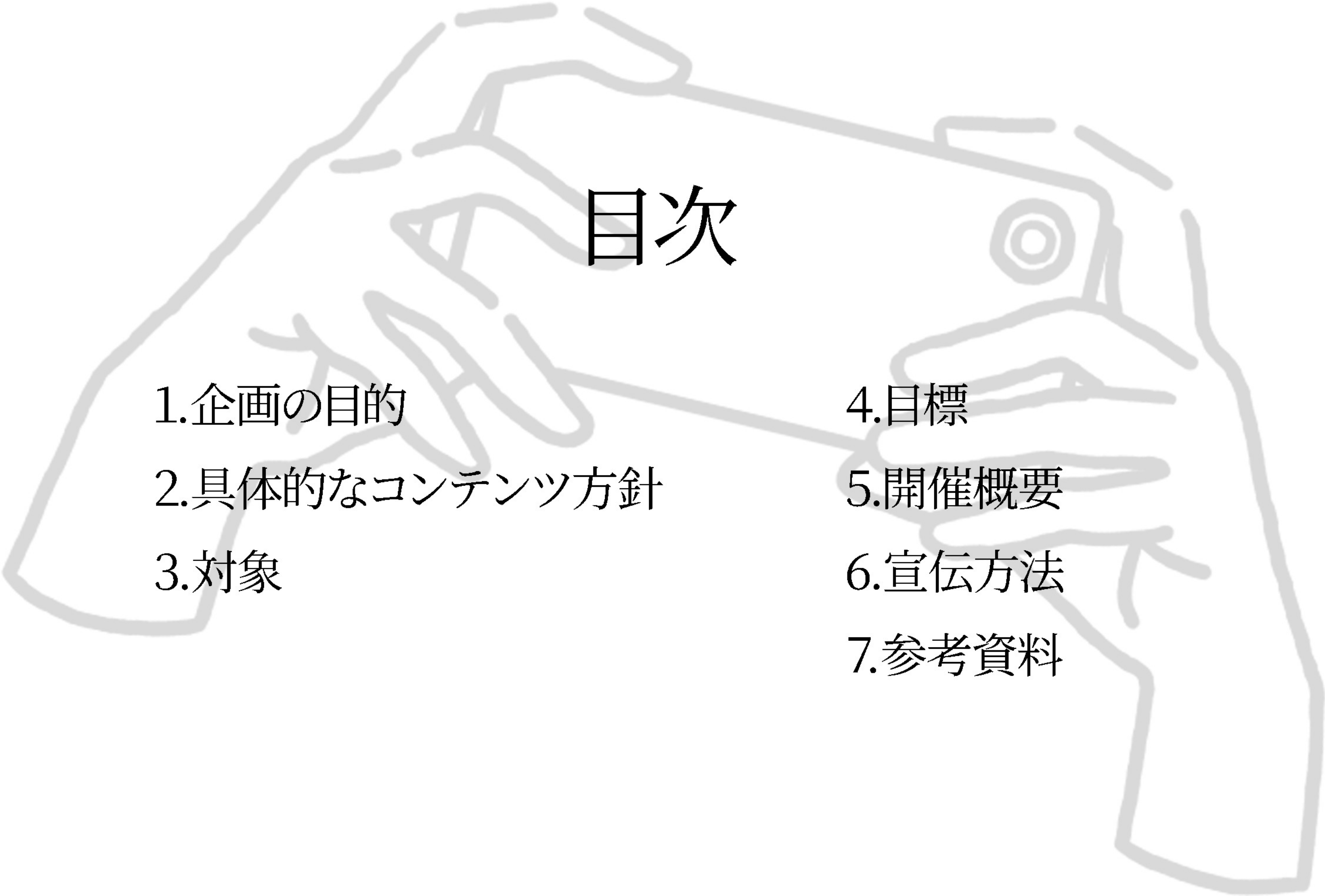




参加型写真展

# 停まり場



# 目次

1.企画の目的

2.具体的なコンテンツ方針

3.対象

4.目標

5.開催概要

6.宣伝方法

7.参考資料

## 1.企画の目的

- ・生活圏の中にある魅力を感じてもらう

- ➡当たり前のものの見方を変える

展示に参加することで、長和町を身近に感じてもらう

- ➡町の日常に目を向ける

バス利用者の増加を狙う

- ➡写真募集の際、写真展開催中等、バス利用が増える

## 2.具体的なコンテンツ方針

# 参加型写真展「停まり場」

### ①選定バス停の写真を募集

美ヶ原高原美術館が主催となり、写真を募集。イベント実行委員による仕分け等展示準備をする。

### ②募集した写真を各バス停に展示

展示方法は展示するバス停に合わせて変える。主な展示方法は吊り下げ、壁掛け等。

### ③観光客は各バス停を巡りながら、自分でも写真を撮る (フォトラリー形式)

写真展と同時開催でフォトラリーを実施。撮ったバス停写真の枚数によって、参加賞等の景品がもらえる。

### ④観光客が撮影した写真は随時バス停に展示されていく

展示するかどうかは撮影者の任意とする。こちらの写真は匿名でも展示可能。

### 3.対象

#### 長和町に訪れる観光客

- ▶観光客の視点から、長和町をカメラに写してもらうことで、普段利用している町民の方々の新たな気づきや、非日常感を演出できるのではないか、という狙い。



# 「観光客」が「町民」に 町の良さを伝える手段として確立させる。

- ➡ 一見、観光客向けのイベントであるが、このイベントを行うことで写真展を開催することで、観光客は長和町の魅力に気づき、写真展に展示することによって町民もまた新たな良さに気づく。という「観光客」が「町民」に日常の魅力を伝えるシステムができる。

## 5.開催概要

■名称	参加型写真展「停まり場」
■テーマ	視点共有
■開催日程	1ヶ月間
■開催場所	美ヶ原高原美術館(本会場)、選定バス停(展示会場)
■実施内容	写真募集(事前催事) 写真展(メインイベント) フォトラリー(サブイベント)
■入場	無料
■来場目標	1日1,000人(1ヶ月約30,000人)
■主催	美ヶ原高原美術館

## 6.宣伝方法

### SNS：PR動画、写真

SNSでのターゲットは若い世代の観光客。いわゆる「映え」や「エモい」をコンセプトに動画制作。長和町のバス停そのものが持つ地域特有の空気感を感じられるような動画にすることで、「そこに行きたい」「自分が撮った写真を誰かに見てもらいたい」という若者ならではの承認欲求をかきたてる狙い。

### 広告：ポスター

広告のターゲットは、大人、シニア世代の観光客。写真が趣味のシニア世代を呼び込む。また、長野県という立地を活かし、忙しい大人世代でも気軽に小旅行が可能であることも付け加え、観光客の増加及び写真展への来場を促す狙い。



## 7.参考資料

全国写真展情報

URL <https://capa.getnavi.jp/exhibition/>

写真展を開くまで【完全版】

URL <http://bt-gallery.com/making-exhibiition/>