

# 「アート」の活用が、企業の新たな成長戦略に

京都府が取り組み、京都高島屋S.C.と月桂冠が展開する活動とは？



2025年11月5～18日、高島屋京都店で開催された「ART WEEKS」では、1階正面玄関入り口に、画家・衣笠泰介氏の作品が展示された。その鮮やかな作品に、多くのお客様が足をとめ、会話を弾ませていた。

京都府は「Art Collaboration Kyoto (アート・コラボ)」や「ARTISTS' FAIR KYOTO (アーティスト・フェア)」といった、アートフェアを事業として展開している。

京都には多数の芸術系大学が集積しているが、才能あるアーティストは東京に流出してしまう傾向があった。

その活動の場、また市場としての環境が十分ではなかったことが、その背景にある。アートフェアに 관심を示すのは東京の企業が多く、京都に拠点を持つ企業の認知度が低いことも課題の一つだつた。

そこで府は、京都の企業に対して、アートを成長戦略に組み込み、支援またはビジネス活用することの価値を提示する取り組みを開始している。

アートの活用にはマーケティングやブランディング、新規顧客開拓、地域貢献、社内モチベーションアップなどのメリットがあることを伝え、関心を高める施策を展開中だ。

すでに複数の京都企業が、自社の

ビジネスにアートを戦略的に取り入れている。

今回は、京都高島屋S.C.と月桂冠の取り組みをご紹介しよう。

## 顧客との親和性強化、そして、組織活性化の一手に

2023年、従来の百貨店と専門店ゾーン「T8（ティーエイト）」とを合わせて新たなスタートを切った京都

高島屋S.C.。1階正面玄関に入るところ、カラフルな絵画の数々が広がっていた。これらは、画家・衣笠泰介氏の作品展だ。地下1階の和菓子売り

場では、衣笠氏の作品をモチーフにした和菓子が販売されている。また、エスカレーターに乗って上層階へと向かうと、各フロアに抽象絵画作家・

大前光平氏の作品などが展示されている。この効果は絶大だ。目的地ではないフロアであっても、思わず足をとめて見入ってしまう。それに連動して、「T8」ゾーンでは、京都葛



## 月桂冠株式会社



左／月桂冠の高級ブランド「鳳麟」。美しい旨さと香り、余韻が特徴で、この認知拡大のためにさまざまなアートイベントに協賛。右／京都市立芸術大学の学生が制作した13種類のオリジナルラベルデザインの「月桂冠」。



1637年(寛永14年)創業、京都伏見で最古の酒蔵である月桂冠の社屋。品質第一、創造革新をモットーにする。



本社に隣接する月桂冠大倉記念館(ミュージアム)。京都・伏見の歴史を学び、月桂冠の挑戦と創造のスピリットを感じられる。



アートギャラリーなどとしても活用されている月桂冠新家(大倉家旧宅)。

年からはカンヌ国際映画祭で開催された「JAPAN NIGHT」に、2025年からは「KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭」にも協賛して、各会場で鳳麟を提供した。ワイングラスで日本酒を飲む人々を見て、同社の代表取締役副社長・大倉泰治氏は手ごたえを感じたという。

「日本を、京都を、そして伏見を知つてもらう機会になるだけでなく、鳳麟のブランドティングにもなりうると感じました」

また昨年は、京都市立芸術大学の学生が制作した13種類のオリジナルラベルデザインの「月桂冠」を商品化、数量限定で販売した。

「日本酒においてはラベルやパッケージなどのデザインの重要性が高まっています。若い学生の皆さんにとっては商業デザインに取り組むきっかけになつただけでなく、日本酒の世界について知つてもらう、またない機会になりました」

社内のデザイナーにとつても、新しい取り組みがモチベーションアップにつながっているという。

同社本社の至近にある月桂冠新家(大倉家旧宅)を段階的に改装し、期間限定のアートギャラリーとして活用

する取り組みも始めた。昨年10月には音楽ユニット「ソナーポケット」のボーカリスト・eyeron(アイロン)氏の初個展を開催。13点の作品が展示された。

「アーティストにとつてはその作品に触れてもらい、認知度を高める機会になります。お酒もお出しするので、来場されたお客様にとつてはアートにも日本酒にも親しめる機会になつたでしょう」

来場者には、隣接する月桂冠大倉記念館(ミュージアム)も同時に見学してもらい「日本酒の世界観を感じてもらえれば」と大倉氏。アートを入り口とした、日本酒と月桂冠ブランドのさらなるイメージ向上につなげていきたいと話す。

一般に生活者は「安くていいもの」を求めるものだが、そこにアートが加わることで、新たな訴求効果が生まれるのではないかと大倉氏は考えている。

「アートの持つ魅力やそこから得られる刺激などが、その人の人生を豊かにしてくれるはずです。価格には反映されないものが、商品やサービスの価値を高めていく。アートには、そんな力があると考へています」