

## 1. 魅力的な動物園に向けて ～活性化計画の基本方針～

おもろい・あきない（飽きない）動物園となっていくために、動物園の魅力向上を進めるとともに、みんなの動物園となることを目指して、ボランティアや市民等との連携・協働による動物園の活性化を図っていきます。

### <魅力的な動物園に向けての現状と課題>

動物園は、動物の生態を学び、命の大切さを伝える「学習・教育の場」である一方、希少な生きた動物を見ることができ、家族、グループで楽しい時間を過ごす「レジャーの場」でもあります。

しかしながら、他の集客施設でお客様サービスやホスピタリティの高い接遇が進む中、動物園でのサービス向上は進まず、お客様に楽しんでいただくという視点での改善の取り組みが不足していました。

### <課題解決に向けた活性化の基本方針>

来園者にとって魅力的な動物園とは、多くの生きた動物を観覧するという基本に加えて、個々の動物の躍動や佇みなど特性がわかる動きを見ることができれば展示の魅力がアップすることから、旭山動物園をはじめとした行動を誘発する展示手法が多く動物園で採用されており、当園の展示、説明手法についても、魅力的なものとするための工夫をしていく必要があります。

動物展示の次に、魅力的な動物園となるために必要なことは、園内の快適な環境と満足度の高いサービスの提供です。単に目的の動物舎に向かって園路を歩くだけでなく、そこに木陰やベンチ、花壇などくつろぎの空間があり、清掃も行き届いている、楽しい時間を過ごしていただける飲食機能や物販機能が充実している、また、園内スタッフの積極的なお客様との挨拶、会話などホスピタリティ感の高い接遇が実施されているなどの点が合わさって満足度が向上することから、次に掲げる点を重視した活性化施策を実施し、満足の実感によるリピーターの獲得につなげていきます。

## 2. 魅力あるコンテンツの開発とその発信

### 2-1. メインコンテンツである動物展示の強化

動物園の使命である、「動物の魅力を発信し、楽しみながら野生動物や家畜などの動物についての理解や自然環境や生物の多様性への気づきを与える」を踏まえ、メインコンテンツである「動物展示」を格段に強化します。

#### ■現状の課題

野生動物の減少や希少種保護の規制の強化などもあって、展示動物の確保が難しくなっています。コレクション計画に基づき、集中と選択を図りつつ、保全が必要な動物だけでなく、人気ある動物種の繁殖と導入確保に取り組む必要があります。

動物が生き活きと行動する姿はお客様の目をひくものとなりますが、現状では必ずしも動物の行動を誘発する取組みは十分とは言えません。

また、動物園においてお客様に豊かな体験をしてもらうためには、動物に関する体験・体感を演出することが必要ですが、現状では十分ではありません。

動物舎前において、飼育員による解説を行っていますが、常時解説員を配置することは難しく、動物舎前にパネルの設置も進めています、その取組みも十分ではありません。

『ZOO21計画』に基づき設置した動物舎については、老朽箇所の修繕や設備の更新を除き施設の大規模な更新は予定していませんが、このような動物舎においても、魅力向上の検討が必要です。



## ■活性化計画

(魅力的な動物の導入と繁殖)

- ① コレクション計画に基づいて集中と選択を図りつつ、国内外の動物園との繁殖協力を積極的に進め、計画的に人気動物の導入と繁殖に取り組みます。

(野生本来の行動を誘発する動物の展示)

- ② 野生本来の動物の行動を魅力的に見せる展示を行います。新設する動物舎については、動物が自然に近い環境で暮らす様子を再現した従来の生態的展示の良さを残しつつ、動物の野生本来の行動を誘発し、見せることができる魅力的な展示となるよう計画します。
- ③ 既設の動物舎についても、動物の行動を引き出す工夫を盛り込むなどにより展示の魅力を高め、それをアピールしていきます。飼育動物の生活の質を高めるための工夫である「環境エンリッチメント」を全園的に推進し、その成果を行動を誘発する展示として活用します。
- ④ 動物の健康管理のための動物のトレーニング（ハズバンドアリートレーニング）を全園的に推進し、動物の特徴や習性を展示する手法としても応用します。
- ⑤ 給餌方法の工夫などにより、動物と来園者の安全を守りつつ、来園者に動物を近くに感じただけのような展示を行います。新たに設置する施設については、来園者と動物との距離感の演出に配慮したものとします。

(体験・体感活動の強化)

- ⑥ 動物とのふれあいやお客様による餌やりなどの体験・体感ができる活動を強化します。この際、野生動物が家畜や愛玩動物とは異なることについて来園者の理解を求めつつ、それぞれの動物の習性や特徴などを学びながら動物と接することができるプログラムを提供していきます。

(動物舎前での情報提供・情報発信の強化)

- ⑦ 飼育員による解説や動物舎前に掲示するパネルなどにより、積極的に動物の魅力の発信を行います。パネルについては、種名や当該種の基本的情報に関する常設パネルだけでなく、タイムリーな情報を発信できるパネルを設置して積極的にメッセージを発信します。
- ⑧ 動物解説などを行うボランティア活動を支援し、魅力発信の機会を拡大します。



■当園の現状  
シアターボックスの環境エンリッチメント



ふれあい広場のミニナガヤギ

国内の動物園間の繁殖協力により、26年11月に当園でホッキョクグマの赤ちゃんが生まれ、無事に生育した。公開されたその姿は来園者の人気を博した。



飼育展示の工夫として、給餌の工夫や遊具の導入など「環境エンリッチメント」の取組みを進めている。平成27(2015)年には、NPO法人市民ZOOネットワークが実施する「エンリッチメント大賞」を当園が受賞した。



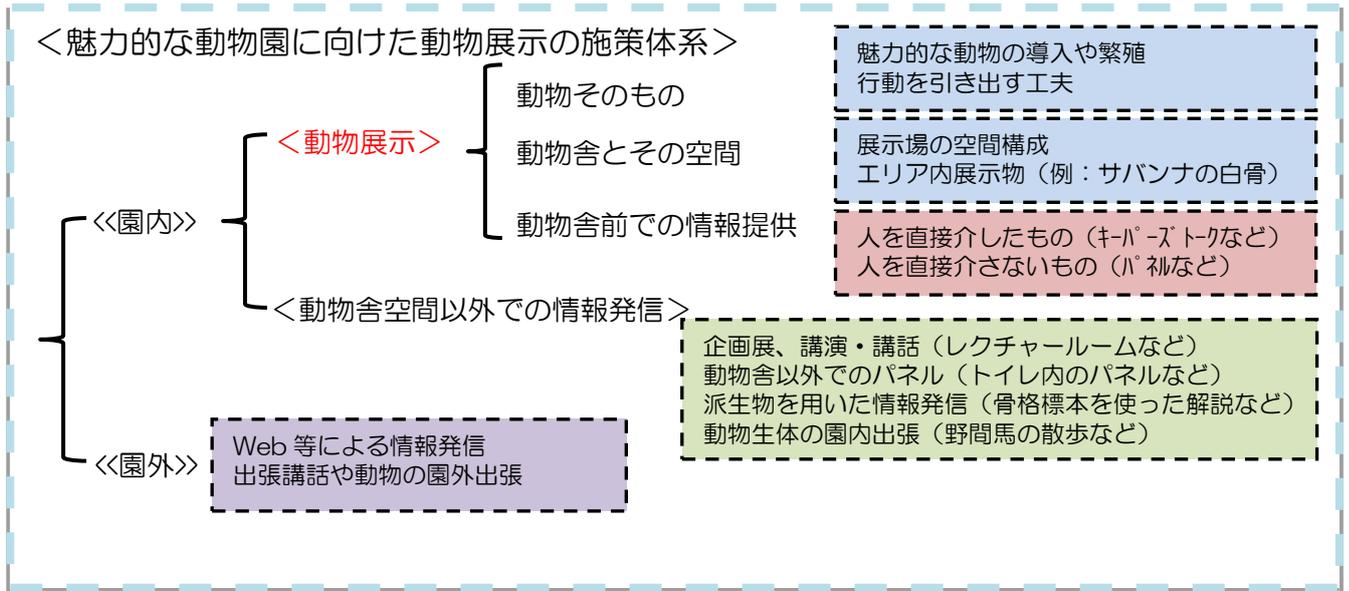
動物に対する関心呼び込むため、動物舎前のパネル掲示の工夫に取り組んでいる。



(参考) 動物園の施策体系

動物園のメインコンテンツは動物そのものであり、その維持管理に力が注がれるが、魅力的な動物園としていくためには、動物の飼育に関する工夫のみならず、動物舎とその空間のデザイン、動物舎前の情報提供も併せて総合的に魅力の向上とその発信を考えていく必要がある。

また、動物のことを伝えていくという観点からは、動物舎以外での園内の情報発信やWEBを通じた情報発信なども重要な取り組みとなる。



## 2. 魅力あるコンテンツの開発とその発信

### 2-2. 魅力的なイベント企画づくり

動物園内でより大きな賑わいを創出していくためには、単に動物を展示するのみならず、各種のイベントを企画実施していくことが必要です。飼育員による特別なガイドや特別な餌やり・ふれあい、バックヤードツアー、ワークショップ、講演会、音楽イベント、植物関連イベントなど、多様なイベントを企画実施し、発信していきます。

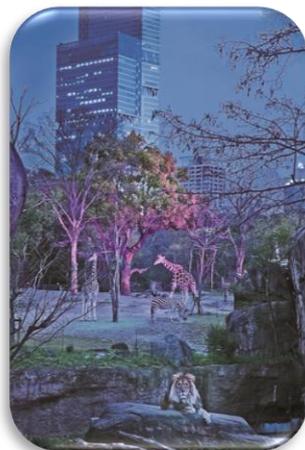
#### ■現状の課題

イベントについては、長期のイベント開催計画が策定できておらず、場当たりのイベント実施になりがちで、園をあげてワクワク感や盛り上がり感を醸成することが不十分でした。そのため、集客と魅力伝達につながる戦略的・効果的なイベント開催にはなっていない状況です。



#### ■活性化計画

- ① ナイト・ズーなど季節の大型イベントを企画し、その実施を定例化していきます。
- ② 賑わいの創出、動物の魅力の発信、参加者の学びなどにつながる様々なミニイベントの企画開発を行い、実施します。
- ③ イベントの実施に当たっては、職員による実施のみならず、市民、ボランティア、NPO、地元企業などとの協働を積極的に進めて、多くの人達に支えていただくイベント運営を目指します。
- ④ 数年先を見越して、歳時記と連動した年間イベント計画を策定します。
- ⑤ 個別のスポンサーイベントも積極的に推進します。



平成 27(2015)年 夏のナイトZOO

## 2. 魅力あるコンテンツの開発とその発信

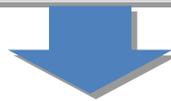
### 2-3. 広報・プロモーション

広報・プロモーションは、園内でのコンテンツや企画をいかにメディア・パブリシティに繋げていくかというネットワークと機動力が重要な要素となります。

現状の広報ネットワークを更に広げ、大小様々なWEB等のメディアとの連携やイベント企画と連動しながら広報の仕組み、プロモーション企画を推進し、より情報発信力を高めていきます。

#### ■現状の課題

広報、プロモーションについては、広告宣伝費がない環境の下、プレスリリースやホームページを通じた情報発信を中心に実施していますが、戦略的な発信とはなっておらず、情報発信力が不足しています。また、各種の事業の企画運営に広報の観点が入り込まれておらず、これも情報発信力が不足する一因になっています。



#### ■活性化計画

- ① 動物園ホームページをリニューアルし、来園者への好印象なイメージ訴求や園のブランド価値化を進めるとともに、全ての情報発信の基本ツールとして活用します。スタッフブログなどのSNSを通じたタイムリーな情報発信を強化します。また、新たなウェブ媒体の活用にも積極的に取り組みます。
- ② 各種メディアからの取材、番組企画、ロケーションについては、動物に著しい影響を及ぼすものや公序良俗に反するものを除き、積極的に受け入れていきます。
- ③ 当園からの情報発信が各種のメディアにリーチするよう、現状の広報ネットワークの拡大に取り組みます。
- ④ 近郊エリアの商業施設等外部と連携によるイベントのルーティン化を進めます。
- ⑤ 他の動物園との広報連携や、内外の動物関連組織との連携による広報の強化を進めます。
- ⑥ スター候補となる動物について、戦略的かつ積極的なプロモーションを進めます。



天王寺動物園 facebook



スター動物のプロモーション事例（イケメンゴリラ“シャバーニ”とオリジナルグッズの展開；名古屋市立東山動物園）

### 3. 顧客視点からの魅力向上策の展開

#### 3-1. ワクワク感を持った空間の提供

動物園の来園者にワクワク感を持っていただくためには、非日常空間の演出、楽しさを醸し出すような情報発信を意図的に行っていく必要があります。  
空間演出と賑わいづくりの視点で活性化を図っていきます。

#### ■現状の課題

これまで、施設全体の祝祭性や非日常空間の演出が足りず、集客施設として期待感の醸成が足りない施設となっていました。また、他園と比較しても緑が少なく、エントランスにおいてワクワク感を醸成する仕掛けも十分ではありませんでした。

また、清掃をはじめ園内の美観に対する取組が徹底されてきませんでした。

#### ■活性化計画

- ① 展示動物が生息している自然景観を想起させる植樹・緑化を促進し、植栽の適切な維持管理を行って、園内全体を緑溢れる空間にします。
- ② 動物園ゲートに、季節に合わせた装飾や花壇の設置、記念撮影場所の設置、動物関連情報のタイムリーな提供など、来園者のワクワク感を醸成する仕掛けを満載します。ゲートでの来園者への情報提供においては、ICTや動画も活用して楽しい情報提供を行います。
- ③ 整備計画においては、動物園の出口付近に売店を配置するなど、動物園の余韻を楽しめるような仕掛けを盛り込みます。
- ④ 清掃活動に力を入れ、ゴミの落ちていない園路、清潔なトイレ、汚れのないベンチや掲示物など、きれいへの取組を強化します。
- ⑤ 園内の美装化に取り組みます。
- ⑥ 最寄り駅から動物園までのアプローチが快適でワクワク感のある歩行者空間となるよう取り組みます。



平成 27 年 10 月にリニューアルしたてんしばゲート



園内美装化作業

### 3. 顧客視点からの魅力向上策の展開

#### 3-2. 来園者の快適さの向上

来園者サービスを提供する施設として、来園者の高い満足度を実現するためには、快適に過ごせる園内環境を提供していく必要があります。動物園を訪れる様々な来園者に対して、できるだけバリアの少ない「ユニバーサルな動物園」を目指します。

#### ■現状の課題

園路は凹凸が多く、ベビーカーや車いすの利用者には回りにくい状態が続いています。また、動物園は屋外施設であるため、夏季や冬季、雨天といった天候の悪いときにサービスが極端に低下するという問題を抱えています。また、園内をどう巡回したらかわからないという声も多く見られています。

動物園のゲートでしか入園チケットを購入できないため、繁忙期にはチケット購入のための列ができ、入園のお客様を待たせる状況が発生しています。



#### ■活性化計画

- ① 整備計画のゾーニングの作成に当たっては、園内の回遊性に配慮したデザインとします。また、園内各所に休憩できる場所を整備するとともに、屋根付きの休憩室を整備します。
- ② 車いすやベビーカー、キャリーバッグ持参の旅行者にも優しい凹凸の少ない園内とするため、計画的に園路の補修を進めます。
- ③ 園内のトイレについては、顧客満足度の重要な要素となり得るものであり、洋式の清潔感のあるものへと計画的に改修を進めます。
- ④ 子どもや車いす利用者の目線からでも動物を楽しめるよう、ガラス面での観覧箇所の設置など必要な改修を行います。
- ⑤ 初めての来園者でも容易に巡回できるよう、園内の案内板を整備するとともに、滞在時間に合わせたわかりやすい巡回コースを設定します。また、雨天時にも来園者に楽しんでいただける巡回コースを設定します。
- ⑥ ベビーカーの貸出やコインロッカーについては、来園者の利便を考慮して、より快適に楽しんでいただくためのサービス配置の見直しを進めます。併せて、来園者視点でのゲート機能（案内、改札、物販、コインロッカー、車椅子、傘貸出等）を強化します。
- ⑦ 来園者が待ち時間なく入園できるように、入園チケット販売チャネル拡大を図り、コンビニエンスストアでの販売を実施します。

### 3. 顧客視点からの魅力向上策の展開

#### 3-3. 魅力的な飲食物販サービス

飲食・物販機能は、天王寺動物園の魅力向上において重要な課題です。サービス、ホスピタリティ、賑わい醸成において必須の機能であり、来園者のリピート率にも影響してきます。このため、魅力的な飲食・物販サービスの提供を進めます。

#### ■現状の課題

現状の飲食・物販施設は、昔ながらの施設であり、動物園の魅力向上につながるコンテンツとはなっていません。アンケート結果からもサービスという視点で不足する要素が多く見受けられます。

提供している飲食メニュー等も改善の余地があり、物販におけるオリジナルグッズも他園に比べると少ない状況にあります。

#### ■活性化計画

- ① 来園者のニーズを踏まえて、民間の活力も導入しつつ、飲食・物販施設のリニューアルを進めます。飲食・物販施設の場所については、開園時間以外でも利用できる場所や動物園ゲート付近への再配置も検討します。
- ② 飲食サービスとしては、てんしばや新世界などの動物園周辺で提供されるサービスも考慮した上で、動物園内で提供するサービスの規模と内容を適切に設定し、来園者目線に立ったサービス（冷暖房機能、ゆったりと食事を楽しめる空間など）の提供を目指します。
- ③ 物販サービスとしては、オリジナルグッズの開発・販売を積極的に進めるなど、ミュージアムショップとして動物園のブランド価値の向上に資するサービスの提供を目指します。オリジナルグッズについては、ブランドイメージの統一を図るとともに、動物園スタッフとの協議や民間企業や市民との協働を行いつつ、話題性のあるヒット商品の開発を進めます。



昔ながらの売店



協働事業で製作したトララーメン

### 3. 顧客視点からの魅力向上策の展開

#### 3-4. 何度も来場できる仕掛け（パスポート）

基本構想では、顧客のメインターゲットをファミリー層を中心とした日帰り圏内の住民と位置づけ、ターゲットに対する戦略をリピーターの確保として位置付けています。また、動物園の将来像として、何度も来たくなる「みんなの動物公園」を目指すこととしています。このため、熱心なリピーターを確保する施策として、年間パスポートを導入します。

#### ■現状の課題

年間パスポートは数多くの動物園水族館で導入されており、当園の来園者アンケート等でも多くの方より要望いただいています。しかし、これまで天王寺動物園ではこのサービスが提供できていませんでした。



#### ■活性化計画

リピーターを確保し、多くの市民に「私たちの動物園」と思っただくため、年間パスポートを導入します。導入に当たっては、現行のサポーター制度等の改編も併せて進めます。

#### ■参考となる他園・他館事例

##### ○上野動物園（東京都立）

年間パスの価格は、高校生以上 2,400 円。65 歳以上の年間パスは 1,200 円と通常の半額。

通常の入園料は 600 円。

##### ○横浜動物園ズーラシア及び金沢動物園（ともに横浜市立）

年間パスの価格は、18 歳以上 2,000 円。

通常の入園料はズーラシア 800 円、金沢 500 円。

交通系 IC カードに対応しており、これは国内の動物園では初めての取組。

##### ○旭山動物園（北海道旭川市立）

年間パスの価格は、高校生以上 1000 円。

通常の入園料は通常料金が高校生以上 820 円、旭川市民は 590 円。

### 3. 顧客視点からの魅力向上策の展開

#### 3-5. CS（顧客満足度）向上のための改善活動の推進

来園者にまた来たいと思って頂くためには、スタッフの接遇、笑顔あふれる雰囲気作りが重要です。

全スタッフが、親切で丁寧な対応、スタッフから話しかけていく姿勢など来園者に動物園を楽しんでいただくためにできることを第一に考える職員体制を構築します。

#### ■現状の課題

天王寺動物園は、市直営の施設であり、これまでサービス・接客という視点が疎かになりがちでした。接遇改善に関しては、平成 26(2014)年から研修を開始したところであり、その定着が課題となっています。また、職員のみならず、委託先等（出改札、売店、警備、清掃など）スタッフも含めた接遇の向上が課題です。

また、顧客満足度向上の観点から、動物園の活動を継続的に改善していく仕組みの構築も課題です。



#### ■活性化計画

- ① CS活動の推進を更に進めます。委託業務職員を含む動物園全スタッフがおもてなし意識の向上とホスピタリティの醸成に努めるよう意識改革に取り組みます。
- ② 接遇に対する定期的な研修を実施するとともに、その達成状況についてモニタリングを行い、更なる改善を進めます。
- ③ 来園者の苦情、要望を適切に判断し、スタッフ間の情報共有の促進を図るとともに、迅速に処理できる体制整備を行います。接客マニュアルを策定し、OJTを実施します。
- ④ 来園者と接する時間を確保できるようスタッフ業務の所掌区分を再考し、効率的な園運営となるように仕事内容の棚卸を実施します。スタッフ一人一人が今以上にお客様と時間を共有、コミュニケーションできる機会を創出していきます。

### 3. 顧客ターゲットごとの魅力向上策

#### 3-6. 天王寺・阿倍野・新世界エリアと連動した魅力向上

動物園のみならず、動物園周辺エリア全体の賑わいを創出し、大阪市の都市の魅力を高めていく必要があります。このため、公園内の各施設や周辺エリアとの連携協力を進めま

す。

#### ■現状の課題

天王寺公園内には、市立美術館、慶沢園、茶臼山といった豊かな歴史的文化的価値のある施設や史跡を有していますが、これまでは動物園と連動した公園全体の活性化は、あまり検討されてきませんでした。平成27(2015)年10月には、天王寺公園エントランスエリアに「てんしば」がオープンし、新たな賑わいを創出しています。

動物園の周辺には天王寺、阿倍野や新世界といった賑わいのあるエリアがあり、大阪府市の「都市魅力創造戦略」においては、天王寺・阿倍野地区が重点エリアとして位置付けられており、動物園も魅力創出の核となる施設として位置付けられています。

このため、動物園として、エリア全体の賑わい創出に貢献していくことが課題となっています。



#### ■活性化計画

- ① 天王寺公園全体の賑わいづくりのため、公園内の他施設（てんしば、美術館、慶沢園など）と連携したイベント等を企画実施していきます。
- ② 動物園周辺エリアの全体の活性化を目指して、近隣の商業施設等と連携したイベントを企画実施するなど、誘客のための連携協力を進めます。また、近隣商業施設カードとの連携による入園料割引についても検討します。
- ③ 動物園のてんしばゲート付近については、ゲート機能だけでなくてんしばと連動した集客機能を持つ施設としての整備を検討します。



慶沢園とあべのハルカス

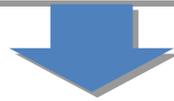
### 3. 顧客ターゲットごとの魅力向上策

#### 3-7. インバウンド対応

基本構想では、顧客のメインターゲットを日帰り圏内の住民と位置付ける一方、今後開拓すべきターゲットとして、外国人を含む観光客層を挙げています。少子化の中で動物園を安定的に運営していくためにも、伸びしろのある顧客層としての外国人観光客の誘客に取り組みます。

#### ■現状の課題

当園は、交通の便が良く、あべのハルカスや新世界といった観光集客施設にも隣接した好立地であり、近年外国人観光客の来園が著しく伸びています。国別で見れば、中国、韓国、台湾といった東アジアからの来園者が多いのが特徴です。しかし、これまでは4カ国語パンフレットを配布する以外のサービスはほとんど提供できていませんでした。



#### ■活性化計画

- ① 英語、中国語、韓国語といった多言語に対応したホームページを整備し、外国人への情報発信を強化します。
- ② 園内での多言語による情報提供を強化します。園内の基本的な案内サインは、わかりやすいピクトを用いるとともに、文字情報については原則として多言語に対応したものとします。動物解説等のパネルについても、多言語に対応したものを増やしていきます。
- ③ 簡単な挨拶程度を多言語でできるよう、スタッフの研修を行います。
- ④ 英語、中国語、韓国語に長けたスタッフを採用し配置します。通訳や翻訳が行えるボランティアの確保にも努めます。
- ⑤ 日本産動物の展示を強化し、外国人観光客層へのアピールを行います。
- ⑥ 外国人対応の観光ツアー会社や宿泊施設との連携を進めます

## 4. 外部との連携・協働による動物園の活性化

### 4-1. ボランティア・NPOとの協働

動物園をボランティアやNPOが活動できる場にしていきます。これによって、動物園が来園者に対して提供できるサービス（動物解説やふれあい活動の補助など）の拡大・深化が可能となります。また、このような協働活動を通じて、市民とともに「私たちの動物園」を作り上げていきます。

#### ■現状の課題

動物解説を行うボランティアグループ等が活動していますが、他園に比べるとボランティアの数も少ない現状にあります。また、野生動物の保護に関心を持つNPOなどとの連携は図れていません。



#### ■活性化計画

- ① ボランティアとのコミュニケーション機能を担う担当を設置し、ボランティア活動が活動しやすいような支援を行います。
- ② 動物園における教育活動（動物解説、ふれあいなど）に関わるボランティアをサポートし、その活動を活性化させることにより、動物園が提供する教育サービスを拡大します。
- ③ 野生動物の保護等について動物園と理念を共有できるNPO等との連携を進めます。
- ④ 動物解説以外にも多様な形での市民参加を促し、市民が支える動物園となるよう協力関係を構築します。



zoo friends のロゴマーク



大阪動物園ボランティアズによる

ホネホネタッチコーナー

## ■当園の現状

### ○『大阪動物園ボランティアーズ』

昭和 51(1976)年より活動開始し、第 1～4 日曜日にボランティアによる獣舎前での解説や派生物を用いた解説等を実施している。平成 28 年 3 月現在 7 名で活動している。

### ○『zoo friends』

新たな動物園への市民参加を検討するグループとして、動物園 100 周年事業の一環として新たに創設されたグループ。市民の立場から独自の園内ガイドマップの作成などを実施するとともに、さらなる多様な市民参加のあり方を模索している。平成 28(2016)年 3 月現在 16 名で活動している。

### ○その他園内で定期的に活動しているボランティア

その他、平成 23(2011)年から、公園・動物園の花木・花壇の維持管理を行っている『天王寺公園・動物園花みどりボランティアクラブ』（約 30 名）が園内で定期的に活動している。

## ■参考となる他園・他館事例

### ○『東京動物園ボランティアーズ』

昭和 49(1974)年に設置された歴史ある動物園ボランティアグループ。平成 27(2015)年 3 月のボランティア数は 731 人で、園内において動物解説等を実施している。

### ○『京都市動物園ボランティアーズ』

昭和 55(1980)年設立。いわゆる動物とのふれあい広場である「おとぎの国」において、動物とのふれあいの補助等を行っている。

## 4. 外部との連携・協働による動物園の活性化

### 4-2. 個人からの寄付

動物園の運営に対して、企業のみならず、個人からの寄付や支援を求めていくことで、多くの市民や支援者との関係を構築し、市民に支えられる動物園運営を目指します。

#### ■現状の課題

動物園を応援したいという多くの市民がおられるなかで、動物園側からそれを受け入れる枠組みを十分に提供できていません。また、ふるさと納税制度の利用も伸び悩んでいます。



#### ■活性化計画

- ① 動物園の運営状況について、市民へのアピールや効果的なメッセージを展開し、「私たちの動物園」と思ってもらえるような参加意識を高めます。
- ② 市民からの物品の寄付など様々な提案を引き受ける窓口を創設します。
- ③ ふるさと納税制度を通じた動物園への支援について、広報PRを積極的に展開します。
- ④ 市民サポーターの制度について、制度利用の特典などについて、他の市民参加の仕組みや年間パスの導入検討と併せて整理・見直しを行い、より安定的に市民からの動物園支援活動を構成できる仕組みを構築します。
- ⑤ 個人に対して寄付を募るクラウドファンディング等の新たな方法を模索します。

#### ■当園の現状

天王寺動物園へのふるさと寄付金：

- ① 自治体に寄付することで、住民税の減額など税制上の優遇を受けることができる制度。
- ② 大阪市が提供している22のメニューのひとつに「天王寺動物園の充実」がある。
- ③ 平成27(2015)年度では、約30件150万円の寄付があった。

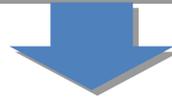
## 4. 外部との連携・協働による動物園の活性化

### 4-3. 企業からの寄付・スポンサード

企業スポンサード及び企業メセナ活動の誘致を積極的に推進します。企業とのWin-Winの連携によって、動物園活動が更に活性化する連携手法を模索していきます。

#### ■現状の課題

団体サポーターの制度により企業等からの寄付を受け付けてきましたが、近年その数や金額は減少傾向が続いています。また、動物や施設設備の寄付や協働事業について個別に受け付けてきましたが、より拡大を図っていく必要があります。



#### ■活性化計画

- ① 企業からの寄付や協働事業に係る窓口を設け、企業との間でWin-Winの関係となる協力協働を積極的に推進します。
- ② 動物園からも企業等との協働事業を企画し、提案できるよう、営業企画の機能を担う体制と担当する職員の能力の強化を図ります。
- ③ 動物生体の寄付、ベンチ等の什器・備品の寄付など、多様な寄付寄贈を受け入れます。
- ④ 外周柵、動物舎外壁等における屋外広告の導入による入園料外収入の拡大を図ります。
- ⑤ スポンサーイベント、施設に対する協賛、ネーミングライツについても検討します。