

「バードピア浜北」のリニューアルと新しい展示が来園者に及ぼす効果

一般社団法人フォレメンテあかまつ チーフ自然解説員 瀬下 亜希
静岡県環境ふれあい課 佐藤 晶子
静岡県西部農林事務所 山口 亮

1 課題を取り上げた背景

静岡県立森林公園は、静岡県西部に位置し約 185ha の天然のアカマツ林を主体とした自然公園です。静岡県の鳥であるサンコウチョウをはじめ、東海丘陵要素植物であるトウカイコモウセンゴケ、絶滅危惧種のニホンアカガエルなど希少な動植物が多数生息する特色ある森です。

森林公園のビジターセンターである「バードピア浜北」は、公園中央付近に平成 15 年にオープンしました。しかし、15 年が経過し老朽化が目立ちはじめ、固定された展示物の情報が更新しにくいことなどが課題となり、平成 30 年から令和元年にかけて更新工事を行い、令和元年 7 月にリニューアルオープンしました。そこで、リニューアルと新たに行った展示が来園者に及ぼす効果について報告します。

2 具体的な取組

(1) 方向性及びコンセプトの決定

工事に先立ち、平成 30 年度に「静岡県立森林公園まるごとエコミュージアム」というキャッチコピーをたてました。森林公園が持つ特有の自然を文字どおり「まるごとミュージアム」としてアピールし、独自性を前面に打ち出すことで、他の公園との差別化や存在価値を明確にすることが狙いです。また、バードピア浜北を「来園者を森へいざなう玄関口」と位置付け、「いつも動きのある生きたビジターセンター」をコンセプトにリニューアル計画を進めました。固定物をできるだけ撤去することで、新しくフリースペースを作り出し、「企画展示」として利用することにしました。そして、館内に一歩足を踏み入れれば、「森林公園の匂が一目で分かる空間」を作ることを目指しました。

(2) 展示レイアウトの検討及び施工

展示レイアウト更新の検討は、約 7 か月間かけて行い、実際の展示を担う自然解説員を検討メンバーに加え、更新のイメージを関係者間で共有しました。設計は外部委託せず検討メンバーで行い、更新後のイメージ図や図面は筆者らで作成し、工事発注時に使用しました。メインパネルや什器類は本工事に先駆けて発注・製作することで、工期の短縮を図りました。本工事の施工中は、関係者間で早めに要望等の擦り合わせを行うことで、2 か月間という短い工期で完成させることができました。また、工事完成・引渡から企画展開始まで 2 週間と短期間でしたが、工事の進捗や日程などの連絡調整を密に行ったため、順調に記念企画展をスタートすることができました。

(3) 企画展の狙いと効果的な展示方法

リニューアル記念企画展として、夏休み子どもたちとその家族をターゲットにした「森林公園のトンボ」を 7 月下旬から 8 月にかけて開催しました。冬には大人をターゲットにした「冬の森の鳥」を開催し、リニューアル後に 3 回の企画展を実施しています。

企画展実施のポイントとして、年齢や興味の対象を絞る一方、自然に興味のない来園者を考慮

し、誰もが「楽しそう」という印象を持つものを目指しました。企画展「冬の森の鳥」では、園内で見られる野鳥の生態を写真パネルで紹介しましたが、それらを整然と並べるだけでなく、視覚的に変化のある手法をとりました。木の棒を針金で組み立て、写真パネルや解説パネルをその中にランダムに配置し、エントランス全体を落葉した冬の森のイメージとしました。情報伝達のための仕掛けを意識的にちりばめるため、木の高いところにいる野鳥は高い位置に、低いところにいる野鳥は低い位置に展示し、生態をイメージできる配置としました。また、羽の標本などの実物も展示に組み入れました。その結果、直径 7m という空間ながらも、情報量の多い複雑な印象にすることができました（写真－1）。また、展示に絡めて、様々な企画を複合的に構成し実施しました。例えば、鳥のお面を作成し来館者に自由にかぶってもらうことでインスタ映えを狙ったり、双眼鏡の練習ができるブースを設けたり、クイズやワークシートなどあらゆる角度から、企画展のテーマを楽しく掘り下げられるツールを用意しました。企画展の最終目的は、「来園者に森へ行ってもらうこと」であるため、森林公園内の観察マップや解説パンフなども配布しました。また、企画展のテーマに合わせた観察会を多数実施し、来園者が観察できる機会を増やすとともに、反響を直ちに展示に反映することで、観察会や森林公園のリピーター獲得に努めました。

3 取組の結果

（1）新設したフリースペースの役割と効果

リニューアルで生まれたフリースペースは、エコミュージアムの森のセントラルステーションとしての役割を果たしていると考えられます。このため、季節ごとの企画展示により、様々な行事や企画が体系的に結びつき、多くの相乗効果を生み出しました。また、企画展示を中心に各種企画を関連づけ、一つのまとまった大きな企画とすることで、マスコミへの告知がしやすくなり、報道機関に取り上げられる機会が格段に増加しました。リニューアル前も、四季の情報提供や楽しい企画を実施し、成果をあげているのですが、バードピア浜北の顔であるエントランスにフリースペースを出現させたことで、企画の集約が可能となり、来園者への訴求力がより高まったと考えています。

（2）新たな展示や企画展の効果検証とその考察

公園利用者に対しアンケート調査を毎年実施しているため、検証に利用しました。リニューアル前の2年及びリニューアル後の1年の3年分を対象とし、利用目的、森林公園の自然、施設の印象、スタッフの接客態度、森林公園全般の総合的な評価及びその他の6項目について「とても良い」と回答した割合に着目して分析しました。

バードピア浜北の印象、スタッフの接客態度及び森林公園の総合的な評価の3項目でリニューアル後に「とても良い」が増加しました（図－1）。また、利用目的にも変化が見られ、いままでの散歩に代わり、自然観察や環境学習がリニューアル後にトップとなりました。森林公園の「まるごとエコミュージアム」化が着実に進行していると考えています。

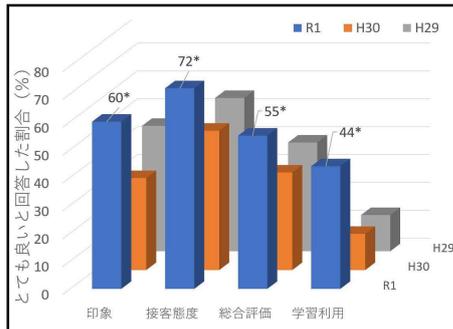
これらの効果が得られた理由は、エントランスを大胆に改修したことで、来園者の第1印象に変化を与えたこと、四季を感じる手作りの企画展を定期的実施することで、常に新しい印象を与え続けたためと考察しました。リニューアル後の3つの企画展すべてで、多くの人を訪れていることが、その裏付けとなっていると考えています。また、エントランスで企画展を実施することにより、スタッフと来園者の交流が増え、そのことが、好印象につながっていると思われます。さらに、季節に応じたさまざまな企画展を行うことで、「現地で本物を見てみたい」という来園

者を増やしたのではと考えています。

4 まとめ

今後も企画展や観察会を継続的に開催し、それらを積み上げていくことで、森林公園内に生息する動植物の年次変化や遷移などの情報を蓄積していきます。また、単に情報を蓄積するだけでなく、数年単位で結果を取りまとめ、カタログや写真集などを作成していきたいと考えています。

最終的には、博物館や美術館で見られる「目録」を作成し、バードピア浜北に備え付け、来園者に提供することで、利用者の増加や満足度の向上に貢献していきたいと思ひます。



(図－1) 直近3年間の利用者アンケート結果



(写真－1) 空間を複雑化し情報量を高めた展示