

Bチャレ チャレンジ部門 実績報告書

団体名	ムジンレコーズ	作成日	1月11日
企画名	ちいさなまちの音楽会		
あなたが考える 文京区の課題	<p><背景></p> <p>ムジンレコーズは文京区千石に店舗を構える、古本と中古レコードの無人店。</p> <p>小説・美術書・レコードを店内に設置、また展示会などのイベントを実施することによって地域住民と文化・芸術を繋ぐ役割を担っている。</p> <p>しかし、来客者と会話する中で、文京区千石エリアにおいて、音楽やアートを生で体験することにおいて多くの人が課題を感じていることがわかった。</p> <p><課題></p> <p>特に幼い子どもを持つファミリー層は、文化芸術に多く触れさせたいと希望を持っているにも関わらず</p> <ul style="list-style-type: none">・子どもが騒ぐことを気にしてコンサートに行けない、・子どもと大人と一緒に楽しめるアートイベント・コンサートが近くで行われていない、実施されていてもチケットがすぐ売り切れる。 <p>などの問題がある。</p>		
実施期間	9月30日	実施場所	文京区千石付近の施設6カ所
対象者	文京区千石付近に居住する、小学生以下のお子さんがいらっしゃるファミリー層		

企画内容	<p>(いつ、だれが、どこで、何をしたのかを具体的に記載してください)</p> <p>9月30日13時-18時 に ムジンレコーズ、主催渡辺+ボランティアスタッフ30名が運営メンバー が 東京諸聖徒教会、千石コインランドリー、TUMMY、ムジンレコーズ店舗、ち いさいおうち大塚仲町、カフェ風 計6箇所でライブイベントを開催。 入場無料・カンパ制とした。 出演アーティストは、東郷清丸、ナツサマー、川西卓、ぎがもえか、SaToA など約20組。</p> <p><メンバー> 合計31名 主催者の友人 15名 SNS上で募った有志 7名 千石周辺に居住/就労する有志 8名</p> <p><関連したイベント> 6月 フミコムカフェへの出演 8月 ボランティア説明会</p> <p><地域とのかかわり> 地元アーティストの出演、 地元の居住者のボランティア</p> <p><親子連れに楽しんでいただく工夫> 休憩所の設置</p> <p><終了後のフォローアップ> ・X、Instagramでのメッセージ配信（お礼、アーティストライブ情報） ・noteによる、企画背景の配信</p> <p><その他> SNS/youtubeを活用してイベント内容を発信</p>
参加者の募集方法	<p>(情報媒体名・掲載頻度・掲載場所等、対象者に届けるために工夫したことを 記入してください)</p> <p>OKMusic等音楽系WEBサイト、SNS、チラシ（千石駅周辺500戸へのポス ティング、千石図書館への配架）、WEBサイト、口コミ。各種チャネルを活 用し集客を実施</p>
協力した団体・個人	<p>会場提供：東京諸聖徒教会、千石セルフランドリー、Tummy、カフェ風、ム ジンレコーズ、ちいさいおうち デザイン：KISSA Inc. 運営協力：Move Consulting, 千石ブックメルカード、Sour Inc. 広報協力：Barks, OK music</p>

助成申請額/事業総額	200,000/370,897			
費用内訳 《当初予定》 (エントリーシートと同様で可)	品目	金額	備考	
	場所レンタル代	80,000	カフェ風：20,000 東京諸生徒教会：20,000 セルフランドリー千石：20,000 巣鴨大鳥神社：20,000 *開催場所は変更の可能性有	
	音響機材レンタル	50,000	マイク、アンプ、スピーカー	
	アーティスト謝礼	150,000	30,000円×5名 無償×10名程度を想定	
	チラシ・ポスター	40,000	チラシ2,000部 ポスター100部 デザイン費含む	
費用内訳 《結果》	品目	金額	備考	
	アーティスト/場所謝礼	245,300	アーティストへの謝礼と各会場への謝礼の合算	
	機材費用	69,929	配信/音響機材の購入及びレンタル	
	印刷費	23,389	チラシ/フライヤー	
	広告費	5,709	Metaによる広告費	
	フード仕入れ	16,681	フード仕入れ	
	雑費	9,889	レンタカー費用など	

	<p>1.当初想定していた成果に対して、達成度合いは10点満点中、何点ですか。その理由も含めて記載してください</p> <p>8点 全体として集客/来場者満足度は高いが当初のターゲットである親子連れの集客数に課題があるため</p> <p><集客数> 当初の目標500名を越える556名を集客。またWEB視聴も288名を記録した。一方親子連れの来場者は131名。全体の23.6%に留まった。</p> <p><親子連れの観点から> 休憩所を用意したが、休憩スペースそのものが親子連れには不要であった。各会場に座る場所などが確保できていたため。課題は集客数のみ。</p> <p><地元の方の反応> 千石周辺に居住するアーティスト3組をブッキングしたこともあり地元の方々 は全体の約半分を占めていた。 終了後のヒアリングでは、20組ほどの回答のなかで「子供と出かける貴重な機会をとれた」「より頻度高く実施してほしい」などの声が8割を占めていた。ネガティブな声は回答としてなかった</p> <p><終了後の施策への反応> 企画終了後はX、Instagramでの配信に加え、企画内容詳細などをnoteにて配信している。 https://note.com/watanabeikkox/n/n8cfe6be9544d?sub_rt=share_h 2024年11月11日時点で25イイネ。来場者数と比較し低いが、ブログの性質上今後増加が見込まれる。また今後続編を追加していく</p>
企画の成果	<p>2.企画を行なってみて、初めて気付いたこと、改めて確認できたことを記入してください(箇条書でも可)</p> <p><集客> ・WEBサイトのセッション分析より、チラシ閲覧後にサイト遷移したユーザーが約7割。チラシの掲示/ポスティングが効果があることが認識できた。</p> <p><企画満足度> 上述のインタビューにより企画満足度の高さが認識できた。また、イベント終了後の1ヶ月間でサイトセッションが1099（うちURLからの直接遷移が981、オーガニック検索が73）であることから開催終了後も参加者から知人/友人への口コミが多くあり、記憶定着がなされていることを確認</p>

3. 今回の取り組みを通じて、当初想定していた“文京区の課題”についてより深く理解ないしは掘り下げられた部分はあるか？

<課題への理解>

上述の通り、親子連れの参加者数が全体の23.6%にとどまったことから、イベントへの来場までの可視化されないボトルネックがあることを認識。出かける、イベントへ参加することへのハードルを下げるための仕組み、及びイベント外も含む包括的なサポートが必要であると認識

<課題の掘り下げ>

インタビューより、親子連れより頻度を高く今回のようなイベントを実施してほしいという要望をいただいている。我々単体では今回のようなイベントを年に何度も開催することは不可能なため、地域内でイベント/企画を主催するオーガナイザーが多くいる状況を作ることが必要。ただし費用・リソース面から難しいためこれを解決することが重要になる

※追加別添1：この事業を通じて制作したチラシなどのデータ

※追加別添2：この事業の様子が分かる公開可能な写真データ（10枚以内）

【提出先】

E-mail : fumikommu@bunsiyakyu.or.jp

問合せ : 03-3812-3044 (担当 : 近藤、田邊)