

いまあるイベントと、結マルシェの違い

地域の力でつくる『週末のテーマパーク』

どの形にもよさがあります。結マルシェは、その**すき間にある形**です。
企業が「お金を出す人」ではなく「**一緒につくる人**」として入り、**関わった全員に持ち帰りがある**ように設計しています。

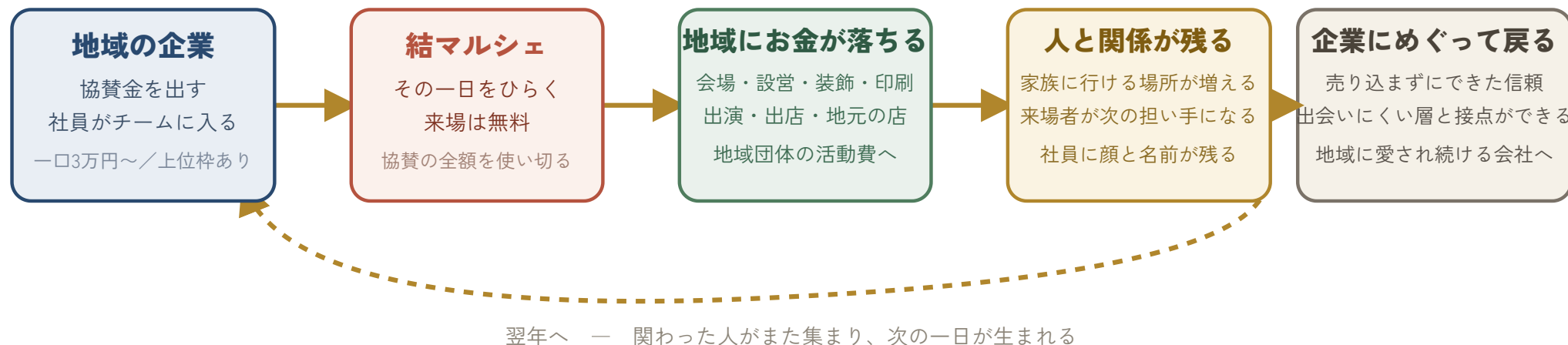
	行政・商工会のまつり 市・商工会・自治会が開く	企業の集客イベント 住宅展示場・店舗の催し	マルシェ運営会社 出店者を集めて場をつくる	結マルシェ MEGURUプロジェクト
ひとことで	地域の年中行事	自社を知ってもらう場	出店者に場所を貸す商売	企業と地域が 一緒につくる 一日
だれが主催するか	行政・商工会・自治会	その企業	運営会社	地域の団体や、やりたい人 。マルトは運営を支える側にまわります
お金はどこから	税金・補助金・出店料。 予算の枠 の中で決まります	その企業の販促費	出店料。出店者の負担で成り立ちます	地域企業の協賛 。集まった額でその日の規模が決まり、 全額をその一日に使い切ります
企業の関わり方	協賛して社名が載る（お金のみのことが多い）	自社のPRの場。来場者は「お客様」	出店者として売り場を持つ	準備の段階からチームに入る 。地域の人と一緒に汗をかき、売り込まずに関係ができます
来場者の負担	無料のことが多い	無料	入場無料（買い物は有料）	入場無料 。協賛でまかなうので、誰でも来られます
続き方	予算がつけば続く。担い手の高齢化が課題になりやすい	効果が出なければ終わる	出店者が集まれば続く	関わった全員に持ち帰りがあるから、毎年続く 。来場者から次の担い手が生まれます
地域に残るもの	当日のにぎわい	見込み客のリスト	出店者の売上	人と人の関係・次の担い手・地域の需要のデータ （同意を得た範囲で統計にして地域へ戻します）
他の地域への広がり	その地域だけ	その企業だけ	運営会社が自ら動く分だけ	手順書とフランチャイズ 。地域の人が自分たちで開ける形ごと渡します

🌱 既存の形を置きかえるものではありません。行政のまつりも、企業の集客イベントも、マルシェも、それぞれの役割があります。結マルシェが埋めるのは、「**やりたい人はいるのに、お金と人手と段取りが足りなくて開けない**」というすき間です。

お金も、ご縁も、地域の中をめぐる

地域の力でつくる『週末のテーマパーク』

協賛金は、その一日で**地元に残ります**。関係は翌年に残り、来場者から次の担い手が生まれます。
だから一度きりで終わらず、**年に一度、会う理由**が地域に残ります。



01

企業は「出す人」ではなく「つくる人」

協賛の上位枠では、社員が準備の段階からチームに入ります。名刺を配った人は忘れられますが、一緒に汗をかいた人は忘れられません。売り込む前に、関係が先にできます。

02

関わった全員に持ち帰りがある

来場者の満足だけを追いません。ご家族・ボランティア・社員・協賛企業・主催団体・マルト。六者それぞれに持ち帰るものを設計するから、翌年も同じ顔ぶれが集まります。

03

手順書にして、地域へ渡す

会場予約の受付開始日、後援申請の書類、備品の相場までを手順書にまとめています。イベント制作を売のではなく、地域が自分たちで続けられる仕組みごと渡します。

本資料には事業の考え方のみを記載しています。運営手順・協賛設計・見積の詳細は、秘密保持の合意のうえでご説明します。