

The Art Ψ
of *free time*
Club Med



The Art of Free Time

自由なバカンスの美学



めまぐるしく過ぎていく、現代の暮らし。
もっと多く、もっと早く。
私たちは常に、さらなる成果を求められています。
高まり続けるプレッシャー。そして、心に積み重なる、あまりにも多くの情報や刺激。

クラブメッドは新たなキャンペーン、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」を通して、そんな日常から意識的に離れ、自分らしく過ごすひとときを提案します。

「もっと」が、いつも「より良い」とは限らない。
そんな価値観に問いを投げかけながら、創業以来掲げてきた「Happiness Here and Now（今、ここで幸せに）」という言葉と、あらためて現代へとつながります。

クラブメッドらしさを形づくるもの、それは自由。
そして、クラブメッドならではの文化、受け継がれてきた習慣や言葉、人と人とのつながり。
エレガンスと遊び心が共存する、唯一無二の世界観。
その根底にある「Free Spirit（自由な精神）」は、今、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」へと進化します。

何をするのも、何もしないのも自由。
滞在中のすべてを思いきり楽しむのも、ただゆっくりと過ごすのも自由。
その日の気分のままに、思い思いに過ごす。それこそが、クラブメッドが提案するバカンスです。

どう過ごすかを決めるのは、あなた自身。
日常から少し離れ、心を解き放つひとときの中で、自分自身と、もう一度つながっていく。
バカンスとは、ただ日常を離れることではありません。

自分らしく、自分のために過ごすこと。
それこそが、クラブメッドが考える「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」です。

受け継がれるクラブメッドの精神 その新たなかたち

クラブメッドが大切にしてきた、自由、喜び、そして人と人とのつながり。

「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」は、創業以来受け継がれてきたその精神を、現代に向けて描き直すものです。

終わりのないスクロール、絶え間なく届く通知。常に「もっと」を求められる日々。

私たちはいつの間にか、体験を記録し、予定を立て、誰かと共有することに忙しく、その瞬間を心から味わうことを忘れがちなのかもしれません。

実際、39か国、約39,000人を対象とした最近の調査では、38%が「楽しむこと」を大切にしている一方、十分に楽しめていないと回答しています¹。

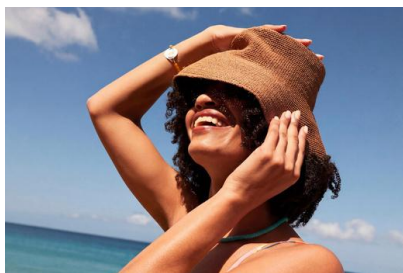
だからこそクラブメッドは、加速し続ける日常に抗う、もうひとつの過ごし方を提案します。

その中心にあるのは、ひとつのシンプルな問い。「ラグジュアリーとは、多くのものを手に入れることではなく、本当に大切なもののために、もっと多くの余白をつくることなのではないか？」

その答えが、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」です。

どう過ごし、どう楽しむかを、自分自身で選ぶ。

クラブメッドが提案するのは、一人ひとりが自分らしく、自由気ままに楽しむバカンスです。



幸せの追求

80年以上にわたり、ハーバード大学の研究者たちは、幸せの基盤について研究してきました²。

その研究結果が示しているのは、私たちは、人とのつながりを感じ、自分自身を大切にし、そして、喜びを感じられる時間と心の余白を持つことで、より豊かに生きることができるというシンプルな真実。

この考えが、新しいキャンペーンの中心にあります。

クラブメッドの精神を、現代の新しいラグジュアリーへ

「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」は、人生をこれまでとは違う視点で見つめる、新しい価値観です。

人とのつながり、新しい発見、自由に遊ぶこと。大切なもののために、時間と心に余白をつくり、今この瞬間を思いきり味わう。スマートフォンや予定、プレッシャーから離れ、ただ自分らしく、今を楽しむ。

それが、現代のラグジュアリーであり、クラブメッドが提案するバカンスの過ごし方です。

そして、この新たなキャンペーンを通じて、クラブメッドは変化する旅行者のニーズに応え、その個性をより明確に伝えていきます。

自由や人とのつながりを大切にしてきたライフスタイルブランドとしての魅力を、今の時代にふさわしいかたちで表現。長い歴史の中で愛されてきたクラブメッドらしさはそのままに、これまでの表現をアップデートし、その個性をより鮮明に描き出します。

このキャンペーンは、「もっと多く」を求められ続ける現代において、自由な時間こそが人生における最高の贅沢のひとつだという考えから生まれました。

クラブメッドが創業以来大切にしてきた、自由、人とのつながり、新たな発見。その変わらない精神を、現代の旅行者に向けて新たなかたちで表現したのが、今回のキャンペーンです。

そこには、クラブメッドが培ってきた文化的な強みと、時代や国境を越えて支持される普遍的な価値、そして未来へ向けた新たな可能性が込められています。

Stephane Maquaire (ステファン・マケール)
クラブメッド プレジデント兼CEO

¹ 出典：IKEA 「Life at Home Report」

² 出典：ハーバード大学 「Harvard Study of Adult Development」

創業から75年以上、 クラブメッドに息づく地中海の精神

「Club Med（クラブメッド）」の物語は、
「Club Méditerranée（クラブメディテラネ）」の名とともに、地中海から始まりました。
人とのつながり、偶然の出会い、今この瞬間を楽しむ。地中海に根づく「暮らしを楽しむ美学」は、
創業から75年以上にわたり、クラブメッドのアイデンティティとして受け継がれてきました。

原点に立ち戻る

1950年、スペイン・マヨルカ島に、ジェラルド・ブリッツによって最初のクラブメッドが誕生しました。
レジスタンスの英雄であり、水球のチャンピオンでもあった彼が掲げたのは、シンプルで力強い哲学でした。
「人生の目的は幸せになること。幸せになる時は今であり、幸せになる場所はここにあります。」
当時の「ここ」は、マヨルカ島・アルクディアの美しい地中海の入り江。飾らず、ありのままに、肩の力を抜いて楽しむ。そんな本質的な喜びを大切にするクラブメッドのバカンスは、ここから始まりました。



何世紀も受け継がれる、暮らしの美学

何世紀にもわたり、地中海は単なる旅先を超えた存在でした。そこには、ひとつの美しい生き方があります。
日々の小さな喜び、人とのつながり、人生を豊かに楽しむこと。食卓を囲み、海を眺め、家族や友人と過ごす。ここでは、ひとつひとつの瞬間を味わうことが大切にされてきました。
自由な時間は、何もない時間でも、生産性のない時間でもありません。豊かな人生に欠かせない、大切なものです。
イタリアの「ドルチェ・ヴィータ」から、フレンチ・リヴィエラの華やかさまで。受け継がれてきたこの精神は、今も世界中の人々を魅了しています。

自分らしい、幸せのかたち

1950年の創業以来、クラブメッドは、誰もが自分らしく過ごせる自由を届けてきました。
オールインクルーシブのバイオニアとして、冒険や新たな発見、人とのつながり、心に残る瞬間との出会いを大切にしてきたのです。
アクティビティや新しい体験を楽しむのも、海辺で静かに過ごすのも、スパで心身を癒すのも、テラスで景色を眺めるのも自由。
何をするかも、どう過ごすかも、あなた次第。すべてのバカンスを、自由に、自分らしく。



豊かな体験を生み出す、 心のつながり

クラブメッドにとって、「コミュニティ」は単なる流行語ではありません。75年以上にわたり、G.O（クラブメッドのスタッフ）とG.M（ゲスト）は、共通の言葉や文化、受け継がれてきた伝統を通じて、心のつながりを育んできました。

クラブメッドの精神を受け継ぐG.Oが届けるのは、かけがえない価値。それは、自分自身のための時間を大切にすることです。



つながりが育む、クラブメッドの文化

クラブメッドにとって、人と人とのつながりは、バカンスを彩るひとつの要素ではありません。それは、ブランドのDNAそのものです。

1950年の創業以来、G.Oは人とのつながりや自然な出会い、喜びを分かち合う文化を育んできました。その精神は、今もクラブメッドの中心に息づいています。

ひとりでも、ふたりでも、家族みんなでも。誰と旅をするかにかかわらず、過ごし方は自分で自由に選べます。ゆっくり食事を味わったり、スポーツやアクティビティを楽しんだり、海辺やスパ、静かなZenプールでゆったりと過ごすのも自由。

人とつながる喜びと、自分らしく過ごす自由。そのふたつが共存するからこそ生まれる、クラブメッドならではのバカンス。誰もが、自分にとって大切なひとときを、自分らしいスタイルで楽しめる場所です。

バカンスの時間を、もっと自由に

オールインクルーシブという新しいバカンスのスタイルを切り拓いてきたクラブメッドが提案する、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」。その旅の中心に、いつもあるのは「自由」です。

人とつながるのも、ひとりになるのも自由。アクティブに過ごすのも、何もしないのも自由。自分らしいスタイルで、その瞬間を思いきり楽しむ。それが、クラブメッドのバカンスです。



クラブメッドの精神を体現するG.Oたち

クラブメッドのスタッフ「G.O」は、ブランドの精神を体現し、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」を支える存在です。

彼らは、単なる従業員やインストラクター、エンターテイナーではありません。ゲストの一人ひとりに寄り添い、スポーツやリラクゼーション、新たな発見、人とのつながりなど、さまざまな体験へと導きます。

彼らが生み出すのは、長年にわたりクラブメッドを特別な存在にしてきた、自由で心地よい空気。旅の予定だけでは生まれない、温かさや活気、そしてそこにいることの喜びです。人々をつなぎ、新たな興味や情熱を引き出し、心に残る瞬間を生み出す。それによって、自由なひとときを、より豊かで意味のあるものへと変えていきます。

SNSでいつでも、どこでもつながれる時代だからこそ、心に残る体験は、今なお、人と人との出会いやつながりから生まれるということを、改めて気づかせてくれます。

クラブメッドらしい、ユニークなキャンペーン

「自由な時間は、かけがえのないものです。より多くを生み出すためではなく、人生をより豊かに生きるために必要なものです。この考えから生まれたのが、『The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学』です。現代の価値観の変化と、クラブメッドが大切にしてきた地中海の文化を背景に、ブランドのビジョンを新たなかたちで表現しています。この想いを実現するため、複数のエージェンシーによるコンペティションを経て、BETCをパートナーに選びました。BETCのクリエイティブビティと、自由な時間の価値を改めて問い直したいという私たちの想いが自然に重なりました。」

Armelle Vimont-Laurent (アルメル・ヴィモン＝ローラン)

クラブメッド デジタルマーケティング、ブランド&プロダクト ディレクター



個性豊かなクリエイティブチーム

「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」を形にするため、クリエイティブディレクターのDavid Martin Angelus率いるBETCは、ディレクターのFleur Fortuné、フォトグラファーのTom Emmersonとタッグを組みました。

彼らが生み出したのは、独自の視点と遊び心を加えた、新しい「オールインクルーシブ」の世界。ホスピタリティ、幸せ、そして自由というクラブメッドの本質を、これまでにない感性で表現しています。

その結果生まれたのは、鮮やかで独創的、そして心を惹きつけるキャンペーン。従来の旅行広告の枠を超え、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」ならではの世界観を描き出しています。

これまでの常識を超えて

既存概念にとらわれないこと。それが、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」に込められた精神です。

バカンスをただ日常から逃れるためのものとして描くのではなく、一瞬一瞬を、自分の思うままに楽しむ自由を描く。遊び心と意外性に満ちたシーンを通して、クラブメッドならではの旅のスタイルを表現しました。

思いがけない出会いや新たな発見、リラクゼーション、人と人とのつながり。さまざまな体験が、自然にひとつの時間の中に共存しています。

ドミニカ共和国のクラブメッド・プンタカナのターコイズブルーの海から、フランスのクラブメッド・ラ ロジエールの白い雪に覆われた山々まで。アクティブに過ごすのも、何もしないのも、どんな過ごし方も自分の思うままに。

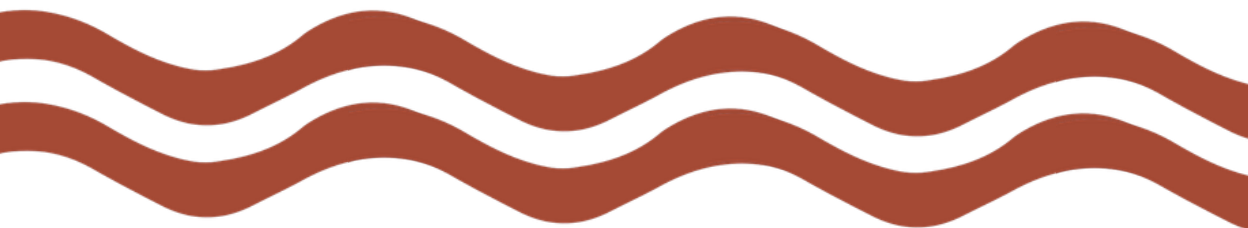
そこにあるのは、喜びと可能性、そして人生を思いきり味わう美学。

クラブメッドの精神を、新たなかたちで表現するキャンペーンです。



クラブメッドの個性を描く

ディレクターのFleur FortunéとフォトグラファーのTom Emmersonが描き出したのは、ポップな感性と陽射しに満ちた、グラフィカルで遊び心のある世界。一つひとつのシーンに描かれるのは、自由を思いきり楽しむバカンス。何気ない旅の瞬間を、自由や喜び、自分らしい選択の表現へと変えています。憧れだけを描くのではなく、リアルな体験と本物の感情を大切にします。それも、このキャンペーンの魅力です。どこか懐かしく、それでいて古さを感じさせない、オリジナルのレトロなサウンドトラックが、フランスのブランドらしい感性をさらに引き立てます。クラブメッドならではの個性を際立たせ、数多くの旅行広告の中でも独自の存在感を放つ、新たなクリエイティブ表現です。



多彩な表現で広がるキャンペーン

「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」は、63秒のキャンペーンムービー、30秒のコマーシャル、2本の20秒編集版、地下鉄や屋外広告で展開する10点のビジュアルや、プレス向けの素材など、さまざまなかたちで展開されます。

クラブメッドは、この新たなキャンペーンを通じて、ホスピタリティの新たな可能性を切り拓いてきたパイオニアとして、その存在感を改めて示します。

現代の人々が求める新たな価値観を、ひとつの文化として描き出すこと。

人との出会いが、人生の喜びへ。

自由が、自分らしい体験へ。

そして、時間が、人生を楽しむためのものへ。

それが、「The Art of Free Time — 自由なバカンスの美学」が描く、クラブメッドの新たな世界です。

BETC Agency:

Management and sales team: Bertille Toledano, Marine Hakim, Julie Valero, Margaux David

Creative team: David Martin, Ezequiel Scarpini, Josefina Mateo-Burton,

Strategic planning: Sebastien Houdusse

Production company: POP

Director: Fleur Fortuné,

Photographer: Tom Emmerson

Club Med:

Global Marketing: Armelle Vimont-Laurent, Lucile Sarthou, Salomé Benguigui,

EMEA Marketing: Géraldine Hammer, Paul Guedj, Salomé Salimi

The Art 
of free time
Club Med

The Art Ψ of *free time* Club Med



【クラブメッド】

1950年、ジェラルド・ブリッツによって創設され、フランスに本社を置くクラブメッド。世界で初めて「オールインクルーシブ」という革新的なバカンススタイルを考案した、リゾート業界のパイオニアです。旅行代金には、宿泊費をはじめ、滞在中のお食事やドリンク、各種アクティビティ、託児サービスやキッズプログラム、さらにはエンターテインメントまで含まれており、リラックスして心からバカンスを満喫していただけます。世界約110の国と地域から集まったインターナショナルなスタッフ「G.O（ジーオー）」による、心温まるおもてなしも、クラブメッドならではの大きな魅力です。現在では、世界60か所以上の美しい自然に囲まれたリゾートにて、魅力あふれるサービスと、かけがえのない特別な体験をお届けしています。

<https://www.clubmed.co.jp/>

【キャンペーン特設サイト】

<https://www.clubmed.co.jp/l/the-art-of-free-time>

【お客様お問い合わせ先】

コンタクトセンター 0120-790-863