

プロジェクト報告書

2018年11月15日

株式会社ウィングロッセサリー インターンシップ生

野村悠貴 内田真依 岡田藍乃

今回、私たち三人は株式会社ウィングロッセサリーさんで学生向けワインセミナー企画・開催に向けて約5ヶ月間、インターンシップの活動を行いました。

まず初めに、セミナー開催に至って本番をいつ行うかを決めました。11/10が成果報告会であったため、そこから逆算して10/24にセミナー本番を迎えることになりました。それに伴い、いつまでに集客を完了させるのか、セミナー用のパワーポイント、アンケートの作成及び宣伝用のチラシはいつまでに終わらせ印刷するのか、それぞれ具体的な日にちを決めていきました。

最初に私たちが手をつけたのはチラシの作成です。学生向けだったので少し砕けたデザインにしてもよかったのですが、それではワインの高級感がなくなってしまうのではないかという意見が出ました。従って去年のデザインからは大きく思考を変えて、わざと高級感のあるデザインにしました。また、キャパシティーを16人に決定したため、印刷する部数を100部と抑える代わりにカラー印刷にし、紙の材質も厚めにして、受け取った人がすぐに捨てられないような高級感を意識しました。印刷されたチラシは、私たちインターンシップ生が均等に受け取り、そのうちの一部は、ウィングロッセサリーさんのショップや、コーディネーターの先生の研究室、コンソーシアムの受付に置いてもらいました。私たち3人だけではやはり限界があったので、ここの配慮は大変助かりました。

次にセミナー用のパワーポイントの作成に取り掛かったのですが、私たちインターンシップ生はワインの知識が乏しく、何から手を付けてよいのか分からない状態でした。そんな私たちに去年コーディネーターだった先生から初心者でも分かりやすいワインについての知識の本をいただきました。また、社長さん直々に初心者向けのワインセミナーを私たちのために行ってくださいました。さらに、ウィングロッセサリーさんが行っているシャンパーニュ教室や社員さん向けのワインセミナーに特別に参加させていただきました。実際にワインを飲んでみて、私たちインターンシップ生自身がワインに対する印象が変わった貴重な体験でした。ワインの知識が0に近かった私たちにとっては、とても助けになったのと同時に、将来為になることも教わることもできたので、大変勉強になりました。

上記に挙げた経験と、ウィングロッセサリーさんが実際に行っている初級教室のパワーポイントを元にセミナー用のパワーポイントの作成に取り掛かりました。初級教室は3回に渡って行っていたので、それを1回分にまとめなければいけません。その為この沢山のスライドの中から特に学生が知りたいがっているワインの知識が何なのか探る必要がありました。そこで、Googleのアンケート機能を使い、私たちの周りの友人や知人にワインについて

て何を知りたいのかアンケートを募りました。そして特に票が多かった項目をピックアップして、そこからスライドを抽出して作成しました。

次に集客の効率性をあげるために SNS の開設準備に取り掛かりました。まず、最初の案として「instagram」と「twitter」の二つの SNS を用いて宣伝していくというものです。

「instagram」では、お洒落な写真を中心にし、「twitter」では、主にセミナーに関する情報やワインについての豆知識を中心にと考えていきました。しかし、「instagram」におけるお洒落な写真をアップするというのが抽象的で意見がなかなかまとまりませんでした。例えば、投稿する写真は拾い画像で良いのか→著作権などの問題が考えられる→では、ワイングロッサリーの商品をお洒落に撮るのはどうか→営業中であつたり営業前でも忙しい場合は難しいのでは→仮に許可が下りても商品であるワインを単体で撮るのにはできないのでは、などの意見から写真が無くても情報を主に発信できる「twitter」から様子を伺うことにしました。そこで最初に「twitter」での公式アカウントを作成しました。

ここで行ったことは、学生向けに発信することが必要なので、友人や京都の学生を中心に積極的にフォローをしていきました。そして、内容は、当日開催するセミナーの紹介や自己紹介を最初に投稿していきました。しかし、発信をしたい客体からの反応率が異常に悪くフォローバックが返ってこないという現実直面しました。これでは、本来の目的を達成することが難しいことと SNS を用いての宣伝活動を早期に取り掛からないといけないという焦燥がありました。そこで「instagram」の方が視覚的な情報を発信できハッシュタグ機能の利便性に着目することで「twitter」の投稿内容を工夫するより効率性が高いと考えました。そこから、「instagram」を開設するに至りました。

「instagram」の公式アカウントを作成し、まず行ったことは、SNS を用いることを考え始めた際に浮かび上がった問題を解決し、それを実行に移すことでした。お洒落な写真を投稿するために店内での撮影許可を得ました。何度も店内で撮影するわけにはいかないので撮り溜めをしました。投稿内容については工夫をしました。最初にセミナー当日のお知らせをしてこのアカウントの目的を明確にしておく。社長のおすすめワインの紹介やワインに関する豆知識を写真とともに発信することで興味を持たせる幅を広げる。当日の試飲会で使用する 4 種類のワインを各々細かく紹介することでセミナーのイメージを想像しやすくさせ不安などを取り除く。といったものです。さらに投稿内容のストックを作っておき、作業の効率性を上げ、投稿する時間帯を人が SNS を利用する時間帯に合わせて投稿してきました。

次にセミナー本番について具体的に何を行ったのかについてです。当日は、セミナーの準備や片付け。お客様のご案内。セミナー開催と閉会に際しての挨拶。試飲用ワインの準備と提供。を主に行いました。

セミナー準備についてですが、仕事は前倒しに進め、時間には余裕をとという指摘からセミナー開始時刻の 2 時間前からはじめました。お客様の席などの準備は万全でしたが、リハ

ーサルの時間を十分に取れなかったことで開催に際しての挨拶があまり上手くできなかった点は、準備段階での時間への意識が低かったのではと感じさせられました。

試飲会で使用するワインの準備では、注ぐ量の調整が難しいと感じました。ですが、お客様へ提供する際、みなさん興味津々な様子でこちらも自然と笑顔になれた気がしています。

セミナー自体は、特に大きな問題が起きること無く、良いコンテンツをお届けできたと思いますし、お客様がいてこそその成功であったと感じております。

次にセミナーを行っての成果についてです。まず、セミナーの満足度は100%満足であり、そのうち88%の方にとっても満足という答えをいただきました。また、ワインの印象についても、ワインの選び方や自分好みのワインの見つけ方を知ることが出来た、ぶどうの種類と産地にワインの色や香り、味わいが変わることがよくわかった、という意見をいただき、14名の方に「変わった」と言っていただきました。ワインの印象について「変わっていない」という意見の方が3名いましたが、決してマイナスな意見ではなく、ほぼ知っていることだったという意見でした。ワインについて全く知識のない方に向けてのコンテンツであったので、ワインの知識ある方には少し物足りない内容になってしまったのかもしれないです。

次に、セミナーまでに行ったものの各成果と反省点についてです。まず、集客については、目標人数を上回る18人に集まってもらうことができました。最初目標人数は16人だったのですが、途中で、社長さんに「あなたたちは、集客に積極的なのでもしかしたら、キャパシティの人数を増やしても大丈夫だと思う」と言っていただき、目標人数を増やすことになりました。最初は、増えることに関してはとても不安だったのですが、最終的に集まってもらうことができ、社長さんにそう言ってもらい、私たちに期待と信頼をよせてもらえてる気がして、とても嬉しく思うところでした。集客の人数に関しては大成功といったら良いのではないのでしょうか。

また、集まってくれた人のうち6人が、インターン生が直接アプローチした人ではなく、SNSやHP、店内ポスターをみて参加してくれた人でした。私たちインターン生以外のコミュニティの人たちに参加していただくことにより、私たちの目標の1つである「多くの若者にワインを飲んでもらう」というものの達成率が大きく上がったと考えていいと思います。次に集客についての反省点です。一人では参加しにくいという意見をいただき、敷居が高いチラシの雰囲気作りが裏目になってしまったのではないかと考えられます。

次にSNSについての成果です。まず、SNSがきっかけで参加してくれた人が1人でもいたという時点で私たちにとってとても満足のいくものになったと思います。しかし、集客も序盤にいくにつれ、更新頻度が減ってしまいました。これは私たちインターン生の甘えであり、大いに反省する点であると思います。

最後に、今回の学生向けワインセミナーを経てのインパクトについてです。プラスの影響に関しては、まず、アンケート結果は100%満足してくれたので、ワインの認知度UPへ繋

がったと考えていいと思います。また、究極の目標である日常的にワインを飲んでもらえるといった、継続的にワインに触れてもらえる機会が提供できたと思います。対してマイナスの影響ですが、セミナー代金が高く、ワインが高いという印象を与えてしまったことが挙げられます。このようなことから、より多くの学生にワイン浸透させて行くためにはワインの価格の高さが一番の課題であります。今回セミナーを通して、学生に価格を超えるほどのワインの価値に影響できたのではないかと思います。

5 か月間の実習を経て、私たちは様々なことを吸収し、学ぶことができました。会社の人間の一員として働くということはどういうことなのかということをもっと実感しました。この経験を糧にして、社会人基礎力をさらに身に付けていこうと思います。