

西俊輔の「毎日楽しく」

Vo 1.13 2006年9月号

先日ひさしぶりに旭山動物園へ行ってきました。昔の閑散とした動物園を知っている私としては、あまりのにぎわいに目頭があつくなってしまいました。

最近ではテレビドラマになったり特集を組まれたりとすっかり有名になった旭山動物園ですが、先日放送していたテレビで、名古屋の水族館と動物園からペンギンとキリンが旭山へ引っ越してくる特集をやっていました。見ていて驚いたのは、名古屋の水族館と動物園の施設の豪華さです。水族館には水中の様子がわかる大画面モニター付の世界最大というプールがあって、そこでイルカやシャチのショーが行われ、一定の温度に保たれたペンギン舎には人工の雪まで降らせる装置がついているそうです。また動物園にはキリンが何頭もいて、それらが自由に走り回るだけの広さがあります。これに比べれば旭山動物園の施設はけっしてりっぱとは言えません。

それではなぜ旭山動物園はここまで有名になったのでしょうか。いろいろな原因が考えられますが、私が特に挙げてみたいのは次の点です。

工夫の重要さ……旭山動物園も新しい施設を次々に作り、お金をかけているように見えますが、名古屋などの水族館や動物園に比べると、それほどお金をかけているとは思えません（旭川市にはそれほどお金がないのです）。やはり、いかにお金をかけずに工夫をするかということでしょう。

クチコミの効果……宣伝にお金をかけたわけではなく（というかお金をかけられなかったのでしょうか）、評判が評判をよんでここまで有名になりました。クチコミの効果は絶大です。

ブランドのちから……旭山動物園が始めた「行動展示」という手法は、旭山を参考にして今やどこの動物園でもおこなっています。それでも旭山動物園がトップを走っているのは、この手法を始めた草分け的存在として、旭山動物園が「ブランド」になっているためだと思います。

テレビの中で副園長の坂東さんが言っていたように、現在の旭山動物園人気はややブーム的な側面もあると思いますが、閉園寸前の動物園をここまで有名にした関係者の努力と工夫でこれからもぜひがんばってほしいものです。

