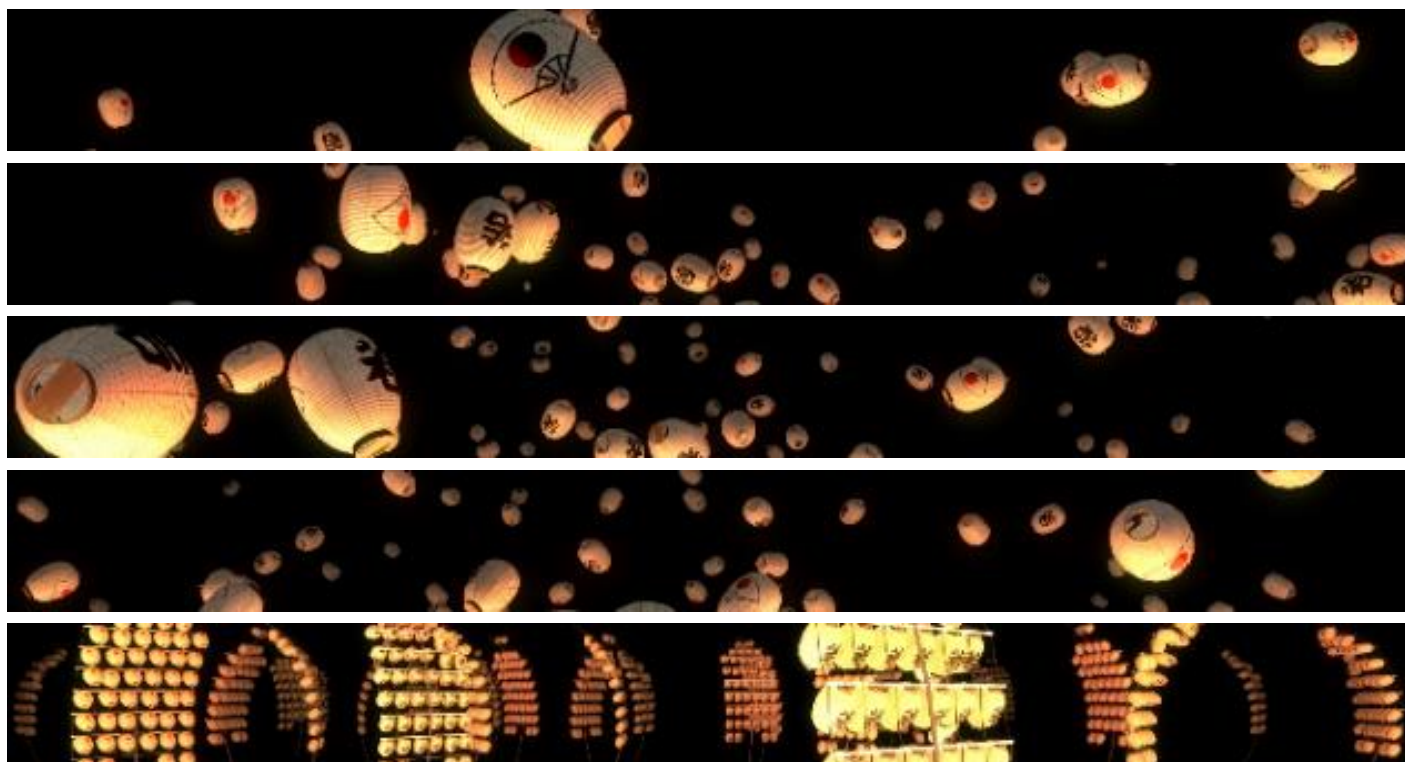
※上記映像を補完する形で、東北観光推進機構や各自治体所有の既存映像も館内で別途上映することにより、東北・新潟の魅力を総合的に発信。



＜参考＞ モーショングラフィックス例（イメージ）

竿燈まつり（秋田県）

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、迫力を最大限に演出。



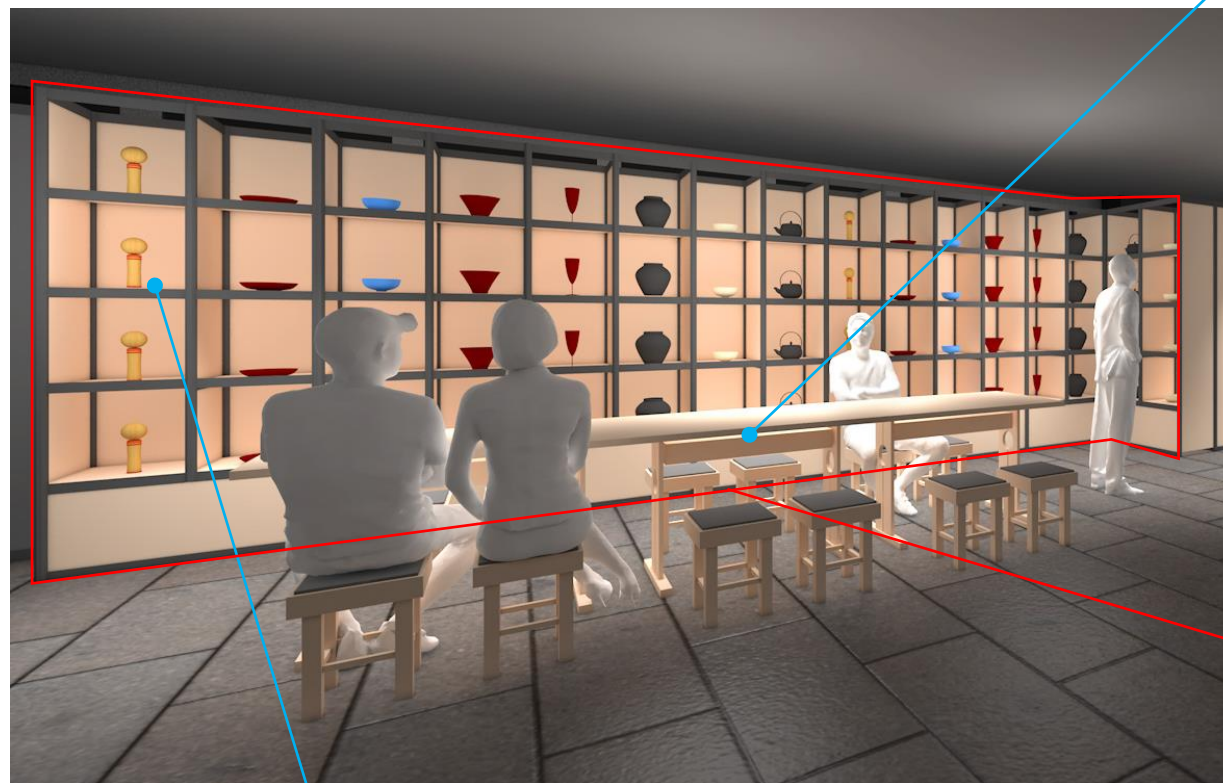
※制作者（WOW）について

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。
圧倒的クオ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。

2 東北・新潟の伝統文化体験（伝統工芸の体験・展示コーナー）

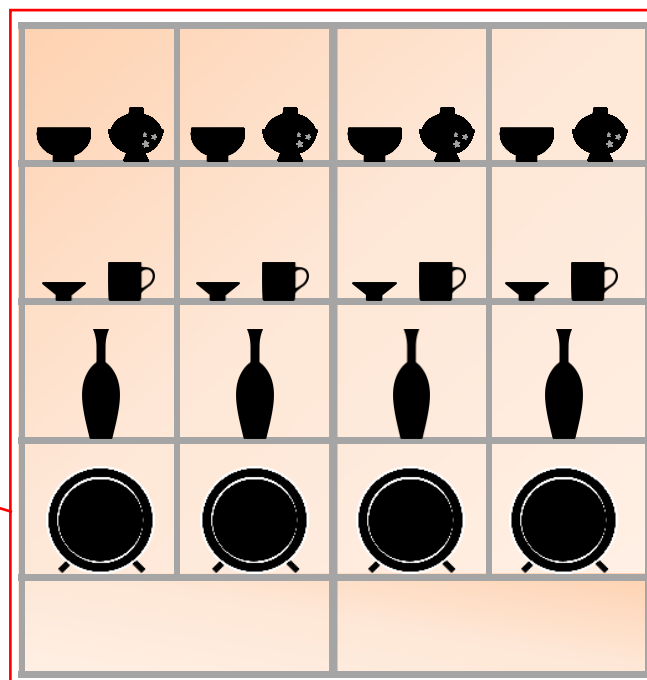
＜伝統工芸の体験＞

- ・ 講師（職人）と交流しながら、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。



●●県（市）

□□□□□□
□□□□□□
□□□□□□
□□□□□□



- ・ 二次元コードを付したPOPを掲示。来場者が自分のスマートフォン等で二次元コードを読み取ると「東北ハウス」Webページにアクセスし、展示されている伝統工芸品の情報を得ることができる。
- ・ また、伝統工芸品製造者等のWebページや「東北ハウス」ECサイトへのリンクボタンも設置。

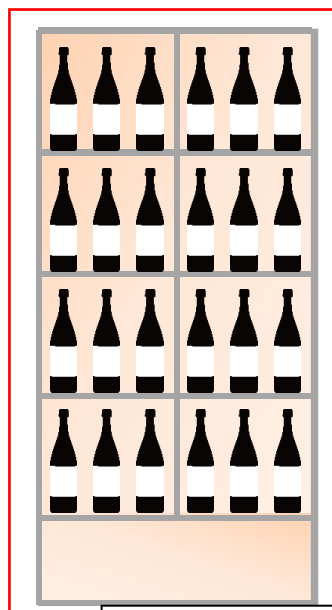
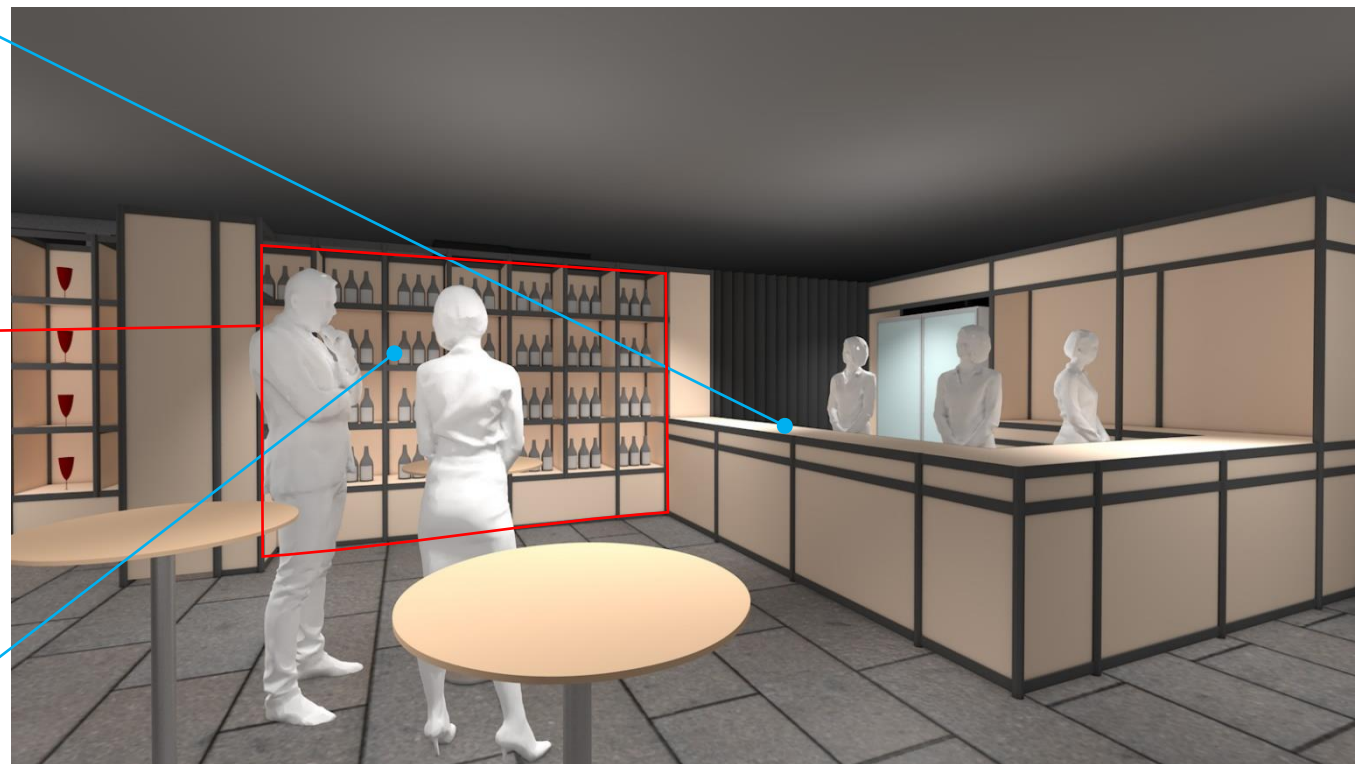
③ 東北・新潟の食と酒体験（試飲・試食コーナー）

<試飲・試食>

- ・ 説明者と交流しながら、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。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>

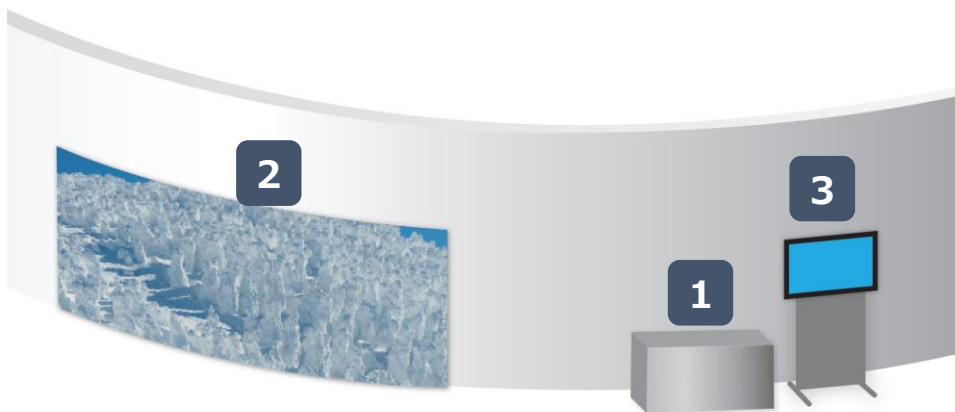
- ・ 各自治体の日本酒等を展示



- ・ 二次元コードを付したPOPを掲示。来場者が自分のスマートフォン等で二次元コードを読み取ると「東北ハウス」Webページにアクセスし、展示されている日本酒の情報を得ることができる。
- ・ また、蔵元のWebページや「東北ハウス」ECサイトへのリンクボタンも設置。

4 東北・新潟の雪体験

- 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、樹氷を背景とした写真映えする撮影パネルを設置。また、モニターでは東北・新潟のウインターリゾートや冬の観光地の映像を上映。
- VRや撮影パネルによる冬の疑似体験等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。



2 撮影パネル

- 樹氷を背景としたパネルを設置、SNSによる情報の拡散をねらう。

1 スノー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。



3 冬の観光映像

- 東北・新潟のウインターリゾートや冬の観光地の映像を上映し、来訪のきっかけにつなげる。

<屋外での雪体験コーナー>

- 屋外のイベントスペースを利用し、“本物の雪”を体験できるコーナーを設置（期間中2日間限定。ただし、雨天・荒天の場合は中止）。
- 雪に触れたことのない訪日外国人等実際に雪を体験していただくことで、冬の東北・新潟への訪問意欲を、さらに高める。

5 東北・新潟のコンシェルジュカウンター（総合観光情報案内）

- 東北・新潟の広域観光情報、アクセス案内等を行い、送・誘客の創出につなげる。
- 具体的には、常駐コンシェルジュとAIコンシェルジュにより、総合的な観光情報案内を行う。

■ 常駐コンシェルジュ

…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。

通訳案内士等による広域観光案内。会場内のコンテンツの説明を行う。

■ AI案内サービス

…多言語対応のAIコンシェルジュで来場者の趣味嗜好等を踏まえた旅行プランをレコメンドする予定。



6 各県市デー

- 各自治体ごとにイベントスペースにおいて、「●●県（市）デー」と冠したイベント、PR等を実施する。
- 「食と酒体験」「伝統文化体験」についても同じ自治体の内容とすることで各自治体ごと一体的な展開を図る。
- 各自治体 2 日間実施（具体的な内容については、自治体ごとに検討予定）。



協賛企業ブース

- 様々な企業が行っている東北・新潟の未来に向けた取り組みについて、パネル等で紹介する。
- 具体的には、出展企業が行う「被災地の明日へ」に向けた産業復興やまちづくり、「地域経済の明日へ」に向けた最先端技術や新製品・サービスの開発などの活動について、パネルや映像等での紹介や体験を通じて伝える。



コンテンツの多言語対応に関して＜東北ハウス内共通＞

- 「東北ハウス」内のコンテンツの言語は、日本語および英語表記とする。
- その他の言語（中国語（簡体字／繁体字）・韓国語）については、二次元コード等を掲示して「東北ハウス」Webページに誘導し補足説明をする予定。