

J R 東日本重点共創エリア指定(令和7年9月～11月)に伴う特別企画等の情報提供について

1 依頼事項

当協議会では、令和7年9月から11月まで岩手県がJ R 東日本の重点共創エリアに指定されたことに伴い、J R 東日本と連携した秋季観光キャンペーンを計画しているところであり、同キャンペーンで情報発信及び誘客促進に取り組む商材(観光素材)の情報提供を依頼するものです。

(1) 依頼事項 1

ア 照会内容

以下の項目について、情報提供をお願いします。

- ・ 秋祭りなどの今年度(R 6年度)の9月～11月に開催したイベント情報について
- ・ 各団体の観光情報を発信できるSNS媒体について
- ・ 大学との連携について

※ 各団体のSNS媒体については、相互フォローや投稿のリポストによる更なる情報発信に取り組むため把握するものです。

また、キャンペーンのメインターゲット層である若い世代に向けたプロモーションとして、大学等と連携した情報発信を検討していることから、各団体で繋がりのある大学等について教えていただくものです。

イ 報告様式

様式1

(2) 依頼事項 2

ア 照会内容

- ・ 令和7年度秋季観光キャンペーンで紹介したい観光素材(※1)について、観光素材ごとに観光素材シート(様式2)の作成をお願いします。併せて、プロモーション(※2)に使用する画像データの御提供をお願いします。
 - ・ 画像提供にあたっては、予め画像所有者から各種プロモーションに使用することに関して承諾を得ていただくとともに、画像データ提供同意書(様式3)の作成と提出をお願いします。
- ※ 令和7年度秋季観光キャンペーンでは、インバウンドまでターゲットを拡大することから、観光素材シートには、インバウンドの受入体制についての項目を追加しています。

イ 報告様式

様式2、様式3

2 スケジュール

報告期限は下記の通りとします。

依頼事項	報告期限	
	観光事業者等→地域部会✕	地域部会→事務局✕
依頼事項1(様式1)	令和7年2月21日(金)	令和7年2月28日(金)
依頼事項2(様式2、3)	一次締切: 令和7年3月11日(火) 最終締切: 令和7年4月15日(火)	一次締切: 令和7年3月14日(金) 最終締切: 令和7年4月18日(金)

※地域部会(各広域振興局、地域振興センター)

※事務局(観光・プロモーション室)

3 報告先

(1) 観光事業者→地域部会

エリアごとに、通知に記載している各地域部会あてにメールにて報告をお願いします。

(2) 地域部会→事務局

下記フォルダに保存をお願いします。

<保存先>

[¥¥k000008¥E_観プロモ公¥【報告フォルダ】J R 東日本重点共創エリア指定に伴う特別企画等の情報提供について](#)

（※1）観光素材について

- ・ 観光素材は下記のイメージに合致したものを主な対象としますが、首都圏等に向けての情報発信・誘客促進を図るに相応しい内容であればこの限りではありません。
- ・ 報告時点で内容・スケジュール等が未定である場合であっても、対象となる企画等は期日までにお知らせいただくようお願いいたします。
- ・ 若い世代や県外の方々にはまだ知られていない観光素材、体験、イベント、グルメ等。

＜魅力訴求（イメージ）＞

メインターゲット層	若い世代で、日常から離れて自然・文化・絶景・食を楽しみたい方
コンセプト	自然を取り入れた体験、地域に根ざした秋祭りなど、若い世代から注目度の高い各エリアの特色ある秋の観光素材・イベント等を商材として、SNSやHPでの情報発信を活用し、若い世代に向けた訴求を軸に、人口が比較的少ない町村にも多くの方が訪れるようキャンペーンを展開していく。
観光素材	<p>【秋祭り特集】 ◇県外の方々にはまだ知られていない、特色のある秋祭りの訴求</p> <p>【アクティビティ特集】 ◇秋の自然・紅葉などの絶景を体感できる自然とふれあう体験・アウトドアの訴求</p> <p>【 グルメ 】 ◇日本酒やワイン、秋の味覚を味わう食 ◇三陸沿岸だからこそ味わえる、秋が旬の海の幸 ◇県外の方々にはまだ知られていない絶景・秘境カフェの訴求</p> <p>【歴史・文化】 ◇平泉の文化遺産や御所野遺跡といった世界遺産に代表される岩手に息づく歴史・文化 ◇三陸沿岸だからこそ体感できる震災復興ツーリズム</p> <p>【自然・絶景】 ◇写真映えする絶景ポイントの訴求 ◇みちのく潮風トレイル等のアドベンチャーツーリズム ◇県内各地の温泉地の紹介</p> <p>【 イベント 】 ◇各地での特色あるイベント・祭り、初秋のイルミネーション ◇新鮮な海の幸が味わえる秋の地域イベント(鮭・あわび) ◇三陸沿岸だからこそ体感できる震災復興ツーリズム</p>

（※2）プロモーション

ポスター、リーフレット、キャンペーン特設サイト等による各種プロモーションにより、首都圏等の旅行者をメインターゲットに、岩手への誘客促進に取り組むほか、旅行会社への情報提供、協議会からの働きかけにより、旅行商品化に取り組み、創客の具現化を図ります。

＜実施体制（イメージ）＞

