

PRESS RELEASE

2019年5月17日

ルネッサンス・ホテルが 8 回目となる「グローバル・デイ・オブ・ディスカバリー」を開催 ～新たなキャンペーン“Discover This Way”をスタートし、ニューヨークからバリに至るまで、 新たなスポットや驚きの体験を提供～

マリオット・インターナショナル(本社:米国メリーランド州、社長兼最高経営責任者:アーニ・ソレンソン)が展開するブランドのひとつ『ルネッサンス・ホテル』では、グローバルデザイン戦略の再構築を受け、同ブランドのポリシーを強化し更なる進化を図るための新たなマーケティングキャンペーン、「Discover This Way」を開始いたしました。本年度で8回目となる「グローバル・デイ・オブ・ディスカバリー」(5月16日)では、世界各地において、お客様のためだけのプランをご用意し、現地の専任パートナー(This Way パートナー)が、地元のスピリットを肌で感じられるようなお手伝いをいたしました。また、およそ8年ぶりにビジュアルアイデンティティも刷新し、洗練されたひとときやご滞在中に意外な新しい発見に出会える体験など、ルネッサンス・ホテルが現在お届けしている特徴を取り入れたデザインとなっています。



【写真】ルネッサンス・バンコク・ラッチャプラソーン・ホテルにて行われた「グローバル・デイ・オブ・ディスカバリー」に出席した、タイのセレブで俳優・モデル兼 DJ として活躍するブッシュ・プティチャイ

今年のグローバル・デイ・オブ・ディスカバリーは、世界 35 カ国の 160 軒以上のホテルで開催され、「ルネッサンス・ホテル・ナビゲーター」にスポットを当てています。各ルネッサンス・ホテルに常駐しているナビゲーターと呼ばれるスタッフは、従来のコンシェルジュの概念を打ち破り、ガイドブックに載っていないような知られざるスポットをご紹介しますなど、地元の人々と同じ目線でその土地を楽しむアドバイスを行うエキスパートです。

「ルネッサンス・ホテルではお客様にご提供していくものを今日まで継続的に進化させてきており、その中でも今年のグローバル・デイ・オブ・ディスカバリーと新たなキャンペーン『Discover This Way』は、当ブランドの新時代を象徴するものです。現代の旅行者は、旅を最大限に活かして、訪れたデスティネーションの DNA を体感できたという実感を得たいと考えています。ルネッサンス・ホテルは地元の専任パートナー(This Way パートナー)の協力により、旅行中の様々な側面で、意外性や驚きの発見をするお手伝いをいたします」(ルネッサンス・ホテル グローバルブランド・マーケティング & マネージメント バイスプレジデント、ジョージ・フレックのコメント)

「ルネッサンス・パリ・ヴァンドーム・ホテル」のホールからバンコクのストリートまで、ルネッサンス・ホテルが新キャンペーンのために現地情報を集約

ルネッサンス・ホテルのマーケティングチームは、マーケティング・コンサルティング会社である Venables Bell & Partners 社と連携し、「すべての旅にストーリーを」という視点から、消費者目線に基づいた新たなキャンペーン『Discover this way』が誕生しました。デザインに対する意外性あるアプローチから、こだわりのカクテル、現地ナビゲーターの配置に至るまで、ルネッサンス・ホテルはゲストがホテルでのご滞在を最大限満喫するためのお手伝いをいたします。

ヨヨ・ズンケ (Jojo Zunke) をディレクターに、キャンペーン中にお披露目予定のアメリカのシンガーソングライター、ジュディス・ヒル (Judith Hills) のシングル曲“Upside”にのせて、60年代風のビデオがホテルのゲスト視点で撮られ、「ナビゲーター」によって考案された道を辿り、世界中のルネッサンス・ホテル周辺地域での素晴らしい旅へと誘います。途中地元のダンス教室で習ったステップに感化され、一連の足さばきを軽快にこなしつつ歩いていくなど、予期せぬ楽しい事象に出会いつつ各ホテルの立地周辺への理解を深めていきます。

このビデオはグローバル・デイ・オブ・ディスカバリーの期間中に公開され、これに続いて同ブランドの重要な柱である夜の催しやドラマティックなデザイン、ホテルの周辺地域を収めたショートビデオも世界中の様々なプラットフォームで公開されます。

従来の旅では味わえない体験を

グローバル・デイ・オブ・ディスカバリー当日、ナビゲーターが地元ならではの楽しみ方をご紹介します

世界中のルネッサンス・ホテルでは、グローバル・デイ・オブ・ディスカバリーを皮切りに、各ロケーションにおいてその地の特徴やスピリットを具体化している様々な企業やグループ、著名人とのコラボレーションを開始します。グローバル・デイ・オブ・ディスカバリーの後もこのコラボレーションは継続し、This Way パートナーとしてホテルやその土地における新たな発見をゲストに提供するほか、現地でのライフスタイル、食、息づかいなど、各ホテル周辺のコミュニティのストーリーを実感していただくためのサポートをいたします。チェックイン時に、知られざるスポットを紹介しているナビゲーターマップやその場所を実際に訪れたときに特別なサービスを受けられる引換券(クーポン)をお渡しします。

『Discover This Way』キャンペーン、および今回 8 回目を迎える「グローバル・デイ・オブ・ディスカバリー」をより印象付けるため、ルネッサンス・ホテルは、2019 年秋にチェルシーで、また 2020 年にフラッシングとハーレムで新たなルネッサンス・ホテルの開業を予定しているニューヨークにスポットライトをあてます。予定しています。フリーマーケット「アンティークガレージ」の跡地に建つ「ルネッサンス・ニューヨーク・チェルシー・サウス・ホテル」は、この華やかな地区の雰囲気や魅力を表現します。一方、「ルネッサンス・フラッシング・ラガーディア・エアポート」は、クイーンズ地区初のルネッサンス・ホテルであり、使い勝手の良いエアポートホテルを再定義しようという同ブランドのこだわりを注力したホテルとなります。また、マンハッタン北部でアートが開花した 1920~30 年代の活気あふれるハーレム・ルネッサンス時代に、その文化の中心だったローズ・ヴィクトリア・シアターも、遊び心溢れるデザインで再構築した「ルネッサンス・ハーレム・ホテル」として開業いたします。ハーレムのエネルギー溢れる住人たちが、ルネッサンス・ホテルのお客様に、アンダーグラウンドなスタイル、食、息づかいなど、このアイコン的なエリアならではの魅力や雰囲気を伝えてくれるでしょう。

グローバル・ディスカバリーの期間中、下記のような催しも予定しております。

- パリの 6 軒のルネッサンス・ホテルでは、近隣のカフェに隠された秘密の部屋への通り道をご案内します。そこで待ちうけているのは、見た目とはまったく異なるインタラクティブなローカルアート満載のギャラリーです。五感を刺激する驚きの連続を、シャンパン・パンチと共に夜通し味わうことができます。
- 「ルネッサンス・バンコク・ラッチャプラソーン・ホテル」では、タイで最も著名な考古学者が、チャールムラー公園でのストリートアート鑑賞、ゲイソンヴィレッジのラクシュミー女神、ネオンがまばゆいナイトマーケ

ットなど、ローカルの魅力を学ぶお手伝いをいたします。ホテルにお戻りいただいた後は、当デスティネーションのアートとカルチャーをふんだんに盛り込んだ「タイ・ナイト・フェスティバル」をお楽しみいただけます。タイのセレブで俳優・モデル兼 DJ として活躍するプッシュ・プティチャイ氏も出演し、とっておきのパフォーマンスを披露しました。

- 「ルネッサンス・ダウンタウン・ホテル・ドバイ」では、運河を渡ってアルクオズの工業地帯にあるトレンド的なアルサーカルと呼ばれるアートなエリアへ向かいます。アルサーカル通りに到着した後は、スパイスが山盛りで販売されているマーケットを抜け、この地区ならではの世界文化の融合が楽しめる多彩な文化をご体験いただけます。
- 「ルネッサンス・サンパウロ・ホテル」では、まずパウリスタ通りのランドマークである色彩とスピリットあふれるコンジュント・ナシオナウの魅惑の探検へご案内します。建築家フェルナンド・ブランダオが1969年にデザインした美しい書店「リブラリア・カルトゥーラ」では驚きのアート、ダンス、音楽体験をご案内するほか、インディーズ映画館のシネアルテにも訪れます。ここでは、ブラジルのみならずラテンアメリカで制作された他では見られない映画を多数上映しています。



【写真】プッシュ・プティチャイ(左)氏とマリOTT・インターナショナルアジア太平洋地域 ブランド&マーケティング ディレクター、アンディ・コン(右)

新たなビジュアルアイデンティティを導入し、世界的な“ルネッサンス(再生)”を継続 ホテル周辺のあらゆる場所での発見をご紹介します

デザイン面での進化が世界中で続くルネッサンス・ホテルは、展開中の“ルネッサンス(再生)”をさらに強化すべく、およそ8年ぶりにビジュアルアイデンティティを刷新します。新キャンペーン『Discover This Way』や各ホテルでの体験にインスピレーションを得たカラーパレット、写真、フォントといった新しいビジュアルアイデンティティが、ホテル客室内および当ブランドのデジタルチャンネルすべてにおいて6月より展開されます。

ルネッサンス・ホテルのマーケティングおよびデザインチームは、灰色がかかった道路や深夜の暗闇、ダウンタウンを走るトラックに至るまで、近隣を彩る色に触発された、鮮やかな色彩や抑え目の色彩も揃う“カラーパレット”を開発しました。カラーパレットは、ハイとロー、未成熟なもの、洗練されたものなど現代のコミュニティを形成するあらゆる物を融合するという当ブランドのシグネチャースピリットを表現するものです。

ルネッサンス・ホテルについての詳しい情報は www.renhotels.com をご覧ください。

また、「グローバル・デイ・オブ・ディスカバリー」および年間を通してのルネッサンス・ホテルでのイベントラインナップは www.renhotels.com/events でご覧いただけます。#RenHotels や#DiscoverThisWay での会話にもぜひご参加ください。

###

ルネッサンス・ホテルについて

ルネッサンス・ホテルは、世界 35 カ国以上で 160 軒を超えるホテルを展開し、大規模な改装と近年のグローバルでの飛躍的な成長とともに、デザインに対する取り組みにさらに力を入れ、ブランド史上最多のホテルポートフォリオを掲げ日々前進してまいりました。ルネッサンスは、予測もしないようなデザインや、思う存分楽しめるイブニングバーのサービス、親切なナビゲーターを通じて、旅行者に隣人のような親しみやすいホテルの精神を感じていただけます。さらに詳しい情報は renaissance-hotels.marriott.com をご覧ください。また、[Facebook](#)、[Instagram](#)、[YouTube](#)、[Twitter \(@RenHotels\)](#) でも最新情報をご確認いただけます。ルネッサンス・ホテルは、これまでのマリオット リワード、ザ・リッツ・カールトン・リワード、スターウッドプリファードゲスト (SPG) に代わり新たに誕生したマリオットの旅行プログラム、Marriott Bonvoy (マリオット ボンヴォイ) に参加しています。Marriott Bonvoy は会員の皆さまに並外れたグローバルブランドポートフォリオや Marriott Bonvoy Moments での体験、そして無料ホテル宿泊に向けたポイントやエリートステータス昇格に向けた泊数獲得を含む、比類なき特典をお届けします。無料会員登録やプログラム詳細については、MarriottBonvoy.marriott.com をご覧ください。

マリオット・インターナショナルについて

マリオット・インターナショナル (NASDAQ: MAR、本社：米国メリーランド州ベセスダ) は、131 カ国・地域に 30 のブランド、合わせて 7,000 軒以上の宿泊施設を擁するホスピタリティ企業です。世界中でホテルの運営およびフランチャイズや、リゾートのオーナーシップ・プログラムを展開しています。また、これまでのマリオット リワード、ザ・リッツ・カールトン・リワード、スターウッドプリファードゲスト (SPG) に代わり、現在ではひとつになった旅行プログラム、Marriott Bonvoy™ (マリオット ボンヴォイ) を提供しています。詳しい情報は、www.marriott.com をご覧ください。また最新の企業ニュースは www.marriottnewscenter.com をご覧ください。[Facebook](#) や [Twitter \(@MarriottIntl\)](#)、[Instagram \(@MarriottIntl\)](#) でも情報発信しています。

報道関係者からのお問い合わせ先

マリオット・インターナショナル

鄭 紀世 (チョン キセ) tel.03-5423-4817 fax.03-5423-4823 e-mail: kise.cheong@marriott.com