✦ MARUTO ✦

結マルシェ

14のメリット

相手によって、出す番号を変えるための資料です。

必要な枚数だけ抜き出して使えます。

マルト　代表　秋栃 由香利

相手によって、見せる顔がちがう。

子どもと、家庭

1 入場無料

2 体験格差の解消

3 運営する側の経験

企業と、はたらく人

6 準備の三ヶ月

7 採用につながる

8 信頼から入る営業

9 人材育成

13 活動を知ってもらえる

地域と、担い手

4 店がなくても出せる

5 持ち出しゼロ

10 売り手と買い手を超える

11 担い手が育つ

12 地域にお金が落ちる

14 やりがいのある時間

この中から、相手に効く番号だけを抜き出して使います。

お財布を気にせず、
一日ぜんぶ遊べる。

入場は無料です。
家庭の収入にかかわらず、子どもが
朝から夕方まで、たっぷり遊べます。
「今日は我慢して」と言わなくていい一日を、
地域につくります。



MERIT 01

年収で、
2.7倍の差がある。

体験活動への支出は、年収300万円未満の家庭で
年**38,363円**。600万円以上の家庭で年**106,674円**。
2.7倍の開きがあります。
このイベントだけは、その差が消えます。

出典：チャンス・フォー・チルドレン（2022年）



子どもが、
「お客さん」で終わらない。

受付、MC、ブースの運営。

子どもたちが**運営する側**にまわります。

遊びに来た子が、働く楽しさを知って帰る。

学校では経験できない一日になります。



お店を持たない人も、
出せる。

自分の手でつくったもの、できること。
お店を構えていなくても、その日だけ
まちの人の前に並べられます。
いちばん最初の一歩を、ここで踏み出せます。



想いはあるのに、
お金で止まっていた人へ。

「やりたいけれど、資金がない」

その理由で止まっていた団体が、

持ち出しゼロで開けます。

集めるのは、わたしたちの役目です。



共に創る、三ヶ月。
当日だけでは終わらない。

当日だけでなく、準備の三ヶ月で
企業の社員と地域の人が**5〜6回**顔を合わせます。
よくあるイベントとは、
関係の深さがまったく違います。



求人広告では、
会えない人がいる。

転職を考えていない人は、求人広告を見ません。
でも、地域のイベントには来ます。
働いている姿を見て「この人たちと働きたい」と
思ってもらう。そこからの採用です。



売り込まないから、
話を聞いてもらえる。

当日、その場では何も売りません。
一緒に汗をかいた相手として覚えてもらい、
信頼から入る営業になります。
遠回りに見えて、いちばん確かな道です。



肩書きを外して
創る経験を、社員に。

役職も、名刺も関係のない現場です。
子どもに声をかけ、重いものを運び、
知らない人と段取りを決める。
社内の研修では、できない経験になります。



「売る人」と「買う人」以外の関係になれる。

地域の人にとって、企業はふだん
「何かを売ってくる相手」です。
一緒にイベントをつくると、その線が消えます。
顔の見える関係に、変わります。



来た人が、翌年
つくる側にまわる。

「楽しかった」で終わりません。

来場した人が、次の年には**つくる側**に立ちます。

人を呼んでくるのではなく、

そこで育つ。これが続く理由です。



地元企業の手で、
地元の経済を動かす。

会場設営、印刷、音響、ケータリング。

集まったお金が、地元の業者に落ちます。

外から持ってきて外へ返すのではなく、

地元企業の手で、地元の経済を動かします。



自分たちが何者かを、
知ってもらえる。

チラシやホームページでは届かない相手に、

その日、直接会えます。

何をしている会社なのか、何をしている団体なのか。

どんな人がいるのかが、伝わります。



お金をかけずに、
やりがいのあることができる。

ボランティアとして関わる人にとって、

ここは**持ち出しのない**場所です。

費用をかけずに、地域の役に立つ実感と、

一緒にやる仲間が手に入ります。

