

# 暮らしのマルシェ

2025.10/10(金)~13(月)

10. 11. 12. 13.

夜マルシェ 16:00-20:00 | 朝マルシェ / 夜マルシェ 7:00-14:00 / 16:00-20:00 | 朝マルシェ 7:00-14:00 | 朝マルシェ 7:00-14:00



りんご箱ひとつから  
みんなで作るマルシェ

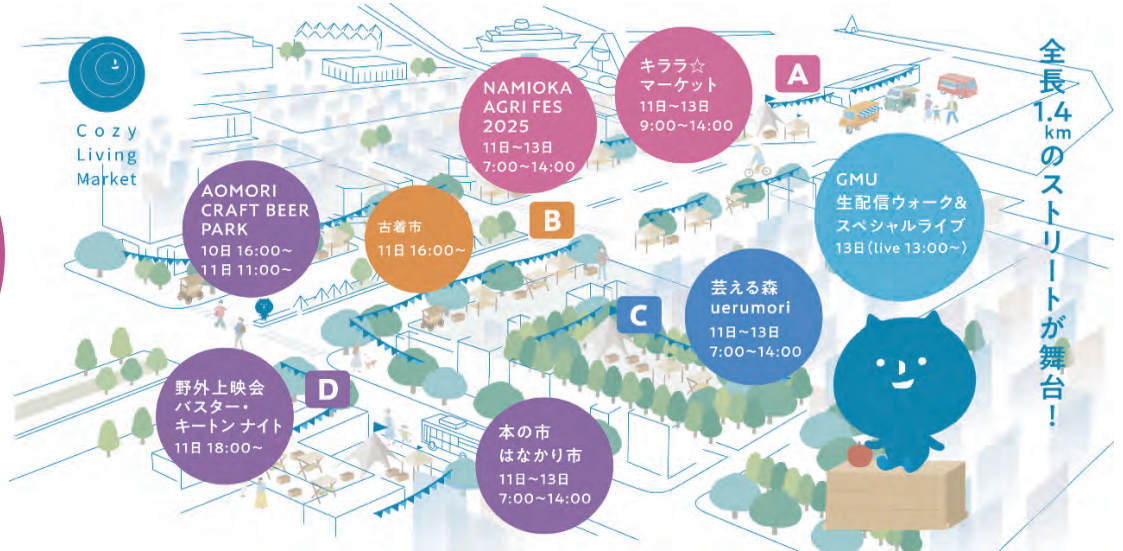
# 青森港暮らしのマルシェ イベントレポート

データで読む開港 400 年記念イベントの成果と展望

2025 年 12 月

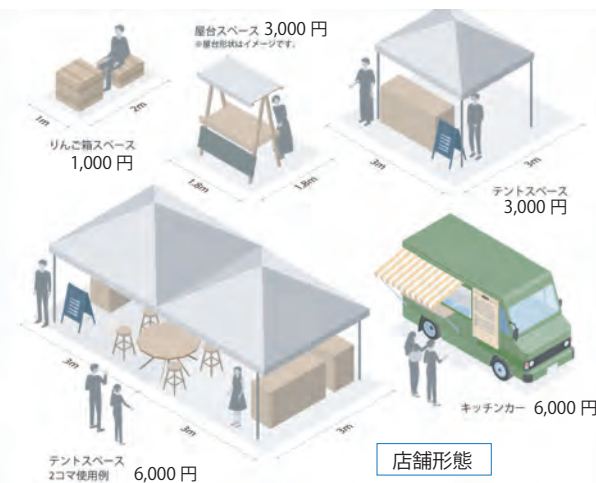
青森地域資源活用プロモーション実行委員会

テーマ  
りんご箱ひとつから  
みんなで作る  
マルシェ



## 開催概要

2025 年 10 月 10 日 (金)~13 日 (月・祝) の 4 日間、朝マルシェ (7:00-14:00/11~13 日) と夜マルシェ (16:00-20:00/10.11 のみ) の 2 部構成で開催しました。出店は、青森港新中央埠頭 (ターミナルビル含む)~柳町通り~本町公園~青森市役所本庁舎 (サードプレイス含む) の 1.4 キロのエリアで、キッチンカー、テント (3×3m)、屋台、りんご箱で構成されました。



### STARTUP セミナー

2025.8/17 8/18  
はじめてのマルシェ デビュー講座

#### A エリア 青森港新中央ふ頭

- キッチンカー
- NAMIOKA AGRI FES 2025
- 手作りクラフト  
-カッチャートプロジェクト-
- 出店者/来場者駐車場

#### B エリア 柳町通り

- 本部  
-インフォメーション、救護所、忘れ物預り所、ガチャ交換所-
- テント  
-飲食、野菜・食品、クラフト-
- 屋台 -飲食、クラフト-
- りんご箱 -マッサージなど-
- パフォーマンス

### プラリー KURAMARU ウォークラリー

### GMU と歩く マルシェ

#### C エリア 本町公園「芸える森」

- 蒔苗正樹 立体作品展示
- 国際芸術センター青森 /ACAC  
-出張! 創作体験森の学校を作ろう-
- RingRing  
-RUNRUN プレーパーク-
- TSUKURIDASU  
-アートフレーム越し撮影会-
- Zentai Art Project  
-ゼンタイウォーク-

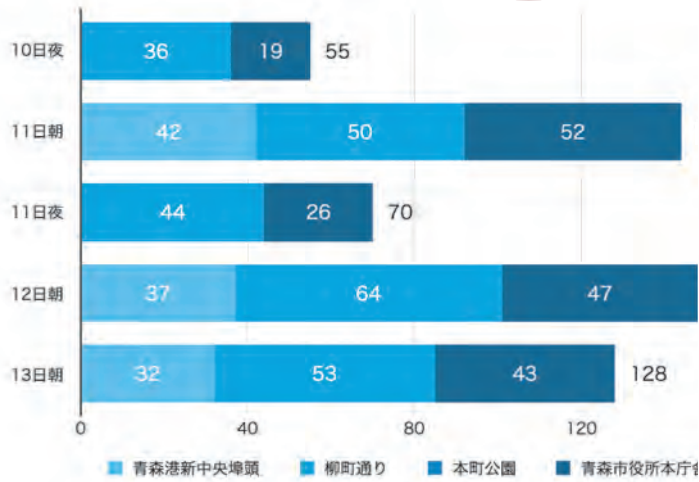
#### D エリア 市役所本庁舎

- テント  
-飲食、野菜・食品、クラフト-
- 屋台  
-飲食、クラフト、マッサージなど-
- AOMORI BEER PARK
- 本の市 はなかり市
- 野上上映会  
-バスターキートンナイト-
- GMU ステージイベント

操車場跡地：  
出店者/来場者駐車場

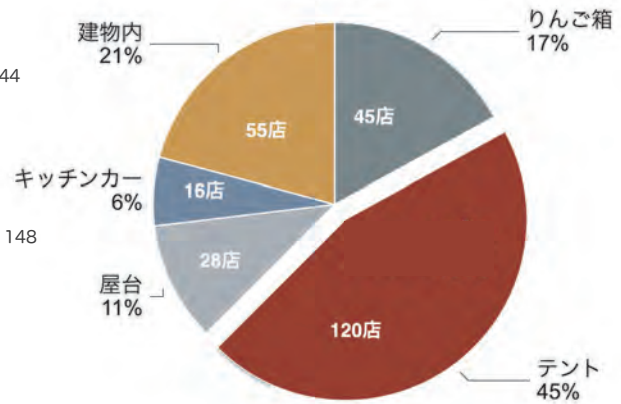
## 出店状況について

延べ 545 店舗



エリアごとの出店延べ数

出店数 264 店

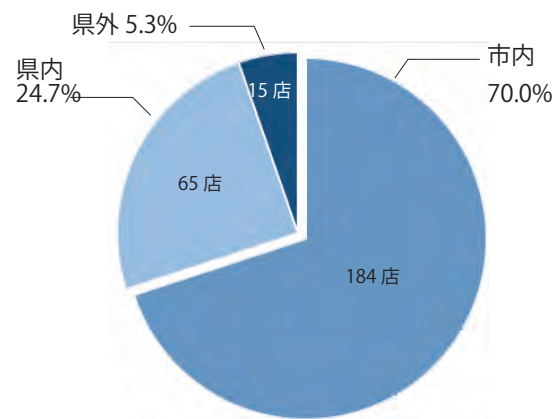


出店形態と出店数

柳町通りが各回を通じて一番多くの出店数となった市役所はサードプレイス（屋内）で「はなかり市（古書店など）」、新中央埠頭はターミナルビル（屋内）で「カッチャート（手作りクラフト商品）」の団体での出のため、総数が多くなっている。

全体出店数は 264 店舗。うちテント出店が全体の 45% となっている。キッチンカーは新中央埠頭のみ出店可としたため総数の 4% にとどまった。なお、2026 年度は柳町通りもキッチンカーの出店を可能とした。

貸出用屋台は 10 台と限られていたため、出店要望は多かったものの、その割合は 11% の出店となった。

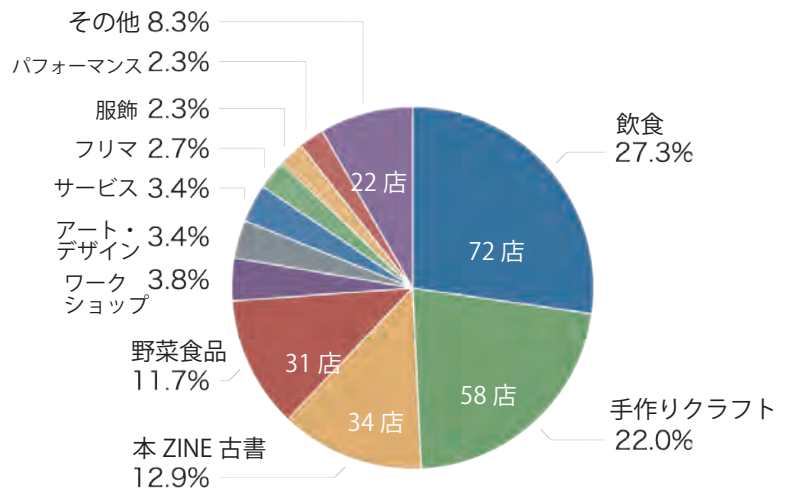


出店者の市内外県外別

飲食と手作りクラフトの出店が全体の半数を占める結果となった。前述のとおり、手作りクラフトは「カッチャート」による団体での出店に加え、今回の出店が初めての大学生などによる手作り商品の販売などもあり、今後もクラフト関係の出店は見込めると予想できる。ただ、屋外での出店には制約も多いため、今後は屋内での展開も検討する必要がある。

当初の計画では、野菜など食品を販売する店舗を目的としていたが、実際には 1 割程度の出店にとどまった。今後は、「カッチャート」などように団体で展開している組織との連携をはかっていきたい。

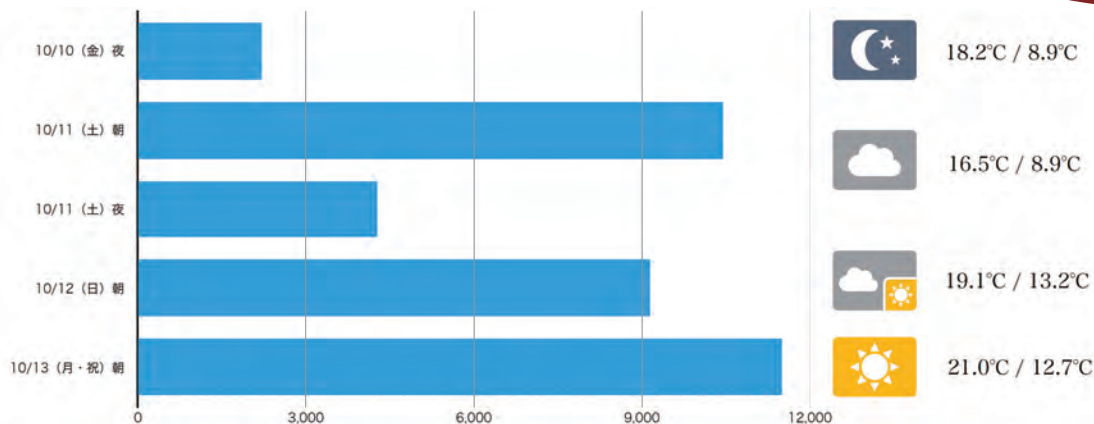
データにはないが、新規出店の店舗も多かったことから、今後もスタートアップ講座などにも力をいれて、ほかのマルシェイベントとの差別化をはかっていきたい。



カテゴリー別出店数

## 来場者について

来場者数 38,000 人



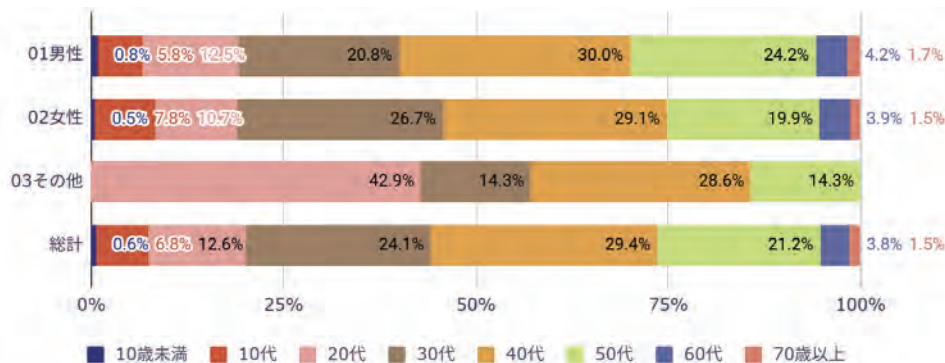
日本観光協会方式 (ガイドライン方式)  
一定範囲を定めて、その範囲内を最盛時間に移動しながら利用者を控え、これに回転数と全面積をかけ、さらに一定範囲の面積で割って調査日の入込客数を推計

来場者は、4 日間で 3 万 8 千人 (日本観光協会方式ガイドライン方式で算出) となりました。

夜マルシェは 10 日、11 日は気温が低かったものの、柳町通りには多くの人出があった。

最終日は気候もよく、各エリアにまんべんなく人出があった。

### 来場者数の推移と天候

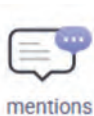


プラリール KURAMARU ウォークラリー 回遊性を高める施策として、デジタルスタンプを集めるウォークラリーを実施し、そのデータから、参加者の男女比と年代の属性情報を抽出。

- ・女性が約 6 割、男性が約 4 割。
- ・年代別では 40 代が約 30% で最も多く、次いで 30 代が約 24%。40 代と 50 代で 50% を超えた。
- ・肌感では、約半数が子供連れだった。

### 来場者数年代と性別

## ユーザーの SNS 投稿分析



mentions



reach



interactions

interactions: 投稿に対してユーザーが起こした「いいね!」などのアクションの純粋な数

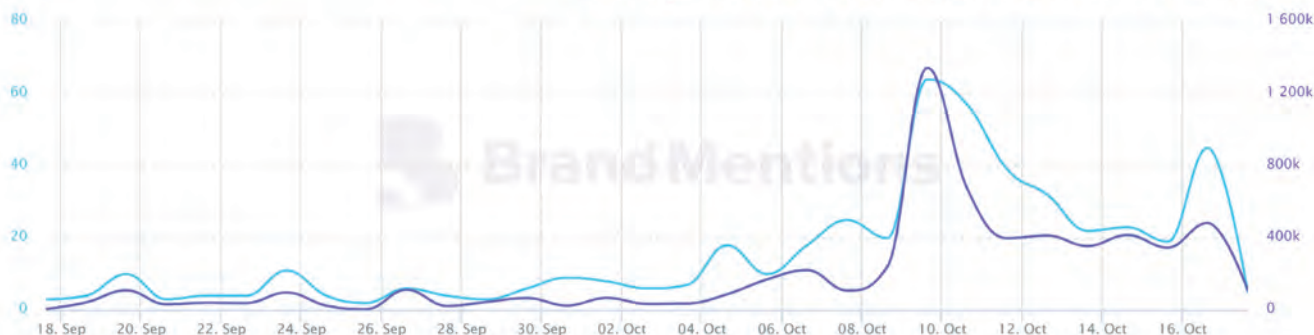
投稿数とリーチ数の推移

491 投稿

620 万リーチ

14.6 万のエンゲージメント

\*注: Instagram はハッシュタグのついた投稿のみ計測可能\*Facebook、Threads は除く



- Mention: 「どれくらいファンが反応したか」という質の評 → イベントについての投稿数
- Reach: 投稿やストーリーを閲覧した実人数

9 月後半から告知がはじまり、初日となった 10 日と、17 日に振り返り投稿での盛り上がりが見られた。620 万リーチは、一般的なイベントに比べて大きな数となっているので、大きな話題性があったと言える。

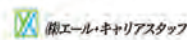
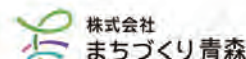
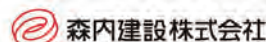
## 青森港暮らしのマルシェとは



青森の豊かな農林水産物をはじめ、飲食・工芸・クラフト・アート・映画・演劇・音楽など、各地から多種多様な魅力を柳町通りを中心に結集し、自分たちのスタイルで参加できるボーダーレスな活力あふれる新しい形のマルシェです。

りんご箱ひとつから出店し商売ができる、暮らしに根ざしたマルシェをコンセプトに、多種多様なスモールビジネスと表現の創出、挑戦の場としてもご活用いただけるマルシェを目指しています。当事業は青森港の利用を増進し市民の暮らしを支え多様な価値観を創造する「青森港暮らしのマルシェ」を昨年から社会実証実験として開催しており、R10年度からの継続的定期開催を目指しています。

### <協賛企業 (2025年度)>



### special thanks

株式会社JR東日本青森商業開発 喜丸喜齋藤組

主催：青森地域資源活用プロモーション実行委員会

農林水産物の販売促進、観光誘客、地域経済の活性化を図る地域資源を活用した、青森市の魅力を全国に発信する新たなプロモーションとして、青森市とクリエイターによる共創プラットフォーム

### 後援 (2025年度)

青森商工会議所／公益社団法人青森観光コンベンション協会／柳町商店街振興組合／北柳町通り振興会／青森ウォーターフロント活性化協議会／NPO法人あおりみなとクラブ／青森港振興協会／株式会社東奥日報社／株式会社デーリー東北新聞社／株式会社陸奥新報社／株式会社津軽新報社／青森放送株式会社／株式会社青森テレビ／青森朝日放送株式会社／青森ケーブルテレビ株式会社／株式会社エフエム青森

### 協力 (2025年度)

Aomori Farm's Crew／AOMORI CRAFT BEER PARK／カッチャート・プロジェクト／蒔苗正樹／本市「はなかり市」／RingRing／青森市立東中学校／青森市立浦町中学校／青森県立青森東高等学校／青森大学／青森中央学院大学／青森公立大学 国際芸術センター 青森・ACAC／八戸工業大学 空間デザイン研究室／株式会社アオプロ／青森市中心市街地活性化協議会／UNDER LOUNGE／一般社団法人共同通信社青森支局／古着市／株式会社東奥アドシステム／有限会社アサヒ印刷／ヤマモト食品株式会社／ジオフラ株式会社

