

3 基本計画

- (1) 方向性
- (2) 基本コンセプト
- (3) ターゲット層
- (4) 成功に導くための戦略、収益を得る3つのポイント
- (5) コンテンツ
- (6) 6つの集客ポイント
- (7) Botanicalを楽しむ
- (8) Botanicalに泊まる
- (9) Botanicalを食べる
- (10) Botanicalを遊ぶ
- (11) 収支計画
- (12) 概算事業費
- (13) 施設配置
- (14) パース図
- (15) 事業方式
- (16) スケジュール

〈現状認識〉

広域立地特性

- ◆ 計画地エリアは、薄く広く人口が分布。100kmで東京に到達。
- ◆ 計画地は、茨城県の県央に位置。同エリアには、国営ひたち海浜公園も所在。
- ◆ 目立った誘客施設が近接していない。
- ◆ 県内には水戸やつくばエリアに植物園が存在。
- ◆ 自動車における計画地へのアクセスは、インターチェンジが近くスムーズであるが、公共アクセスは不便なエリア。

人口・観光・産業

- ◆ 近年、人口減少に直面。労働力人口の減少とともに高齢化が顕著に進行。
- ◆ 茨城県は自然豊かな見どころが多く、2022年は約2千4百万人が首都圏から訪れた。
- ◆ 観光客数はコロナ禍前に戻りつつあり増加傾向。宿泊客よりも日帰り客の割合が圧倒的に多く、全体の87.5パーセント。
- ◆ 江戸時代には水陸交通の要所として発展、地方の政治、経済、文化の中心として栄えてきた。
- ◆ 平野部という自然状況に加え恵まれた気候と都心より近い立地を活かし、農業が盛ん。

現状分析

- ◆ 植物園・県民の森の認知度や魅力などが不足
- ◆ 整備後40年以上経過し、施設の老朽化が顕著であり、今後維持管理費の増加が見込まれる。
- ◆ 類似施設の台頭や時代の変化に伴い、顧客ニーズに答えられていない
- ◆ 無料である県民の森は利用者が増えているが、有料である植物園は減少傾向にある。
- ◆ 植物園と県民の森が分断されており、双方での活用がされていない。

事例

- ◆ 日本に存在するテーマパークにおいて、持続的に成功し収益を出し続けるためには、コンテンツ開発・維持管理に莫大なコストがかかる。
- ◆ 神戸ネスタリゾート（投資規模100億円）や、かつてのUSJの売上不振（93億円の赤字[2003年]）・ハウステンボス（2022年外資ファンドに売却）など、広域での来客を促す規模を有する施設は、厳しい経営状況の下にある。

〈リニューアルの視点〉

1 新たな利用者呼び込める施設に

植物園と県民の森を統一したコンセプトで一体的に整備し、新たな遊びや楽しみが詰まった県内外から集客ができる施設に再生する。

2 地域住民が気軽に利用できる施設に

日帰り・単体利用向けの施設を充実させつつ、有料であった植物園を無料化するなど、地域住民を含めたあらゆる利用者が気軽に利用できる施設とする。

3 施設の特長・ポテンシャルを活かした施設に

植物園としての景観や豊かな自然、広大な敷地などの特長・ポテンシャルを活かし、自然が持つ非日常性を活かした新たな時間消費・コト消費を提案する。

ポテンシャルを最大限に活かした魅力あふれる施設への変革を図る

- ⇒ 植物園の機能は維持しつつ、“体験”や“宿泊”など、他の植物園にはない新たな機能を追加
- ⇒ 日常的に散策に利用している地域住民など、これまでの利用者にも配慮
- ⇒ 持続可能な県有施設とするため、採算性の向上により管理経費を削減

リニューアル
の基本方針

基本コンセプト

旧来型の見て歩く植物園から、あらゆる人に開かれた学び・体験・滞在型の植物園・県民の森一体型「ボタニカルリゾート」へ

Botalassian Resort IBARAKI

緑に遊び、緑に包まれて眠る、日本初の泊まれる体験型植物園

- ▶ 日本で唯一の「泊まれる植物園」
- ▶ 日帰り・宿泊に対応した新しいリゾートへ再生
- ▶ 自然を感じながら、植物を学び・親しみながら、大人も子供も楽しい植物園に

※Botalassian：植物由来というbotanicalと、そこに訪れる人をイメージした造語

ターゲット層

休日

首都圏全域（車で1～3時間）
ファミリー客（子供の年齢は中学生以下を想定）



サブターゲット

カップル・女子会/BBQ客/ウェディング客



平日

既存利用客であるシニア層・近隣住民を中心としたトレッキング客・ランチ客・カフェ利用客・温浴利用客・インバウンド客



サブターゲット

小中高の校外学習客



これまでの
利用者

地域の交流拠点として生まれ変わる

- ・ 植物園と県民の森の一体化による周遊・学習コースの増加
- ・ 温浴施設など利便性の向上
- ・ 様々な世代で一緒に楽しめるコンテンツの増加

成功に導くための戦略

戦略①

植物園の入園料を無料にし、回転扉を撤去。県民の森との行き来を自由に、一体的に活用



戦略②

植物園の美しい景観を利用した施設の展開
(木を極力伐採しない)
(施設に県産木材を活用)



戦略③

管理コストの高い熱帯植物館をカフェにし収益施設へ



戦略④

既存のワークショップやイベント活動を継続しながら、新たな学びで新規顧客を獲得



戦略⑤

県民の森ウォーキング客に
温浴施設等の提供
健康増進の場をPR



戦略⑥

デジタル技術を活用し、効率化を図るとともに、日本初等を切り口とした体験等でメディアの露出を増やす。



収益を得る3つのポイント

POINT 1

休日遠方（東京）からも集客する

そのために必要なこと

- 集客のポイントを踏まえ実践
- 十分なPRとSNSマーケティング
- おもてなし
- 滞在時の満足度向上により、リピーター客を増やす

POINT 2

休日だけではなく、平日も集客する

そのために必要なこと

- 頻度高く来場する地元客
- 植物園の入園料無料化・カフェ・レストラン・温浴施設
- 就学前の子供がいるファミリー客
- 小さな子供たちが楽しいコンテンツ

POINT 3

GWや夏休みだけではなく、冬を含め通年集客する

そのために必要なこと

春夏秋冬、すべての時期に魅力的なコンテンツを持つ

- 春：ツリーアドベンチャー・芝滑り・香りのバラ
- 夏：水遊び・カブトムシ・ハイキング
- 秋：ツリーアドベンチャー・芝滑り・香りのバラ
- 冬：温浴施設、サウナ

採算性の向上により、指定管理料を削減、将来的に0円にする

持続可能な運営ができる施設に再生

コンテンツ (概算費用合計 約30億円)

▶ 施設整備

コンテンツ	内 容
エントランス棟 (ボタニカルゲート)	日本最大級のボタニカルウォールで来客者を出迎え。宿泊受付、ラウンジ、物販等を内設。
宿泊施設 (コテージ・グランピング)	特別感あふれる有名ガーデナーが造る庭付きコテージも設定。園内に45棟程度を整備。
温浴施設	ボタニカルな雰囲気露天風呂や内湯、香り付きのセルフウリュを楽しめるサウナも。
レストラン	広々としたガーデンに面する開放的なデザイン。ガーデンウェディングにも対応。
バーベキュー場	緑あふれる植物園でのバーベキュー。食事作り＋植物の学びを目的とした校外学習も。
バナラドームカフェ	熱帯植物館をバナラの香り溢れるカフェに。宿泊者限定の光の演出や体験メニューも。

▶ アクティビティ

コンテンツ	内 容
ツリーアドベンチャー	県民の森にジップラインのほか、自然の木々を利用した樹上アクティビティを設置。
ナイトライトアップ	植物園とバナラドームをライトアップ。植物の幻想的な風景、泊まれる植物園の価値を生み出す。
ボタニカルワークショップ	森の恵みのリースづくり、木製カップづくり、どんぐりイベント体験などを常時開催。

Botanicalに泊まる



植物園
コテージ



植物園
グランピング



自然の地形を
活かした
ツリー
アドベンチャー



芝滑り



森の中の
マウンテン
バイク



植物に
囲まれた
美しい景観

Botanicalを食べる



レストラン
ボタニカル
メニュー



ハーブの
オリジナル
ティー



バニラドーム
カフェ

Botanicalを楽しむ



ガーデン
ウエディング



ボタニカル
温浴
サウナ

Botalassian Resort

6つの集客ポイント



日本最大級のボタニカルウォールの
エントランスでお出迎え



有名ガーデナーが造る
ガーデン付きコテージ



ジップラインなど自然を生かした
アクティビティ



宿泊者が植物園の夜を楽しめる
ライトアップ



植物に囲まれたボタニカル露天風呂



圧倒的な植物に囲まれた
バニラドームカフェ

Botanicalを楽しむ



Vanilla Dome Cafe ※熱帯植物館を改修

熱帯植物館がカフェとなった”バニラドームカフェ”。

100本以上のバニラが繁茂し甘い香りに包まれた空間で、利用者をお出迎え。また、オリジナルのバニラソフトクリームの提供や飲み物が選べるドリンクバーを設置するなど、のんびりと過ごせる環境を作ります。

〈コンテンツのイメージ〉

店内ではこだわりのバニラを使用したソフトクリームやシェイク、パンケーキも用意します。雨天でも快適にくつろげる空間で、いつでも来場しても満足できる環境を作ります。夜には宿泊の利用者限定で楽しめる光の演出や体験メニューも企画します。



100本の天然バニラ



バニラの花



店内からも植物が一望



県産木材インテリアを使ったバニラドームカフェ

県産木材を多用した温浴施設にはサウナも充実。開放的な空間で爽やかな風を感じ外気浴を楽しむことができる、ボタニカルな露天風呂も用意します。また、ハーブを使ったオリジナルアロマ水による香り付きのセルフロウリュを楽しむことができる等、国内唯一の体験が味わえるコンテンツを充実させる。また、POSシステムを導入し、キャッシュレス化を含め、利用者の利便性の向上を図ります。



サウナ



ボタニカル露天風呂



お風呂カフェ

(該当施設関連サイトから引用)

Botanicalに泊まる



Stay : Glamping & Cottage & BBQ

〈コンテンツのイメージ〉

豊かな自然の中での宿泊を楽しむグランピングや県産木材で建てたコテージを用意。森の中でお散歩したり、のんびりと過ごすことができます。バナラドーム付近にはガーデナーが手掛けた庭付のコテージを用意。一部コテージではドッグランを併設し、愛犬と豊かなひと時を過ごす空間を作ります。内装は外との繋がりを感じられる造りとしつつ、質の高い調度品を選定することで、落ち着いた雰囲気演出します。またリモートロックも採用し、セキュリティの向上を図りつつ、外に出やすい環境を作ります。

BBQは屋根付きで天候に関わらずいつでも楽しむことができ、ゆっくりハンモックにゆられて、夕暮れを静かに過ごすことができます。またすべてのグランピング、コテージに焚火を完備。夜は柔らかな火のあるひと時を過ごすことができます。日が暮れてきたら、「夜の植物園探検」へ。ライトアップや植物の夜の姿が見られたり、カブトムシが採れるかもしれません。炭も薪も使える高規格のBBQ場では、平日でも校外学習の利用者で賑やかになります。



グランピング



森のハンモックでリラックス



ハーブを使った食事



温浴リゾート



ナイトハイク (イルミネーション)



茨城食材BBQ

Botanicalを食べる



Botanical Restaurant

〈コンテンツのイメージ〉

解放感あふれるレストランでは、スパイスとハーブを多用し香りをテーマにした料理の数々を提供。鳥の塩釜焼や茨城県の豊富な農作物を使ったダッチオープン料理、ガーデンピザ、食前酒にはハーブを使ったオリジナルカクテルドリンクなど、地域の食材を活かしたメニューを用意します。

昼下がりには猿島茶・奥久慈茶・古内茶をベースに、ハーブをブレンドしたオリジナルハーブティを作り、ハーブの効いたスコーン等とともにアフタヌーンティが楽しめます。日帰りの利用者の食事ももちろん、宿泊者の朝食会場として、また、ガーデンウェディングの会場や夜の懇親会パーティー会場としての利用を想定しています。



ハーブモーニングビュッフェ



地元産の新鮮野菜を家族でお食事



大クスノキシンボルツリー



オリジナルハーブティ



ガーデンパーティー

Botanicalを遊ぶ



植物園は入場無料で、県民の森との境にはゲートもなく自由な行き来を可能にします。地元のウォーキング団体等と協力し、県民の森のウォーキングと温泉をセットにした企画を定期的で開催します。森の中ではマウンテンバイクやツリーアドベンチャーで思いっきり体を使って森を満喫し、ジップラインは森の中を縦断できます。



ツリーアドベンチャー



ウォーキング



芝滑り



森の中のマウンテンバイク

森のカルチャーセンターをワークショップの拠点とし、敷地内で様々な植物に関するワークショップを開催します。これまでの猛禽ふれあいタイムやデイキャンプなども引き続き行いながらも、自然の中にあるモノを活用して、ナイフで木を削り道具を作ったり、焚き火を楽しんだり、滞在するからこそ体験できるメニューなども提供します。植物園ならではの熱帯雨林を再現するパルダリウム作りや、植物図鑑のようなスケッチ体験など大人から小さな子供、インバウンド客も楽しめる、県民の森の恵みや、様々な植物を活かした新しい体験ワークショップを行っていきます。



ブッシュクラフト体験



森のトレッキングをしながら材料を収集



森の間伐材を使った薪割り体験

日本で唯一の
泊まれる植物園
宿泊
コンテンツ



ガーデン付き
コテージ



グランピング



夜の植物園探検
(観察・ライトアップなど)

→宿泊しながら、1泊2日では体験しきれない数の以下のアクティビティも経験できる



日本最大級の
ボタニカルウォール

森と遊ぶ
体験型植物園
日帰り
コンテンツ



広大な県民の森
トレッキング



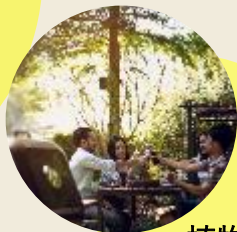
ツリー
アドベンチャー



バナラドーム
カフェ



芝滑り



植物園BBQ



森を駆け抜ける
マウンテンバイク



ボタニカル温浴
& サウナ



レストラン

体験・遊び・学び

県民の森・植物園
既存の取り組み一例



森の工作広場



自然体験ツアー



デイキャンプ体験



プリザーブド&ドライフラワー
アレンジメント教室



ネイチャーゲーム体験

→既存のコンテンツの他、学びと遊びにエンタテインメントを掛け合わせたメニューを拡充

体験・遊び・学び

体験型コンテンツ拡充例



映像と音の
ナイトウォーク
※参考事例：富士すばるランド
(該当施設関連サイトから引用)



デジタルを利用した森林体験
※参考事例：ハウステンボス
KDDI「恐竜シューティング」
(該当施設関連サイトから引用)



体験果樹園



光と映像のナイトアドベンチャー
※参考事例：長崎・伊王島
(該当施設関連サイトから引用)



QRコードで
「みんなの趣味の園芸〈植物
図鑑〉」
※参考事例：春日井市都市緑化植物園
(該当施設関連サイトから引用)



園内専用
SNS・アプリなど
※参考事例：熊本市動植物園
(該当施設関連サイトから引用)

《収支計画（5年経過後）》

01 宿泊施設

グランピング・コテージ宿泊施設45棟を計画。

年間計画＝利用者 24,000人 / 売上 4.7億円

02 温浴施設

植物園の新設温浴施設の面積を400坪で計画。（サウナなども充実させる。）

年間計画＝利用者 120,000人 / 売上 1.8億円

03 レストラン

100席規模を計画し、平均客単価1,500円/人で計算。

年間計画＝利用者 48,000人 / 売上 0.7億円

04 バニラドームカフェ（熱帯植物館のリニューアル）

バニラに特化したコンセプトカフェで魅力的な施設作り・仕掛けを行う。客単価を1,000円として、年間の光熱費は2000万円です。

年間計画＝利用者 40,000人 / 売上 0.4億円

05 バーベキュー

30区画規模を計画。客単価を4,000円として計算。

年間計画＝利用者 15,000人 / 売上 0.6億

06 アクティビティ

ジップラインなどのツリーアドベンチャーを計画。客単価を3,500円として計算。

年間計画＝利用者 15,000人 / 売上 0.5億

年間計画（合計）＝利用者26万人/売上8.7億円

5年経過後（6年目）

売上8.7億円－施設管理費8.7億円

⇒指定管理費0円の実現

その他、週末に首都圏のファミリー・カップル・友人が来訪したくなるよう、また、子供から大人まで楽しめるよう、植物・自然を活かした幅広いコンテンツを準備する。特に、ファミリー層・若者向けに、自然を活かした遊具や体験を多数提供し、子供が何度でも行きたくなる、親が子供を連れて行きたくなる施設を目指す。

- ・マウンテンバイクのレンタル
- ・ハーブ等を使ったワークショップ

その他アクティビティを準備

これらの利益は、プラスアルファとなる。

年間計画＝利用者3万人 / 売上0.7億円 / 営業利益1,000万円

計算因子

類似施設の実績による。

概算事業費（約30億円）

施設		単位	単価(千円)	合計(千円)	備考
茨城県植物園					
エントランス棟	新設	1棟	100,000	100,000	(ボタニカルウォール込み:126,710千円)
コテージ	新設	18棟	13,000	234,000	平屋建て お風呂・トイレ付き
グランピング	新設	27棟	5,000	135,000	お風呂・トイレなし
温浴施設	新設	400坪	2,500/坪	1,000,000	(ボタニカルウォール込み:1,026,710千円)
レストラン	新設	1式	100,000	100,000	
BBQ場	新設	1式	50,000	50,000	屋根付き 10名席 x 30区画
ボタニカルウォール	新設	2基	26,710	53,420	エントランス、温浴施設各1基
トイレ	新設及び改修	3棟	5,000	15,000	
パニラドーム(熱帯植物館)	改修	1式	20,000	20,000	
バーベキューハウス(緑の相談室)	改修	1式	20,000	20,000	
ツリーアドベンチャー	新設	1式	70,000	70,000	
芝滑り	新設	1式	12,565	12,565	
パークエリア	新設	1式	26,000	26,000	じゃぶじゃぶ池、キャンプファイヤースペース
駐車場整備	改修	1式	40,000	40,000	駐車場1、2
造成工事	温浴施設	1式	100,000	100,000	
	その他	1式	50,000	50,000	
施設内植栽	新設	1式	18,630	18,630	
その他付帯設備	新設	1式	363,500	363,500	電気、水道、下水道、排水、照明工事等
ソフト整備	新設	1式	50,760	50,760	デジタル関係設備導入
実施設計		1式	268,000	268,000	
概算事業費合計（消費税別）				2,726,875	
消費税込み合計				2,999,563	≒30億円