

2013年「クールシェアくまがや」ヒアリング調査結果 <集計2>

Q9.

クールシェアのPRや具体的な取り組みについて、何か工夫していることがありましたら教えてください。

2年目であまり工夫しなかった。

MAPの配布や昇り旗を多く立ててアピールした。

POP貼り&フォトアルバムでのPR

イベントの開催。

うちわを200本配布。クールシェアにちなんだかき氷を販売(7~8月200円、9月100円)。めぬまレディース(妻沼婦人会主導)で「おもてなし日本一宣言」。

お年寄りのお客様が多いので、店内にゆっくり滞在できるようにイスを増やしました。

クールシェアスタンプのみ。

クールシェアの昇り旗を目につきやすいところに設置した。「くま辛」のために考案したメニューをクールシェアに絡めてPRした。

クールシェア特典がポスターで話題になり利用につながったので、こちらから声掛けする必要がなくなった。

クールシェア特典とは別に、冷えたお絞りも用意していました。

クールシェア特典の飴の種類を5つにして、来店客によって勧める種類を変えた。昇り旗をこまめに外に掲示した。

コラボ企画で協力。

ご来店のお客様へ冷水を提供。

しっかりと旗を立ててPRしています。去年と今年の旗は既にきちんと保管してありますよ。

スタッフからお客様へクールシェアを伝えながらサービスを配信。店内POP作成しPR。

のぼり・ステッカーにてPR。

フェイスブックでPR。

フェイスブックで当店クールシェアのサービス配信、お店入口に大きな温度計を作成し店外のお客様にもクールシェアをアピールした。

ポスターを大きく印刷し直しました。※画像あり

ポスターを貼った

夏の期間中、広告チラシに毎週「クールシェアくまがや」そのものについての案内を掲載した。

夏限定のメニューを提供。デザートをサービス、涼味うどんorそば。

自分でも、もっと考えないといけないと思った。

手作りのメニューを作成し店頭で設置しPRをした。

出入口と店内の目につきやすい場所にステッカーとポスターを貼った。

昇り旗の活用。クチコミ。

昇り旗やステッカー、ポスターを活用した。

昇り旗を飾り、ステッカーを貼っています。

食事処で雪くまの販売を同時にアピールしたり、露天風呂でのスパバーのアピール。施設内のプール後のご利用のアピール。

頂いたグッズを利用し、昇り旗を毎日店頭で設置しPRしました。

店頭のガラス面に、涼しくなるような大判の写真を貼ってPRした。

店内でのPRだけでなく、店舗外装から取り組み内容告知ポスターを掲示。

店内にクラシックを流して涼しいイメージを演出したり、展示物を定期的に替えてお客様を飽きさせないようにして、来てもらう目的を積極的に作るようにした。エアコン設定も27℃に統一している。

店内のお客様用給水器付近にMAP等のPRグッズを置き、手にとりやすい環境をつくった。

熱中症への注意を促す掲示物や販促グッズといっしょに、暑さ対策のコーナーをつくり、クールシェアのマップやうちわ等をお配りしました。

配布されたポスターを店頭出入口のドアに貼った。

Q13.

「くまがやクールくるMAP」についてのご意見・ご感想等がありましたら、ご自由にお答えください。

5月頃に配布してほしい。

5月頃に配布してほしい。

5月頃に配布してほしい。

5月頃に配布してほしい。

MAPの番号と名所記載場所を矢印で紐づけしてもよいのでは？

MAPはあったほうがいいです。

ある一部の熊谷のことが良く分ると思います。

クールシェアMAPとクールくるMAPをまとめて1つにしたほうが良いと思う。

クールシェアMAPは、皆よく目を通していているようである。

クールシェア特典のサービスを目的としてご来店されるお客様が増えた。

このマップを見て知らなかったことが知れたとお客様から良い意見を頂けた。

この地域の方にとっては知っている情報が多かったような気がするのでもう少し掘り下げた内容でもよかったのでは。

ご来店のお客様がよく見えていました。

すごく出来が良い。かき氷が好きなので「雪くま」は2、3回は行った。MAPのクールシェアスポットにも子どもと行きたかったが、今年には行けなかった。今後は是非行ってみたい。

チラシみたいなものを作って違った形にしてみるといいと思う。

まだクールシェアが広まっていないと思いますので、頑張ってください。

もっといろいろなところに設置してほしい。

よくできています。目に留まる方法は考えたほうがよいかもしれません。

わかりやすかったと思います。

改めて熊谷のスポットがわかってよかったと思う。

街めぐりされる方々にとって少しでも目に入り興味を持たれている延長で知ってもらえれば幸いです。

熊谷のことを他所の人に知ってもらうためにも有効だし、とてもいいツールだと思いました。

熊谷の楽しみがお客様に広められたと思う。わかりやすく知ってもらうことができたと思う。

見落とししていたかもしれません、もっとわかりやすく「パスポート」みたいに見せていただけたら、気付いたと思います。

効果が見えやすい仕様にしたらよかったと思う。例えば、店舗の割引券を付ける、スタンプやクロスワード等を載せてどこかに応募していただく等。

今まで知らなかったこともたくさん記載されていて勉強になった。

財布の中に入る形のものがあるとより便利だと思います。

場所を提示することにより来店促進になり、MAP作成は継続作成をしていただけるとありがたいです。

情報量が多くて見づらい。お金をかけすぎではないか。各地域に呼び掛け、地域ごとのクールくるMAPを発行したほうがリピーターの獲得につながるのではないかと。

青年会議所さんが行った事業にも参加した中で、知らなかったことがたくさんありました。このMAPを利用し文化資産を見に行ったりもしました。

素晴らしい取り組みだと思う。

素晴らしかったとう。

内容が面白いと思いました。もっといろいろ詳しく知りたくなりました。

分かりやすくてよい。

来年は、店に置いておくだけでなく、来たお客様全員に配布したい。

良いマップだと思います。

良い取り組みだと思います。また、他店でMAPを提示している方を見かけました。

歴史や観光名所の紹介もあり、見るだけでも楽しいMAPになっていてよかった。見せるだけでクールシェア特典がもらえるという発想はいいと思う。

Q15.

クールシェア特典が書き込めるポスターについてのご意見・ご感想等がありましたら、ご自由にお答えください。

お客様に分かりやすくてよかった。個人店でつくつたいやしさがないので使いやすい。クールシェア特典を一筆書くスペースもあったのもよかった。

お店の中には貼らなかった。クールシェアに関係ない人もポスターを見てサービスを受けようとする場合もあるので。

かなりお得なクールシェア特典にしたところ、それだけ利用して帰ってしまうお客様がいたので、ポスターを貼るのが怖かった。

クールシェアの取り組み自体の説明を明記いただければ、お客様も利用しやすいと思います。

クールシェアマークをもっと露出させ、クールシェア加盟店ですよとPRできるとよい。

クールシェアを突然打ち出しても、意味がよく伝わらない。

クールシェア特典がわかるのでコミュニケーションのきっかけにもなりいいと思います。

クールシェア特典内容が明確に表示できたので、良かったと思う。

ダメージを受けるほどのサービスではないので、掲示するのはOKです。

データで頂けると自社で印刷をかけて増刷したり、少しデザインをいじって折り込み等に活用しやすくなると思う。

デザインがシンプルでよかった。

ポスターもいいが、昇り旗のほうが目立つようだった。

ポスターを貼るスペースがなかった。

ユーザーに解りやすくてよい

よいと思う。

わかりやすくてよかった。

活用させていただきました。良かったです。(商工会議所の取り組みであることがわかって信用される。)

他のポスターに埋没してしまった。

他店に貼ってあるポスターもよく目についた。

大きさがちょうどよかった。

店内に貼った。それを見て実際に利用した人もかなりいた。

特典がわかりやすくてよかった。

特典の前にポスターを掲示しましたので、お客様に分りやすいかたちで特典の提供ができました。

特典内容が分りやすいと思いました。

年配者にはシェアの意味が分らない方が多かったので、意味が分る言葉を表示できるものがあれば更に良かった。

非常によかったが、お店によってサイズが変えられると良いと思う。

分かりやすくてよかった。

問題ありませんでした。

来年もぜひ作成してほしい。

良いと思います。

Q17.

今年(2013年)の「クールシェアくまがや」や「クールシェアMAP」、または地域活性化についてのご意見・ご感想等がありましたら、ご自由にお答えください。

「クールシェアMAP」のような媒体に店のことが掲載され、その冊子を店に置くとなると通常はお金を取られる。ステッカーはすぐに貼れるのでよい。これからも配布してほしい。貼り続けることでクールシェアの認知度も上がると思う。「クールシェアくまがや」のミーティングなどの場があれば、身内や仲間が経営している店にも声を掛けて参加を促せると思う。

QRコードからMAPそのものを見られるとよい。

アツイぞ！で頑張るのかクールシェアで頑張るのかよくわからない。ただ、協力できることは協力できるので、早めに情報交換させていただきたい。

アンケート調査をエンドユーザーにしてみても？クールシェア認知度上昇にもなると思う。その、エンドユーザーからの意見をまとめてから、クールシェアくまがや参加店にヒアリング調査をしたら、よりいいものになっていくと思う。

いろいろなお店で使える共通チケットや券などがあるとお店としては助かる。

いろいろやってもらっているが、自分の所であまり取り組めず、もうちょっと頑張ればよかった。来年はもっと頑張りたい！

おり込みチラシに入れてほしい。スマホ対応にして、詳しい地図が解るようにしてほしい。他の目的でHP等を見たほうが、クールシェアを知ることができるシステムを考える。(例:ご飯屋さんのHPを見て偶然cool shareを知ることが出来る・みたいな)

クールシェアMAPに切り取り式の割引チケットを付けてみてはどうか。ニャオざねなどのキャラクターとコラボしたクールシェアの携帯カバーやキーホルダーを買ってもらって、収益としてはどうか。

クールシェアMAPは市報に同封するタイミングでお持ちいただきたかった。そのほうがご来店いただいたお客様に配る気になったかもしれない。だが、今年は去年(1年目)に比べて、一所懸命にクールシェアくまがやに取り組まなかった。反省点である。

クールシェアくまがや参加店から募って、B級グルメとコラボする等、一部イベント化するなど、いかがでしょうか。

クールシェアでお茶だけ飲みに来るのは、ちょっと寄りづらいのだと思う。

クールシェアに参加することで自店だけではなく、妻沼のイメージアップにつながった。今のクールシェア活動が販促の色が強いので、本来の意味であるエアコンを消して節電しながら、みんなで集まろうという主旨がもっと浸透する努力が必要。既存の夏の行事をクールシェアと絡めることで、行事の参加動員の増加とクールシェアの認知度アップにつなげられる。

クールシェアをつうじて地域がもっとにぎやかになってほしいです。

クールシェアを通じお客様にご提供できるサービス、また熊谷市の地域活性化を起こす1つの店舗として当店目線・地域活性化目線で取り組める営業ができた。活性化を起こすことは大変難しいことだと思うが、継続は力と思い営業を通じ地域を活性化する1つの店舗として邁進していきたいと思う。

そもそも、クールシェアの認知度をもっと上げてもらいたい。

ネットでPRしたり、熊谷市のフェイスブック等でアピールするべきだと思います。

マスコミが取材に来ていただけたりするので、お店のPRとしてはありがたい。継続してほしい。

マスメディアにもっと取り上げられるようになると良いと思います。まずは、熊谷市全体の景気を上向きにしたい。個人の利益はその後に付いてくると思います。

まだクールシェアの認知度は低いと思いますので、頑張ってください。パパママ応援にも加盟しており、カードがあれば便利で分りやすいのかと思います。

もっと解りやすくしてほしい。続けていくことが大切だと思う。

もっと頑張っていたら、クールシェア等をアピールして下さい。

一般の人達への認知度がまだまだ低い。熊谷をアピールするだけの宣伝材料なのは？

回った記録をスタンプなどの形で残るような物を作れば、人の流れがわかって効果の検証ができるのではないのでしょうか。

活動に対しては頑張っていると思いますが、もっと認知度をあげてください。

活動の切り口を変えてみたり、市と協力してメディアの出し方を考えてほしい。市のバックアップがもっと出てきてほしいと思う。

業界内に160店あるので広がりがほしいが、まだあまり賛同を得られていない。昇り旗は1,000円程度なら実費負担も構わない。内容のあるイベントであれば、いくらかお金を出してもよい。

県外、市外へのアピールも必要では？

現在のクールシェアくまがやの取組みに賛同できる。暑いから家に閉じこもるのではなく、クールシェアスポットへ出かけやすくしてもらいたい。

今後は、MAPやポスターだけに頼らない活動もしていきたい。

今年の夏の最高気温観測地が四国の四万十市で観測され全国ニュースでも話題となり、なんとなく熊谷の印象が薄くなってしまった気がします。でも考えればクールシェアの効果があつて、熊谷の気温が少し下がったのであれば成功だったのではないのでしょうか？これからはクールシェアでこれだけ下がったというふうに応援していいのかなと思います。昇り旗の実費負担は大丈夫だと思うが、キャンペーン等の費用負担は、熊谷市全体として盛り上がってきた話ではないのでしょうか。

財布に入るくらい大きさのカードやクールシェアMAPに切り取り式のチケット付け、それを持って行くとクールシェア特典を受けられるようにするとよい。そこに、更にスタンプラリーの要素を入れてはどうか。公共施設や商業施設の中で、クールシェアMAPなどを配布(手渡し)しながら内容を説明するというのであれば、場所を提供することはできると思う。参加企業から登録料1万円くらい集めてノベルティーと交換するなどのキャンペーンであれば、可能かもしれない。

昨年は告知した時間帯に来店したお客様全員にクールシェア特典をサービスをしたが、今年はそうしなかったため、結果的に利用人数は昨年よりも減ってしまった。

子どもと行ってなかなか「エアコンを止めて来ました」と言い出しづらい。クールシェアメニューへの落とし込みをやりたかったが、今年ではできなかった。ちょっとお得なクールシェアメニューを数店舗で作って、共通のチラシに掲載して各店のメニューに挟んで置いても面白い。月ごとにテーマを決めて、クールシェアメニューを変えてみるのもよい。チラシは実費負担でもよい。昇り旗は1,000円程度なら実費負担も構わない。内容のあるイベントであれば、いくらお金を出してほしい。

市民の方々にはもっと気軽にお店に寄ってほしい。

暑さ日本一ではなくなりましたが、暑いことにはかわりないので、これからも続けてほしいです。

商業目的というよりも「楽しむ」ことを大切にできたらよかった。コミュニケーションを大切にしていけるイベントにしたいです。

小冊子のような、もう少し小さい物があればMAPも使いやすと思う。

昇り旗は実費負担も構わない。内容のあるイベントであれば、いくらお金を出してほしい。クールシェア特典で利用された分だけのコスト負担もしているの、クールシェアをやれば儲かるようにしてほしい。テレビなどマスコミに出させてもらうのが一番ありがたい。

色々な職種・業種が参加することによる活性化を今後も促進してほしい。

前年度に比べ今年度は範囲が広がったと思います。地域活性化に対して良いPRになっていると思います。

地域が活性化できるように、これからも頑張ってください。

地域活性化に興味がある人が少ないと思う。

特典内容がわかるクールシェアMAPは必要だと今後も思います。クールシェアから地域活性化をしていただけたらと思っておりますので、今後ご協力させていただきます。

認知度が低い。

認知度が低い。

認知度は低い。LINEで繋がっている人は「サービスあるのか？」という問い合わせもあった。フェイスブック等も利用しては？

認知度は低いと感じる。はたして効果はあるのか？

認知度は低いと感じる。はたして効果はあるのか？

認知度は低いと感じる。はたして効果はあるのか？

無料のクーポンをつけてほしい。お互いに情報交換したいので現場の人も反省会に参加して意見交換をしたい。JCメンバーが実際クールシェアを利用して体感してほしい。

来年もぜひ継続してほしい。

来年も続けてほしいです。

来訪者の意識にクールシェアを植え付けることはすごくできた。一カ所に集まって何か活動することが自宅の節電と、熱中症予防になることを理解して頂いたと自負している。クールシェアくまがやは良い取り組みであると思う。引き続き取り組みます。

良いアピールにはなっていると思う。

例えば、飲食店、美容室、ネイルなどのグループに分けて、お互いのクールシェア特典を紹介し合う仕組みを作り、クールシェアしているお店をシェアしてはどうか。クールシェアMAPに切り取り式の子ケットを付けてみてはどうか。クールシェアMAPは、情報が凝縮しすぎている。写真中心に、女性が喰いつくように、例えば無料地域情報誌の「smife」みたいなカッコいい紙面にできるといい。クールシェアという言葉は知っているが、クールシェアとは何か、どうすれば利用できるのか知らないお客様が多い。昇り旗は多額でなければ実費負担も構わない