

◎中山間地の小規模農産品の販路づくりに寄与する新たなマルシェの立上げ
や出店を支援し、中心部の活性化や観光振興にもつなげる

No.6	おかやまマルシェ起業支援協議会		
事務局	特定非営利活動法人みんなの集落研究所	実施エリア	岡山市

事業名
地域のつながりと可能性を伸ばす小商いの苗床 「市場・マルシェ」の起業支援とネットワーク構築プロジェクト

事業の概要
地域経済の活性化と中心市街地における交流人口の増加を目的としてマルシェの立上げを考えている地元事業者や、出店を希望する地元事業者等に対して、新たなマルシェの立上げや出店等に向けた様々な支援を行い、マルシェを岡山市の新たな観光資源に育てる。また、小規模な地域ビジネス（中山間地域の小規模な農産物生産者等）のマーケティングや販路としての機能を強化することで、岡山市中心部の賑わい創出や都市と農村の一体的な発展につなげる。

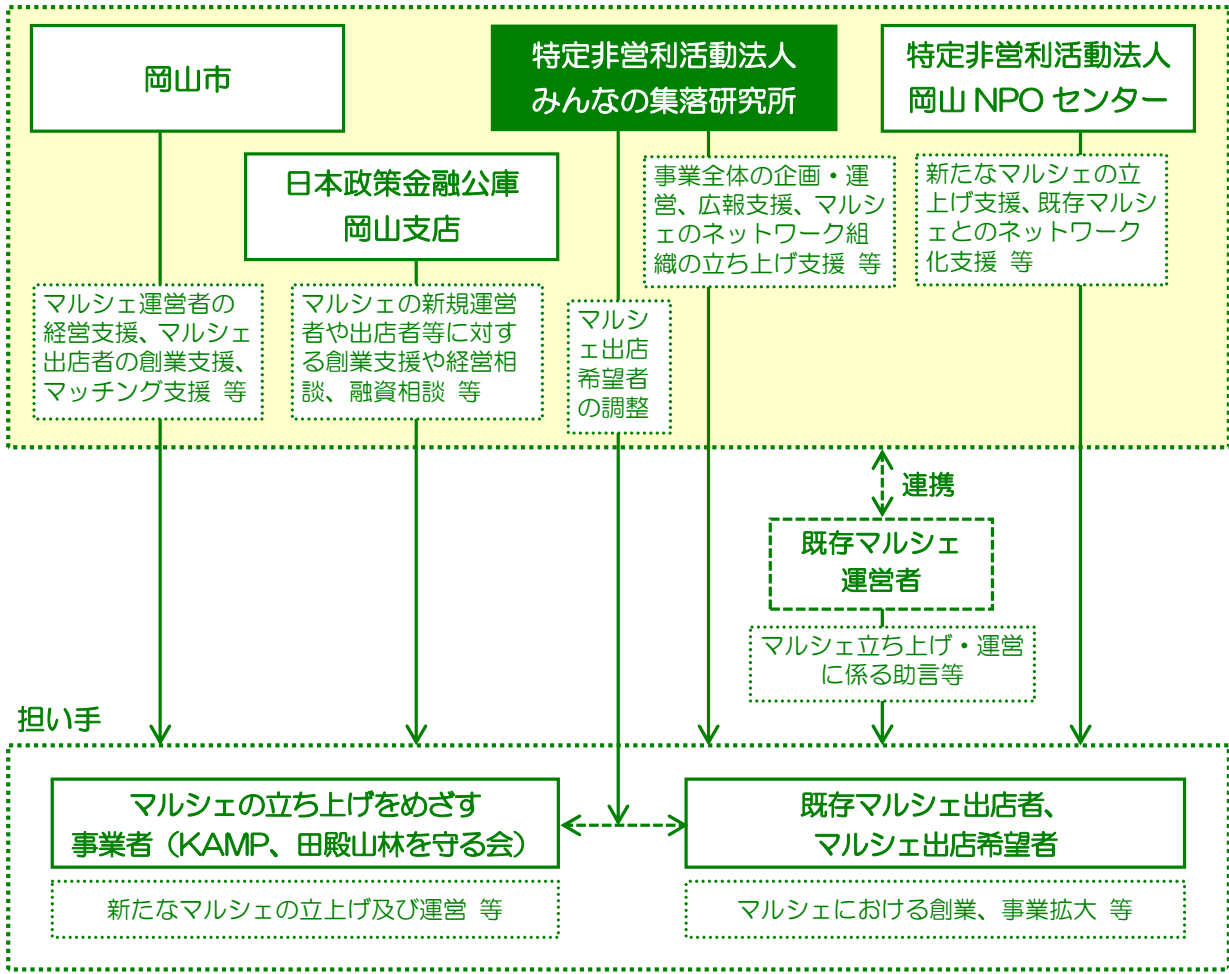
中間支援の概要
市内のマルシェ運営者（新規立ち上げを含む）とマルシェへの出店者（希望者を含む）に対して、経営・資金調達に関する相談対応、専門家の紹介、事業者間ネットワークの構築、広報支援等を行う。

主な構成主体	中間支援の内容
①特定非営利活動法人みんなの集落研究所	事業全体の企画・運営、広報支援を担うとともに、中山間部におけるマルシェ出店希望者の把握、マルシェ運営者とのコーディネート等を行う。また、マルシェのネットワーク組織の立ち上げも支援する。
②特定非営利活動法人岡山 NPO センター	新たなマルシェの立上げに向けたハンズオン支援を行う。また、市内の既存マルシェの主催者への意向把握及び新たに立ち上げるマルシェとのネットワーク化支援も行う。
③日本政策金融公庫 岡山支店	マルシェの新規運営者や出店者等に対する創業や事業拡大に関する経営相談や融資相談を行う。また、必要に応じて融資も行う。
④岡山市	マルシェ運営者の経営支援、マルシェ出店者の創業支援等を行う。また、ネットワークを生かした専門家等とのマッチング支援も担う。

支援対象		地域づくり活動の内容
①マルシェの立ち上げをめざす事業者（KAMP、田殿山林を守る会）	KAMP：市内商店街でゲストハウスを運営している 田殿山林を守る会：美作市田殿を拠点とする任意組織で、里山体験等を通じた田殿地域の自然環境の保全に取り組む	新たなマルシェの立ち上げ
②既存マルシェ出店者、マルシェ出店希望者	主に中山間地域で特産品・新規サービスの開発に取り組む組織・個人（希望者を含む）	新規及び既存マルシェへの出店

実施体制

おかやまマルシェ起業支援協議会



取組内容

取組①既存マルシェの効果と有効性検証

岡山市内で実施されているマルシェの現状を把握するとともに市内の観光振興等における影響を示す材料とすることを目的として、市内7つの既存マルシェの現状についての調査（各マルシェの運営状況・資金規模・売上規模等）を行った。また、調査結果を体制で共有し、既存マルシェが抱える課題や地域経済に対する有効性について検証を行った。

取組②既存マルシェ及び出店者の経営支援

マルシェ運営者及び出店事業者（いずれも希望者を含む）に対して、それぞれの採算性向上と魅力的な商品開発につなげることを目的とした助言・指導を行った。特に中山間地域での起業・商品開発を担う「地域おこし協力隊」に対しては資金調達や情報発信の効率化を目的とした研修会を実施した。

取組③新規マルシェの立ち上げ支援

KAMPによる新規マルシェ「西奉還町武士マルシェ」の立ち上げに向けて、企画立案、会議運営、資料作成、許認可取得、広報、当日運営等を支援した。また、田殿山林を守る会が企画するマルシェ「西川ぬく森アナザーガーデン」の立ち上げを支援した。

取組④ウェブサイト・データベースの構築

既存のマルシェ及び出店者の情報を整理して、一体的な情報発信による周知・集客の拡大を目的としたウェブサイト構築した。また、既存マルシェと出店者の概要を整理したデータベースの基盤を整備して、他の事業者とのマッチング及び差別化の効率化を実現した。

1 中間支援の活動プロセスにおける課題と対応

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
取組の背景・動機	<ul style="list-style-type: none"> 岡山県の中山間地域は、過疎化・高齢化が進行し、小規模高齢化集落（いわゆる限界集落）が増加している。みんなの集落研究所は、これまで中山間地域の課題解決に取り組んできたが、地域で生産・開発された特産品等は、品質は良いものの販路・生産量が安定しないため、採算性の向上が難しい状況であった。 NPO 法人岡山 NPO センターでは、これまでも県内自治体とともにソーシャルビジネス支援事業を展開していたが、研修会や交流会のみによる起業促進や事業者の採算性向上に限界を感じていた。 岡山市中心部では観光名所である後樂園周辺、市役所筋、西川緑公園など幅広く開発・景観整備が行われているが、近隣県と比較して知名度・発信力が乏しく、新たな資源の開発には多くの時間と予算を要することから、県外や海外からの観光客誘致に向けて、ハード整備に頼らない新たな観光資源の創出が大きな課題となっていた。 岡山市内ではマルシェや朝市が頻繁に開催され、市内の活性化に貢献しており、新たな観光資源としての期待が寄せられていた。 		
体制構築のきっかけ		<ul style="list-style-type: none"> みんなの集落研究所、岡山 NPO センターは、岡山市内でマルシェを運営する「有機生活マーケットいち」と以前から親交があり、岡山市内のマルシェが中山間地域で開発された特産品の新たな販路となる可能性を把握していた。 岡山 NPO センターと岡山市は、これまでも市内の協働推進に関わる取組等で連携してきた経緯があり、岡山 NPO センターが運営する「ESD・市民協働推進センター」が市役所内に開設されている。 平成 27 年 2 月 11 日に、マルシェイベント（岡山県内のマルシェ、朝市の関係者を対象とした研修・交流事業）を実施した結果、参加者の満足度・評価が高く、マルシェ間の連携促進や新規マルシェの発足等に対する機運が高まった。 上記イベントには、日本政策金融公庫岡山支店がパネリストとして参加したことが関係構築のきっかけとなった。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業実施以前より、中山間地域と都市部をマルシェでつなぐというテーマで関係性があったこと、マルシェイベントの開催によってマルシェを核とした新たな取組への機運が高まったこと等から、岡山 NPO センターを中心とした体制の構築に至った。
支援対象の選定	<ul style="list-style-type: none"> マルシェへの関心や取組意欲が非常に高く、広域的かつ一体的なキャンペーンを企画するうえでの立地条件も整っていた。 	<ul style="list-style-type: none"> 2 月 11 日のマルシェイベント開催時に、マルシェ立ち上げ希望者を対象としたミニレクチャーを行った。その時に講師を務めたのが「有機生活マーケットいち」であり、イベント後に新規マルシェの発足について「いち」に相談を持ち掛けたのが KAMP であった。 既存のマルシェは岡山駅東側で開催されているものが多かったが、岡山駅西側に位置する商店街で新規マルシェが発足することで複数のマルシェによる広域キャンペーンの展開が期待されたことから支援対象に選定した。 	<ul style="list-style-type: none"> マルシェ立ち上げの意欲が高い支援対象の選定に至った。
商品企画・開発	<ul style="list-style-type: none"> 奉還町商店会との調整において、商店会のキーパーソンを理解を得ることが必須であった。 西奉還町武士マルシェの実現に向けて、アイデアを整理・収束させて、スケジュール策定や人員体制等、具体的な動き方へ落とし込んでいく必要があった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●新規マルシェの立ち上げ 体制と担い手との話し合いの中で、当初、商店会のキーパーソンに対する信用性を高める観点から市役所と日本政策金融公庫による交渉を予定していたが、交渉直前にキーパーソンが人情に厚く、若者の挑戦を歓迎する人柄であるという情報を得たことから、敢えて担い手だけで交渉に伺い、奉還町商店街に対する思いと夢を率直に語ってもらった。 担い手にとってマルシェの開催は初めての経験であり、工程の策定・管理や開催に必要な準備や手続き等についてイメージが湧きにくいところがあった。また、様々なアイデアが生まれてくる状況でタイミングを見計らいな 	<ul style="list-style-type: none"> 担い手が自らの言葉で直接伝えたこと、若者が商店街の活性化に取り組むことに理解がある方であったこと等から、新規マルシェ立ち上げへの理解と共感を得ることができた。 2 月 20 日の新規マルシェ開催が実現した。 マルシェの企画・開催に関するノウハウをある程度担い手に学んでもらうことが

	<ul style="list-style-type: none"> • おかやまマルシェ協会の設立にあたり、既存マルシェの理解と協力を得る必要があった。 	<p>から現実的な「落としどころ」を示唆するためのアドバイスを適宜行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 体制は必要に応じてアドバイスを行うが、あまり出過ぎることなく、意思決定は担い手に任せるようにし、担い手の主体性の醸成につながった。 <p>●おかやまマルシェ協会の設立</p> <ul style="list-style-type: none"> • 既存マルシェの主催者の多くは、協議会と事業者の仲介を務めた「有機生活マーケットいち」と親交が深く、岡山を元気にしたいという点で共有認識も既にあったため、比較的容易に協会の設立・参加へ賛同された。 • 既存マルシェの中で最も歴史のあるマルシェの主催者は、ネットワーク組織の継続の大変さやまちづくりの苦労を理解していたため、新たに発足するネットワーク組織への参加をすぐには承諾されなかった。そのため一度の訪問で諦めることなく、何度も足を運んで丁寧な意見交換を重ねた。 	<p>できた。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 既存マルシェの主催者の話をしっかりと聞き、こちらの考えも丁寧に説明するなど、丁寧に意見交換を重ねられたため、賛同を得ることができた。
デザイン	<ul style="list-style-type: none"> • 奉還町商店街で新たに立ち上げるマルシェのコンセプトづくりが重要であった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 体制と担い手で密に打合せの場を持ち、アイデア出しや意見交換を重ねることで、独自性の高いマルシェのコンセプトやストーリーを設定することができた。 • 体制は必要に応じてアドバイスを行ったが、多くは情報提供のみにとどめ、意思決定は担い手に任せることを意識した。結果的に継続的な開催のための主体性の醸成（自立）につながっている。 	<ul style="list-style-type: none"> • 奉還町商店街の成り立ち（明治維新後に失職した武士が奉還金を元手に商売をはじめた地と言われている）をベースにしたストーリーを設定し、マルシェ名を「西奉還町武士マルシェ」とした。
販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> • 中山間地域の農作物や特産品の販路開拓も当事業の大きなテーマとなっていた。 	<ul style="list-style-type: none"> • みんなの集落研究所が有している地域おこし協力隊のネットワークを活用して、新たに奉還町商店街で立ち上がるマルシェへの出店者のコーディネートを担当した。 	<ul style="list-style-type: none"> • 平成28年2月20日に開催された「西奉還町武士マルシェ」では中山間地域より5者が出店した。
広報・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> • 西奉還町武士マルシェの開催に関して、周知・集客に向けた効果的な広報が必要であった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 岡山NPOセンター、みんなの集落研究所、有機生活マーケットいちはそれぞれ地元メディア（テレビ、新聞、ラジオ等）とのネットワークを有していたことから、開催前や開催当日等に複数のメディアからの取材を受け、適時かつ広範囲に情報を発信することができた。 	<ul style="list-style-type: none"> • 西奉還町武士マルシェやおかやまマルシェ協会の設立記念式では複数のメディアに取り上げられ、効果的な情報発信を行うことができた。
モチベーションの維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> • 担い手のアイデアや考えを尊重して、主体性や自立性の向上につなげる必要があった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 体制はあまり出過ぎることなく、意思決定は担い手に任せるようにし、担い手の主体性や自立性の向上につながるようにした。 	<ul style="list-style-type: none"> • 担い手の主体性や自立性の醸成につながった。

2 中間支援のポイント（取組の中で見られた工夫・取組が上手く進んだポイント等）

①担い手のアイデアや主体性を重視したアドバイスと意見交換の積み重ね

西奉還町武士マルシェの実現に向けて、次々と生まれてくるアイデアを整理・収束させて、実現可能なスケジュールの策定や体制整備等、工程を具体化しつつ管理する必要があった。担い手は20歳代から40歳代の若手経営者で構成されていたことから、発想の柔軟性や情報量に優れていた反面、マルシェの開催は初めての経験であることから、必要となる準備や手続きを把握していなかった。そのため、担い手のよい部分を生かしつつ、目的を達成するための実現可能なアイデア・ス

スケジュールに落とし込むことは困難な難しい作業であった。

支援においては担い手と体制による打ち合せの機会をできるだけ多く持ち、細かな意見・情報の交換を積み重ねるとともに、客観的にアイデアと準備のバランスを図りながらアドバイスを行った（例えば、開催日から逆算した場合の準備期間に基づいて必要な手続き、人員配置等の具体的な内容を提示しつつ、それぞれのアイデアを実現するために必要となる期間・予算を考えてもらってアイデアの取捨選択を促す等）。

ただし、体制は必要に応じてアドバイスをを行うが、指示・命令はせず、最終的な意思決定は担い手に任せることを基本原則として、担い手の主体性醸成にもつなげた。

②関係者の理解を得るための誠意ある対応

おかやまマルシェ協会の設立にあたり、既存マルシェの関係者の理解と協力を得る必要があった。既存マルシェの中には、外部協力として本事業に参画している「有機生活マーケットいち」も含まれており、「有機生活マーケットいち」の代表は既存マルシェの関係者と親交があったことから、体制のねらいを代弁してもらいながらそれぞれのマルシェとの協議・交渉にあたった。それぞれのマルシェは、手法や見せ方に違いはあるものの岡山を元気にしたいという点で既に共通した認識があったことから、利害関係が衝突することなく、協会の設立に賛同してもらうことができた。

既存マルシェの中で最も歴史のあるマルシェの主催者は、協会設立後の継続や利害関係を調整することの苦勞をよく分かっていたため、すぐには承諾を得られなかったが、1度の訪問で諦めることなく、3度足を運んで意見交換を重ねた。そこでは、主催者の話をしっかりと聞き、こちらの考えを丁寧に説明した上で、共通の目標を見い出せたことから、最終的に主催者からの理解を得ることができた。

主催者のその後の話によれば、電話だけで済まそうとしたり、1度の訪問で諦めたりすれば信用しなかったが、何度も足を運ぶ姿勢から、おかやまマルシェ協会の立ち上げに向けた責任と覚悟を感じられたため、協力することを決めたとのことであった。

③体制のネットワークを生かした効果的な広報支援

西奉還町武士マルシェの開催に向けて、周知・集客に向けた効果的な広報が必要であった。

そこで、インパクトのあるキャラクターとストーリー性のあるタイトルを前面に出したチラシを作成するとともに、岡山NPOセンター、みんなの集落研究所、有機生活マーケットいち等がそれぞれに有している地元メディア（テレビ、新聞、ラジオ等）とのネットワークを活用して、各媒体にマルシェの情報を発信することで、開催前や開催当日に複数のメディアからの取材を通じた不特定多数への情報発信を実現することができた。また、おかやまマルシェ協会の設立記念式でも地元メディアに大きく取り上げられ、おかやまマルシェ協会設立の発足だけでなく、そのねらいや背景を広く周知することができた。

3 支援対象の成果

新規マルシェの立ち上げについては、新規マルシェの開催1回以上の目標に対して、2つのマルシェを立ち上げてそれぞれ第1回を開催することができた。また、そのうち西奉還町武士マルシェについては約400名の来客数があり、当初目標の200名以上を大幅に超える結果となった。さらに、集落等による地域づくり活動の出店数についても5店の出店があり、目標を達成することができた。

表 成果目標の達成状況

成果指標	事業開始当初	目標	達成状況
①岡山マルシェ協会（仮称）の設立	なし（具体的な連携もない）	立ち上げメンバーが集まり、設立総会を開いて会を立ち上げる	2月29日に発足
②新規マルシェの立ち上げ	なし	立ち上げ及び1回以上の開催	2回
③上記マルシェへの1日の来客数	なし	200名以上	約400名
④マルシェへの出店数のうち、集落等による地域づくり活動の出店	なし	5店以上	5店



西川ぬく森アナザーガーデンの様子



西奉還町武士マルシェの様子

4 地域づくり活動支援体制としての成果と課題

◎来年度以降の取組に向けた活動の基盤整備

本事業の目的である「岡山県全域の成長と賑わいを促進し、持続可能な地域づくりを実現すること」に対して、今年度の事業では「西奉還町武士マルシェ」の発足を通じた奉還町の賑わいづくりに加えて、市内で個別に開催されてきたマルシェの連携促進が期待される「おかやまマルシェ協会」の発足など、マルシェの社会的な意義を高めていくための活動の基盤が整備できた。また、本事業を通じて、体制メンバー4者のマルシェの発展に向けたビジョンを共有することができたため、より円滑で継続的な支援体制を検討・整備していく予定である。

◎来年度以降の出店者の掘り起し

出店者の経営支援を目的として行った研修会（8/19、12/4）では、地域おこし協力隊同士の交流促進やメディア関係者と地域おこし協力隊のつながり構築のきっかけとして対象者から非常に高い評価を得ることができた。

この研修会に参加した地域おこし協力隊員の中には、来年度以降のマルシェ出店を具体的に検討

し始め、体制に融資の相談を行う者も出てきており、来年度以降の出店者の拡大に寄与する結果となっている。

5 地域づくり活動支援体制としての今後の展望

◎大型観光イベントへの参画

来年度は「晴れの国おかやまデスティネーションキャンペーン」や「瀬戸内国際芸術祭 2016」といった大型の観光イベントが予定されており、特に観光振興におけるマルシェの可能性・有効性を示すべく、自治体と連携して県内外に情報を発信していくことを考えている。

※晴れの国おかやまデスティネーションキャンペーン (<http://www.okayama-kanko.jp/dc/>)

※瀬戸内国際芸術祭 2016 (<http://setouchi-artfest.jp/>)

◎継続的な事業展開

平成 28 年度は、体制がおかやまマルシェ協会の運営を支援しながら、既存マルシェの基盤強化（担い手確保や出店数の増加）支援及び新規マルシェの立ち上げ支援を継続していく予定である。また、「晴れの国おかやまデスティネーションキャンペーン」の開催に合わせて岡山県域でのマルシェの普及を図っていくことも考えている。

平成 29 年度は、マルシェのネットワークを県内全域に拡大して、ネットワーク組織としての基盤強化（会員マルシェの増加による発信力・影響力の向上と会費収入の拡大）を図るとともに、マルシェを文化として定着させるため新たなキャンペーンを展開する予定である。

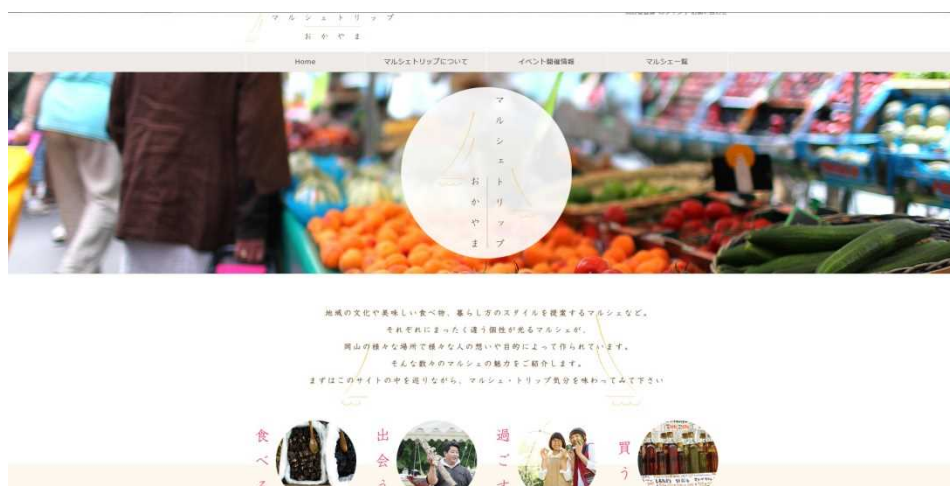
いずれも、おかやまマルシェ協会の会費（自主財源）や自治体の補助事業等の受託により活動資金を確保していくことを想定している。



おかやまマルシェ協会設立記念の様子



協会会長（有機生活マーケットいち）による挨拶



マルシェの魅力発信と観光振興を目的とした HP「マルシェトリップおかやま」の開設