

投票番号  
2

## アジアマルシェ & 中秋の名月in仲見世商店街

- 月見×アジアマルシェ
- 食と文化の未体験アジアフェス
- アジアの演出溢れる魅力のステージ



事業の  
ねらい

- 仲見世でアジア文化を体感し交流促進
- キッチンカーで多文化の魅力を発信
- ステージ演出で夜の賑わいを拡大

## 事業計画書

事業名	アジアマルシェ & 中秋の名月 in 仲見世商店街
実施場所	実施場所沼津市中心市街地（仲見世商店街周辺）
実施予定期間	※イベントや研修会等の当日だけでなく、準備期間・実績の取りまとめ期間等も含めて記載してください。 令和7年4月13日～令和7年10月31日

## ◎事業概要

※事業の概要を100～200字で簡潔に記載してください（事業の紹介などで使用します）。

令和8年度10月に、沼津市仲見世商店街で「第2回アジアマルシェ & 中秋の名月」を開催します。アジア各国の飲食・物販に加え、文化体験や月見演出を実施。地域内外の来街者と在住外国人が自然に交流できる場をつくり、商店街の賑わいと交流人口の増加につなげます。

## ◎目的

※事業を行うきっかけ（地域の問題点や課題、社会背景など）と、その解決のために何をするのかを記載してください。

本事業は、来街者減少により活気を失いつつある仲見世商店街の賑わい創出と、人口減少が進む沼津市の活性化を目的に、第1回の成果と課題を踏まえて「第2回アジアマルシェ & 中秋の名月 in 仲見世商店街」として継続実施します。沼津には労働力として多くの外国人、とりわけアジア出身者が生活し地域を支えています。市民との接点や相互理解の機会は十分とは言えません。第2回では、アジア各国の料理・文化体験や交流企画を通じて市民と在住外国人の触れ合いを促進し、多文化共生のまちづくりを推進します。継続開催により交流と回遊の導線を定着させ、商店街の魅力再発信と地域経済の活性化、交流人口の増加につなげます。

## ◎実施内容

日程	実施項目・作業項目
	※イベントや研修会等の行事日程だけでなく、実施内容(打合せ・会議・資料作成・参加者募集・準備・検討会)、実施場所、参加対象、人員配置、役割分担など、事業期間すべてにわたる実施内容を記載してください。 ※ハード部門については、12月31日までに施設整備を終え、その後は施設を活用する計画としてください。

2026年4月～5月	全体企画会議・構想立案の実施、委員全員で方向性・役割分担の決定
2026年4月～6月	実行委員の募集・面談・選定（10名程度まで拡充）、多様なスキルを持つ人材の確保
2026年5月～8月	協賛企業の募集活動・提案資料作成・訪問、沼津市内・近隣市、協賛金の獲得と関係構築
2026年6月	関係機関との打合せ（行政・商店街・国際交流協会等）、市役所・仲見世周辺、協力体制・会場確認
2026年6月～8月	出店者・出演者の募集・選定、出店内容の調整・書類準備
2026年6月～9月	広報活動（SNS・チラシ配布・地域回覧）、集客と周知
2026年7月～9月	出店者説明会・会場配置計画、仲見世商店街・オンライン、当日配置・ルール説明
2026年9月	会場備品・レンタル・キッチンカー等手配、必要機材の確保
2026年9月中旬	運営マニュアル・安全対策資料の作成、当日対応マニュアル整備
2026年10月中旬	アジアマルシェ&中秋の名月本番、仲見世商店街、当日運営・来場者対応
2026年10月下旬	アンケート回収・報告書作成・反省会、次回への改善

## ◎事業効果

※事業の実施により、期待される効果を記載してください。

### 1. 地域商店街の活性化

- 仲見世商店街を舞台とした開催により、普段訪れる機会が少ない層の来街を促し、商店街の認知度と回遊性を高めます。
- 地元店舗とのコラボ出店により、地域経済への波及効果が見込まれます。

### 2. 沼津市の魅力向上と交流人口の増加

- 沼津で多様なアジア文化を体験できるイベントとして、観光・交流の新たな目的地となり、市内外からの集客が期待されます。
- 文化体験・飲食・交流を融合させた複合的な魅力で「また来たい」と思わせるまちのブランドづくりに貢献します。

### 3. 多文化共生の推進

- 沼津市内で暮らす外国人住民と市民が出会い、言葉や文化を越えて交流するきっかけを創出し、相互理解の促進に寄与します。
- 地域に暮らすアジア人が誇りを持って文化を発信する機会にもなり、社会的な包摂と信頼関係の構築が期待されます。

### 4. 若年層や企業家の地域参画促進

- 実行委員会メンバーやボランティアの拡充により、若者や企業人が地域づくりに関わる機会となり、市民主体のまちづくりが進みます。

### 5. 中長期的な人口・労働力維持への貢献

- 沼津を好きになる外国人住民や訪問者が増えることで、将来的な定住・就労人口の増加、地域内での人材循環にもつながる可能性があります。

成果指標	※事業効果を客観的に評価できるよう、具体的な数値等を用いて成果指標を設定してください。	指標の検証方法	※左記指標の検証方法を記載してください。
------	---	---------	----------------------

	<p><b>来場者数</b>：1 日あたり 5000 名以上</p> <p><b>出店者数</b>：25 ブース以上（アジア各国の飲食・雑貨など）</p> <p><b>市民参加者数</b>：市民スタッフ・ボランティア 20 名以上</p> <p><b>外国人参加者数</b>：沼津在住アジア出身者を中心に 100 名以上</p> <p><b>協賛企業数</b>：20 社以上の協賛を獲得</p> <p><b>SNS リーチ数</b>：イベント前後での SNS 投稿・閲覧数 10,000 リーチ以上</p> <p><b>アンケート回収率</b>：来場者アンケート 300 件以上回収</p> <p><b>地域満足度</b>：アンケートで「満足」または「とても満足」 80% 以上</p> <p><b>再来意向率</b>：「来年も参加したい」と回答した人 85%以上</p> <p><b>商店街波及効果</b>：商店街店舗の売上が通常比 1.5 倍以上（平均）</p>	<p>会場カウント／スタンプラリー回収数／写真記録など</p> <p>出店申し込み数／出店当日の数</p> <p>事前登録数・実働名簿</p> <p>アンケート／協力団体からの報告</p> <p>契約・協賛申請書類</p> <p>Facebook, Instagram 等の分析ツール</p> <p>紙またはデジタルフォームによる回収</p> <p>5 段階評価形式の設問にて評価</p> <p>アンケートより</p> <p>任意の協力店からの売上データヒアリング</p>
--	---	--

◎評価の視点に合致していることの説明※評価の視点については、募集の手引きを必ず確認して下さい。

<p>社会的 必要性</p>	<p>※まちの活性化や魅力づくりのために有益であり、不特定多数の利益につながる質の高い事業であるか。</p> <p>『アジアマルシェ&amp;中秋の名月』は、年々来街者が減少し活気を失いつつある仲見世商店街の再活性化を目的とした事業です。沼津市では外国人住民、特にアジア圏からの転入者が増加しており、地域社会の一員として共に暮らす多様な市民との交流機会が求められています。本事業は、市民と外国人住民が相互理解を深める場を提供し、不特定多数の市民が自由に参加できる公共的な開かれたイベントです。加えて、外国人住民が『受け入れられる側』ではなく『まちの担い手』として主体的に関わるきっかけづくりを意識しており、まちの活性化と共生社会の実現を両立させる質の高いまちづくり活動といえます。</p>
<p>地域性</p>	<p>※地域課題の解決や地域資源の活用につながり、地域住民を巻き込めるか。</p> <p>『アジアマルシェ&amp;中秋の名月』は、沼津市中心市街地の仲見世商店街という地域資源を舞台に、地元住民・商店街関係者が一体となって創り上げる参加型イベントです。地域住民からなる実行委員を拡充するとともに、商店街店舗前での料理提供や共同企画（コラボメニュー開発・装飾演出など）を通じて、店主も主体的に関わる仕掛けを設けます。また、来場者だけでなく、地域の子どもたちや学生ボランティアも運営補助として参加し、幅広い世代を巻き込むことで、まちへの愛着や誇りを育む場とします。</p> <p>さらに今回は、これまで関わりの少なかった在住外国人層にも参加の呼びかけを広げることを目指しており、地域のにぎわいづくりと多文化共生の第一歩として機能することを期待しています。地域の課題を地域の力で解決していく、実践的で協働型のまちづくり活動です。</p>
<p>独創性</p>	<p>※申請者ならではの着眼点や個性が見られ、新規性、チャレンジ性があるか。</p>

	<p>『アジアマルシェ &amp; 中秋の名月』は、食を通じて市民とアジア出身の外国人住民がつながるというユニークな着眼点から生まれた、NAF 実行委員会ならではの地域交流事業です。単なるフードイベントではなく、文化背景や生活習慣にまで触れる展示や対話の場を設けることで、五感で体験する多文化共生を目指します。また、外国人参加者が「受け入れられる側」ではなく、「地域を盛り上げる担い手」として活躍する場を意図的に設計しており、このような構成は地域イベントとしては先駆的です。さらに、商店街や地元企業とのコラボによる演出や市民巻き込み型の運営体制など、創意工夫とチャレンジ精神に富んだ、これまでにない新しいまちづくりのかたちを提案するものです。</p>
<p>実現性</p>	<p>※資金やスケジュール、法令順守、関係者との調整に問題がなく、予算や効果が適正であるか。</p> <p>本事業は第2回開催であり、前回実施で得た運営ノウハウ（出店募集・動線設計・当日運営・安全管理・広報手順等）と関係者連携の実績を基に、より確度の高い実施計画を構築しています。令和8年10月の開催に向け、十分な準備期間を確保し、実行委員会が定例打合せを行いながら、出店者募集、協賛獲得、各種申請、会場設営計画、広報を段階的に進行します。運営体制は10名規模の実行委員を中心に、商店街関係者、地元ボランティア、国際交流団体等と連携し、前回の役割分担表を更新して責任範囲を明確化します。資金面は、補助金に加え協賛金・出店料等を組み合わせ、収支計画の精度を前回実績に基づき高めることで、過不足のない予算と費用対効果を確保します。法令順守については、歩行者天国の活用、火器使用時の安全管理、食品衛生・営業許可、警備・導線・緊急時対応等について、行政・警察・保健所等と事前協議を行い、必要手続きの遵守を徹底します。以上により、スケジュール・体制・資金・安全の各面で無理のない実行可能性を担保しています。</p>
<p>発展性</p>	<p>※事業の波及効果が見込まれ、意欲をもって主体的かつ継続的な活動ができ、資金確保への取り組みも十分か。</p> <p>本事業は第2回開催であり、前回の実施により、商店街・出店者・協賛企業・国際交流関係者との連携基盤が形成され、来街促進や交流創出に一定の手応えを得ました。今回はその成果を踏まえ、仲見世商店街を活用した「多文化交流の定番行事」として定着させ、継続的な賑わい創出へ発展させます。イベント当日の波及効果にとどまらず、出店者・協賛企業・来街者の再訪を促す導線づくりや情報発信の強化により、中心市街地の回遊性向上と地域経済への波及が見込まれます。運営面では、地元企業・若手経営者が主体となり、役割分担と運営手順を標準化することで、次年度以降も継続可能な体制を整備します。財源面は、協賛金・出店料・市民サポーター（寄付）等の拡充に取り組み、補助金依存を段階的に低減して自立運営へ移行する方針です。さらに今後は、在住外国人が出店者・出演者に加え運営側の担い手として参画する機会を広げ、双方向の多文化共創へ発展させることで、沼津市の新たな魅力発信と持続的な交流人口の増加につなげます。</p>

### ◎次年度以降の活動予定

※ソフト部門（ステップアップ型）新規または2回目の応募で、助成の継続（最大3年まで）を希望する場合は、今後の活動予定と事業継続のための戦略について記載してください（今回の応募が次年度以降の助成を約束するものではありません）。

本事業は、単年度の催事に留まらず、「多文化共生×中心市街地活性化」を軸に、段階的に発展させる3年計画の2年目として位置付けています。第1回で得た運営実績と関係者ネットワークを基盤に、第2回は内容の質向上と継続実施に耐える運営基盤の整備を進め、次年度以降の自立運営へ移行する戦略を明確にします。

#### ■ 令和9年度（3年目）活動予定

##### ● 定番行事化と開催スキームの確立

「アジアマルシェ」「春節祭」等を継続開催し、出店国・体験コンテンツ・ステージ等を拡充するとともに、運営手順（募集・配置・安全管理・広報・会計）をマニュアル化して再現性を高めます。

##### ● 年間を通じた交流施策への展開

イベントに加え、商店街と連携したミニ企画（料理・文化体験、装飾づくり、交流会等）を複数回実施し、来街動機の創出と関係性の継続を図ります。

- 担い手拡大（教育機関・外国人住民の参画強化）

地元高校・専門学校等との連携により学生の企画運営参加や多言語発信を進め、在住外国人についても出店・出演に加え、実行委員・運営スタッフとして参画する機会を拡大し、双方向の共創体制を構築します。

- 事業継続のための資金確保戦略（補助金依存の低減）

協賛メニューの体系化（スポンサー枠、ブース協賛、広告協賛等）と営業の通年化、出店料の適正化、パンフレット広告・物販等の収益機会の整備、市民サポーター（寄付）制度の導入により、補助金終了後も継続可能な財源構造の確立を目指します。

以上により、次年度以降も関係者と事業内容を着実に拡大しながら、仲見世商店街を舞台とした持続可能な多文化交流の基盤づくりと、中心市街地の回遊・賑わいの定着を推進します。

### ◎実績の評価と改善点（継続事業のみ）

※継続事業については、過去の実績に対する自己評価と実績を踏まえた改善点等について記載してください。

第1回「アジアマルシェ&中秋の名月 in 仲見世」は、来場者約7,000名（目標5,000名）を達成し、出店27ブース、外国人参加者約500名、商店街売上は通常比1.5倍となるなど、中心市街地の賑わい創出と多文化共生の“場づくり”という目的に対して一定の成果を得ました。来訪者満足度は「満足・とても満足」98%、次回参加意向は100%と高く、推奨度（平均8.91）や滞在時間（2～3時間37%、3時間以上30%）からも、体験価値の高さが確認できました。

一方で、改善すべき課題も明確になりました。第一に、運営体制面では市民スタッフ・ボランティアが目標20名に対し10名に留まり、混雑時の導線整理、清掃・ごみ分別、来場者対応、アンケート回収等で手が回らない場面が発生しました。アンケート回収も45件に留まり、夕方以降の回答が中心で、客層の偏りが推測される点は効果測定上の課題です。

第二に、集客・広報面では「知人・友人の紹介」での来訪が多く、関係者比率が高い可能性が示唆されました。新規層（無関係者）に対する告知導線の強化が必要です。また、来訪動機としてキッチンカーの影響が大きいことが読み取れるため、イベントの主旨（多文化交流）を損なわずに集客力のあるコンテンツ設計へ整理する必要があります。

第三に、事業目的である「多文化交流」の質については、会場に多国籍の来訪者が存在した点は成果である一方、実際に会話等の交流が「あった」と回答した層は限定的で、交流が“偶発”に留まったことが課題です（交流なしの回答が最多）。第四に、来場者の不満点として「座る場所」「トイレ」「混雑時の導線」等が挙がっており、快適性・安全性の改善が必須です。さらに、商店街店舗での購買比率を高める施策（回遊・購買導線づくり）にも改善余地がありました。

次回（第2回）に向けては、

①ボランティア募集の前倒し・シフト制導入・役割分担の再設計により運営力を底上げし、アンケート回収は受付時のQR掲示、場内アナウンス、回収担当の配置、特典付与等で母数を拡大します。

②広報は紹介依存を減らし、商店街店舗・学校・国際交流団体・企業ネットワークと連携した周知、掲出物の強化、SNS運用の計画化等により新規来訪を増やします。

③交流は「多国籍混成チームでのクイズ」「文化体験の参加型企画」「交流導線（交流スタッフ・交流コーナー）」を設け、“会話が生まれる仕組み”として実装します。

④会場環境は休憩席の増設、トイレ・案内表示・タイムテーブル掲示、混雑ピークを想定した導線再設計を行い、快適性と安全性を高めます。

⑤商店街への波及については、スタンプラリーや買物券等を活用し、イベント消費を店舗購買へ接続する施策を検討します。