

～NAKAMARU MARCHE～について

○目的

- ・ふたば福祉会内の授産製品（パン・焼き菓子・ふきん・さをり織り等）の品質向上・アピール・拡販。
- ・拡販して授産製品の売り上げを増やし、仲間（利用している障害者）の給料をアップする。
- ・地域における公益的な取り組みの中の「地域との交流」として位置づけ、人と人との交流を生み出す。

○従来のバザーではなくマルシェにした狙い

今までは出店を自分たちで行い、外から呼んだとしても福祉関係が主だった、準備・出店・販売・片付け等をすべて自分たちで行う従来のバザー形態に限界を感じていた。お客さんも関係者・身内が多く、作業所製品という事で善意で商品を買ってもらえるが広がりが少ない状態。マルシェという形をとり、地域の方々に出店者として参加してもらい、その出店者さんが呼ぶお客さんを含め、今まで接点がなかった層への発信をすることで繋がりを得ることを狙った。

○開催実績

- vol.1 2016年12月10日（土）15店舗 研修室1
 - vol.2 2017年4月30日（日）13店舗 研修室1
 - vol.3 2017年12月10日（日）19店舗 研修室1・2
 - vol.4 2018年4月15日（日）22店舗 研修室1・2
 - vol.5 2018年12月23日（日）22店舗 研修室1・2
 - vol.6 2019年4月28日（日）32店舗 多目的ホール
 - vol.7 2019年12月8日（日）34店舗 多目的ホール
 - vol.8 2020年4月26日（日）コロナウイルス感染拡大防止の為中止
- （・いずれも和歌山県立情報交流センター Bigu ・出店者にはふたば2店舗含む）



NAKAMARU MARCHE

○ナカマルマルシェ出店者選定

マルシェイベントでは公募制が一般的、しかしナカマルマルシェでは販売する商品を実際に見て、出ていただきたい・紹介したい出店者さんに声掛けして出てもらうようにしている。

意図は…

① 本来の目的である授産製品の拡販を達成するため。

クオリティの高い周りの製品に合わせ自分たちの製品も品質を向上させ、イベントへ中心的に関わる事で新たな繋がりをを見つけ、販路・仕事を生み出す。

世の中の流れを感じ製品に取り入れることができる。

たとえば、世の中の流れを見極めながら、良い製品を生み「物を売る」流れを生み出せれば、その中に様々な形の仕事生まれ、多くの仲間が関わる事が出来る。

仕事・役割ができて、一つ一つの関わりが生きがいにも繋がるのではないかと考えている。

② 他のイベントとの差別化・お客さんに来てもらわないと意味がない

～出ることが目標になるイベントとして～

「地域のハンドメイド作家さんやお店が自分たちもいつか出店したい！と思うような憧れのイベント」として確立し人を呼ぶ仕組みを作りたい。

～忘れないようにしている事～

「単におしゃれな人を集めておしゃれなイベントをやっているのではなく、何のためにやっているのかを意識する。」

その他

○マルシェを法人の重要な役割を持つイベントとして続けていくために

「ナカマルワークスの取り組み」

ふたばの製品をブランドとして確立する。

そのブランド（ナカマルワークス）とイベント（ナカマルマルシェ）の取り組みを分けて動きを分かりやすくするため、合わせて視覚的な認知度を高めるためにワークス・マルシェ2つのロゴを作成。

○ナカマルワークスとは

1. ふたば福祉会のグループ全体で作られている製品のマネジメントを行う部門
2. ふたばの製品を集めて出店する際の屋号
3. ナカマルマルシェの主催

以上を担う。

ナカマルワークス ロゴ(六文舎デザイン部作成)

ふたばに関連する活動が今後発展していくよう

「羽ばたく・飛躍する」イメージで鳥をモチーフに作成していただきました。

その鳥は足を一步踏み出していて、前に歩き出そうとしています。



○地域における公益的な取り組み「地域との交流」への位置づけ

社会福祉法人の責務である地域における公益的な取り組みの内容（以前は子ども食堂や無料の塾など）が限定されていたが、柔軟な解釈が可能となり地域の活性化等もその取り組みに含まれることとなった。

そこでナカマルマルシェを地域の方々が集える場所を提供し、多くの人がつながる地域づくりを目指し、多くの人の交流が生まれるイベントとして位置付けた。

○過去のマルシェ フライヤー

