



京都の若手アーティストを 観光客にPRするには？


大阪府立大学 喜田智子

今後の観光における課題

- 地元・関西から訪れるリピーター向けに「新しい旅の目的」を提供する必要性。
- 「学生の街」京都に溢れる若い力を観光に活かせていないのではないか。


取材結果

- 京都人ならではの閉鎖性があり、若手の活躍する場が少ない。
- 観光客にとって、小さなギャラリーは場所が分かりづらく、スケジュール等の告知が不足している。

- 
- 観光客は、**京都にしかないもの**を求めている。
 - 現代美術とはいえ、**京都にしかないもの**であり、作った本人がここにいるという付加価値がある。
- ⇒ **京都らしさ**を残しつつ、若い人に力を発揮してもらい、観光客に「新しい旅の目的」を提案できないだろうか。

『アートで てくてく 京の都』

- ギャラリーや雑貨店のマップを掲載したガイドブックを制作し、**歩いて回れる**ようにする。
- ガイドブックには読み物的要素を入れる。
- ガイドブックの装丁は、京都らしさを残したデザインを若手に考えてもらおう。

- 
- 参加している各ギャラリーや雑貨店では「京都」らしいものをテーマに展覧会を開催する。
 - テーマにちなんだポストカードや小物を売り、お土産にしてみよう。
 - ポストカードについてはその場から手紙として送れるサービスをする。

予算

- 作品の制作費：30万円
- ポストカードの印刷費1枚：
10円
- ギャラリーの使用料1週間分：
約10～20万円
- ポストカード1枚：100～150円
- ガイドブック1冊：500円

効果

- 京都にたくさんあるギャラリーや雑貨店の存在を知ってもらう。
⇒リピーターの新しい目的になる。
- 若手に活躍する場を与えられる。
⇒観光客にとっても若手にとってもプラスになる。

以上です。

ご清聴有り難うございました。