



# 愛研技術通信

## 年頭のあいさつ

代表取締役社長 奥村 政喜

新年明けましておめでとうございます。

今年も愛研のみならず日本中の組織が実力を問われる年になると思います。これまでも多くの組織が廃止や廃業に追い込まれていきましたが、その中には廃業寸前の状況から逆境を跳ね返し、見事に業績を回復した事例もたくさんありました。新年に当たり、そのような事例の中から、私が業績回復の理由(わけ)を実際に体験した旭山動物園のことを皆さんに紹介したいと思います。

皆さんもご存じのことと思いますが、旭山動物園は北海道旭川にあり、現在、この動物園の入園者数は日本一です。これは、数々のマスコミが旭山動物園のことを取り上げたことも大きいとは思いますが、かつて、この施設は閉鎖寸前までに経営内容が悪化したことがありました。この施設は北海道にありますから、一般的には施設としても大きいのだろうという感覚を持ちます。しかし、実際には面積 14.8 ヘクタールで、これは東山動植物園が面積約 60 ヘクタール、うち動物園が 32.2 ヘクタールですから、その半分にも満たない大きさです。しかも、展示している動物の種類数も 137 種類で、これも東山動植物園の 543 種類の半分にもはるかに及びません。それが、何故、閉鎖寸前の状況からここまでの入園者数を呼び込むまでに至ったのか。私はある程度情報を仕入れた上で、実際にこの旭山動物園を見てきました。

まず、最初に感じたのは、やはり動物の種類は少なく、敷地は狭いということでした。しかし、この動物園は「行動展示」という展示方法を採用しており、それが入園者数増につながっているようです。それほどどのような方法なのか。定義によれば、まず動物の持つ習性を熟知し、より自然に近い展示方法であること。そして、入園者との距離をより近づける展示方法であること。この 2 点を同時にクリアしたからこそ、一

大飛躍につながったのだと思います。この行動展示は「自然界に住む野生動物を檻の中で住ませ展示する、そのこと自体が不自然である」という発想に基づき、動物の飼育環境も入園者数も同時に向上させようというアイデアと努力の蓄積の結果、生まれた展示方法であるそうです。それでは、実際はどうか。

私が見に行っただのは 11 月でしたから、オラウータンとチンパンジーは屋内展示でした。しかし、それは目前(直近 1~2 メートル)で見ることができるよう工夫されていました。猛獣舎でも、特にヒョウ舎では檻が迫り出しており、手を伸ばせばそこに寝そべっているヒョウの毛を抜くことができるような近さでした。ペンギンは冬期には園内を散歩し、直接さわることが出来るようで、シロクマも、アザラシもそれぞれの持つ習性を利用し、より身近で観察できるよう計画されているようです。リピーターに関しては、来園中のお年寄りの中で「私は今回で 6 回目だ」「私も 4 回目」という人もいました。観光客だけでなく何回も来園する方も多いようです。私も、この施設の取り組みに感じ入って帰路に就きました。

旭山動物園の現在の状況は、業績の良くなかった当時の園長をはじめとする従業員が一つとなって取り組んだ結果ということでした。それは、決して多額の費用を投入することではありませんでした。従来に比べた展示方法をどうにか改良できないか、その創意工夫こそが、瀕死の状態にあった施設を現在の日本一までに成長させたのではないのでしょうか。

私たちも、旭山動物園の取り組みから学ぶ点が数多くあるのではないかと思います。組織の中で仕事をよりスムーズにするにはどうすれば良いか。より収入を上げるために何をすれば良いか。自分を含め何が良く何が悪いのか。社員の皆さんも、もう一度原点に立ち帰り考えてみて下さい。

昨年、私は社長就任時に「全社的に如何に業務の信

頼性や効率をより高め、もって会社の存在価値を高めることができるか」が問われていると申し上げました。これは「愛研創業の精神」を現代に即して自分なりに表現したものです。社員一人ひとりが、お客様からの「信頼」をいただきながら、難しい課題に「挑戦」し

続け、社会とともに「飛躍」する、そのためには私自身もその先頭に立っていきたいと思います。

本年の皆様のご健勝とご活躍をお祈りいたします。

## 株式会社「愛研」の二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)排出削減マニフェストの登録

株式会社 愛研は、2007年12月13日に開催された「あいち地球温暖化防止戦略・あいち新世紀自動車環境戦略推進大会」において、愛知県知事よりCO<sub>2</sub>排出削減マニフェスト登録証が授与されました。

1997年12月に京都で開催された第3回気候変動枠組条約締約国会議(地球温暖化防止京都会議、COP3)で議決した京都議定書の約束期間が本年1月1日から始まりました。これに伴い、2008年から2012年までの平均で、1990年比から6%削減するという国際的約束を負うこととなります。

こうしたなか、愛知県では、2005年1月に「あいち地球温暖化防止戦略」を策定した施策に基づき、「2010年度における県内から排出される温室効果ガス排出量を1990年度比で6%削減する」との目標達成に向けて、25の「重点施策」を中心に積極的に取り組んでいます。そのうちの一つに、「CO<sub>2</sub>排出削減

マニフェスト」が重点施策として位置づけられています。これは、事業者等の自主性や創意工夫を活かした取り組み内容を、事業者自身が「マニフェスト」としてまとめ、県から登録・承認を受けて環境貢献活動について社会的役割を果たすことを目的としています。

株式会社 愛研の「CO<sub>2</sub>排出削減マニフェスト」には、次の行動宣言を掲げております。

- 1 社員に対しエコポイント活動への参加奨励、エコファミリー宣言(名古屋市エコライフ宣言)への参加奨励(宣言者40人目標)
- 2 社有車全車両へのETC車載器設置
- 3 社員に対しエコドライブの徹底、エコドライブ宣言(名古屋市アイドリングストップエコグラフ会員登録)の奨励(車両運転者のうち宣言者30人目標)

(企画推進室 小野寺茂美)

