

日本平動物園のPR・集客に繋がる連携事業の実践に関する研究

静岡産業大学 経営学部 岩本武範ゼミ（研究室）

教 員：教授 岩本武範

参加学生：佐藤朱莉、古林泰河、齋藤幹太、

海野裕稀、岩崎教祐、松尾武師、藤川純平

1. 要約

本研究は、日本平動物園のPRおよび集客促進を目的として、静岡産業大学岩本ゼミと連携し、若者視点によるプロモーションアイデアの創出とグッズ制作の実践を行ったものである。特に、来園者アンケート結果を基に人気動物を可視化し、それらをモチーフとした付箋紙を開発。さらに、「Zoo Symphony」というコンセプトに基づき、園内の動線・視線設計への提案も行った。結果として、動物園の魅力を多角的に訴求し、地域と大学が協働するモデル事例となった。

2. 研究の目的

本研究の目的は、①若年層の視点を活かした動物園の新しいPRアイデアを創出すること、②それを通じて実際に使えるプロモーショングッズを試作・提供すること、③地域社会への還元を意識し、産学官連携のあり方を再考することである。特に「ウェルビーイング×都市マーケティング×あそび」という研究室の専門性を応用し、日本平動物園の魅力を再編集することを目指した。

3. 研究の内容

研究のプロセスは以下の3段階に分かれる。

- (1) 園内および学内でのディスカッション・イメージング
- (2) 人気動物ランキングに基づく付箋紙の制作
- (3) 「Zoo Symphony」構想による空間・導線提案

アイデア出しでは、SNS施策やアナログ施策（チラシやお守り）、グッズ提案（写真グッズ・缶バッジ等）、プロジェクションマッピング、名物飼育員ブランディングなど、多様な視点から提案を展開。最終的に、投票結果に基づき、レッサーパンダ、ホッキョクグマ、フルボルトペンギンをデザインに活用した付箋紙を制作した。

※添付資料： 【写真1】付箋紙最終デザイン 【写真2】学内でのディスカッションの様子

4. 研究の成果

(1) 当初の計画

- ・日本平動物園に関するディスカッションを実施
- ・若年層視点によるPRアイデアの創出
- ・人気動物を活用したノベルティグッズの試作（付箋紙）
- ・園内空間への新しい提案（Zoo Symphony構想）

(2) 実際の内容（区分：A）

当初の計画通りにすべて実施できた。特に、アンケートからの人気動物抽出と、それを反映した付箋紙デザインにおいて、実務レベルの成果物が得られた。

(3) 実績・成果と課題

・実績・成果

- － 付箋紙という「持ち帰れる接点」を設けたことで、動物園来園者の記憶定着を図れた。
- － 若年層によるSNS向けの拡散力を意識したデザインが完成し、今後の展開余地を生んだ。
- － 「Zoo Symphony」という新たな空間設計の視点を提示できたことにより、職員からの共感も得た。

・課題

- － 制作数や配布手段については、今後動物園側との連携体制の強化が求められる。
- － 動物福祉（アニマルウェルフェア）への配慮と、職員負担軽減との両立が引き続き必要である。

(4) 今後の改善点や対策

- ・プロジェクトの継続性を高めるため、学生による来園者インタビューなど定性調査も組み込む。
- ・「動物福祉と来園者体験の両立」を前提に、夜間イベントや音響演出の可能性を検討。
- ・TikTokやYouTube Shortsなど、ショート動画によるプロモーションも次年度以降提案予定。

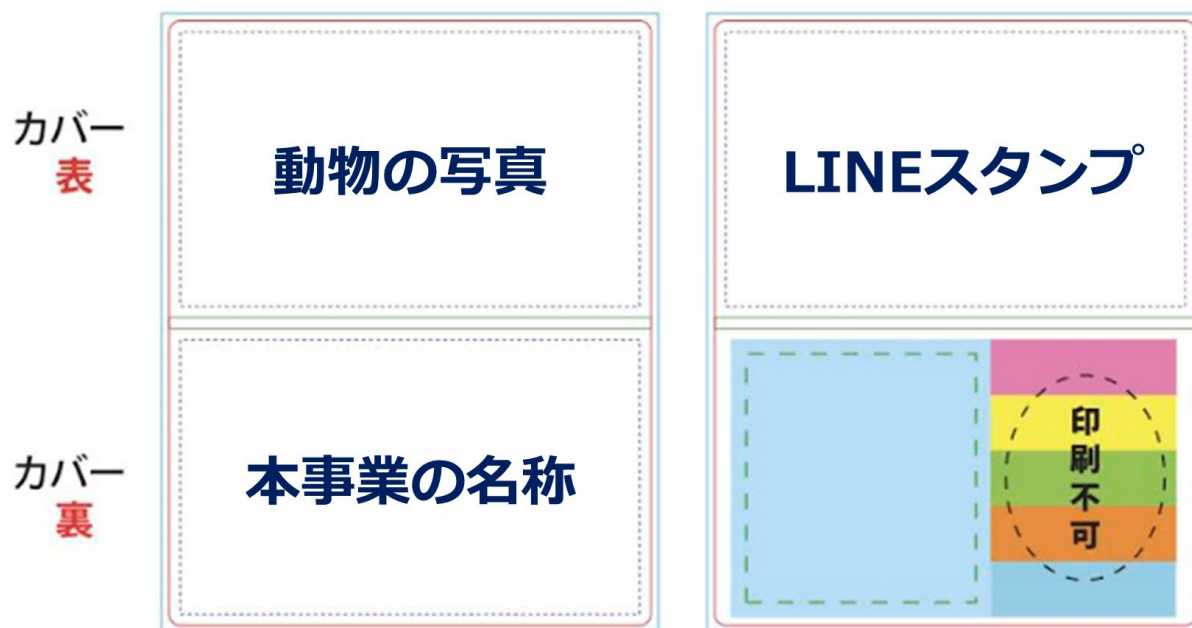
5. 地域への提言

動物園を「観る場所」から「共感を生む場所」へと再定義する試みとして、本事業は有効であった。来園者が「目・足・心」で体験する空間演出は、観光の域を超え、都市の幸福度を高める要素になりうる。動物との関わりをきっかけに、人と地域、世代間のつながりが強化されるような「都市型ウェルビーイング」の具現化が望まれる。

6. 地域からの評価

制作した付箋紙や提案内容は、日本平動物園関係者より「学生の自由な発想が新鮮で、PR施策のヒントになった」と評価を受けた。また、Zoo Symphony構想についても、動物の展示に頼らない視点転換として職員の関心を集め、今後の来園体験づくりに活用できる可能性を示した。

【写真1】付箋紙最終デザイン



表紙



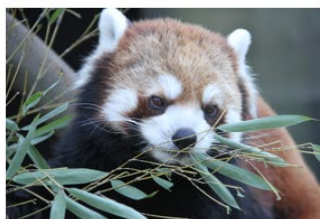
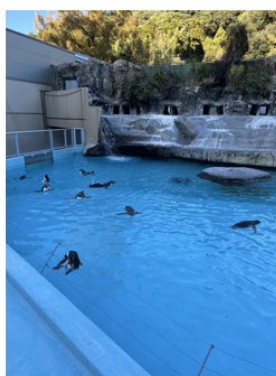
裏表紙 + 背表紙



中面



【写真2】 学内でのディスカッションの様子



以上