

水族館における来館者数獲得のための研究

水族館の中には、集客に力をいれずに税金で運営を続けることが出来る水族館が存在する。しかし、運営費に多額の税金が使用されているからには、各水族館の収益性をあげていくことが必要である。そこで本稿では、水族館が黒字運営をしていくために、水族館の集客に必要なことは何なのかという問いを立てた。仮説として、展示の魅力や教育プログラムといった要素から集客に関連した特色が決まり、水族館ごとにレジャー、ショッピング、教育、レクリエーションの 4 つに集客戦略を分類することが可能である、ということを明らかにしていく。

第 1 章では、水族館の立地や料金設定が来館者数に関係があるのかを調査した。水族館の立地によって年間来館者数に大きな差が生じていないことから、立地により集客に大きな影響が生まれないことが明らかになった。また料金に関しては、料金以上に集客に繋がる要因が存在することを明らかにした。水族館に対して一般市民が求めていることは<娯楽性、おしゃれな雰囲気を楽しむこと><生物に関する知識を取得すること>であると分かった。この 2 点を満たしていくことが来館者数獲得に繋がることを明らかにした。

第 2 章では、複合施設が存在が水族館の来館者獲得に効果があるのか調査を行った。連続利用率が高いレジャー施設が存在や複合化が施設全体での連続利用率を上昇させていることから、付帯施設の存在が来館者数獲得に効果があることがわかった。

第 3 章では、水族館の特色を形成する重要な要素について、展示内容や教育プログラムの調査を行った。教育展示の充実によって、水族館に対する人々の期待に応えることが可能であり来館者獲得の策として効果を成すことがわかった。またレクリエーション役割の充実が水族館の特色になりやすいことが分かった。特色が収益性を生むことから、レクリエーション役割は来館者数獲得の策として効果があることが分かった。

第 4 章では、葛西臨海水族園での取り組みを知ることで、水族館側も水族館に対する期待度を満たしていくような展示作りを行っていることがわかった。またいくつかの水族館にて集客要因として効果を成している項目を調査したことによって、水族館ごとにレジャー、ショッピング、教育、レクリエーションの 4 つのポイントのどれかまたは複数項目に重点を置いていることが明らかになった。

これらの調査から、水族館が黒字運営をしていくための集客に必要なことは、立地や値段だけではなく、展示の魅力、教育プログラムといった各水族館の特色が重要な役割を果たすこと、そして各水族館によって集客のために重点を置く 4 つの要素があるということが証明された。