



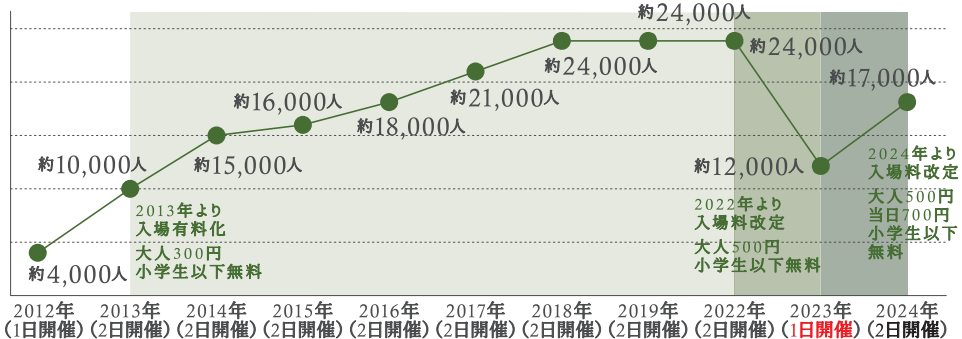
1.メイン会場 2.3.4.5.クラフト作品 6.7.8.フード 9.10.応援企業ワークショップ

にわのわ アート&クラフトフェア・チバとは？

2012年、『DIC川村記念美術館』を会場とし

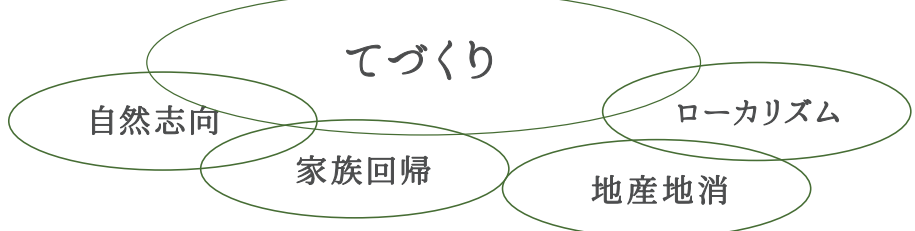
初開催された「にわのわ アート&クラフトフェア・チバ」は、千葉という土地にゆかりのある「つくり手」を、もっともっと、たくさんの人に知ってもらいたい、さまざまな作品の「つくり手」と「つかい手」が、あたたかくなれる場をつくっていききたい、そんな思いをかたちにするための試みでした。この「にわのわ アート&クラフトフェア・チバ」は、想像以上の反響を呼び、入場料のある異例の「クラフトフェア」であるにもかかわらず、地元千葉県だけではなく、関東を中心に他県からも多くの来場者を集め、着実に集客数を伸ばしています。2015年、会場を『国立歴史民俗博物館』に隣接する『佐倉城址公園』に移しましたが、町とのつながりも重視した企画も加え、安定した集客を誇っています。

【過去集客実績】



にわのわ アート&クラフトフェア・チバ来場者の特長

【来場の目的意識】

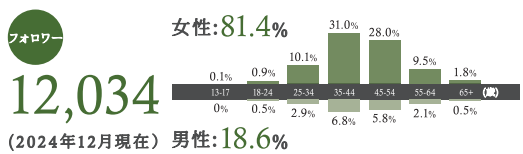


20代後半からファミリー、熟年層まで「セルフ&ライフコンシャス層」が目立つイベント。それが「にわのわ」です。

20代後半からファミリー、熟年層まで。来場者の年代が幅広いことも「にわのわ」の特長。小さなお子さま連れのファミリーから、モノへの興味・こだわりが生まれはじめたミドル層、さらにバイタリティあふれるシニア層まで、さまざまな年代のたくさんの方々が思い思いに楽しめるイベントです。

【「にわのわ」instagramフォロワー数と年齢、性別統計データ】

instagramでの統計によると、「にわのわ」の情報をinstagramで得ているのは35～45歳の女性。クチコミによる波及効果も高く、ある程度の経済力も持ち、さまざまなモノに対する審美眼も兼ね備えた女性たちが注目するイベントでもあります。



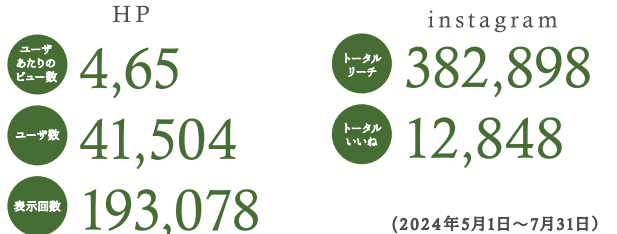
※コンシャスとは「意識している」「気をつけている」という意味。ここでの「セルフ&ライフコンシャス」とは「自分や日々の暮らしを考えている」という意味で使用しています。

「にわのわ」の集客活動

以前は開催2ヶ月前よりHP&ブログで情報発信し、instagramやX (旧Twitter) などのSNSを利用して情報の拡散をしていましたが、2022年からはさらにオリジナルコンテンツの「にわのわラジオ」や出展していただいた「つくり手」のみなさまのその後の活動などを紹介する「つくり手のそれから」を日々更新し、年間を通してお客様に見ていただけるサイトを構築しています。

【「にわのわ」HP・instagramアクセス実績】

HPのアクセス数は、「にわのわ」開催前後の約2週間をピークとしています。開催月と前後1ヶ月をあわせた3ヶ月のHP表示回数は約19万。ユーザ数は約41,000人。ユーザあたりのビュー数も4.65と関心の高さがうかがえます。また、instagram (2024年12月現在) は同じ3ヶ月の期間に76の投稿。合計リーチは約38万。また、「いいね」は約1.3万あり、にわのわ開催への関心の高さがうかがえます。



パブリシティーによる情報発信

主要な顧客層にアピールできる雑誌、地域情報誌などに取り上げられています。
 新聞●千葉日報・船橋よみうり新聞・北総よみうり新聞社・296ナビ・陶業時報・びーぽぷ・ロク
 雑誌●天然生活・nid・月刊ぐるっと千葉・ハナコママ・佐倉市役所観光パンフレット
 Webマガジン●COLOCAL・キナリノ・さんち・チバコトラボ・リノスタ
 テレビ●ケーブルテレビ296 ラジオ●bayfm