

1 PLAN(目的・概要)

一般事務事業

|           |  |               |     |    |   |
|-----------|--|---------------|-----|----|---|
| 政策名       | 交流・環境  | 27年度事業・施策評価結果 |     |    | 責任者<br>総務部担当課長<br>(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            | 拡大  | 拡大 | 連絡先<br>052-654-7947<br>連携課<br>行政管理課   |
| 目的        | 対象(誰・何を)<br>県民市民、一般来港者、港湾関係者<br>意図(どういう状態にしたいか)<br>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<br>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<br>海の日名古屋みなと祭協賛会規約  |
| 28年度の実施予定 | 帆船「海王丸」、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」及び「冬のイベント」開催への協力、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<br><input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無<br>関連シート |

2 DO(実施)

|                |   |         |         |         |         |   |
|----------------|---|---------|---------|---------|---------|---|
| 28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及び冬のイベントへの開催協力。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11回)。民間活力によるイベントに対応する庁内の連絡調整会議の設置。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  | 26年度    | 27年度    | 28年度    | 平均      | 備考(費用の増減理由等)                                  |
| 事業費            | 千円  | 52,511  | 57,370  | 56,927  | 55,603  | 名古屋港のPRをより効果的にするため、広報・にぎわい振興室長(課長補佐級)を設置しました。 |
| 人件費            | 千円  | 79,281  | 71,352  | 80,631  | 77,088  |   |
| 合計             | 千円  | 131,792 | 128,722 | 137,558 | 132,691 |   |

3 CHECK(検証)

| 指標名  | 26年度  | 27年度   | 28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)<br>(単年度管理型)  | 目標<br>7,700   | 7,700  | 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<br>38,576人÷5年間≒7,700人/年間                 | 季節、天候、寄港隻数           |
|  | 実績<br>10,632  | 5,058  | 8,317  | 目標値を上回る<br>目標値をやや下回る | 目標値どおり<br>目標値を下回る |  |                      |
| Facebookページ投稿へのいいね等の数(件)<br>(単年度管理型)                               | 目標<br>-   | 8,000  | 8,000  | 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<br>7,814   | 7,468  | 10,339 | 目標値を上回る<br>目標値をやや下回る | 目標値どおり<br>目標値を下回る |  |                      |
| 目標の達成度に対する評価<br>(外部要因等を踏まえた)                                       | 船舶一般公開見学者数については、台風の影響により汽船「青雲丸」が寄港中止となりましたが、急ぎ寄港した帆船「日本丸」が一般公開することとなり見学者数増加となりました。またFacebookページ投稿へのいいね等の数については、情報発信を強化し投稿件数が前年度比1.4倍となったため、これに起因していいね等の数も同様の伸びを示しました。 |  |        |                      |                   |  |                      |
| 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<br>本組合が関与し、どうしてもやらなければならない事業か？<br>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るか？ | ○   | 港のPRは民間等の活力を積極的に取り入れながらも港湾管理者が主体的に取り組むべき事業です。貴重な水辺空間を活用した催事等についての利用者ニーズを可能な限り反映させ具体的な実施実績につなげています。 |        |                      |                   |  |                      |
| 有効性<br>事務事業の目的は、施策達成に貢献するか？<br>期待どおりの成果が得られているか？                   | ○   | 名古屋港への関心や理解を得ることは施策達成に不可欠な要素となっています。指標としているFacebookのいいね数などにみられるように情報発信の量に対応した形で反応が得られていると考えています。   |        |                      |                   |  |                      |
| 効率性<br>最小のコストとなっているか？  | ○   | 民間活力の積極的利用を図るなどして最小のコストで事業を実施しています。  |        |                      |                   |  |                      |

4 ACTION(取組)

| 施策評価結果  | 29年度以降の方向性   |     | 判断理由                                     |
|---|--|-----|--|
|   | 成果   | コスト |  |
| 継続  | 維持   | 維持  | 組織体制も強化され、事業効果も上がっており、安定した成果が図れるようにするため。 |
| 課題  | 29年度以降の取組  |     |  |
| 開港110周年となる平成29年度についても、港内の交流拠点の着実な形成が進むなど、名古屋港への注目が集まるため、更に効果的なPRを行っていくことが必要となっています。 | 名古屋港のPRをより効果的なものとするため、利用者にとって分かりやすい情報発信となるよう工夫をしていきます。 |     |  |