COMMUNITY EVENT PROPOSAL

未来のお客様と、
いま仲間になる。

貴社の社員の方が、地域の方々と一緒に一日をつくる。

そこで生まれたつながりが、

数年後・七年後の関係になります。

対象	会場	時期
0〜3歳とご家族	シビックテラス	春または秋

パナソニック ホームズ 御中

ご提案：マルト　／　2026年9月

CHAPTER 01

この提案の中心にあるのは、イベントそのものではありません

先に、いちばん大事なことを申し上げます。

このご提案の本体は、「人と人が、つながること」です。

0〜3歳のお子さんとご家族のための一日を、シビックテラスで開きます。ただ、**その出し物の内容が主題ではありません**。大事なのは、**その一日をつくる三ヶ月と、当日そこで何が起きるか**です。

つながり方は、二つあります。

ROUTE 1

貴社の社員の方 × ボランティア

三ヶ月、企画会議で意見を出し合い、備品を運び、当日は並んで受付に立ちます。
一緒に何かを作った相手を、人は忘れません。

ROUTE 2

貴社の社員の方 × 来場するご家族

迎える側として、その場にいます。売り込みはしません。
「あのとき受付にいた人」として、顔と名前が残ります。

> そして、そこでつながった方々が、
> **数年後・七年後のお客様になります。**

ですからこの提案書では、「どんな出し物をやるか」より先に、**誰と誰が、どうつながるのか**を書きます。

来た人だけが楽しい一日には、しません。
関わった人が、全員よかったと言える形にします。

この一日には、五つの立場の人が関わります。**その全員に、持ち帰るものがある形**にします。

① 参加する ご家族	② ボランティア
③ 運営に入る 社員の方	④ 協賛企業 （貴社）
⑤ 主催 （マルト）	

① 参加するご家族 0〜3歳のお子さんと

I M A

- ベビーカーで入れる店が少ない
- 泣いたら気まずくて、長く居られない
- 授乳とおむつ替えの場所を調べてからでないと、出かける決心がつかない
- 「今日も家で終わった」が続く

こ の 一 日 で

- **ハイハイレースで、自分の子が主役になる**
- 隣に座った親と、月齢の話ができる
- 助産師さんに、不安をその場で聞いてもらえる
- 手形・寝相アートで、いまの大きさが残る

得 る も の

「うちだけじゃなかった」と思えること。そして、家の外に、行っていい場所がひとつ増えること。

② ボランティア 先輩ママ・パパ／20〜30名

IMA

- 子どもの手が、少し離れてきた
- あの頃はしんどかったが、話す機会がない
- 地域に知り合いはいるが、役割はない

この一日で

- 企画会議で「うちのときはこうだった」が採用される
- **0歳の親に「大丈夫だよ」と言える立場になる**
- 20〜30人のチームの一員になる

得るもの

しんどかった時間が、意味を持つこと。そして、来年も会う理由ができること。

③ 運営に入る社員の方 貴社の営業の方／2〜4名

IMA

- 断られる回数のほうが、圧倒的に多い
- 数字に追われる
- 「営業の人」として見られるところから、毎回始まる

この一日で

- 会議で出した案が、そのまま形になる
- **当日、抱っこしたお母さんに礼を言われる**
- 自分が作った場所で、人が笑っている

得るもの

断られない三ヶ月。地域に、社名ではなく名前が残ります。**若手の方の育成・定着という意味でも、小さくない経験のはずです。**

④ 協賛企業 貴社

I M A

- 展示場に来るのは、すでに検討中の層
- その先の層に届く手立てが少ない
- イベントを打っても、一日で関係が終わる

こ の 一 日 で

- **800名規模**の0〜3歳のご家族に、社名が届く
- **ボランティア20〜30名と、社員が三ヶ月同じチームにいる**
- 住宅・不動産は、貴社1社限定

得 る も の

七年後の顧客と、いま38.2歳のボランティア層。売り込む前に、関係が先にできています。（根拠は第4章）

⑤ 主催 マルト

I M A

- 一度きりのイベントは、作りたくない
- やって終わりでは、地域に何も残らない

こ の 一 日 で

- 地域に、毎年続く場所がひとつできる
- **翌年のボランティアが、今年の来場者から生まれる**

得 る も の

翌年も、同じ場所で同じ方に会えること。**正直に申し上げると、私たちにも運営費が入ります（第7章に率まで開示しています）。**ただそれは、来年も続けるための費用です。

どれかを我慢して、どれかを立てる企画ではありません。**五つとも成り立つように設計しています。**どこかが無理をしている企画は、二年目がありません。

> 🌿 そのうえで、正直に申し上げます。
> **ボランティアも来場者も、数年後と七年後に家を建てます。**そこが貴社にとっての意味であることは、隠しません。
> ただ、**無理に狙わなくてもつながります。**なぜそう言えるのかは、第4章で数字とともにお示しします。

CHAPTER 02

どんな一日にするか（たたき台）

中身は、まだ決めていません。決めるのは、ボランティアの方々と貴社の社員の方が集まってからです。

決まっていないから、
一緒に決める時間が生まれます。

ここに書くのは、いまの段階の**たたき台**です。「こういう方向で考えています」という材料としてお受け取りください。第1章で書いたとおり、**この企画の値打ちは、中身そのものよりも、中身を一緒に決める三ヶ月のほうにあります。**

ひとつだけ、外せない前提があります。0歳と3歳では、できることがまったく違うということです。ひとくくりにすると、**結局どの子も楽しめない一日**になります。だから月齢ごとに分けます。

> たとえば——
> **ハイハイしかできない子が、ハイハイで一等賞を取れる。**
> そんな場面を、いくつ作れるか。

以下はすべて「例」です。実施を約束するものではありません。この方向で、みんなで考えていければと思っています。

0歳

ねんね〜はいはい

- **ハイハイレース**
- 寝相アート撮影
- ベビーマッサージ体験
- 布絵本・にぎにぎ
- 手形・足形アート

1歳

あんよ〜よちよち

- よちよちレース
- 小さいボールプール
- 音のでるおもちゃ広場
- 絵本の読み聞かせ
- シールあそび

2〜3歳

走る・つくる

- 木育ひろば（木のおもちゃ）
- 小型ふわふわ
- スタンプ・お絵かき
- 楽器あそび
- やさしい縁日（すくい）

おとな

ここも、ちゃんと作ります

- 助産師・保健師の育児相談
- ママ友づくりの座談会
- 産後ケア・整体体験
- すまいの相談
- 記念写真のプレゼント

子どもが遊んでいるあいだ、**親には30分ほどの手が空きます**。
0〜3歳を育てている人にとって、この30分は貴重です。**座って、誰かと話せる時間**を、ちゃんと用意します。

⚠ **この年齢の設計で最も大事なのは、床とベビーカーです。**
はいはいの子が来る以上、**ジョイントマットの敷設は必須**。ベビーカー置き場が足りないと会場が機能停止します。派手なコンテンツより、まずここに予算を割きます。

CHAPTER 03

会場：シビックテラス（i-ビル）

第1章で書いた「出にくさ」を、**会場の選び方でほとんど消せます**。ここが決め手でした。

238㎡
貸出イベントスペース
（吹き抜け全体は約1,100㎡）

10m
天井高
半屋外／屋根あり

0分
尾張一宮駅から
（駅直結）

5階
中央子育て支援センター
同じ建物のなか

0〜3歳連れの壁	シビックテラスだと
雨が降ったら中止	屋根のある半屋外。**雨天決行できます**。この年齢のイベントで中止リスクを消せるのは決定的です
駐車場から遠い	駅直結。ベビーカーのままエレベーターで上がれます
授乳・おむつ替え	建物内に設備あり。仮設を用意する必要がありません
ぐずったら帰る	図書館・子育て支援センターが同じ建物。離脱がそのまま帰宅になりません

> 🌿 **いちばん効くのは、5階に「中央子育て支援センター」があることです。**
> 0〜3歳の親が**日常的に通っている建物**で開きます。チラシで呼ぶのではなく、**すでにそこにいる方に会いに行く**形です。
> そして翌年も、同じ場所で、同じ方々に会えます。

CHAPTER 04

なぜ、貴社にお声がけしたのか

この一日に来るご家族は、住宅にとって**特別な位置**にいます。統計がはっきり示しています。

第一子が生まれるのは母の平均で**31.0歳**。はじめて注文住宅を建てるのは世帯主の平均で**38.2歳**、うち**30歳代が55%**を占めます。

この７年

31.0歳
第一子が生まれる
（母の平均年齢）

38.2歳
はじめて家を建てる
（注文住宅・一次取得）

厚生労働省 人口動態統計（2024年）／国土交通省 住宅市場動向調査

この七年のあいだに、彼らはアパートが手狭になり、二人目を考え、子ども部屋を意識します。そして必ず、誰かに相談します。

七年後に動き出す人に、
七年後に会いに行くことはできません。

そしてもうひとつ。このイベントには、**年齢の違う二つの層**が同時に関わります。

層	年代	貴社にとっての意味
来場者 0〜3歳の親	31〜35歳	未来の顧客 家を建てるまで、あと4〜7年
ボランティア 先輩ママ・パパ	36〜42歳	いまの顧客 **一次取得の平均38.2歳、ど真ん中の層です**

ボランティアを「先輩ママ・パパ」で集めることは、第1章に書いたとおり**この企画の芯**です。
そして彼らは、**いま、まさに家を建てる年齢**にいます。0〜3歳の親から見れば、**「家をどうしたか」を聞ける相手**でもあります。

つまり ― **誰も売り込まなくても、会場で住宅の話が起きます。**

CHAPTER 05

「作る側」に入れることが、いちばんの価値です

住宅営業の最大の壁は、商品でも価格でもありません。**「営業の人だ」とわかった瞬間に、相手の構えが変わること**です。

展示場では、この順番を変えられません。来場した方は、最初から相手を営業として見ます。だから会話は情報交換になり、関係にはなりません。

このイベントでは、順番が逆になります。

三ヶ月、一緒にイベントを作ります。会議で意見を出し合い、備品を運び、当日は並んで受付に立ちます。

先に人柄が伝わって、あとから職業がわかる。
住宅の話が出るのは、**会議の帰り道や、片付けをしながらの雑談**です。改まった場ではありません。聞かれてから答えれば十分です。

🌿 **売り込む必要が、ありません。**チラシもパンフレットもご不要です。名刺も、聞かれてからで構いません。
営業の方にとっていちばん骨が折れるのは、**最初に警戒を解く工程**のはずです。**その工程が、まるごと不要になります。**

そしてもうひとつ、営業手法とは別の話をさせてください。

住宅営業は、**断られる回数のほうが圧倒的に多い仕事**だと思います。数字に追われ、断られ、それでも次の日また出ていく。若手の方ほど、そこで削られていくはずです。

このイベントには、断る人がいません。
三ヶ月のあいだ、**「ありがとう」としか言われない場所**に身を置くことになります。

赤ちゃんを抱いたお母さんに礼を言われ、ボランティアに頼りにされ、当日は自分が作った場所で人が笑っている。
それは、若手の方にとって決して小さな経験ではないはずです。

第1章で「関わった人が全員よかったと言える形にする」と書きました。**そこには、貴社の社員の方も入っています。**顧客との接点づくりだけが目的なら、もっと安い方法はいくらでもあります。

どこにどう入れるかを、時期ごとにお示しします。お集まりいただくのは**月2回ほど、1回2時間程度**です。

PHASE 1

つくる三ヶ月

月2回 × 3ヶ月／ここが本体

- ボランティアとの企画会議に参加
- 担当を1つ持つ（受付・撮影など）
- 備品の買い出し・下見に同行
- チームのLINEグループに入れます
- **ここで顔と名前が覚えられます**

PHASE 2

当日

1日／朝から夕方まで

- 受付・誘導・記念撮影を担当
- ご家族と自然に会話が生まれます
- 「すまいの相談」に立てます
  （ご希望があれば）
- 汗をかいている姿が、そのまま伝わります

PHASE 3

そのあと

つながりが残ります

- 当日の写真・記録をチームで共有
- **チームのLINEグループは残ります**
- 翌年も同じチームで続けられます
- 年に一度、会う理由が残ります

⚠ **イベント慣れしている必要はありません。**進行はすべてマルトが持ちます。役割を1つ持っていただくだけです。
ひとつだけ先にお伝えすると、**当日だけのご参加だと、関係は残りません。**三ヶ月を一緒に過ごすからこそ、あとに残ります。

CHAPTER 06

全体の流れ

時期	マルトがやること	貴社の営業の方
1ヶ月目	会場の日程確保／企画の骨格づくり	—
2ヶ月目	協賛募集／ボランティア募集の準備	—
3ヶ月目	ボランティア20〜30名を集める	**キックオフに参加**（初顔合わせ）
4ヶ月目	企画の中身を詰める／協賛の確定	**企画会議 × 2回**／担当を決める
5ヶ月目	出演者・備品の手配／会場レイアウト	**企画会議 × 2回**／買い出し同行
6ヶ月目	集客／申込受付／直前準備	**最終確認 × 2回**／SNSでの拡散
7ヶ月目	**開催**／当日運営	**前日設営＋当日1日**
8ヶ月目	報告書／アンケート集計	**報告の共有**／翌年のご相談

🌿 準備期間は**8ヶ月**。チームに入っていただくのは**3ヶ月目から**です。それまでの準備はマルトが進めます。
合計すると**会議7回ほど＋前日と当日。この回数で、ボランティア20〜30名と関係ができます。**

CHAPTER 07

ご協賛のお願い

ここまでお読みいただいた企画を、**協賛企業を募って実現します**。金額をお伝えする前に、貴社の視点でひとつにまとめます。

この一日が、貴社にもたらすもの

七年後の顧客

来場する **800名規模**（約300組）の0〜3歳のご家族。平均すると**家を建てる七年前**にいます

数年内の顧客

ボランティア **20〜30名** の先輩ママ・パパ。**一次取得の平均38.2歳、ど真ん中の層**です

社員の方への効果

断られない三ヶ月。**「ありがとう」と言われる経験**。若手の方の育成・定着の観点でも意味を持ちます

競合の排除

住宅・不動産カテゴリは貴社1社限定。契約書に明記します

翌年以降

関係は**資産として残ります**。二年目は協賛も集めやすく、ご負担はさらに下がります

リスク

協賛が集まらなくても**追加のご負担はありません**。規模を調整して開催します

そのうえで、貴社には**営業の方がチームに入れる「メインスポンサー」**の枠でご参加いただきたいと考えています。**3社限定**の枠です。

MAIN SPONSOR

メインスポンサー枠　3社限定

150,000円

- ✓ **営業の方2〜4名が、ボランティアチームに入れます（メインスポンサー3社だけ**の特典です。一般の協賛枠には付きません）
- ✓ **住宅・不動産カテゴリは、貴社1社限定**。契約書に明記します
- ✓ 当日の「すまいの相談」ブース
- ✓ チラシ・ポスター・会場サイン・記念品への社名掲出
- ✓ SNS告知・当日アナウンスでのご紹介
- ✓ 開催後、来場者アンケートを含む報告書をお渡しします
- ✓ **これ以外に、費用のご負担はありません**

> ⚠ **参加者名簿はお渡しできません。**個人情報保護法上、ご本人の同意なく協賛企業へお渡しすることはできないためです。
> そのかわり、**営業の方ご自身が、その場で直接つながっていただきます。**名簿より確かで、あとに残ります。

協賛には**メインスポンサー枠**と、一般の枠があります。**社員の方がチームに入れるのは、メインスポンサー枠だけ**です。

区分	金額	内容
メインスポンサー 社員がチームに入れる	**150,000** × 3社	**この一日を一緒に作る3社。**告知物・会場の前面に社名。**住宅・不動産は貴社1社限定**
一般スポンサー	30,000 〜 100,000	社名掲出・ブース出展など。**社員の参加枠は付きません**

> 🌿 **メインスポンサーは、この回は3社です。**準備の会議に入り、ボランティアと関係を作れるのは、この3社の社員の方に限られます。
> 今回は**他の2社が協賛集めにも動いてくださる**ため、本来20万円のところ**3社とも15万円**でご案内しています。

お預かりした協賛金は、この一日のためだけに使います。会場費・装飾・こども向けコンテンツ・出演・撮影・音響・告知・記念品・保険、そして8ヶ月間の企画と運営。すべてこの中でまかないます。

> 🌿 **これ以外に、マルトが貴社から費用をいただくことはありません。**
> 企画料・運営費・人件費を別途ご請求することはなく、**お預かりした協賛金の中だけで完結します。**

集まった協賛の総額で、一日の中身が決まります。まず狙うのは**協賛金総額200万円**。 **800名規模の来場**には、このくらいの厚みが要ります。
そこから先は、人数よりも「質」が上がっていきます。

協賛金総額	来場者	変わること
200万円	800名規模	**ここが出発点。**マット・読み聞かせ・手形足形・記念撮影・木育ひろば・助産師の育児相談
250万円	800名〜	＋ **ふわふわ遊具**などの大型コンテンツが置ける
300万円	900名〜	＋ **装飾を本格的に ／ 来場者プレゼントが良くなる**
400万円〜	1,000名〜	**地域の企業が作る、週末のテーマパークへ**

> 🌿 **協賛が目標に届かなくても、貴社に追加のご負担はお願いしません。**集まった額の段に、そのまま合わせます。
> **営業の方がボランティアと関係を作れること**は、どの段でも変わりません。変わるのは一日の中身だけです。
> メインスポンサーの協賛だけでは**800名には届きません**。一般の協賛を積み上げて**200万円**に届かせるところまでが、マルトの仕事です。

CHAPTER 08

次回の面談で決めたいこと

AGENDA FOR NEXT MEETING

この3つが決まれば、動き出せます

1 開催日をいつにするか

半屋外のため**春（4〜6月）か秋（9〜11月）**。真夏・真冬は0歳児に厳しく、おすすめしません

2 どなたが、チームに入られるか

2〜4名の枠があります。若手の方のほうが向いています。ボランティアと年齢が近いためです

3 ご協賛15万円について

社内でどなたの決裁になるか、いつまでにお返事をいただけるか。**会場を押さえる前に確定していると安心です**

⏱ **ひとつだけ、お急ぎいただきたいことがあります。**
シビックテラスは**1年2ヶ月前から先着順**で、土日の枠は早く埋まります。
日程さえ決めていただければ、**その場で空き状況を確認し、仮予約まで進めます。**ほかは後から決められますが、これだけは先です。

CLOSING

今期の数字にはなりません

正直に申し上げます。このイベントで、**今期の契約が増えることはありません。**

0歳の子を抱いて来た方が、その日に住宅相談に来ることはありません。統計どおりなら、その方が家を建てるのは**七年後**です。

それでもご提案するのは、**七年後に会いに行くことはできない**からです。ご家族が「そろそろ家を」と話し始める食卓に、あとから割り込む方法はありません。

そしてもうひとつ。この一日が終わったとき、**関わった全員が「やってよかった」と言える形**にしたいと思っています。来た親も、支えたボランティアも、受付に立った営業の方も。

そういう場所にしか、
次の年は生まれません。

名刺を配った営業は、忘れられます。
一緒に汗をかいた人は、忘れられません。

三ヶ月、地域の方々と
一緒に何かを作ってみませんか。

※ 第2章に記載した内容は、いずれも現時点の例であり、実施を確約するものではありません。企画の詳細はボランティアおよび協賛各社の皆さまと決定します。
※ 第7章の実施費・参加組数は、協賛総額に応じた計画値です。協賛が目標に届かない場合は同表の段に合わせて規模を調整し、貴社への追加のご負担は発生させません。個別の支出明細は協賛の確定後（4ヶ月目）に確定いたします。
※ 会場使用料・利用区分は、用途の確定後に施設へ確認のうえ確定いたします。
※ マルトは、本件の企画設計・ボランティア組織化・当日運営・報告書作成を担います。お預かりした協賛金以外に、貴社へ費用をご請求することはありません。
※ メインスポンサーは3社限定です。本来1社20万円のところ、他の2社が協賛獲得にも従事いただけるため、今回は3社とも15万円としています。
※ 参加組数は会場面積と類似事例からの目安であり、実績を保証するものではありません。
※ 第一子出生時の母の平均年齢は厚生労働省 人口動態統計（2024年）、注文住宅一次取得者の世帯主平均年齢38.2歳・30歳代55%は国土交通省 住宅市場動向調査によります。
※ 開催日・協賛の条件は、別途 協賛申込書および協賛契約書にて定めます。

✦ MARUTO ✦

地域 × 人 × 企業をつなぐ　マルシェ・イベント・コミュニティ事業

愛知県一宮市　／　Instagram: @maruto_event

0〜3歳のご家族と出会う一日　ご提案書　2026年9月