

アートコラボレーション ～新たな観光PR戦略への取り組み～

クレアソウル事務所

旅行をテーマとしたアートコラボレーション

今年5月23日～25日に開催された、ハナツアー博覧会場に巨大なアート作品が出現し、来場者の注目を集めた。これは、博覧会会場の地域館のエリア側面の壁を利用したアートによる観光PRである。作品の題材になっている地域は、秋田県。(株)インペインターグローバル社が、秋田県の委託を受けて行っている秋田アートプロジェクト(2013-2014)の取り組みの1つである。新進気鋭のアーティスト、キム・ソニョン氏の作品は、韓紙にもこもことしたタッチのパインアートで描かれ、どことなく親しみのある主人公がほのぼのとした温かみを感じさせる作風である。

今回は、現在、韓国で取り組まれているアートを活用した観光PR事業について、関係者に対する取材を行ったので、その内容を紹介する。



HanaTour 旅行博覧会場に現れた巨大アート

旅行をテーマとしたアートコラボレーションは、世界的にアートと各分野のコラボレーションが話題となっている中で、旅行とアートをテーマにした新しい切り口の取り組みとして、アーティストの感性で捉えた地域の魅力を「作品」という形で表現し、観光PRコンテンツとして様々な場面で活用する新概念のプロジェクトである。アートでしか表現出来ない独特の雰囲気は消費者の感動を呼び、旅行地の魅力を発見するきっかけづくりに貢献している。

旅行をテーマとした アートコラボレーションとは

若手アーティストが
アート旅行を行う

アーティストが
作品を描く

作品を活用した
PR展開

世界的にアートと各分野のコラボレーションが話題になっている中、旅行とアートをテーマにした企画により、アーティストの感性がキャッチした旅行地の魅力を作品として紹介、新たな観光PR素材として積極的に活用する形の新概念のプロジェクト。
アーティストの表現力を借りたデスティネーションのイメージは、アートではないと表現できない特別な空間としての感動になり、新しい旅行地としての魅力を発見することになる。

活用実施例①

- アート旅行記：HPへ掲載
(写真、旅行ストーリー、スケッチ)



アートコラボレーションとは

旅行者のニーズに対応するために

最近では、インターネット等のネット環境の充実により、個人でも簡単に観光地の情報を集めて観光旅行を楽しむことが出来るようになった。フェイスブックやブログ等に代表されるSNS（ソーシャルネットワークサービス）を利用した情報発信網の構築もこの傾向に拍車を掛け、自分好みの旅行を楽しむ個人旅行のニーズが増えている。また、韓国ではウェルビーイング（健康志向の生活）に対する関心の高まりから、トレッキングや登山をはじめとするアウトドアブームが続いており、これらを中心とした日本旅行商品の需要が高いようである。

このような中、2014 年 5 月 30 日、韓国・ソウルを代表するトレンドスポット、カロスキルに Hanatour (株) ハナツアーが運営するプレミアムロードショップ・カロスキル店がオープンした。ここは、FIT (海外個人旅行) をはじめ、日本の旅行商品を取り扱う日本専門店である。カロスキルは江南 (カンナム) にあり、特に女性に人気のストリートで、街路樹に囲まれた優雅な雰囲気通りにショップ、カフェやグルメ店が立ち並び、散歩をしながら買い物や食事を楽しむ人々で常に賑わっている。また、日本のファッションブランドのアンテナショップや日本食店も多く、日本文化に関心が高い韓国人が多く集まるスポットとしても有名である。このような立地条件を活かし、このほど、ハナツアーが運営するロードショップ初の日本専門店としてオープンした。ロードショップのコンセプトは、「オフラインの繋がりの場の提供」である。人と人が繋がる場・空間の提供が需要の更なる拡大を呼ぶという。ネット上の情報は専門性に欠ける一面もある。旅慣れた旅行者やこだわりのニーズに応えるための場としての必要性が求められているのである。カロスキル店はカロスキルのメインストリートに位置しているため、人通りも多く、非常に目立つ外観である。また、店内はショッピングや散歩の途中で気楽に立ち寄れる雰囲気で、メインターゲットとなる 20 代後半から 30 代の女性を中心に一日平均約 20~30 組が日本の観光情報を求めて訪れている。



プレミアムロードショップ
カロスキル店

ロードショップ旅行アートコーナー「Art Gallery J」の活用

ロードショップ・カロスキル店内の一角には「Art Gallery J」と呼ばれるアートコーナーが設けられている。現在、こちらでは秋田アートプロジェクトの一環としてアーティスト、キム・ソニョン氏の作品をコンテンツとしたギャラリー展が行われている。ポスター等によるPRとは全く違ったアートの持つイメージが店内の雰囲気づくりと観光PRを効果的に演出しており、アートを鑑賞しながら観光地のパンフレットを手にする人の姿が見られた。

このほか、店内では、ハナツアーと（株）インペインターグローバル社の共同企画によるブックコンサート形式の地域説明会の開催も計画されている。観光ガイドブックの作家や実際に旅行をしたブロガーなどを招聘して、現地の観光情報を直接消費者に説明しながらPRする企画で、興味のある観光地の詳しい情報を得る絶好の機会となっている。このようなイベントの開催情報は旅行会社のホームページを通じて韓国国内に発信されており、効果的に情報発信できることも魅力である。



「Art Gallery J」を活用した
ギャラリー展

新たな観光PRの展開

今回の取材を通じて、韓国においても、既存のパッケージツアー利用から自分自身で集めた情報を基に自由に旅行日程を組む個人旅行に対するニーズが強くなっていることを実感した。さらに性別や年齢によって旅行の目的も多種多様で、消費者の求める観光情報として、より質の高いコンテンツの発信が観光誘致における重要なポイントである。

こうした中で、今回ご紹介した、旅行をテーマとしたアートコラボレーションは、作品を活用した観光地のイメージ広報とイベント等開催による質の高いコンテンツの提供を併せた新たな観光PRの手法として、今後注目が高まりそうである。

<取材協力先>

(株)インペインターグローバル <http://www.inpainterglobal.com/>

Hanatour 日本地域本部 <http://www.hanatour.com/>

<参考> 旅行をテーマとしたアートコラボレーションの活用事例

活用実施例②

- ・ 展示会でのアート旅行作品介绍



期間：2014年5月1日～5月31日
場所：ソウル芸術の殿堂のハンガラム美術館アートショップ展示スペース

活用実施例③

- ・ 広報用グッズ制作および関連イベント実施



○この企画に対する問い合わせ先

(株)インペインターグローバル

担当 オム・ヘジン (日本語対応可) +82-2-3473-5822

hyejin@inpainterglobal.com

(古殿所長補佐 鹿児島県派遣)