

■事業計画

期間：（第3期）令和7年～9年度〔全体（令和元年～9年度）を3期に分割〕

■成果目標

年間入場者数55万人を達成する

■成果目標の達成に向けた取り組み方針

『高い「とべ動物園ブランドロイヤルティ」の獲得』

高いブランド力は、とべ動物園に競争優位をもたらし、顧客から愛着を持ってもらうことができる

行動計画	第1期（R元～R3）	第2期（R4～R6）	第3期（R7～R9）
目標入場者数	確実に50万人	55万人	55万人
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	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）	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）	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）
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、認知度を高める ・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、ブランド資産を増進する	・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。 ・動物への興味が深まる動物展示や、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 ・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	・引き続き、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 ・さらに来園者との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
ブランド認知活動			
ブランド資産価値の増進活動			
来園者との関係性構築活動			

■取り組み内容（第3期）

○ブランドの確立（とべ動物園の更なる認知度向上）

『注目を集め、関心を引き、欲求を喚起し、行動を起こさせる』

- ・戦略的情報発信（専用 Web サイトやアプリの強化と定着）
- ・SNS・サイネージ広告による情報発信（インスタポイント）等

○ブランド資産価値の増進活動（とべ動物園の魅力を高め満足感を与える）

『一度訪れた来園者がまた足を運びたくなるような気持ちにさせる』

- ① 話題性があり動物への興味が深まる動物展示（独創性のある獣舎整備）
- ② 魅力的な動物の導入（動物導入、新動物受入れ及び繁殖促進のための獣舎改修）
- ③ 安全で快適に観覧できる環境整備（休憩施設整備）等

○来園者との関係性構築活動（良好な関係構築とコミュニケーションの活性化）

『来園者との強い結びつきによる顧客リレーションを構築する』

- ・全ての来園者に優しく学習効果を高める園内施設整備（多言語表記看板等）
- ・動物とのふれあい機会の充実（ふれあいイベントの拡充・創出）等