

2012年度観光学研修「旭山動物園の経営戦略」報告

館野和子*

キーワード：旭山動物園，観光資源，地域活性化

1. はじめに

昨年度に続き，この研修では旭山動物園や旭川市の観光・地域活性化について，訪れた先の実務担当の方々から話を伺い，取り組み事例を把握する等の目的で活動した。この時期は，周辺地域の自然や里山は雪に覆われて研修地となりにくいことから，活動を旭川市旭山動物園・北の嵐山（旧陶芸の里）ならびに市内中心街に限定している。北海道中央部大雪山系麓の平坦な場所に位置する旭川空港は，冬期にも強風や降雪の影響を受けることが殆どなく，安定した運航実績を保っていることで知られている。今回も降雪はあったものの，予定通りの行程で研修に臨むことができた。

2. 研修の概要

2012年度観光学研修募集にあたり，2012年9月に2年生を対象とした説明会を実施した。参加人数は履修登録追加修正期間終了をもって確定し，事前講座に向けての事前課題を課すとともにインハウスツアー会社による旅程説明会を2度実施した。研修日数は以下の7日間である。

参加者 観光学部観光学科2年生4名（女子のみ）

2013年3月1日（金）事前講座（代々木校舎）

3月4日（月）羽田＝旭川移動・講話（旭川市経済観光部）

3月5日（火）講話と創作体験（北の嵐山観光連絡協議会）
講話（旭川校舎）

3月6日（水）園内見学（旭山動物園）

3月7日（木）講話（旭山動物園）

3月8日（金）市内見学・旭川＝羽田移動

3月11日（月）事後講座（代々木校舎）

3. 旭川市の観光・活性化について

3-1 旭川市観光の現状

今年度も，旭川市経済観光部観光課の平島淳嗣氏から話を伺うため，観光課を訪ねた。観光

* 東海大学観光学部観光学科

課は、市内5条7丁目平和通買物公園旭川フードテラス2階に移転していたが、市民や観光客の動向が直に感じ取れる場所として好条件と思われた。

まず平成24年度観光入込客数について、特徴や数値についての紹介があった。前年度は東日本大震災の影響を受けたが、持ち直しつつあり、観光入込客数、宿泊延べ数ともに震災直前の水準まで回復している。外国人宿泊延べ数は前年比で大きく伸びているが、過去最高値を記録した平成22年度には及ばない状況である。国別比較では、尖閣諸島や竹島問題以降、中国からの観光客が大幅減少し、香港、韓国の宿泊数も落ちている。台湾に関しては、エバー航空の台北＝旭川線就航（2013年5月）により宿泊延べ数が増加し、香港実績を上回っている。タイの実績もタイ航空のバンコク＝新千歳線就航（2012年12月）効果により大きく伸び、前年度実績を下回った韓国を追い抜く結果となっている。

- ・旭川市は札幌市に続く道内人口第2位の都市だが、観光客数では札幌市、小樽市に続いて第3位に位置する状況にある。懸念されるのは、大手企業が旭川支店をクローズして札幌市に集約していく動きである。また、旭川通過型観光をいかに解消していくかも大きな課題であり、旅行者が旭川に宿泊する、市内に滞在して夕食をとる頻度を伸ばすための施策が必要と考えている。
- ・旅行商品の情報発信手段のうち、旅行パンフレットは3カ月～半年前から企画・制作しないと間に合わないものの、個人旅行者への訴求効果が大きく、また、新聞掲載という手段は実施直前情報を盛り込むことができる強みもあり、予想以上によく閲覧されて参加申し込みに繋がっている。
- ・旭川市は、Wi-Fiの充実に力を入れており、国内外からの旅行者に利便性を提供するというだけでなく、積極策として日本らしいシーンや絶景スポットを紹介し、facebookやブログ等に載せて発信してもらうよう案内している。中には、昨年に掲載された写真を見たので、同じ季節に旭川に来てみたという海外からの旅行者もいて、SNS情報の威力が見られている。なお、こうした外国人旅行者からは少数意見ながら、日本らしさを体感したい・日本らしいシーンを発信したい思いからか、外国語看板表示をあまり増やしてほしくないという声も聞かれている。
- ・平成22年度に愛称募集して決定した旭川市シンボルキャラクター「あさっぴー」は、2012年度ゆるきゃらグランプリで88位/865となった。ガイドマップにあさっぴーを載せるようになってから、利用数が確実に増えている。市のホームページでは、さらなる知名度アップや関係者による活用促進のために、旭川PRを兼ねての市内商業活動にキャラクターを使用できるよう、市長宛イラスト使用申請書を用意している。
- ・今年度の冬まつりは、集客数871,000人であった。メイン雪像をアニメロボット“トランスフォーマー”とし、100m滑り台を据えたところ、子供達には大変好評で、時には待ち時間が1時間半近くかかってしまっていた。新たな試みとして始めた冬まつり開催準備期間中のガイドツアーが盛況となり、自衛隊の皆さんが雪像を制作していることを知ってもらった。また、雪だるま体験企画では、一日あたり100組の参加者が自ら作ることを楽しんでいた。開催期間中に冬マルシェとして出店した各売店では、作り置きではなく目の前で作ることで

喜んで買っていただいたが、6日間の売上高合計が2,500万円となったことは記録的だった。

※経済観光部観光課平成24年度集計（確定値）¹⁾

観光入込客数 5,763,800人（対前年度比106.5%）

宿泊延べ数 628,400泊（同106.0%）

外国人宿泊延べ数 31,223泊（同124.3%）

国（地域）別の宿泊延べ数

第1位 台湾6,180泊（対前年度比141.0%）

第2位 香港6,049泊（同116.0%）

第3位 シンガポール5,932泊（同142.6%）

第4位 中国4,482泊（132.7%）

第5位 タイ1,523泊（同193.5%）

第6位 韓国1,480泊（同75.4%）

3-2 北の嵐山

北の嵐山は、旭川市中心部から車・バスで15分ほどの北西部（現・旭岡地区）嵐山公園そばの第一種住宅地域にある。名称のもととなっている嵐山はオサラッペ川を渡った向かい側にあり、原生林が残された公園内「北邦野草園」には約600種の北方系植物が生育している。

研修では、北の嵐山観光連絡協議会の会長得永光利氏、事務局長菅井淳介氏、山田克己氏に話を伺うとともに、ガラス工芸の創作やガラス吹き体験をした。

北の嵐山は、昭和40年代に工房「大雪窯」と「溪雪窯」によって創作活動が開始され、長く「嵐山陶芸の里」と呼ばれてきた。10数年前から各分野の芸術家が活動する本格的な動きとなり、次第に陶芸・染色・ガラス工芸・木工クラフト・茶房・庭園・食等が集まる芸術家村が形成され、地域の特色を表すようになったという。平成22年度に旭川商工会議所のコーディネートによる地域資源全国展開プロジェクト「森・芸・民のおもてなし事業」²⁾が行われたことをきっかけに、名称を「北の嵐山」と変更して現在に至っている。

現在住んでいる方々は、この住宅地の場所が好きで集まっており、「同じものを創らない」という紳士協定・不文律を共有して、建物の50%は住居とするルールを守りながら創作活動をしている。観光活動は無理のない範囲で行っている程度であって、「暮らしを見てもらう」気持のほうが強い。「観光地というよりは自然発生的な創作活動地域であり、傍から見れば観光で活性化させようとするハングリーさに欠けているかもしれない」とのことである。避けたいことは、交通事故・何らかによって地域の評判を落とすことの2つであり、ブランド、信用を大切にしたいと考えている。新たに来る方は30歳代以上で市民生活が長いことから、トラブルは殆どない。技術力が高い墨田区や江東区の工房と交流を続けているとの話も伺った。

3-3 まちづくりと観光

1) 平和通買物公園について

旭川校舎では、芸術工学部建築・環境デザイン学科の大野教授による旭川市概要と平和通買物公園の紹介があった。特に、旭川駅正面から北につながる平和通買物公園の歴史について時間を割いていただき、造成から完成に至るまで「車社会からの解放・人間性回復」を目指した実験的な試みであったことを説明していただいた。

平和通りは、旭川市民が一体となって取り組み、1972年に本格的にオープンした歩行者専用道路であり、「銀座より早かった歩行者天国」(hoccol³⁾)である。「1963年当時の五十嵐広三市長(元官房長官)が、旭川にヨーロッパのモールのようなうまい道ができないかと言ったのが始まりだそうだ。この通りは、1998年に都市計画事業により前面リニューアル工事がなされ、ロードヒーティング歩道⁴⁾設置と路面前面のバリアフリー化を実現している。」(同hoccol) 50年前に路面公園化構想が持ち上がって以来、官民一体となって実験に取り組み、現在に至るまで市街中心地として賑わい創出の試みがなされていることが分かった。

平和通買物公園研究レポート⁵⁾によると、「実験段階において日本初の取り組みという目新しさから多くの来訪者を集め成功…。」「衰退の原因として、中心市街地に人が住まなくなったことや、郊外の大店の存在、買物公園の専門店が減ったこと」(石脇・中野 2012)等を挙げている。買物公園設立の趣旨によれば、商業活性化のみではなく、“車社会からの解放・自然との対話”を目指しての開発であったという。現在、市郊外には同系列大店が3か所で開業しており、車中心社会ではその規模と便利さが魅力となっている。

周辺に空き店舗が見られるようになってきていることは残念な状況とはいえ、2009年に平和通りにあった丸井今井旭川店が「112年の歴史に区切りをつけて閉店となった後に、その建物を生かし、商業テナント、行政サービス、オフィスとして複合利用している」(石脇・中野 2012)ことや、観光課が買物公園に移り、現状をより間近に見ながら行政を行う等、路面公園化への継続的な取り組みが見られる。相次ぐ大店の郊外出店に押されて空き店舗が見られるのも確かだが、これらの突破口のひとつとなるのが、現在進められている「北彩都あさひかわ・忠別川水辺プラザ事業⁶⁾」の実現と考えられる。旭川駅南側に広がる忠別川と大雪山系の絶景と、文化施設の充実させるプランによって、人の流れが変わり、まちなかと駅周辺に賑わいが戻ることが期待されている。

2) 芸術工学部生講話より

観光学部生を迎える立場で、旭川校舎芸術工学部生キム ミンジョンさんから北海道経済部観光局統計値⁷⁾を含めた北海道観光の現状と、提案「CONCEPT DIAGRAM⁸⁾」の説明があった。北海道経済部観光局統計値の要点は次の通りである。

北海道を訪れる道外観光客のうち、約80%は過去に来道経験があり、5回以上のリピーターが30%を超えている。一方、北海道全体の観光入込客数は平成11年度5,149万人をピークに伸び悩んでおり、11年後の平成22年度で5,127万人に止まっている。来道観光客のツアー形態では、ルートの決まったパッケージツアー利用率は平成12年度に42.8%であったが、平成19年度には22.0%となり、同じパッケージツアーの中でもフリープラン38.2%との逆転が生じている。またこの年には、パッケージツアーを利用しない観光客が37.5%に上っているほか、主な移動手

段だった貸切観光バスの利用率に関しても平成11年度の約半数の28.7%となり、レンタカーや鉄道へシフトしている状況が見てとれる。現在の旅行形態は、家族旅行が50.9%と半数を超えており、9人以下の小グループ旅行23.9%へと続いている。観光客が一回の観光行動で消費する額は、道内客で13,271円、道外客は69,670円、訪日外国人来道者は、122,128円である。

上記の環境変化等を考慮してのキムさんの提案は、旭川市街区域を3つにゾーニングして(COMMUNICATION ZONE, HEALING ZONE, ADVENTURE ZONE)利用するものであり、旅行者だけでなく市民にとって自由度の高い快適な環境作りを目指しているものである。市街を俯瞰して、市民や旅行者が集うことを想定する中で、賑わい、楽しみ、寛ぎなどの手段を提案していることが観光学部生とはやや異なる視点であり、新鮮に映った。

3-4 動物園の経営戦略

旭山動物園は、正式名称を旭川市旭山動物園と言い、旭川市経済観光部に所属している。日本最北の動物園として名高く、訪れる人々に動物達のいのちの輝きや命の素晴らしさを伝えると同時に、地元住民に愛される動物園であり続けるために不断の努力を続けている。動物園が役割・使命として捉える場は、レクリエーションの場・教育の場・自然保護の場・調査研究の場の4つである。

動物園研修日2日間のうち、1日目は観光者の目線で、2日目には極力ではあるものの、迎える側の目線を意識して行動することとした。冬期開園時間は10:30～15:30であり、時間内に多くの動物達と出会うためにはしっかりとした動線を考える必要がある。今回は学生4名という少数数での訪問だったおかげで、2日目の午後に坂東園長とお会いし、そのまま園内を案内していただけることとなり学生達のモチベーションが一気に高まっていた。

ご案内いただきながら伺った内容を以下に記したい。

- ・動物園にいろいろ勉強して分かってから来て、とは考えていない。来て、見て、共感してもらいたい。見たいものはその人その人でよい。見る時には大人目線になりがちだが、子供に大人の価値観を押し付けないように気をつけなければいけない。
- ・入園者にウケようとしても、いつかは飽きられる。動物はモデルチェンジが出来ない。動物園にとってのカリスマ動物を求めるのは、人間側の理屈である。動物の顔ぶれは変わらないとしても新しい価値観で捉えれば、出来ることはたくさんある。
- ・動物は嫌な場合でも相手の存在を認める。仲良くしないまでも、自分のポジションを見つけてそれなりに生活する。ルールを守れないものは噛み殺されてもやむなしという、厳しい世界でもある。
- ・平成16年にあざらし館を作った。パテントは取っていない。(学生達からは今からでも取った方がよいとの声) あざらし館を作る前、あざらしは居るだけだった。主役にしたいと思いチューブを泳ぐ姿や暮らしぶりを見ってもらうことにした。発想・プロセスは簡単には真似の出来ないこととして大事にしているが、運営にも細心の注意を払っている。
- ・ほっきょくぐまが本来の生息地ではない動物園に何故いなければならないのか。絶対数がかなり減っているうえに、偽妊娠などもあり繁殖が難しい状態にある。(今のまま放っておい

たら)居なくなってしまう恐れがある。動物園にいないと、存在を伝えるものがなくなり、地球に生存していたことさえ分からなくなってしまう時が来てしまうかもしれない。動物園としては、どこまで伝えられるかを気に掛け、この程度でいいやという態度は絶対取らず、人間中心にも考えない。ほっきょくぐまの安全や命を守るためのお膳立て、環境づくりを人間が行っている。

- ・かつてレッサーパンダのために1,000万円寄付したいと言う方がいた。寄付金にすると税金がかかるということから、動物の物納をしてもらった経緯があったが、従来の常識を覆したから出来たことの一例となっている。
- ・4種類のペンギン達が同居している。場所としては狭いが、動物なりに自由に自分達の習性で暮らしている。巣作りのために石を運んでいたりするので、見るときには足を止めて何をしているのかよく見るほうがよい。
- ・園内の表示、展示板はスタッフの手作りである。何気なく置いているので時折なくなることもあるが、制約を加えるような「～しないでね」表示は止めたいと考えている。(展示板に関する学生の質問に対して)スタッフは自らそうしたいと考えて時間外で看板等を作成している。本来の仕事ではなく、手当もない。生き物に関わって暮らしていける、生き物に恩返しができると考えてやってくれている。
- ・(幼い頃に)可愛がっていた鳥が診てもらえなかったことが悔しくて獣医になった。最初は牛ばかりを診ていた。牛も豚も死ぬ日は分かる。文句を言わず、比べたりせずに淡々と生きていることがすごい、素晴らしいと思う。昔は動物は汚いというイメージがあったり、病気発生もあったが、そうしたことを変えたかった。動物園に来る人達に何か気付いてもらいたいと考えながらここまで運営してきた。
- ・(質問:驚いたこと等)大人が動物に対して雪玉を3度投げたことがあり、圏外に出るように伝えたところツアー添乗員が飛んできた。動物園はサービス業だろうとの主張だった。動物に危害を加える等の行為をしたり、ルールを守れないのであれば見てもらわないほうがよいのではないか。
- ・外国人観光客がこれほど訪れる動物園は他にない。タイやシンガポールからも訪れている。また全体では大人の入園者(有料)が多いのも特徴で、76~7%に上っている。年間入園者数は200万人が限度と考えている。過去に300万人を記録したことがあったが、その数値が基準ではない。本来の目的のために、枠組みをもう一度組み立て直す必要がある。
- ・日常でも感性、感度を高めて観察することが大事である。学生時代には興味あるものだけではなく、周囲にアンテナを張り、失敗を恐れずにどんなことにでも関心を持ち、学んでほしい。

4. 訪れる側からの意見・感想等

4-1 イメージキャラクターについて

経済観光部観光課でご紹介があったように、イメージキャラクターのあさっぴーをガイドブックに載せるだけで持っていく人が増えているという。ホームページで利用申請して、あさっ

ビー利用承認を取る手続きとなっていることも心強い。しかし1週間弱滞在した観光客の立場でいえば、2～3度見かけたという程度に止まり、くまものの出現率とは大きく異なるように感じた。また、市役所ホームページの英語サイト・簡体字サイトのページトップにもあさっぴーが飛んでいる姿を登場させたほうが、興味を引き、訴求効果があると思われる。

4-2 旭川市に集荷される産品について

講話でのご紹介で、北海道の豊かな大地と周辺の海で育まれた農産物・魚介類が一旦旭川に集荷されて本州に送られると聞いたが、その情報を耳にした途端に、学生達の興味は俄然「食」に傾いていった。話を伺うまで、北海道中心部の旭川市に、道内産品が集荷されるイメージを持たなかったが、これは旭川市の強みとして観光客に強くアピールできる耳より情報である。訪れる側が得る情報として、旭川ラーメン情報が圧倒的に多く、その知名度・印象が強すぎるため、品質のよい海産物・農産物・スイーツなどの耳より情報がかき消されてしまっているように感じられる。

4-3 市街に見られるもの

空港から旭川市内に向かうバス車窓から、一般住宅の玄関先に雪だるまやキャラクターだるま等が飾ってある様子が所々で見られた。市民の皆さんが楽しみながら自宅のために作ったものが、観光客には冬の風情として、また歓迎してもらえているように感じ取れた。

4-4 学生の課題レポートより

- ・旭川研修に参加することで、自分が学びたかった旭川観光の現状や旭山動物園の経営戦略だけでなく、人を迎える、楽しませる観光地で働くひとたちの心構えや向上心など、大切なことをたくさん学ぶことができた。旭川にはまだ改善できる点があると思うが、想像していたよりもはるかによい観光地だったので、周りのひとたちに旭川の魅力を伝えていきたい。
- ・事前学習を通して、いかに旭川の魅力を全国にあまねく発信できるかということを考えるべく旭川を訪れたが、実際に行ってみて、多くの人を呼び込み、その地域を観光スポット化することだけが観光地の魅力に繋がるのだろうかという新しい考えが生まれた。そして、一概に「旭川の地に人を呼び込んで活性化させる」ことをしなくてもよいのではないかと考えた。それは、旭川に住み、旭川に生きる人々の生活が豊かで、幸せそうに感じたからである。
- ・北の嵐山に住み、働く人々は皆、観光スポットというスタンスではなく、あくまで人間らしさを大事にしている、その中で人々が喜ぶものを作っているという、これまでの観光地の持つ概念と180度違った考えを持つ場所であった。

5. まとめ

2月上旬の冬まつりと3月中旬の“バーサーロペットジャパン⁹⁾”開催期間の狭間に訪れた旭川では、昨年度と同様、路線バスと徒歩を主な移動手段として行動した。学生4名とも市内滞在経験がなく、3名は北海道が初めてという立場だったが、時折降雪が見られる天候の中で

の研修に新鮮な思いで臨んでいた。

期間中、旭山動物園、経済観光部、北の嵐山観光連絡協議会、旭川校舎の方々から直接話を伺い、学生達の興味と好奇心が納得・満足へと変わる様子を見ることが出来た。旭川市の魅力と課題を語る方々の、地元に対する誇りやそこに暮らすことへの思いを、実際に現地に赴いてみて実感した様子である。なお、研修にあたり、旭川市の歴史をしっかりと学んでおくことの重要性を再認識したため、次年度はこの点に力を入れて事前学習の充実を図ることとしたい。

引率する立場で、旭川市での冬期研修の特典は大きいと考えている。旭山動物園では冬の動物達がいきいきと暮らす様子を間近に見ることが出来、北の嵐山や、まちなかを雪を踏みしめて歩くことだけでも新鮮で楽しく、さらには航空運賃・宿泊費用をかなり抑えることが出来る。参加者により興味の範疇は少しずつ異なるものの、学生が一律のパターンから少し抜け出て観光を考えるヒントを掴む等、旭川市は知るほどに魅力を実感出来るまちである。

注

- 1) 旭川市経済観光部観光課 HP より
- 2) 旭川商工会議所「北の嵐山 森・芸・民のおもてなし事業」報告書
- 3) 旭川平和通商店街振興組合広報パンフレット
- 4) 平和通り約1km 全体の両側店舗から4m に施工されている。
- 5) 石脇亮, 中野恒明, 「旭川市平和通買物公園の成り立ちに関する研究」, 芝浦工業大学澤田研究室研究レポート, 2012。
- 6) 旭川市, 旭川駅周辺再開発事業「北彩都あさひかわ」(平成18年～平成26年)
- 7) 北海道経済部観光局平成23年度12月統計値
- 8) 東海大学芸術工学部4年生(当時)キムミンジョン氏提案の市街ゾーニングの考え方
- 9) 旭川市主催国内最大級のクロスカントリースキー大会, 2013年3月で第33回を迎える。

参考資料

旭川平和通商店街振興組合広報パンフレット「hoccol」。

石脇亮, 中野恒明, 「旭川市平和通買物公園の成り立ちに関する研究」, 芝浦工業大学澤田研究室研究レポート, 2012。