



若者が活躍する日立市づくりへ向けて

阿部 稲田 上田 小貫 梶山 川又 黒澤 小玉 佐藤

<https://tobalog.com/2015/01/hitachi-station/>

アンケートの実施

実施目的

若者が活躍するための新たな着眼点の発見

カフェの増加と若者による有効活用

「大学生がカフェ借り無償「寺子屋」 「教えないで教える」子どもたちに自学自習の楽しさを」
(岐阜新聞Web 2021年11月記事より)

古着屋市場の増大

「古着屋市場2026年までの8兆円を超える予測 2030年にはファストファッションの約2倍に」
(SUSTAINABLE BRANDS 2021年8月記事より)

アンケートの実施

実施概要



1回目

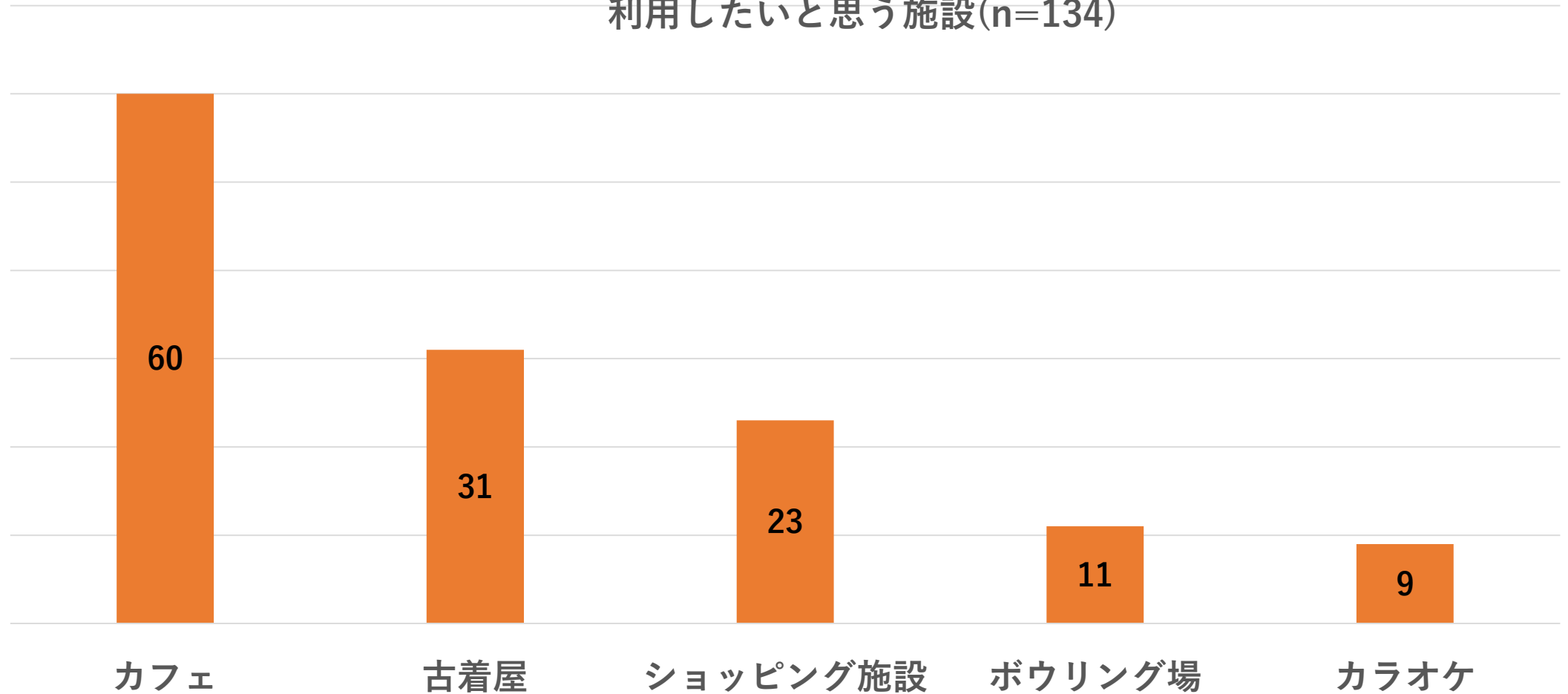
対象:18~22歳
方法:Google Form(Web調査)
集計数:150件

2回目

対象:18~22歳
方法:Google Form(Web調査)
集計数:101件

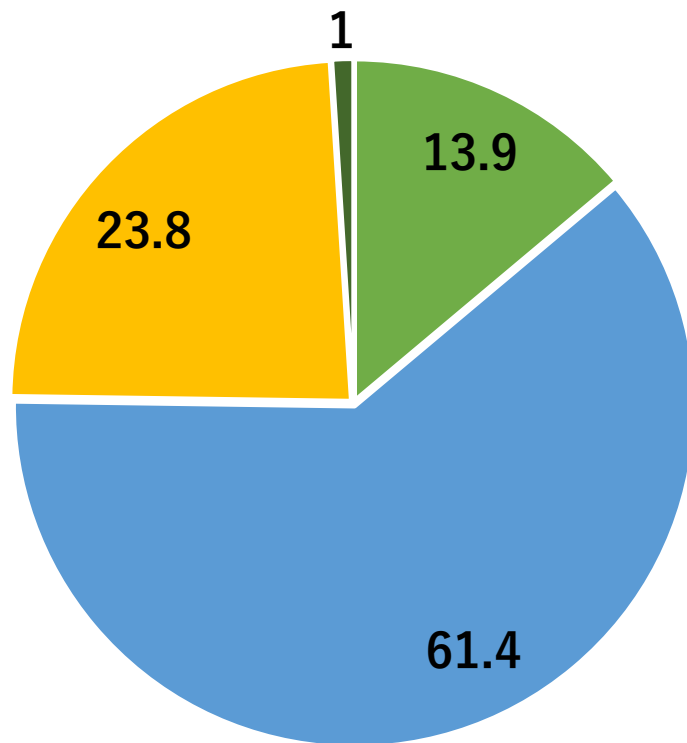
アンケート結果

利用したいと思う施設(n=134)



アンケート結果

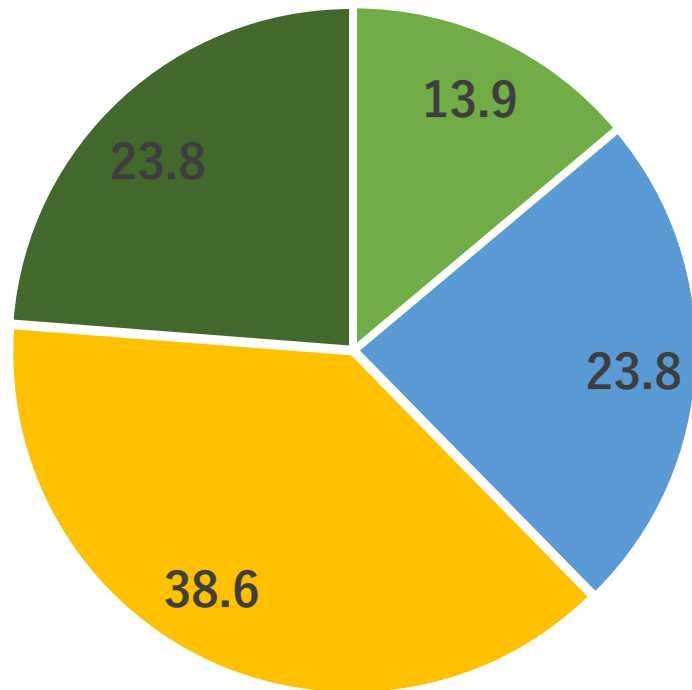
カフェの利用頻度(n=101)



- 月に8回以上利用する…14人(13.9%)
- 月に4回程度利用する…62人(61.4%)
- 月に2回程度利用する…24人(23.8%)
- 全く利用しない…1人(1%)

アンケート結果

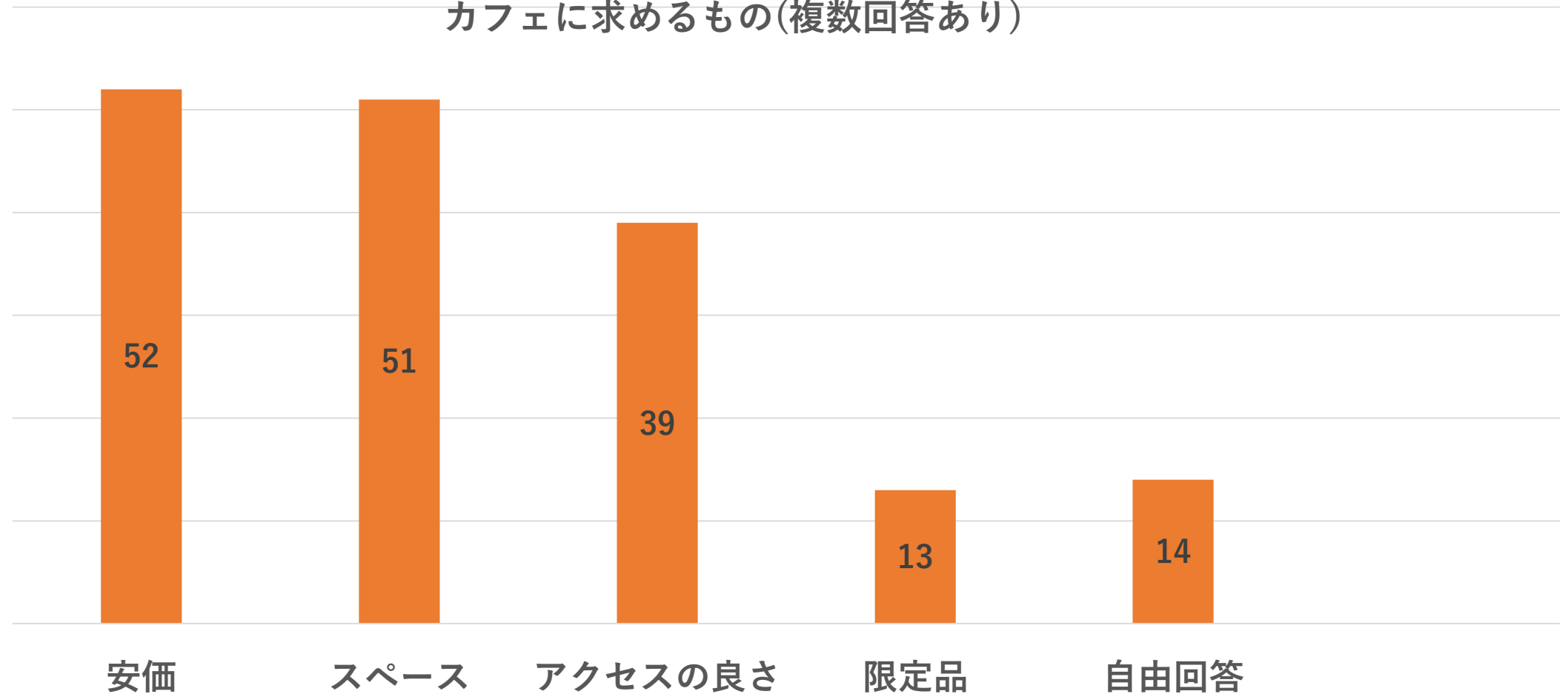
古着屋の利用頻度(n=101)



- 月に8回以上利用する…14人(13.9%)
- 月に4回程度利用する…24人(23.8%)
- 月に2回程度利用する…39人(38.6%)
- 全く利用しない…24人(23.8%)

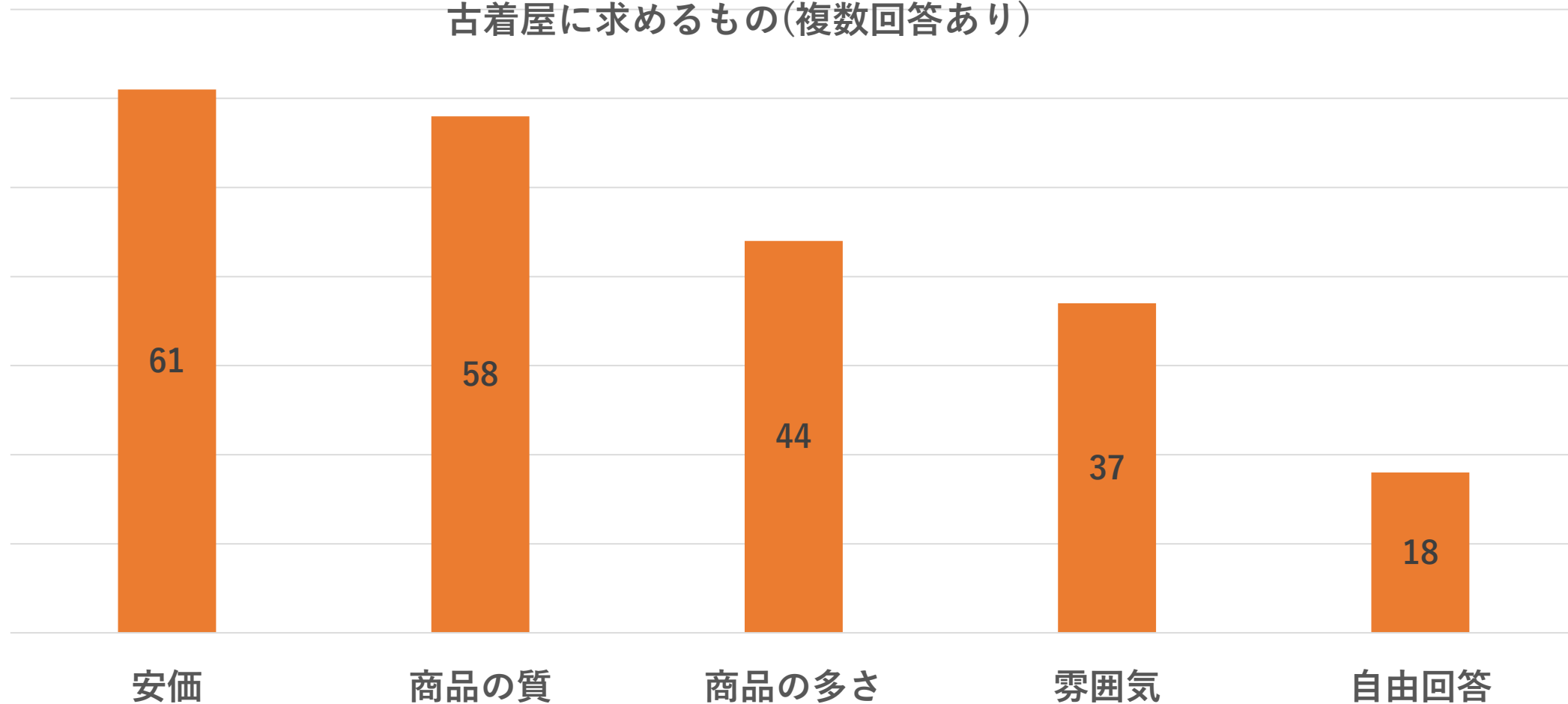
アンケート結果

カフェに求めるもの(複数回答あり)



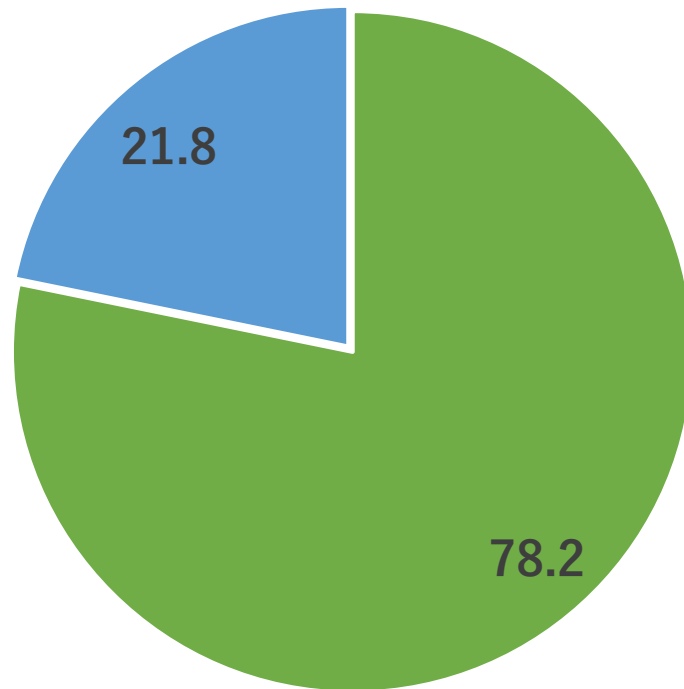
アンケート結果

古着屋に求めるもの(複数回答あり)



アンケート結果

カフェと古着屋が併設について



■ 利用したい…79人(78.2%)

■ 利用したいと思わない…22人(21.8%)

カフェの現状

【需要】

- ・ 放課後の若者同士の交流の場
- ・ SNS映え
- ・ くつろげるスペース
- ・ 勉強するスペース

【課題】

- ・ SNS映えを狙ってリピート需要がない
- ・ 座席数が少なくスペースとして利用しづらい



古着屋の現状

【需要】

- ・水戸以北の購買の場
- ・安価で服が手に入る
- ・人と服が被りにくい

【課題】

- ・仕入れの困難さ
- ・古着屋単体では需要が大きくない





特色ある施設づくり

- スペースとしてのカフェ
- 安価で商品を提供
- 若者の力を活かしたサービス
- 施設の統合▶

若者が活躍できる 街づくりに向けて

- ・ 消費者と生産者の双方を若者で完結させる
- ・ 地元食材の収穫を手伝うことによって安価での提供を目指す
- ・ 大学生の多さを利用することで、安価で透明性のある地域内循環型の古着屋

特色あるカフェ

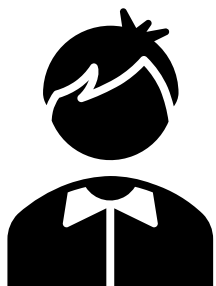
- ・若者の活躍に繋がるカフェ
- ・大学生に対してドリンク・フードが安価・無料で提供できるカフェ
- ・大学生たちの集いの場に



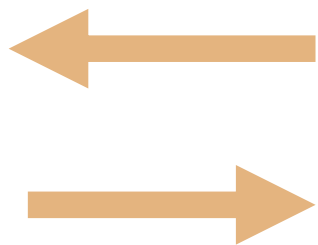
成功事例：「知るカフェ」

<https://fukuumedia.com/shirucafe/>

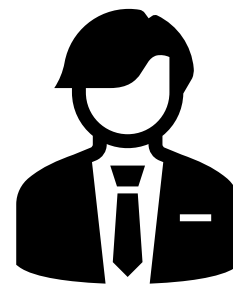
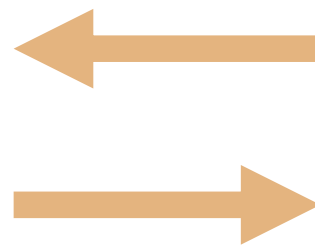
ビジネスモデル



大学生



カフェ



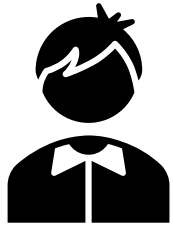
企業

成功事例：「知るカフェ」

【企業がスポンサー契約を結び、安価でメニューを提供】

- 大学生に対して→安価×就職活動に関する情報
- 企業に対して→自社のPR活動×求める人材の発掘

出店事例



【関東エリア】

- ・早稲田大学前店
- ・慶応義塾大学前店
- ・東京大学（本郷）前店
- ・東京大学（駒場）前店
- ・東京工業大学前店
- ・一橋大学前店
- ・東京理科大学（神楽坂）店



【計88社がスポンサー協力】

- ex)
- ・株式会社日本触媒
 - ・本田技研工業株式会社
 - ・パナソニック株式会社
 - ・ソフトバンク株式会社
 - ・住友化学株式会社

注目大学至近に、国内**19**店舗・海外**7**店舗

特色ある古着屋

- 若者が活躍する古着屋
→若手のデザイナーが出品できる環境

新潟県の古着屋の事例

【アパレルで地方活性】

新潟県三条市に

古着屋×コミュニティスペースが誕生！

若者とまちの架け橋に挑戦！



<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000681.000009612.html>

若者がチャレンジできる場

- ・ 将来自分でやってみたい
- ・ 若者が「商売」に
チャレンジできる場所



古着を活用した街の活性化

【新潟青年会議所の事例】

- 古着屋を活用した学生との古町活性化プロジェクトの概要を発表
- 「FURUMACHI FURUGI PROJECT
～“古”町を“古”着で盛り上げよう～」



まとめ

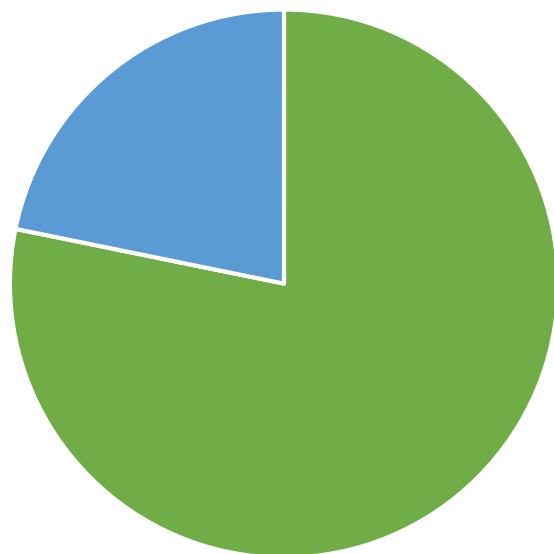
現在、カフェと古着屋への若者の関心は高い

- ・ 「大学生がカフェ借り無償「寺子屋」 「教えないで教える」子どもたちに自学自習の楽しさを」
(岐阜新聞Web 2021年11月記事より)
- ・ 「古着屋市場2026年までの8兆円を超える予測 2030年にはファストファッションの約2倍に」
(SUSTAINABLE BRANDS 2021年8月記事より)

まとめ

独自のアンケート調査では古着屋×カフェへの肯定的意見が多い

カフェと古着屋が併設について



● 利用したい…79人(78.2%)

● 利用したいと思わない…22人(21.8%)

まとめ

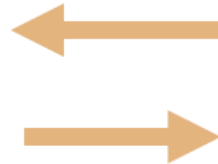
特色のある施設づくりが求められる

安価でカフェを提供するビジネスモデル→「知るカフェ」の事例

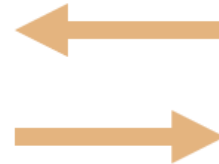
ビジネスモデル



大学生



カフェ



企業

まとめ

特色のある施設づくりが求められる

産官学連携した古着屋活用→新潟県のプロジェクト事例

都道府県	減少数(人)	2020年(人)	2015年(人)
新潟県	-102,992	2,201,272	2,304,264
茨城県	-49,967	2,867,009	2,916,976

2015年度・2020年度の茨城県と新潟県の国勢調査を参考に作成

まとめ

若者の活躍の場 = 地域への関心 × 地域活性化と定義

産官学連携した古着屋 × カフェ

によって実現できるのではないだろうか？