

# 「100万人集客大作戦」

## 1 ねらい・ターゲット

### ねらい

- 園に積極的に来園してもらう

### ターゲット

- 未来園者
- SNSの利用者
- 参加者の周囲の人 (家族・知人)
- 料金が高くて、アニマルファミリー制度を利用できない人
- 小・中学生
- 小・中学生保護者

## 2 実施内容

### クチコミ

- 研修参加者のクチコミ
- メールマガジン・ソーシャルネットワーク・ブログの発信
- SNSを利用 (市民に)
- 広げてゆく
- たくさんのNPOと連携 (NPOの人をたくさん園に呼びこむ)
- 紹介者割引

### 市民参加

- 2013年市民アイデア大賞
  - ・もっと身近にするアイデアを年1回募る
- 動物園検討会議を年1回開催
- 円山ZOOを楽しむルートアイデア (料理店など)
- 小学生の継続飼育員 (目玉)
- 市民ボランティアの充実

● よくするアイデアコンクールはよい!

Pick Up

### アニマルファミリー制度の充実

- 動物園FCを作る
- 積極的にアニマルファミリーになる
- ファミリー制度の充実
  - ・料金安く for 子ども用
- 少額にする。一口100円とか

## 3 実施体制

### 主体

- 研修参加者が集まる
- どんどん関心のある市民が参加する
- 動物園に関心のある人が集まって組織化

### 協力体制

- 動物園の協力
- NPOの協力
- 企業の協力

## 4 スケジュール・手順

### Step1 (準備)

- 情報収集 → 知識
- 研修に参加 (済)
- 実際に動物園へ行く (済)

### Step2 (実施)

- 研修参加者の団体
- 組織の立ち上げ
- 研修参加者の SNS 発信
- 研修 5人作戦で大きな輪
- 得意分野の洗い出し特定
- 紹介者割引
- 情報や魅力を広げていく

### Step3 (展開)

- クチコミを受けた人の自主的なクチコミ
- 贈り物としてパスポートを送る
- クチコミを受けた人に来てもらって良さを知ってもらう

● 参加者がどんどん広がる

## 5 実現に向けた課題

- 動物園との連携
- 参加者同士の連携
- 誰が始めるか
- 賛同が得られるかどうか

● 口コミだけでは大変な状況

● 5人クチコミ作戦ぜひ頑張ってもらいたい