評論 2005年の北海道経済

6月●旭山動物園の奇跡

横島 公司

旭山動物園の軌跡

昨今、新聞・雑誌、テレビ等で旭山動物園の話題がよく目に付く。筆者がこの不思議な――と言ってもいいであろう――動物園を初めて訪れたのは、今から3年程前のことである。水中回廊を縦横無尽に泳ぎ回るペンギン、オランウータンの空中散歩、さらにガラス一枚を隔てただけの「至近」でシロクマを眺め、非常に興奮を覚えた。そしていつか、この旭川市の中心地からだいぶ離れた動物園のことを紹介したいと考えていたが、最近では全国各地からの一般客に加え、関係者、経済団体、さらには官庁、政治家までもが多数訪れている。2004年5月、竹中平蔵金融・経済担当相（当時）は、閣僚懇談会で「旭山動物園」は「地域再生につながる事例として興味深い」と報告し、さらに同年9月の日本経団連と北海道経済団体連合会共催の懇談会で、井出伸之（ソニー会長）が「工夫次第で大市場との距離を克服できる好例」などと評価し、気がつけば今更改めて紹介するまでもない状況になっていた。

人口約30万弱、新函館市の誕生によって北海道第二の人口という地位こそ失ったものの、旭川市はいまだ北海道における大都市といっていい。古くは軍都、そして戦後は商業都市として栄えた旭川市は、今新たに観光都市としての一面を加えようとしている。そしてその原動力となったのが、この旭山動物園であった。それまで、観光都市としての条件を特別有しているとは決していえなかった一地方都市が、旭山動物園という「特需」により観光客が急増し、2005年上半期で観光客は396万人を記録した。その結果、旭川市内にホテル需要が高まり、ビジネスホテル等が相次いでオープンするという動きも現れている。さらに動物園に旭川ラーメン村など既存の観光向けの飲食施設を組み合わせるツアーを企画した結果、それらのリピーターも現れるなど、相乗効果はますます高まり、しかもこの勢いは当分続くとみられている。一つの動物園の成功が、地域にこれほどの効果をもたらしたのだから、日本各地から視察が押し寄せても不思議ではない。

旭山動物園の入園者数は、それまで道内で不動の首位の地位を保っていた円山動物園（札幌）の倍以上に及ぶ入園者を達成したばかりか、全国首位である上野動物園（東京）の入場者すらを時には上回る程の勢いを見せ、2005年度は4月末から10月23日までの夏季営業期間中の入園者数が167万人を突破し、それまで過去最高だった前年度の約145万人を既に上回っている。約10年前の1996年の入場者が26万人であったことを考えるならば、この急増ぶりはまさに驚異的とすらいっていい。

なぜそうなったのか。それは動物のありのままの姿を伝えようと、先述のような「行動展示」を展開し、自然に近い動物の生態を間近に見られるスタイルを確立させたことなどが人気を呼んだ原因として挙げられているが、しかしそれだけでは説明できまい。

やはりなにより重要なのは、従業員自らが「楽しい動物園」の姿を模索し続けたことにあろう。

それを象徴するものが、「13枚のスケッチ」と言われる、当時の職員らによる、動物園の夢のかたちであった。入園者の落ち込みで予算は縮小し、話題を惹くような動物を新たに入れることも出来ないなかで、職員らが夜な夜な語り合ったそれら夢のかたちは、現在様々なパビリオンやイベントで実現されている。それを端的にいうなら、「お金がなかった」ことで創意工夫を導き出した、ということになるだろうが、決して容易なことではない。いずれにせよ、現場に携わる人間達の夢のかたちを実現したことこそが現在の繁栄を築いたことは間違いない。

旭山動物園という「流行」

一方、これら旭山動物園の成功体験は出版界にも影響を与え、同園をテーマとした本が相次いで出版され、ビジネス書としての評価も得ているという。それらの著作は「いかにして苦境を脱するか」という企業の再生のあり方を共通して示していることであり、それは、企業経営や従業者意識の向上にもつながるという点から注目されているようだ。

従って、ここでさらにそのような議論を繰り返すのも意味がないように思われる。なにより優れた識者の方々によって、既に多くの指摘がされているからであろう。もちろんその指摘の多くは正しいものに違いないし、また間違っていると思わない。従ってここでは、ふと感じた疑問を挙げておくにとどめる。

その疑問とは、これら旭山動物園賞賛の「大合唱」のなかで、いったいどれ程の人が実際に動物園を訪れたことがあるのだろうか、というものである。識者や政治家までもが声を大にして旭山動物園を賞賛すればするほど、筆者にはおそらく、その識者の多くは実際に訪れたことがないのではないか、というふうに感じられた。

なぜなら、これらの指摘は旭山動物園を経済的観点からとらえ、あるいは苦難を乗り越えた成功体験としての分析であり、何故楽しいのか、どこが楽しかったのか、という感想が抜け落ちているように思われたからである。つまり、実感をともなった体験的感覚ではない、机上における分析としてしか聞こえてこなかったのである。

もちろん、それら専門的な分析や、あるいは職員の努力によって勝ち得た企業の成功という視点で捉えることも必要であろう。しかし、旭山動物園をそういった「プロジェクトX」的視点に還元してしまうことは、旭山動物園を一時の流行としてしまう危険性を孕んでしまうように思われ、どうしても健全な見方であるようには思われなかったのである。

そもそも、動物園の優位性を他の娯楽施設とあえて比較するとするならば、知識も教養も、言語すら共通でなくとも、老若男女、その誰しもが容易に楽しむことができる、という「場」の幅の広さを挙げることが出来よう。これは他の娯楽施設と比較しても、相当な優位性であろうと思う。しかし、矛盾しているようだが、動物園に動物だけを見ることを目的として訪れる人、特に男性はそれほど多くはないだろう。それは動物園に実際足を運んでみればわかるが、観光客を除けば、その殆どが家族連れか、あるいはカップルなのである。概して人々は、動物園に行って動物を眺めることよりも、動物を眺めることを通して作り上げられる「思い出」をこそ動物園に期待しているのである。

例外がもしあるならば、それはこれまで見たこともないような、極大の話題性を持った動物が現れた時であろう。古くは日本にパンダがやってきたときがそうであった。しかし、それは物珍しさゆえであり、いうならば大阪万博で月の石を眺める人々の群れと変わらない。パンダにおいてそうであったように、いかなる流行もいつしか飽きられるのである。「動物園(と獄舎)は近代の概念である機能主義から出発した」というシニカルな議論が古くからある。これに

対する当否はさておくとしても、これまでの動物園のあり方として、新珍な動物を常に展示することにその目的と方向が限られていたといえよう。そしてその結果、おおよそ地球上における新奇な動物という存在を喪失してしまった現在、動物園という場に残された道は、癒しの空間としてか、もしくはサファリパークの如き方向に向かうよりなかった。それが日本における動物園全体の沈滞につながっていった。しかし、旭山動物園は、動物の専門家こそが知る動物のおもしろさを、それを知らない観客に直接見せてやることで、人々の心を激しく揺り動かすことに成功したのである。その意味において、旭山動物園はこれまでなかった新たな動物園の形態を作り上げたと言えよう。

しかしその一方で、ある有名な動物飼育施設が道内を去ったことも挙げておかねばならない。それはムツゴロウさんでおなじみの「ムツゴロウ動物王国」が東京都に移転したことである。その理由についてはいろいろ語られているが、道内におけるこれまた既存の動物園とは全く異なる動物の魅力を表現してきた施設が道内を離れるということは、無条件に寂しい事実である。動物施設の運営とは、人気や知名度では計れない、様々な難しさがあるということなのであろう。

動物園のこれからの課題

最後に、急速な人気の結果として、旭山動物園に現実的な課題もまた浮き彫りになっていることも挙げておかねばならない。来園者数の急増によるトイレ不足、交通渋滞と駐車場の不足、さらに来園者増大のため職員の不足といった現実的な問題はここ数年、慢性的に抱えている課題である。当然のことながら、旭川市は全力を挙げてこれらの解決に取り組んでいるが、「移り気」な観光客を満足させるために、行政側は、財政難の名のもとに予算を惜しむようなことは間違ってもあってはならない（恐らくないであろうが）。行政の適切なバックアップがあれば、動物と、動物園を愛する人間が運営していく限りにおいては、今後も旭山動物園は長きにわたり、楽しい場所であり続けるに違いない。そして、どうか職員の方々には、かつての情熱を今後も失うことなく、瑞々しい魂を保ち続けていて欲しい。旭山動物園の一ファンとしての、これは願いである。

〈参考文献〉

『北海道新聞』、『朝日新聞』、『日本経済新聞』の関連記事、東京ムツゴロウ王国 HP、旭山動物園 HP。