

1 PLAN(目的・概要)

一般事務事業

政策名	交流・環境	26年度事業・施策評価結果			責任者	総務部担当課長 (広報・にぎわい振興担当)	
施策名	うるおいと魅力のある港湾空間の形成	成果	コスト				
事務事業名	名古屋港のPR	継続	維持	維持	連絡先	052-654-7947	
目的	対象(誰・何を)	県民市民、一般来港者、港湾関係者			連携課	行政管理課	
目的	意図(どういう状態にしたいか)	名古屋港の取組、施策、状況、特徴や変化について広く関心や理解を得られる状態にします。			事業期間	昭和26年度～継続	
概要	練習帆船・汽船等の誘致・一般公開を実施するとともに、「海の日名古屋みなと祭」開催に協力します。また、印刷物・広報番組・広報紙の作成・製作、ホームページの運営を行い、港務艇による港内見学「みなと体験ツアー」及びマスコットキャラクターによるPRを実施します。					根拠法令等	海の日名古屋みなと祭協賛会規約
27年度の実施予定	帆船「日本丸」、汽船「青雲丸」「大成丸」「銀河丸」の誘致・一般公開の実施、「海の日名古屋みなと祭」開催への協力及び「冬のイベント」の実施、印刷物「Port of Nagoya」「要覧」「ようこそなごやこうへ」「わたしたちの名古屋港」の作成。広報番組「What's 名古屋港」・広報紙「広報なごや港」・新聞広告の製作、ホームページの運営、「みなと体験ツアー」の実施、マスコットキャラクターによるPRの実施					実施義務	<input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無
						関連シート	

2 DO(実施)

27年度に実施した内容・結果	練習帆船・汽船の誘致・一般公開(4隻)。海の日名古屋みなと祭の開催。新規冬のイベントの開催。印刷物「Port of Nagoya」「要覧」「ようこそなごやこうへ」「わたしたちの名古屋港」の発行。広報番組「What's 名古屋港」・広報紙「広報なごや港」・新聞広告(14回)の製作、ホームページの運営(facebookページ運営を含む。。「みなと体験ツアー」の実施(17回)、マスコットキャラクターによるPRの実施(イベント参加14回)。民間活力による秋・冬の花火イベントの調整協力。					
コスト	単位	25年度	26年度	27年度	平均	備考(費用の増減理由等)
事業費	千円	50,140	52,511	57,370	53,340	平成26年度に寄港した南極観測船の寄港がなかった分の事業費、及び減員分の人件費が減少しました。一方でみなと祭及び冬のイベントの補助金が増額しました。
人件費	千円	78,840	79,281	71,352	76,491	
合計	千円	128,980	131,792	128,722	129,831	

3 CHECK(検証)

指標名		25年度	26年度	27年度	中間目標	30	指標の説明・目標値の考え方	外部要因
船舶一般公開見学者数(人)	目標	-	7,700	7,700		7,700	目標値は、過去5年間(平成21～25年度)の合計値(38,576人)の平均 38,576人÷5年間≒7,700人/年間	季節、天候、寄港隻数
	実績	7,252	10,632	5,058				
(単年度管理型)	事業進捗状況(27年度)				目標値を上回る 目標値をやや下回る	目標値どおり 目標値を下回る		
Facebookページ投稿へのいいね等の数(件)	目標	-	-	8,000		8,000	名古屋港の関心を測る指標として公式Facebookページの投稿記事へのいいね等のリアクション数を設定。目標値は過去実績を踏まえ着実な向上を目指して設定した。	通信環境、端末の変化、情報提供媒体の変化
	実績	-	7,814	7,468				
(単年度管理型)	事業進捗状況(27年度)				目標値を上回る 目標値をやや下回る	目標値どおり 目標値を下回る		
目標の達成度に対する評価 (外部要因等を踏まえた)	船舶一般公開見学者数の減少は、前年寄港した南極観測船の寄港がなかったこと、例年最も見学者数が多い練習帆船の一般公開日が雨天となったことが原因と考えられます。また、Facebookページの投稿へのいいね等の数は、運用開始直後の増減誤差があるものの、今後さらに利用者ニーズを見据えた情報展開に努める余地を残しているものと考えています。							
必要性・有効性・効率性の検証	評価	評価に関する説明						
必要性	本組が関与し、どうしてもやらなければならない事業か?	○ 港のPRは港湾管理者が主体的に取り組むべき事業です。						
	事業規模や対象範囲は利用者ニーズや社会環境にあっているか?	○ 貴重な海辺空間を活用した催事等の実施について照会や相談があるなど、潜在的なニーズが顕在化してきています。						
有効性	事務事業の目的は、施策達成に貢献するか?	○ 名古屋港への関心や理解は施策達成に不可欠となる前提条件といえるものです。						
	期待どおりの成果が得られているか?	○ 「みなと体験ツアー」で実施しているアンケートなども名古屋港の認知度向上の余地がうかがえることから、さらにPR効果を向上させる取組を進めていきます。						
効率性	最小のコストとなっているか?	○ 毎年の予算精査によるコスト縮減を通して最小のコストでの事業実施に努めています。						

4 ACTION(取組)

施策評価結果	28年度以降の方向性			判断理由
	成果	コスト		
継続	拡大	拡大		利用者ニーズを踏まえ、事業の有効性、効率性に考慮しつつ、事業効果の向上を図る必要があるため。
	資源(財・人)の投入を拡大し、取組を強化することによって、成果をあげる必要がある。			
課題				28年度以降の取組
名古屋港の取組をさらに効果的に発信するための情報収集・発信力の強化や、港湾空間利用に係る多様なニーズへの機動的対応が必要になっていきます。				より効果的な情報発信や催事等の開催についての柔軟な対応ができる体制を整備します。