りゃとしてイベントが企画 機に空き店舗となっていた

店に飲食店が出店したり、

場、そして″稼ぐまちづく を深める中で、ロジマを契

すテストマーケティングの

地域が出店者らとの関係

く挑戦したい人の背中を押 げている。 産や空間の有効利用、新し にするために何が必要か知 課題に向き合い、街を元気 バーは東日本大震災での被

者を募り、初回こそ25店舗

積極的に声をかけて出店

3倍に。今では100店舗 はどだったが1年後には約

長の秘訣は主に「定期開催」た。大和田さんによると成 以上が参加するようなっ

と「ロコミ」にあるという。

なった。

ークを受け入れるようにも

や大学生らのフィールドワ みは注目を集め、行政視察 こういったロジマの取り組 創出に効果を上げている。 きたりするなど、にぎわい 移住して起業する人が出て

増えた移住や起業

月第2日曜日」と固定し、

できた」と手応えを感じて

イベントの開催日を「毎 用という当初の目的は達成

「空き地や空き家の有効活

大和田さんらメンバーは

んな思いを込め運営する。

稼ぐまちづくり」

須賀川「ロジマ」誕生10年

内外の出店者が自慢の内外の出店者が自慢の同じで開かれ 逸品を販売している

らにぎわいを―。 須賀川市 毎月の恒例イベントに成長 マ)」は、2015年6月 deマーケット(通称ロジ の定期市「すかがわの路地 もらえたら」。関係者はそ なかった街の変化を感じて した。「ロジマをきっかけ ナウイルス禍を乗り越え、 年となる。災害や新型コロ の初開催から間もなく丸10 に足を運び、一時は元気の 須賀川の街中に、路地か

や店舗の軒先、休日にほと の人が行き交い、祭りのよ が軒を連ねる。雑貨やお菓 子、衣類、飲食物など店の の路地に面した空間で多く んど使われていない駐車場 業種は多種多様。 空き店舗 **周辺に出店やキッチンカー** 毎月第2日曜日、市役所

大和田卓さん(38)らメン たない出店者が普段から客「ロヂカラ」。理事を務める 催だからこそ、常設店を持 志でつくる一般社団法人 認知度が上がった。固定闘 社員、地元事業者などの有 運営するのは市職員や会 するなどして継続すること で市民の日常に溶け込み、 ほかのイベントと同時開催

うな雰囲気が漂う。

災や地方経済の疲弊などの

恵を絞り合った。遊休不動

ても出店料が他のフリーマ

い点も出店のハードルを下 ーケットなどと比較して安 だ。また、出店者側にとっ も口コミが広がった理由 にロジマを紹介できたこと

路地に定期 ミ」成長

安い参加料 100店超 * 空き家も活用



交流センター「テッテ」で 時~午後3時。同日は市民 く毎月第2日曜日に開かれ グラムなどで確認できる。 はホームページやインスタ 時開催。出店者などの詳細 月イチ、次回は8日 てのひらマルシェ」も同 たおり、次回は8日午前10 ロジマは1月と8月を除

出したい」。街に活力をも ンテンツを生かしてどのよ いるが、さらに先を見る。 課題を解決するアイデアを うなことができるか。地域 「今後『ロジマ』というコ

たらす挑戦が続く。

福島民友新聞掲載 6月5日

「ロジマ」は、誰がどんな思いを持って企画されたのですか?
「ロジラ」の即席だ 10 ケナ 体いていても やてもしゃてひましょう
「ロジマ」の開催が 10 年も続いている秘訣や工夫についてまとめてみましょう。
「ロジマ」には、どんな種類の店舗が出店しているか、ネットなどで調べてみましょう。
<u></u>