

バイオパーク株式会社

代表取締役 大宅 貴之様

TORIUS to BIZ Interview vol.4



Profile-

バイオパーク(株)は長崎県西海市の「人と自然の調和」を主題にした自然動植物公園「長崎バイオパーク」と、トリアスでは「トリアスふれあい動物園」を運営。全国地上波でも話題を呼び、Tiktokを筆頭に、Youtube・Instagram・Twitterなどの公式SNSは総フォロワー数200万を超える。中でも「カバの餌やり」動画は1億回再生を超えるなど日本のみならず、世界からも注目される。同社現代表取締役 大宅氏は2005年入社。

—この度はインタビューをお引き受けいただき、ありがとうございます。あらためて創業期をお伺いできますか。

「長崎バイオパーク」は1980年に長崎オランダ村・ハウステンボス創業者でもある故・神近義邦氏が開園いたしました。園の設計は東京農業大学名誉教授の故・近藤典生教授の指導により、一般的な檻の中の動物を見る「標本展示」ではなく、動物たちが生活している本来の生態系に近い自然環境で自由に暮らす「生態展示」を採用した園です。公営や第3セクターが多い（公社）日本動物園水族館協会加盟園の中でも数少ない民営の動植物園であり、お客様がキツネザルやリスザル、カピバラなど動物たちと直に触れ合えることが園の特徴です。

—はじめて伺ったときは、動物たちがいたところにいることにびっくりしました（笑）

そうですね。地元の子供たちは当園が当たり前となり、他の動物園に行くと触ることができず逆にびっくりするようで、ここはどこから檻の中に入るのと思うようです（笑）



ミーアキャットやキツネザル、カピバラなどとふれあえる

—幼少期の体験がバイオパークだとそう感じますよね。

大宅様は2005年に入社されたとのことですが、それまでの
ご経歴をお伺いできますか。

私は元々、東京で情報システムに関わる仕事をしておりましたが、そろそろ生まれ育った長崎に戻ろうかと考えていたところで、ご縁がありハウステンボスに転職し、そののち2005年に当社へ入社いたしました。入社後は、9年間園長の現場職を経験しました。



バイオパーク株式会社 大宅氏

—まったく違う業種からなのですね。動植物という専門性の
高い事業の中で大宅様はどのようなスタンスだったの
でしょうか。

動物園の職員はもちろん動物愛溢れる人間ですし、知識の幅も豊富です。私も動物たちの基本的な知識は学びましたが、飼育や園の運営は職員を中心にし、私の立ち位置としては、お客様がいかにお越しいただけるか、楽しんでいただけるか、職員が働きやすい環境にできるかを俯瞰で見てバランスをとりながらマネジメントしてきました。

—今回新型コロナウイルス感染症によりレジャー産業への
打撃は計り知れないものと推測いたしますが、現在の
動向はいかがでしょうか。

非常に苦しかったですね。来場者は激減、行動制限もあり休園を余儀なくされる期間もありました。しかし休園中ももちろん動物たちの餌は毎日必要ですし、それを管理する職員など、経費面は大きく変わりません。第5波の頃までは来場の影響も大きいと感じましたが、第6波あたりから、世情として「withコロナ」の傾向か、少しずつお客様の来場が戻ってきたように感じます。

—コロナ禍では、クラウドファンディングへのトライも されていましたが。

当初は営利事業である以上、動物たちの管理は事業者の責任であると考えておりクラウドファンディングの導入は頭にありませんでした。しかし文化庁から支援に関するお話があり、クラウドファンディングというものの理解を深めた中、必要経費となる動物たちの餌代をクラウドファンディングというスキームで、当社として支援いただく方に、できる精一杯のリターンで挑戦してみました。

—結果としては、見事目標の226%、約2,200万円もの支援金が 集まりましたが。



クラウドファンディング

ここまでの支援になるとは予想もできず、本当に職員一同ただただ「ありがたいね」という想いだけでした。これだけ全国のファンに支えられているんだなと感じ、少しでも恩返しできるよう、私たちも頑張らなければとひしひしと感じました。

—九州のみならず、全国各地にファンがいるのは、 SNSを活用した情報発信によるものが大きいと思いますが、 運用のきっかけはなんだったのでしょうか。

当社、動物園のビジネスモデルは、テレビCMを打つなど広告費が潤沢に捻出できる事業ではないです。前提として、自分たちでいかに多くの人に知ってもらうか、興味をもってもらうかを考え、発信していかなければなりません。ですので、SNSなどの新しい発信ツールを活用することに抵抗もなく、最初は「Twitter」や6秒動画の「vine」で動物たちの様子をブログ感覚で投稿しておりました。「vine」は日本だけではなく、欧米圏からの視聴コメントもあり手ごたえを感じました。その後も登場するSNSは積極的に活用していき、現在では200万人を超える総フォロワーとなりました。

—1億回再生を超えるコンテンツなどもあり、最近では
TikTokとパートナーシップ提携がございましたが、
具体的にはどのような取り組み背景だったのでしょうか。

プロモーションに関する協力提携となりますが、
TikTokでバズったきっかけの一つでもあるカバのお風呂の
建設協力の寄付や建設風景をLIVE配信するなどです。
また現在ではTikTokerからのコラボレーション依頼も多く、
情報拡散につながっています。



TikTokとのパートナーシップ提携

—クラウドファンディング成功のほか、来園者数などの変化は
ございますか。

来園者数に関しては天候やコロナなどによる外的要因も
含むため、比較することはできませんが、コロナ禍に
SNSを通して知っていただけた方が、今夏に来園いただいた
声も多くいただき、好調に来場は回復しつつあります。
また求人では、通常1-2名の採用枠に対して、これまでは
10名前後の応募状況でしたが、直近の求人では、
全国から60-70名の応募をいただくなど高い広告効果を
生んでいます。また世界からお越しいただくことは
まだまだハードルが高いかもしれませんが、投稿コンテンツを
楽しみにしていただくファンが全国・世界にいることは
職員たちのモチベーションアップにも大きく繋がっています。



Youtubeチャンネルは2020年よりUUUM株式会社との協業運営。

チャンネル登録者数は45万人を超える。（2022年10月時点）

—ありがとうございます。トリアスでは、2004年より
「トリアスふれあい動物園」で運営をいただけていますが、
想いや期待はございますか。

トリアスでは、ご縁もあり長年にわたり営業させていただいて
おりますが、全国的に見てもショッピングセンター内に
動物園があるのは珍しく、お客様にも、トリアスさんにも
大切にされている動物園と感じています。
今後も微力ながらもご協力していきたいと思っています。

—我々も日本で唯一のショッピングセンターと思ってます。
今後ともよろしく願いいたします。ありがとうございました。

ありがとうございました。

— Company —	
社名	バイオパーク株式会社
従業員数	53名（2021年6月時点）
創業	2004年5月

<本インタビューに関するお問い合わせ>
トリアスプロパティマネジメントオフィス
E-mail: info@torius.com

