

# 2019 年度 インターンシップ・プログラム プロジェクト報告書

2019年 11月 14日 (木)

株式会社ウイングロッセリー

インターンシップ生

荒井進太郎 松田百加 豆板裕茄

- 1、はじめに
- 2、セミナーに関する諸事項の決定
- 3、チラシの作成
- 4、宣伝用のインスタグラム投稿
- 5、集客について
- 6、資料作成について
- 7、各種セミナーの運営及び参加
- 8、当日の動き
- 9、アンケート結果
- 10、最後に

## 1、初めに

今回、私たち三人は株式会社ワイングロッサリーにて学生向けワインセミナーの企画・運営に向け、約五ヶ月間インターンシップ活動を行った。本報告書では、私たちが参加したプロジェクトについての報告を行う。

まず、本プロジェクトは「近年の若者のアルコール離れを防ぐ」と言う究極の目的のもとにその一環として特に若者に馴染みのないワインに親しんでもらうと言う目的で行われた。本プロジェクトで行ったことはセミナーの開催日や参加費用、セミナーで用いる試飲用ワインやお土産を何にするかの決定、インスタグラムやチラシを用いた集客、セミナーで用いる資料の作成及び、受け入れ先で開催されるセミナー運営への参加と言ったものであった。それぞれについて項目ごとに説明していく。

## 2、セミナーに関する諸事項の決定

受け入れ先の社長と社員の方とまず話し合ったことはセミナーをいつ開催するか、ということであった。それにあたり、セミナーは休日に行くか平日に行くかということが議題に上がった。話し合った結果、休日よりも平日の方が直前でも予定を入れやすく、休日開催よりも多くの集客が期待できるなどの理由から平日開催とした。また、今年度の成果報告会が11月9日（木）であったこと、受け入れ先の予定などを考え10月23日（水）にセミナーを開催することとした。次にチラシの作成やセミナー用の資料作成、試飲用ワインの選定締め切りや集客状況の目標などについて締め切りを設定した。

## 3、チラシの作成

まず初めに私たちが作成したものはセミナーについてのチラシである。当初、チラシデザインは昨年チラシのようにフルカラーで印刷するつもりであったため、ワインボトルと赤ワインが注がれたワイングラスが写っている写真を背景とし、セミナー名、宣伝文、セミナーに関する情報といった事前に決めていたものを記載したものを作成した（図1-1）。しかし、今回は集客人数を当初から20名と設定しており、それに伴いより多くの人に宣伝する必要があるという社員の方のアドバイスから400部のチラシを白黒印刷で受け入れ先にて印刷してもらうこととなった。ここで、白黒印刷では当初のデザインのチラシを印刷すると紙が普通紙であったことと写真をチラシの背景としていたことからチラシが脆く、文字も見にくくなるなどの問題が出たため、写真を背景にしたデザインからセミナーに関する情報をチラシ中央部に配置し、宣伝文も簡潔なものにした、文字をメインとした全く異なるデザインのチラシを新たに作成し、それを印刷し、配布することとなった（図1-2）。

チラシの配布については一部を受け入れ先に置かせていただき、残りは学生の知人やコンソーシアムの受付、コーディネーターの先生方の研究室に置かせていただいた。



図 1-1：最初に作成したチラシのデザ



図 1-2：修正したチラシのデザイン

学生向け



# ワインセミナー

~美味しいワインの選び方~

2019年10月23日 (水)  
18:00~19:30

場所: オフィス・ド・ワイングローサリー  
京都市中京区堀川通錦小路堀川町649  
観タワーハウス 1F 北側

費用: 3,000円 (税込)

定員: **20名様** (20歳以上の方のみ)

「ワインって高くて難しそう…」

そう思っているあなたに意外と  
身近なワインの世界をお見せします!

セミナーを受けて大人の世界へ一歩  
踏み出してみませんか?

お申し込み方法  
お電話 [ 075-841-3058 ]

または  
ワイングローサリー京都本店までご来店下さい。  
主催: (株) ワイングロッサリー

URL: <https://kyoto.winegrocery.com/school/middle/20191023.html>

詳しくはこちら! →



## 4、宣伝用のインスタグラム投稿

チラシ作成を終えた後、取り掛かったのはセミナー用の資料作成と宣伝用のインスタグラム投稿である。この二つについては主に取り掛かるメンバーを分け、一人がセミナー用の資料作成、残りの二人がインスタグラムの投稿を主に担当することとした。この項目ではインスタグラムの投稿について説明する。インスタグラムについて私たちはインスタグラムに馴染みがなく、投稿の作成に際しての写真の撮り方、ハッシュタグの付け方、文章の書き方など、課題が数多くあった。このような問題を抱える中で、インスタグラムでの集客を図るという当初の目的から、インスタグラムの投稿で現フォロワーにどのようにして興味を持ってもらうか、と言うものに目的が変化してしまったと言うのが反省点の一つである。投稿を始めたのは8月頃であったが、投稿の内容や写真の載せ方などの原因により全く良い反応が得られずにいた。9月の長期プロジェクトコースの中間報告会の中で問題点や自分たちの抱える問題を各プロジェクトで共有することにより、報告会以前と以後の投稿には大きな差が生まれた。具体的には、写真の余白を作ることや加工アプリの使用、今回のターゲット層に流行りのハッシュタグなどのアドバイスをいただき、改善策をとった。

また、SNS は前年度のものを引き継ぎ、投稿を新しくした上で発信することで活用していた。これにより前年度のフォロワーが今年度にも引き継がれ、我々の学生の知り合



い以外のフォロワーが少なかったことも問題点としてあげられる。また、本プロジェクトを通して新規フォロワーが少なかったことも反省点としてあげられる。

このように SNS の投稿は準備期間や活動時間が限られる中で、目的を変え当初の役割とは異なった形として残った。問題点が多々あり、最後まで十分に対応することができなかったことが課題として残ったが、この先の社会において SNS と切り離れた生活を起こることは不可能であり、SNS の有効性について実感することができた。

## 5、集客について

集客の計画についてはプロジェクトが始まった時に受け入れ先の方々と相談した。当初の計画では7月から9月にかけて定員の8割を集め、10月はキャンセル待ちが出るころまで集客を行う予定であった。しかし、実際には集客は10月に8割近くが行われたと言う結果となった。これは今回のセミナーの対象が大学生であり、セミナー直前にならないと予定や大学の時間割が確定しないということが原因であると考えられる。これ以降特定の層を対象としたセミナーを行う際はその層の特性などを考慮した上で集客計画を立てていく必要があると考える。

また、集客の際、本来であれば参加者は申し込み後に参加費を振り込みまたは店頭支払いで支払う必要があったが、大学生はそれをやりたがらないのでは、と言う意見が出たためインターンシップ生の知人に関しては学生が参加者から参加費を預かり、受け入れ先での申し込みを代わりに行うと言うことを行なった。

## 6、資料作成について

セミナー用の資料作成にはもともとワインについて知識がある程度あった荒井が担当した。セミナーの基本的な内容に関しては受け入れ先が普段開催している初級教室の資料や、今までの学生セミナーで使用された資料を参考にし、ワインについての知識を広く浅く説明する内容にした。また、学生がワインを個人的に飲む際にすぐに使えるような知識、特にワインとのマリージュやテイスティングの時にどう考えるか、自分の好みのワインを見つけることができるように品種や産地についてどのように考えるか、などの知識については力を入れて説明するような内容にするよう注意した。また、プロジェクトが始まってから複数回に渡って受け入れ先が開催する初級教室やシャンパーニュ教室に参加させていただく機会があったため、それらに参加し、セミナーの構成をどのようにしようか、考えていった。

また、セミナーの内容の決定において最も時間がかかったことはどのようなワインをどのタイミングで試飲してもらうか、ということであった。もともとどのタイミングでどのようなワインを試飲してもらうかには二つの案があった。セミナーで参加者に試飲してもらうワインは赤ワインと白ワインがそれぞれ2本ずつであったため、セミナーの内容に沿わせて白ワインは同じ産地で異なる品種のものを、赤ワインは同じ品種で異なる産地のものを飲んでもらい、品種や産地でワインの風味が大きく変わるということを学んでもらうという案と、白ワインは辛口と中辛口のものを、赤ワインはミディアムフルボディーとフルボディーのものを産地や品種を問わずに飲んでもらい、単純にワインに

は様々な味わいのものがあるということを知ってもらうという案である。相談の結果、後者の案で試飲は行うこととなった。

#### 7、各種セミナーの運営及び参加

実習では最終目標である学生向けワインセミナーの他にも、受け入れ先が開催する様々なセミナーに参加した。まず、全てのセミナーに共通して、会場設営とセミナー中の試飲用ワインの配付、そして後片付けをした。会場設営では、机や椅子を並べ、1席ごとに紙資料や飲料水を配置した。基本的にはどのセミナーも会場設営が同じであったため、学生向けワインセミナー本番に向けた良い練習になった。試飲用ワインの配付では、ワインを均等になるようにグラスに注ぎ、慎重に参加者の皆さんに配った。後片付けでは、使用したワイングラスの洗浄と拭き上げを行った。割れやすいワイングラスを拭くのは予想以上に難しく、時間をかけて丁寧に拭くと水の跡が残ってしまい、洗い直しになることが多々あった。反対に、手早く拭き取ろうとすると、力が入ってしまい、グラスを割ってしまうこともあった。

また、設営や片付けをしたセミナーは、講義も受けさせていただいた。本番に近い初級セミナーや、ワイナリーの方が講義をするセミナー、シャンパーニュ教室など、学生向けワインセミナーの開催に必要なワインの知識を学ぶことができ、さらにどのような内容をセミナーに入れれば良いか、考えることができた。

#### 8、当日の動き

5ヶ月間にわたる準備の集大成として、2019年10月23日(水)に学生向けワインセミナーを無事に開催することができた。当日の流れは以下の通りである。

##### i. 会場セッティング・各所の掃除

今回の会場となったセミナーハウスは本来、10~15人の参加者が理想である規模である。しかし、学生向けセミナーでは定員を20名と設定したことにより、机同士の間隔が狭まってしまいワインを提供する際に細心の注意を払う必要性が生じた。当日に最後のセッティングリハーサルを行い、机の配置を決定した。

##### ii. グラス準備

事前に洗浄したものを丁寧に並べ、ワインを注ぐ状態にして待機させた。私たちの未熟な技術では不安な部分は社員の方の手助けをお借りし、ワインの準備なども整えた。

##### iii. 開場・受付

セミナーの参加費は事前にいただいていたため、スムーズな受付を行うことができた。一方で、当日の会場の場所がチラシに載っていなかったことや、日が暮れてからの開催だったこともあり、セミナー会場まで少し迷われていた方がおられたということがあったため、もう少し丁寧な案内が必要であったという反省点がある。

##### iv. セミナー開始・テイastingワインのサーブ

セミナー開始後、セミナーの進行具合に対応して参加者の方々にテイastingをしてもらう際の準備にとりかかった。時間配分がうまくいかずワインのサーブが遅れてしまい、講師である吉田社長を慌てさせてしまったという反省点が生じた。



v. セミナー終了・各参加者へのお土産ワインの贈呈、お見送り

セミナーハウスでの講習後、徒歩 3 分ほどのところにあるショップにてお土産用ワインをお渡しした。今回のセミナーでは各インターンシップ生の知人が大多数を占めていたため、お見送りも各個人で対応をしていった。また、今年度のセミナーの特徴として講習後にお配りするボトルワイン以外のものを購入していただけないか、という意見からショップでのお渡しという方法をとったが、結果として数名の方にチーズなどを購入していただくことができた。

vi. 会場片付け・グラス洗浄。

お見送り後にグラス洗浄や会場の現場復帰を行い、今回のセミナーを無事終えることができた。

## 9. アンケート結果

i. 学生向けセミナーをどこで知ったか

回答者の 85%が知人から、10%がその他、5%が店頭で知ったという回答であった。さらに、参加者 20 名中、17 名が学生の知人という結果となった。当初の目標では私たち 3 人の知人は定員の 6～8 割に抑えるつもりであったが、結局セミナー参加者のほとんどが私たちの知人という結果になってしまった。また、SNS やチラシでセミナーを知ったという参加者はおらず、今回の集客にInstagram やチラシを生かすことができなかったという結果となった。

ii. セミナーの難易度はどうであったか

参加者の半数はちょうどいいと回答したが、簡単または非常に簡単が 37%、少し難しいが 11%という結果となった。これは参加者がもともとワインをどれだけ知っていたかという知識量の差からくるものであるが、「ちょうどいい」と回答した参加者が半数であったため、難易度に関してはちょうど良かったのではないかと考えている。

iii. セミナーで配布した資料については十分であったか

95%の方が十分と回答した。この「セミナーの難易度」と「配布資料は十分であったか」と言うアンケートの回答結果は負の相関があり、セミナーが難しかったと回答した人ほど配布資料が不十分であったと回答していた。セミナーの目的の一つに「学生にワインについて親しんでもらう」と言うものがあった点から考えると、「セミナーが難しかった」「配布資料が不十分であった」と回答した参加者がいたと言うのは反省すべき点であったと考えている。これについては資料が完成した際にワインの知識が少ないインターンシップ生に資料を確認してもらうなど、事前の難易度の確認をすべきであったと考えている。

iv. セミナーについての意見

多くの好意的な意見をいただいた。特に、「身近に感じたことのないワインが親しみやすくなった。」「手を出しにくいと思っていたが、積極的に試してみようと思った。」などの意見も多く見られた。これは、今までワインにあまり触れてこなかったような学生がワインに親しみを持ってくれたと言うことであり、本プロジェクトの目的は果たせたと考えている。

## 10、最後に

今回のセミナーでは集客はインターンシップ生の知人がほとんどという結果となり、Instagramやチラシを活用できなかったという点で反省点が多くある。また、Instagramの投稿については目的が集客からインプレッション数の上昇と、すり替わってしまったことも反省すべき点である。しかし、セミナーの内容については数多くの好意的な意見をいただき、セミナーとしてはほぼ成功したのではないかと考えている。

また、プロジェクトが始まってからの5ヶ月で、様々なことを吸収し、社会人基礎力も身につけることができたと考えている。今回の経験をもとにさらに社会人基礎力を成長させていこうと思う。