

よかっぺまちづくりプロジェクト ～老若男女が集う常陸多賀駅に～

茨城キリスト教大学 経営学科3年

太樂 美里
後藤 真花
莊司 るか
吉原 怜大
篠原 玲香
小林 詩
佐藤 夏実
道仙 拓未
寺門 紗也加



発表の流れ



1. プロジェクトの概要・目的

2. 常陸多賀の現状

3. 店舗インタビュー

4. アンケート調査

5. 考察

6. 提案

1. プロジェクトの目的



人を取り込む

常陸多賀駅周辺の活性化により、
駅を使わない方にも駅前を利用してもらう。

地域連携を生む

駅周辺の店舗や施設同士を連携させて、
相乗効果をもたらすような仕組みを考える。

多世代の交流
を促す

若者を取り込み、
多世代が交流できる仕組みを考える。

常陸多賀駅周辺の様子



↑常陸多賀駅前ロータリー



↑大学通り



日曜日の昼時にもかかわらず、
駅前の人通りはほとんどない。

提案内容

よかっぺスタンプラリー

～レトロな街 常陸多賀を巡ろう～



「よかっぺ」=茨城弁で「良いことだ」

常陸多賀の「レトロ」と現代の「レトロブーム」着目した提案

「レトロな常陸多賀の飲食店×SNS」



老若男女が集う街へ。



- ①全世代が使うLINEの機能を活用して、店舗共通のスタンプラリー
- ②若者が頻繁に使うInstagramで広報

★市がLINE・インスタグラムアカウント作成&飲食店へ声掛け



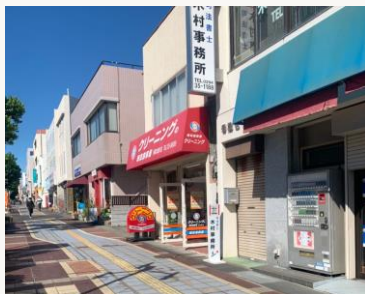
昭和

レトロブームとは？



- 10～20代の若者を中心に、昭和～平成初期の現代とは少し異なるエモさから爆発的に注目を浴びている
- ここ数年で、各分野で同時多発的にレトロなヒット商品・サービスが生まれた
- 例) 使い捨てカメラ、レコード、古着、純喫茶、昔のゲーム機
➔ SNSとの親和性

常陸多賀のレトロな街並み



佛蘭西館(カフェ)

- ・人通りの少ない町からは想像できないほど賑わっていた
- ・客層は主に地元の年配者
- ・若者は少ないがレトロブームにマッチした雰囲気
(インスタ映えしそうなメニューや内装)

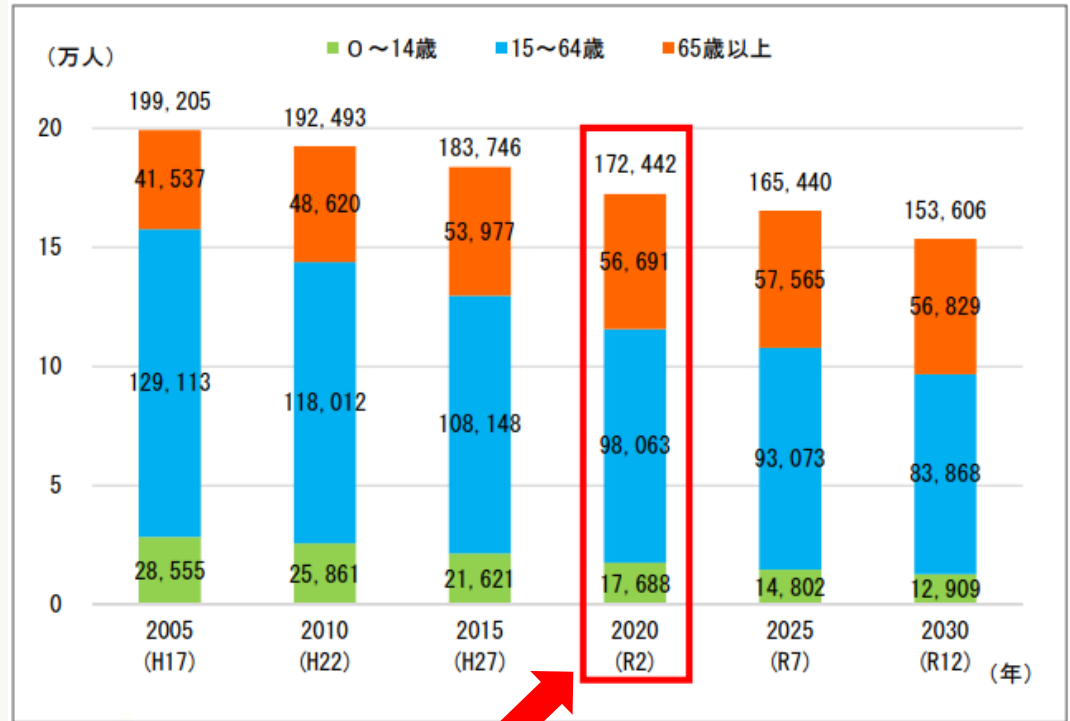
➡ レトロを軸とした提案に



2. 常陸多賀の現状

日立市
人口比率

【図1】日立市の人口の推移（平成17年～令和12年）



引用元 : <https://www.pref.ibaraki.jp/kikaku/tokei/fukyu/tokei/sugata/local/hitachi.html>

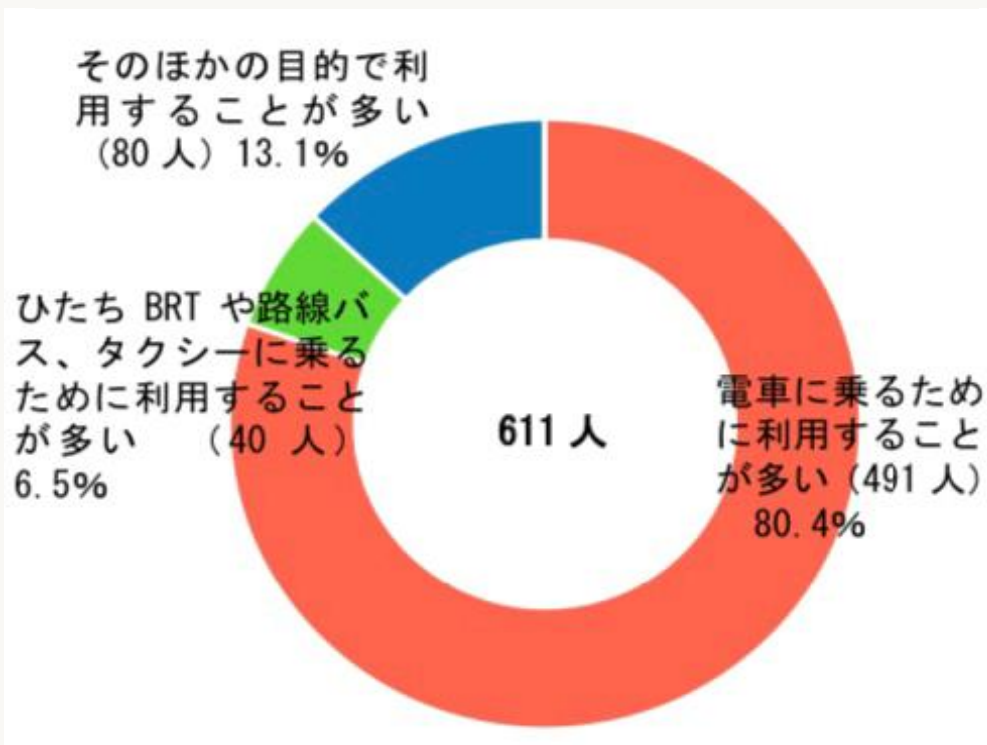
- ・5年前より 高齢者 増 若者 減 (2020年時点)
- ・今後、さらに若い世代の人口減少が進むことが予想される

常陸多賀駅の利用者

回答者総数611人
24歳以下が半数
男性65%女性33%

【利用目的】


→「電車に乗るため」が8割



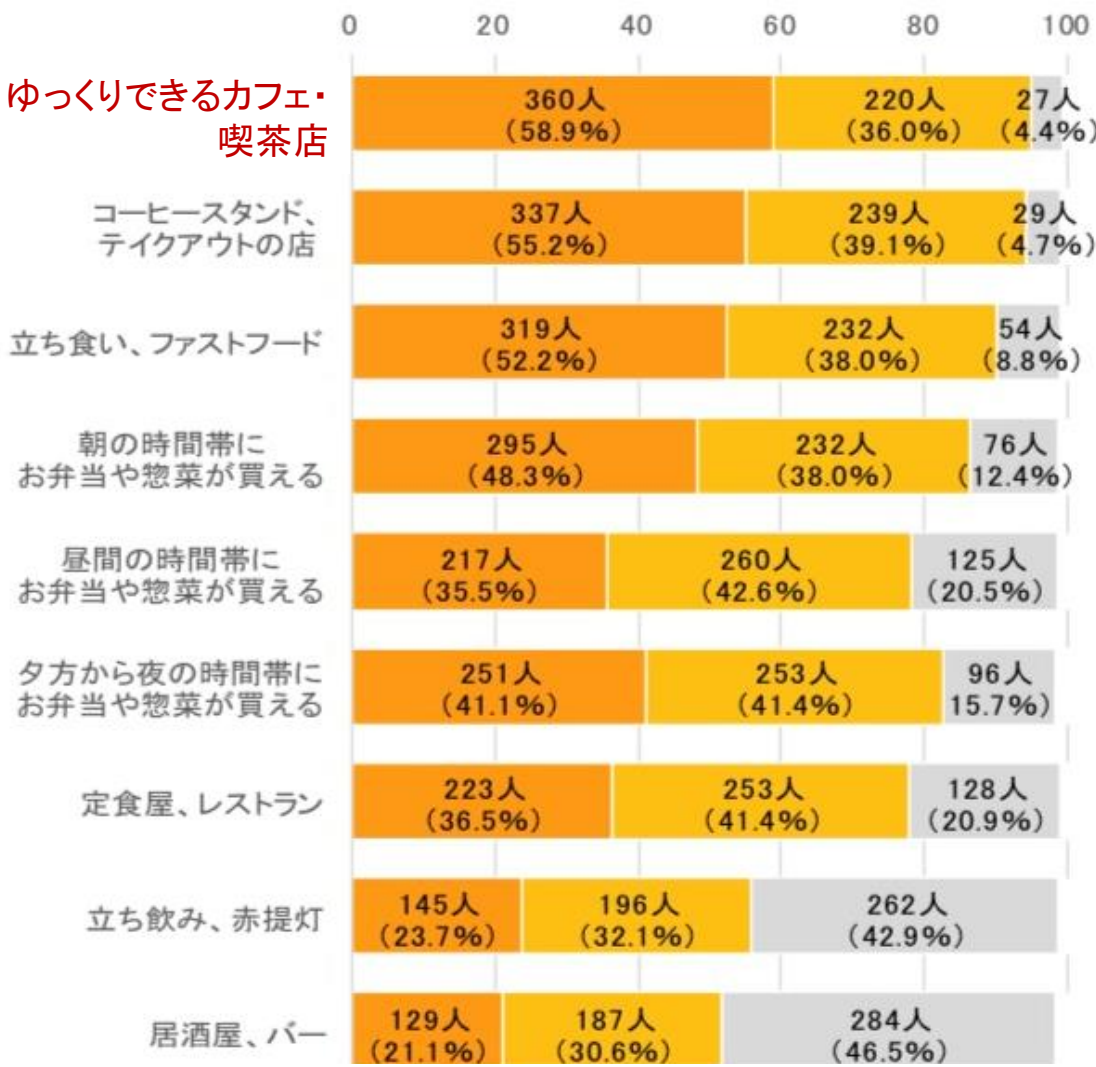
常陸多賀駅に 必要とされる空間

高	項目	分析結果
↑	待合空間	駅の利用頻度・居住地に関わらず高いニーズ。
↑	飲食物を持ち込める空間	総じて高いニーズ。 利用頻度が低い層からも 高校生を中心に ニーズ高い。
↑	街並みを眺める空間	総じて一定のニーズ。
↑	ちょっと学習や仕事ができる空間	他の駅に通学する 高校生・大学生からのニーズが高い ほか、常陸多賀駅に通勤・通学する利用者からのニーズが特に高い。 普段は駅を利用しない層でも、75%が「利用したい」「あればいい」を選択 しており、その中でも 高校生のニーズが大きい
↓	雑誌や本があり時間を過ごせる空間	比較的、常陸多賀駅に通勤・通学する利用者からのニーズが高い。
↓	ゆっくり学習や仕事ができる空間	駅の利用頻度に関わらず、市内在住の 高校生からのニーズが高い 。
低		

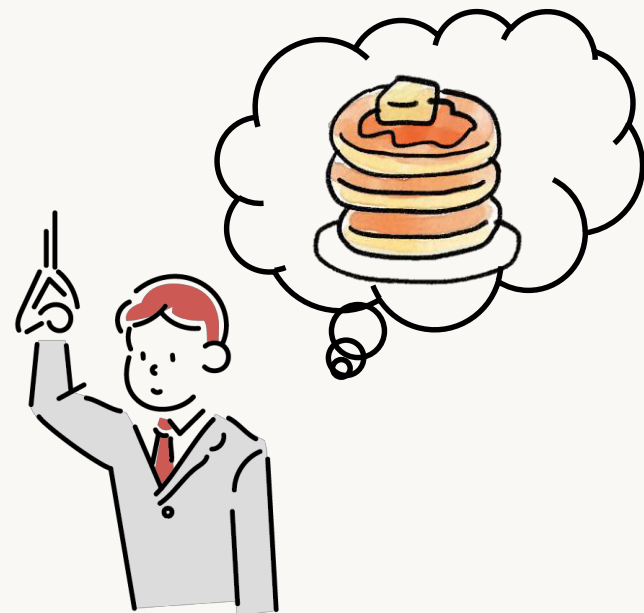
引用元：https://www.city.hitachi.lg.jp/shimin/014/010/p092968_d/fil/kekka.pdf

 「待合空間」「フリースペース」に需要がある。(特に若者)

常陸多賀駅に必要だとされる店舗



カフェの需要が高い
↓
**「カフェを活用した」
町おこしをすべきでは？**



3. 店舗インタビュー

対象：常陸多賀駅1km圏内の飲食店

①茶舗牧ノ原 ②ウツディ ③佛蘭西館

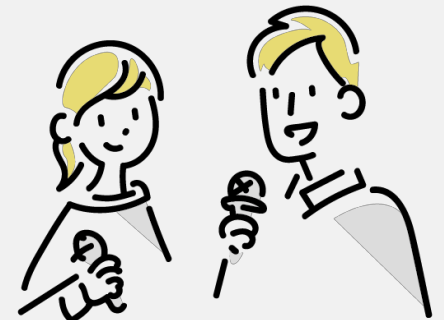
実施日時： 2021年10月23日～11月9日

実施方法： 現地調査・FAX

調査内容： お店について

常陸多賀について

レトロブームについて



①茶舗牧ノ原

★常陸多賀店は平成18年オープン。

★水戸の見川に本店を構える。

「多賀商店街に茶舗牧ノ原があることを知らない人が多い。」

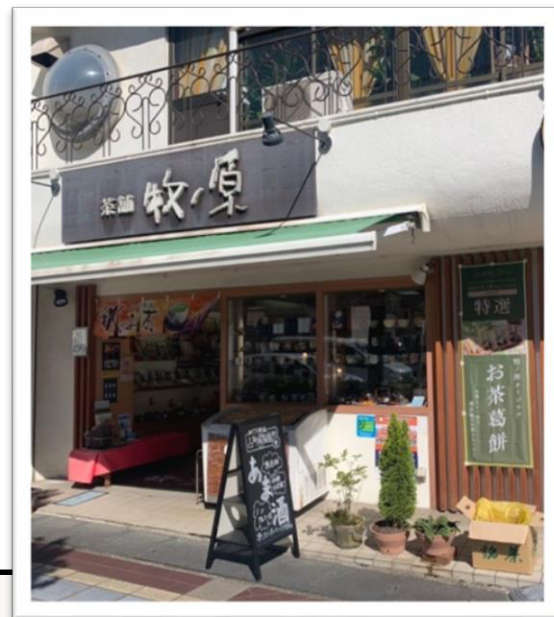
➡ **たくさんの人**に常陸多賀のお店を知ってもらいたい。

「コロナ禍になる前はよかっぺ祭りが行われており、小学生や若い人も多く来ていたが、**お祭りがなくなり、若い人も来なくなった。**」

➡ お祭りに頼るのはよくない。

「多賀商店街の電柱が埋め込まれたため昔よりも景観が良くなった。」

➡ 景観の面でも良い街。



②ウツディ

★常陸多賀駅から徒歩7分

★大盛りサイズのメニューが特徴のカフェレストラン



・客層は限定しておらず**老若男女が集う**。
(地元のお客様だけでなく、遠方からもやってくる)

「**お店同士のつながりはない**」

「**レトロブームについては知っている**」

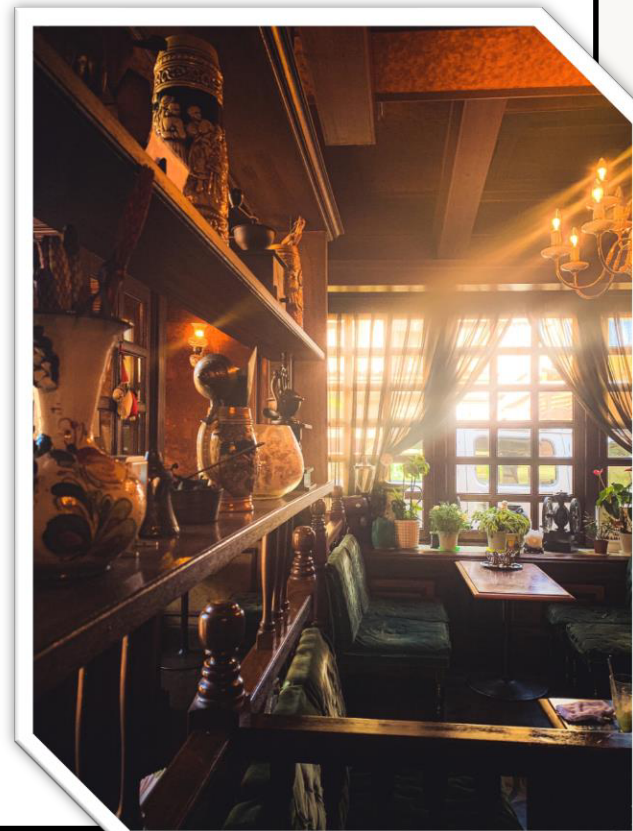
「**情報発信はInstagramを使用**」

③ 佛蘭西館

◎お店について

➡ SNSをやっていないが、お客さん自身のSNSで拡散

- ・店舗同士の結びつきが希薄。
- ・「再発展は難しい」と考えていて、学生プロジェクトに関してあまり前向きではない。
- ・**レトロブーム**については、若いお客さんから聞いて知った。



③ 佛蘭西館

◎常陸多賀について

- 昔に比べて人がかなり減り、若者は特に少ない。
- 日製関係の会社員が減りお客さんも減った。
- ➡ 老若男女、お客さんを増やしたい。
- よかっぺ祭りなどのイベントは一時的にしか人が来ない。
- ➡ 継続的な人口増加は難しいのでは？
- 悪循環が起きている。
(=人がいないからお店もなくなる)
- ➡ 新しいお店も入らない。



プロジェクトの軸

「レトロなまち常陸多賀」

写真映えする街並みやお店をアピール

→SNSをうまく使い若者へアプローチ



- どのように若者に周知するか広げていくか
- 若者が出かけるときにどこから情報を得ているか

→若者へのアンケート調査へ



4. アンケート調査報告

対象： 茨城キリスト教大学の学生 87名

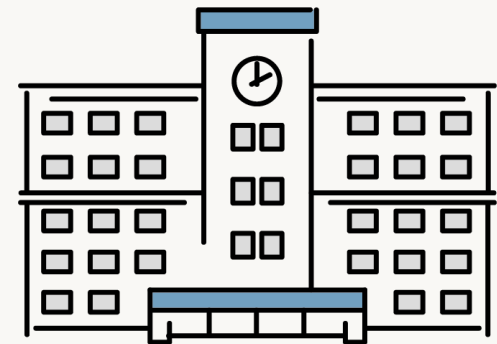
実施日時： 2021年11月9日

実施方法： Microsoft Forms

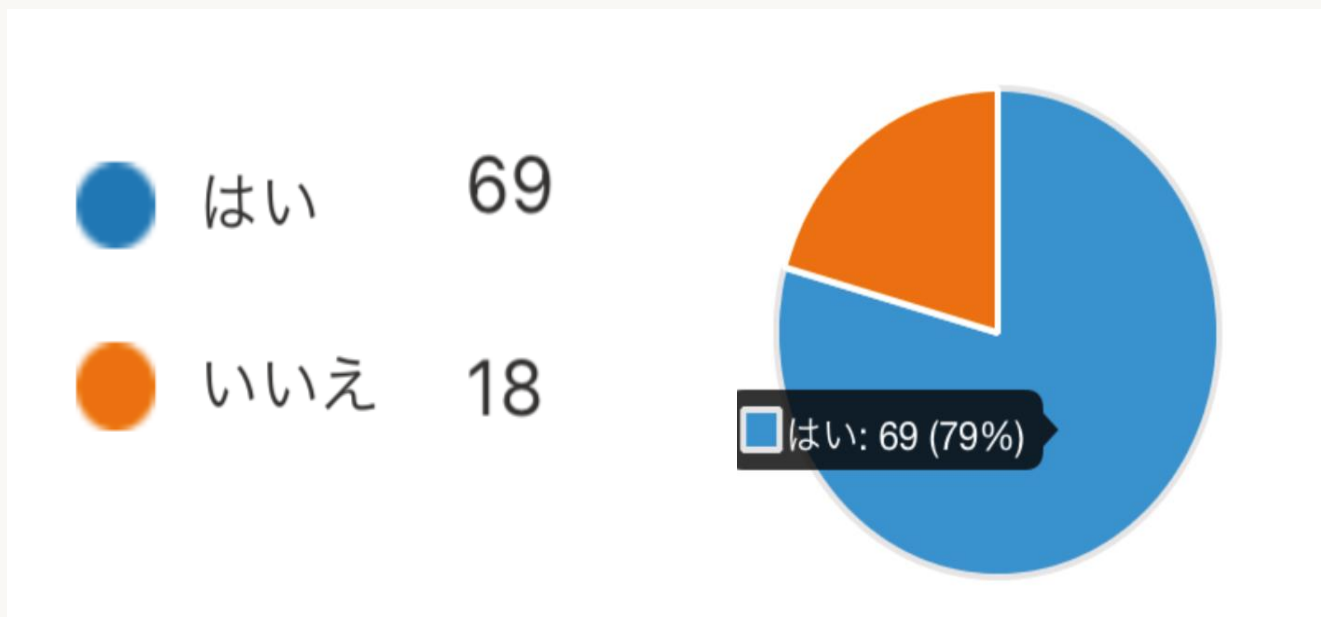
調査内容： 常陸多賀駅やその周辺について

常陸多賀駅周辺に欲しい店舗

SNSの利用状況



常陸多賀駅周辺にいったことがありますか。



「はい」と答えた人が約7割

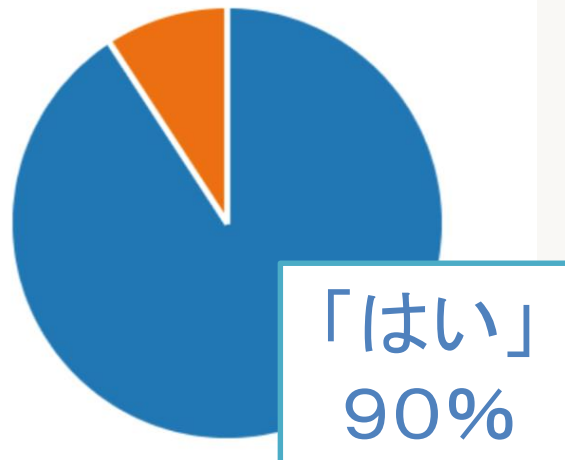
常陸多賀駅に何があったら行きたいと思いますか。

1位	カフェ	37(43%)
2位	古着屋	10(11%)
2位	水族館・動物園	10(11%)
3位	アミューズメント	9(10%)



→レトロ関連の施設が人気

常陸多賀駅にレトロなカフェがあったら行きたいですか。



お出かけする時の情報収集は何を利用していますか。

・ SNS	62 (72%)
・ ネット	16 (18%)
・ 口コミ	6 (7%)
・ テレビ	1 (0.1%)
・ 雑誌	1 (0.1%)

Instagramの検索機能 (ハッシュタグ)	57
Instagramの投稿を見て	55
Instagramのストーリーを見て	33
Twitter	17
Youtube	12
TikTok	6

- SNSとりわけInstagramの利用が多い
- テレビや雑誌ではほとんど情報収集をしていない

お出かけした時に写真や動画などをSNSに投稿しますか。

- 必ずする
- よくする
- 時々する
- あまりしない
- 全くしない

6

20

37

19

5



「必ずする」 「よくする」 「時々する」

→ 72%



5. 考察

①若者を中心に広がるレトロブーム

➡ レトロなカフェやお店がキーポイント

②継続的にヒトを取り込むこと

➡ 単発ではなく**長期的なイベント**

③若者の情報収集・情報発信

➡ **SNS**の活用が不可欠

Instagramでのきっかけづくり



6. 提案



よかっぺスタンプラリー

～レトロな街 常陸多賀を巡ろう～

【対象のお店】

常陸多賀駅から1キロ圏内の**レトロ**なお店やカフェ

【方法】

市の公式**LINE**を活用し**LINEショップカード**を作成

駅周辺の店舗共通で使えるスタンプカード。

スタンプを集めると市の特産品などの**景品をゲット**

LINEの特徴

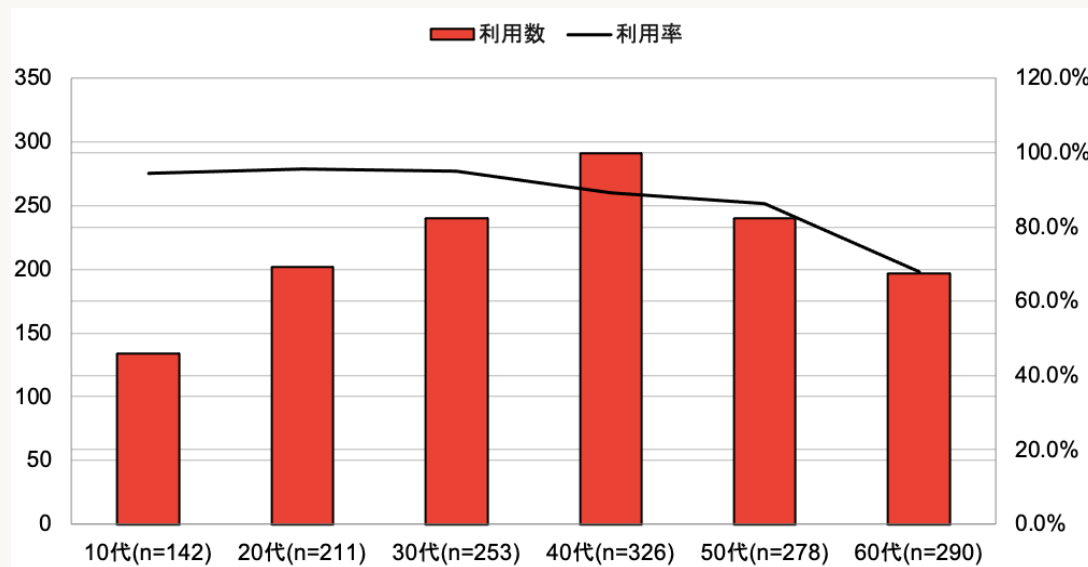
★ユーザー数が多く、利用している年代も幅広い

月間アクティブユーザー数

8900万人以上

全世代利用率 86.9%

20代利用率 95.7%



(引用元:総務省「令和元年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書概要」)

LINEを利用したスタンプラリー



★店舗側

QRを掲示するだけで
スタンプや紙を用意する必要なし

→手間や負担がない

有効期限が近付くとメッセージ

→常陸多賀への再来訪を促す

★利用者側

スマホ一つ、使い慣れたLINEで参加できる

→スタンプカードを持ち歩かず、
気軽に参加いつでも参加

無料で利用時可能

従来のポイントカードに代わるもの



景品候補



大甕まんじゅう
玉姫醤油
久慈浜しらす



かみね動物園入場券
プラネタリウム、科学館無料券
日立市宿泊施設利用券
きららの里、鶉の岬など



地元の特産品や施設利用券など地元に戻元されるもの

更にお金を落とす **経済循環**を作る

情報発信



Instagramを活用

特徴: ハッシュタグ、視覚的アプローチ

#ハッシュタグにてプロジェクトを宣伝
知ってもらおうきっかけに!

#よかっぺスタンプラリー
#レトロなまち常陸多賀

目的→ハッシュタグを見て存在を知ってもらう
検索機能を使い様々なお店を知ってもらう

若者は情報収集と情報拡散にInstagram

店舗自ら情報発信しなくても
波及的に広がっていく!



#レトロ喫茶



投稿 10.9 万件

フォローする

毎週人気の投稿を表示します

トップ

最近

リール

提案の効果

★常陸多賀の特色「レトロ」をアピール！

レトロブームが広がる若者がターゲット！

➡人口割合的にも少ない若者を取りこむことで多世代が常陸多賀へ

★SNS の活用

宣伝には若者と親和性が高いInstagram を活用

スタンプラリーは多くの人が利用しているLINEを活用

➡常陸多賀を知ってもらおうきっかけに

★相乗効果を生み出す

スタンプラリーで店舗間のつながり

景品には地域内循環を促すものを

➡持続的な発展を目指す



参考文献・クレジット



- 日立市「常陸多賀駅に望む機能についてのアンケート結果について」
https://www.city.hitachi.lg.jp/shimin/014/010/p092968_d/fil/kekka.pdf
(2021年11月25日閲覧)
- 茨城県「市町村のデータ(日立市)」
<https://www.pref.ibaraki.jp/kikaku/tokei/fukyu/tokei/sugata/local/hitachi.html> (2021年11月25日閲覧)
- 総務省「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」
https://www.soumu.go.jp/main_content/000765258.pdf
(2021年12月14日閲覧)
- LINE for Business「自治体活用の理想形！ 進化を続ける熊本市のLINE公式アカウント」
<https://www.linebiz.com/sites/default/files/media/jp/case-study/dl-pdf/kumamoto.pdf> (2021年12月14日閲覧)
- イラスト：Loose Drawing <https://loosedrawing.com/>
- イラスト：いらすとん <https://www.irasuton.com>
- イラスト：いらすとや <https://www.irasutoya.com>