

福島県における地消地産型 マルシェの展開可能性



株式会社マルシェF

平成22年度 経済経営学類教育GP報告

マルシェとは？



主にヨーロッパ地域の都市部などで行われている朝市・青空市を意味し、その地域で生産された農産物などをその地域で消費するという地産地消を実践する販売形態

決まった曜日の決まった時間に集約的に開くことで、安全で良質な食料品が提供され、さらに、スーパーマーケットや商店との共存が可能という素晴らしい仕組み

ドイツのマルシェ風景



街なかマルシェ コンセプト

“ふくしまstyle”と“地消地産”

～ 食生活を含む新しいライフスタイルの提案～

「ふくしまstyle」とは??

食卓を含め、日常品をできるだけ福島県産のものに替えていこうというスタイル

相互作用により地域内での人とモノとの交流が生まれ、経済循環を活発にすることで内発的発展が期待できる！地域を守れる！

実現するための「地消地産」

その第1歩として…

「地産地消」(プロダクトアウト)

街なかマルシェ

生産者が消費者の生活に合わせて生産することで、生活に必要な食品を全て福島県産でまかなっていく

単なる販売のみならず、消費者とのコミュニケーションを通じて店舗や生産者、商品の物語(ストーリー)を伝えることを中心目標とした

街なかマルシェ



- 店舗選び

「6次産業化」

1次産業から3次産業までの商品を揃えたことで、6次産業化を肌で感じていただける店舗選び

「ALLふくしま」

海(相馬漁港)、山(きのこセンター)、農(県北地域の直売所など)の商品を揃え、ふくしまstyleを強調

- 具体的な取り組み(店舗デザイン、POP作成)

いろいろな工夫を凝らすことで、お客様の気を引く

具体的な取り組み 「店舗デザイン」



- ・お客さまの注目を集めやすいレイアウト
注目を集めたい商品が整理されているため
お客さまにPRでき試食もすすめやすい



具体的な取り組み 「POP作成」

・認識しやすいPOP

「本場」、「愛・安心安全」などのキーワードをうまく使い、効果的に店舗や商品をPRしている



街なかマルシェ 事前の取り組み



第1回の反省もあり、事前準備に力を入れた。

物語(ストーリー)重視

商品についての知識、生産者、土地などを知るために
実際に現場へ(のべ10回以上、収穫なども行った)

五感をフル活用し、気づき、学ぶ

- ・より深いストーリーを消費者に伝えられるようになる
- ・自分たちの本気さが伝わり、全員でマルシェをつくって
いこうという方向性が確立する





街なかマルシェ



1) 総入込客数

第1回(7月25日) 830人

第2回(10月10・11日)

1日目 2487人

2日目 1221人

2) 総売上

第1回 7/25		419,750
第2回 10/10・11	10日 682,010	1,446,570
	11日 764,560	

物語(ストーリー)を伝えることを重視した売り方などに
取り組んだことが売り上げのアップにつながったと考えられる。


- ・加工
7店舗 (1 ~ 7)
- ・調理食品
7店舗
(8 ~ 10、12 ~ 15)
- ・生鮮野菜
4店舗
(11、16 ~ 18)

第2回街なかマルシェ出店案内図

【開催時間】

街なかマルシェ 10:00 ~ 14:00

世界の屋台 17:00 ~ 21:00

	本部・(株)マルシェF 総合案内・出店案内 取材対応 米粉のシフォンケーキ リンゴ・ブルーベリー
---	--

1	(株)マルシェF 米粉のチヂミ
---	--------------------

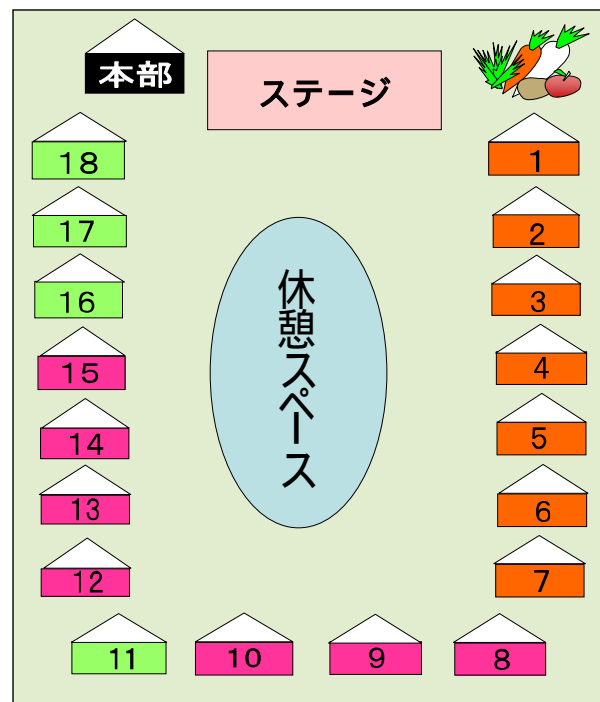
2	福島商業高等学校 ロールカステラ・だんご シュークリームなど
---	--------------------------------------

3	うどんダイニングDon いか人参焼きうどん 豚汁うどんなど
---	-------------------------------------

4	相馬双葉漁業協同組合 ホッキ飯・串焼き シーフードカレー
---	------------------------------------

5	道の駅ふくしま東和 野菜など8種のジェラート
---	---------------------------

6	日本バーテンダー協会 地ビール・ソフトドリンク
---	----------------------------



7	オステリア・デッレ・ジョイエ サンドイッチなど
---	----------------------------

8	大豆の会 豆腐・ヨーグルト 玉こんにゃくなど
---	------------------------------

9	福大までいプロジェクト しみもち・キムチ・芋煮
---	----------------------------

10	きのこ振興センター きのこ類 (ハタケシメジ)など
----	---------------------------------

11	葛尾村いきいき交流会 生鮮野菜・おでん
----	------------------------

12	テンドーマーケットMANA 菓子類・はちみつ 油(えごま)・豆
----	---------------------------------------

13	までい工房美彩恋人 米粉クッキー・万能たれ
----	--------------------------

14	桜の聖母短期大学 焼き菓子類
----	-------------------

15	やさい工房(月館) かりっとくん みそっこパン
----	-------------------------------

16	あぐりハウス飯野 生鮮野菜・餅
----	--------------------

17	菜の花 生鮮野菜・果物 きのこ類・りんごジュース
----	--------------------------------

18	ゆいまある産直カフェ 生鮮野菜・果物 とまとジュース
----	----------------------------------

第2回街なかマルシェの様子















広報について

	7月のマルシェ	10月のマルシェ
広報方法	・チラシ・新聞広告	・チラシ・ポスター・新聞広告 ・コンセプトポスター・折込チラシ・情報誌
チラシ配布先	出店各店舗、JR福島駅、南福島駅 金谷川駅、コラッセふくしま (1,000部)	出店各店舗、JR福島駅、南福島駅 金谷川駅、福島信用金庫、東北信用金庫 東邦銀行、こむこむ、屋台村、文化センター (4,000部)
ポスター掲載先	なし	上記に加えて、中合、生協 (100枚)
新聞掲載先	開催前	・福島民友
	開催後	・福島民友・福島民報・毎日新聞
TV放送	開催前	・NHK福島・テレビユー福島
	開催後	・NHK福島・テレビユー福島 ・福島テレビ・福島中央テレビ

Marché F

街なか広場で酒場を感じよう!

第2回街なか

マルシェ

開催

2BNT
30店舗
出店

旬味直送
うまいもの市

福大生
Prescats

相馬港直送
旬の地魚
大集合!!

Marché Fとは?

2010年10月10日(土)と11日(日)の2日間、地元の活性化と経済の向上を目的として、街なか広場で「旬の味・生の味・新鮮な味」を堪能できる市場を創出。地元の交流も促して地産地消の推進を図ります。

2010
10/10
10:00
～
21:00
せがみ

2010
10/11
10:30
～
14:00
せがみ



世界の屋台とは?
 日本各地の屋台文化を
 提供している屋台が、2日
 間、街なか広場に集まる。地
 元の交流も促して地産地消の
 推進を図ります。
 旬の味・生の味・新鮮な味
 を堪能できる市場を創出。

朝市
10:00～14:00

世界の屋台
10:00～21:00



ECO
バック
おまけに
エコバック

街なかマルシェのポイント

地産地消とは?
 地元産の食材や商品を、地元で消費する。地元の
 経済を活性化させる。地産地消の推進を図ります。
 旬の味・生の味・新鮮な味を堪能できる市場を創出。

おくしほstyle
 おくしほの味・生の味・新鮮な味を堪能できる市場を創出。
 旬の味・生の味・新鮮な味を堪能できる市場を創出。



店舗紹介

1 JA新ふくしま

- 新鮮農産物
 - 「もも日和」「りんご日和」
市内産のみもも、りんごを使用したジュース
- TEL 024-553-3357 FAX 024-553-3119
福島県北茨城市大字町1-1

2 みらい百彩館
んめえべ

- 100%国産小麦
- 100%国産大豆

3 道の駅
ふくしま東和

- きゅうりジェラート(期間限定)
- トマト ●豚足 ●平子
ジェラートも人気!!
- TEL 0243-5-2113 FAX 0243-401114

13 浪江焼屋大屋

- なみな焼きそば

12 Maside F

- 米粉のシフォンケーキ

11 Maside F

- 米粉のシフォンケーキ

10 いなGO

- トマト
- ミニトマト

9 うどんタイニングDon

- ぶっかけうどん
- いかに参鶏湯うどん

8 ふくしま大豆の会

- 豆腐 ●納豆 ●味噌 ●豆乳

7 まいで工房

- オーガニッククッキー
- オーガニッククッキー
- オーガニッククッキー

1次産業

3次産業

6次産業化を視覚的に 感じられる店舗配置

2次産業



街なかマルシェについての新聞記事



新鮮な農産物、加工食品集合 福島で街なかマルシェ

県内の新鮮な農産物や加工食品を集めた青空市「街なかマルシェ」が10、11の両日、福島市本町の街なか広場であった。

県内での食生活はすべて県産品で賄えることをPRし、地域活性化



化につなげようと、福島大経済経営学類の小島良太准教授のゼミ生らで作る「福大まちづくり株式会社マルシェ」の白米や葛籠村の米粉

「E」などが主催した。県北と相双から前回よりの店舗多い18店舗が参加。同市飯野町産の白米や葛籠村の米粉

相馬漁港で釣れた魚のつくた煮をPR。「おいしいよ」

を使ったデジミ、相馬漁港で釣れた魚のつくた煮などが並んだ。福

大大学院1年で社長の高橋也さん(28)は「生産者と消費者が顔を合わせ、地産地消への理

解を深めてほしい」と話した。【金澤英

毎日新聞より

学生が地場産品販売
10、11日に街なか広場
福島大の学生らでつくる
まちづくり会社March
e F(マルシェ エフ)



来場を呼び掛ける学生たち

などが主催する第2回「街なかマルシェ」は10、11の両日、福島市の街なか広場で開かれる。

食卓に並ぶ食材や調味料、加工品などをふくしまの食材で囲もつという「ふくしまスタイル」、そのスタイルに合わせた生産・流通を図る「地産地産」などを市民らに提案するイベント。

2日間で延べ30のブースが出店し、新鮮な農産物や加工品、魚介類などを販売する。

2回目の今回は、学生たちが事前に「売り方セミナー」を受講。期間中は販売の仕方にも工夫を施すという。

民友新聞より

アンケートからみる来客者の特徴



アンケート項目別結果(2日間合計210名回答)

取り組みを知ったきっかけ

「ポスター・チラシ・マスコミ」が60%

「雑誌広告」が15%

商品の価格帯 「よい」が80%以上

商品の品揃え 「よい」が80%以上

開催時間 「よい」が80%以上

また足を運びたいか。 「はい」が99%

来場した方はこの取り組みに対して満足していただいたといえる。

アンケートから見る今後の課題と展望



満足していない約20%のお客様に注目

・あくまで「1つのイベント」としての見方が強い。

イベントという捉え方ではコンセプトが曖昧になってしまったため、マルシェを恒常的に開催し、地消地産という取り組みを広める必要があると感じた。

今後恒常的にマルシェを開催するにあたり、時間・日程・場所・出展店舗数などを考慮し、どういった方法での開催が一番いいのか、改めて考える必要がある。

(Ex. 1年間を通してマルシェを開催する方法など)

マルシェを恒常的に開催するために



これまでに開催したマルシェによって得られたデータに基づいて、開催条件を模擬的に算出した。

利益を追求するのではなく、1年を通して恒常的かつ自立的に開催でき、“現実的に可能な最良のかたち”を追求した。

【パターン】

	場所	曜日	時間帯
A	街なか広場(20店舗)	平日	朝市(10~14時)
B		休日	夕市(16~20時)
C		平日	夕市(16~20時)
D		休日	朝市(10~14時)
E	仲見世ビル(5店舗)	平日	朝市(10~14時)
F		休日	夕市(16~20時)
G		平日	夕市(16~20時)
H		休日	朝市(10~14時)

開催するにあたっての条件

- ・手数料15%(仙台マルシェ参照)
- ・祝日の朝市(10~14時) 10月11日のデータより
1店舗売上¥42,480-(11日のマルシェの売り上げ
¥764,560-を18店舗で割る)



手数料15%

1店舗参加費¥6,372-

- ・大規模 街なか広場 (20店舗)、小規模 仲見世ビル (5店舗)
- ・初期投資額: テント・テーブル等(¥369,706-)
- ・人件費: 時給¥700- × 4時間 × マネージャー20or5人
- ・地代: 街なか広場(¥12,000-)、仲見世ビル(¥8,000-)
- ・イベント保険料: 1回につき¥5,000-

D パターン 街なか広場(20店舗)・休日・朝市

売上額(手数料) - 変動費(人件費のみ) - 固定費(地代 + 保険料)
127,440(6,372 × 20店舗) - 56,000(700 × 4h × 20人) - 17,000(12,000 + 5,000)

54,440 (1回開催あたりの利益)

初期投資額 ÷ 1回開催あたりの利益

369,706 ÷ 54,440 = 6,79 7回開催でペイできる

H パターン 仲見世ビル(5店舗)・休日・朝市

売上額(手数料) - 変動費(人件費のみ) - 固定費(地代 + 保険料)
31,860(6,372 × 5店舗) - 14,000(700 × 4h × 5人) - 13,000(8,000 + 5,000)

= 4,860 (1回開催あたりの利益)

初期投資額 ÷ 1回開催あたりの利益

369,706 ÷ 4,860 = 76,07 77回開催でペイできる

D パターン4回 + H パターン32回 = 36回開催

利益: D 217,760 (54,440 × 4回) + H 155,520 (4,860 × 32回)
= 373,280 (36回開催)

利益(売上額 - 変動費 - 固定費) - **初期投資額**
373,280 - **369,706** = 3,574 恒常的かつ自立的に開催可能!

街なか広場(大規模)で4回、
仲見世ビル(小規模、屋内)で32回、
生産物が多くとれる6月～10月(5カ月の間)に
合計36回(**約月7回**)のマルシェ開催を最良のかたちとする。

あくまでも、上記はデフォルト(既定値)であり、
さらに良い条件を模索し続けます。

街なかマルシェを終わって



「“ふくしま style”という、“地消地産”の新たなライフスタイルを提案する試みである街なかマルシェ」

- ・福島の生産者と消費者の相互理解を深められた
- ・地域の食生活も含むライフスタイル提案型の地消地産の実践が必要であると感じた
- ・身をもって、ヒト・モノ・カネの流れを感じる事ができた

「地域の生活・文化・資源を守るために、“地域内経済循環”の再構築を目指さなければならない！」

- ・地域産業の振興、雇用の創出が期待できるマルシェが魅力的な地域づくりの手段、地域活性化の先進的な取り組みとして注目される日も近い！