

上野地域におけるジャイアントパンダの社会的意義

Social Significance of Giant Panda in the Ueno Area

土居利光*

Toshimitsu Doi

摘要

恩賜上野動物園のジャイアントパンダは、1972年に日本に導入された時に社会的な話題となり、その後も集客面や政治的視点からも注目を集めてきた。本稿では、上野地域の商店関係者などによる取組みの過程を明らかにすることによって、集客力があることから観光などに寄与するように「資源化」されてきたとも捉えられるジャイアントパンダの地域における社会的意義について考察した。その結果、上野地域における商店関係団体及び各商店は販売促進などの経済的な効果のためにさまざまな取組みを行っているように見えるが、その取組みの基本となっているのは、「上野のシンボル」という表現で代表されるようにジャイアントパンダが上野地域の象徴的存在として捉えられているということである。

1. 問題の所在

1.1 恩賜上野動物園のジャイアントパンダ

日本におけるジャイアントパンダ(以下、「パンダ」という。)は、中華人民共和国(以下、「中国」という。)から恩賜上野動物園²⁾(以下、「上野動物園」という。)に1972年10月28日にランラン♀とカンカン♂が導入されてから飼育が開始され、同年11月5日から一般に公開された。表1-1は現時点までの上野動物園におけるパンダの飼育状況である。

ホァンホァン♀は、ランラン♀が死亡したことに起因してから贈られた個体で、訪中した大平正芳首相(当時)と中国の華国鋒國務院総理(当時)との間で1979年12月5日に贈呈式が行われている(朝日新聞・読売新聞1979.12.6)。フェイフェイ♂は、カンカン♂の死亡に起因して、日中国交正常化10周年の記念として1982年6月1日、来日した趙紫陽國務院総理(当時)と鈴木善幸首相(当時)との会談で贈呈が明らかにされている(読売新聞・日本経済新聞1982.6.1夕刊)。リンリン♂は、日中国交正常化20周年の記念として、上野動物園で誕生したユウユウ♂との交換で、来日した江沢民中国共産党総書記(当時)と宮澤喜一首相(当時)との立会いの下、楊振亞駐日大使(当時)と鈴木俊一東京都知事(当時)との間で1992年4月6日に交換式が行われて

いる(読売新聞1992.4.7)。シュアンシュアン♀は、リンリン♂との繁殖のため一時的にメキシコのChapultepec動物園から導入された。また、シンシン♀及びリーリー♂は、首脳会談のため来日していた中国の胡錦濤国家主席(当時)が福田康夫首相(当時)に貸与することを2008年5月6日に表明(読売新聞・日本経済新聞2008.5.7)したことを受けて、導入された。

表1-1 上野動物園で飼育されたパンダ(注: 来は来園, 出は転出, 生は誕生, 死は死亡, ♀はメス, ♂はオスを示す。)

ランラン♀	1972.10.28 来	1979.9.4 死
カンカン♂	1072.10.28 来	1980.6.30 死
ホァンホァン♀	1980.1.29 来	1997.9.21 死
フェイフェイ♂	1982.11.9 来	1994.12.14 死
チュチュ♂	1985.6.27 生	1985.6.29 死
トントン♀	1986.6.1 生	2000.7.8 死
ユウユウ♂	1988.6.23 生	1992.11.13 出
リンリン♂	1992.11.5 来	2008.4.30 死
シュアンシュアン♀	2003.12.3 来	2005.9.26 出
シンシン♀	2011.2.21 来	
リーリー♂	2011.2.21 来	

1.2 上野動物園のパンダへの社会的注目

1-1 で示したようにパンダの導入はその送り主である中国との政治的な関係も含めて報道されており、家永(2012)は「(パンダの来日は)その特殊性ゆえに、日中間の社会・文化関係の特殊な歴史的背景や、その変化を浮き彫りにしているとも言える。」(p.47)と指摘し

*恩賜上野動物園 園長
首都大学東京 客員教授
〒110-8711 東京都台東区上野公園 9-83
e-mail toshimitsu_doi@tzps.or.jp

ている。特に最初の導入時に関しては、公開された翌日の新聞に公開時における混雑の状況が報道されおり³⁾、家永(2011)は「パンダ・ブームは当時の中国ブームとも相まって、巨大な社会現象となったのである。」(p.147)と指摘している。横山(2009)は、カンカン♂の死亡以降にパンダ・ブームが沈静化したとするが、ホアンホアン♀、フェイフェイ♂、リンリン♂、シンシン♀とリーリー♂の導入時には中国との政治的動向も含めて新聞記事等に大きく採り上げられた。

一方、ホアンホアン♀とフェイフェイ♂との間に人工授精によって誕生した個体であるチュチュ♂、トントン♀、ユウユウ♂の3頭については、中国との政治的動向とは無関係であったが、その誕生や動物園での一般公開などについては新聞記事等に大きく採り上げられている⁴⁾。報道におけるパンダの取り扱い方は、その死亡についても同様であり、上野動物園におけるパンダの誕生、繁殖、死亡などは、社会的に注目され続けてきたといえることができる。

1.3 問題の所在

人間とパンダの関係は、人間と野生動物との関係の範疇に含まれる。遠藤(2014)よれば、動物は、心理、文化、科学などの様々な分野における価値観を通して人間や人間社会と結び付きをもっているとともに、その価値観を変貌させ続けている存在である。したがって、動物を理解するためには人間と動物との関係を知る必要があるとともに、そのことが人間の文化を理解することにもつながっている。また、池谷・林・奥野(2008)は、人間と野生動物との関わり方を食糧、商品、観光資源の三つに分類している。人間とパンダとの関係は、観光資源としての関わり方であり、パンダへの関心が高いため人間と動物との関係を示すのに最適な存在である。しかし、人間とパンダの関係に関する研究は、家永(2012)が日本と中国との政治的側面から、また、Nicholls(2010)がパンダの発見から現在に至るまでの主に西欧における政治的な関わり方について論じているのが主なものである。

上野動物園のパンダについては、さまざまな立場から評価がされているが、最も一般的なものがその集客力である。リンリン♂の死亡後、上野動物園における2008年度の入園者数が300万人未満となったことが発表されると、「パンダのいない上野 人気低迷 60年ぶり300万人割れ」(読売新聞2009.4.2夕刊)などの見出しを掲げた記事が掲載された。この表現は、パンダが動物園にとって集客のための動物であることを示唆

している。一方、リンリン♂の死亡後に新たなパンダが貸与されることを内容とする記事(読売新聞2008.5.8)において、「パンダ貸与 喜ぶ上野」という見出しとともに地域の人々の意見が掲載されており、これらからは、地域にとってのパンダの意義として①上野のシンボル、②商品の販売促進、③商品の題材、④動物園の集客、⑤地域の活性化などが読み取ることができる。つまり、パンダは経済的な効果をもたらすとともに地域を代表する存在としても認識されており、人間とパンダとの関係が、観覧といった両者の直接的な関係というよりも地域という一種の媒体を通して捉えられていることが示されている。

山下(2007)は、資源を「何らかの目的にとって何か有用なものであると定義される」(p.48)とするとともに、資源化については、資源が「発掘され、価値づけられ、活用」(p.48)されるようになること、としている。パンダは資源化されてきたと考えられるが、その過程においては地域といった空間を媒体として実現されてきた可能性があり、これを明らかにすることは、資源化を考察する上で重要な点であると考えられる。本稿では、上野地域の商店のパンダの受容過程を明らかにすることにより、観光に寄与するように資源化されてきたと捉えることができるパンダと地域との関係を考察する。

II. 上野におけるパンダに関する取組み

2.1 上野の概要

(1) 上野という区域

上野という名称が示している区域は、明確に決められてはいない。磯村(1983)は、上野という区域を、博物館、美術館、動物園等があり、いわゆる「上野の山」と呼ばれる上野公園一帯と、不忍池とこれに繋がる上野広小路などの商店街と捉えている⁵⁾。同様に捉えているのが上野繁盛史(1963)であり、「各町の歩み」と題して町名等を挙げており⁶⁾、これらは現在の町名で言う上野一丁目から七丁目、池之端一丁目から四丁目及び上野公園に該当する。本稿では、上野と呼称される区域を、JR上野駅と上野公園から上野広小路を経由して御徒町駅付近に至る一帯として捉える。

(2) 上野の地域性

東京都特別区における観光関係団体は、ほとんどが各区に1団体であるのに対し、台東区においては4団体となっているとともに、設立年も他の区と較べると早い⁷⁾。現在、台東区には、浅草観光連盟、浅草みなみ観光連盟、上野観光連盟、下谷観光連盟という観光関係団体がある。これらの団体の主な構成員は、浅草観

光連盟については浅草神社の氏子が居住する区域の商店、浅草みなみ観光連盟については浅草橋町会連合会⁸⁾に属する商店、上野観光連盟については上野商店街連合会⁹⁾に属する商店、下谷観光連盟については谷中・金杉・入谷の各町会連合会に属する商店となっている。各観光連盟が存する区域には、寺社や独自の産業など地域に特有な観光資源¹⁰⁾が存在することから、各観光連盟は、それぞれの地域に特有な観光資源に依存していると考えられる。

台東区史(2000)によれば、上野(下谷)は、「上野の山」(寛永寺など堂塔伽藍、東照宮、清水観音堂、両大師等)や不忍池の弁財天、不忍池畔の茶屋と出会茶屋、山下と広小路などといった盛り場から発展してきた。現在では、これらの社寺仏閣を中心とした資源以外にも、多くの文化施設¹¹⁾や桜並木などが存在している。

(3) パンダに関する取組みの捉え方

上野地域におけるパンダに関する取組みについては、大きく二つに分けて考えることができる。第一は、パンダの誘致や統一的なキャンペーンといった取組みであり、主に商店を構成員とする組織によって実施されるものである。第二は、商店などがパンダに関連する商品を扱うという取組みである。

上野において組織的な取組みは上野観光連盟、松坂屋上野店、エキキュート上野によって、また、パンダに関する商品の提供などについては上野観光連盟の構成員である上野商店街の商店、松坂屋上野店及びその店舗、エキキュート上野の店舗によって行われている。

2.2 上野観光連盟における取組み

(1) 上野観光連盟の事業

上野観光連盟は、1949年に設立された任意団体である。会員は、上野商店街連合会に属する各商店会などに加入する約1000店の商店であり、上野商店街連合会と同一の構成員を持つ。上野観光連盟会則(1949年9月10日制定、1974年5月30日改正)によれば、「観光上野を実現するためその振興を図り、区の繁栄を期すると共に国際親善に寄与する」ことを目的として、各種の事業¹²⁾を行うことができることとなっている。

表2-1は、上野観光連盟による1949年から1960年までの事業を上野繁盛史(1963)から列挙したものである。これからは、上野観光連盟が上野動物園や上野恩賜公園など「上野の山」を意識した事業を行ってきたのが分かる。また、現在では台東区の補助事業として表2-2に示すような事業を行っているが、これ以外にも博物館や美術館が実施する企画展などにあわせて街

路灯へのバナー掲出などを適宜行っている。このように、上野地域において、少なくとも商店などの経営者は、文化施設や寛永寺などが実施する事業に協力する形で関係を持つと同時に、現在でも商店経営者などは上野公園一帯を「お山」と呼称することからも分かるように、文化施設などの存在する上野公園一帯と町とを一つの集合体として捉える傾向がある。

表2-1 上野観光連盟による事業(1949-1960)

名称等	年月	目的	内容
ゾウまつり	1949.9	上野動物園に戦後はじめてゾウが贈られることを記念して実施	ゾウのアドバールンほか、仮装行列
上野桜まつり(1948年には上野鐘声会が開催)	1950.3-4 これ以降継続	上野観光連盟の前身である上野鐘声会が桜の植樹をしたことを記念して開催	無料演芸会、湯茶の接待、初年にはダンス・パーティーを実施
第一回花火大会	1950.8	不忍池埋め立てへの反対を目的とした宣伝	花火大会
上野水上動物園カーニバル	1951.7-8	夜間閉鎖されていた不忍池畔における上野動物園との協働事業	納涼祭、池の舟から音楽を放送等
花馬車等	1952.3-5	上野動物園「創立70周年記念動物祭」に協賛	馬車、町の装飾、プラカードの設置
第一回江戸趣味納涼大会	1952.7-8 これ以降毎年継続	上野の夏の名物となるような恒久的な催しとして実施	縁日、植木市、螢狩り等、現在では内容も変更されている。
水上音楽堂への協力	1953.4	念願の水上音楽堂の完成への協力	観覧席造り、演芸大会
西洋美術館建設への協力	1953?	建設基金のための街頭募金活動	募金者にファン・ゴッホ展の絵葉書の配布
皇孫御誕生記念大植樹運動	1959	皇太子妃(当時)の懐妊を契機として植栽(その後1961-62年に八重桜、サツキを植栽)	上野公園におけるツツジの植栽
英会話講座	1959.10	東京オリンピックの開催に向けた準備	英会話講座の開催
水銀灯設置	1960.4-6	夜桜見物の時期の話題づくり、納涼会に合わせ不忍池畔に移動	水銀灯を上野公園前ロータリーに設置

表2-2 上野観光連盟の事業(2014年)

名称	期間	内容
春の大観光祭	3/21-4/13	ボンボリ設置、臨時観光案内所、不忍池畔での骨董市など
うえの夏まつり	7/12-8/10	夏まつりパレード、不忍池畔でのイベントなど
上野不忍華舞台	9/27	水上音楽堂での江戸伝統芸能

(2) パンダに関する取組み

上野恩賜公園開園百年記念に作られた「上野公園とその周辺 目でみる百年の歩み」(p.144)によれば、1972年にパンダが公開されたのを契機として、上野観光連盟と上野商店連合会は共同で、上野公園の入り口(上野広小路に面した部分)に、ビニール製の巨大なパンダと中国風の歓迎看板を設置したほか、子供用にパンダのお面を無料で配布している。

茅野雅弘(上野観光連盟事務総長)によれば、1972年に上野動物園にパンダが来た時には取組みを行ったが、それ以降、2008年にパンダが死亡するまでの間は上野観光連盟による取組みは行われてこなかった(ヒヤリング日：2014.7.3)。

一方、商店などにおけるパンダに関連する取組みについては、地元の情報誌「うえの」¹³⁾(1972年から2012年までを調査)を見ると、次のような状況となっている。

- ・1973年10月号に玩具店のヤマシロヤが始めてパンダの絵を宣伝に使用する。

- ・1974年7月号の「上野のれん会加盟店お中元セール」を特集した紙面において、寿司店の「いろは」が「パンダちゃんもお気に入りの三色寿司」という宣伝を行っており、同様の宣伝が1974年12月号「上野のれん会加盟店歳末大売出し」の紙面において、毎年12月号に1982年に至るまで掲載されている。

- ・1981年12月号の「上野のれん会加盟店歳末大売出し」を特集した紙面において、菓子店の「平岡」が商品の「パンダサブレ」の宣伝を行っており、毎年12月号に1999年に至るまで掲載されている。

少なくとも「上野のれん会」に加盟している商店については、加盟店である約100店舗のうち3店舗のみがパンダに関連した商品の販売やそれを利用した宣伝などを行っていることから、ほとんどの店舗はこうしたことを積極的に行っていないのが分かる。

(3) リンリン♂死亡後の活動

リンリン♂は2008年4月30日未明に死亡し、上野動物園にパンダが不在となるが、茅野雅弘(上野観光連盟事務総長)は「2008年にリンリン♂が死亡したことによってパンダが不在となって始めて上野観光連盟として積極的に活動を開始することとなった」(ヒヤリング日：2014.7.3)と述べている。

2011年に上野動物園へ新しいパンダが導入されるまでの間の出来事を主に新聞記事に基づき時系列的に整理すると次の通りである。なお、括弧内の、読は読売、毎は毎日、朝は朝日、日は日本経済の各新聞であり、数字は月日を示している。

- ・2008.4.29：リンリン♂の心臓と腎臓の機能が低下したため治療が必要であるという理由でリンリン♂の公開を中止すると上野動物園が発表する(読、朝4.29)。

- ・2008.4.30：リンリン♂が死亡する(読、毎、朝4.30)が、日本政府が中国政府に対して胡錦濤国家主席(当時)の来日に合わせて雌雄のパンダを借り入れられるように要請している主旨の記事が載せられる(読4.30)。

- ・2008.5.1：福田康夫首相(当時)がパンダの貸与を中

国政府に要請していることを正式に認める(毎、日5.2)。これに対し、石原慎太郎東京都知事(当時)は、5月2日の記者会見でパンダが「いてもいなくてもいい」と消極的な発言をする(日5.3)。

- ・2008.5.6：福田康夫首相が主催した非公式夕食会において、中国の胡錦濤国家主席はパンダ2頭を貸与することを表明する(読、毎、日5.7)。

- ・2008.5.7-8：パンダが貸与されるとの情報を受けて、貸与に関して予想される費用負担への懸念と歓迎とが並列的に記載された記事が掲載される(日5.7、読5.8)。

- ・2008.5.15：2008.5.12に中国四川省で発生した大地震の影響で、パンダの貸与に関する準備が進められないとする記事が掲載される(読5.15)。

- ・2008.5.16：記者会見において石原慎太郎東京都知事は「それまでしてパンダが見たいのかね」、「(中国への支払い)法外な値段だ」と発言する(読、毎、朝、5.17)。

- ・2008.6.20：「都民の声」(都政への要望や意見などの窓口)に寄せられたパンダの貸与に関する408件の意見のうち、286件がパンダの受け入れに反対であるとの記事が掲載される(読6.20)。

- ・2009.4.2：2008年度の上野動物園の年間入園者数が300万人を割り込んだことに対して、パンダの不在が影響したとの記事が掲載される(朝4.2、日4.2)。

- ・2009.4.3：記者会見において石原慎太郎東京都知事は、上野動物園の年間入園者数が300万人を割り込んだことに対して、「(動物の見せ方に)工夫が足りない」(読4.4)、「パンダがいなくなったから客が減った、というのは短絡的」(日4.4)と発言する。

- ・2009.7.10：7月12日に投票が行われる東京都議会議員選挙において台東区から立候補している3人の候補者全員がパンダの導入を公約に掲げている主旨の記事が掲載される(読7.10)。

- ・2010.1.1：東京都は研究目的で雌雄計2頭のパンダの貸与を受ける方向で中国野生動物保護協会と協議を続けてきたが、条件面の調整が最終段階に入ったとする記事が掲載される(読2010.1.1)。

- ・2010.2.12：記者会見において石原慎太郎東京都知事は、「(パンダは)吸引力ある商品だったらいい。上野動物園の営業ということも考えなくちゃいかん」、「(費用は)決して安くはないため値切りました。」(朝2.13)、「子どもたちに希少動物保全の大切さを伝える教育効果も期待できると思う」(毎2.13)などパンダ導入を認める発言する。また、東京都は、パンダの来日が2011年の早期で、2月11日に中国と合意した内容を①東京都は中国での野生動物保護の協力資金として年間95万ド

ルを中国に支払う、②契約期間は10年で、更新延長は改めて協議する、③繁殖や飼育などについては日本と中国が共同研究する、と公表する(日 2.13)。

・2010.5.18：東京都は、東京都議会に提出するパンダの輸送費などを含む一般会計補正予算案を公表する(朝 5.19)。

・2010.7.27：東京都は、中国北京市で中国野生動物保護協会とパンダの繁殖研究についての協定書の調印式を行う(読, 毎, 朝 7.27)。

・2010.12.27：東京都は、導入する予定の2頭のパンダの名前の公募方法を発表する(読, 毎, 朝 12.28)。

・2011.1.20：上野観光連盟は「うえのパンダ歓迎実行委員会」を立ち上げて、初会合を開く(読, 朝 1.21)。

・2011.2.16：東京都は、パンダが2.21に上野動物園に到着することを発表する(読, 朝, 毎 2.17)。同日、うえのパンダ歓迎実行委員会は子役タレントの大橋のぞみを歓迎大使に任命する(朝 2.17)。

・2011.2.21：上野動物園にパンダが到着する。

・2011.3.17：3.11に起きた東日本大震災による停電や交通機関の運行への影響のため、上野動物園は再開時期未定での閉園となる。

・2011.4.1：震災による閉園後、初めて上野動物園が開園すると同時にパンダが公開される。

以上のようなパンダに関する動きの中で、上野観光連盟として二木忠男(上野観光連盟会長)及び茅野雅弘(上野観光連盟事務総長)は、パンダの導入にむけて次のような活動を行っている(ヒヤリング日：二木忠男 2014.6.10 茅野雅弘 2014.7.3)。

・リンリンの死亡直後、上野動物園に対しパンダの導入を要望する。その後、中国首脳が来日したことによりパンダ導入に目途がついたことから一時的に活動を休止する。

・パンダ導入への賛否、東京都知事が明確に立場を示さないなど1年を経過しても東京都の動きがないので、2009年5月頃に「うえのパンダを」というバッチを作るとともに署名運動をすることを決定する。

・台東区立黒門小学校の校長に相談した際、小学生から署名を求めることになると親の承諾が必要であるので寄せ書きにしたほうが良いとのアドバイスがあったため、寄せ書きを行うことを決定する。

・台東区立の9の小学校の校長、その付属幼稚園及び寛永寺幼稚園の園長に寄せ書きへの協力を要請する。その際にパンダのバッチを生徒の数だけ用意して渡すこととしたが、寄せ書きは強制とはせず自分の気持ちを書いてくれるように依頼する。

・2009年10月に二木忠男上野観光連盟会長が石原慎太郎東京都知事に、寄せ書きを持ってパンダを導入への要請をする。

・2010年2月の知事のパンダ導入の表明後、2010年7月に中国との調印式があったことから、10月にパンダのイベントを行うことを決定する。

・2010年9月に中国船の船長が逮捕される事件¹⁴があり、パンダと尖閣を結びつける心配があるという理由で東京都からイベントの延期の要請があったため自粛を決定する。

・2011年1月には「うえのパンダ歓迎実行委員会」を立ち上げる。ここでは、「うえのパンダくん」キャラクターや「パンダがやってきた!!」ポスターを使ってもらうように委員会構成員に協力を依頼する。上野観光連盟の動きに合わせ JR 東日本では「リーリーとシンシンがやってきた!!行こうよ! 列車で上野へ」ポスターを各駅に張り出すこと、上野松坂屋ではパンダが来たらアドバルーンを揚げることなどが決定される。

(4) 取組みの特徴

2010年に上野動物園にパンダが導入されることが決定された後、上野観光連盟は「うえのパンダ歓迎実行委員会」を通して活動している。また、各商店においてもパンダに関連した商品を工夫する動きがみられる。毎日新聞夕刊 2011.2.16、朝日新聞 2.18 及び東京新聞夕刊 2.18 によれば、上野観光連盟の取組みの内容は、「うえのパンダ」のキャラクターをあしらったペナント約 500 枚を街中に掲げる、「うえのパンダ」のバッジを作成する、パンダの情報サイトを開設する、パンダ歓迎大使を任命する、などである。また、「うえのパンダ」のきぐるみを作成しイベントに使用している。各商店については、飲食店によるパンダを題材にした飲食品の提供や玩具店におけるパンダのぬいぐるみなどの特設コーナーの設置などが紹介されている。

茅野雅弘(上野観光連盟事務総長)は、上野観光連盟によるリンリンの死亡後の活動の動機について「上野動物園に行くとパンダがいないことを知らない人もいた。大人は、しょうがないと言うが、子どもは泣いていた。動物園に来て失望するような状態を解消したいと思ったのが最初の動機であり、上野の街の客足も1割近く減ってきたなど街への影響が大きいため、活動することにした。」(ヒヤリング日：2014.7.3)と述べている。ほぼ同様な主旨で、東京新聞夕刊 2011.2.18 には、商店主たちの声として「この三年間の不在で、ありがたみが分かった」という言葉が載せられている。

上野観光連盟における活動で特徴的なのは、各商店

の利益というよりも地域としての取組みがなされていることにある。二木忠男(上野観光連盟会長)は、「上野といえば、西郷(隆盛)像とパンダ」(東京新聞 2009.5.1)、「上野のパンダは歴史的存在で地域に欠かせない」(東京新聞夕刊 2009.9.11)と発言していることから、地域の象徴としてパンダを捉えていると想定できる。さらに、上野観光連盟によるパンダに関する取組みがその不在を契機としていることから、地域にとってパンダの存在が大きいことを示している。

2.3 松坂屋上野店における取組み

(1) 上野の地域における松坂屋上野店の意義

松坂屋百年史によれば、松坂屋上野店は株式会社松坂屋の店舗の一つであり、東京都台東区上野三丁目に立地したのは江戸時代の1768年とされている。1907年に上野公園で東京勸業博覧会が開催されたことに合わせ、座売りを廃止して陳列式立売販売に改める改築を行って百貨店¹⁵⁾としての経営を開始している。また、1929年に現在の本館が、また1957年には新たに南館が完成している。

須賀(1983)によれば、松坂屋上野店は、上野広小路の南端に立地しており、1919年に4階建て洋風建築として完成すると、松坂屋上野店と上野駅とを結ぶ位置に立地する上野広小路の商店街が賑わったという。1925年に上野駅と神田駅の高架が完成するとともに御徒町駅ができると、御徒町駅から直近に松坂屋上野店は位置するようになり、さらに、1930年に地下鉄銀座線の上野広小路駅ができると地下鉄の駅と直結することとなる。齋藤(1983)は、上野といえば桜、西郷隆盛銅像、不忍、弁天社、松坂屋を挙げるのが東京に住む人のイメージである、と指摘しているが、上野の地域との係わりあいを作るように松坂屋上野店は百貨店としての運営を続けてきたと考えることができる。

(2) パンダに関する取組みとその特徴

2007年3月に全館の改修が終了しており、それを記念して上野公園の桜と上野動物園のパンダを組み合わせたマスコットキャラクターの「さくらパンダ」を誕生させている。これを用いて販売促進用あるいは販売用に関連グッズなどが作成されており、販売用のグッズは、南館(建替えのため2014年3月12日から2017年秋まで閉館している。)1階に「上野広小路倶楽部」という名称で設けられた地元に関連した物品販売の専用コーナーで販売されていた。また、2011年12月には、ピンク色の桜で装飾された「さくらパンダ」と対比的に、黒色の桜で装飾された「よざくらパンダ」を誕生させている。「さくらパンダ」を主題とした催しは

表2-1の通りである。また、「ちびっこ藝大」(2012.8.6)や「秋のサンクスフェスティバル」(2012.9.12-10.2)などにおいても、「さくらパンダ」が企画や宣伝などに用いられている。

松坂屋上野店内の各店舗については、松坂屋上野店が売り場を作り、その売り場を担当する業者が商品を販売しているが、その際に「消化仕入れ」¹⁶⁾の方法が採用されている。臼井克人(松坂屋上野店営業推進部戦略企画担当スタッフ)によれば、「松坂屋上野店が行うパンダのイベントの際には、パンダ関連商品の開発など各店舗がよく協力してくれるほか、通常の場合でも、各店舗は独自にパンダ関連の商品は出すように努めている。」という。東日本大震災によって中止された「うえのパンダフェア」(2011.4.27-5.5)に予定されていたパンダ関連商品は、同フェアのチラシによれば、地下売り場において食品39品目・36店舗となっている。

松坂屋においては、独自のキャラクター「さくらパンダ」を利用した販売促進用のグッズによってカード会員に対する特別感の醸成を図っているほか、販売用のグッズの作成やフェアなどのイベントの開催によりイメージ向上と話題づくりを行っている。各店舗との関係は、松坂屋上野店が企画するイベントへの協力が基本となっている。

表2-3 松坂屋上野店におけるパンダ関連の企画

名称	期間	内容
うえのパンダフェア (東日本大震災のため延期)	2011.4.27-5.5	松坂屋創業100周年記念、上野動物園歴代パンダ写真展、上野動物園の半券で割引、パンダ関連商品
夏休みパンダまつり	2011.8.3-8.9	パンダをモチーフにしたスイーツ(約20種)を販売、スタンプラリー、記念撮影用パネルの設置、上野動物園の半券で景品の贈呈
うえのパンダまつり	2011.9.14-9.27	大丸・松坂屋の共同企画(9.14-10.4)に合わせて実施、スタンプラリー、記念撮影用パネルの設置
ドリームパンダくじ	2011.11.29-12.20	「さくらパンダ」と「よざくらパンダ」が籤を配布し、両者のうち多く配った者の賞品を抽選で贈呈
春の大パンダまつり	2012.3.14-3.27	パンダのアドバルーン3本(17,18,20)、岩合光昭パンダ写真展(3.14-20)、パンダカフェ(3.47-4.10)、パンダ関連商品、スタンプラリー等

2.4 上野駅におけるパンダに関する取組み

(1) 事業者

JR 上野駅においては、「東日本旅客鉄道株式会社」が行う鉄道事業とともに、駅舎において小売業や飲食

店業などから成る商業施設が運営されている。これらの商業施設が立地する区域は、改札口からプラットホーム側(以下、「改札内」という。)及び改札口から駅構外へと向かう区域(以下、「改札外」という。)によって、それぞれ商業施設全体を統括する事業者が異なっている。

改札内の商業施設は「エキュート(ecute)上野」という名称で呼ばれ、商業施設を統括する事業者は「株式会社 JR 東日本リテールネット」である。株式会社 JR 東日本リテールネットは、「エキュート(ecute)」¹⁷⁾という名称を付けた商業施設の運営及び開発、「NEWDAYS」及び「KIOSK」という店舗名で行うコンビニエンス事業など、通称「エキナカ」¹⁸⁾と呼ばれる事業の開発などを行っており、東日本旅客鉄道株式会社が持株 100%となっている子会社である。エキュート上野は 2011 年 3 月に全面開業した。また、改札外の商業施設は「アトレ上野」という名称で呼ばれており、「株式会社アトレ」が運営する。株式会社アトレは、東日本旅客鉄道株式会社との駅ビルの共同開発や駅ビルの管理運営などを行っており、東日本旅客鉄道株式会社のグループ会社である。

(2) 上野駅におけるパンダに関する取組み

上野駅におけるパンダに関連する取組みは、東日本旅客鉄道株式会社、エキュート上野、アトレ上野によってそれぞれ実施されている。東日本旅客鉄道株式会社による取組みとしては、鉄道事業者であることから、表 2-4 に示すように鉄道事業に支障のない範囲で駅構内においてパンダに関連する記念物の設置などを行っている。

表 2-4 上野駅構内におけるパンダ関連の取組み

内容	場所	設置	経緯
ぬいぐるみ 高さ 100cm アクリルケース入り	構内連絡橋 広場	1977. 10	利用者から待ち合わせ場所がないとの指摘があったこと、株式会社鉄広から寄贈の申し出があったことが重なり設置された。
ぬいぐるみ 高さ 350cm アクリルケース入り	入谷口改札外(中央広場 正面玄関、 1990 年 9 月 まで)	1984. 6	「ゆうもあ・くらぶ」及び「東京ぬいぐるみ工業協同組合」が、心の安らぎと微笑みを提供するという理由で寄贈した。
陶板壁画: 王学 仲作 縦 450cm 横 600cm	新幹線 1 階 乗換改札口	1985. 3	東北・上越新幹線 上野駅開業を記念して 上野観光連盟が寄贈した。

2011 年に開業したエキュート上野では、店舗などの売り場をエキュート上野が造り、その売り場を担当す

る業者が商品を販売するが、松坂屋上野店と同様に「消化仕入れ」が店舗の運営に採用されている。鎌田(2007)によれば、この方式を採用したのは、駅構内で「統一感をもっていろいろなお店を編集」(p.40)するためであるとしており、エキュートの販売促進の企画にあわせ、各店舗が商品を提供することになる。

アトレ上野は、いわゆるテナント方式によって、ビルなどの一部を店舗などとして業者に賃貸することによって運営されている。このため、各店舗におけるパンダ関連商品の販売などの取組みは各店舗の判断となっている。パンダ関連の商品を扱っている店舗は、食品が 2 店舗(アンデルセン、HOKUO)、雑貨が 4 店舗(アフタヌーンティー・リビング、靴下屋、ハードロックカフェ、バースディ・バー)、その他が 1 店舗(ザ・ガーデン自由が丘)である(2014. 8.1 時点)。

(3) エキュート上野の取組みとその特徴

事業者の 3 社のうち、株式会社 JR 東日本リテールネットが運営するエキュート上野が組織としてパンダに関する取組みを積極的に進めているとともに、それに合わせて行われる各店舗における取組みの件数も多い。エキュート上野が実施したパンダ関連の企画は表 2-5 の通りである。株式会社 JR 東日本リテールネット公表した 2010 年 9 月 7 日付の報道関係者に対する配布用資料²¹⁾からは、美術館、博物館、動物園等の文化施設が上野という地域に立地しているという特性を意識してエキュートの運営に当たろうとしているのが分かる。特に食販に関しては、「動物をモチーフ」にしていることから、開業当初から動物園の存在に着目していること、また題材として動物が適していると開業当初から認識していたと推測できる。

表 2-5 エキュート上野によるパンダ関連の企画

表題	期間	内容
パンダ!Panda! パンダ!	2011. 4. 29~チ ラシが終 了するま で	2011.3 のエキュート上野の開業時、複数の店舗でパンダ商品の取り扱いがあったため、それらの掲載チラシが作成され、ゴールデンウィーク期間に配布されている。
Pandaful Summer 2011	2011.7.14 ~8.31	上記企画が好評だったこと、店舗におけるパンダ関連商品の取り扱いが増えたことを契機に、商品の掲載チラシの配布、エキュート内でのイベント告知看板の設置、客への懸賞が実施されている。
パンダフル ・ウインター!! 2012	2011.1.10 ~2.29	「Pandaful Summer 2011」と同様な企画が実施されている。
パンダフル・サマー!! 2012	2012. 7.23~9.2	新たに上野動物園長によるトークショーが加えられている。

パンダ関連商品について商品掲載チラシから調べ

ると、Pandaful Summer 2011 においては食品 35 品目・32 店舗、雑貨 14 品目・7 店舗、計 49 品目・39 店舗が、Pandaful・サマー2012 においては食品 39 品目・39 店舗、雑貨 14 品目・10 店舗、計 53 品目・49 店舗が掲載されている。これは総店舗数 78 のうち、2011 年には 50%が、2012 年には約 63%が参画したことを示している。渡辺典明(株式会社 JR 東日本リテールネット・デベロッパー営業部上野店・エキュート上野店長)によれば、エキュート上野では、年度ごとに催しなど販売促進のための企画をたて、それに沿った商品開発などを各店舗に依頼すること、また、スランプリアーなどによって統一感がある企画を実施すること、などを行っている(ヒヤリング日:2014.4.2)。エキュート上野においては、パンダ関連の企画においては各店舗の取組みを総合化するような方法が採用されているとともに、多くの店舗が企画に参画するようにして、全体的に販売が促進されるような対応が行われている。

III. 考察

上野観光連盟は、パンダの導入時における催しやパンダの再誘致などの各商店では対応のできない取組みを地域の団体として行っており、2-2-(4)の上野観光連盟会長の発言からは、パンダによって上野が話題となり知名度あるいはイメージが向上するといった効果を期待していることが分かる。一方、商店については、2011 年にパンダが再誘致された際には、主に飲食店が商品開発の取組みを積極的に行っている。これは、食品については企画をたてやすい、開発コストが大きいなどの利点があり、結果として販売促進に効果的であると判断したと考えられる。それ以外の商店については、パンダを題材とした商品によって売上を伸ばすという直接的な効果というより、2-2-(4)の上野観光連盟事務総長の発言などにあるようにパンダによる上野地域における客足増加の効果を期待していると考えられる。

松坂屋上野店は、独自のパンダキャラクターを作成し、それを販売促進などに使用している点が上野観光連盟とは大きく異なる。キャラクターの使用は、上野店の販売促進の一環として行われており、それに各店舗が協力するという関係がある。キャラクターである「さくらパンダ」は、上野地域を象徴する題材として「さくら」と「パンダ」とを認識していることから発想されたと考えられる。また、上野店は、パンダに関する企画展を行っていることなどからも地域との結びつきを重要視していることが分かる。

エキュート上野は、方針として地域との関係性を重視しており、松坂屋上野店と同様のパンダに関する取組みの方法と内容をもっている。各店舗は、エキュート上野が開業した 2011 年以降からパンダに関する取組みに協力しているが、短い期間にも関わらず取組みが頻繁に行われていることや参加店舗数が増えていることなどから、パンダを主題とした取組みが販売促進に効果的であることが分かる。その際に各店舗は、その取組みに参加することによって経済的効果のみならず上野地域の象徴としてのパンダを認識することになると考えられる。

以上のように、上野地域における商店関係者は、パンダを上野動物園の動物というよりは上野地域の象徴的存在として捉える傾向がある。上野動物園の個々のパンダはその寿命の期間しか存在しないが、パンダの導入や出産などは社会的な出来事となり報道されることによって人々の記憶となり、過去のパンダの記憶とも繋がっていく。こうした過程が、上野地域のパンダという意識を生み出したとも言える。上野地域の商店関係者のパンダ関連の取組みにおいては、パンダは地域という媒体を通すことによって商店関係者に確認されてきたこと、また、上野地域を代表するような象徴的な存在としてパンダは資源化されてきたことが示されている。

注

- 1) Giant Panda (学名 *Ailuropoda melanoleuca*) は、中国南西部の標高 2600~3900m の高山地帯に生息し、食肉目クマ科あるいはジャイアントパンダ科に分類されている。食物の 99%はタケやササの幹及び葉であるが、ネズミ類や魚なども食べる(小原・井坂 1989)。2004 年に実施された全国第三次大熊猫調査によれば野生における頭数は 1596 頭とされている(http://wwf.panda.org/who_we_are/wwf_office/china/news/?uNewsID=13625: アクセス日 2012.7.14)。また、2011 年時点で動物園などが飼育している頭数は 333 頭である(Zhang,Z. 2011)。日本では 2013.12.1 時点で、上野動物園に 2 頭、南紀白浜アドベンチャーワールドに 5 頭、神戸市立王子動物園に 1 頭の計 8 頭が飼育されている。
- 2) 恩賜上野動物園は、1882 年 3 月 20 日に農商務省所管の博物館の附属施設として日本最初の動物園として開園された。その後、宮内省の所管となり、1924 年に東京市に下賜されたが、1943 年の東京都制の施行によって東京都立の動物園となっている(上野動物園百年史.1982.東京都)。
- 3) 1972 年 11 月 6 日付けの新聞には、「パンダ」解禁 2 時間並んで見物 50 秒(朝日新聞朝刊)、「並んだ二時間半」(毎日新

聞朝刊)、「3時間並んで30秒」(読売新聞朝刊)などの見出しで、パンダが公開された11月5日の上野動物園における混雑の様子を報道している。

4) チュチュウの誕生は朝日新聞(1985.6.2 夕刊)や読売新聞(1985.6.2 夕刊)などが1面に掲載するなど各紙が採り上げているほか、トントン♀及びユウユウ♂の誕生の際にも各紙が採り上げている。特に、トントン♀の名前を募集したところ、1986年10月1日から25日までの期間で名前の種類21,558種、267,323点の応募があったことは動物の名前の募集に関して特異の事例である(中川志郎1995)。

5) 石川(1983)によれば、上野広小路とは、万世橋付近から上野公園入口に至る通称道路名「中央通り」と呼ばれる道路のうち、上野山麓付近の部分を指し、江戸時代に寛永寺を類焼から防ぐために道幅が広げられたため、最初は下谷広小路、後に上野広小路と呼ばれた。上野広小路を中心に商店などが建ち並んで繁華街が形成された。

6) 上野繁盛史に挙げられているのは、上野駅、東・西黒門町、坂町・同朋町、長者町、仲御徒町、上野町、広小路付近、下谷町、茅町、池之端七軒町、上野花園町、谷中清水町、上・下車坂町となっている。

7) 「平成26年度観光産業行政主管組織及び主要事業」(東京都産業労働局観光部)によれば、東京都特別区で観光協会などの観光関連団体を有するのは15の区であり、江東区の2団体、台東区の4団体を除いて各々1団体を有している。また、設立年が早い順では、浅草観光連盟が1947年、上野観光連盟が1949年、下谷観光連盟が1950年となっている。

8) 台東区ホームページによると、全体で199の町会が、11の地区に分かれて地区町会連合会を構成している。
(<http://www.city.taito.lg.jp/index/kurasi/kyodo/choukaikuiiiciran.html>: アクセス日 2014.8.14)

9) 上野商店街連合会は、上野中央通り商店会、上野中通商店街振興組合、アメ横商店街連合会、アメ横表通り商店街振興組合、上野アメヤ横丁商店会、アメ横センタービル協同組合、上野駅前一番街商店会、御徒町駅前通り商店会、上野さくら通り商店街振興組合、上野御徒町中央通り会、ユースロード上野、上野Uロード振興会、上野2丁目仲町通り商店会、上野昭栄会、御徒町通り会の16団体から構成されている。

10) 浅草観光連盟では浅草寺、浅草みなみ観光連盟では文具が玩具などの問屋街、上野観光連盟では上野公園における文化施設、下谷観光連盟では入谷鬼子母神の朝顔市や谷中銀座などが観光資源として捉えられる。

11) 不忍池付近を含めて、東京国立博物館、東京藝術大学、国立科学博物館、国立西洋美術館、国立国会図書館国際子ども図書館、東京文化財研究所、国立教育政策研究所社会教育実践研究センター、日本学士院、日本藝術院、東京都美術館、

恩賜上野動物園、東京文化会館、上野の森美術館、台東区下町風俗資料館などがある。

12) 会則には事業として、①観光地区に必要な計画の研究並びに立案に関する事、②地区内商店街の美観及び改善発達に関する事、③地区に於ける娯楽興行、その他施設の研究及びその誘致に関する事、④地区の区劃整理並びに研究に関する事、⑤交通網の拡充強化促進に関する事、⑥地区内の美的環境の確保に関する事、⑦観光観念の普及宣伝に関する事、⑧観光に関する調査並びに研究に関する事、⑨関係官庁その他諸団体との連絡に関する事、⑩関係官公庁その他への建議勧告及び請願に関する事、⑪本会の目的の達成に必要な機関紙発行に関する事、⑫その他本会の目的を達成するために必要な事、が掲げられている。

13) 須賀(1983)によれば、月刊のタウン誌「うえの」は「上野のれん会」により発行され、上野のれん会は1959年に発足した団体で、加盟店は約100店舗である。

14) 2010年9月8日、東シナ海の尖閣諸島の一つ久場島の北西約15kmの領海内で、海上保安庁の巡視船が中国のトロール船に検査を実施するために停船を命じたが、トロール船が舵をきり巡視船の右舷中央付近に衝突させたため、公務執行妨害容疑で船長を逮捕した(読売新聞夕刊 2010.9.8)事件である。この船長については、同年9月24日、那覇地方検察庁が日中関係への配慮などを理由として処分保留のまま釈放することを発表(読売新聞 2010.9.25)したが、この事件に対する中国からの謝罪や賠償の要求、反日デモなどもあり、日中関係が悪化した。この事件に関連して石原慎太郎東京都知事(当時)は、9月24日の定例記者会見で「パンダをもらって尖閣を渡すのか?そんなことは考えたら分かるこった。」(産経新聞 2010.9.26)と発言している。

15) 木綿(2003)によれば、百貨店とは出入り自由、陳列販売、正札販売、返品自由などを内容とする近代的販売方式を実施する小売業であり、総合的な商品の取り揃えによって広域的に顧客を吸引し、都会的な賑わいを演出して消費を喚起するという点がその特質である。

16) 佐藤(1992)によれば、消化仕入とは委託販売の一種で売上仕入とも呼ばれ、小売業者がその商品の所有権及び商品保管責任を負わず、商品が売れた時に売れた分だけを仕入れて販売したことと見なす仕入方式である。この方式は、好立地で集客力、販売力の強い小売業者が自己負担の見切りロスによるリスクを少しでも軽減することを意図して採用してきたものである。

17) 鎌田(2007)によれば、エキュートは「エキナカ空間の名称」(p.64)であり、利用者への公募によって2004年に名称が決定された。

18) 鎌田(2007)は、エキナカを「KIOSK」などの既存の店舗

に比べて開発規模の大きい、改札内及び改札外にわたる商業施設と捉えている。

19) エキュート上野は、2011年3月には計画されていた全ての区域において商業施設が開業されている。東日本旅客鉄道株式会社及び株式会社 JR 東日本リテールネットが公表した2010年9月7日付の報道関係者に対する配布用資料「2011年3月、首都圏主要3駅のエキナカが生まれ変わります！」では、上野駅公園口改札内は次のような概要となっている。
(<http://www.jreast.co.jp/press/2010/20100905.pdf> : アクセス日 2013.4.17)。

①所在地：JR 上野駅3階改札内、②開発面積：約10,500㎡
③店舗面積：約4,800㎡、④店舗数：78店舗(当時の予定数)
⑤店舗業種：惣菜、和洋菓子、雑貨、飲食、書籍、カフェ、ベーカリーなど、⑥売上想定：年間約138億円、⑦リニューアルコンセプト：美術館・博物館・動物園が集積し、文化・歴史・自然の息づく文京エリアと、昔ながらの職人気質あふれる下町エリアが融合する上野駅において、「森」「駅」「街」が一体となり、地域との共生共創を目指す。⑧展開内容：
・駅から街への回遊性を高める・食物販の店舗では、動物をモチーフにした和菓子や洋菓子などを取り揃える・飲食店舗では、女性が一人でも気軽に利用できる店舗を取り揃え、素材やシェフの技を活かしたこだわりのメニューや、エキナカオリジナルのメニューを展開する・カフェの中にコンシェルジュを配置し、周辺施設のご案内等に対応する。

謝辞

本論の執筆に当たっては、上野観光連盟会長二木忠男氏、同事務総長茅野雅弘氏、松坂屋上野店(当時)阿佐美香子氏、エキュート上野店長渡辺典明氏など多くの方にご協力をいただいた。記して感謝をしたい。

参考文献

池谷和信・林良博・奥野卓司 2008. 序論 地球の野生動物と人類。「人と動物の関係学 第4巻 野生と環境」:1-19. 岩波書店
家永真幸 2011. 「パンダ外交」. メディアファクトリー.
家永真幸. パンダがやってきた! . 園田茂人(編)2012. 「日中関係史 1972-2012Ⅲ社会・文化」:23-51. 東京大学出版会.
石川 俊. 上野の道いまむかし. 保坂三蔵(編)1983. 「東京上野の五百年」:294-297. 上野駅開業百周年記念誌刊行委員会.
磯村英一. 日本のなかの上野. 保坂三蔵(編)1983. 「東京上野の五百年」:14-21. 上野駅開業百周年記念誌刊行委員会.
うえの. 1972年1月号～2012年12月号. 上野のれん会.
上野公園とその周辺 目でみる百年の歩み. 1973. 上野観光連盟.

上野繁盛史. 1963. 上野繁盛史編纂委員会. 上野観光連盟.
遠藤秀紀. 2014. 解説 たかがパンダ, されどパンダ. 池村千秋訳 「パンダが来た道」:299-304. 白水社.
小原秀雄・井坂由美子. 解説. 小原秀雄(編著)1989. 「世界の天然記念物4」:99-100. 講談社.
香川 眞. 観光資源と観光開発. 香川眞(編)2007. 「観光学大事典」:101. 木楽舎.
鎌田由美子 2007. ecute 物語. かんき出版.
木綿良行 2003. わが国の百貨店の歴史的経緯とその評価. 成城大学経済研究第162号:157-180. 成城大学.
齋藤喜幸. 上野松坂屋物語. 保坂三蔵(編)1983. 「東京上野の五百年」:228-231. 上野駅開業百周年記念誌刊行委員会.
佐藤和代. 消化仕入. 宇野政雄他(編著)2003. 「現代商業・流通辞典」:130. 中央経済社.
市制町村制と東京. 1984. 都市紀要30. 東京都
須賀利雄. 上野の変貌. 保坂三蔵(編)1983. 「東京上野の五百年」:194-201. 上野駅開業百周年記念誌刊行委員会.
台東区史. 2000. 上野・浅草の賑わい. 通史編Ⅱ:524-527. 台東区史編纂専門委員会. 東京都台東区.
中川志郎 1972. パンダをむかえるまで. 「どうぶつと動物園 第24巻第11号」:6. 東京動物園協会.
中川志郎. 社会現象としてのジャイアントパンダ. 東京都恩賜上野動物園(編)1995. 「ジャイアントパンダの飼育」:180-214. 東京動物園協会.
中島武司他 1995. ジャイアントパンダ飼育経過. 第43回動物園技術者研究会配布資料. 日本動物園水族館協会.
福田 徹. 新聞を知ろう. 妹尾彰・福田徹(著)2006. 「新聞を知る新聞で学ぶ」:28-47. 晩成書房.
松坂屋百年史 2010. 松坂屋.
安田伸二 2000. ジャイアントパンダ来園. 「どうぶつと動物園 第52巻第9号」:20. 東京動物園協会.
山下晋司. 文化という資源. 内堀基光(編)2007. 「資源人類学 01 資源と人間」:47-73. 弘文堂.
山村順次. 観光対象 - 観光資源と観光施設 -. 長谷政弘(編著)1997. 「観光学辞典」:80-81. 同文館.
横山道生. パンダ. 朝日新聞be編集グループ(編)2009. 「サザエさんパンダを見に行く」:12-15. 朝日新聞出版.
Nicholls, H. 2010 The Curious History of China's Political Animal (池村千秋訳 2014. 「パンダが来た道」白水社.)
Zhang,Z. 2011. Annual Work Report of Chinese Committee of Breeding Technique for Giant Panda of 2011. The 2011 Annual Conference of Chinese Committee of Breeding Technique for Giant Panda Thesis Collection :8-16. Changsha Ecological Zoo.