

【取組の位置づけ】

基本方針	1 市民等の公益的な地域活動の推進
重点推進項目	③ 地域資源の発掘と積極的なプロモーション活動の推進
取組項目	総合動植物公園、自然史博物館と周辺の社会教育施設との連携による「のんほいパーク 100 万人プロジェクト」の仕組みづくり
効果目標等	魅力のあるイベント開催等による集客数の増加

【取組の概要】

取組の目的	昭和45年稼働の西園を中心とする動物園エリアなどの施設整備とともに各種イベントの充実を図り、広域からの集客も促進し入園者数の増を図る。					
状況 (目標の設定に至った経緯とH23年度までの取り組み状況)	「ええじゃないか豊橋推進計画」において「のんほいパーク」をシティプロモーション活動の中核的な役割を担う地域資源のひとつとして位置付けており、豊橋市第5次総合計画の戦略計画では、入園者100万人達成を目指した「100万人プロジェクト」を掲げている。こうした中、これまで、首都圏や名古屋方面等、広域に向けた鉄道を利用したPR活動や動植物公園と自然史博物館が連携したイベントの充実に取り組んでいる。					
平成24年度	取組内容 (H24年度計画)	目標	総合動植物公園入園者数 675,624人			
		手法	・シティプロモーション活動の推進・アジアゾウ関連イベントの実施・特別企画展等の開催・動植物公園と自然史博物館が連携したイベントの実施・魅力ある大型映像番組の上映・閑散期におけるスタンプラリー実施			
	活動実績 (どのような活動を行い、結果どうなったか)	活動	・首都圏等における鉄道を利用したPR活動、動植物公園と自然史博物館が連携して開催したゾウシンポジウム、新たに誕生したマレーグマ「ノア」やセグウェイお披露目式など話題性のあるイベントの実施により、認知度の向上を図った。 ・「アンモナイトのレプリカづくり」等、自然史博物館と動植物公園との連携によるイベントの実施や、ボランティアガイドツアー、閑散期に二川地区4施設連携した「二川ぐるっとスタンプラリー」の実施など、イベントの魅力増加と集客増を図った。 ・魅力向上に向けた施設のリニューアル計画の策定。			
		結果	総合動植物公園入園者数 700,314人(自然史博物館入館者数 562,344人)			
事業実績 (成果を表す指標、実績の推移)	指標1	総合動植物公園入園者数	指標2	自然史博物館入館者数		
	実績	H22	673,442人	実績	H22	524,370人
		H23	675,624人		H23	548,985人
H24		700,314人	H24		562,344人	
内部評価 (達成度評価)	B	猛暑や寒波の影響があったものの、ゾウシンポジウムなどの話題性のあるイベントや大型映像リニューアル、シティプロモーション活動の推進などにより入園者数の増加を果たすことができたため、達成度をBとした。				
(評価基準) A：計画を越える達成 B：計画達成 C：完了 D：未達成 E：中止・保留						

平成25年度	<p>今後の展開 (H25年度に何を を行い、どのよ うな状態にした のか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○シティプロモーション活動のさらなる推進により、認知度の向上と集客増を図っていく。 <ul style="list-style-type: none"> ・鉄道を利用した広域宣伝活動の拡充 ・高速道路サービスエリアにおけるPR ・若年層を対象としたラジオCMの拡大 ○話題性の高いイベント等の開催（コンテンツの充実） <ul style="list-style-type: none"> ・ナイトガーデン拡充 ・セグウェイガイドツアーの実施 ・話題性のあるトピックスと連動・連携したイベントの開催 ・昨今の他施設の観覧傾向を考慮したより魅力のある大型映像番組選定 ○自然史博物館と連携したイベントの充実 ○二川地区周辺施設との連携強化 ○全国規模の会議等開催 <ul style="list-style-type: none"> ・動物園技術者研究会の開催 ○経営体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・指定管理者制度見直しによる経営体制の強化 ・有料のエサやり体験の導入 ・駐車場の有料化検討 ・遊具使用料など料金体系の見直し検討 ○小・中学校等を訪問しての遠足誘致活動の推進 ○バス事業者など関係団体との連携強化 ○企業、事業所を訪問しての誘客活動の推進 ○施設のリニューアルによる魅力向上 <ul style="list-style-type: none"> ・主園路舗装工事（カナル周辺整備） ・獣舎等基本設計、実施設計（ゾウの放飼場ほか） ・寒暖設備改修工事など
--------	--	---

「のんほいパーク 100万人プロジェクト」 の仕組みづくり



リニューアル事業の展開

リニューアルコンセプト

- 理 念
「自然の大切さを感じ、学び、楽しむ」
- 目 標
～思い出がくりかえし
引き継がれる空間づくり～

生息環境の創出

動植物を守る取組

おもてなしの空間整備

地域との連携による公園づくり

リニューアル事業の概要

1. 西園を中心とした動物園エリア

【現状】

開園当初の古い展示方法・経年劣化の状況

【リニューアルの方向性】

本園の広い敷地を活かし、以下の魅力的な展示環境創出を目指す

- オンリーワンの展示環境
- 野生の自然環境を冒険しているような展示環境
- 生き物を間近で見られる展示環境

2. おもてなしの空間整備(快適環境整備)

【現状】

施設の経年劣化の状況

暑さ寒さ対策の充実の要請

【リニューアルの方向性】

- こども達の歓声とともに、だれもが安心して楽しめる環境の創出
- レジャー施設としての魅力、楽しさの向上
 - ・暑さ対策・打ち水スポットやドライミストなど
 - ・寒さ対策・寒風を凌げるビューイング通路や全天候型休憩所など

プロモーション活動の展開と 経営体制の強化



これまでの取組（～24年度）

- 広域的な情報発信の推進

東京

- 京葉線の車内モニター（22年度）
- 東京駅京葉通路大型ビジョン（23年度～）

名古屋

- 名古屋地下鉄中吊ポスター（22年度～）
- 金山駅内大型ビジョン（23年度）

岐阜～静岡方面

- 東海道本線中吊ポスター（23年度～）

● 魅力的なイベントなどの実施

- 四季のイベント
- 「マーラ」一般公開
セレモニー(23年度)
- 大型映像リニューアル(23年度)
- ゾウシンポジウム(24年度)
- 電子マネー対応券売機導入(24年度) 等



現在の取組(25年度)

● 広域的な 情報発信の推進

- 鉄道を利用した
広域宣伝活動の充実
- 高速道路サービスエリア
におけるマイカー利用者へのPR
- 若年層を対象にした
ラジオCMの拡大(ZIP-FM)



● 魅力的なイベントなどの実施

● ナイトガーデンの拡充

- ・開催エリアの拡大(自然史博物館等)
- ・飲食ブースの新規設置
- ・乗り放題遊具の拡大



● マレーグマ「ノア」など
話題性のある
トピックスの情報発信



● セグウェイ
ガイドツアーの実施

● スマートフォンアプリ
による情報提供



- 全国的に注目を集める
ジオパーク構想の紹介



- 魅力ある大型映像
番組の選定



今後の取組み(25年度～)

- 安定的で健全な経営体質の構築
- 活性化推進プロジェクト会議の設置
 - ・指定管理者制度など管理運営体制の見直し
レストラン・売店等の魅力向上など
 - ・新たな収入確保
有料餌やり体験の導入(25年8月を目途)など
 - ・料金体系の在り方検討
駐車場有料化検討
遊具使用料など料金体系見直し検討

- 夏季や平日など閑散時(期)の対応
- 暑さ対策の強化と屋内施設でのイベント充実
- 遠足の誘致や高齢者、子育て中の若い主婦層の誘客

