

## 入館者数 20 万人達成において、 当館のプロデューサーである中村 元 氏より寄せられたコメント

オープン後 1 年間の入館者数が、旧水族館の入館者数の 10 倍となる 20 万人を超えることは、関係者内部で目指していた目標であり、その達成が 9 ヶ月余りで達成できたことをたいへん嬉しく思っています。

実のところ 20 万人超えは、道外からの観光客集客に成功してこそ実現すると予想していたため、道外からの来館者がそれほど多くない状態での 20 万人達成は予想外でした。当初想定していた以上に、道内のみなさんから愛される水族館になることができたのだと喜んでいます。

過疎地にある淡水魚しかいない小さな水族館ですが、展示水槽に、美しい水塊による水中感や、魚類学にとらわれない北海道らしい情報を埋め込んだことで、プレスのみなさんに数多くの発信をしていただけた原因になったと分析しています。

とりわけ、客足が途絶える厳寒の冬期に『北の大地の四季水槽』で川面の凍結を見せる試みは、氷の下の世界を見せる世界初の展示というだけでなく、温根湯地区の寒さを自慢する地域情報の極みとも言える水槽となり、冬期においてさえ平日でも吹雪の日以外には毎日 3 桁の入館者に利用していただける結果を得ることができました。

### 今後

道外からの来館者はまだ数えるほどであるのは残念なことです、それは逆に今後の潜在利用者ということでもあります。

去る 1 月に東京より『凍る北の水族館ツアー』を引率した折り、凍る水槽を興味深く楽しんでいただくと同時に、全ての参加者がおんねゆ温泉の露天風呂（大江本家）において毛髪が凍る体験に興奮していたことは、水族館から地域の情報を発信できることの実感として強く心に残っています。

また、地元のお菓子屋さん（ふじや菓子舗）では、水族館が熱帯淡水魚を大きく美しく育てるのに使っている『魔法の温泉水』を地元名産の白花豆の餡に練り込んだお菓子を開発され、もうすぐ発売の予定です。

このように、おんねゆ温泉と水族館の魅力がさらに際だつ事柄によって、水族館の展示から発信できる情報も増え、さらなる安定した集客と、道外からの観光客を呼び寄せる力となります。

今後はプロデューサーとして、展示をさらに進化させることはもちろんのこと、おんねゆ温泉の魅力を上げるミッションにも挑戦し、北見市の集客中核施設としての力をつけていきたいと考えています。

おんねゆ温泉・山の水族館 建築・展示監修  
水族館プロデューサー  
中村 元