



2024年 第一回つまみぐいゼミ 実施報告書 v2

2024年12月19日



目次

目的とイベント実施概要

お客様アンケート結果まとめ

参加店アンケート結果まとめ

反省点（第2回開催に向けて）

総括



目的と イベント実施概要

会期10月1日～11月17日

目的とイベント概要

- **新丸子周辺の活性化と、お店とお客様の関係を密にすることをメインの目的としました。**
- **42のゼミを開催することができました。**
 - 商店会(丸子商連)の枠に捕らわれず、1)お店を構えずにビジネスを行っている方、2)会社、3)地域の施設(神社・お寺、福祉・行政)など、幅広く参加者を募りました。
 - 地域的には新丸子周辺、武蔵小杉方面（本店は武蔵新城）および宿河原のお店も参加しました。
- **概算で350人を超えるお客様を動員しました。・・・スタンプラリーと同等以上**
 - 参加者が想像以上に多く集まったゼミもありましたが、参加者がゼロのケースも少なくありませんでした。
 - 幅広い年代が参加してくださいました。（ゼミ内容が多様だった。）
- **お客様、お店のアンケートからは、双方ともに非常に満足度が高く、次回開催を望む声が多かったです。**
 - アンケートに答えられる方が前向きである方が多いことを差し引く必要があります。
 - 後述しますが、スケジュールが合わない、敷居が高い感じがする、内容がいま一つわからない、など運営方法に多くの問題があったことも事実です。

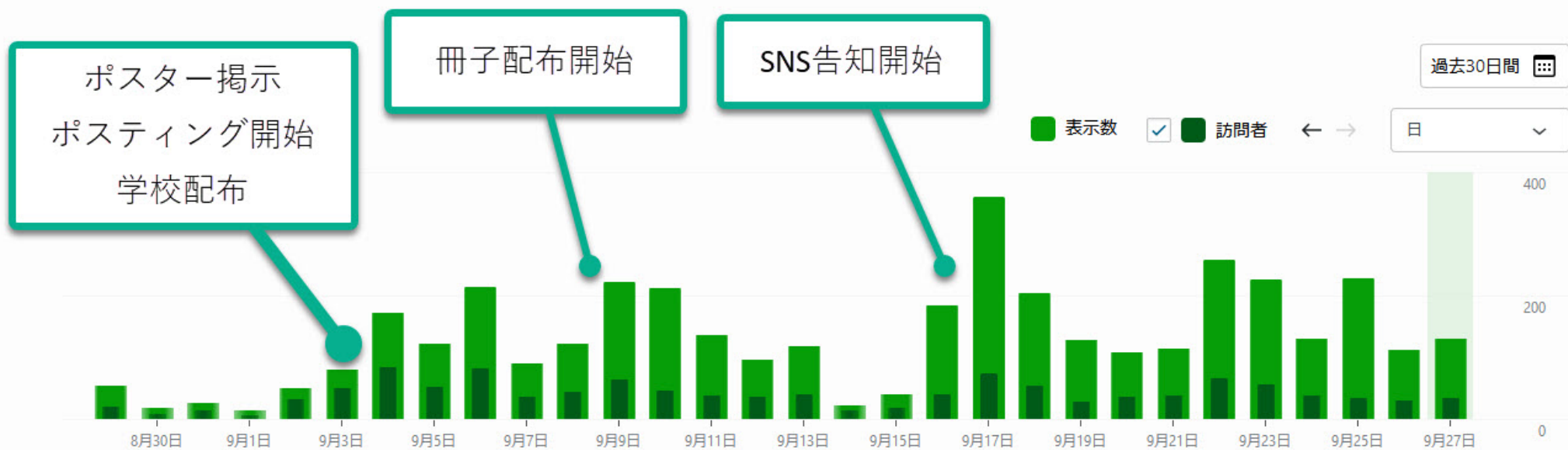
告知

- **お店向けのイベント案内は350部を印刷、ほぼ全て配布しました。**
- **店舗ポスター（A3）は100部を印刷、ほぼ全て配布しました。**
- **お客様向けのイベントチラシは24000部を印刷、ほぼ全て配布しました。**
 - 新丸子周辺へのポスティング・・・20870部
 - 小学校(上丸子、西丸子、小杉)と中原中学校に配布・・・2900部
 - 残りを参加店舗、県庁、市役所、区役所、緑化フェア企画会社などで配布
- **冊子は2000部を印刷。ほぼ全てを店頭配布しました。**
- **webサイト、facebook、instagram でも告知しました。**
 - SNS告知もかなり力を入れましたが、はさまざまなノウハウがあるようで、十分な対応ができなかったと思います。
- **告知媒体・・・小杉ブログ、市の広報誌**



告知とwebアクセス数

- ゼミ内容詳細の確認はwebにアクセスしないとわからないので、このアクセス数が関心度と考えてよい。
- SNSで持続的に告知を打つのが効果的。小杉ブログなどの人気メディアの効果は大きいですが、単発的。
- お店のポスターによる認知、店頭での冊子配布、お店の方からの直接的な案内も効果大。(SNSに関係なく)



会場について

- **基本、それぞれのお店で実施**
- **自宅で仕事をしている方や、営業の関係でお店を使えない方向けに貸しスペースを紹介しました。**
 - KOSUGI1（武蔵小杉駅前のビルのイベント会場）
 - 非常によいスペースが無料で貸し出し可能だったが、連絡不行き届きでトラブルになりそうになったこともありました。
 - 来年取り壊しなので、次回以降の利用は不可。
 - 各レンタル可能なスペース（有料）
 - KOSUGI1が無料だったので、こちらの使用はなかったもよう

収入


(補助金確定は年明け)

影響要因	測定
県商店街魅力アップ事業費補助金	479000
川崎市商品街魅力アップ支援事業	552000
参加店舗の参加費	250000
広告(緑化フェア88000円含む)	150000
合計	1431000

支出

(年末までに全ての支払いを完了予定。少し黒字にして次回用に残すかも)

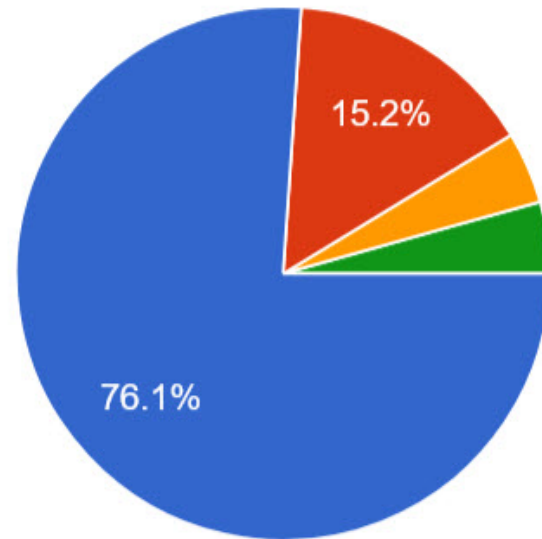
影響要因	測定
広告宣伝(チラシ、web、SNSなど)	960000
事務運営	250000
景品など	125000
賃金・消耗品・手数料など	96000
合計	1431000



お客様 アンケート結果 まとめ

回収46人
主催者側の参加含まず

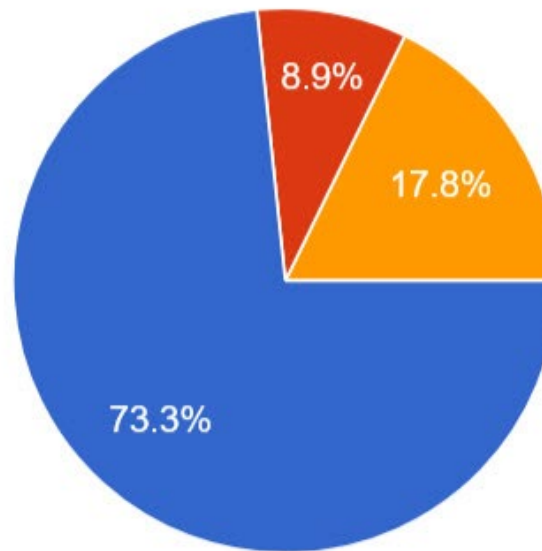
お住まいの地域



- 新丸子周辺
- 中原区内（新丸子周辺ではない）
- 川崎市内（中原区外）
- その他

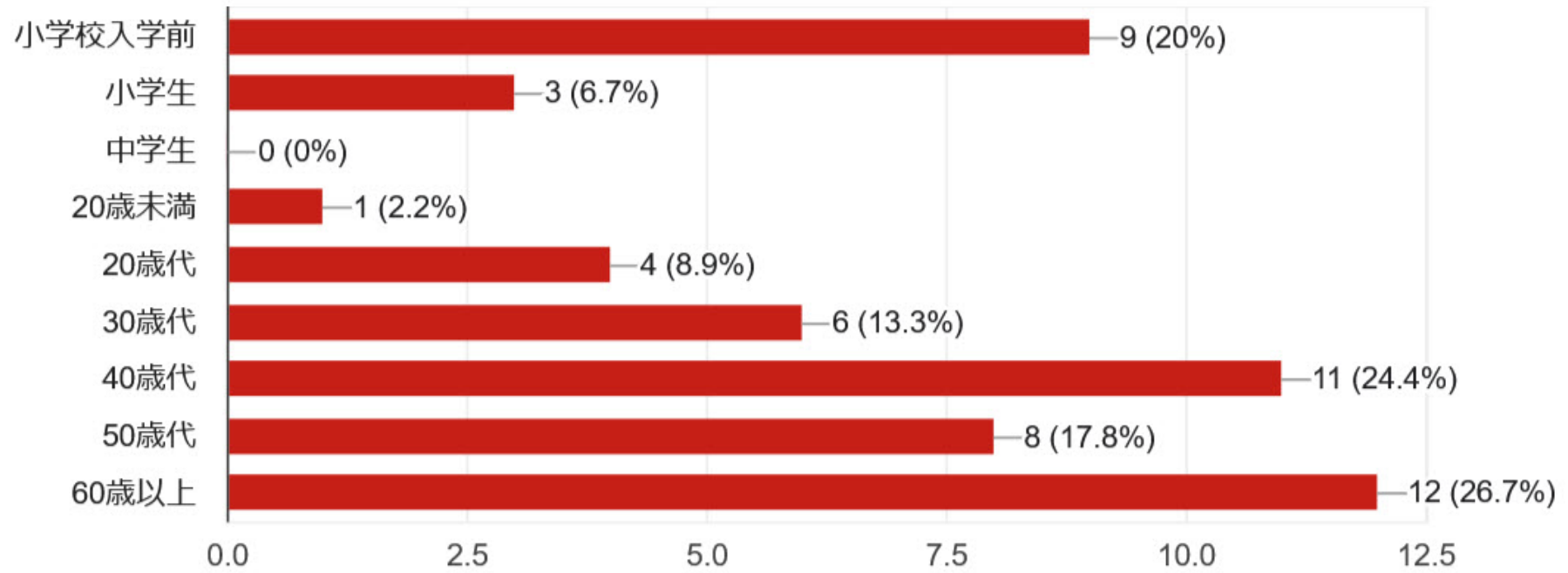
宮前区
世田谷区
横浜市

性別

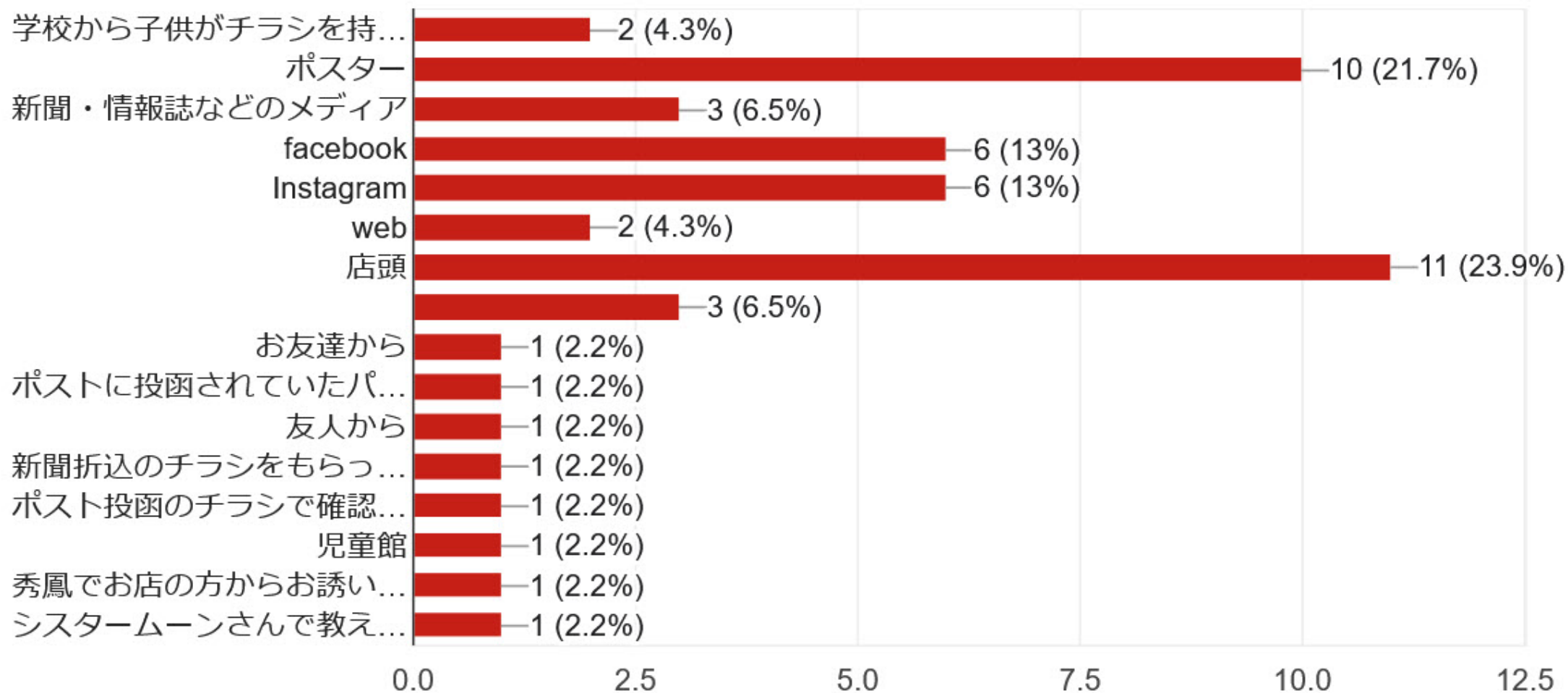


- 女性
- 男性
- 子供と一緒に
- その他

年齢



つまみぐいゼミを知った機会……店頭告知とSNSが強い！



ゼミ内容についての感想（抜粋）

- ストレス発散、楽しかったです
- 大人になってなにかを作る機会は少ないので、凄く楽しかったです！！
- 楽しく参加しました♪
- 和気藹々とした雰囲気、とてもよかったです。
- 珈琲の焙煎を初めて体験し、コツを教えていただけて楽しくためになりました。
- チャイの作り方を習い、出来上がったものを試飲し、お茶菓子まで頂いて大満足な内容でした。
- こう言うお話は普段は中々聞く事が出来ないので大変、参考になりました。雑談も楽しかったです！
- 今回のゼミのための資料も用意していただき分かりやすかったし、パンフレットももらえてすごく良かった。地元のお店等と初めて接点を持つキッカケになる。
- とても勉強になりました。元気なうちに自分のお気に入りの写真を撮って、自分がどんな人生を歩んできたか、満足行く形で残したいなと思います。
- 足形、本当に記念になりました！
- 息子が消防車大好きなので、終始とても楽しそうでした。中原消防署の方々もとてもご親切で、息子の質問にもご丁寧にお答え下さり、嬉しかったです。3世代で参加したので、両親も私達夫婦も消防署の方々のご苦労や、車の種類等、大人にとってもとても勉強になる内容でした。また開催して下さいましたら、参加したいです。

運営へのご意見（抜粋）


- 土日の選択肢が増えるともっと参加しやすいです。大人になってなにかを作る機会は少ないので、凄く楽しかったです！！
- あまり知られていない感じなので、もっとポスター貼ってやっている事をアピールした方が良いと思う。
- お店にもプラスになるようにワンドリンク制とかにしたほうがいいのでは？と思いました。
- お忙しいところご説明に時間を割いて下さっていると思うので、お邪魔になっていないかが少し心配でしたが、また開催して下さいたら嬉しいです。
- 事前予約が必要だったことから、従来のつまみぐいまつりよりも参加のハードルは高かったかなと思います。事前の準備なしにふらっと寄れる(参加のハードルを低くする)、何店舗か周るとプレゼントのグレードが上がる(スタンプラリー的に楽しめる)などがあると参加しやすくなるかと思いました。加えて、興味があるゼミと個人的なスケジュールが合わずに、いくつかのゼミの参加を見送ったため、その点が少し残念でした。
- 初め申込みできる講座が、どこに何があるのかわからなかったです。
- 冊子が欲しかったがどこにあるか分からず探した。駅などにあると良い ウェブから申し込めて便利だった。足形、本当に記念になりました！
- もっと色々なゼミに参加したいのですが、敷居が高そうで・・・。

ゼミ内容のご要望（抜粋）

- スポーツ。習い事系の体験参加ゼミ。子供の習い事が一つの場所でいろいろ体験できる
- 薬膳や麴を学びたい。子連れでも行けるマッサージ等
- お料理、英会話、音楽、絵画、何かをリペア
- 法律関係のゼミ気になります。平日夜とかに開催していただけると、働く世代も参加しやすいかと
- 息子が『働く車』が大好きなので、清掃車や工事車両等を学べるゼミや、子供が主体で楽しめるゼミがあれば、参加したいです。
- 新丸子お散歩ツアーみたいなゼミがあったら参加したいです。
- お店の人が教える料理のコツ（調理実習）（コーヒー屋ならコーヒーの淹れ方）を学べる
- もっとシニア向けのゼミがあったら参加したいです。中原の歴代散歩、介護問題を考えるなど

その他（抜粋）

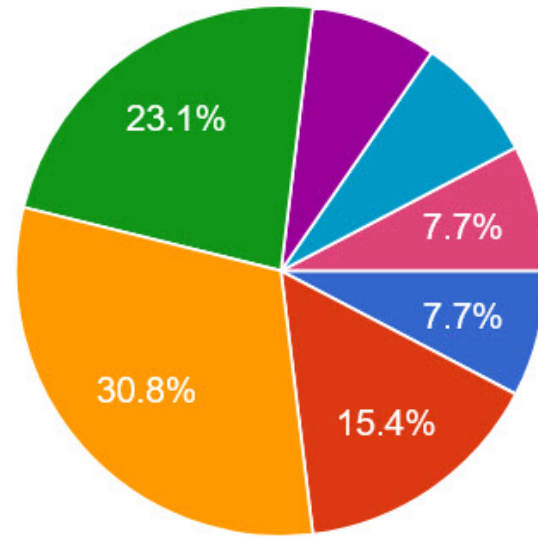
- なかなか都内で会社勤めして子供がいない人間には地域のことがわかりにくいのでとてもよいイベントでした。もっとこのようにイベントが開催されると嬉しいです。
- サイトがわかりづらかった。下までスクロールしないと情報がわからず面倒だった。いつ、何時に何が開催されるか、という一覧表が初めからあると、計画を立てやすかった。
- 前はつまみ食いはスタンプラリーだったと思います。地域振興のイベントだと理解しているのですが、全体のコンセプトがタイトルからはわかりにくいかなと思いました。（地域、地元のお店と繋がる、などのコンセプトがあったほうが参加側がイメージしやすいと思います。）
- もっと参加店が増えると良いですね
- 若い世代が来てくれるような内容も増えたら良いですね。
- 毎年楽しみにしています。新しい取り組みで難しい点も多々あるかと思いますが、応援しております。



参加店 アンケート結果 まとめ

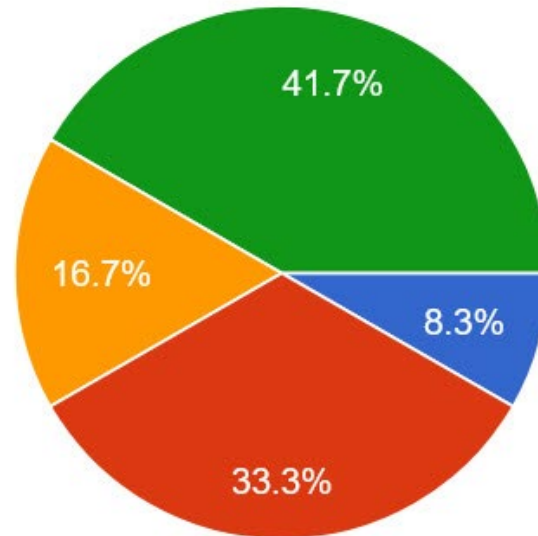
回収13店舗
主催者含まず

集客の印象



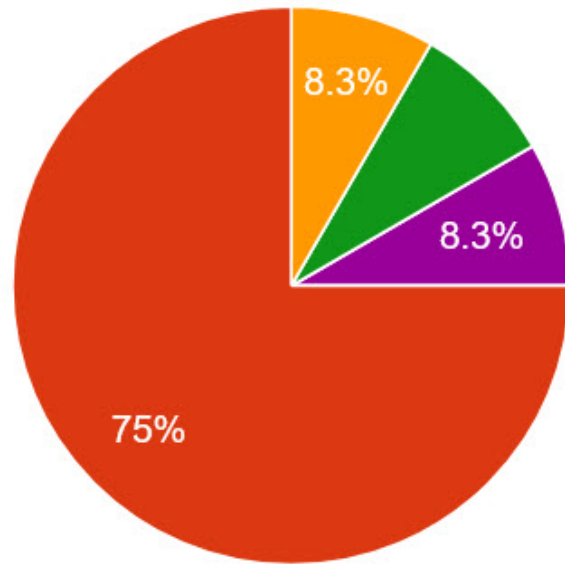
- ぜんぜん集まらなかった
- 想定していたより少なかった
- 想定範囲
- 想定していたより多く集まった
- 2回セミナーを実施しありがたいこと...
- 複数の集客施策を打たないと、イベン...
- 協賛のみのため

集客人数



- ゼロ
- 1~5人
- 5~10人
- 10人以上

売り上げへの貢献



- まったく（ほとんど）効果はないと思う
- 長期的にみれば、何がしかの効果はあ...
- 効果はある（期待できる）と思う
- 売り上げ目的ではない
- 売り上げではないが、今後同様の行事...

お客様の反応（抜粋）

- 当店を知って頂きたいという想いは通じたと感じます。再来店され、寛いだり相談をいただいたりする方がみうけられています。
- 当店とお客様というよりは、参加して頂いたお客様同士の交流があり、お客様同士の繋がりが増えた印象です。
- 興味を持っていただいている方との交流はあたたかいコミュニケーションになり、応援いただいている方々がいると実感できて今後の励みになりました。
- 色んなことをきっかけにしてつながりができると思うので、その1つとしてありがたいお声かけでした。実際に今後のやりとりにもつながっています。
- 自店の想定する層のお客様にゼミの内容が合っていたようで、より深いファンになってもらえそうなお客様とつながれたように思います。
- 目的をもってゼミに参加してくださるので、最初から良い雰囲気で行われました。
- 連休最終日に設定したこともあるのか、ゼミの集客にはつながりませんでした。チラシを見ていただき「載っていたね」と街中でお声かけいただいたり、「（対象を小学校高学年以降にしていたため）子どもがもう少し大きくなったら参加したいと思います」などの反応がありました。

ご要望など（抜粋）

- もしメディアで紹介されたりしたら、もっとすごくなるだろうなと思いました。・各参加店の営業時間により都合が合わず行けなかったという声が聴かれました。
- 小学校でお子さんがチラシをもらって来たのを見て申し込まれた方が数人いらっしゃり、その配布方法の相性が良かったようでした
- SNSやWebサービスをさらに活用されると効果的かな、と思いました。また地元のコンテンツに取材に来てもらうと言ったこちらからの働きかけもありだと思いました。それから、相性のいいコンテンツはコラボするのはどうでしょうか。例えば私の場合は終活コンテンツさんとコラボだったり、神社さんとお寺さんだったら両方をツアーするとか、色々できそうです😊
- 実現できるかわからないのですが、マンションの一階は町内会の情報が貼ってあって、住人が結構見ていたりするので今回の冊子を配布して置いておいてもらうのもありかな、と思いました
- イベント企画・主催者視点では、出店（企業）数が多い方に意識は高まるとけれども、一方、受講側市民視点では、選択肢が多いと情報が埋もれてしまうケースが多いのではと感じました。カテゴリごとに厳選感が必要かもしれません。
- 紙での媒体以外でもインスタのストーリーズなどで店舗ごと細かくお知らせするなど、SNSを活用して告知方法を増やして行くと良いかなと思いました。
- ゼミカレンダーの時間帯からリンクがついていて、クリックするとそのゼミの内容に飛べると良いなと思いました。プラスして、ゼミカレンダーは時間でなくて、タイトルでもよいと思います。
- つまみぐいゼミの話を出すと、こどもたちから「知っている！」という声が多く上がったので、次回開催時も小学校へのチラシの配布は行くと良いかと思いました。



反省点

次回開催にむけて

ゼミのテーマ設定・タイトル・内容紹介

1. 「ビジネス」を感じさせないテーマ設定がよい

1. 露骨に販売・勧誘していると思われると逆効果（専門家への期待はある）
2. 対象となるお客が必要としていて、他にはないような内容（見栄えだけでも）

2. 敷居を低く、なじみやすいタイトルの工夫が欲しい

1. 何が得られるか？ がわかるタイトル。常套句を使わないほうがよい
2. やさしく見える講師の紹介（ウイークポイントが見えると近づきやすいかも）

3. 内容を詳しく、わかりやすく紹介すること

1. 実際に何をどのようにするゼミなのかを詳しく紹介（web記事）
2. 多くのお客様の知識は「本当に少ない」「誤解が多い」と考えた方がよい

スケジュール・時間帯の設定と調整

参加したかったけれど、スケジュールが合わなかったという声が多い多かった

1. 事前に、店舗同士のスケジュール調整を実施する

1. バッティングがないようにする
2. 親和性の高いゼミを「はしご」できるように連携する（または同時開催の企画にする）

2. お客様がスケジュール調整しやすい仕組み

1. スケジュール表を掲載（今回はいっさいやらなかった）
2. 予約を簡単にする仕組みもあればいい

3. 開催する曜日、時間帯の設定

1. 希望する顧客が参加しやすい時間帯に
 1. 「たべながら外国語を学ぶ」を食事後の空き時間にしたら、「おなか一杯なので参加しにくい」という声
 2. フルタイムの会社員からは、「帰宅後に参加できるとよい」という声も
2. 時間制約なくお店に立ち寄ってちょこっと学べる企画

広告・告知

1. 店舗のポスター、チラシ配布が効果的

1. 配布時期、サイズとデザイン、置き場所などに工夫の必要あり

2. SNS告知の効果は大きい

1. ノウハウがないのが課題

3. 小学校(上丸子、西丸子、小杉)配布も相応の効果あり

1. 子供から親に渡らないケースが少なくないのが課題（先生からの案内が必要）
2. 中原中学も配布したが、中学生のゼミ参加はほとんどなかった

4. ポスティングは費用対効果が悪い

1. やめてもよいかも

5. 媒体の活用

1. 小杉ブログなど、web、SNSでの連携を模索

6. アンケートやお客様によるSNS告知（プレゼントあり）の告知が遅れた

1. 交換方法（役員のお店に限る）も面倒だった

その他

1. 個人店や「ゼミ」は、お客様にとってはハードルが高く感じられている

1. お店の人が考えているよりもずっと敷居が高く思われている
2. 直接話をするのに気後れする、という人かとても多い

2. スタンプラリーとの併用

1. スタンプラリーの方が気楽に参加できたという声が少なくない
 1. スタンプラリー自体が目的になってしまい、お祭りとしてはいいが、お店の営業にはあまり寄与しないかも
2. スタンプラリーは時間制約がない、のが魅力（時間制約のないゼミもあればいい）

3. 開催期間が長い

1. 主催側疲弊ぎみ（お客様にとっては、いろいろ参加できてよいのだが・・・）

総括

総括

- 単純計算で、140万円で350人超の動員 = お客一人当たり約4000円のコスト
 - 新丸子周辺の活性化、お店の人とお客様が「密」になる企画として悪くはないが、手放しに良いとも言えない。また、補助金なしでは、実施不能。
- 強力な運営アルバイトとして女性が一人手伝ってくれた
 - 新丸子路地裏連合の役員はそれぞれが店舗をもっているため、彼女がお店まわりなどをやってくださったので、非常に助かった。ボランティアではなく、アルバイトとして運営を手伝ってくださる方が増えるとよい。
- SNSの活用
 - ポスティングよりも、SNSの活用が重要であることが明確になった。このノウハウは日進月歩で変化しているようなので、最新事情に詳しい若い方々の手助け（業務として）を得たい。
 - ただし、店舗ポスターと店舗で配布するチラシは有効。また、「冊子」は記録としても、長期的なお店の宣伝としても役立つので、作っていききたい。

ご参加・ご協力を
ありがとうございました

ご意見、ご指摘などがありましたら、
些細なことでもお聞かせください！

新丸子路地裏連合

代表・久門 易

044-433-7212（写真道場）

kumon@dowjow.com

<https://rojiura.biz/>