

とべ動物園まじめ行動計画 第2期の取組みについて



令和7年3月25日（火）

土木部 道路都市局 都市整備課



【目次】

○魅力向上に向けた取組みと成果について

1. とべ動物園魅力向上戦略検討委員会	1
2. とべ動物園まじめ行動計画	2
3. とべ動物園まじめ行動計画（第2期：R4～R6）	3
4. 第2期の取組み内容	4
4. 1 話題性のあるイベント	5
4. 2 SNSを活用した情報発信	7
4. 3 魅力的な動物の導入	9
4. 4 話題性のある施設整備	11
5. 第2期の成果	13

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

1. とべ動物園魅力向上戦略検討委員会

【検討内容】

**持続可能な動物園を目指し、県内有数の観光施設としての
魅力向上について検討**



平成30年3月 報告書取りまとめ

【目標】

**野生動物の保全や環境教育に取り組むとともに、
何度も来たくなる魅力あふれる動物園を目指す。**

【基本方針】

1. とべ動物園の強みを活かした（独自性の
ある）動物園の実現

⇒ 地理的メリットの有効活用
種の保存

3. 動物と自然の関わりについて興味を抱か
せる動物園の実現

⇒ 種の保存
環境教育・情操教育

2. 人が集い活力のある動物園の実現

⇒ 安全・快適な動物園
集客増に向けた新たなターゲット
効果的な情報発信

4. 持続可能な動物園の実現

⇒ 経営的視点

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

2.とべ動物園まじめ行動計画

【とべ動物園まじめ行動計画】

- 計画策定趣旨：平成30年3月に取りまとめた「とべ動物園魅力向上戦略検討委員会」の報告書を基に、**実効性のある短期の事業計画**を策定
- 事業計画期間：**全体〔令和元年～9年度〕を3期に分割**



行動計画	第1期（R元～R3）	第2期（R4～R6）	第3期（R7～R9）
目標入園者数	確実に50万人	55万人	60万人
取り組み方針	良好な「とべ動物園ブランド」の構築	良好な「とべ動物園ブランド」の強化と定着	高い「とべ動物園ブランドロイヤルティ」の獲得
到達目標	<u>とべ動物園のことを知ってもらう（来園のきっかけづくり）</u>	<u>とべ動物園の良さを実感してもらう（来園者に満足感を与える）</u>	<u>とべ動物園に愛着を持ってもらう（動物園愛を根付かせる）</u>
重点戦略	・ 集中的かつ積極的な、戦略的情報発信、広告宣伝、話題性のあるイベントなどにより、<u>認知度を高める</u> ・ 人気動物の導入や魅力的な話題性のある観覧環境の整備により、<u>ブランド資産を増進する</u>	・ 引き続き、情報発信や広告宣伝に努め、<u>ブランドの浸透と定着を図る</u> ・ 動物への興味が深まる動物展示や、安全で快適に観覧できる環境整備により、<u>ブランド資産の着実な増進に努める</u> ・ 来園者との<u>良好な関係構築に努めコミュニケーションの活性化を図る</u>	・ 引き続き、<u>ブランドの浸透と定着を図るとともに、ブランド資産の着実な増進に努める</u> ・ さらに来園者との<u>良好な関係構築に努め強い結びつきによる顧客リレーションを構築する</u>

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

3. とべ動物園まじめ行動計画（第2期：R4～R6）

とべ動物園まじめ行動計画（第2期：R4～R6）

★目標入園者数：55万人

★取組み方針：良好な「とべ動物園ブランド」の強化と定着

★到達目標：とべ動物園の良さを実感してもらう（来園者に満足感を与える）

★重点戦略：

- ①引き続き、情報発信や広告宣伝に努め、ブランドの浸透と定着を図る
- ②楽しく動物を観覧できる環境整備により、ブランド資産の着実な増進に努める
- ③来園者との良好な関係構築に努めコミュニケーションの活性化を図る

★主な取組み内容

○とべ動物園の良さを知ってもらう

「話題性のあるイベントの開催」「SNSを活用した情報発信」

「魅力的な動物の購入」「話題性のある施設整備」

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4. 第2期の取組み内容

〔R4年度〕

【主な内容】

- ◆ソフト事業
 - ・スイーツメニュー開発
 - ・休園日プレミアムガイド（継続）
 - ・イルミネーション（継続）
- ◆P R事業
 - ・Webによる情報発信（継続）
- ◆ハード事業
 - ・軽食コーナーの整備
 - ・多言語看板の整備

〔R5年度〕

【主な内容】

- ◆ソフト事業
 - ・キャンプ
 - ・休園日プレミアムガイド（継続）
 - ・イルミネーション（継続）
- ◆P R事業
 - ・Webによる情報発信（継続）
- ◆ハード事業
 - ・軽食コーナーの整備（継続）
 - ・多言語看板の整備（継続）

〔R6年度〕

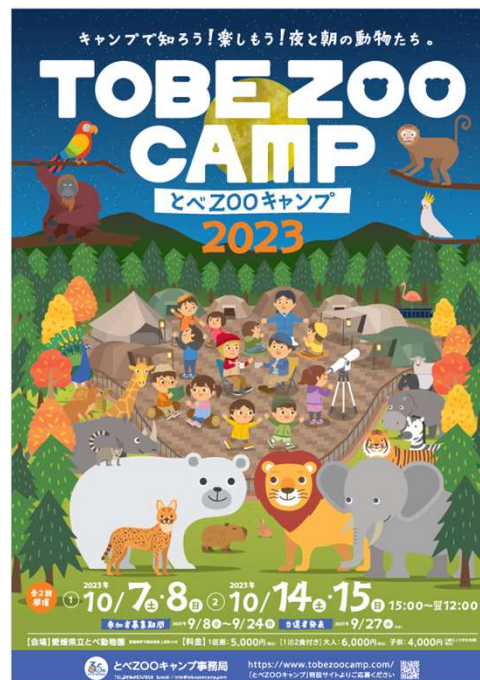
【主な内容】

- ◆ソフト事業
 - ・休園日プレミアムガイド（継続）
 - ・イルミネーション（継続）
- ◆P R事業
 - ・Webによる情報発信（継続）
- ◆ハード事業
 - ・オランウータン舎整備検討
 - ・多言語看板の整備（継続）

〔スイーツ〕



〔キャンプ〕



〔休園日プレミアムガイド〕



○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4.1 話題性のあるイベント

〔①キャンプ〕

◆開催日：

R5.10.7～8 R5.10.14～15の2回、夜の動物園に併せて実施。

◆内容：

動物たちの鳴き声などを聞きながら園内でキャンプや食事を楽しむ

◆参加者数：

- 応募組数436 組
- 応募総数1,434 名
- 合計15 組52 名（第1 回 8 組31 名、第2 回 7 組22 名）
- 倍率（組数ベース）29倍

◆お客様アンケート：

動物との距離感の近さや、生き物の気配や音、臭いなど、動物園のありのままの臨場感や非日常感が増し、貴重な体験ができたと好評な意見を多くいただいた。



テント設営



夜の動物園



モーニングツアー



○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4.1 話題性のあるイベント

〔②夜間イベント〕

○夜の動物園

獣舎をライトアップし、普段見ることができない夜の動物園の様子、
夜の動物の生き生きとした動きを観覧
 でき、学習機会の創出につながる。



○とべZOOイルミネーション

冬場の閑散期を盛り上げるイベントとして、入園ゲートからオアシスガーデンの各所でイルミネーションを実施。**動物園の冬のイベントとして定着。**



〔夜の動物たち〕



〔夜の動物園でのイベント〕



〔イルミネーションの様子〕

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4.2 SNS等を活用した情報発信

〔バナー広告の一例〕

〔①Web等による情報発信〕

◆目的：

潜在的な動物園顧客（顧客潜在層）をメインターゲットに、**デジタルマーケティングの手法を活用**して、効果的な情報発信を行い、とべ動物園の認知度向上を図り新たな顧客を開拓する。

◆実施内容：

- ・動物園に行きたくなるコンテンツ記事を制作
- ・動物やイベントを題材に、魅力ある動画を制作
- ・**動画やバナーを、ディスプレイ広告や動画広告によりターゲット層に配信**
- ・Webサイトを活用した広報やサイネージ広告など、幅広くプロモーションを実施



〔動画の一場面〕

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4.3 魅力的な動物の購入

ワシントン条約などによる取引制限がない種、借り受け（ブリーディングローン）できない動物については、「とべ動物園展示動物等購入費」によって新たに購入している。

アメリカ
ストリート



ラマ
(令和4年度購入・約98万円)

アメリカ
ストリート



ムツオビアルマジロ
(令和6年度購入・約43万円)

リトルワールド



ヨツユビハリネズミ
(令和6年度購入・約5万円)

スネークハウス



キイロアナコンダ
(令和6年度購入・約19万円)

○ 魅力向上に向けた取り組みと成果について

4.3 魅力的な動物の導入

OBL（ブリーディングローン）

ワシントン条約によって商業取引が規制されており、購入による海外からの入手が困難な動物種については、**全国各地の動物園から借り受け**（ブリーディングローン）し、それによって**積極的な繁殖**に努めている。



キリン

アフリカストリート



カバ

アフリカストリート



ライオン

アフリカストリート

BL（ブリーディングローン）によって昨年誕生した個体



ジャガー（琥珀）♂

アメリカストリート



カリフォルニアアシカ
（ココロ）♀

ウォーターストリート

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4.3 魅力的な動物の導入

■ インドネシア共和国とのオランウータンの共同保護事業について

- ・ インドネシア共和国から借りている「ハヤト」の繁殖相手となる雌をインドネシアから導入するため、インドネシア政府、タマンサファリインドネシアと交渉。

インドネシア政府
と合意

オランウータン共同保護に関する
インドネシア環境林業省と愛媛県の協定

国内初

- ・ 今後、「とべ動物園とタマンサファリインドネシアの協定」、ワシントン条約や検疫等の手続きを経て、早期の雌のオランウータンを導入し繁殖に着手する。

- ・ オランウータンについては、インドネシア政府からの要望もあり、飼育環境充実のため、新獣舎整備の検討を行っているところ。



オランウータン・
ハヤト



インドネシアと愛媛県の協定調印式

○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

4.4 話題性のある施設整備

〔サル・ヒヒ舎〕

■サル・ヒヒ舎整備休止→計画の見直し

- ・第2期期間中に整備を予定していた
サル・ヒヒ舎整備を資材や労務費高騰の影響により、**休止**
- ・インドネシアとの**オランウータン導入交渉**を踏まえ、類人猿舎の改修を検討する必要性有。



現類人猿舎



サル・ヒヒ舎も含めた
モンキータウン周辺の整備方針
を再検討



オランウータン・ハヤト

○ 魅力向上に向けた取り組みと成果について

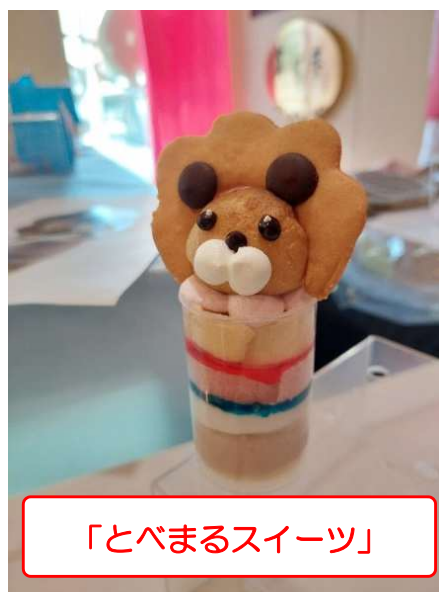
4.4 話題性のある施設整備

〔キッチンプレハブ（とべまるカフェ）の整備〕

■令和5年7月29日オープン

従前は、ふれあいセンター付近にキッチンプレハブを設けていたが、順路終盤であったことから、利便性を向上するため、展望レストラン横に新設オープン。

冬イベント「TOBEZOOイルミネーション」の展示区間内でもあることから、イルミネーション開催時にも販売が可能となった。



「とべまるスイーツ」



鎧塚俊彦シェフ監修 中山栗の
「とべもりジップモンブラン」



○ 魅力向上に向けた取組みと成果について

5. 第2期の成果

《認知度向上に関する指標》

- ◆とべ動物園のHPの閲覧者数： R3→R6 **1.8倍**（12月末時点で比較）
- ◆入園者数：コロナ禍前の入園者数の水準（40万人台）に戻るなど回復基調。
- ◆とべ動物園満足度：81%（R6年度）

