

東北・新潟の情報発信拠点事業



## 開催報告 本書 [改訂版]

### 【リアル開催】

期間／2021年7月22日（木・祝）～8月7日（土）

場所／アキバ・スクエア（東京・JR秋葉原駅前）・・・P 2～4 1

### 【バーチャル開催】

期間／2021年8月24日（火）～2022年1月24日（火）・・・P 4 2～5 2

※Webページ上でリアル開催の様子と各種コンテンツを公開

### 【Webページ総セッション数】

【K P I ・ レガシー対応】・・・P 5 2～5 3

# 《リアル開催》

## 【開催概要】

- ・ 7月22日から8月7日の17日間、アキバ・スクエア（JR秋葉原駅前）で開催。
- ・ 来場者数：5,346人 Webページセッション数：33,314件

## 【実施内容】

- ・ 東日本大震災からの復興支援への感謝および復興状況等の発信
- ・ 東北・新潟の魅力（自然、祭り、伝統工芸、食・酒、雪など）の紹介・体験および観光情報の発信 等

## 【実施した主な感染防止対策】

- ・ 国・東京都のガイドラインを遵守した来場者および対応スタッフ等に対する感染防止対策を厳しく実施。会期中の陽性判明はゼロ。
- ・ 【東京都での緊急事態宣言の発令（7／12）等を踏まえた主な計画変更】
- ・ 日本酒試飲および地場産品試食を中止。日本酒は「東北ハウスECサイトモール」で商品購入者への特典として提供、地場産品は来場者への配布に切替え。
- ・ 一部の工芸体験をリアルからバーチャルに切替え。職人が現地からリモート出演。
- ・ 来場が叶わない方に対してWebページでも内容を公開。





## <セレモニー>

- ▶ 実行委員会顧問の三村青森県知事、村井宮城県知事はじめ構成機関、オブザーバー機関にご参加いただいた。
- ▶ 海輪実行委員長の開会挨拶の後、テープカットを実施。

## <内覧会>

- ▶ オープニングセレモニー出席者を対象とした第一部、協賛発起人を対象とした第二部に分けて実施。
- ▶ セレモニーに続けて報道機関に公開し、開催を広くアピールした。



## <海輪実行委員長 挨拶要旨>

- ▶ この「東北ハウス」は、東日本大震災から10年となる節目に、これまでに頂いた沢山のご支援に対する「感謝の気持ちをお伝えしたい」、そして「被災地が着実に復興を進めている姿とともに、東北・新潟の魅力国内外に発信したい」、そういう熱い想いのもとで、2018年から丸3年、東北・新潟の官民が、文字通り一体となって準備を進めてきたプロジェクトである。この間、実行委員会や実務者会議の場において、どうしたら我々の想いを、ひとりでも多くの方々にお伝えすることができるか、白熱した議論を交わし、工夫や改善を重ねてきた。
- ▶ 大震災からの10年を「区切り」ではなく、一つの「節目」として、感謝を伝え「次の一歩」を踏み出したい、こうした多くの方々の想いが、「東北ハウス」には込められている。明日から東京オリンピックが開催されるが、当初、大会理念として掲げられた「復興五輪」の意味合いが薄れつつあるとも言われている。しかし、こうした状況だからこそ、多くの皆さまの復興・再生への想いを込め、大震災10年の節目に開催する「東北ハウス」の意義は極めて大きいものと確信している。
- ▶ 地域経済はコロナ禍で大変厳しい状況だが、「東北ハウス」がポストコロナへの飛躍のきっかけとなり、国内外の多くの皆様を、東北・新潟のおもてなしの心でお迎えし、交流が深まることを切に願うものである。
- ▶ 開催期間中、様々な制約のある中での対応をお願いすることになるが、チーム一丸となって17日間の会期を乗り切り、「東北ハウス」から、国内外に感謝の気持ちを発信して参りたい。



テープカット

<オープニングセレモニー出席者>

※順不同,敬称略

| 実行委員会役職名      | 法人団体名                | 役 職                 | 氏 名     |
|---------------|----------------------|---------------------|---------|
| 委員長           | (一社) 東北経済連合会         | 会長                  | 海 輪 誠   |
| 委員長代理         | (一社) 東北経済連合会         | 副会長                 | 阿 部 聡   |
| 協賛発起人<br>共同代表 | 東北六県商工会議所連合会         | 会長                  | 鎌 田 宏   |
|               | (株) 河北新報社            | 社主・代表取締役社長          | 一 力 雅 彦 |
| 顧問<br>(自治体)   | 青森県                  | 知事                  | 三 村 申 吾 |
|               | 岩手県                  | 東京事務所長              | 平 井 省 三 |
|               | 宮城県                  | 知事                  | 村 井 嘉 浩 |
|               | 秋田県                  | 東京事務所長              | 成 田 光 明 |
|               | 山形県                  | 東京事務所長              | 大 泉 定 幸 |
|               | 福島県                  | 東京事務所長              | 松 本 雅 昭 |
|               | 新潟県                  | 東京事務所長              | 近 田 孝 之 |
|               | 仙台市                  | 東京事務所長              | 大 上 喜 裕 |
| 顧問<br>(出先機関)  | 東北総合通信局              | 局長                  | 杉 野 勲   |
|               | 東北農政局                | 局長                  | 内 田 幸 雄 |
|               | 東北経済産業局              | 局長                  | 平 井 淳 生 |
|               | 東北地方整備局              | 局長                  | 稲 田 雅 裕 |
|               | 東北運輸局                | 局長                  | 田 中 由 紀 |
|               | 北陸信越運輸局              | 局長                  | 平 井 隆 志 |
| 委員            | (一社) 東北観光推進機構        | 会長                  | 松 木 茂   |
|               | 東日本旅客鉄道 (株)          | 執行役員仙台支社長           | 三 林 宏 幸 |
| 監事<br>(民間)    | (株) JTB              | 東北エリア広域代表<br>兼仙台支店長 | 大久保 毅 彦 |
| オブザーバー機関      | 復興庁                  | 復興五輪推進官             | 小 林 保 幸 |
|               | 東京都オリンピック・パラリンピック準備局 | 自治体調整担当部長           | 小 池 和 孝 |
|               | 日本放送協会 仙台放送局         | 局長                  | 神 田 真 介 |

(役職名は当時のもの)





## 「東北ハウス」3つのコンセプト

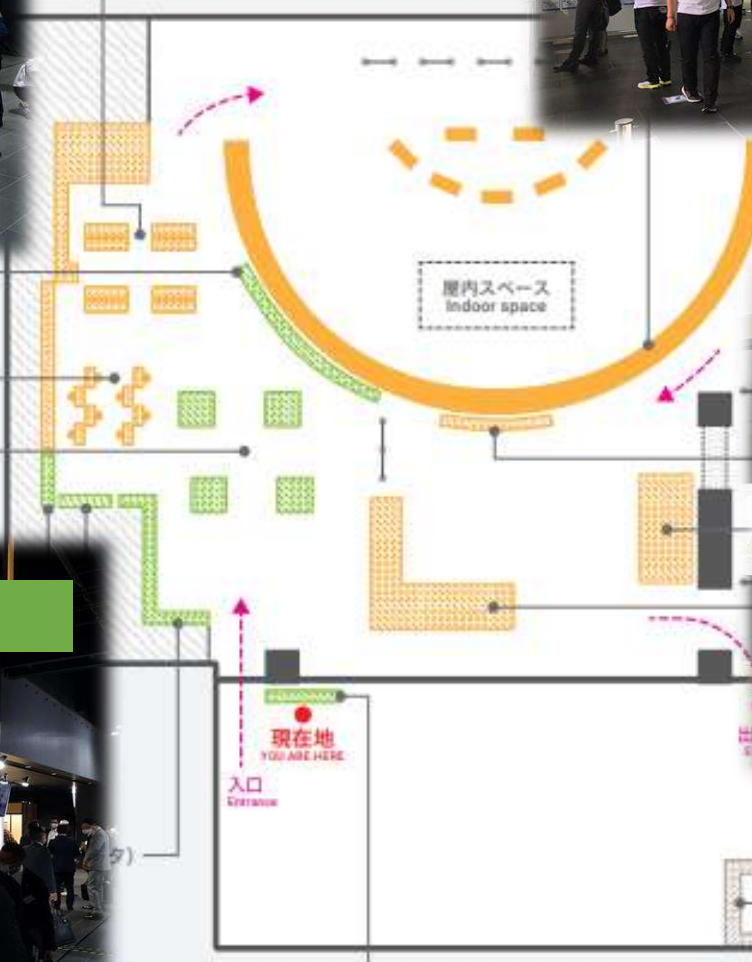
### “交流”コンテンツ



メディアライブラリー  
(地元新聞社の特集記事)  
Great East Japan Earthquake Media library  
(Featured articles from local newspapers)

3 感謝のパネル  
(復興に取り組む方々からのメッセージ)  
Panels of gratitude  
(Messages from those who work on the reconstruction)

### “感謝”コンテンツ



### “明日へ”コンテンツ



(総合観光情報案内)  
Sightseeing information  
(Comprehensive tourist information guide by  
guide-interpreter and AI tourist information service)

アンケートコーナー  
Survey booth



## 【インフォグラフィックウォール（復興支援・状況データ）】

- ▶ 一目で被災状況や支援の内容、被災地の今が分かるコンテンツとして多くの来場者に注目いただいた。
- ▶ 来場者から「震災からの歩みをパネルや展示等で改めてよく知ることができた」という声が聞かれた。



## 【「8K映像が語る震災遺構」コーナー／

## 「3.11伝承ロード」コーナー】

- ▶ 震災当時の映像や震災遺構などを紹介し、記憶の風化防止等に努めた。
- ▶ 来場者から震災遺構について、「こんなに多くの施設を知ることができて勉強になった」との声が聞かれた。

【「8K映像が語る震災遺構」コーナー 協力：NHK仙台放送局】

【「3.11伝承ロード」コーナー 協力：（一財）伝承ロード推進機構】



## 【感謝のパネル】

- ▶ 被災地で奮闘する人々からの“感謝のメッセージ”をパネルと映像でご紹介。岩手・宮城・福島の前 8 名（組）と東北ゆかりの著名人としてサンドウィッチマンさんと羽生結弦さんにご登場いただいた。
- ▶ Webページでも公開した羽生さんの映像再生回数が約8万回に。
- ▶ 来場者から「サンドウィッチマンさんや羽生さんなど東北ゆかりの著名人も登場するなど、東北の感謝の気持ちが伝わった」という声が聞かれた。

〔協力：復興庁（「応援団」分以外の制作）〕



## 【東日本大震災メディアライブラリー】

- ▶ 地元新聞社の象徴的な記事を各紙一面にまとめて掲載。
- ▶ 太平洋側の各県紙は震災復興または復興支援への感謝等を象徴する紙面とし、日本海側の各県紙は避難受入れまたは復興支援等を象徴する紙面にしていた。
- ▶ 来場者から「震災関連の各県の新聞記事はとても勉強になった」「ランドセルが小学校の机に並べられた新聞がとても印象に残った」という声が聞かれた。

〔協力：東奥日報社、デーリー東北新聞社、岩手日報社、河北新報社、秋田魁新報社、山形新聞社、福島民報社、福島民友新聞社、新潟日報社〕

【感謝のパネル登場者】

|     | 所属・役職・氏名                                                                 |                                                                                     | エリア | プロフィール・エピソード（「登場者情報パネル」の記載内容）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 映像概要                                                                                                                               |
|-----|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 岩手県 | ブルーインパルス<br>パイロット<br>佐藤 貴宏氏                                              |    | 山田町 | 航空自衛隊 松島基地第11飛行隊『ブルーインパルス』の佐藤貴宏さんはチームの中でも花形である6番機のパイロットで、故郷三陸への想いから『RIAS（リアス）』というタックネーム（パイロットの愛称）を持っています。スポーツの国際大会や復興支援の場でアクロバット飛行を行い、多くの人たちを勇気づけてきました。ラグビーワールドカップ2019で故郷の上空を飛行したことが強く印象に残っており、震災後9年足らずで国際大会が行われるほどのスタジアムができたことに、復興の喜びを感じました。一方で、上空からは復興していない場所があることも知りました。「多くの方に夢や希望、笑顔を与え続けられる存在でありたい」と、感謝と復興への想いを抱きながら、任務にあたっています。                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>震災当日の状況</li><li>ラグビーワールドカップ2019の際、故郷上空を飛行した時の思い</li><li>聖火到着式の際、松島基地上空を飛行した際の思い</li></ul> など |
|     | 株式会社<br>北三陸ファクトリー<br>代表取締役<br>下苧坪 之典氏                                    |   | 洋野町 | 『株式会社 北三陸ファクトリー』代表取締役の下苧坪之典さんは、世界唯一の“うに牧場”で育てられたウニを世界に向けて販売しています。品質の高さはミシュランの星付きレストランのシェフからも認められるほどです。震災後は地域の疲弊が進みましたが「美味しいよ、岩手のウニ最高だよ」という声に多くの元気をもらうことができました。震災から10年が経ち、これまでの支援に応え、復興をさらに進める活動として、温暖化や外的要因により海藻が枯渇する“磯焼け”の海を再生し、旬以外にも出荷できる“ウニ養殖事業”を展開、地域課題の解決に積極的に取り組んでいます。「東北の素晴らしい食材を掘り起こし、世界へしっかりと発信していくことで、東北をさらに素晴らしい地域にしていきたい」と、地域の復興から、東北の復興へとその目は向けられています。               | <ul style="list-style-type: none"><li>震災の際の状況と思い</li><li>震災後に各所から受けた支援への感謝</li><li>これからの意気込み（東北の食材の世界への発信等）</li></ul> など           |
|     | 大学生<br>洞口 留伊氏                                                            |  | 釜石市 | 大学生の洞口留伊さんは高校生だった2018年、通っていた小学校の跡地に新設された『釜石鵜住居復興スタジアム』の完成記念試合で、キックオフ宣言を行いました。「わたしは釜石が好きだ」から始まるスピーチは多くの人に感動を与えました。被災後の避難所生活では葛藤もありましたが、ランドセルも文房具も支援で頂き、たくさんの人の支えが力になりました。現在は、大学に通い防災について学んでいます。大切な人や自分の大好きな街を守るため、今後は自らの体験を通じて、震災を経験していない子供たちに防災の大切さを伝えていきたいと話します。                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>震災の際の状況と思い</li><li>「キックオフ宣言」を行った後の心境の変化</li><li>防災を学ぶ意味</li></ul> など                         |
| 宮城県 | 石巻ジュニア<br>ジャズオーケストラ<br>山田 元郎氏、<br>近藤 哲也氏<br>阿部 明日香氏、<br>佐藤 志龍氏<br>宮本 璃子氏 |  | 石巻市 | 『石巻ジュニアジャズオーケストラ』は、小学生から高校生までのメンバー18人で構成されるジャズオーケストラです。震災後、国内外の団体から楽器やユニフォームなどの寄付や支援があり、2012年5月に活動がスタートしました。『スウィング リバティ パイレーツ（自由な海賊）』の愛称で、地元だけではなく世界的に有名な『サントリーホール』や、総合芸術祭『Reborn-ArtFestival × ap bank fes 2016』の大舞台で演奏を披露するなど、その活動は高く評価されています。メンバーは家族のように絆が強く、卒業したOB、OGもいまだに練習会に訪れるほどです。続けてこられたのは「頑張ったね」と応援してくれる方々の声。音楽はエールを送ることもできるし、自分たちを奮い立たせることもできる。これからも、石巻からハーモニーを奏でています。 | <ul style="list-style-type: none"><li>発足の経緯と国内外からの支援への感謝</li><li>思い出に残る演奏</li><li>活動を続ける意義</li></ul> など                            |



|     | 所属・役職・氏名                                           |                                                                                     | エリア  | プロフィール・エピソード（「登場者情報パネル」の記載内容）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 映像概要                                                                                                                   |
|-----|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 宮城県 | 青い鯉のぼりプロジェクト<br>共同代表<br>伊藤 健人氏                     |    | 東松島市 | 『青い鯉のぼりプロジェクト』共同代表の伊藤健人さんは、震災で家族4人を亡くしました。ガレキの中から、亡くなった弟が大好きだった青い鯉のぼりを見つけ掲げました。それから始まったのが、鎮魂と復興に向けての想いを発信する『青い鯉のぼりプロジェクト』です。2011年5月の開始以来、趣旨に共感した全国の方々から累計2,000匹もの鯉のぼりが寄せられました。大きな力になっているのは、家族を偲ぶ気持ち、家族に対して愛を伝えるという気持ちを多くの方と共有できることです。活動拠点の東松島市に、復興のまちづくりとして『あおい地区』が整備されました。偶然に選ばれた“あおい”という地名に感慨深いものがありました。『青い鯉のぼりプロジェクト』は、これから100年続いていくようなお祭りを目指して、未来に向けて歩み続けています。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクト立ち上げの経緯</li> <li>これまでの活動状況</li> <li>今後のプロジェクトへの思い</li> </ul> など           |
|     | 福島市観光<br>コンベンション協会<br>クームズ・アンドリュース氏<br>（オーストラリア出身） |    | 福島市  | 『福島市観光コンベンション協会』に所属するオーストラリア出身のクームズ・アンドリュースさんは、観光や物産など、福島の魅力在海外に発信しています。震災当時、英語教師として福島県中島村に赴任していました。震災後は母国から心配の声も寄せられましたが、中島村の子供たちのことが心配で福島に留まりました。大好きな福島魅力を本気で伝えたいとの思いから、2014年に一時帰国して、母国で日本語を学びました。その後、福島に戻り現在は観光の仕事に携わっています。まだ知られていない福島魅力を発掘して世界に発信することが、これまで応援してくれた人への恩返しになると、福島情報を発信し続けています。                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>福島の魅力・海外からの関心</li> <li>震災後に福島に残った理由</li> <li>福島への思いと今後の発信</li> </ul> など         |
|     | スパリゾートハワイアンズ<br>フラダンスチーム<br>齋藤 遥氏                  |  | 大熊町  | 『スパリゾートハワイアンズ』フラダンスチームの齋藤遥さんは、小学生の時に福島県大熊町で被災しました。以後、会津若松市、いわき市での避難生活を余儀なくされましたが、「ランドセルや文房具など、たくさんの方々に支援を頂き、以前のような生活に戻ることができた」と感謝しています。高校生の時に観た映画『フラガール』がきっかけでフラガールに憧れ、その夢を叶えました。現在、1日2回のショーへの出演とレッスン、後輩の育成など充実した毎日を送っています。大切にしているのは、先輩たちのように「お客様に笑顔や勇気、夢を与えられるように踊りたい」という思い。そして「一人前のフラガールとして、踊りだけではなく人間性も磨いていきたい」と、日々、稽古に励みステージに立ち続けています。                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>震災後の避難生活</li> <li>フラガールになろうと思ったきっかけ</li> <li>支援への感謝とこれからの夢</li> </ul> など        |
| 福島県 | ファーム白石<br>白石 長利氏                                   |  | いわき市 | 『ファーム白石』の白石長利さんは、いわき市で代々続く農家の八代目として、自然農法にこだわった野菜づくりをしています。震災後、手塩にかけて育てた野菜を廃棄処分しなければならない状況を経験しました。一時は農業を辞めることも考えましたが、「先祖代々の畑をやめるわけにはいかない」と、“やるからには楽しく、明るく、美味しく”をモットーに奮起しました。震災の経験から、人とのつながりが何よりも大切だと気づき、収穫体験のイベントを開催したり、地域の仲間や料理人とコラボレーションを行ったり、たくさんの人と交流の輪を広げています。「今、建設中の農業用ハウスでは農業をやるだけでなく、農業テーマパークと題しておもしろいことを考えている」と、次なる夢も動き始めています。                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>震災の際の思い（絶望感）</li> <li>震災後の取り組み（ネットワークを活かした福島の食の発信）</li> <li>今後の抱負</li> </ul> など |

※所属・役職名は取材時(2020年12月)のもの。

【感謝のパネル登壇者 「東北ハウス」応援団】

- 「応援団」として東北ゆかりの著名人に登場いただいた。



サンドウィッチマン（お笑いコンビ）  
伊達 みきお氏 ・ 富澤 たけし氏



羽生 結弦氏  
（フィギュアスケート選手・五輪金メダリスト）



## ■“感謝”コンテンツに対する来場者の様子・感想など

- ・本イベントを通じて学びを得られる方も多く、家族で来場されたお客様が感謝のパネル前でお子様に震災で起きたことや復興への支援についてお話しされている場面も見られた。

(来場者の主な感想)

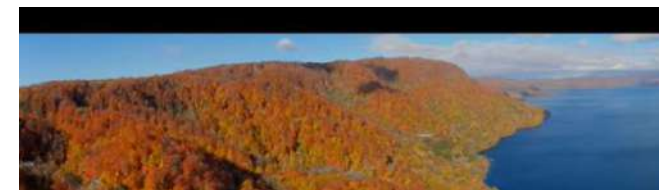
- ・羽生選手を通じて東北の復興については関心があります。なのでこういった催しがあると被災地の現在を知ることが出来て、また実際に東北に足を運んでみたいと思いました。
- ・復興伝承ロードのアナウンスは続けてほしい。
- ・震災からの歩みをパネルや展示等で改めてよく知ることができました。
- ・記憶から遠ざかりがちではあるものの、復興が着実に進んでいることをインフォグラフィックから感じました。
- ・震災の節目となる年にふさわしいイベントだと思いました。
- ・震災を乗り越えてここまできた東北の方々の力強さを感じました。東北(新潟)地方の文化が大好きなので、是非訪れたいと思います。東北(新潟)これからもずっと応援しています。日本に生まれてよかったなあと改めて思えたイベントでした。
- ・想いの伝わる展示だと思います。東北の素晴らしさも伝わり、また訪れたいくなりました。ありがとうございました。
- ・感謝のメッセージの声が周り重なって聴きにくい時がありましたが、若い方々や農家さんなど現地で頑張る方々のメッセージに勇気をいただきました。
- ・震災関連のパネルを見ていて涙がこぼれそうになった。忘れてはいけない事だな、と思うと同時に復興支援も続けなければと強く思った。綺麗で、元気な東北に遊びに行きたい。
- ・福島放射線量が都内とほとんど変わらないことを知った。
- ・東日本大震災を振り返るとともに、放射能被害からの立ち直りを含めて、復興の現状がよく理解でき、満足した。
- ・パネルや東北出身の方によるビデオメッセージなどを見て3.11当時の様子、復興の様子を知ることができよかった。





## 【東北・新潟の魅力発信映像「The View from TOHOKU & NIIGATA」】

- ▶ 多くの来場者から大型スクリーンの迫力と映像美に対して高い評価をいただいた。
- ▶ 来場者がSNSに投稿し、拡散されるといった反響にもつながった。



## 【東北・新潟の伝統工芸体験】

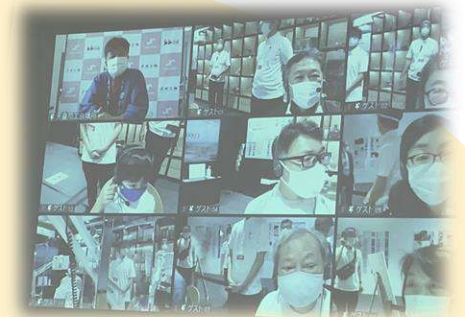
- ▶ 匠の技、伝統工芸の魅力を体験いただいた。体験した制作物は来場者にプレゼントし、大変喜ばれた。
- ▶ コロナ禍によって、リモートでの工芸体験も実施したが、講師と参加者の意思疎通を十分に図ることができた。



講師派遣による実施（赤べこ絵付け）



秋葉原



山形・天童

リモート実施（書き駒）



【東北・新潟の伝統工芸体験】  
各自治体の体験内容



金魚ねぶた絵付け体験（青森県デー）



大館曲げわっぱ製作体験（秋田県デー）



リファインドアンバーによる琥珀勾玉作り体験（岩手県デー）



書き駒体験（山形県デー）



弥治郎こけし絵付け体験（宮城県デー）



赤べこの絵付け体験（福島県デー）



伝統作並系こけし絵付け体験（仙台市デー）



燕鋤起銅器皿作り体験（新潟県デー）



## 【東北・新潟の酒と食体験】

- ▶ 東京都の緊急事態宣言発令に伴い中止とした。このため、日本酒は「東北ハウスECサイトモール」で商品購入者への特典として、地場産品は来場者への配布に切り替えた。



「東北ハウスECサイトモール」の紹介

日本酒の展示



〔協力：各県酒造組合、仙台国税局〕

## 【東北・新潟の雪体験（VR映像）】

- ▶ 代表的な観光資源である雪の魅力をVR映像で、真夏の東京で疑似体験を実施した。
- ▶ 来場者から「東北の魅力を改めて理解できました。VR体験が良かった」「かまぐらVRがすごかった！」という声が聞かれた。

映像は全4種（次ページ参照）

- ・青森県『八甲田山のバックカントリー』
- ・秋田県『横手のかまぐら』
- ・山形県『山形蔵王の樹氷』
- ・新潟県『妙高のジップツアー』『清津峡渓谷トンネル』





【東北・新潟の雪体験（VR映像）ラインナップ】



青森県『八甲田山のバックカントリー』



秋田県『横手のかまくら』



山形県『山形蔵王の樹氷』



新潟県『妙高のジップツアー』  
『清津峡溪谷トンネル』





【東北・新潟の**本物の雪体験**実施】（7/25山形県飯豊町,8/4新潟県南魚沼市よりそれぞれ直送）



- ▶ 東北・新潟の雪室で保管されている本物の雪を、会場に直送して実施。人通りの多い通路に面した特設会場に、雪のすべり台、雪玉のストラックアウト、雪触り体験（ビニールプール）の3つのコンテンツを用意。
- ▶ 東京ではそもそも珍しい本物の雪遊びに、体験した子どもたちは大喜びで、親御さんも思いがけない真夏の雪の登場に興奮していた様子が見られた。
- ▶ 来場者から「真夏日に雪遊び体験ができ、子どもたちが大喜びだった」という声が聞かれるなど、本物の雪体験を通じて、東北・新潟の冬の魅力を伝える事ができた。

<コロナ対策>

- ▶ 雪体験の会場独自で、消毒・検温、デジタル芳名帳登録といったコロナ対策を徹底した。雪遊びで使用したそりやスコップなどの道具も都度消毒を行った他、来場者の希望でビニール手袋を配布した。



## 【東北・新潟のコンシェルジュカウンター】

### ＜東北ハウスAI観光アシスタント＞



- ▶ AIが来場者の嗜好や関心に沿ってタイプ診断を行い、東北・新潟の観光モデルコースを案内するサービスを実施した。案内役として、JALふるさと応援隊ほかの皆様にご協力いただいた。
- ▶ 来場者から「AI観光アシスタント、とてもいい。専門誌が無くても、自分オリジナルの旅が作れそう」、「東北ハウスAIアシスタントが恒常化となる事を強く望みます」という声が聞かれるなど、AIを活用した新たなコンテンツに評価をいただいた。

【コンテンツ協力：NTTグループ】

【案内協力：日本航空】

### ＜通訳案内士および各地観光案内所とのネットワークによる観光案内＞



- ▶ 仙台市「東北の観光案内所ネットワーク化事業」との連携により、通訳案内士および東北の観光案内所スタッフが派遣され、東北・新潟の観光案内を行った。
- ▶ また、来場者の希望に応じて、東北・新潟の観光案内所とオンラインで結び、旬の情報などを直接ご案内した。
- ▶ 来場者から「コンシェルジュカウンターで福島観光案内所の方に観光スポットを案内してもらって大変参考になった。ぜひ今度勧めてもらったキャンプ場に行ってみたい」という声が聞かれるなど、充実した観光案内を行うことができた。



【各県市デー】（時系列掲載）

▶自治体ごとに各二日間PRイベントを実施した。

■福島県デー（7/23-24）



＜実施内容＞

- ・ 観光映像の上映
- ・ ノベルティのプレゼント
- ・ SAMURAIフォトスポット

■岩手県デー（7/27-28）



＜実施内容＞

- ・ 伝統芸能衣装展示（盛岡さんさ踊り、虎舞）
- ・ 復興支援感謝・観光PR映像の上映
- ・ りんどうを中心とした県産花きの展示
- ・ 観光PRパネル等の展示
- ・ 各種パンフレット配布
- ・ わんこきょうだいによる賑やかし

■山形県デー（7/25-26）



＜実施内容＞

- ・ クイズ大会
- ・ 県産品・ノベルティのプレゼント
- ・ 観光PR動画の上映
- ・ 啓翁桜の展示

■青森県デー（7/29-30）



＜実施内容＞

- ・ 観光映像及び縄文遺跡群PR映像の上映
- ・ 縄文遺跡群関連のパネル展示



【各県市デー】（時系列掲載）

■ 秋田県デー（7/31-8/1）



＜実施内容＞

- ・ 秋田犬バルーン展示
- ・ SNSフォローキャンペーン
- ・ 「秋田犬マスクカバー」プレゼント
- ・ 秋田県内各地の映像上映
- ・ 秋田の祭り（ミニ竿燈・絵どうろう・なまはげ）展示
- ・ 秋田米新品種「サキホコレ」パネル展示

■ 新潟県デー（8/4-5）



＜実施内容＞

- ・ 新潟スノーリゾートPR（「レルヒさん」登場）
- ・ 錦鯉PRトークショー
- ・ 錦鯉の展示
- ・ 佐渡金銀山PRトークショー
- ・ 佐渡鬼太鼓実演（オンライン）
- ・ デジタルクイズ大会
- ・ コンテンツPR動画の放映

■ 仙台市デー（8/2-3）



＜実施内容＞

- ・ 仙台七夕の展示

■ 宮城県デー（8/6-7）



＜実施内容＞

- ・ タッチパネルでデジタルこけし作り体験『ROKURO』の展示
- ・ 宮城伝統こけしの展示
- ・ 宮城米「だて正夢」「金のいぶき」等のプレゼント
- ・ PR動画の上映



## ＜東北・新潟の魅力発信映像「The View from TOHOKU & NIIGATA」＞

- ・「おお」「すごい」等の歓声や、お祭りの映像に合わせて体を揺らしたり、驚いたり、泣いたりといった反応が見られた。
- ・映像終わりで拍手が湧く場面もあり、「大画面で各所の景色を観たら、本当に行っているような気分になれた」「東北に帰りたくても帰れないので、映像を観てとても懐かしく感じた」「素敵な映像で24分は長いと思ってたけど、あっという間だった」といった好意的な感想をたくさんいただいた。
- ・一方で、「他のコーナーのようにスクリーンでもその日に合わせた映像があったらいい」「スクリーンの横幅に対して高さが低いため、ドーム状のように上まで映像が見えたらもっと良かった。特に景色の映像はそう思うくらいに良かった」といった意見もあった。
- ・アンケートで「東日本大震災の状況は正直メディアからしかわからず、マイナスのイメージを東北に抱いていた。ただ、大型スクリーンや体験型施設を通し、震災というのは一つのイメージに過ぎずそれ以外にも東北には魅力があることを感じた。」との認識の変化に言及する感想もあった。

## ＜東北・新潟の酒と食体験＞

- ・試飲試食の中止を残念がる声が多い一方、地場産品の配布を喜ばれる方がたくさん見られた。
- ・ECサイト購入のきっかけとして、「何か協力のために購入したい」「珍しい商品があるなら…」と購入のきっかけとしてECサイトを閲覧いただけたことが多かったが、「自宅でよく考えてから購入したい」と慎重になる方も多数見られた。また、複数県 of 物を購入する場合、会計が分かれ送料も個別にかかってしまうことから「割高」「複雑」「ECサイトのつくりがややこしい」といったご指摘が多く聞かれた。「特典条件の購入金額が高い」との声に対しては、具体的な購入例を示し、お得感をアピールできるよう努めた。

## ＜東北・新潟の雪体験（屋内）＞

- ・VR体験の来場者より、「東北に行きたくなりました」「シアターの映像もVRで見たい」「夏に冬のVR映像を見れるのがいい」「VRにしては映像が綺麗で、よりリアルに各地を味わえた」「ここまでしっかり雪のある蔵王の樹氷は見れないので楽しめた」「清津峡トンネルは交通のアクセスが悪くなかなか行けないから、360°のリアルに近い体験ができて嬉しい」といった声をいただいた。
- ・VR機器に関しては「このVRだと気分が悪くならなかった。どこの会社のVR？」といったご質問が多数寄せられた。

## ＜東北・新潟の雪体験（屋外／本物の雪体験）＞

- ・屋外の雪体験への関心が高く、ハウス会場内で実施内容や体験用の雪に関するご質問を複数いただいた。このため、雪体験実施日にはスタッフが雪体験コーナー（サボニウス広場）への案内・声掛けを積極的に行った。
- ・帰り際に「楽しかった、ありがとう」「また来ますね」という声をいただいた。雪で遊び、昼食を済ませてから再度来場された方も複数組見られた。
- ・「実際の雪に触れる体験は中々できないため、子供に体験させることができて嬉しい」「若い頃はスノーボードなどで雪に触れる機会があったけど子供ができてから中々行けなかったからその頃を思い出した」といったように、家族で楽しめる様子が伺えた。



## ＜コンシェルジュカウンター＞

- 会期を通してリピーターのお客様が非常に多く、スタッフとの会話を楽しみに来場されている方の姿もたくさん見られた。「友人に東北ハウスやAI観光アシスタントをすすめられて来た」「全県制覇を目指す」といった声も聞かれた。感謝のパネルの羽生選手を目的に来場されたお客様も多く訪れ、記念撮影をお手伝いする場面が頻繁にあった。
- 東北・新潟に縁のあるお客様や何度も旅行へ行ったことがあるお客様より、東北ハウスに来て「懐かしい気持ちになった」「また旅行へ行きたくなった」等、好意的なご意見をたくさんいただいた。中には「20年以上現地を訪問できていないが、ZOOMで現地の様子を知ることができて嬉しかった」という声があった。日本に住んでまだ日の浅い海外のお客様より「旅行へ行きたくなった。また東北ハウスへ来たい」との声もいただいた。
- AI観光アシスタントは、体験いただいた多くのお客様より好評をいただいた。コロナ禍でなかなか行くことのできない旅への期待感を高めるだけでなく、これまでの旅を振り返り、思い出話に花を咲かせる場面も多々見受けられた。グループで来場されたお客様がタイプ診断の結果やAIから提案された旅プランの内容を共有して盛り上がる場面もあった。機能面については「宿泊や交通などの各種予約まで一括してお任せ出来るようにしてほしい」との声がよく聞かれた。使用感は概ね好評で、AIから提案された旅行プランを見て、一様に「早く気兼ねなく旅に行けるように戻ってほしい」と東北・新潟への思いを募らせていた。
- AI観光アシスタントで4泊5日もしくは6泊7日を選択すると、どのタイプであっても同じプランが表示されるケースがあった。5～7時間の長時間ドライブが含まれており、「無理のある行程では」というご指摘をいただいた。その他、「ページ遷移に時間が掛かる」「タイプ診断や絞り込み検索で入力したワードが含まれないプランが表示される（例：温泉）」「公共交通機関のみ利用の場合のプランを知りたい」といった声があった。
- 観光に関する問い合わせはおすすめの温泉やグルメ、各スポットへのアクセス等、一般的な内容が中心で、お子様連れの多かった土日には、「子どもが楽しめる場所はどこか？」といったご質問も寄せられた。少数ながらマニアックな問い合わせも数件あったが、各観光案内所への取次により問題なく答えることができた。現地の観光案内所とオンラインで繋がっていること自体に興味を持たれるお客様も多く見られた。仙台市デーでは今年の七夕まつりの実施についてのお問い合わせが多数あり、「テレビで東北ハウスの七夕飾りを紹介していて、見たくて来た」というお客様も見られた（残念ながら仙台市デー終了後の来場であったため、七夕飾りはご覧いただけなかった）。
- 東北ハウスのコンテンツについては、伝統工芸体験のスケジュールやVR体験に出てくる場所の詳細情報の他、稀に「パンフレット持ち帰り用の袋はないか？」といった問い合わせがあり、各県市デーで配布している袋や酒食・伝統工芸体験コーナーの持ち帰り用袋をお渡しした。仙台市デーで配布していた羽生選手のインタビューが掲載されている冊子（Facebook情報）について、「もうなくなってしまったのか」「どこで配布しているか」といったご質問も数件寄せられた。
- 「行ったことがない/詳しく知らない」という自治体情報については、ZOOMを通じて各観光案内所に各地のPRポイントをご紹介いただいた。
- 少数ながら「コロナ禍だけ行っていいの？」といったご質問があった。コロナが収束し、行けるようになった時に備えて計画を立てていただくようご案内した。



### 福島県 赤べこの絵付け体験

- 「赤べこは縁起物なので、完成品を家に置けるのが楽しみ」「赤べこがWebサイトで見るとより大きかったので家に飾りたくて参加した」

### 山形県 書き駒体験（※リモート）

- 「久しぶりに筆を使ったのでイメージ通りに文字を書くのが難しかった」「うまくできたので家に飾りたい」「なんの文字を書こうか、かなり迷いました」「筆を扱う時に手が震え、難しかった」

### 岩手県 琥珀勾玉作り体験

- 「宝石みたいな琥珀を持ち帰ることができて嬉しい」「この体験のために有休を取って朝から来ました」「体験する前は難しそうだと思っていたけど、始めると楽しく磨けた」「コロナ禍で東京から出られない今、無料で伝統工芸の体験ができるのは素晴らしい」（勾玉作りに参加された60代ご夫婦より）伝統工芸に触れ合う機会をこんなに与えてくれて本当にありがとう」

### 青森県 金魚ねぶた絵付け体験（※リモート）

- 「持ち帰ったらねぶたの中にライトを入れて使う」「絵心はない方だが、予想よりも上手くできて満足でした」「先生の説明が分かりやすく、リモートでも不安がなかった」「また来ます！」

### 秋田県 大館曲げわっぱ製作体験

- 「この体験を知ってからずっと楽しみにしていたので、体験出来てよかった」「大満足！整理券のために並んだ甲斐がありました」「難しそうな体験だと思っていたが、先生の指導もあり、予想以上に完成度が高く感じられた」「昨日夕方来たが体験できなかったのも、今日は朝から並びました。帰ったら妻と子供に見せます」「伝統工芸のギミック（仕掛け）に感動しました」

### 仙台市 伝統作並系こけし絵付け体験（※リモート）

- 「少し不細工になってしまったが、先生の指導もあり気に入っています」「自分的にはうまくできたので家に飾ろうと思います」「8/6、7宮城県デーにも参加してこけしの違いを体感したい」「塗料がにじんでしまい、なかなか難しい」「筆の使い方が難しく、奥が深いと思った」

### 新潟県 燕鎚起銅器皿作り体験

- 「銅器を叩きすぎて、汗をかきました。明日筋肉痛になりそうですが、体験出来て大満足です」「息子の夏休みの自由研究の題材にします」「力加減が難しく、奥が深い」「無料でここまでの体験ができるのは本当に嬉しい」

### 宮城県 弥治郎こけし絵付け体験

- 「難しかったがカラフルなこけしが出来ました」「弥治郎こけしを楽しみに来場しました」「まさらなこけしへの一筆目は緊張するが、色をつけてからはイメージが膨らんで思いきって描けた」（リピーターの方より）何度もこのイベントに足を運びましたが、本当にいい時間になりました」「明日から東北ハウスがないのが残念です」「世の中の状況がよくなったら、必ず東北・新潟へ旅行に行きたい」



|     | 県デー                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 全体的                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 青森県 | —                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>(プラス)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ スタッフの声掛けは積極的でよかった。</li><li>・ 入場までにアルコール消毒 3 回、検温 2 回と、感染対策はかなり徹底されていた。</li><li>・ 雪国 V R 体験は、まるでスキーをしているかのような臨場感。</li></ul> <p>(マイナス)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 来場者数に対してスタッフの数が多すぎる。</li><li>・ 来場者が少なく閑散としていて寂しい印象。前を通る人はそこそこいるが、会場に入る人は少ない。</li><li>・ 入口は外に面しているが、一見してわかりづらい場所だった。</li><li>・ 入場までの段取りが長すぎる（検温、消毒→スマホで登録→消毒→検温、消毒）</li><li>・ 緊急事態宣言中の開催となり、手間や経費と比べると、来場者数が少なく、東北全体の P R につな<br/>がっているのかは疑問。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 岩手県 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 岩手県デー期間中に、「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界遺産に登録されたことから、来場者から「世界遺産登録おめでとうございます」とのコメントを頂戴するとともに、構成資産のひとつである御所野遺跡（岩手県一戸町）のパネルやパンフレットに興味を示す来場者が多かった。</li><li>・ 復興支援感謝メッセージと岩手県沿岸地域の飲食店等100軒を掲載した「いわて復興支援感謝パスポート」（令和 4 年 3 月まで利用可能）を紹介すると、「コロナが落ち着いたら、岩手に行く予定。この冊子を利用したい。」とのコメントがあった。</li><li>・ いわての花 P R コーナーは、強風による転倒防止措置として、展示場所を入口付近に変更していただき、結果的により多くの来場者に展示物（いわての花）をご覧いただくことができた。</li><li>・ フォトスポット（虎舞・盛岡さんさ踊りの衣装展示）や「そばっち」（きぐるみ）を撮影した画像が S N S で公開されていた。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 東京都の緊急事態措置期間中の開催となったことから、東北ハウス会場への来場 P R を積極的に行うことができなかったことが残念である。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 宮城県 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 各県市デーについては、コロナ禍を踏まえて各県市が工夫を凝らした魅力溢れる内容となっており、多くの来場者に注目されるコンテンツだったと思います。</li><li>・ 宮城県デーでは、デジタルこけし作り体験「R O K U R O」を行いました。お子様始め、多くの方に、宮城伝統こけしの魅力に触れていただきました。自作のこけしシールを嬉しそうに持ち帰るお子様がいらっやと伺いました。また、展示した実物のこけしを撮影する方もいて、リアルとバーチャルのコントラストをお楽しみいただけたことと思います。</li><li>・ また、アンケート回答者へみやぎ米パックご飯を約 4 0 0 個御用意したところでしたが、宮城県について興味のある方に対して、全て配布することができました。多くの方へのみやぎ米発信と共に、充実したアンケートを収集することができたため、アンケート結果を今後の観光施策に活かして参りたいと考えております。</li></ul>                       | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 伝統文化体験については、初日（2 2 日）の赤べこ絵付け（福島県）と 6 日の弥治郎こけし絵付け（宮城県）を拝見しましたが、両日とも、お子様が楽しそうに体験されていました。幅広い世代が体験できるコンテンツだったと思います。</li><li>・ 東北・新潟の魅力発信映像「The View from TOHOKU &amp; NIIGATA」については、多くの来場者が足を止めて観ていただいたかと思います。夏映像の「長岡まつり大花火大会」の映像が特に綺麗だったという来場者の声がございました。</li><li>・ 東北・新潟のコンシェルジュカウンターで実施された「A I 観光アシスタント」ですが、簡単な質問を入力するだけで、モデルコースが表示されることに驚き感動する方がいました。</li><li>・ 感謝のパネルでは、「東北ハウス応援団」に就任している「羽生結弦 氏」のパネルの前で足を止める方が多く、羽生氏のメッセージに感動を受け、S N S でも多くの方が東北ハウスに関して投稿していました。</li><li>・ フェイスブックの東北ハウスアカウントについて、開催期間、日々情報発信いただき、東北・新潟の魅力について、より効果的に発信できたことと思います。</li><li>・ 8 月 6 日（金）に公表された新型コロナウイルス感染者の発生疑い（後に陰性）に関して、東経連様始め事務局の皆様には、自治体へこまめに情報提供いただき、円滑な情報連携が図られていたこと<br/>と思います。迅速に御対応いただきましてありがとうございました。</li></ul> |



|     | 県デー                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 全体的                                                                                                                                                                                                |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 秋田県 | <ul style="list-style-type: none"><li>秋田犬マスクの配布は非常に好評。秋田県デーブース以外の東北ハウススタッフに着用していただいたことで、来場者の興味をひくものとなり、秋田県デーブース前で配布するときにすぐに認知していただいた。「かわいいわね」「面白いわね」「家族の分も欲しい」などインパクトを与えることができた。</li><li>秋田犬バルーンとなまはげはアイキャッチとしてその役割を果たした。多くの方がその前で写真を撮られ、「本物を見たい」などの声をいただいた。小さなお子様はなまはげを「怖い〜ギーン」と泣く子もいた。親御さんは温かい目で見ても好意的。</li><li>ガラポン抽選会で当たった「サキホコレ &amp; あきたこまち」を見て、「この米知ってる。食べてみたかった」というご意見が多かった。「サキホコレ」の認知度的には半々くらいに感じた。同じく「美彩館引換券」が当たった方は、品川のお店の認知度が低く、有楽町のアンテナショップのほうが認知度が高いような印象を受けた。「秋田犬グッズ」が当たった方は、「かわいい」「楽しそう」という声が多かった。</li><li>竿燈、大曲の花火など夏祭りの開催について、「今年はやるの？そう、残念だわね。来年ですね・・・」的な会話が多くの多かった。</li><li>秋田出身の来場者もあり、「今の秋田はどうですか？」など出身地をなつかしむ声があった。イベントブースで放映していた動画を立ち止まってご覧になれるお客さまもいらした。</li></ul> | ー                                                                                                                                                                                                  |
| 山形県 | <ul style="list-style-type: none"><li>一般来場者については、ご本人や親戚が山形出身者など本県に縁のある方が多く、配布した特産品や映像等を見て「懐かしい」「落ち着いたら帰省したい」等、好意的なコメントが多かった。</li><li>7/25（日）は休日、雪体験（屋外）が実施されたこともあり、ファミリー層の来場が多く、本県は特産品（ジュース、ゼリー）を配布したこともあり、定期的に賑わいを見せる場面があった。</li><li>県デースペースを出口付近に設置いただいたため、ほとんどの来場者から足を止めていただき、ノベルティ配布等を行うことができた。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ー                                                                                                                                                                                                  |
| 福島県 | ※職員派遣を行わなかったことを理由に無回答                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                    |
| 新潟県 | <ul style="list-style-type: none"><li>「東京出身、在住だが新潟県のファン」という女性が県デースペースに訪れ、PRイベントをご覧になっていた。情報感度が高い方は、きちんとイベントの情報をキャッチしているのだと思われた。</li><li>屋外の本物の雪で遊んできたという親子連れは「とても楽しかった」と喜んでいて。また、レルヒさん（PRキャラクターの着ぐるみ）と記念写真を撮っていた。</li><li>錦鯉の水槽も多くの来場者の方から注目していただいた。</li><li>「The View from TOHOKU &amp; NIIGATA」の上映が始まると、その後ろのエリアに来場者が流れてこなくなる時間帯があり、県デーのPRイベントのタイミングとぶつかってしまう場合があった。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>二日間とも来場されたりピーターの親子もあり、県デースペースのほか、各コンテンツをじっくりと見ており、伝統工芸体験にも参加されていた。</li></ul>                                                                                 |
| 仙台市 | <p>（来場者コメントなど）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>今年は仙台七夕まつり開催について（やるのやらないの？）。</li><li>このような中、仙台七夕まつりを開催してくれてうれしい。</li><li>仙台七夕の実物を初めて見た、和紙でできていることも初めて知った。</li><li>手作りなの？と驚き。</li><li>コロナが落ち着いたら、仙台に行ってみたい。</li><li>仙台行く予定でホテルも予約したが、コロナの状況から迷っている。</li><li>展示した仙台七夕のレトロポスターが思いのほか好評。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>「The View from TOHOKU &amp; NIIGATA」の映像の中で紹介された仙台七夕と合わせて、本物の仙台七夕飾りをメイキング映像とともに紹介することにより、来場者に知ってもらうとともに、伝統工芸品の展示や作並けしの絵付け体験を通して、仙台の魅力を感じてもらうことができた。</li></ul> |



■各工芸体験参加者数

リアル開催

|       |                                    |      |     |                                |     |                                   |     |                                     |     |
|-------|------------------------------------|------|-----|--------------------------------|-----|-----------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|
|       | 7月                                 |      |     |                                |     |                                   |     |                                     |     |
|       | 22日                                | 23日  | 24日 | 25日                            | 26日 | 27日                               | 28日 | 29日                                 | 30日 |
|       | 木（祝）                               | 金（祝） | 土   | 日                              | 月   | 火                                 | 水   | 木                                   | 金   |
|       | 【福島県デー】<br>赤べこの絵付け体験<br>（各回定員最大8名） |      |     | 【山形県デー】<br>書き駒体験<br>（各回定員最大8名） |     | 【岩手県デー】<br>琥珀勾玉作り体験<br>（各回定員最大8名） |     | 【青森県デー】<br>金魚ねぶた絵付け体験<br>（各回定員最大8名） |     |
| 合計（名） | 26                                 | 32   | 32  | 32                             | 30  | 29                                | 33  | 29                                  | 27  |

|       |                                      |    |                                        |    |                                     |    |                                      |    |
|-------|--------------------------------------|----|----------------------------------------|----|-------------------------------------|----|--------------------------------------|----|
|       | 7月                                   | 8月 |                                        |    |                                     |    |                                      |    |
|       | 31日                                  | 1日 | 2日                                     | 3日 | 4日                                  | 5日 | 6日                                   | 7日 |
|       | 土                                    | 日  | 月                                      | 火  | 水                                   | 木  | 金                                    | 土  |
|       | 【秋田県デー】<br>大館曲げわっぱ製作体験<br>（各回定員最大8名） |    | 【仙台市デー】<br>伝統作並系こけし絵付け体験<br>（各回定員最大8名） |    | 【新潟県デー】<br>燕鋤起銅器皿作り体験<br>（各回定員最大8名） |    | 【宮城県デー】<br>弥治郎こけし絵付け体験<br>（各回定員最大8名） |    |
| 合計（名） | 15                                   | 15 | 20                                     | 27 | 20                                  | 20 | 16                                   | 32 |

■本物の雪体験 参加者数

|                   |      |       |      |     |                   |      |       |      |     |
|-------------------|------|-------|------|-----|-------------------|------|-------|------|-----|
| 7月25日（山形県飯豊町の雪使用） |      |       |      |     | 8月4日（新潟県南魚沼市の雪使用） |      |       |      |     |
| ストラックアウト          | すべり台 | 雪触り体験 | 受付人数 | 合計  | ストラックアウト          | すべり台 | 雪触り体験 | 受付人数 | 合計  |
| 142               | 263  | 216   | 248  | 869 | 207               | 183  | 81    | 112  | 583 |

■コンシェルジュカウンター 利用者数

|            |      |                       |       |      |
|------------|------|-----------------------|-------|------|
| AI観光アシスタント | 観光案内 | 現地観光案内所による<br>オンライン案内 | その他案内 | 合計   |
| 1219       | 114  | 125                   | 30    | 1488 |



【ゴールドスポンサーブース】

7/23-24

東邦銀行様



- ▶ 東北の魅力発信に向けたフォトコンテストや福島県産品の風評払拭・販路拡大に向けた通販事業の取り組みをご紹介いただいた。

NTTドコモ様



- ▶ 自分そっくりの小さな3D(分身)が、今の気持ちを表現してくれる「ポケットアバター」をご紹介いただいた。「ポケットアバター」は東北オリジナルスタンプを付けてSNSで使用可能。

7/25-26

大成建設様



- ▶ 大成建設様の多数の復興事業について、復旧から復興、発展へと順に並ぶパネル群（東北・新潟のシルエット）を展示ご紹介いただいた。

東北電力様



- ▶ 東北電力グループ中長期ビジョン「よりそう next」で掲げる「東北発のスマート社会」の実現に向けた取り組みを一層加速させるべく、PR動画などをご紹介いただいた。



【ゴールドスポンサーブース】

7/27-28

アイリスオーヤマ様



- ▶ 「快適生活」をコンセプトに新たな価値を創出し続けるアイリスオーヤマ様から、日本の課題解決に資する“ジャパンソリューション”の取り組みをご紹介いただいた。

日立製作所様



- ▶ 東北の皆様と共に震災復興に様々な取り組んできた内容について、映像・パネルでご紹介いただいた。また、コミュニケーションロボットによるロボティクス技術のご紹介もあった。

7/29-30

鹿島建設様



- ▶ 東日本大震災の復興や文化財の修復を含む多くの建設工事について、その一部の実績を写真や映像でご紹介いただいた。

角弘様



- ▶ 青森県の産学連携の結晶である「プロテオグリカン」。世界で初めて「高純度プロテオグリカン」の量産化に成功した同社より、地場で取り組む最新の連携事例をご紹介いただいた。



【ゴールドスポンサーブース】

7/31-8/1

東北DC推進協議会様・JR東日本様



- ▶ 2021年4月から実施した「東北デスティネーションキャンペーン」。自然・絶景、酒・食、温泉などのテーマに沿った東北の観光情報を紹介することによって、東北観光のブランド化を推進。「東北ハウス」の機会に、東北が有する魅力を国内外の皆様にPRいただくとともに、復興に向けて歩む姿を映像・パネルでご紹介いただいた。

8/2-3

大和ハウス工業様



野村ホールディングス様



- ▶ 大和ハウスグループ様の基本姿勢である「共に創る。共に生きる。」。この道しるべのもと、これまで取り組んだ復興の歩みをパネル・映像でご紹介いただいた。

- ▶ 野村グループによる震災発生直後からのさまざまな復興支援活動の内容をパネル・映像でご紹介いただいた。



【ゴールドスポンサーブース】

8/4-5

大林組様



- ▶ 地域社会からの要請にしっかりとお応えするべく、住民の皆様  
に寄り添い完遂させた代表的な事業をパネルでご紹介いただ  
いた。

みずほフィナンシャルグループ様



- ▶ 被災地域の復興に向けて、社員ボランティアの派遣や物資・  
苗木等の寄付など、グループを挙げた様々な取り組みをご紹  
介いただいた。

8/6-7

トヨタ自動車東日本様



- ▶ 「人づくり」をメインテーマに、来年設立10年を迎える同社と東  
北のかかわりや、東北の未来へむけた取り組みをご紹介いただ  
いた。

七十七銀行様



- ▶ 同行の歴史とともに、宮城県および東北地域における観光  
振興や震災復興状況等についてご紹介いただいた。



|              | ブースA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ブースB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7/23<br>7/24 | <b>東邦銀行</b><br><br>【来場者からの反応】 <ul style="list-style-type: none"><li>福島にゆかりのある方や東北に何らかの関係や興味を持っている方が多かった印象。</li><li>「声を掛けられ、福島県含め東北の現状を聞かせてもらい嬉しかった」との声多数。</li><li>コロナ明けには、また行きたいとの声も聞かれた。</li><li>ノベルティの起き上がり小法師の配布は大変喜ばれた。</li></ul> 【運営面の感想等】 <ul style="list-style-type: none"><li>ジェイアール東日本企画様の仕切り・対応が良くスムーズな運営だった。</li><li>秋葉原駅から近いものの、人流が少ない立地だった。</li><li>想定されていたことかと思いますが、やはり集客面でのもの足りなさを感じた。</li></ul> | <b>N T T ドコモ</b><br><br>【来場者からの反応】 <ul style="list-style-type: none"><li>ドコモブースにおいては、ポケットアバター作成機器を設置しており、撮影参加者の反応はいずれも好評で、「面白い・可愛い」「家族・友人に送ってみたい」といった前向きなコメントが多く寄せられた。</li><li>コロナ禍でお子様を連れてイベントに行く機会も少なくなっていた方も多く、本イベントに子供も楽しめるものがあって良かったという声もあった。</li></ul> 【運営面の感想等】 <ul style="list-style-type: none"><li>運営事務局様からは、集客に苦しいイベントの中でも撮影参加者が喜んでいた様子を見て感謝のお言葉をいただいた。丁寧かつ親身な対応に感謝します。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                      |
| 7/25<br>7/26 | <b>大成建設</b><br><br>【運営面の感想等】 <ul style="list-style-type: none"><li>事務局様に準備段階から本番直前までにご相談させて頂いた結果、準備・搬入設営から当日の運営、撤去までスムーズに行うことができた。誠にありがとうございました。</li><li>当社ブースには、7月25日に175名、7月26日に121名の方に立ち寄り頂きました。多くの方に当社の東北での実績等をアピールすることができ、とても良い機会となった。重ねて御礼申し上げます。</li></ul>                                                                                                                                               | <b>東北電力グループ</b><br><br>【来場者からの反応】 <ul style="list-style-type: none"><li>ご来場いただいた方々に放映映像を興味深く、関心を持ってご覧いただいた。</li><li>映像の中にある「デュアルライフ（2 地点居住・地方と都市部）」をしてみたい。</li><li>東北の復興状況を教えて欲しい。</li><li>関東でも、東北電力の電気を買えるのか。</li><li>東北電力の再エネの取り組みはどうか。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 7/27<br>7/28 | <b>アイリスオーヤマ</b><br><br>【来場者からの反応】 <ul style="list-style-type: none"><li>「仙台の企業だと知らなかった、親しみを感じた。」との声をいただいた。</li><li>「サンプルがもらえるのは嬉しい！」との声をいただいた。</li><li>商品や企業について知っていただき、様々な声を頂くなどエンドユーザー様と関われる貴重な機会だった。</li><li>「CM見ています」との声をいただいた。</li><li>展示商品を使っていたいている方が多かった。</li><li>食品事業をしていることに驚きの反応が多かった。</li></ul>                                                                                                     | <b>日立製作所</b><br><br>【来場者からの反応】 <ul style="list-style-type: none"><li>見るだけでの展示ではなく、コミュニケーションロボットEMIEWと会話するという動きのあるコンテンツは家族連れを中心に楽しんでいただいた。</li><li>白くまくんの着ぐるみはインパクトがあり、お子さまや女性の方々に評判が良かった。多くのお客さまが写真を撮るなどして喜んでいた。</li><li>ブースにて会話させていただいたお客さまは、東北にゆかりのある方が多く(出身地もしくは、ボランティア活動で滞在していた等)、興味深くパネルをご覧になり、当社の震災復興の取り組みを知っていただく良いきっかけになった。</li><li>植物の種付きのエコうちわ(紙製)をブースに訪問した方に配付したが、ご自宅で種を植えるのが楽しみと喜んでいただいた。</li><li>当社で参加している夏祭りのパネルをご覧になり、「コロナが落ち着いたら東北の夏祭りに行きたい」というお客さまが数組いらした。</li></ul> 【運営面の感想等】 <ul style="list-style-type: none"><li>事務局スタッフの方々より親切に対応いただき、スムーズに運営することができた。(着ぐるみの場所の確保、貴重品の保管、24時間通電等)</li></ul> |

|              | ブースA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ブースB                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7/29<br>7/30 | <div>鹿島建設</div> <div>【来場者からの反応】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>こんなに素晴らしい180℃の映像を観ることができるイベントが、あまり周知されていないことが残念。新型コロナ感染拡大の影響だと思いますが、是非たくさんの人々に観ていただきたいと思います。</li><li>東北地方にゆかりのある方の来場者が多く、ご夫婦のどちらかが東北出身であるケースがありました。皆様、震災復興に興味があり「新型コロナ感染拡大防止がなければ、夏休みもお盆に帰省したい」という声が複数ありました。</li></ul> <div>【運営面の感想等】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>（ブース担当者の感想）当社がブースを出展している時期に、ちょうど東京都の新型コロナ新規感染者が過去最高を連日で記録したので、外出を控える方が多かったと思います。仕方のないことですが、出来れば、もっとたくさんの人に当社の震災復興工事を観ていただきたかったです。</li></ul>                                                                                                                                                                            | <div>角弘</div> <div>【来場者からの反応】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>展示商品に興味を持ち購入したい、どこで買えるのかという問い合わせが多くあった。</li><li>ノベルティを貰い喜んでいた。</li><li>S N Sにアップして頂いた。</li><li>S N Sの投稿を見て来場した方もいた。</li><li>ご当地フェイスパックの印象が強かったのか、弊社のイベント終了後も何件か問い合わせがあった。</li></ul> |
| 7/31<br>8/1  | <div>東北D C推進協議会・JR東日本</div> <div>【来場者からの反応】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>ブース来場者は、「東北DC観光スポット情報」や「イベント列車情報」に特に関心を持っていた。また、「北海道・北東北の縄文遺跡群」についても、出展の4日前に世界遺産に登録されたばかりであったこともあり、関心をお持ちの方が多かった。</li><li>2日間で、非常に多くの方にブースにお立ち寄りいただき、さらにはTOHOKUサポーターにも想定を超える方々にご登録いただいた。</li><li>来場者からは、「コロナが落ち着いたら東北に観光に行きたい」、「コロナがなければせっかくの東北DCなので東北に行きたかった」、「いつか縄文遺跡群に行ってみたい」という声が多く聞かれた。</li><li>各県のノベルティをお渡ししているとお伝えしたところ、TOHOKUサポーターに登録してくださる方が多く東北らしさのあるプレゼントは多くの方が興味を持ってくださるのだと実感した。</li></ul> <div>【運営面の感想等】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>映像をご覧いただいた流れでブースに立ち寄っていただけるお客さまが多く、ブースの設置場所としては理想的な場所であった。</li></ul>                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 8/2<br>8/3   | <div>大和ハウス工業</div> <div>【来場者からの反応】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>来場者の方に、東北地方の間伐材を使用したうちわを配布しました。木の香りがするので、香りを楽しんでいただいたり、海外の方に渡したいと多めに受け取る方がいました。（この方は2日に来場。翌日の3日も、お渡しした方に好評ということで再来場されました）</li><li>なかなかブースまで、入ってくる方は少なかったですが、うちわをお渡しした時、「東京は暑いけど、仙台は涼しいものね。毎年行っているけど、コロナで行けないのが残念」という声がありました。また、パネルを見て、復興住宅も建設されたんですか？という質問を受けました。</li></ul> <div>【運営面の感想等】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>運営面では、緊急事態宣言の中、スタッフの皆様には様々なご苦勞があったと思います。お疲れ様です。</li><li>気になった事として、ブースの仕様や配置の人数など事前の情報が少なかったため、隣のブースとの温度差があったように感じます。（隣は、日中無人。当社は、最大で5名ほどいた時間がありました。）</li><li>急遽近隣の事業所から参加してくれた社員が、震災当時の映像を懐かしんで見ていたり、思い出話をしたりと、趣旨とはずれていますが、震災の事を思いだす良いきっかけになったと思います。</li></ul> | <div>野村ホールディングス</div> <div>【来場者からの反応】</div> <ul style="list-style-type: none"><li>お客様からの声を聞き取る機会はありませんでした。</li><li>社内の広報・サステイナビリティ関連部署に声がけし来場を誘致したところ、大変好評であった。180度画像はもちろんのこと、各種展示等内容が充実していたという意見が多数であった。</li></ul>                                           |



## ■ゴールドスポンサーブース出展企業の感想等③

|            | ブース A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ブース B                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8/4<br>8/5 | <b>大林組</b><br><b>【来場者からの反応】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ BtoBの企業にとって、一般の方々に会社名や事業内容等を知ってもらう良い機会だった。来場した方からは、災害復興には欠かせない役割を果たしているのですねというコメントをいただくことができた。</li> </ul> <b>【運営面の感想等】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ メール宛先について、各社人事異動等もあるため、定期的に協賛企業のメール送り先の確認をしてもよかったと思う。</li> <li>・ 3月に各社からの要望リストを展開していただいたが、当社だけでもかなり問い合わせを行ったので、定期的に問い合わせ内容を展開してほしかった。</li> <li>・ 無償貸与していただける備品のリストとそのサイズを事前に把握できたのは良かった。リストと一緒に備品の写真があるとよりイメージが湧きやすかった。</li> <li>・ 企業ブースのコンセプトやイメージ図など、半年以上前から把握できたため、悩むことなく出展できた。</li> </ul>                                                                                                                          | <b>みずほフィナンシャルグループ</b><br><b>【来場者からの反応】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特に一般個人の来場者からは、「みずほは東北ハウスや東北とどういった関係があるか（関係があることを知らない）」という反応が多かった。東日本大震災の復興支援活動について紹介すると、「なるほど、復興においてはこのような個々の支援活動が非常に重要であり、みずほの取り組みは素晴らしい」という反応を頂いた。</li> <li>・ また、サステナビリティの取り組みの紹介の映像については、最近SDGs が注目を集めていることもあり、関心を示される方が多く、特に金融教育については大いに推進して欲しいといった意見が聞かれた。</li> </ul>                                                                                                                                            |
| 8/6<br>8/7 | <b>トヨタ自動車東日本</b><br><b>【来場者からの反応】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当社の存在や東北でトヨタが車両製造を行っていることが一般の方々に知られていない中で、それらを知っていただくきっかけを設けていただき、運営の皆様には大変感謝しております。</li> <li>・ 当社が実施しております東北の地場企業様との相互研鑽活動について、「研鑽先企業様製品をどこで購入することができるのか」といったご質問もいただくなど、一般の方々にご興味を持っていただいたことは、大変嬉しく感じております。</li> <li>・ 当日ともにご参加されていた七十七銀行様、熊谷組様ともお話ができ、「東北への貢献」への取り組みについて伺うことができたほか、今後に向けた協力関係の構築という面への一助となったと考えております。</li> </ul> <b>【運営面の感想等】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会場内のコロナ感染防止対策が徹底されており、安全に参加することができました。</li> <li>・ 企業ブーススタッフは全体でのスタッフM T G等に参加しておらず情報展開等は個別に事務局様より受けておりましたが、会場スタッフの一員としてM T G等に参加する形のほうがスタッフ間の連携、一体感や情報共有の観点から良いのではないかと感じました。</li> </ul> | <b>七十七銀行</b><br><b>【来場者からの反応】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中央のスクリーンで流す動画に感動した。</li> <li>・ 宮城県の観光地等の写真にすごく興味を示し、ワクチンを2回打ったら観光に行くとの反応があった。</li> <li>・ 「おかえりモネ」や「渋沢栄一」に興味を示す来場者が多く、ドラマで使われている施設等について詳しく聞かれ、登米や気仙沼に観光に行くといっていた。</li> </ul> <b>【運営面の感想等】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 8月6日、遅れての開場時において、もう少し事前に開場アナウンス等がほしかった。</li> <li>・ JR企画さんが非常に丁寧に対応してくれており、非常時にも親切に対応してもらい、スムーズな運営をすることができた。</li> <li>・ ノベルティー目当ての来場者が複数あり、一人（もしくは一家族）で多くを持っていかれたため困ったケースがあった。</li> </ul> |

# 【協賛企業・団体紹介パネル】

(幅4.5m × 高さ2.7mの大きさに動線上に配置)

リアル開催





7/22 (木・祝)



元復興大臣、衆議院議員（千葉6区、自民党）  
渡辺 博道 様



東京2020大会組織委員会副会長、  
衆議院議員（山形1区、自民党）  
遠藤 利明 様

7/27 (火)



復興庁福島復興再生総局事務局長  
（元：復興庁事務次官）  
末宗 徹郎 様

7/28 (水)



(左) 衆議院議員（岩手1区、立憲民主党）  
階 猛 様  
(右) 衆議院議員（比例北関東、立憲民主党）  
小宮山 泰子 様

7/29 (木)



復興大臣、衆議院議員（東京17区、自民党）  
平沢 勝栄 様



元五輪大臣、  
衆議院議員（岩手2区、自民党）  
鈴木 俊一 様



復興副大臣、参議院議員（比例代表、公明党）  
横山 信一 様

7/30 (金)



参議院議員（比例岩手、立憲民主党）  
横澤 高德 様



日本政府観光局（JNTO）理事長  
清野 智 様

8/4 (水)



参議院議員（比例宮城、立憲民主党）  
石垣 のりこ 様  
※横澤議員（右）は二度目のご来場

8/5 (木)



復興副大臣、衆議院議員（福島1区、自民党）  
亀岡 偉民 様



## 【主な感染防止対策】

- ▶ 国・東京都のガイドラインを遵守した来場者および対応スタッフ等に対する感染防止対策を厳しく実施。会期中の陽性判明はゼロ。
  - 来場者管理．． 会場入場者数を上限250名（定員1,000名）、250名に達した時点で入場規制、デジタル芳名帳の導入、COCOAのインストール案内 など
  - 感染防止対策．． マスク着用の必須、入場時の検温・消毒の徹底、靴底の除菌マット設置、アクリル板の設置、滞在可能時間は上限 2 時間、ソーシャルディスタンスの確保（原則1m）、など

### 事例（会場内）



### （会場外）



- (①) 会場内の各所にアクリルパネルを設置。また、来場者との接触が多い場所に対応するスタッフはマスクに加え、フェイスガードの着用を徹底。
- (②) VR体験では、来場者が機器を頭部に着用する際に、目元を広く覆う使い捨てのカバーを付けてもらった他、スタッフのビニール手袋使用を徹底。
- (③) 入場待機列に入る前に検温を行い、デジタル芳名帳入力およびCOCOA登録を案内するカードを配布（画像はスタッフ訓練の様子）。
- (④) 関係者受付およびアンケートコーナーは、滞留防止を目的に一般受付・出入口から離して設置。

## 【台風対策（7/27実施）】

- ▶ 関東地方に接近する台風8号・9号の影響を踏まえ、安全面を考慮した設営を実施。



＜主な対策＞ （画像左）風雨の吹込みを想定し、列を最小限にして会場正面の稼働扉を閉じた（開催時は基本開けた状態）他、パネル等を撤去。  
（画像右）ウェルカムボードや岩手県デー設置の装飾物を屋内に移設。



## ■JR東日本様PR協力 媒体一覧

| 媒体                        | サイズ  | 規模          | 掲出・放映期間                                                                                                          |
|---------------------------|------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 駅ポスター（施策枠）<br>※東京・埼玉エリア   | B1   | 140部        | 2021年6月24日（木）～7月21日（水）                                                                                           |
| 駅ポスター（業務枠）<br>※全12支社      | B1   | 約<br>1,600部 | 2021年6月21日（月）～8月7日（土）                                                                                            |
| 秋葉原駅 チラシ                  | A4両面 | 5,000部      | 2021年6月21日（月）～8月7日（土）                                                                                            |
| 秋葉原駅 駅ポスター                | B1   | 25部         | 2021年6月21日（月）～8月7日（土）                                                                                            |
| JAPAN RALE CAFE東京<br>チラシ  | B1   | 400部        | 2021年6月21日（月）～8月7日（土）                                                                                            |
| JAPAN RALE CAFE東京<br>ポスター | A4両面 | 3部          | 2021年6月21日（月）～8月7日（土）                                                                                            |
| トランヴェール                   | 1/2P |             | 2021年7月号に掲載<br>※JR EAST INFORMATIONページ                                                                           |
| トレインチャンネル                 | —    | —           | ①2021年6月21日（月）～6月27日（日）<br>■放映エリア → 全線セット（山手あり）<br>山手・中央快速・京浜東北・京葉・埼京・横浜・南武・常磐・<br>総武各停等                         |
|                           |      |             | ②2021年7月19日（月）～7月25日（日）<br>■放映エリア → 全線セット（山手線なし）<br>中央快速・京浜東北・京葉・埼京・横浜・南武・常磐・総武各停                                |
| 駅サイネージ（業務枠）               | —    | —           | 2021年6月22日（火）～8月4日（水）<br>■放映エリア<br>首都圏版・東北版・上信越版                                                                 |
| 新幹線車内LED                  | —    | —           | 2021年7月1日（木）～7月31日（土）<br>■放映エリア<br>東北新幹線／上野～大宮<br>上越新幹線／上野～大宮、熊谷～本庄早稲田 本庄早稲田～高崎<br>北陸新幹線／上野～大宮、熊谷～本庄早稲田 本庄早稲田～高崎 |

（ポスター・パンフレット）



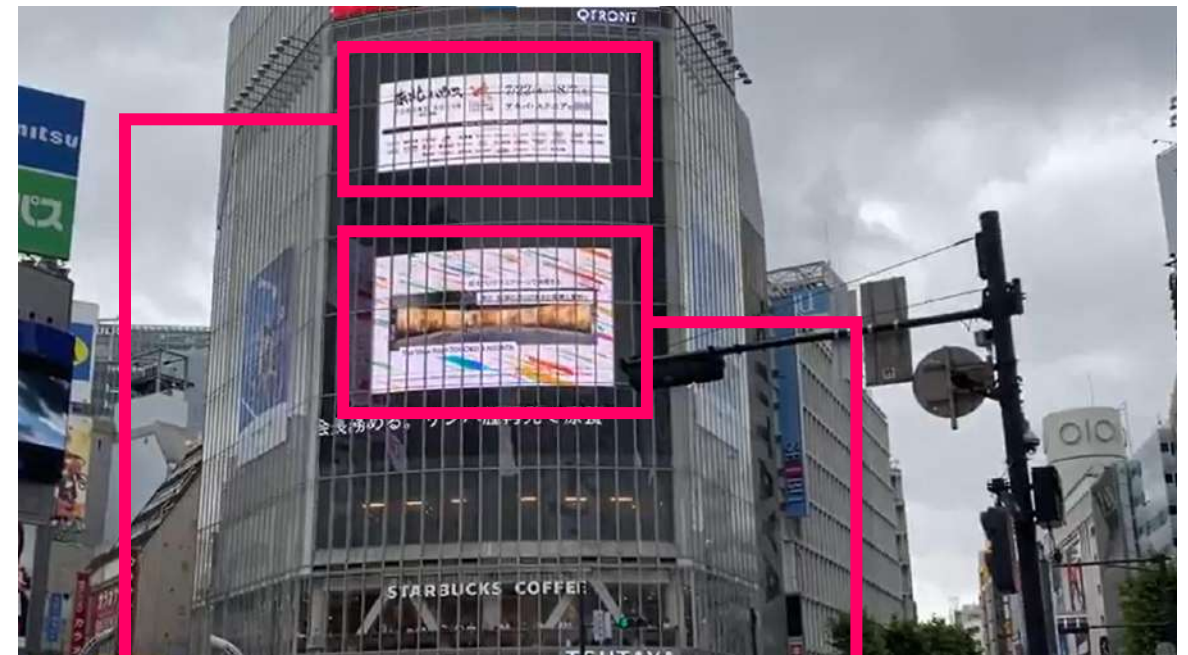
（トレインチャンネル）



（新幹線車内LED）



## ■東急様PR協力 大型ビジョンQ's EYE（渋谷スクランブル交差点） PR映像放映



（静止画バナービジョン）※開催告知と協賛企業表示）



（東北ハウスPR映像）



放映期間

2021年7月1日（木）～7月31日（土）※31日間

※上記に加え、東急百貨店などでポスター掲示・チラシ配布の協力をいただいた。

## ■東京モルレル様PR協力 - B1ポスター沿線8駅掲出 浜松町駅 羽田空港第2ターミナル駅



※この他、JTB様による首都圏店舗でのポスター掲示、会場周辺の神田明神、アキバインフォ（観光案内所）などでもPR協力いただいた。



■ 地元紙（協賛）への広告出稿



（掲出詳細）

| 新聞社名      | 掲載日           |              |               |
|-----------|---------------|--------------|---------------|
|           | 1 回目          | 2 回目         | 3 回目          |
| デーリー東北新聞社 | 延期により掲載中止     | 2021年5月9日(日) | 2021年7月18日(日) |
| 岩手日報社     | 2020年2月23日(日) | 5月16日(日)     | 7月15日(木)      |
| 河北新報社     | 2月25日(火)      | 5月17日(月)     | 7月15日(木)      |
| 秋田魁新報社    | 2月28日(金)      | 5月11日(火)     | 7月15日(木)      |
| 山形新聞社     | 2月28日(金)      | 5月14日(金)     | 7月19日(月)      |
| 福島民報社     | 2月23日(日)      | 5月10日(月)     | 7月15日(木)      |
| 福島民友新聞社   | 2月22日(土)      | 5月12日(水)     | 7月15日(木)      |
| 新潟日報社     | 2月28日(金)      | 5月20日(木)     | 7月15日(木)      |

■ Web広告での情報発信

「Facebookページ」への広告

【対象】  
英語圏（計11件）

日本在住の主に外国籍の方々が属するフェイスブックグループページ 1件  
世界中の外国籍の方々が属するフェイスブックページ 10件  
（2 件承認待ち後、掲載に至らず、他の 2 件に投稿し掲載済み。）

中華圏（計10件）

日本在住の主に繁体字圏の方々が属するフェイスブックグループページ 3件  
世界中の外国籍の方々が属するフェイスブックページ 7件  
（1件は承認待ち後、掲載に至らず、他の1件に投稿し掲載済み。）

【期間】

2021年7月8日（繁体字圏グループ 2件）  
2021年7月18日～7月31日（英語圏グループ 10件、繁体字圏グループ 8件）  
※緊急事態宣言発令のため、一旦停止後、7月18日に再開。



【リーチ/エンゲージメントの総計】

英語・繁体字フェイスブックでの投稿およびフェイスブックグループシェアによる投稿

■ 推定リーチ総数：計394,332名

■ エンゲージメント総数：713件

※推定リーチ総数は、グループの約30%のメンバーに投稿がリーチしているというと推測し算定

| ページ                     | リーチ         | エンゲージメント |
|-------------------------|-------------|----------|
| 英語フェイスブックページ            | 6,357（実数）   | 240（実数）  |
| 繁体字フェイスブックページ           | 14,105（実数）  | 258（実数）  |
| フェイスブックグループページ シェア（英語）  | 143,657（推定） | 77（実数）   |
| フェイスブックグループページ シェア（繁体字） | 230,213（推定） | 138（実数）  |



## 【Webページのセッション数】

東北ハウスでは、セッション数（※）をKPI設定している。バーチャル開催期間も含めたKPIは実来場者と併せて100,000人（セッション）。

※サイトを訪れてから離脱するまでを1回とする数値（1度の訪問で複数ページを閲覧してもカウントは1回）。ウェブ上の「延べ来場者」と同義。

- ▶ セッション数 **33,314件**（PV/ページビューは101,190件）
- ▶ 集計方法：グーグルアナリティクス

公式ウェブページの他、SNS（フェイスブック）や動画共有サービス（ユーチューブ）を利用し、多言語（日・英・繁・簡・韓の5言語）で情報発信を行った。



公式ウェブページ



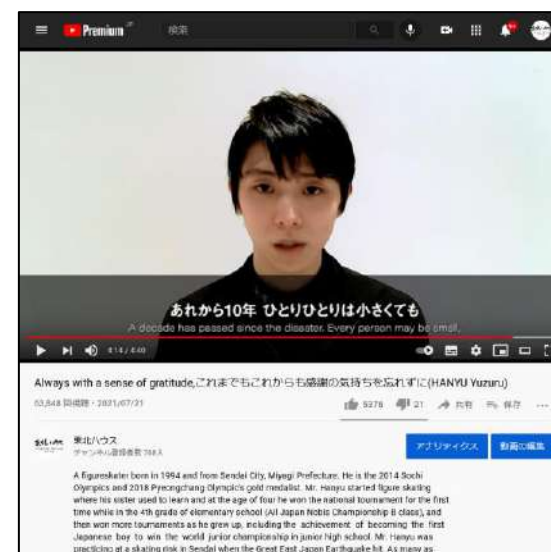
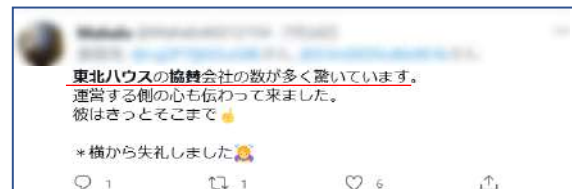
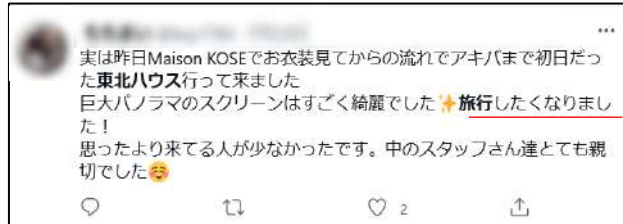
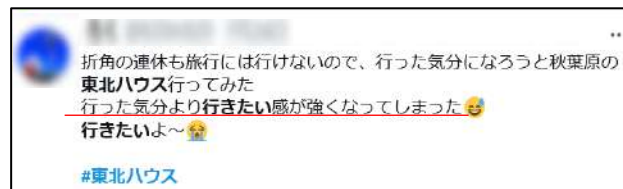
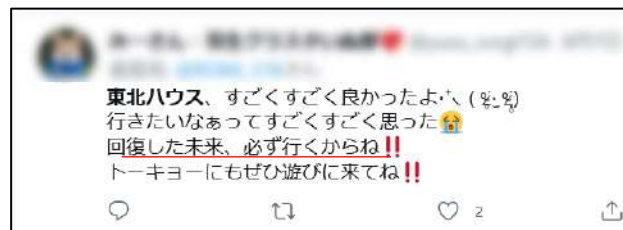
フェイスブックページ



Youtubeチャンネル

## 【SNSコメント等（参考）】

期間中を通じ、東北の復興に思いを寄せるコメントや、東北・新潟の魅力に触れ「必ず訪問する」等、好意的な反応が多数寄せられた（ネガティブなコメントは一部のみ）。



羽生結弦選手（東北ハウス応援団）からいただいた復興に寄せる思いのビデオメッセージは、**再生回数が約8万回**。



東北ハウスを毎日訪れてくれた小学6年生の女の子は、**岩手の大ファンに**（8/6岩手めんこいテレビ）



## 【主な報道結果（開催期間中）】

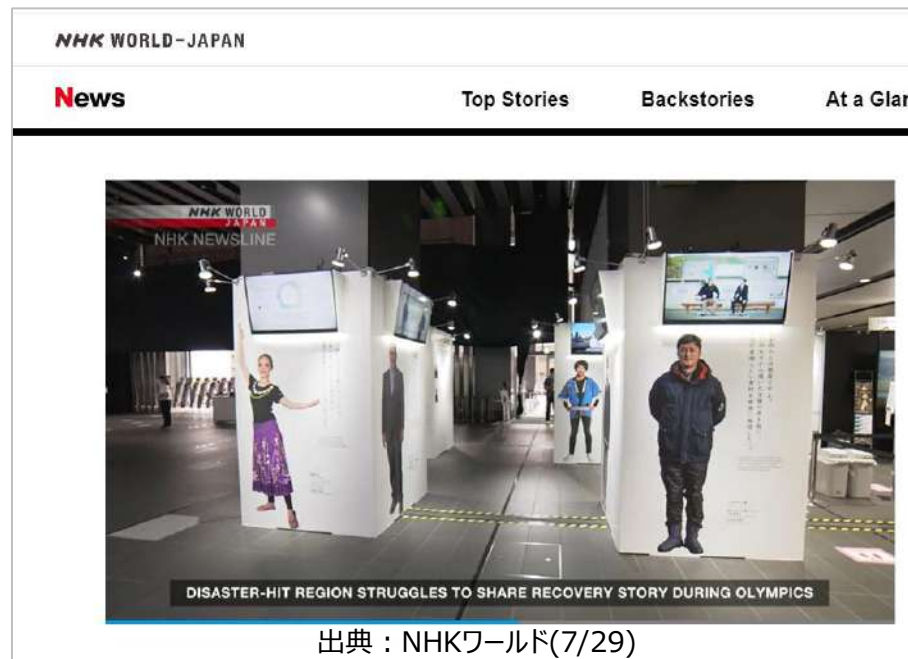
- ▶ T V 1 2 件、新聞 3 7 件、その他共同配信により多数のオンラインニュースに掲載。N H K ワールドによる海外への情報発信にも取り組んだ。



出典：河北新報オンラインニュース/動画(7/23)



出典：NHKオンラインニュース(7/23)



出典：NHKワールド(7/29)



出典：河北新報オンラインニュース(7/26)



主な報道対応一覧

リアル開催

| No. | 報道機関名        | 報道状況                                                                |
|-----|--------------|---------------------------------------------------------------------|
| 1   | 東奥日報社        | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 2   | デーリー東北新聞社    | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 3   | 岩手日報社        | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 4   | 秋田魁新報社       | 7／2 3、2 7本紙記事掲載                                                     |
| 5   | 河北新報社        | 7／2 3本紙記事掲載・動画付                                                     |
| 6   | 山形新聞社        | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 7   | 福島民報社        | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 8   | 福島民友新聞社      | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 9   | 新潟日報社        | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 10  | 読売新聞社        | 7／2 3本紙宮城面記事掲載                                                      |
| 11  | 日刊工業新聞社      | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 12  | 共同通信社        | －                                                                   |
| 13  | 電気新聞         | 7／2 7本紙記事掲載                                                         |
| 14  | 日刊建設工業新聞社    | －                                                                   |
| 15  | 文教ニュース社      | －                                                                   |
| 16  | N H K        | 7／2 2 N H Kニュース放送<br>1 8：0 0 全国ニュース<br>2 1：5 0 B Sニュース<br>夕方 東北ニュース |
| 17  | 青森放送         | 7／2 2夕方ニュース                                                         |
| 18  | 博物館美術館写真広報   | －                                                                   |
| 19  | 日刊スポーツ新聞社    | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 20  | 福島民報社        | 7／2 3本紙記事掲載                                                         |
| 21  | 福島民友新聞社      | 7／2 4本紙記事掲載                                                         |
| 22  | N H K        | 7／2 3 N H Kニュース放送<br>1 2：0 0 全国ニュース<br>1 2：1 0 関東山梨長野               |
| 23  | 日本経済新聞社      | 7／2 3 電子版掲載                                                         |
| 24  | 河北新報社        | 7／2 6本紙記事掲載・動画付                                                     |
| 25  | 電気新聞         | 7／2 7本紙記事掲載                                                         |
| 26  | 観光経済新聞社      | 8／1 付本紙（週刊）掲載                                                       |
| 27  | 北海道新聞        | 7／3 0本紙（夕刊）掲載                                                       |
| 28  | 新日本海新聞社（鳥取県） | －                                                                   |
| 29  | 時事通信社        | －                                                                   |
| 30  | テレビ岩手        | －                                                                   |
| 31  | 読売新聞社        | －                                                                   |
| 32  | N H K        | NHK WORLD-JAPAN<br>ニュース 2回放送(4分弱)<br>7／2 9 1 5：0 0<br>8／ 2 2 0：0 0  |

| No. | 報道機関名      | 報道状況                           |
|-----|------------|--------------------------------|
| 33  | 共同通信社      | 8／2 記事配信                       |
| 34  | (一社)日本新聞協会 | 日本新聞協会報                        |
| 35  | 読売新聞社      | －                              |
| 36  | 河北新報社      | 7／2 3本紙記事掲載                    |
| 37  | 岩手日報社      | 7／2 3本紙記事掲載                    |
| 38  | 福島民報社      | 7／2 3、2 7本紙記事掲載                |
| 39  | 福島民友新聞社    | 7／2 3本紙記事掲載・動画付                |
| 40  | 青森テレビ      | 7／2 3本紙記事掲載                    |
| 41  | 公明新聞       | 7／3 0 横山副大臣記事掲載                |
| 42  | 電気新聞       | 8／5 コラム「焦点」掲載                  |
| 43  | N H K      | N H Kニュース放送<br>1 8：4 0 首都圏ニュース |
| 44  | 熊本日日新聞社    | 7／3 1 ホームページ掲載                 |
| 45  | 読売新聞東京本社   | －                              |
| 46  | 河北新報社      | 8／3 本紙記事掲載                     |
| 47  | テーマス       | 記事掲載                           |
| 48  | N H K      | 7／2 9、8／2 放送                   |
| 49  | 岩手めんこいテレビ  | －                              |
| 50  | 新潟日報社      | 8／5 本紙記事掲載                     |
| 51  | 電気新聞       | 7／2 7、8／5 掲載                   |
| 52  | 岩手めんこいテレビ  | 8／5 夕方ニュース放送<br>8／6 ホームページ掲載   |
| 53  | 河北新報社      | 8／7 本紙記事掲載                     |
| 54  | 河北新報社      | 8／8 本紙記事掲載                     |

※報道状況は事務局で確認できたものについて掲載。



| 日程 |            | 来場者数  | イベント            | 備考               |
|----|------------|-------|-----------------|------------------|
| 7月 | 2 2 日（木・祝） | 5 0 2 | オープニングセレモニー・内覧会 |                  |
|    | 2 3 日（金・祝） | 4 0 5 | 福島県デー           | 五輪開会式            |
|    | 2 4 日（土）   | 3 6 3 | 〃               |                  |
|    | 2 5 日（日）   | 6 8 4 | 山形県デー           |                  |
|    | 2 6 日（月）   | 2 0 7 | 〃               |                  |
|    | 2 7 日（火）   | 1 5 3 | 岩手県デー           | 台風8号（9号）の影響      |
|    | 2 8 日（水）   | 2 6 9 | 〃               |                  |
|    | 2 9 日（木）   | 2 3 7 | 青森県デー           |                  |
|    | 3 0 日（金）   | 2 0 2 | 〃               |                  |
|    | 3 1 日（土）   | 3 8 8 | 秋田県デー           |                  |
| 8月 | 1 日（日）     | 3 0 4 | 〃               |                  |
|    | 2 日（月）     | 1 8 3 | 仙台市デー           |                  |
|    | 3 日（火）     | 2 5 4 | 〃               |                  |
|    | 4 日（水）     | 4 5 1 | 新潟県デー           |                  |
|    | 5 日（木）     | 2 6 4 | 〃               | 18:30閉館 ※        |
|    | 6 日（金）     | 1 4 2 | 宮城県デー           | 16:00開館（再オープン） ※ |
|    | 7 日（土）     | 3 3 8 | 〃               |                  |
| 合計 |            | 5,346 |                 |                  |

※事務局スタッフのコロナ感染の疑いに伴い、8/5 18:30で閉館し、当該スタッフと15分以上接触した可能性のある来場者の体調確認、保健所の見解確認、除菌の徹底により、8/6 15:53（16:00）に開館（再オープン）したもの。（その後、再検査の結果、当該スタッフの陰性を確認）

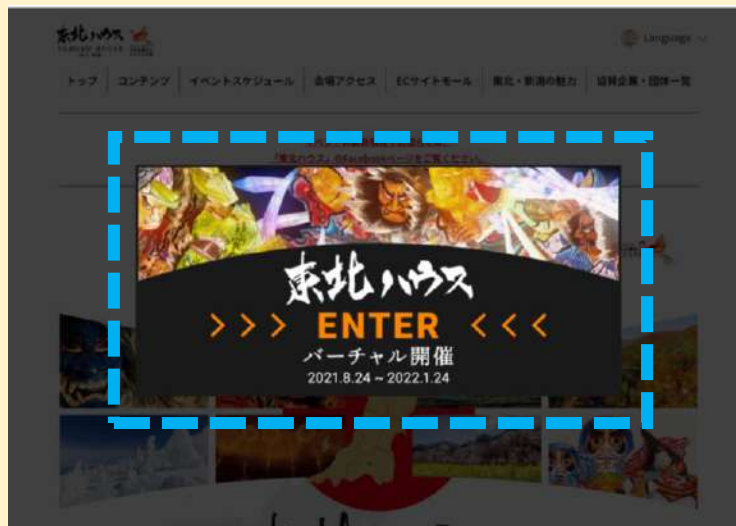
# 《 バーチャル開催 》

## 【開催概要】

- ▶ 8月24日から来年1月24日の5ヵ月間、東北ハウスWebページ上で開催。
- ▶ Webページセッション数：206,341件

## 【実施内容】

- ▶ 東北・新潟の魅力（自然、祭り、伝統工芸、食・酒、雪など）の紹介・体験および観光情報の発信などリアル開催で実施した多くのコンテンツをWebページで体験。
- ▶ 180度巨大パノラマスクリーンで上映した「The View from TOHOKU & NIIGATA」がパソコンやスマートフォン等で視聴可能。
- ▶ オープニングセレモニーや各県市デーなど、当日の様子を動画で楽しむことができる。



東北ハウスWebページ(トップ画面)



バーチャル開催特設ページ



PICK UP #1



魅力発信映像



PICK UP #2



各日のダイジェストムービー

ECサイト  
モール



スノーVR





## トップ画面



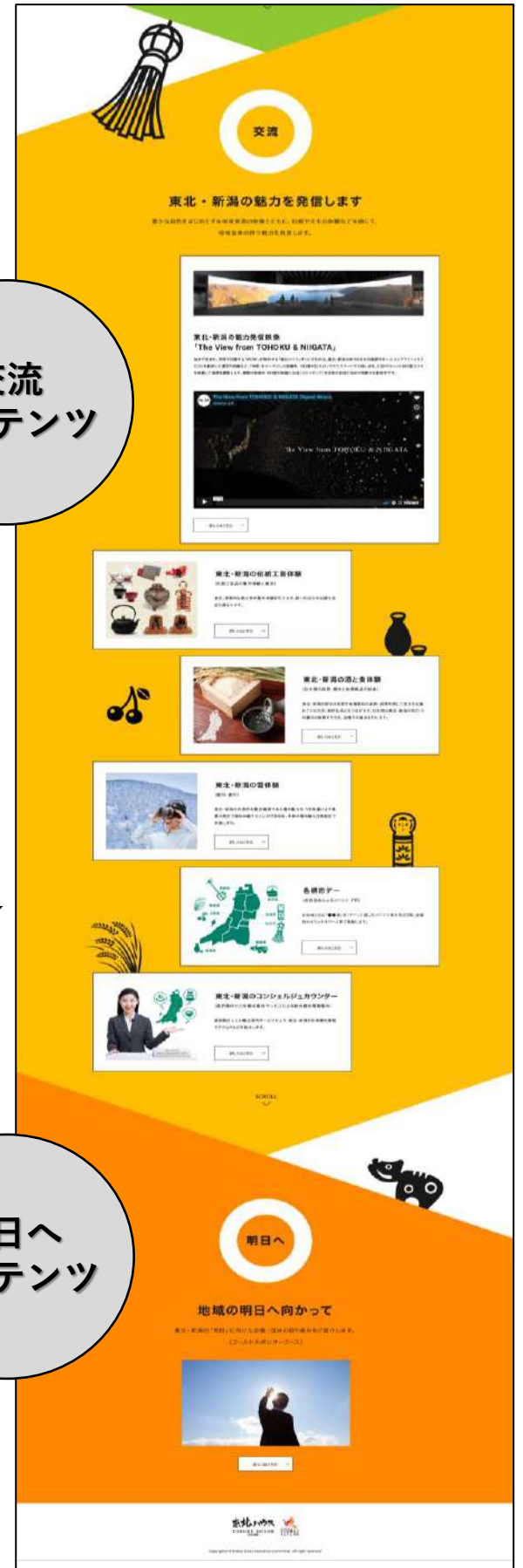
## コンテンツピックアップ

## リアル開催の様子



## 交流コンテンツ

## 交流コンテンツ



## 明日へコンテンツ

- ▶ バーチャル開催の実施により、映像コンテンツの閲覧数が大幅増加。
- ▶ 「The View from TOHOKU & NIIGATA」が最も多い再生回数を記録し、世界の方々に向けて東北・新潟の魅力を発信することができた。
- ▶ 「東北ハウス」応援団の映像も多数再生され、SNSで確認できたコメントは100件以上。国内外のファンなど関心のある多くの方々に復興支援への感謝の気持ちを伝え、応援団として「東北ハウス」のPRに貢献いただいた。

## ■ The View from TOHOKU & NIIGATA(Panorama Moives)

▶ 総再生回数 478,417回



“バーチャル開催向けに3種類の映像で魅力を訴求”





※再生回数はバーチャル開催終了（2022.1.24）時点

## 【「東北ハウス」応援団】

## ■感謝のパネル（羽生結弦さん）

▶総再生回数 86,908回

日・英版 / 71,492回 繁体字版 / 6,182回  
 簡体字版 / 4,461回 韓国語版 / 4,773回



## ■感謝のパネル（サンドウィッチマン）

▶総再生回数 782回

日・英版 / 574回 繁体字版 / 75回  
 簡体字版 / 53回 韓国語版 / 27回



## ■会場内ウォークスルー

▶再生回数 3,832回



## ■感謝のパネル（佐藤貴宏さん）

▶再生回数 1,642回



## ■東北ハウスPR映像

▶再生回数 975回



※再生回数上位のみ抜粋

## 番組概要

- 英語番組「Catch Japan」の中で、リアル開催の様子やバーチャル開催について放映。
- 放送終了後は映像素材をバーチャル開催ページに掲載し、更なるPRに活用。  
※東北ハウスYouTubeチャンネルに映像掲載済み。（音声：英語 テロップ：日本語）

## Catch Japanとは

- 企業や自治体、官公庁、各種団体など、様々な分野における最新プロジェクトや、日本らしい取り組みなどを取り上げる番組。「食」、「技術」、「エコロジー」、「地域振興」、「エンターテインメント」等のテーマを掲げ、そこで活躍する人々を紹介。世界の人々に今の日本を、そして未来の日本の姿を発信。

## 放送日時（日本時間）

- 2021年9月24日（金） ①11：30～ ／ ②14：30～ ／ ③22：30～
- 2021年9月25日（土） ①4：30～  
※30分番組のなかで約5分間放送。

## ■番組キャプチャー

### 実行委員長・事務局インタビュー



### リアル開催 会場紹介



### バーチャル開催 Webページ閲覧の外国人





◆「東北ハウス」では、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、新潟の壮大な景色と地元の名産品を紹介した。また、このイベントのもう一つの目的は東日本大震災から10年が経ち、これまでの支援に対する感謝の気持ちを世界中の人々に伝えることだ。イベントの様子が番組からよく伝わってきたので、開催の目的を達成していると思う。東北ハウスのウェブサイトも閲覧した。海外旅行が未だ制限されている中で、このウェブサイトから地域の特産品を購入することが出来るのは素晴らしい。東北・新潟を訪れる人がきっと増えていくだろう。

【シンガポール・50代男性・会社員】

◆番組冒頭の東北・新潟地域の景色は息を飲むように美しく、見応えのある素晴らしい映像だった。展示会場は入念な感染予防策が取られて開催したようだ。現在の状況下では、このような場面も伝える必要があるのだろう。赤べこは綺麗で、使われていた音楽も鮮やかな赤べこに合っており、番組に元気な印象を与えていた。このイベントの重要な見どころを丁寧に紹介できていたと思う。オンラインでもVR映像を見るのを楽しみにしている。

【スリランカ・20 代男性・学生】

◆私が働いている会社では、バーチャル・リアリティ（VR）によるオンライン体験旅行を現在、視野に入れている。このため今回の東北・新潟地域の取組みがよく理解できる。オンライン体験旅行は、良いプロモーションになる事はもちろん、外出が出来ずにイライラしている人たちも、気軽に旅行を楽しめる。旅行に行くお金がない人にとっても、東北・新潟地域のVR映像は注目を集め、ウェブサイトを訪れる人が増えていくと思う。自分にとって馴染みのない行き先でも、この方法なら安全に旅行ができる。東北・新潟地域の人々と日本政府が、世界の人々に対して深く感謝する気持ちがよく伝わってきた。このような相互交流が世界にもっと愛を広めていくと思う。この映像を世界中の人々が視聴することを思うと、東北・新潟の人々は動画再生数や反応を見て、世界の人々と距離を越えた繋がりをきっと実感するでしょう。

【フィリピン・30 代女性・ライター】

◆新型コロナウイルスのパンデミックにより多くの人々が旅行に行けない今、「東北ハウス」のイベントは絶好の時期に開催されたのではないだろうか。この感想文を送り終えた後、公式ウェブサイトも訪ねてみたいと思っている。このイベントはとてもよく考えられていて、来場者が新型コロナウイルスの感染を恐れることなく楽しむことが出来る仕掛けがたくさんあった。入場制限を行い、換気や消毒液を配置するなどして、感染対策が取られていた。福島の縁起物という赤べこの絵づけは私も是非体験してみたい。子供たちも大いに楽しめるに違いない。本物の雪の体験は、夏の暑さを忘れることが出来る。家族連れに大人気だったと思う。東北・新潟地域の四季をVR映像で映し出す、180度のパノラマ映像は心奪われる体験だ。私も同じ映像をウェブ上で見てみたい。このイベントがオンラインでも楽しめることに感謝。映像を見た後で、私が日本への旅行を待ち望んでいる気持ちが、少しでも安らぐような気がする。今回のJ-Tripは情報量に富んだ楽しい番組だった。

【ブータン・40代女性・自営業】

◆今回のJ-Tripのテーマは10年前に被災した東北・新潟地域が主役のイベント「東北ハウス」だ。この展示イベントを「旅行」のテーマで放送し、型破りな番組となった。この番組では、視聴者がイベントを体感できるように工夫して放送していたが、私にはVR映像や、赤べこの色付けを楽しむ参加者と同じ興奮を味わえなかった。震災からの復興をお祝いし、東北・新潟地域に支援をしてくれた世界中の人に対して「感謝の気持ち」を番組で伝えることに対しては理解できる。しかし、海外の視聴者がこのイベントのVR映像をオンラインで視聴する様子を放映することに違和感があった。

【ベトナム・50 代男性・歯科医】

◆番組では、この数年で東北・新潟が見違えるように復興したことを紹介した。「東北ハウス」のイベントは、東北・新潟地域の魅力を伝えることができるとても良いアイデアだ。パノラマ映像にはすっかり魅了された。色鮮やかな映像は、まるでその場にいるように感じさせた。このような映像は今まで見たことがない。子供たちが雪で遊ぶ様子を見て心が暖まった。雪体験にとっても驚いたことだろう。このイベントは、一新した東北・新潟に人々の注目を集めることに成功していた。

【ケニア・30 代男性・会社員】

◆番組冒頭の映像から、今回のテーマに繋がる流れが良かった。ナレーターの話し方が豊かな声色で始まったが、「東北ハウス」のイベントの場面では元気の良い声色に変わり、場面に応じた使い分けがされていたのも良かった。海輪実行委員長のインタビューの場面が印象に残った。とても楽しそうにこのイベントについて話していた。このイベントの開催を心から喜んでいる様子がよく伝わってきたので、見ていてこちらも嬉しくなった。加えて、今回のイベントの様子を、ウェブサイトを通じて海外からも視聴できるのは面白い。新型コロナウイルスの猛威が収束し、新しい生活様式のもとでイベントが行われた様子も興味深く視聴した。1つ残念に感じたことは、東北の現在の様子も見られると思っていたので、その映像がなかった。ナレーターはJ-Trip、J-Factory共に良い仕事をしていた。はっきりとした聞き取りやすい声で自信に満ちており素晴らしい発声だった。特に、場面に応じて声の調子を使い分ける手法のおかげで、最後まで番組を集中して観ることができた。

【ナイジェリア・40 代女性・グラフィックデザイナー】

◆この地域を訪れてみたいと長らく思ってきた為「東北ハウス」のイベントに非常に興味を持った。新型コロナウイルスの規制下でありながらも、各県の名産を紹介するこのイベントが開催できてとても良かったと思う。VR映像に登場した「かまくら」が、とても面白そうに見えた。大パノラマ映像が東北・新潟地域の名所を映し、四季折々見え方が異なることに感銘を受けた。このイベントで紹介されていた物についてもっと知りたくなった。番組ではごく一部の紹介だったが、海外からのオンライン視聴者のインタビューをもっと見たかった。番組を視聴し終えて、イベントに来場したかったという気持ちと、東北・新潟地域にいつか訪れたいという気持ちになった。このイベントのウェブサイトをぜひ訪れたいと思っている。

【オーストラリア・40 代男性・コーディネーター】



◆東北地域の美しい景色を伝える番組だった。「東北ハウス」は東京2020オリンピックに合わせて開催された。大きな成功を収めたと思う。このイベントをぜひ訪れたかったが、残念ながら渡航が制限されていて叶わなかった。印象に残った内容として、イベントでの体験が楽しそうだった。VR映像から、東北・新潟地域での生活を体感してみたかった。赤べこに絵づけしてみたい。180度のパノラマ映像で東北・新潟の四季を見てみたかった。このイベントは海外でも開催の予定はあるのだろうか？全体を通して、この番組のおかげで「東北ハウス」のVR映像を知ることができた。週末になったらこのイベントのウェブサイトを、ゆっくり楽しみたいと思う。

【オーストラリア・30代女性・自営業】

◆J-Tripの癒されるように落ち着いた雰囲気、1つ前のセグメントから流れるようにこの番組が始まった。東北・新潟地域は美しい。子供たちのために雪を準備したのは良いアイデアで、この地域の特色を伝えるのに良い方法だと思う。VR映像による観光体験をインターネット上に公開したのも素晴らしい。ただ、ウェブサイトのリンクはもっと目立たせておくべきだと思う。番組を見て私も同じ体験をしたいと思った。番組は、各地域の魅力をよく映し出していた。

【アイルランド・50代男性・主夫】

◆東北・新潟地域の人々が、世界に感謝の気持ちを表したいと話していて、胸が熱くなった。イベントを通じて、地域の名物や名産品を展示し、海外の人に東北・新潟の文化を紹介するこの企画が好きだ。実際に手に取って体験できる展示は、大人も子供も楽しませていた。雪を用意したことに驚いた。VR映像でスキーを楽しむ映像がよりリアルに体感できただろう。新型コロナウイルスの厳しい規制の中、オンライン上でも楽しめるイベントがあるのが素晴らしい。公式ウェブサイトのおかげで、たくさんの人々が家でくつろぎながら東北・新潟地域への旅行を体感できる。

【アイルランド・20代女性・学生】

◆今回のJ-Tripは、震災から復興した故郷を広くアピールしようとする東北・新潟地域の人々の熱気を世界に発信した。大自然を感じるスキーの疑似体験や、日本の伝統を伝える祭りの映像を見て、この地域が観光名所に恵まれていることがよく分かった。日本の大自然を楽しむには、北海道に行くべきだと考える旅行者は多いと思う。しかしこの展示を観れば、自然を楽しみながら良い休暇を過ごすのに、東北・新潟も最適な観光地に思えた。更には、移動のために飛行機を予約しなくても行くことができる場所だ。1つ改善点を挙げるとすれば、小学校3年生の時に被災した女性に取材をしていたらもっと良い番組になったと思う。当時の震災体験と今の生活、そして現在の気持ちについて語ってもらうことで、彼女からのメッセージの重みが増したと思う。全体の感想として、ナレーターがこのイベントを視聴者に説明していたが、解説員が展示を解説して回る方が良かったと思う。このほうが視聴者が主体となって番組を楽しむことができ、VR映像も自分の体験として印象に残りやすく、展示をより楽しめたと思う。

【イギリス・20代男性・学生】

# 主な報道結果

バーチャル開催

## 【主な報道結果（開催期間中）】

▶ T V 1 件、新聞 2 件に掲載。



出典：NHK情報番組（9/29）

| No. | 報道機関名 | 報道状況           |
|-----|-------|----------------|
| 1   | 河北新報  | 8 / 2 4 本紙記事掲載 |
| 2   | 電気新聞  | 8 / 2 5 本紙記事掲載 |

※報道状況は事務局で確認できたものについて掲載。

# 主なPR協力（関係機関）

バーチャル開催



経団連「東北復興応援フェスタ」



TOKYO2020ふくしま情報サイト  
「ふくしまプラス2020」



秋田魁新報Webページ

この他、NEXCO東日本の情報Webサイトへの掲載やNTT東日本グループによるデジタルイベント出展時など、協賛企業等でも様々な場面を通じてバーチャル開催を紹介いただいた。



## 【Webページのセッション数】

東北ハウスでは、セッション数（※）をKPI設定している。バーチャル開催期間も含めたKPIは実来場者と併せて100,000人（セッション）。※サイトを訪れてから離脱するまでを1回とする数値（1度の訪問で複数ページを閲覧してもカウントは1回）。**ウェブ上の「延べ来場者」**と同義。

- ▶ セッション数 **206,341件**（PV/ページビューは213,970件）
- ▶ 集計方法：グーグルアナリティクス

## 【Web広告の実施】

- Web広告の実施により、多くの外国人に発信することができた。
- 主にGoogleネットワーク広告（配信国：米国・台湾・韓国）、V-pornチャイナネットワーク（配信国：中国）に配信。
- バナーのクリエイティブは「WOW映像」ビジュアルで2種類、「復興・感謝」テーマで2種類の合計4種類を作成。
- この他、YouTube広告も実施。

（一例）【中国語版】（繁体字/台湾）



■ YouTube広告配信動画



## 【SNSを活用したPR】

- 英語圏・中華圏のFacebookグループページに、バーチャル開催の情報を紹介。多くの外国人に関心をもってもらうことができた。

（一例）英語Facebookページの投稿

■リーチ数：9,041名 ■いいね：12件  
■エンゲージメント数：215件



（一例）繁体字Facebookページの投稿

■リーチ：12,145名 ■いいね：9件  
■エンゲージメント数：322件



【Webページのセッション数】

東北ハウスでは、セッション数（※）をKPI設定している。バーチャル開催期間も含めたKPIは実来場者と併せて100,000人（セッション）。※サイトを訪れてから離脱するまでを1回とする数値（1度の訪問で複数ページを閲覧してもカウントは1回）。ウェブ上の「延べ来場者」と同義。

- ▶ セッション数 **206,341件**（PV/ページビューは213,970件）
- ▶ 集計方法：グーグルアナリティクス

《 Webページ総セッション数 》

リアル開催・バーチャル開催

※印の期間はリアル開催の実施効果によるセッション数獲得のため総数にカウント

|         | リアル開催<br>(7月22日-8月7日) | ※<br>(8月8日-8月23日) | バーチャル開催<br>(8月24日-2022年1月24日) | 合計       |
|---------|-----------------------|-------------------|-------------------------------|----------|
| 日本人     | 32,420                | 3,114             | 31,436                        | 66,970   |
| 外国人     | 894                   | 281               | 174,905                       | 176,080  |
| (台湾)    | (180)                 | (16)              | (71,872)                      | (72,068) |
| (米国)    | (121)                 | (43)              | (51,738)                      | (51,902) |
| (韓国)    | (28)                  | (3)               | (33,588)                      | (33,619) |
| (中国)    | (122)                 | (94)              | (9,708)                       | (9,924)  |
| (香港)    | (54)                  | (11)              | (350)                         | (415)    |
| (その他)   | (389)                 | (114)             | (7,649)                       | (8,152)  |
| 総セッション数 | 33,314                | 3,395             | 206,341                       | 243,050  |



K P I 達成状況

1．総来場者数

・総来場者数の目標は、リアル開催の実来場者およびリアル・バーチャル開催のW e b ページ「来場者」(セッション数)の合計で、**「約 1 0 万人」**と設定。

| 項目           | K P I                                     | 実 績                                                      |
|--------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 実来場者数        | 2 5 , 0 0 0 ～ 4 0 , 0 0 0 人 ( 外国人 1 0 % ) | 5 , 3 4 6 人 ( 外国人 7 8 人 ( 1 . 6 % ) )                    |
| W e b ページ来場者 | 6 0 , 0 0 0 ～ 7 5 , 0 0 0 人               | ※ 2 4 3 , 0 5 0 人 ( 外国人 1 7 6 , 0 8 0 人 ( 約 7 2 % ) )    |
| 総来場者数        | 約 1 0 0 , 0 0 0 人                         | <b>2 4 8 , 3 9 6 人 ( 外国人 1 7 6 , 1 5 8 人 ( 約 7 1 % )</b> |

※リアル開催7/22～バーチャル開催終了1/24までの数値

2．アンケート回答（リアル開催）

| 項目      | K P I                                 | 実 績                                   |
|---------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 回答数     | 1 , 5 0 0 件 ( 外国人 1 5 0 件 ( 1 0 % ) ) | 2 , 5 6 3 件 ( 外国人 3 8 件 ( 1 . 5 % ) ) |
| ①来場者満足度 | 満足以上 = 8 5 % 以上                       | 9 7 %                                 |
| ②来訪意向度  | 訪問したい = 8 5 % 以上                      | 9 9 %                                 |

3．国内外報道機関来場数（※複数回来場、バーチャル開催取材含む）

| 項目      | K P I | 実績    | 備 考                                                                                          |
|---------|-------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 報道機関来場数 | 5 0 社 | 5 7 社 | T V 1 3 件、新聞 3 9 件、その他共同配信により <b>多数のオンラインニュース</b> に掲載。N H K ワールドによる <b>海外への情報発信</b> にも取り組んだ。 |

レガシー対応の方向性

「**コンテンツ二次利用**により、東北ハウスと同様の実施効果を継続的に創出すること」  
「**協力先とのネットワーク**など、東北ハウス事業で生まれた関係性を各種の事業に活かすこと」

➡

2 0 2 2 年度以降、ハウスのレガシーを基にした広域連携の促進