

動物園のパブリック・リレーションズにおける

広報機能の重要性（予報）

－動物園へのアンケート調査から－

川口芳矢

（公財）横浜市緑の協会 横浜市立金沢動物園、
社会構想大学院大学 コミュニケーションデザイン研究科

（公社）日本動物園水族館協会（以下、JAZA）が掲げる4つの役割（「種の保存」「教育・環境教育」「調査・研究」「レクリエーション」）は、動物園水族館関係者には周知の事実である。昨今は、これに加えて飼育動物に対する「動物福祉」や、生息域内外の「保全」も重要視されている。しかし、一般生活者においては、動物園水族館を単なる娯楽施設と捉える認識が未だに多い。両者の乖離については、先行研究でも様々なアプローチから言及されている。発表者は、動物園に勤務し、飼育業務から広報業務への配置換えを機に「両者の乖離の一因は動物園の広報にある」との仮説の基、研究を進めている。広報（パブリック・リレーションズ）の定義は様々であるが、広義でとらえると「組織体が社会とのよりよい関係性を構築し維持すること」となる。本研究は、動物園（水族館）の存在意義と一般生活者の認識との乖離を埋めるため、パブリック・リレーションズの観点から検証し、解決に向けたコミュニケーション戦略を提言することを目的としている。今回は、研究の予報として、動物園（水族館）に対して行った調査について報告する。

2022年9月9日から9月30日に、JAZAを通じて質問紙調査を行い、加盟動物園90園館中36園館から回答を得た。また、今回は対象としていなかった水族館13園館からも回答が得られたため、全てを含めた49園館で分析し、一部は動物園と水族館とを分けて分析した。質問項目は、現在行っている広報活動や園館が掲げる理念と広報活動の関係、広報活動や動物園（水族館）運営の目的など17項目を設定した。

調査の結果、「広報をどのように捉えているか」への回答が、「活動内容や商品の情報を発信すること」58.3%、「メディアでの露出を獲得すること」18.8%となり、いわゆるステークホルダーとの関係構築（パブリック・リレーションズ）という広義の広報と捉えている園館が少ないことが分かった。また、広報及び動物園（水族館）運営の目的として「入園者数の増加」が最も得票数が高かった。このことから、広報を集客・収入増加のための手段として利用する割合が高いため、一般生活者への存在意義の浸透が進まないのではないかと示唆された。

今後は、一般生活者の認識や両者を仲介するマスメディアの認識をあわせて検証し、研究を進める予定である。