



1. 目的

犬山市にある外国人が経営するお店を犬山市民に知ってもらうとともに、外国人市民と日本人市民の交流の場を設け、多文化共生の一步とする。2回目の開催。

行政と外国人市民の距離を縮め、外国人市民の社会参画の足掛かりとする。

2. 開催概要

- (1) 名称 多文化交流マルシェ
- (2) 開催日 11月23日(日) 10時～16時
※愛知多文化共生月間に合わせ開催
- (3) 会場 犬山駅東からくり時計広場
- (4) 主催 犬山市
- (5) 天候 晴れ

3. 出店者

(1) 飲食店

- | | |
|---------------|---------------|
| ①ミエル・イ・カネラ | ペルーのスイーツ |
| ②ラ・カーサ・ビエハ | ペルー料理 |
| ③あいぼち | ブラジルのスイーツ |
| ④ガンダアラー | ネパール料理・インドカレー |
| ⑤イスタンブール・バザール | トルココーヒー |

(2) 民芸品の販売等

- | | |
|---------------|-----------------|
| ①丸山 ソロニール氏 | ブラジルの絵画 |
| ②ベラルデ・オルガ氏 | ベネズエラのエステ・ネイルなど |
| ③Qinti | ペルー風雑貨 |
| ④De Casa | ブラジル風編み物 |
| ⑤イスタンブール・バザール | トルコ雑貨 |

(3) 出演

- | | |
|-----------------------------|-------------|
| ①Sky Jumping Inazawa Komaki | スカイジャンプ |
| ②VIVA DANCE | ダンスパフォーマンス |
| ③ダンス&フィットネススタジオMARIO | ダンスパフォーマンス |
| ④パチャス・エヴァ | ペルーのカホン演奏 |
| ⑤Andre | ラップパフォーマンス |
| ⑥シェイクハンス | 民族ファッションショー |

※出店、出演者の選定については公募制を検討しましたが、地域のイベントになかなか積極的に参加できない市民への社会参加という視点を重視し、市役所スタッフが直接声掛けをしました。多文化共生推進員や犬山国際交流協会の紹介、また市内で新しくオープンしたお店に直接訪問するなどして依頼しました。



4. 外国人無料相談「出張」窓口の実施

外国人市民が多く集まることが期待されることから、毎月（スペイン語・ポルトガル語は毎週金曜日）実施している外国人無料相談窓口の出張版を当マルシェで行いました。マルシェの楽しい雰囲気もあり、残念ながら相談者はありませでした。チラシを配布するなどして周知に努めました。

時間：12:30～16:00

言語：中国語、英語



5. 事業の評価

定量的な調査を実施していないため、事務局反省会における、定性評価となります。

①来場者数は推計で延べ600人前後。昨年同様、賑わいのあるイベントとなりました。

（参考）

座席利用客：36席×2回転/時間×6時間＝432人

立ち見客：10ステージ×推定平均10人＝100人

→432人+100人＝532人

そのほか、買い物のみのお客もあつたため、来場者数はおおよそ延べ600人と推計しています。

②ポイントとしては参加条件などのルールを厳しくせず、ゆるくやったことがうまく回ったと認識しています。ただし今後公平性等の課題が残るため引き続き慎重に議論します。

③外国人住民の人口構成に比べ、来場者の国籍の広がりが不十分でした。昨年度はベトナム料理店カムオンの出店がありベトナム人来場者が見られましたが、今年度は出店がなかったことも影響したと考えられます。来年度は名古屋教育学院や地域の企業への働きかけで改善したいです。

④民芸品の出店者から、日本人の好む商品の傾向が今回のマルシェで分かり、今後の商売に繋げたいという声がありました。個人事業を始めたい外国人市民が地域の消費者と直接関わり、主体的に経済活動へ参加する機会となりました。

⑥飲食店については、具体的な数字は確認できませんが、終始多くの来場者でにぎわい、売り上げも好調の様子でした。マルシェ終了前に完売となる店舗も見られ、日本人市民に対する外国人市民の店舗の認知向上と、売上の両方の面で効果がありました。



6. 今後の展開

今後のあり方について、継続する場合と継続しない場合の双方の観点から検討しています。

(1) 事業を継続する場合

①現在の形を継承

出店者の選定方法について検討が必要。特定の出店者の固定化を避け、新たな参加者の掘り起こしを進める観点から、初めて出店する外国人市民の支援など、「0を1にする」機会の創出に重点を置く。

②委託による開催

民間団体等への委託による開催。開催を担うだけの人員や体制が確保できるか、市への依存度が高くないかが課題。

(2) 事業を継続しない場合

出店支援事業への転換

単独のマルシェを開催するのではなく、既存のイベントや販売機会への出店を支援する。具体的には、申込み手続きや情報入手の支援、市主催事業や地域イベントへの出店調整などを行い、外国人市民が人の集まる場で販売経験を積める機会を増やす。



ステージ(Sky Jumping Inazawa Komaki)



飲食店ブース



Andreさんのパフォーマンス



民芸品店ブース