

市民活動的

マルシェの作り方

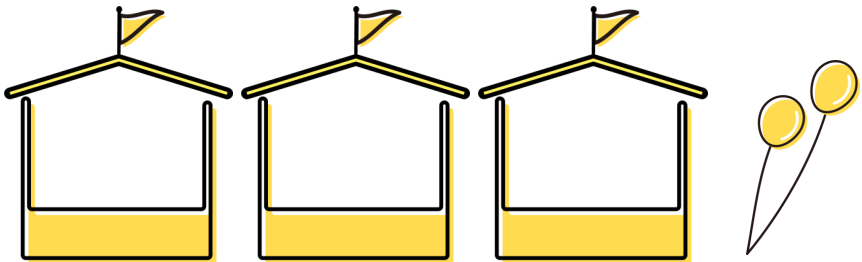
ガイドブック





目次

1. はじめに	2
2. 市民活動とマルシェ	3
3. マルシェを作ろう	5
① 企画づくり～思いをカタチに～	
② 準備と広報～広げて、広める～	
③ 当日～楽しく開催するために～	
④ 終了後～次に活かすため～	
4. おわりに	20
【参考資料】	21
コラム「実践者に聞いてみよう」①	4
コラム「実践者に聞いてみよう」②	8
コラム「実践者に聞いてみよう」③	14
コラム「実践者に聞いてみよう」④	17
コラム「消防署と保健所」	19





1. はじめに

ひとがにぎわい、新鮮な野菜や素敵なお小物が並び、おいしそうな食べ物が提供される。すっかりおなじみとなった“マルシェ”には、いろいろな目的、出店者、さまざまな人たちの参加に気が付きます。あるときはとても賑やかな空間を、ある時は地産地消の品物を、またある時はクラフトを楽しむ場所を、それぞれのコンセプトで商品を提供しています。得てして、そういった場所には、出店者や参加者の笑顔があふれています。なぜなら、そこにはマルシェを主催する方たちの想いが詰まっているからです。

では、その想いの原点はどこにあるのでしょうか？お金のためでしょうか？賑わいをつくりたいから？地元の品を買ってもらいたいから？子どもたちの笑顔がみたいから？


今回私たちは、マルシェを通し、自分たちの周りをよくしようと活動する方たちからお話を伺い、市民活動目線でマルシェを考えてみました。そのうえで、市民活動としてのマルシェ企画の進め方を提案しようと思い、このブックレットを作成しました。

このブックレットを通して、自分たちも地域でマルシェを始めたいと考えている方たちの力になればと思っています。皆さんの作ったマルシェが、地域をより楽しくする場所となるよう、心から応援しております。

真岡市市民活動推進センター

コラボレーもおか






2. 市民活動とマルシェ

市民活動とマルシェ。どちらも聞いたことがある言葉かと思いますが、その意味についてはいかがでしょうか。まずはその定義を確認してみましょう。

市民活動:市民が主体となつて行う、営利を求めない※
公益的な活動のこと

マルシェ:フランス語で「市場」を意味する言葉。個人から
個人事業主、場合によっては企業などが小規模な店舗
を持ち寄つて開催されるイベント

「市場」と聞くと営利を目的とした活動に思われるかもしれませんが。実際にはNPOや地域が主体となつたマルシェも多く開催されています。本冊子では、そういった「お金を儲ける」ことを主とするのではなく、「社会をよくする」ために人やお金、物のつながりを生み出すことを目的としたマルシェを考えていきたいと思ひます。



※営利を求めない(非営利)とは・・・

非営利とは、「利益を分配しない」ことであり、「利益を得ないこと」ではありません。市民活動団体もお金を稼いでよいのです。

「利益を分配」とは、株式会社のように利益を株主や役員に配るようなことを指します。対して市民活動団体の利益は、自分たちの活動のために使っていきます。



コラム「実践者に聞いてみよう」①シモティ 山口 貴明 さん

「石橋で楽しいことやろうよ」からはじまった「シモティ」の活動。「地元で遊ぶ。遊ぶ1日をつくる。一緒に遊ぶ」という目的をもって、マルシェを始めていったそうです。

2年目以降は市の補助金を使い、活動の規模を増やすと、それに伴って増えた出店者さんによってお客さんの幅も増え、「地元」から外へ広がっていったそうです。特に参加されたママさんたちの口コミが一番だったのではないかとのこと。なるほどと思ったのは、終了時のマイクパフォーマンス。「今日ありがとねー。楽しい一日になったかなー。出店者さんも朝早くから寒いのにありがとねー。じゃあみんなちょっと、最後、また来年もやりたいから、ゴミ拾って帰ってねー」といって、「ありがとう」を伝えているそうです。

また、「来場者も、出店者も、運営者も、みんなお客さん」と思っているとのこと。特にスタッフやその家族も全員がちゃんと楽しめるように作っていらっしゃるのだなと感じました。

「コンセプトが一番大事。それがはっきりして、共有できる人とじゃないと、仕事としてやらない以上はいいチームにならないよね」ともおっしゃっていました。しっかりしたコンセプトと共有できる仲間によって、みんなが楽しめるマルシェを作られているのだと納得した時間でした。

(インタビュアー 長野 大輔)

【マルシェ情報】

マルシェ名:しもつけマーケット 他

場所:栃木県下野市きらら館芝生広場など公共広場

開催日時:詳細はウェブサイトで

ウェブサイト:<https://shimoty.com/event/>

3. マルシェを作ろう

ところで、皆さんは“マルシェ”と聞くとどんなイメージを思い浮かべますか？

参加者目線では、とても楽しいことをしているといった感想が多いのではないのでしょうか。そんなマルシェのイメージだからこそ、「開催してみたい」という気持ちが沸き上がるのだと思います。

では主催する側が抱くイメージはどうでしょう。よく聞くのは「簡単にできそう」や「人を集めやすそう」でしょうか。実際間違っていないと思いますが、「とりあえずマルシェ」といった気軽さで、果たしてよいマルシェができるのでしょうか？

今回、本冊子を作成するにあたりインタビューをさせてもらった皆さんには、大きな共通項がありました。それは、「なぜそのマルシェをやるのか」がはっきりとしていることです。目的のためには、たった1回の実施でもよしとしたマルシェもありました。

マルシェという活動は確かに華やかで、うまくいけば人も多く集めることができます。だからこそ、主催者側は自分たちの目的意識が重要だと思います。

だからこそあえて皆さんにお聞きします。

「その“マルシェ”、なぜやりたいの？」

次のページからマルシェの企画づくりについて、段階を追ってご紹介していきます。なぜそのマルシェを行いたいのか、まとめるきっかけになればと思います。





① 企画づくり～思いをカタチに～

◇ 思いやきっかけ、未来像をまとめてみよう

歩き始めるにも目的地があったほうがわかりやすく、仲間も集まりやすくなります。

まずはあなたの目指すマルシェを思い描いてみましょう。

マルシェへの 思い (WHAT)	(こんなことしたい！を書き出してみよう)
なぜそのマル シェをやりたい と思ったの か (WHY)	(企画するに至ったきっかけや経験)
そのマルシェ が実現すると どんな HAPPYが まっているで しょう	(何に(誰に)どんなHAPPYがつながる?)



◇ 思い描いたマルシェの具体的なイメージを考えよう

思い(WHAT)やきっかけ(WHY)をまとめたら、次はもう少し具体的なことを残りの6W2Hを参考に考えてみましょう。

WHO (だれが?)	思いを共有できる仲間はだれだろう? (出店者も含め一緒にやってくれる人をイメージしよう)
WHOM (だれに?)	活動を <u>いちばん楽しんでほしい人</u> を思い浮かべよう!
WHERE (どこで?)	思いに沿った場所を選ぼう!
WHEN (いつ?)	来てほしい人のことも考えて選ぼう (例えば、季節や屋内外など)
HOW (どうやって?)	前頁の「こんなことしたい!」はどうやればできそうでしょうか?
HOW MUCH (どれくらいで?)	開催には少なからずお金が必要。運営面(ランニングコスト)、設備・備品面(イニシャルコスト)で考えておこう

これでマルシェ企画の核ができました。続いては、準備と広報を考えてみましょう。

コラム「実践者に聞いてみよう」②

御殿広場ピクニックマルシェ実行委員会 小林 千恵さん

コンセプトは「まちなかでピクニック気分で遊び+買い物ができる場所」を目指しているとのこと。そんな気持ちで開催しているきっかけの一つは、娘さんからの「お母さんがイベントの仕事をしているので小山の事を知る事が出来ます！それが自慢です」のことばだそうです。そこから、娘さんにとっては小山こそが地元なんだと気づき、まちづくりのスイッチが入ったそうです。そんなことから現在は、市役所隣の広場や思川沿いの広場はもとより、ロブレなど市内の施設も使った取り組みになっているようです。

活動の時大事にしているのは、出店者とのかかわり。初めての出店の際は必ず会ったり、ちゃんと知り合ったりしながら、出店者自身も楽しみにしてくれるようなイベントにしているそうです。出店者・スタッフ・運営が一緒になって、ゆったり楽しめるマルシェが作られていることが分かりました。

お話を聞いて思ったのは、つながりをとても大事にされていることです。仲間だけでなく出店者、お客さん、行政、地域の方々と協力し合って楽しく活動されているからこそ、続いているのだらうと思います。

活動の案内や様子はInstagram等で発信されています。そちらもぜひご覧ください。
(インタビュアー 長野 大輔)

【マルシェ情報】

マルシェ名:御殿広場ピクニックマルシェ、

思川リバーサイドマルシェ

場所:栃木県小山市役所隣芝生、思川観晃橋南側

開催日時:御殿広場は年2回、思川は年1回

備考:ロブレなど新たな場所での開催もあり。詳しくはSNSで

Instagram:<https://www.instagram.com/510picnic/>



②準備と広報～広げて、広める～

◇ 必要なヒト、モノを集めよう

マルシェを開催時には、出店者やスタッフなどの「人」と場所や備品等の「物」など、いろいろと必要になってきます。特に重要そうな「人」「物」を紹介します。

「人」に係る準備

出店者	<p>どんな出店者をどうやって集めるか、コンセプトや目的に沿って考えてみましょう。事前に顔の見える関係を作っておくことも大事。活動前にほかのいろいろなマルシェに出向いてみて、出店者とつながっておくのもありかもしれません。</p> <p>ちなみにほかのマルシェや予定も考え、2か月前には募集や声掛けを始めるとよいでしょう。</p> <p>プロからアマチュアまでいろんな人が出店できるのがマルシェの面白さだと思います。こだわりを大事にしつつ、受け付けていきましょう。</p> <p>関連する書類：出店者要項・申込書、会場配置図、チラシ、出店場所の配置図・取り扱い食品概要書(臨時出店届の添付書類)、営業許可証 等</p>
運営スタッフ	<p>どのくらい人が必要か、仲間だけで足りるのか、足りないなら公募するのか、来てもらった際には無償か有償か、など考えてみましょう。</p> <p>関連する書類：スタッフ要項・申込書、会場配置図、チラシ、当日スケジュール 等</p>
協力者	<p>活動に共感して、協力してくれる人がいると活動に幅ができます。特に行政や企業からの協力がもらえたらとても力になりますよね。そのためには、相手に「いいね！」といってもらえるような準備が必要です。思いや計画を上手に伝えてみましょう。</p> <p>関連する書類：チラシ、企画書、プレスリリース 等</p>



「物」に係る準備

開催地	<p>マルシェを開催するにあたって、敷地の所有者とのやり取りはかかせません。個人等であれば無料で協力してくれることもあるかもしれません。また、公有地でもきちんと申請すれば無料で使える場所もあります。なににせよ、なぜそこを使いたいかをはっきりさせ、所有者に共感してもらうことが大事だと思います。</p> <p>関連する書類：企画書、会場配置図、利用申請届出書 等</p>
備品	<p>テントや机など出店者に伝える必要があるものもあるので、用意できるものをはっきりしておきましょう。購入することはあまりないかもしれませんが、その場合は他の購入品と同じく会計管理をしっかりとしましょう。</p> <p>関連する書類：企画書、物品利用申請書、レシート、会計簿 等</p>
消耗品	<p>紙等必要になる消耗品もあると思います。きちんと運営上の支出がわかるようにレシート管理や会計簿の記入をしていきましょう。</p> <p>関連する書類：レシート、会計簿 等</p>
資金	<p>ちょっと「物」から外れますが、お金も大事なファクターです。ボランティアは「手弁当」が基本となりますが、継続などを考えれば、きちんと収入を見込むべきだと思います。特に出店料はしっかり設定しておきましょう。(2,000～3,000円/1店舗くらいが多いみたいです)</p> <p>協賛金や寄付を募るのもありだと思います。</p> <p>助成金等を利用するのも手ですが、助成金だけの運営にならないよう注意しましょう。</p> <p>関連する書類：会計簿、領収書の発行 等</p>

人と物に関する準備はできましたか？次は出店者に係る内容に注目してみましょう。



◇ 出店者を募ろう

マルシェでもっとも時間をかけるのは出店者への対応かと思います。お互いにスムーズに進めるためにはどうすればいいでしょうか。主要な点をスケジュール形式で表してみました。(あくまで一例です。内容に合わせて調整してみてください)

月	出店者	運営
3か月前		企画書等の完成
2か月前	参加の申し込み	募集・声掛けの開始※ ¹ 場合によっては面接等※ ²
	必要書類の提出	決定の通知と 必要書類の収集※ ³
1か月前	開催周知への協力	各所への書類提出※ ⁴ SNS等での出店者紹介
	消防署への協力	消火器の確認など 開催中は声掛けして交流 していこう！
当日	出店料の支払い	お礼と領収書 等

※1要綱には、目的・コンセプト、出店料、雨天時対応、駐車場・会場乗り入れ・貸出物品の有無などを入れておきましょう

※2面接でなくとも、事前に顔つなぎしておく、トラブル回避などにもつながります。特に初めての出店者とは挨拶もかねて会っておくとよいでしょう

※3決定通知に合わせて、出店場所や提出書類の案内、イベント周知のお願い、出店者紹介のための写真やメッセージをお願いしましょう

※4消防署と保健所への提出書類(P13参照)は2週間前までには提出しましょう



◇ 広報しよう

せっかく出店者が決まっても、周知されていなければ人は集まりません。広報の方法について、いくつかまとめてみました。

a. チラシ

もっともポピュラーな媒体かもしれません。パソコンで作るのが主流ですが、手書きでもぜんぜんOKです。また今はスマホ1台あれば簡単にデザインができてしまいます。データだけでもいろいろ利用できるので、チャレンジしてみましょう。

配布する際には、対象とする人たちがよく見る場所で配布すると効果的です。配布・配架をお願いする際には、感謝を忘れないようにしましょう。また、出店者の皆さんには積極的に情報を流し、広報に協力してもらおうとよいでしょう。対象の方だけでなく、出店者のファンの方にも来てもらうチャンスです。

b. SNS

現在では当たり前になったSNSでの周知。手間がかからない分、ウェブサイトよりも利用する方は多いと思います。こちらは定期的な発信を続けることで、より多くの方に見てもらえるようになります。ぜひ出店者等の紹介にも時間をかけてみてください。

c. ウェブサイト

もしウェブサイトを持っている、あるいは用意する予定があるなら、活動の告知だけでなく過去の様子も見せられるとよいと思います。サイトがなければ無理して作らずともSNSなどで十分かもしれません。

d. マスメディア

効果は大きいですが、告知や取材につながるかは状況次第なところもあります。とはいえ、プレスリリースを送ったり、知り合った記者さんに開催を伝えたりしておけば対応してくれるかもしれないので、ぜひ声掛けしておきましょう。

e. 口コミ

インターネットが発達した現在でも、もっとも強いのは人と人とのつながりで広まることです。SNSだけでなくリアルでも広めてもらえるよう、仲間や出店者と共有していきましょう。



◇ 書類を提出しよう

主に必要と思われる書類を挙げてみました。実施する場所や内容によってこれ以外にも必要になる場合があるので、よく調べておきましょう。

書類名	用意する人	提出先
会場の利用申請	主催者	会場となる場所の所有者
物品の利用申請	主催者	物品の所有者
臨時出店届	主催者	開催地を管轄する保健所
添付)会場の案内図	主催者	同上
添付)出店場所の配置図	出店者 ^{※1}	同上
添付)取り扱い食品概要書	出店者 ^{※1.2}	同上
飲食店営業(露店、自動車等)許可証の写し ^{※3}	出店者	主催者
露店等の開設届出書	主催者	開催地を管轄する消防署(2部必要)
添付)消火器等の配置図 ^{※4}	主催者	同上
イベント賠償責任保険等 ^{※5}	主催者	各保険会社

※1出店者が用意し、臨時出店届とともに主催者が提出します

※2各種営業許可がある場合、その写しで替えることができます

※3営業許可(露店、自動車もしくは製造業関係)があれば配置図ならびに取り扱い食品概要書は出さなくてよいようです。ただし許可証の写しは主催者確認のため出してもらったほうがよいと思います

※4出店場所の配置図内に消火器設置場所が入っていれば大丈夫です

※5任意ではありますが、万が一を考え加入しておくのがよいでしょう



コラム「実践者に聞いてみよう」③

ナチュラルフード森の扉 野原 典彦 さん

野原さんは、茂木町で自然栽培野菜等の店舗を持たない八百屋をなさっています。そこには、農薬も肥料も使わない自然栽培野菜のおいしさを知ってもらいたい、在来野菜を知ってもらいたい等の思いがあるそうです。そんな野原さんですが、いくつものマルシェの開設に係られています。今回は、ご自身がメインで企画した「teteマルシェ」を中心にマルシェづくりについてお聞きしました。

「生産者と消費者がダイレクトに結びつくための日常的なマーケット」をめざしたという「teteマルシェ」は、宇都宮市内にある店舗の駐車場を使って、出店も2～3店舗のみ、開催も月2回というこじんまりとしたマルシェです。しかし、毎回40人程度のお客さんで、都内のオーガニックイベントと同じくらいの売り上げがあるといいます。そこはオーガニック野菜を望む方が、そういった野菜をつくる農家さんや売る八百屋さんなどとゆっくりと出会い、購入できる場になっていました。

野原さんは、マルシェのタイプを「日常的」か、「お祭りの」で分けて考えていらっしゃいました。また地域性100%ものよりも地域と地域を結び付けられるマルシェを目指し、補助金頼みだとその場限りになりがちともおっしゃっていました。もちろんコンセプトによっても変わってくるのですが、目的意識やコンセプトづくりの大切さが感じられました。

ちょうどインタビューに伺ったとき、いろいろな事情によりマルシェを終了するタイミングでした。7年半実施し、残念そうではありましたが、すでに新しい企画を練っていらっしゃいました。ご興味があればウェブサイトを訪れてみてください。
(インタビューアール 長野 大輔)

【マルシェ情報】

マルシェ名:teteマルシェ(終了)

※現在、ファーマーズマーケットの立ち上げ準備中。

ウェブサイト:<https://naturalfood-morinotobira.com/>



③ 当日～楽しく開催するために～

◇ 当日準備

さて、待ちに待った当日です。せっかくのイベントなので、運営メンバー、出店者も含め、みんなが楽しめるとういのですよね。事前に以下のようなものを作っておいて、共有できるとよいと思います。

役割分担の確認	当日の分担も決めておきましょう。「気づいたら一人であれもこれも対応して、楽しめなかった」とならないよう、メンバーが対応しなければいけないことをうまく分け合えるようにしましょう。（これは当日に限らずのお話、ですね）
タイムスケジュールの作成	当日の流れがわかるように作っておきましょう。運営側、出店者、外部対応等がそれぞれわかるようになっているとよいと思います。
現地での各種案内	その都度、スタッフが対応しなくてもよいように、トイレや駐車場の位置、会場でのお願いごとなどを一目でわかるように準備しておくとういでしょう。

◇ 開催の判断

マルシェといえば屋外でのイベント。やはり天気が気になるところです。当日の開催については、要項等でしっかり事前共有しておきましょう。特に出店者は仕込みの関係もありますから、なんの予告もなく当日中止にするなどは避けたほうがよいでしょう。不安な状況であれば、情報を収集しつつ、出店者・メンバーと密に連絡を取っていきましょう。

そのうえで、どうするか判断するのは勇気のいることだと思います。次回や他の取り組みのことも考え、決断していきましょう！



◇ 当日の流れ

開始前にスケジュールを共有しておけば、みんな動きやすくなります。一例をご紹介しますので、参考してみてください。

時間帯	スタッフの動き
開始前	・会場準備 ・出店者の誘導※ ¹ ・消防署の確認への対応※ ² ・スタッフ、出店者への開始前あいさつ
開始後	・開場、受付の対応
開催中	・記録やSNS発信 ・参加者へのアンケート※ ³ ・出店者との交流 ・スタッフの休憩・昼食対応 ・トラブル対応
終了前	・出店料の収集※ ⁴ ・出店者へのアンケート※ ³ ・全体への終了アナウンス
終了後	・片付け ・出店者へのあいさつ

※¹出店スペースは事前にマーキングしておくといいです。事前に入る場所も決めてあるのであれば、ナンバリング等ですぐわかるようにしておきましょう。また、車の出し入れや駐車場所についても案内できるようにしておき、事故等のトラブルを防ぎましょう

※²初開催もしくは火気使用(燃料式発電機含む)出店者が5店舗以上の場合、消防署職員が開始30分前くらいに火気器具と消火器の設置状況の確認にきます。案内のためスタッフ1名は動けるようにしておきましょう。また火気使用の出店者にも消火器を忘れないよう注意喚起しておきましょう

※³次のマルシェや活動のため、意見を聞いておけるとよいでしょう。余力があればぜひチャレンジしてみてください

※⁴出店料を売り上げのパーセンテージとしている場合は終了間際の収集となりますが、定額の場合はお店がすいてる時間に受け取っておくとよいでしょう



コラム「実践者に聞いてみよう」④RIVER+ 岩崎 朱里 さん、伊澤 学 さん

岩崎さんと伊澤さんは、2021年より真岡市で始まった「真岡まちづくりプロジェクト」の参加者で、五行川河川緑地の利活用を考えるチームメンバー（チーム名：REVER+）です。利活用の企画を考える中で、賑わいを作るためタイプの異なる2種類のマルシェを企画されました。

岩崎さんが提案した「ピクニックマルシェ」では「若い人が遊ぶ場所がない」といった課題意識から「おしゃピク（おしゃれなピクニック）」をイメージして企画につなげたそうです。REVER+メンバーに小林千恵さん（P8.コラム参照）がいらっしやったことから出店者を紹介いただくなどして、コンセプトに合った出店者を選んだそうです。その結果、2,000人を超える参加者があり、普段利用の少なかった河川緑地に賑わいを創出するとともに、若い人たちの集まれる場所を作り上げました。岩崎さんは「若者向けの活動を増やすことで、住み続けられる地域となれば」と話していました。

伊澤さんが提案した「Before Sunset」は、一転して「バー」という可能性を秘めた大人のマルシェへのチャレンジでした。「夜の映画会」などほかの人の意見も集約し、自分たちのつながりでできることを形にしたとのこと。そのため、地域のバーをはじめとした飲食店に参加を促したり、真岡青年会議所などに趣旨を伝えたくて協力を仰いだそうです。そんな思いから、「出店したい」と言ってくれた皆さんにはすべて参加してもらったのだとか。地域の飲食店と河川緑地をつなぎ、それぞれの持つ可能性を広げることにつながったマルシェでした。「もっといろいろなプレイヤーが現れて、誰もが（緑地を）使ってもらえたら」と伊澤さんは語ってくれました。

（インタビューアール 長野 大輔）

【マルシェ情報】

マルシェ名：ピクニックマルシェ（終了）

開催日時：2021年10月24日（日）10:00～15:00

マルシェ名：マルシェ名：Before Sunset（終了）

開催日時：2021年12月19日（日）15:00～19:30

場所はともに、栃木県真岡市五行川河川緑地。河川緑地の利活用事例として、民間によるマルシェ等につながっている。



④ 終了後～次に活かすため～

終わったらそれで完了ではありません。ぜひスタッフ間で振り返りなどを行い、次のマルシェあるいは次のアクションへつなげていきましょう。

収支決算	お金については、しっかり管理していきましょう。簡単でよいので決算書を作って、お金の使い方を振り返れるようにしておきましょう。
アンケートのとりまとめ	「当日の流れ」のなかでも触れましたが、参加者や出店者にアンケートを行っておけば、振り返りの際の資料にもなるのでオススメです。グラフ化できているとわかりやすいのでなおよいと思います。
振り返り	アンケート結果や当日のトラブル、気づいた点、次回に向けての話をスタッフで共有してまとめておきましょう。 堅苦しくやる必要はないので、子どもと一緒にだったり、おいしくご飯を食べながらだったりと気軽にやってみましょう。
関係各所への報告	申請したものには報告書が必要な場合があります。なかった場合でもお世話になったところへ挨拶とともに活動がわかるものをお渡しすると関係が継続していくと思います。電話やメールでもよいのでやってみてはいかがでしょうか。



コラム「消防署と保健所」

マルシェを行う際に、ほぼ確実にお世話になるのが、地域の消防署と保健所。真岡市を管轄する施設の方々に話を聞いてきました。どちらの職員さんも丁寧に対応してくださいました。

共通しておっしゃっていたのは、早めに来て相談してほしいとのことでした。特に保健所では、近年食品衛生法が改正され、営業許可制度等が変わったこともあり、確認と提案のため2週間くらい前には来てほしいとのことでした。食中毒等のリスクもあるため、「主催者の責任としてリスク判断を行ってほしい」とのことでした。消防署のほうでは、近年の発電機等の事故などから、消火器はしっかりと設置していることがわかるようにしてほしいとのことでした。こちらも事故が起こってからでは遅いので、「出店者には十分に注意喚起してください」とのことでした。

どちらも書類を提出するのはちょっと面倒かもしれませんが、しかしながら、参加者の、ひいては出店者、主催者の安全のため必要なことだと再認識しました。ぜひ、提出に出向き、アドバイスを受け、安全安心のマルシェにつなげてほしいと思います。

【施設情報】※真岡市管轄の施設となります。

- 消防署：芳賀地区広域行政事務組合消防本部
場所：栃木県真岡市荒町107-1
- 保健所：県東健康福祉センター
場所：栃木県真岡市荒町116-1




4. おわりに

マルシェは、営利・非営利問わず全国でたくさん行われてきました。それだけ市民の間に広まっていたイベント・居場所だと感じています。ぜひ本紙を参考に、市民活動目線での新しいマルシェが実施され、地域の賑わいにつながれば幸いです。

本紙で触れた内容は小・中規模のマルシェを想定しております。そのため、コンセプトによっては、詳細が変わっていくと思います。それは、お話を聞いた皆さんの様々な思いとバラエティあふれる企画からも感じられました。企画の上で気になる点があれば、マルシェの実行者の方々とつながってみるか、当センターやお近くの間支援センターなどに相談してみるとよいのではないのでしょうか。

それでは、皆さんの思いを形に変えて、素敵なマルシェができることを心よりお祈りいたします。みんなで楽しく、にぎやかな居場所を作っていきましょう！





【参考資料】

○書籍

脇坂真吏「マルシェのつくり方、使い方 運営者・出店者のための教科書」学芸出版社、2019

【各種届出等】

○露店等の開設届け出書

<http://hagakouiki.jp/syoubou/download/>

○臨時出店届・取扱食品概要書

<https://www.pref.tochigi.lg.jp/e07/shokuhin-eisei/2016rinjishutten.html>

○食品営業許可申請手続きについて

<https://www.pref.tochigi.lg.jp/e07/shokuhin-eisei/syokuhineigyokyokatetuduki.html>

市民活動的マルシェの作り方ガイドブック

発行：真岡市市民活動推進センター コラボーレもおか

〒321-4507 栃木県真岡市石島893-15

T E L : 0285-81-5522

F A X : 0285-81-5558

E-mail: info@collabo-moka.net

U R L : <http://collabo-moka.net>

発行日：令和5年3月

本書を無断で複写・転載することをご遠慮ください



発行：真岡市市民活動推進センター コラボレもおか