

# 動物園プロジェクト

## プロジェクト概要

デザイン思考を実践しながら、動物園の魅力を高めるためのソリューションを提案するプロジェクト。  
横浜市立金沢動物園協力のもと、来園者や関係者に対して観察・インタビュー調査で得たことを元にイベントの企画・実行。

## 金沢動物園とは

- 横浜市南部の金沢公園内に立地
- 草食動物に特化(コアラ・象など)
- 横浜市緑の協会が管理
- 横浜市内にある、ズーラシアや野毛山動物園と連携



## 開始時のギャップ

動物園チーム

動物園

レジャー重視

「施設の老朽化が進んでいる。イベントを実施し来園者を増やしたい。」



保全・教育重視

「多くの方に来てもらうことが一番の目標ではない。知識を一つでも身につけて帰ってほしい。」

## コンセプト提案

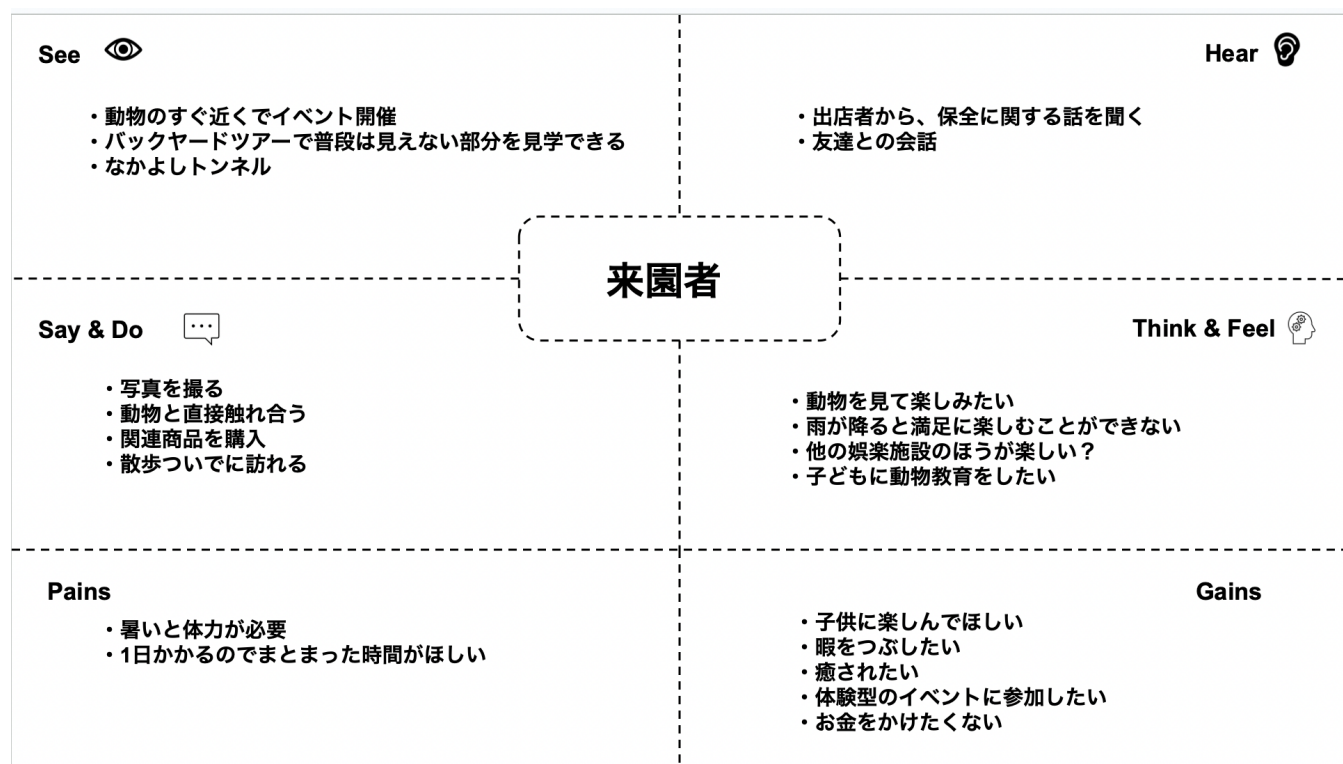
「あなたの**近所**に、世界の**ともだち**」  
世界中から集結した動物達を  
身近に感じられるような園を想定

「近所」という言葉

- 動物を「ともだち」と表記
- 親近感をもってもらう
  - 関心を持って動物を保全しよう という意図

- 地域に根付いた園をイメージ
- (他の動物園と差別化したいとの意図も含む)

## 来園者理解～人間の本質に気付く～



来園者へのインタビューを通して得られた結果から共感マップを作成し、共通するニーズを導き出した。  
<来園者のニーズ>  
来園して何かを得ると共に、来た思い出を形に残したい。  
なぜなら、何かをしたと充実感を味わいたいと考えているからだ。

## 国内外の動物園を訪れアイディアを吸収



2024年夏に宇都宮動物園・那須どうぶつ王国、2025年春に台湾の台北市立動物園・壽山動物園を訪れた。それぞれに、展示の工夫や園全体のイメージやテーマの違いを感じることができた。また、台湾の成功大学も訪れ、デザインについて学び、それぞれイベントに活かすことができた。

## 第1回イベント 「動物になりきる動物園」

### パネル展示

- コアラの生態
- 飼育員の追体験
- パーム油と環境保全について説明



### VR体験

- コアラの生態
- コアラが実際に動いている様子を映像や文字で説明



### イベントを通じて達成したい目標

- 来園者に対して  
→「楽しく」知識をつける場の提供  
→休日に行動したという「充足感」の提供
- 動物園に対して  
→保全に関して来園者が主体的に学び、長期的に記憶するきっかけとなる場の提供

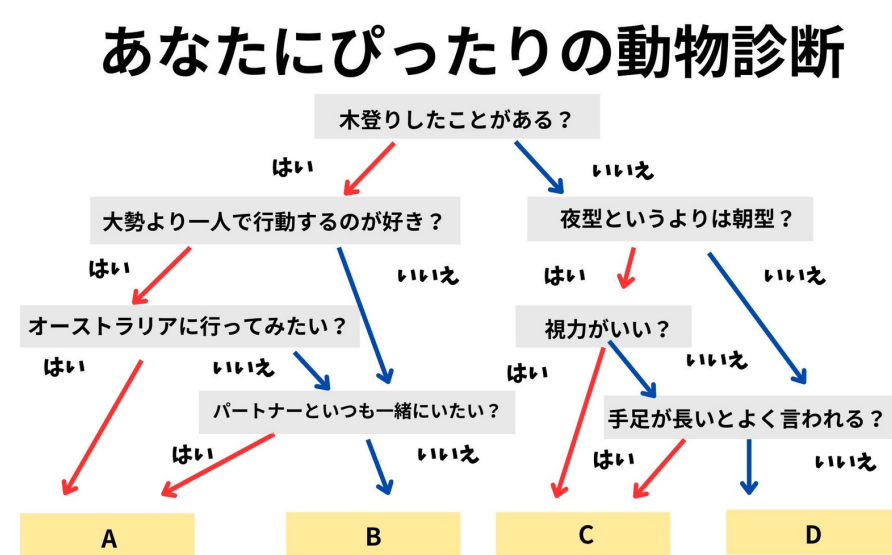
### イベントを経て得た学び

- VR自体への関心の喚起は可能
- VRの内容が学習面に偏り、子供が映像を理解するのは難しかった可能性が高い
- VRには興味を抱いても、パネルには関心を持たない場合が多い

## 第2回イベント

### 「動物診断&AR撮影会」 ～今日会いに行く動物を見つけよう～ UGC拡大イベント

UGC(User Generated Contents)の拡大 = 来園者自身にSNS投稿を促して、金沢動物園の認知を広げたい  
今日会いに行く動物診断      AR記念撮影



キラキラカード  
プレゼント

### 成果と反省

- カードの集客率◎ (子供)
- キラキラカードは飼育員さん提供のレア写真でマニア層にも好評
- ARの新奇性が受けた
- △若者があまりおらずSNS世代とマッチしていなかった
- △事前の周知不足
- △診断内容の質問が難しい

## 第3回イベント

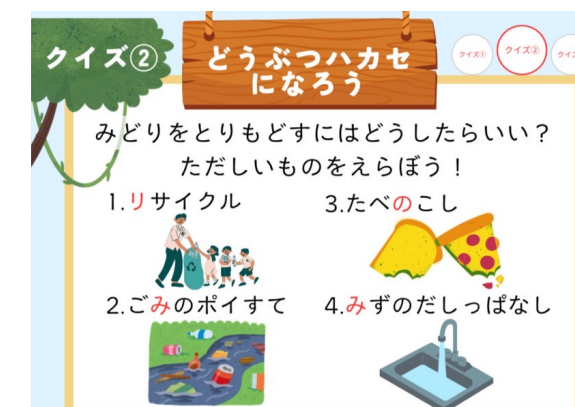
### 「キリン博士になろう」 世界キリンの日になんで開催

### VR体験

第1回イベントの反省を踏まえ、  
・親子連れの子供にターゲットを限定  
→学習要素より視覚情報を重視した内容  
・VR～パネル展示間の導線整備  
→両者の間で内容を補完しあう体験を設定  
クイズ & AR体験

### クイズ

VRの内容を踏まえたキリンに関するクイズを出題



### AR撮影

全問正解した人を対象にキリンのAR写真撮影を体験してもらう

体験してくれた人に  
キリンのカードをプレゼント

体験をシェアで  
カード全種類プレゼント (UGC促進)



## まとめ・振り返り

本取り組みでは、「理解→実践→反省→再実践」というプロセスを、デザイン思考の枠組みを用いて進めた。その中で特に実感したのは、他者を深く理解することの難しさである。人間の願望はしばしば表面的な言葉にとどまらず、その奥には本質的かつ潜在的な欲求が存在する。それに気づき、的確にアプローチするためには、丁寧な観察と仮説検証を繰り返す姿勢が必要であった。今回の動物園プロジェクトにおいては、一見すると来園者の増加を動物園側は求め、来園者は動物園を見に来ているように見えた。ただし、そこには動物について興味を深めてほしいという園の願いや外へ出かけたいという充足感を来園者は求めていることが調査を通じてわかった。