

がつき、あたかも来園者が探検しているような、期待感や面白さを演出することができる。

また、展示ストーリーを演出するものとして、環境演出サインを導入している。従来の施設では、来園者を誘導する案内誘導サインと動物やその環境を学習できる解説サインが主であった。よこはま動物園では、それに加え、空間演出と人文的興味の喚起を目的に、動物の生息地に暮らす民族の道具、彫像、壁画などの環境演出サインを導入しており、園の大きな魅力の一つとなっている。

④ 多様な動物展示手法とユニバーサルデザイン

動物の展示については、各展示を主園路に対して片側配置にしており、主園路をたどっていけばすべての動物たちに出会えるよう整備している。そして、動物の様々な生態が観察できるよう、ガラスによる近接展示や、水中展示、デッキによる空中展示等、多様な展示手法を取り入れている。

更に、丘陵地にある公園では、極めて少ないと思うが、よこはま動物園では、主園路はすべて、十五分の一以下の勾配で設計しており、車椅子の利用を容易にしている。これが、開園後、福祉団体の利用を多くしている最大の理由と考えられる。当然ながら身障者トイレ・エレベータの設置、手すりの設置等各施設的设计にあたってはユニバーサルデザインの導入を基本としている。

しかしながら、一次開園区域だけでも二十九ヘクタールと広大なため、園内移動の補助手段として園内を走る乗り物の導入を民間事業者の参入を前提に現在検討中である。

⑤ 基礎的活動が可能な施設の設置

⑦ 繁殖センターの設置

動物園の役割として、動物の繁殖活動があり、展示する動物は、野生からではなく、動物園で繁殖したものを動物園間で供給しあっている。もちろん、最終的な繁殖の目的は、野生復帰であり、先進事例では、繁殖する動物の生息地に繁殖場をつくり、動物園に供給する時代になってきている。

このため、動物園において動物を専門的に繁殖する施設が必要であり、よこはま動物園では、当初から繁殖センターを設置している。実はこの施設は、欧米の動物園では当たり前に併設している施設であるが、日本では珍しく、現在でも、必要性について理解していたくのがなかなか難しい。

なお、現在繁殖センターで専門に繁殖を行っている動物種は、表1-2の通りである。

⑧ サブパドックの設置

従来の動物園では、動物のための施設として動物舎と展示場を設置しているが、それに加えてよこはま動物園では、サブパドックという施設を殆どの動物舎に併設している。

人にたとえると、動物舎は、夜寝る家であり、展示場は、人間に見られる仕事場である。その中間に位置する、サブパドックは、風邪になつたり、仕事につかれたりしたときの休憩所となっている。このサブパドックは、展示動物種の健康管理に効果を発揮するともに、繁殖のための重要な施設となっている。

⑨ 誰もが幸福な展示場の整備

動物の展示場の建設にあたっては、来園

者・展示動物・飼育者の三者の立場を考慮する必要がある、このバランスが非常に難しい。

たとえば、来園者側に立てば、動物を即間近に見える方がいいし、動物にとつては、できるだけ広い展示場で隠れるところが欲しい。飼育者は、コンクリートなど清掃しやすい衛生的な展示素材を好む。よこはま動物園では、この三者のバランスをとりつつ、現在エンリッチメントなどで注目を集めている動物の立場に比重を置いている。

具体的には、まず動物は群、つがいによる展示を基本とし、飼育個体数を決めた上で、植物や水辺、擬岩（時には床暖房付き）を多用しながら動物にとつて居心地の良い展示場を整備している。効果のほどは動物に聞いてみないとわからないが、実際、園内で「こんな所で飼われてかわいそう」という来園者の声は、殆どない。

※エンリッチメント

飼育下における動物の福祉。現在、動物園動物の幸福に生きる権利を施設・飼育面で追求していく動きがなされている。

7 計画と開園後

① 開園してわかったこと

よこはま動物園の第一次開園エリアの計画年間入園者は、八十五万人。駐車場やトイレ、レストランなど園内施設の容量はこの数字を根拠に計画されている。

しかし、実際初年度の平成十一年度は、三倍近い二百二十四万人もの来園者が訪れた。結果、来園者に対するサービス水準は下がり、

表-2 繁殖センターにおける繁殖動物種

バク (マレーバク、ブラジルバク)
カンムリシロムク
ホオアカトキ
カグー

施設そのものが増設を余儀なくされ、消耗し、耐えられないものは壊れていった。壊れたものは壊れないよう対策を講じて再度作り直した。

動物に配慮した動物展示も、動物が大勢の来園者に驚いて、飼育係の努力もむなしく隠れたまままったく出てこない。見えない動物園と話題になり、皮肉にもマスコミから、新しい動物園の姿として賛否両面で批評された。また、利用者は県外からの観光客が多く、カップルの割合が予想以上に多い。逆に子供の利用が少なく、少し大人向きすぎたのではとの反省も出ている。

間違いなく、来園者数・話題性の面で、大成功の第一次開園であったが、その開園後からこれまでの間で明確になった事を記す。

⑦公共施設のPRの重要性

よこはま動物園では、民間経験者等からなる営業課を設置し、開園前から名称を決め、地方の旅行代理店に営業活動を仕掛けるなど、いままでの公共施設にない、積極的なPRを行った。その結果、間違いなくその名称は、全国的な知名度になった。現在でも、平日には、観光バスが来園している。ちなみに営業課の人員費は、市からの委託事業ではなく、緑の協会の経営事業で賄われている。

この事例から、他の市民利用施設でも、ただ使えという受け身的態度でなく、是非使って下さいという積極的なPRこそが、施設建設の投資効果を生かす上で重要である事が再確認できた。

⑧アフターケアの重要性

よこはま動物園では、先に述べた予想外の

来園者数とその要望に比べ、施設の増設や改修を開園直後から行ってきた。実際、開園後二年間で施設の随分変化している。

よこはま動物園では、まだ次期開園部分を整備中のため横浜市の建設担当が現地に残っており、それら整備を補佐できるが、通常の公共施設の場合、建設担当は開園と同時に解散する。そのため、実際の利用者要望に施設を手直しすることが難しく、施設の効果が発揮しにくくなる。市民利用施設においては、開園後最低でも一年は、施設担当を置きアフターケアを図ることが、その施設への投資効果をあげる意味で極めて重要である。

⑨動物園は、公園ではなくレジャー施設

建設担当は、動物園を公園としてとらえてきた。また、動物園関係者は、博物館に準じる施設としてとらえてきた。しかし現実には、来園者は、公園とも博物館とも認識しているかもしれないが、まず第一にレジャー施設としてやってきたのである。

従って、来園者にレジャー施設として満足して帰ってもらうことが、最大の目標であり、施設整備や運営もその観点で方向修正を余儀なくされている。公園だから、博物館だからといって、目標管理を誤ると、来園者は当然離れていってしまう。

よこはま動物園では言うまでもないが、他の公共施設においても、その設立当初の位置づけはあったにしろ、それに縛られない、利用者のニーズを捕らえた柔軟な運営・経営こそが重要であることがあらためて確認できた。

よこはま動物園の運営は、(財)緑の協会

動物園部に運営委託している。これから施設を発展させるも衰退させるも、その経営いかんである。

△吉田〓緑政局横浜動物の森公園建設事務所長/松寄〓同所担当係長▽

横浜動物の森公園・よこはま動物園部分計画図

