

到津の森公園・ひびき動物ワールド 指定管理者検討会 会議録

第一次検討会

- 1 開催日時 平成30年6月26日(火) 13:30~14:30
- 2 場 所 北九州市庁舎12階 121会議室
- 3 出席者 (検討会構成員) 上田 恭一郎 構成員、城戸 宏史 構成員、
松木 摩耶子 構成員、重國 香 構成員、
鶴田 真弓 構成員
(事務局) 建設局公園緑地部長、建設局公園管理課長、
公園管理課企画係長、担当職員

4 会議内容

条件付き公募方式採用の妥当性について

- 当日の配布資料・議事次第等について、事務局より説明。
- 検討会の位置づけ及び検討会の進め方等について、事務局より説明。
- 構成員の互選により、座長を選出。
- 施設の管理運営に関する要求水準及び条件付き公募方式採用の理由等について事務局より説明。
- 構成員は、質疑応答を受けて各自条件付き公募方式採用の妥当性の有無を記入し発表。その後、構成員全員で意見交換。

(構成員) 到津の森公園は、年間どのくらいお金がかかっているのか。

(事務局) 4億円強の総事業費、収入の内訳は、指定管理料、自主事業(駐車場収入、売店、レストラン)、入園料等。

(構成員) 非常に驚いたのが、他の動物園に比べて寄付金が非常に多い。

(事務局) 平成10年に到津遊園の閉園が公になってから、「絶対に無くして欲しくない」という市民の思いが表れている。

(構成員) 動物サポーターの広報をどのように行っているか。

(事務局) 市のメディアで案内、また、公園でも広報を行っている。支えてくれる市民グループ等、また、団体組織のイベント中で、サポーター等の声かけをしている。

ボランティアの方が飼育員の作業のサポート、餌切り、獣舎の掃除等を手伝ってくれており、非常に助かっている。

- (構成員) 市民ボランティアはかなりの規模だが、どういう経緯があるのか。
- (事務局) 市が引き継ぐ際、市民に支えてもらう公園として、「みんなに支えてもらわないといけない」と、募ったところからスタートしている。15年が経過し、指定管理者やボランティアの口コミで参加を募っており、100名程の方が参加している。発足後は、公園がずっとサポートし、みなさんが活動できる環境を整えている。
- (構成員) 市民ボランティアの年齢層が高いので、若い層が増えるといい。学生ボランティアなど、全国でも若い人が頑張っている。小さな子どもにとっては、ボランティアに若い人がいると一番愛着を持てる。また、お父さんお母さんからすると、おじいちゃん、おばあちゃんだと見守ってくれる安心感がある。ボランティア活動があるから、いつ行っても過ごしやすいし、きれいに整備されている。また、夜の動物園とか色タイベントをやっていて、「すごく頑張っているな」と思う。
- (構成員) ボランティアの養成は難しい。ほとんどはお年寄り。若い人は時間がない。若い方は継続が大変。ある程度お年寄りでも大丈夫と思う。
- (構成員) 財政状況を見ると、平成28年度は収益より費用が多い。経営状態が安定していないのでは。財産はあるようだが、経営状態をどのように見ているのか。
- (事務局) 公益財団法人の性格上、毎年毎年、多額の黒字を出してはいけないという福岡県からの指導がある。平成28年度は、投資その他を行っている。あまり財産を持ちすぎでは駄目だとなっている。
- (構成員) ひびきは、響灘緑地の端にある。グリーンパークはきれいで、過ごしやすい環境だが、ひびきは離れており、古びて老朽化しているし、狭いと感じる。老朽化している柵、門構えも暗い感じで入りづらい。到津と平等に整備してもらいたい。国内有数の動物を扱っているのなら、人が入りやすいような環境にしてもらいたい。
- (事務局) 指定管理者の課題であり、市の課題でもある。一定額内の施設修繕等は指定管理者にお願いするが、一定額を超える部分は市が負担することになる。指定管理者だけではできない部分もある。他の有料公園との兼ね合いもあるが、必要な個所から整備することになる。

- (構成員) 動物園は娯楽施設と考えがちだが、欧米に行くと研究施設だ。その意味で、特殊性、その中でも、長期のスパンに立って運営できるかどうかという長期性。3年、5年で指定管理者が変わることは非常にそぐわない施設。長期的な視点と、元々民間がやっていて経営が難しくなったという歴史的経緯を考えると、条件付き公募は極めて妥当だ。
- ただ、開園から15年以上経過している。スペースワールドが閉園したこと、全国的に自治体が動物園を維持することが難しくなっていること、インバウンドの状況等を考えると、そろそろ積極的に到津、ひびきも含めて、市の施設として戦略的に位置づけて考えていく時期では。
- (事務局) 動物については、これまでどおりやっていきたい。遊具は老朽化していて、今後どうするかは、今年から検討を始める。求められるものも変わってきている。どうあるべきか勉強していきたい。
- (構成員) 茨城の自然博物館は、都心からかなり離れたところで、何もなし。ところが、東京その他関東周辺からすごく人が来ている。理由は、公園がある。池があって白鳥がいる。これだけで人が来る時代。遊具が全くない、その代わり、大きな駐車場と1日安全に遊べるようになっていて。それが人を惹きつけるキャッチフレーズ。遊具は維持管理が大変。スペースワールドも撤去費用が大変。むしろ、みんなが寝転がって過ごせるような、安上がりで、でも飽きられないことを考えてはどうか。
- (構成員) 到津の森公園は臭いがない。飼育員が手間ひまかけている。もう一つは、ゾウに餌を与えられる。日本の中でもいくつかしかない。そのくらいゾウの飼育は難しい。それをアピールしていない。売りにしようとも思っていない。そこを工夫して欲しい。すごくいい地域資源を持っている。戦略的かつ市民のシビックプライドになるよう、公益財団法人が運営した方がいい。
- (構成員) 広告、マーケティングというか、アピールする主体は協会なのか。市は何か指導をするのか。
- (事務局) 指定管理者に対し、効果的なPRを市からお願いしている。市のメディアを使って、市政だよりでは、毎号のお知らせと年1回程度の特集を組ませてもらっている。また、インバウンドでは、市内の他の観光施設と一緒に旅行社への売り込みを行っている。
- (構成員) 市外へのPRが弱い、そこは課題だ。動物の話題がNHKで出ているが、今、到津よりも大牟田が多い。そこは頑張ってもらうのが課題の一つではないか。
- (構成員) 最近思うのは、インスタグラムが大きい。来た方がスマホで写真を

撮る。それをInstagram、ブログに載せる。撮影ポイントを整備することも必要。

インバウンドでは、ユニバーサル化が非常に大きくて、多言語化がどこまでできるか。中国人が非常に多く、スマホを見てあちこち動いている。個人客が多くなり、そこに食い込めれば。宣伝をいかに多言語化していくか。将来的な課題の一つではないか。

(構成員) ワシントン条約、希少種を扱っている。動物を導入する時に、専門的な知識と対応が必要。継続的な蓄積はとても大事。これまでもマダガスカルとか実績がある。それも評価のポイント。

○ 検討会の意見を受け、条件付き公募方式採用の妥当性の判断について、事務局より説明。

(事務局) 本日出された検討会の意見を参考に、指定管理者候補の選定手続を進めたい。

第二次検討会

- 1 開催日時 平成30年10月9日(火) 9:30~11:40
- 2 場 所 北九州市庁舎12階 121会議室
- 3 出席者 (検討会構成員) 上田 恭一郎 構成員、城戸 宏史 構成員、
松木 摩耶子 構成員、重國 香 構成員、
鶴田 真弓 構成員
(事務局) 建設局公園緑地部長、建設局公園管理課長、
公園管理課企画係長、担当職員

4 会議内容

指定管理者候補の選定について

- 当日の配布資料・議事次第等について、事務局より説明。
- 指定管理者候補の選定基準、適否選択の注意事項について、事務局より説明。
- 申請要項等について、事務局より説明。
- 企画提案書について、事務局より説明。
- 申請団体より提案概要に関して、プレゼンテーション。その後、質疑応答。

(構成員) アンケートはどんな内容か。

(応募団体) 「どこから来たか」「家族構成は」「来園は何回目か」「何に満足、何に不満か」等がある。対面式のアンケートと紙を置いて記入してもらうアンケートがある。

(構成員) アンケートのサンプル数は。

(応募団体) 年間2,000件程度。

(構成員) アンケートの属性が知りたい。

(応募団体) 何歳かは分かるが、多分ファミリーだと思う。

(構成員) 属性がちゃんと分かるようにして欲しい。せっかく満足度が高いのに、データとしての価値が落ちる。
それと、福岡市には動物園があって、福岡市から到津に多く来ているイメージはない。何パーセント来ているのか。

(応募団体) アンケート上は多くの人 coming いるようだ。また、しっかりしたものではないが、駐車場のナンバーを調査すると、連休時期などは福岡ナンバーが随分多く、福岡地域から来ていることが分かる。経営的イメージからすると、マーケットとして福岡は北九州に比べ非常に大きい。到津は福岡市の動物園と全く違った園を展開しているという意識があり、出来る限り差別化を図りながら、福岡市のマーケットに戦略をかけたい。

(構成員) 福岡市から何パーセントくらい来ているのか。

(応募団体) アンケート総数約2,000件のうち、福岡市は110件。市内を除けば市外、県外が一番数が多い。

(構成員) アンケート2,000件のうち、福岡市が一番多いというのは信じ難い。直方市や行橋市は、福岡市よりも少ないのか。

(応募団体) アンケート上は、飯塚市、直方市で30件くらい。

(構成員) それは、素直に考えると、行橋、直方、飯塚でPRが足りないということでは。アンケートが何か偏っているのかと思う。それから、団体でどこから来たのかは分析しているか。

(応募団体) 数字は持ち合わせていない。行橋あたりは増えてきている。

(構成員) 提案書では、目標入場者数が31~33年度は38万人、34~35年度は1万人増え39万人。その理由は。また、39万人が継続する理由は。
入場者収入が、入場者数の増に合わせて、概ね600万円増えている。1人当たり600円と見込んでいるのか。1万人が全て有料とは限らず、無料の方もたくさんいるはず。どういう試算か。

(応募団体) 年ごとの増減は、季節的な要件、例えば、日曜日、連休に雨が降っ

たりすると落ち込む。

年ごとよりも、入場者数を増やすためには、どんな努力が必要なのかが重要。そのためには、福岡のマーケットは非常に重要。それから、今まで来なかった人も重要。例えば、高齢者やカップル。

もう一つは、どうやって客単価をあげるか。ただ客を無尽蔵に増やせばいい訳ではなく、無料の人が増えれば、その分経費もかかる。出来る限り有料の方を増やしたい。

現在、客単価は400～800円を前後している。

(構成員) 頑張ったとしても人口が減っていく中で、増やしていくことが確実に見込めるのか。

(応募団体) 確実な見込み難しいが、これまでは、ファミリー向けだった。そうではなくて、シニアに対してどうすれば来てもらえるかが非常に重要。最近見かけるのは、シニアの個人、夫婦。コンテンツをどう生かすかが重要。

中学生・高校生は全く来ない。大学生もそう。若者に対するコンテンツの充実も必要。今後は、ファミリーがどんどん減っていく。今まで来てなかったマーケットを取っていく意識が必要。

(構成員) 消費税が8パーセントから10パーセントに上がるが、計画書ではその影響が加味されているのか。

また、今後、消費税が15パーセント、20パーセントになる可能性もあると思っているが、その場合の手立てを何か持っているのか。

(事務局) 市の提案書に関しては、消費税の変更には対応せずに現在の税率で作成をお願いしている。

(構成員) 8パーセントから10パーセントは来年10月から。それを加味せずに計画書の作成をお願いしたのか。市の対応を考えてもらいたかった。

(応募団体) 経費として一番は人件費。人件費を減らすための施策が必要。安全面を確保するために人は減らせないので、それ以外、例えば、チケット販売、無人の改札、どうすれば省力化できるかを考える必要がある。出来る限りカードシステムに移行することも必要。そこで人件費等を減らすことは出来るだろう。

ただ、将来的には、園内にお金を落としてもらうためのコンテンツが非常に重要。

また、条例上、入園料は大人1,000円だが、現状800円としている。消費税が上がった場合は、入園料のアップも含めて検討、相談させて欲しい。

(構成員) 環境学習プログラムは、年々増えているとのことだが、小倉北、小倉南以外の区からの利用も増えているのか。

- (応募団体) スタッフが限られており、申込に対応できていない。理由は、時期が集中してしまうため。何月でもいいとならない。
- (構成員) 年間で分散すれば、対応できるのか。そういった提案は学校にしないのか。スケジュールが決まる前に組んでもらえないのか。
- (応募団体) 年中で希望できると伝えても、学校スケジュールが優先され、春・秋となってしまう。
- (構成員) 学校のプログラムをきっかけに、家族で来るパターンもあると思うが、それをアンケートで取ったことはあるのか。なぜ来たいと思ったのかを聞いたことはないのか。
- (応募団体) アンケートに来園したきっかけを書く項目はあるが、「子どもが来て面白かったから」という内容はあまりない。
- (構成員) そこを掘り起こすと、年代や、何をきっかけに来たのかが知れる。今後、アンケートに加えると、どのくらいの人に支持されているか、どういう風に来たいと思っているのかが分かる。魅力のある動物園だと思うし、北九州唯一の資源でもある。植栽もきれいにしており、散歩の人も多いと聞いている。周辺だけではなく遠方からでも「行ってみようか」となるように、PRの仕方も考えてもらいたい。
- (構成員) インスタグラム等で投稿数を見てみると、門司港レトロは多くて73,508件。福岡市の動物園が21,700件。到津の森公園は9,760件。福岡市科学館が7,074件。いのちのたび博物館が8,836件。一方、ひびきは(到津と)分かれており、集客等つらい状況だと思うが、投稿数が33件。ちょっと極端。そこが改良点では。カンガルーに触れるところは、他にないとのことだが、そういった宣伝を大々的に行ってはどうか。もう一つは、新しいメディアへの露出方法を考えるべき。SNSは無料だし、大いに利用すべきだと思う。本当にチラシが有効なのかも考える時期にきたと思う。あとは、低年齢化。中学生・高校生はほとんど来ない。そこに入っていくのは無理。幼児教育を考え直して、そこを捉えなおす必要があるのでは。
- (応募団体) どこでも「インスタ映え」というのがある。今、大学で1単位の授業を行っており、公園を見ないとレポートを書けないようになっている。大学生になって来ることはない。でも来ると「良かった」と言ってくれる。それがインスタ映えになるのかなど。みんなスマホを持っている。出来る限り美しい動物園、インスタ映えする施設を作りたいというものもある。

(構成員) インスタ映えがインバウンドの誘致に繋がるのでは。海外の方は、メディアがSNSであり、それを見て、遠方からでも日本へ来る。海外の方は色々なことに興味を持っている。1回行って良ければ「いいね！」を押して一気に拡散する。
海外向けの誘致もSNSで魅力を発信していくと違うのでは。

(応募団体) インバウンドだが、団体で来ることはまずない。最近、個人の旅行として到津を利用する方はかなり見かけるようになった。

(構成員) そういった方が「いいね！」を拡散してくれると増えると思う。PRも増やしていくと、海外の方が増えると、日本の方も「ちょっと行ってみようか」となると思う。

(応募団体) 今までは、主に市内のファミリー層向けの動物園であったが、個人客でもインバウンドが増えている。遅ればせながら、インバウンド対策として、外国人のお客さんに喜んでもらえる施設にして「いいね！」をSNSに拡散してもらい、他の方に来てもらえる施設にしていきたい。

(構成員) 門司と小倉北はそんなに長い距離ではない。門司からこっち、こっちから門司に行ってもらおうプランがあれば違ってくると思う。割引なり特約があれば、寄って来たりすると思う。そこで増やしてもらいたい。
それから、大学の授業で使うとそこに行ってもらいたい。行かないとレポートが書けない。行って見て、やっぱり良かったという意見があるということなので、何か学校と公園で出来ないかを橋渡ししていくと違ってくると思う。

(応募団体) 今、教育大学が幼児教育で、学生は全員来る。畜産科が実習生として来る。

(構成員) 獣医、動物関連の学科がある学校に広げてもらい、その年代が来ることで、「学校で行ったから個人で行ってみよう」と。中学・高校で間が空いたとしても、その先があるかもしれないし、結婚してファミリーとして「あの時良かったから行ってみよう」と戻って来るともあると思う。長い目で見えていけるプランを考えてもらえれば。

○ 構成員は、提案概要のヒアリングと質疑応答を受け、各自項目ごとの適否を記入し発表。その後、構成員全員で意見交換

(構成員) 営業広報については非常につかりした。全然分析が出来ていないし、数字の把握もしていない。動物の飼育と言う点で見れば、展示とかはしっかりしている。短期的には大きくぶれることはないと思うが、中長期的に見れば、人口減少していく訳で、外から入れなきゃいけない。その時のベースとなる分析さえもしていない、そこが

非常に引かかる。

だからと言って不適切だとは思わない。短期的にはちゃんとやるだろうし、これまでの36～37万人を維持してきたことに関しては非常にリスペクト出来る。集客・営業については、根本的に見直したほうが良いと思う。

(構成員) アンケートの分析では、生態学をやっているかいないかで随分違って来る。生態学をやっていると、母集団の話から始まって、統計学的な処理まですごく鍛えられている。アンケートの取り方に関して慣れている。そういった人たちの感覚を学ぶ、スタッフを入れると変わるのでは。

(構成員) 動物を見せることだけが進化して行って、経営に関してはかなり厳しい気がする。オリジナル商品を作ると10年前も言っていた。出てきたのは今回示された商品しかしかない。そこが非常に懸念される場所。ベースである今までの動物園の部分は、全く問題ないと思う。

(構成員) オリジナル商品は難しくて、ちゃんと分析してからやらないと、かけた労力が無駄になる。むしろ、今の流行のものを入れて利益を稼いだほうがよっぽどいいと思う。

(構成員) ちょっと高めのアイスクリームとか、かき氷でお金を落とさせたらいい。客単価を上げればいい。

(構成員) 博物館では、今年、深海生物の一つメンダコのおぬいぐるみがものすごく売れた。こういうものは、いつも売れる訳ではない。たまたま深海生物の展示をやったから売れた。機を見てやらないといけない。オリジナルグッズは一度作ると在庫がはけるまで売らないといけない。機を見てやるようなものが、安全だと思った。

(構成員) 指定管理者は、そういう助言が適時受けられているのか。

(構成員) こういった意見を市から伝えるしかないのでは。

(構成員) すごいタイムラグが発生する。

(構成員) 博物館では、展示会の度に、赤字になるかを常に示される。それに対してすごく反省して、次はこうしようと。売店も常に連絡を取って、今何が売れているのかと。そういったマーケット目的をもってやらないと。

消費税の話が出たが、ロンドンなど消費税がどんどん上がっていった都市、海外の博物館を対象にして調査をしたら、ある程度ホームページに出ていると思う。日本国内には事例がないから、探そうとしても無理。調べたら分かるのでは。

(構成員) 博物館の場合は、はっきり差別化されている。福岡の博物館と全く

別物。ところが、動物園はかなりかぶる。そこで、どれだけ差別化して、それを適切に伝えられるかが大切。福岡市の動物園はゾウにリンゴをあげられない。それをスタッフが押し出していない。

(構成員) メリット、強みを項目に挙げていって、それをPRするだけでも、チラシを見るよりも具体的な形になって、楽しめると思う。もったいない。

(構成員) アピールの仕方を、今後、若い得意な職員を入れると変わると思うし、SNSの得意な方がいると思うので、色々な意見を聞いて取り入れて、どんどん発信していくことが大事だと感じる。チラシだけでは、大人が「連れて行こう」とはならない。大人でも休める木陰とかがあるので、子どもは遊んで、大人は休んでと、そういった魅力を伝えられたらいい。

(構成員) 10年前は、学校とか保育園への移動動物園をやっていた。集客のPRとして一番効いていた。SNSも、ただ発信するだけではなくて、営業で保育園、幼稚園、小学校に行って、その先生に「やっているから、良かったら見てください」と。友達を作っていくと駄目。

(構成員) メディアがこの3年程でガラッと変わった。その中で、有効な方法は、若い人にお願いするしかない。

(構成員) 若い人が新しい発信の仕方を知っているし、伝える力もある。その意見をしっかり聞いてやる。ましてや、動物の命を預かるという特殊な業務、ただ展示だけではなく、個体を増やす、特殊な動物もいる訳で、意見交換は大事なこと。他園、同じような施設との情報のやりとりを積極的にやってもらい、いいところを取り入れる柔軟性があれば、よくなると感じる。

(構成員) 発信するのは無料。ポスター作って貼ってお金とられてとは全く違う。留学生集めてPRすれば、彼らがインスタグラムを上げてくれる。もしインバウンド対策というのであれば、それで十分。留学生を見ていたら、日本の動物園に行きたがるはず。動物園自体がない国がいっぱいある。そういう小さなことからやっていけば、それなりに積み増しできるいい動物園。

(構成員) 博物館では、新館になってから、英語、中国語、韓国語と日本語の4つの主な解説と大きなタイトルを作った。それは最低限。次に音声ガイド。これをやらないと。

(構成員) 土日のファミリー、個人客の戦略と、ウイークデーの団体の戦略をはっきり分けて、考えて、戦略立案しないといけない。そこが何も動かないまま、ズルズルきたのでは。

- (構成員) 天候は重要な話だ。分析したほうがいい。この年は雨が降ったからウイークデーにこのくらい来た、とかの分析はすぐ出来るはず。
- (構成員) アンケートを上手に取れないのか。38万人来て、アンケート数が2,000は少ない。
- (構成員) 今、ネットアンケートもある。入場してアンケートに答えたら何かおまけするとかあれば、つられてやるのでは。スマホだと答えやすい。入場者に対するアンケート数が少ないので、紙だけではなく、そういったものを考えてもらえると。
- (構成員) せっかくアンケートを取るのであれば、分析を。プレゼンでも分析を知りたかった。満足の方も増えていたが、不満に思う方も増えていた。どういった内容であったとか、アンケートの取り方を検討してもらいたい。
- (構成員) アンケートも、個人と団体で分けてもらいたい。団体は、いつ、どこからかが分かるはず。団体は一人一人に聞く必要がない。窓口の人に聞けばいいだけ。後日電話をかけたらいい。「この前はありがとうございました」と。営業にもなる。
- (構成員) 個別アンケートは嫌がられる。そこで、大学とタイアップして、社会調査をやっている大学、どこでもマーケティングをやっていると思うので、それを持ちかけて上手にやると、どちらにもいい話になる。
- (構成員) ひびき動物ワールドは、隣にグリーンパークがある。説明では、今後の具体案がなかった。グリーンパークと同じ指定管理者ではないから、具体的な案があればいいと。色々な所とのタイアップもあると思うし、先程出た、大学との統計調査をうまくアンケートに生かしていくとか、大学も施設も両方得だし、ウイン・ウインだと思う。
- (構成員) 到津の森公園はWi-Fiは使えるのか。
- (事務局) 使えない。
- (構成員) ベースはしっかりしている。要は集客と営業。ここだけかなり怪しい。

○ 意見交換を行った後、各構成員の審査結果を取りまとめ、検討会を終了した。