

鹿児島にもっとエンターテインメントを!! 若い世代が創り出す地方創生。



Photo by UT

BAY-s KAGOSHIMA project

鹿児島信用金庫 かしん経営大学 鹿児島チーム

Kashin Management University Kagoshima Team

事業を立案する上で、“自分たちが楽しめるもの”をテーマにする。

これは、若い世代が現状鹿児島に抱いている・不足している部分であるのではないか。

鹿児島への就職・観光等あらゆる産業へ共通する課題。

人口減少が避けられない中、生産年齢人口、特に未来の鹿児島を担う10代・20代へ魅力ある“まちづくり”をする必要がある。



鹿児島初のグランピング事業  
(グラマラス+キャンピング)

**More Entertainment!**

+

= **創業・雇用** ▶ **Effect** ▶ **観光**

若い世代が、もっと鹿児島にウォンツするものを事業として挑戦できる環境を風土として定着させ、そこで発生した事業により雇用を創出。その影響が、新たな鹿児島の観光資源に成りうる。

▶ 本プロジェクトを若年層の流入出と雇用という観点から。そして、観光面から検証し鹿児島の活性化に繋げるプロジェクトとする。

# RESASによる分析①

## 鹿児島県の若年層の流入出

### ■ 年齢階級別純移動数を時系列にて分析

鹿児島県を年齢階級別純移動数を時系列にて分析すると若い世代の流出が多く、過去から現在までその状況は変わらない。

- ▶ 現状転出が多く、就職期が一番の理由と考えられる。

### ■ 転入出超過にて分析

転入出超過においては、他県地方都市からの流入が多く見られる。

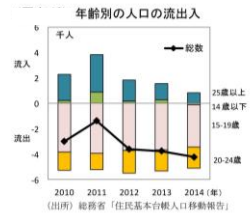
- ▶ 逆手に取れば、本データ上位県に対してIターン等の施策やPRに力を入れ、流入・定住人口の増加を図れる可能性がある。



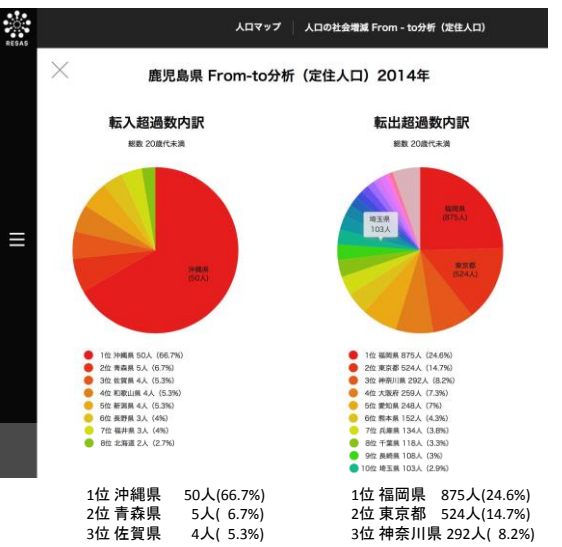
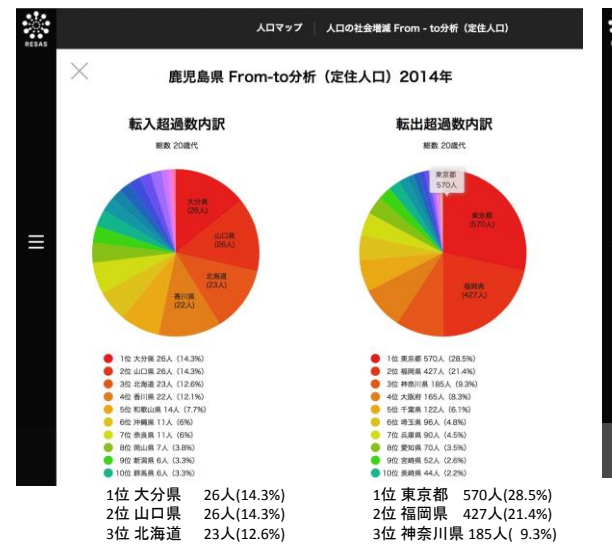
高校卒業生の県外就職率

	2012	2013	2014
鹿児島県	42.8%	42.6%	42.9%
全国 2位	全国 1位	全国 1位	全国 1位
全国	18.8%	18.2%	18.2%

(出所) 文部科学省 報道発表「高等学校卒業生の就職状況に関する調査について」



鹿児島県は特に高校卒業生の県外就職率が高く若年層の流出が多い。



首都圏に対しての転出対策と、他県地方都市への魅力ある“まちづくり”が必要。

### ■ 有効求人倍率

鹿児島県の有効求人倍率は直近の**0.85倍**が最も高く全国平均と比べても低い。全国でも**46位**と厳しい状況にある。

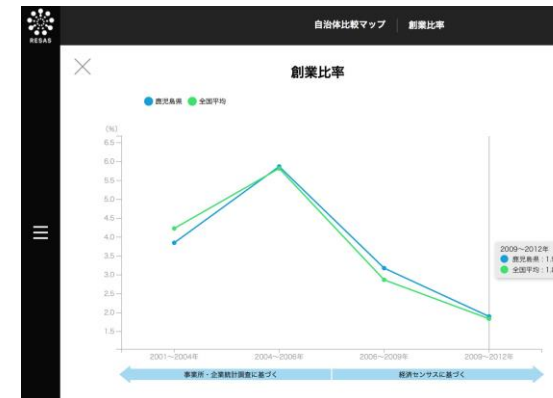
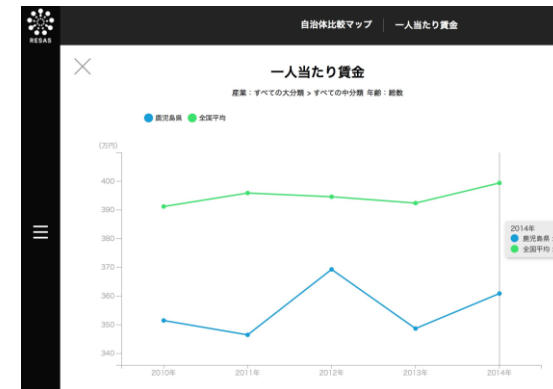
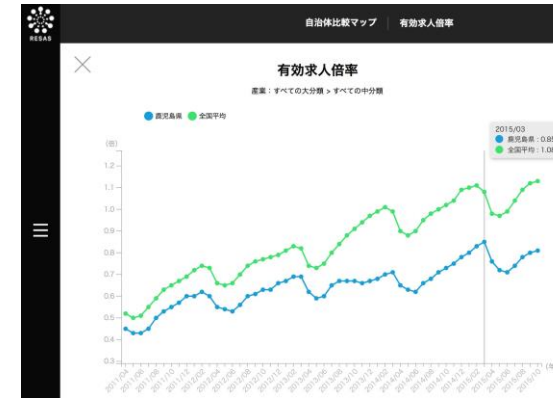
### ■ 一人当たり賃金

一人当たりの賃金を見ても全国平均399万円を下回る361万円で、全国で**37位**と他地方都市に比べて低いのが現状。

### ■ 創業比率

創業比率は全国平均より高い数値であり、他県に比べ創業意欲は高いと言える。これを支える環境づくりや風土を創り、伸ばしていく必要がある。

若年層の流出は、こういった雇用環境が一要因と考えられる事に加え、職種等の選択肢の幅や生活環境、若年層が生活する上で必要なもの（楽しさ等）の影響力が少ない事が考えられ、不可欠であると考える。



**B A Y - s**

K A G O S H I M A

project

**More Entertainment!**

+

**創業・雇用創出、若年層の流入増、流出減**

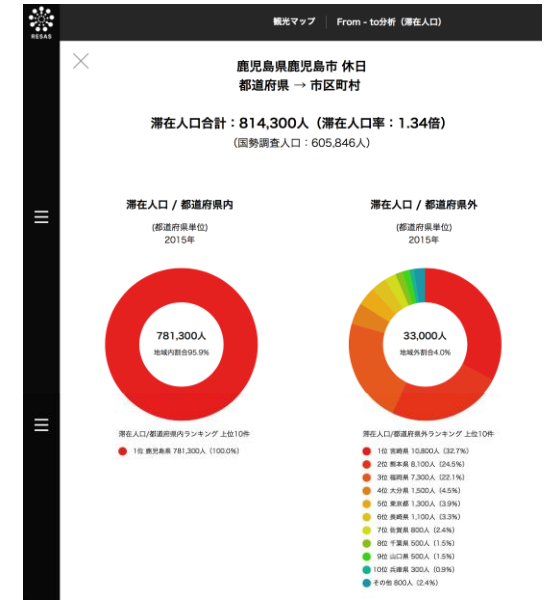
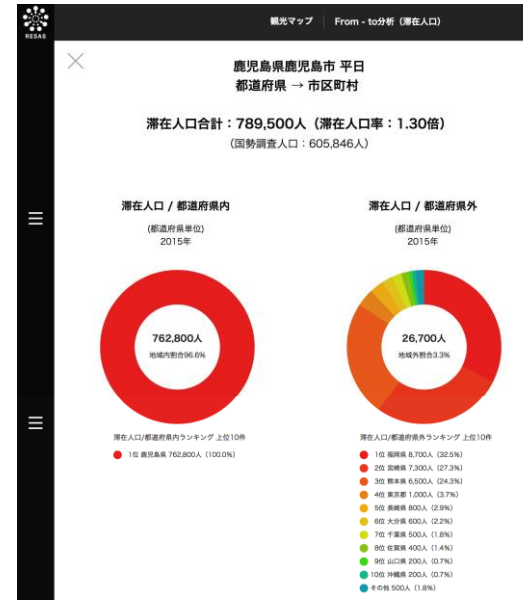
本プロジェクトを具現化する事で、鹿児島の若年層へ  
“鹿児島にもこんなエンターテイメントがある” “仕事ができる・創り出せる”  
『鹿児島から発信できる』という意識と風土を創り出したい。

### 鹿児島の観光を分析

#### ■ From -to分析 (滞在人口)

鹿児島県の滞在人口は、平日・休日共に約80万人前後。  
上位3県は九州（福岡県・宮崎県・熊本県）からである。

▶ 九州内の観光客の底上げと九州以外の新規獲得が必要。  
距離、所得層、ルートも異なる為、PR等もそれぞれに応じた形で対応する必要がある。

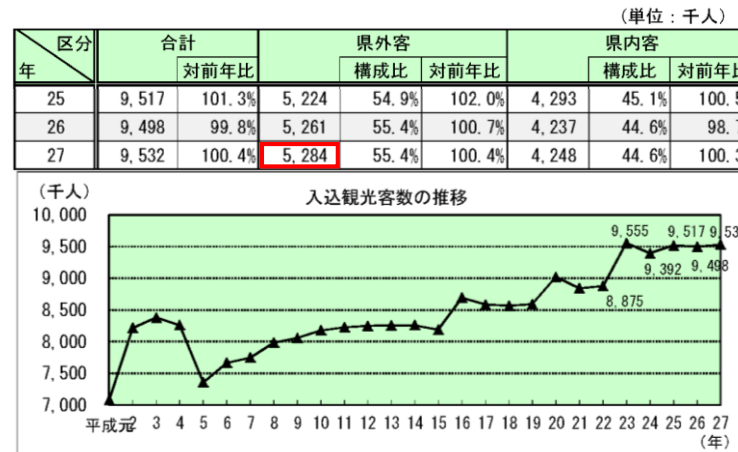


#### ■ 鹿児島市観光統計

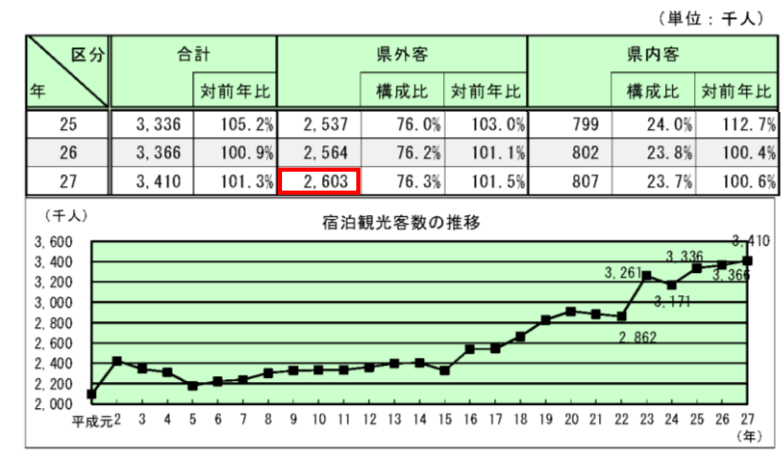
入込観光客数と宿泊観光客数を分析すると、県外客の約半数が宿泊していないと推察され、日帰り観光客が多いと見られる。

入込観光客数 **5,284人**  
宿泊観光客数 **2,603人**

入込観光客数の推移 ©鹿児島市観光統計より



宿泊観光客数の推移 ©鹿児島市観光統計より

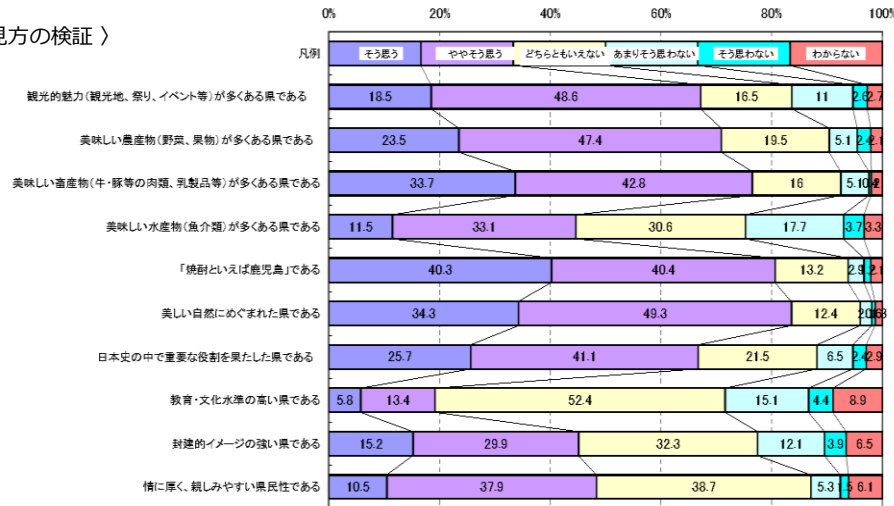


観光客に対して宿泊を動機づける観光資源が必要である。

### 県外の人々が鹿児島へ持つイメージは？

- 鹿児島と言えば？と聞いても、良いところ、魅力などが浮かばずプラスイメージがない。関心が無い。
- 鹿児島の“食”については美味しいというイメージがある。特に黒豚・さつま揚げ・芋焼酎は認知度が高い。
- 桜島という観光資源は知ってはいるが、わざわざ観光して見るという核にはならない。
- 西郷隆盛、五代友厚や篤姫等鹿児島の偉人については認知度が高い。TVドラマの影響が大きいと思われる。
- 観光というイメージがない。海や山があるというイメージだが、リゾート感がない。錦江湾を活かせていない。
  - 特に女性が好むイメージ（かわいい、きれい、おしゃれ感、ロマンチック等）とミスマッチしている。
  - 遊べるイメージ（ショッピング（福岡県、熊本県）、温泉も他県（大分県））が欠ける。

〈県外の人々の見方の検証〉



#### ●県外(福岡・東京)

- ・鹿児島の「良いところ、魅力は？」と尋ねても反応は鈍く、積極的なプラスイメージが挙がらない。
- ・桜島の認知度は高いが、必ずしも良いイメージばかりではない。噴火・降灰といったマイナスイメージも強い。
- ・東京の人にとっては、鹿児島はとても遠いところというイメージ。北海道の方が断然近いという感覚。
- ・女性の好きな要素(=ロマンチック、旅情、おしゃれぽさ)と大きく乖離。リゾートイメージ、海岸線のイメージがない。

#### ●県内

- ・若手グループは、豊かな自然、物産が自慢。シニアグループは、西郷さん、桜島、錦江湾の三点セットが最大の自慢。
- ・「黒豚」「焼酎」が鹿児島を代表する物産と考えている。
- ・全体に「鹿児島の観光は発展途上である」という評価。交通アクセスやインフラが整っていない不便を指摘。
- ・シニアグループは「鹿児島はPR不足！」と声高に指摘。若手グループは「人を呼ぶためには、まずは地元の人が住みよい街になることが大切」という見解。

※鹿児島県PR戦略会議資料及びマーケティング調査結果資料より

▶ **鹿児島の観光の核となる“イメージ”と“もの”が無い。新しく創り出す事も一つの手段である。**

**B A Y - s**  
K A G O S H I M A  
project

**Effect !**



**鹿児島の人達が“楽しめる”。その影響が観光客へ繋がる。  
新しい観光資源となる。**

本プロジェクトで、まずは鹿児島に暮らす人達が“楽しめる”場所を自ら創り出す。  
その影響が観光というフィールドに新たに派生していく。





## KAGOSHIMA GRAMPING + KAGOSHIMA TRADITIONAL

Glomorous + Camping

鹿児島初のグランピング事業に  
鹿児島の伝統である大島紬や薩摩錫を使用した  
Luxury（ラグジュアリー）ブースで鹿児島らしい付加価値を。

### PLAN concept

コンセプト

### SITUATION

概況

## BAY-Smile KAGOSHIMA

### 鹿児島にもっとスマイルを!!

“自分たちが楽しめる場所を創ろう。”

自分たちのsmileが増えれば、きっとそれは伝染していく。  
シンプルだけど、これはとても大切なことだと思う。

### 一 魅せる鹿児島へ。

鹿児島にエンターテイメントを創りだし、観光的側面、または  
事業・雇用創出、若者が可能性を試せる“まち”へ。  
鹿児島県に実際あるウォーターフロントパークの利用提案。  
現在あるドルフィンポートはスクラップするのではなく、宿泊  
施設としてのリノベーションと、新たに本プランを合わせる事  
で相乗効果で更なる活性化を狙う事も可能。

### ■ 計画予定地概要

計画予定地 : 鹿児島市ウォーターフロントパーク

面積 : 約4,000坪 (全体約8,000坪) 予定

※ZENRINデジタウンにて算出

契約方式 : 定期借地 (所有権 = 鹿児島県)

現況 : 公園 イベント時使用

- ・ 常設の形をとるが県主催等のイベント時にはグランピングの為撤去が比較的容易であり、連携をとり対応可能とする
- ・ 本物件でなくても規模に合わせたプランが可能。

### ■ グランピング事業概要

施設 : Luxury 20ブース 〈 Wa-modern5 , Normal30 〉

Family 30ブース

内容 : 鹿児島発のグランピング事業を行う。  
手ぶらで気軽に来れるバーベキュー施設。  
デザインや空間演出にこだわり、鹿児島の人はもちろん、桜島を一望できるロケーションであるため観光客も対応可能。  
メニューや空間にも鹿児島らしいものを取り入れていく。

▼ 計画予定地 (航空写真)



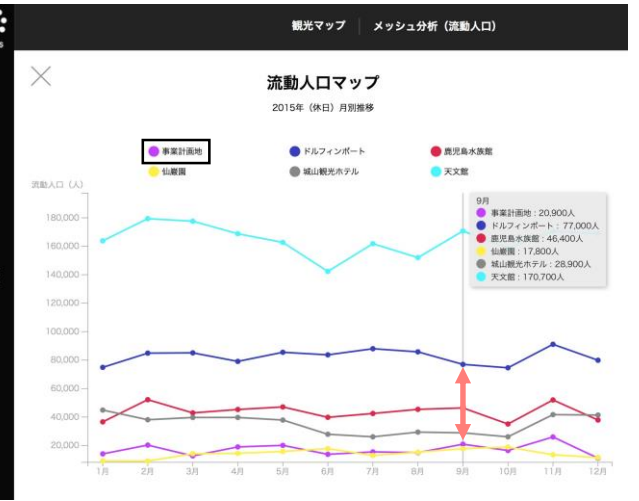
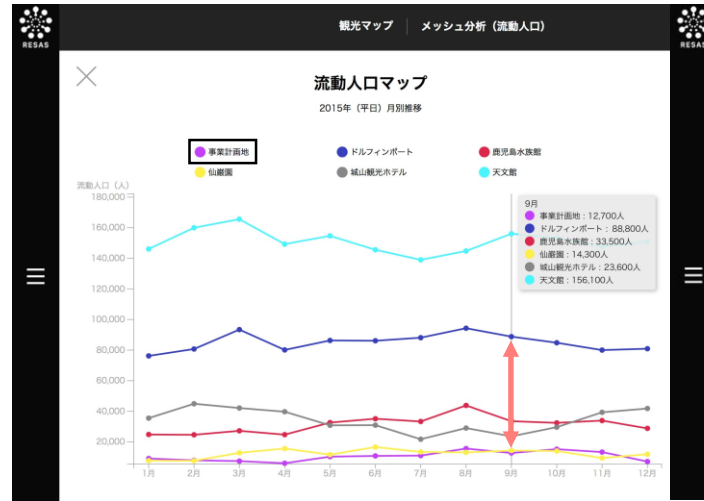
▼ プロジェクト計画図 ©UT



本プロジェクト計画地と周辺の主要施設をRESASの流動人口マップで比較。

### ■ 流動人口マップ（月別推移）

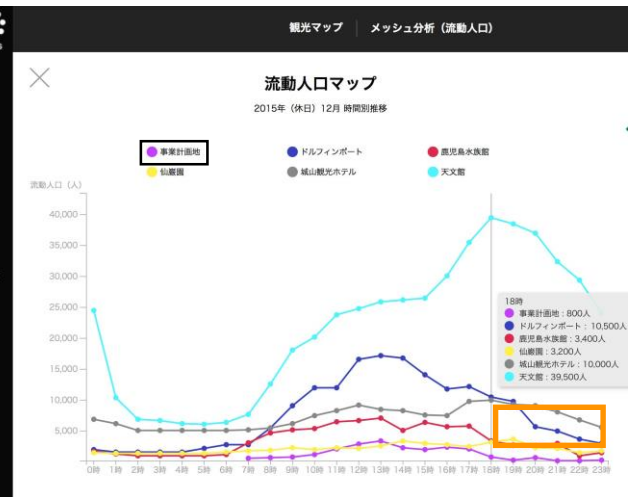
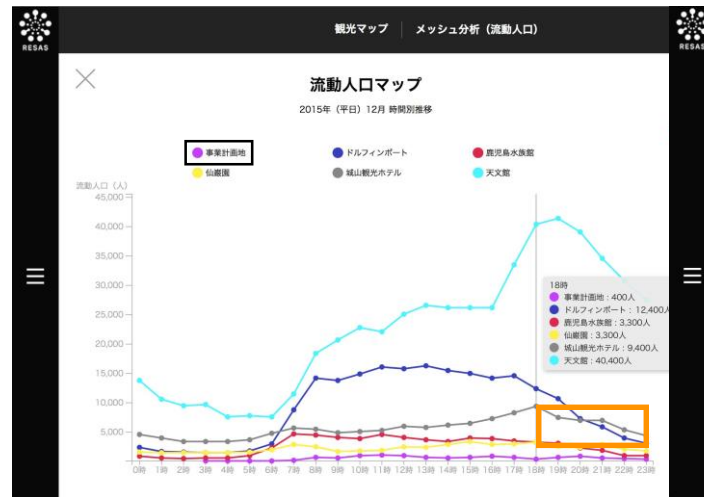
本計画地に隣接するドルフィンポートを利用する人口は多く、本計画地についても同様のポテンシャルはあると考えられ、また相乗効果も期待できると推測される。



計画地とドルフィンポートは隣接している為、交流人口増加の相乗効果が得られる。

### ■ 流動人口マップ（時間別推移）

時間帯別でも、鹿児島市内で天文館の次に比較的流動人口が多いドルフィンポートとの相乗効果を。18時以降の交流人口を増やしていくことで周辺の活性化と宿泊客数の増加が見込めると推測される。



18:00からの時間帯の交流人口を増やす事で周辺の活性化を狙う。

▶ 本計画地の事業優位性は高く、ウィークタイム（18:00～）を底上げする事で事業可能性も広がる。





ウォーターフロントパークへ  
グランピングを。

鹿児島県の  
BAY（錦江湾）から  
桜島を一望できる  
ロケーション



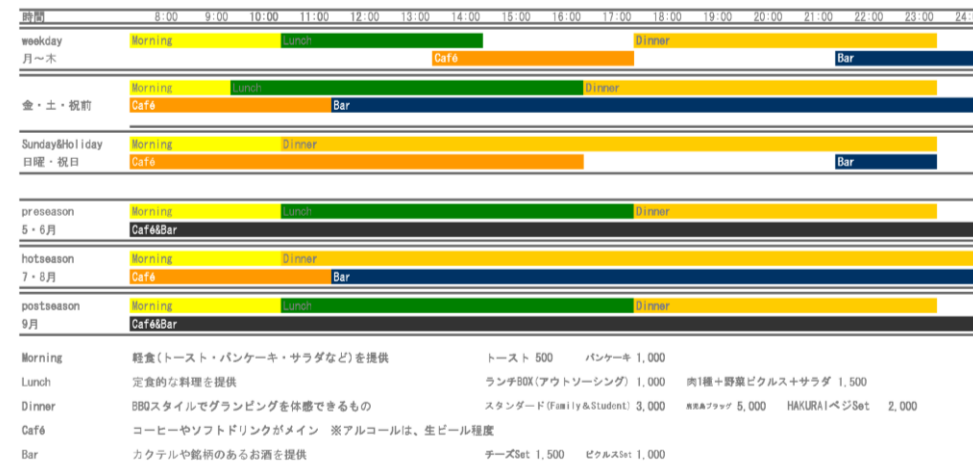
©BAY-s

*precious & small*

### Menu PLAN

Morning	500円	1,000円	・ KAGOSHIMA BLACK 7,000円～ 鹿児島黒シリーズ。主に観光客をターゲットとした商品。
Lunch	1,000円	1,500円	・ HAKURAI VEGE 2,000円～ 海外の珍しい野菜のみの商品。鹿児島の人をターゲット。
Dinner	3,000円	5,000円	・ KAISEN 3,000円～ 鹿児島の海産物のみの商品。

### ▼ サービスタイムスケジュール



鹿児島ブラック+2種ステーキ 7,000 1,000+野菜(エビ・サザエ・カキなど) 10,000

### Point

- ▶ アウトソーシングを図り、他の企業と連携を図り活性化とコスト削減を図る。
- ▶ 鹿児島のユーザーを意識した値段設定とし、別に鹿児島らしさのある観光客向けプランを設け売上の増加を図る。

### Event PLAN

年間のスケジュールをシーズン毎に分けイベントやメニューを開発していく。ユーザーのリピート率を上げていく事と、売上の安定的な底上げを行うのが目的。観光的視点からの事業も開催するなど魅力あるものにしていく。

### ▼ シーズンプラン



### Point

- ▶ ウィークポイントの月をイベントを行うことで売上の安定を目指す。

### ■ ターゲット

ターゲット1 20代~30代の若年層

ターゲット2 ファミリー層

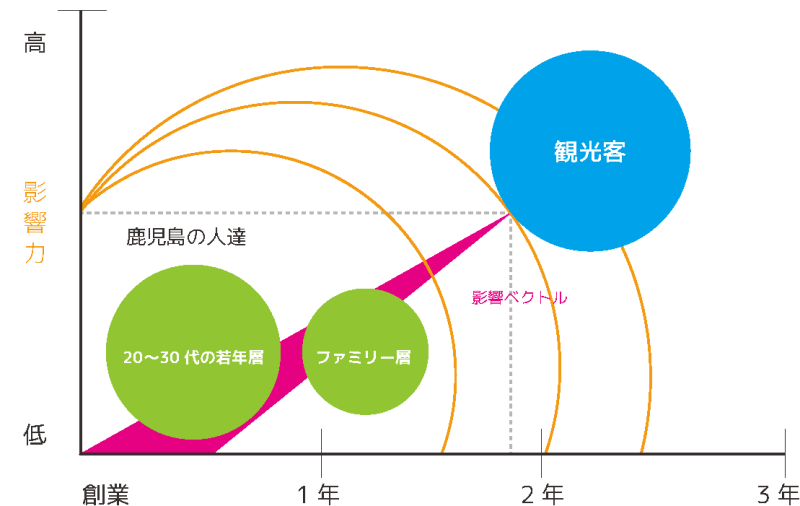


**+ Effect !**

ターゲット3 観光客層

- 鹿児島の若い世代とファミリー層をターゲットとし、鹿児島市内で身近な施設として定着化を図る。その生み出す活気が観光客へ影響を与え、ロケーションやメニューを含めた観光資源としての価値を見だし、観光客の増加へ繋げる。
- ドルフィンポートや周辺からの流入人口を売上根拠としてターゲットとする。

※RESAS流動人口マップ (P11)より算出。



■ 鹿児島の人々が与える影響と観光客の増加イメージマップ

### Point

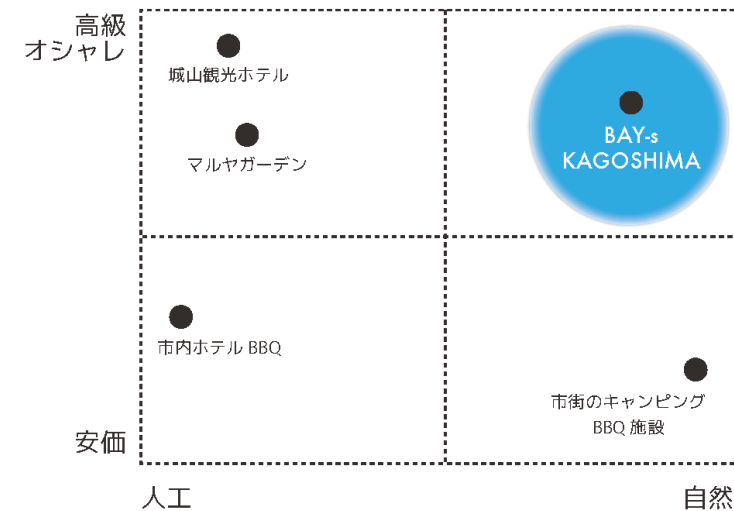
▶ 鹿児島の人々の与える影響 (活気、楽しさ) で伸びる観光客の増加。

▶ 88,800人 (9月・平日) + 77,000人 (9月・休日) / 2 / 31日 = 2,674人 内 140人 (約5%) をターゲット。

### ■ 市場セグメンテーション

鹿児島でのグランピングは初だが、バーベキューという観点から競合との事業セグメントを考察。鹿児島市内では、施設はなく夏のビアガーデン等に行われる一定期間のものが主となる。

競合との棲み分けは、右図のように十分可能と考えられる。



■ プロジェクトの市場セグメンテーション

### Point

▶ 鹿児島でグランピング事業は初。他競合とのセグメントはできており新しい価値としてサービスを提供する事が可能。

### ■ 資金計画

総体事業費 200,250千円

- ・設備資金については、図面や物件調査で得た情報を元に見積もりを算出。
- ・人件費は18名にて雇用ベースに算出。
- ・製造原価はおおよそ30%を想定し算出。

※人件費根拠については、年間収入計画を参照。

### ■ 調達計画

事業借入 200,000千円 ※自己資金250千円

借入金利 1.8% ※元金均等返済

借入期間 10年 ※120回返済

〈備考〉

※デザインされた仮囲を設置 ※コンテナの再利用 ※テント費用には内装まで含む

資金計画・調達計画				
資金計画	土地・建物購入		機械・器具・備品購入	商品、材料等仕入
	0千円		162,500千円	20,000千円
	人件費		その他	合計
	17,750千円		0千円	200,250千円
資金計画	資金用途(詳細)	運転資金 ・人件費 17,750千円 (毎月3,550千円×5カ月) ・諸経費 20,000千円 (食材仕入れ 他)		
	設備資金	・仮囲 48,000千円 ・コンテナ 7,500千円 (運送費込) ・植木芝生 17,000千円 (植木5,000千円 芝生12,000千円) ・外構工事 20,000千円 ・テント 35,000千円 (1,000千円×20個 500千円×30個) ・木床 20,000千円 (1,000千円×20個) ・厨房設備 5,000千円 ・電気設備 10,000千円		
調達計画	本資金	その他金融機関借入	自己資金	その他
	200,000千円	0千円	250千円	0千円
				合計
				200,250千円

※主な償却設備	期間・年額
・仮囲 48,000千円	(10年・4,800千円)
・コンテナ 7,500千円	(7年・1,071千円)
・植木芝生 17,000千円	(無)
・外構工事 20,000千円	(10年・2,000千円)
・テント 35,000千円	(8年・4,375千円)
・木床 20,000千円	(8年・2,500千円)
・厨房設備 5,000千円	(8年・625千円)
・電気設備 10,000千円	(15年・666千円)
合計	16,037千円



### ■ 年間収入計画

客単価 × 来店数 × 回転

Morning 500円 × 20人 × 1回転  
1,000円

Lunch 1,000円 × 20人 × 1回転  
1,500円

Dinner 3,000円 × 30人 × 1回転  
5,000円

収入計画		(仮称)BAY-s Kagoshima 収入計画案																											
		4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月		合計			
日数	土・日・祝日	10日	10%	12日	10%	8日	10%	11日	10%	9日	10%	10日	10%	10日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	115日	100%
		平日	20日	10%	19日	10%	22日	10%	20日	10%	22日	10%	20日	10%	21日	10%	21日	10%	22日	10%	22日	10%	19日	10%	22日	10%	22日	10%	250日
稼働日数	土・日・祝日	30日	10%	31日	10%	30日	10%	31日	10%	31日	10%	30日	10%	31日	10%	30日	10%	31日	10%	31日	10%	28日	10%	31日	10%	31日	10%	365日	100%
		平日	10日	10%	12日	10%	8日	10%	11日	10%	9日	10%	10日	10%	10日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	9日	10%	115日
合計		30日	10%	31日	10%	30日	10%	31日	10%	31日	10%	30日	10%	31日	10%	30日	10%	31日	10%	31日	10%	28日	10%	31日	10%	31日	10%	365日	100%
Morning	500円	200,000	400	210,000	380	200,000	440	210,000	420	210,000	440	200,000	420	210,000	420	200,000	420	210,000	440	210,000	440	280,000	380	210,000	440	210,000	440	2,650,000	5,000
Lunch	1,000円	600,000	400	620,000	380	600,000	440	620,000	420	600,000	440	600,000	420	620,000	420	600,000	420	620,000	440	620,000	440	560,000	380	620,000	440	620,000	440	7,300,000	5,000
Dinner	3,000円	2,700,000	300	2,790,000	380	2,700,000	440	2,790,000	380	2,790,000	420	2,700,000	380	2,790,000	380	2,700,000	380	2,790,000	420	2,790,000	420	2,520,000	380	2,790,000	420	2,790,000	420	32,850,000	3,450
小計		9,600,000	2,100	9,920,000	2,170	9,600,000	2,170	9,920,000	2,170	9,920,000	2,170	9,600,000	2,100	9,920,000	2,170	9,600,000	2,100	9,920,000	2,170	9,920,000	2,170	8,960,000	1,980	9,920,000	2,170	9,920,000	2,170	116,800,000	25,550
優待	Luxury 5,000円	1,500,000	10席	1,550,000	10席	1,500,000	10席	1,550,000	10席	1,550,000	10席	1,500,000	10席	1,550,000	10席	1,500,000	10席	1,550,000	10席	1,550,000	10席	1,400,000	10席	1,550,000	10席	1,550,000	10席	18,250,000	
	Family 3,000円	1,800,000	20席	1,860,000	20席	1,800,000	20席	1,860,000	20席	1,860,000	20席	1,800,000	20席	1,860,000	20席	1,800,000	20席	1,860,000	20席	1,860,000	20席	1,680,000	20席	1,860,000	20席	1,860,000	20席	21,900,000	
飲料	Drink 500円	3,750,000	250杯	3,875,000	250杯	3,750,000	250杯	3,875,000	250杯	3,875,000	250杯	3,750,000	250杯	3,875,000	250杯	3,750,000	250杯	3,875,000	250杯	3,875,000	250杯	3,500,000	250杯	3,875,000	250杯	3,875,000	250杯	45,625,000	
広告協賛料		700,000		700,000		700,000		700,000		700,000		700,000		700,000		700,000		700,000		700,000		500,000		700,000		700,000		8,200,000	
合計		17,350,000		17,905,000		17,350,000		17,905,000		17,905,000		17,350,000		17,905,000		17,350,000		17,905,000		17,905,000		16,040,000		17,905,000		17,905,000		210,775,000	

ブース	Luxury 20ブース Family 30ブース
営業時間	午前7:00 ~ 午後12:00 (予定)
根拠	※来店数については、来店人数ベースとする。 ※優待については、人数に限らずブースの単価。 ※飲料代については、単価平均500と1日250平均として算出。 ※勤務形態開店前後一時間については予算内で対応可能。

基本運営要員人件費

職種	勤務形態			備考	年額
	9:00~12:00	13:00~15:00	18:00~24:00		
支配人	●		●	管理、運営	4,800,000
厨房(料理長)	●		●	1名	3,600,000
厨房(スタッフ)	●		●	3名	7,200,000
フロント(配膳)	●		●	アルバイト15名(シフト制)	27,000,000
合計				3,550,000 /月	42,600,000

その他の考えられる収入  
場代や飲料代など。

【売上根拠】 88,800人 (9月・平日) + 77,000人 (9月・休日) / 2 / 31日 = 2,674人 内140人 (約5%) として算出  
※RESAS流動人口マップ (P11)より算出。

〈補足〉・全体50ブース ・売上は来客数ベースにて算出 ・平日の落込みは、週末で底上げが可能と考えられる (予測数値はその平均で勘案) 。 ・人員数については、総体で18名の雇用創出を予定。

### インバウンドの可能性

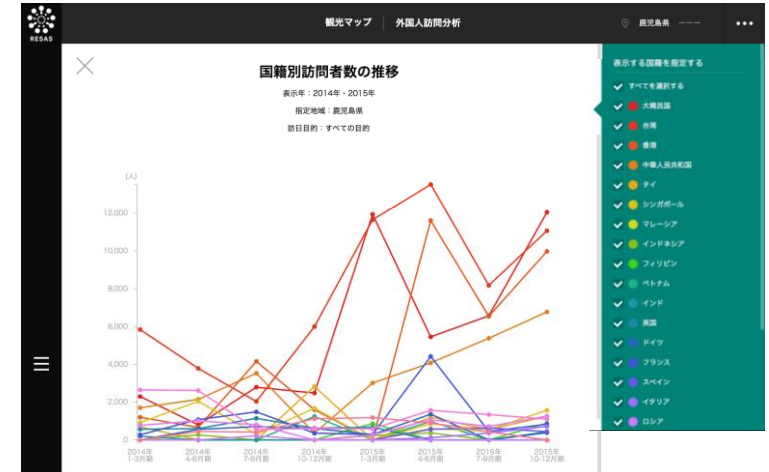
- ▶ 鹿児島は、ここ近年アジアを中心とした来訪者が増加している。  
(※RESAS - 国籍別訪問者数の推移より)  
クルーズ船や国際線の強化などが考えられるが、本事業もインバウンド向けのメニューやサービスをプラス。  
多言語・多文化に対応した(メニュー表示,看板等)施設とすることで事業拡大と鹿児島の観光活性化へ繋がる。

### 壊すのではなく、活かす。

- ▶ 2020年ドルフィンポートが契約満了を迎えるにあたり、現在その後の活用が検討される中、現在ある建物は壊すのではなく、ホテル施設へとリノベーションを図ることにより周辺一帯が新たな観光資源として活かすことができると考えられる。

### 事業モデルの拡大

- ▶ 鹿児島市に限らず、本事業モデルをパッケージ化しオープンにする。  
他の市町村で長期的又は短期的事業として行うことが可能。  
コンサルティングを行う事で利益を得る事も考えられる。予算についても規模に応じて適正に増減するモデルと考えられその場所に応じた事業展開が可能。その“まち”にあったデザイン・空間づくりを行う事が重要。  
ex.) 海沿い、川沿い、商店街、山、その他遊休地等



▲ RESAS - 国籍別訪問者数の推移



※ ドルフィンポート ©鹿児島市



※ホテル等へのリノベーション ©鹿児島市



©UT



+

**More Entertainment!**



**Effect !**



**鹿児島県の若い世代が創り出す事業と新しい観光資源**

鹿児島県のために、自分たちのためにつくる。

▶ 自発的に若い世代で創り出す・出せる鹿児島へ。創業・雇用の増加へ。

観光客にも伝わる。結果、人が増える。

▶ 鹿児島の人達が自ら楽しめる場所を創り出す事で、  
県外からの観光客・若い世代の就職人口増加が期待できる。

鹿児島県に活気が出る。

▶ 選ばれる鹿児島へ。人口非流出、流入人口増加。

**鹿児島県にもっとエンターテイメントを!! 若い世代が創り出す地方創生!!**

ご清聴ありがとうございました。

Special Thanks by BAY-s KAGOSHIMA project



株式会社創造経営研究所 取締役 宇都 泰平

学校法人鹿児島学園 広報企画室長 正村 幸太郎

ヤマグチ株式会社 常務取締役 山口 秀典

鹿児島信用金庫 営業次長 高山 未央