

I 概要

1 実施期間及び対象地域

(1) 期間

令和4年7月～9月

(2) 対象地域

青森県、岩手県、秋田県

※重点販売地域指定とは、地域の観光開発の成果を着実に流動に結びつけることを目的に、JR東日本が地元自治体、観光事業者等と連携のもと集中的に観光プロモーションを実施するものです。

2 目的

北海道・北東北の縄文遺跡群の世界文化遺産登録から1周年を迎えるタイミングで、東北DCのレガシーを引き継いだ大型観光キャンペーンをJR東日本との連携により展開し、新型コロナウイルス感染症拡大で落ち込んだ北東北三県への観光流動を回復させるとともに、東北DCで磨き上げた観光コンテンツの更なる定着を図る。

3 取組方針

東北DCの“テーマで巡る”というコンセプトを踏襲し、世界遺産と夏祭りを軸に、歴史・文化、自然・絶景、酒・食といった北東北ならではの強みを活かしたプロモーションを展開。首都圏からのお客さまは勿論のこと、北東北三県にお住まいの方にとっても“新しい発見”となるようなキャンペーンを展開する。

4 ログマーク・キャッチコピー



北東北の「東」の文字を、縄文土器の縄目文様を表現するほか、北東北を巡る楽しみも表現。

♥北東北の豊かな海や川、そこで育まれるグルメをイメージ。SDGsも意識。

♥みちのく三大桜をイメージ。観光事業者の「おもてなし」の心も表現。

♥北東北の豊かな自然をイメージ。エコツーリズムの取組も表現。

【キャッチコピー】

「ドキドキ、キタキタ、北東北」

- 世界文化遺産登録から1周年を迎える縄文遺跡群をイメージさせる「土器」を言葉遊びで「土器土器」「ドキドキ」と表現し、観光を楽しんでいただく心の高揚を表現。
- 東北という日本の北(キタ)、さらにその中でも北(キタ)に位置していることを「キタキタ」と表現し、北東北で待つ魅力への期待感を表現。
- 東北DCのキャッチコピーである「巡るたび、出会う旅。」を受けて、訪れることで初めて発見する、まだまだ全国的に認知されていない、北東北の未知なる魅力を「ドキドキ、キタキタ」とストレートに表現。

II 事業内容

【北東北3県連携事業】

1 推進体制

北東北三県観光立県推進協議会

2 主な取組内容(予定)

- ・ キャンペーンガイドブック及びポスターを制作し、JR東日本との連携により首都圏を含め広域で展開
- ・ キャンペーンサイトの制作・展開
- ・ デジタル・リアルプロモーションの実施
- ・ 周遊施策(スタンプラリー)実施
- ・ 企業連携(コンビニ等)によるプロモーション など

【岩手県単独事業】

1 推進体制

いわて観光キャンペーン推進協議会

2 主な取組内容(予定)

- ・ キャンペーン特別企画の実施
- ・ 県内周遊施策の実施
- ・ 県内外イベントでの観光PR
- ・ 岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」拡充 など



【特別企画】(盛岡市)
つなぎでつなぐ、盛岡さんさ踊り



【特別企画】(大槌町)
三陸大槌町 伝統芸能かがり火の舞

III スケジュール

2021/11/18
実施済

【プレスリリース】

北東北三県(青森県、岩手県、秋田県)令和4年度(7月～9月)JR東日本重点販売地域の指定決定について

2022/5/19
予定

【プレスリリース】

北東北三県大型観光キャンペーンの概要に関する共同発表について

プレス以降
順次

- ガイドブック・ポスター納品・展開
- キャンペーンWebサイトの公開
- JR東日本との連携による各種プロモーションの実施 など

↑
キャンペーン期間
(7月～9月)
↓

- オープニングセレモニー(予定)
- 特別企画、周遊施策ほか、JR東日本との連携による各種プロモーション実施
- 臨時列車の運行(JR東日本)など