

1 PLAN(目的・概要)

一般事務事業

政策名	交流・環境	29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	うら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) 意図(どういう状態にしたいか)	県民市民、一般来港者、港湾関係者 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
30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を実施予定。				実施義務	<input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無
					関連シート	

2 DO(実施)

30年度に実施した内容・結果	練習帆船1隻及び練習汽船3隻の誘致・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」の発行。広報番組「What's 名古屋港」(3回)・広報紙「広報なごや港」(4回)・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(16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20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	28年度	29年度	30年度	平均	備考(費用の増減理由等)
事業費	千円	56,927	70,667	66,568	64,721	平成29年度は開港110周年事業がありましたが、本年度はその分の事業費が減少しました。
人件費	千円	80,631	82,710	82,971	82,104	
合計	千円	137,558	153,377	149,539	146,825	

3 CHECK(検証)

指標名	28年度	29年度	30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)	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 38,576人÷5年間≒7,700人/年間	季節、天候、寄港隻数
(単年度管理型)	事業進捗状況(30年度)		<input type="checkbox"/> 目標値を上回る <input type="checkbox"/> 目標値をやや下回る <input type="checkbox"/> 目標値どおり <input type="checkbox"/> 目標値を下回る				
Facebookページ投稿へのいいね等の数(件)	8,000	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ました。	通信環境、端末の変化、情報提供媒体の変化
(単年度管理型)	事業進捗状況(30年度)		<input type="checkbox"/> 目標値を上回る <input type="checkbox"/> 目標値をやや下回る <input type="checkbox"/> 目標値どおり <input type="checkbox"/> 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は、平成29年度に比べ隻数が減少したものの、当日の宣伝及び案内に力を入れたことで、1隻ごとに見学者数が増加し目標を達成しました。Facebookページ投稿へのいいね等の数については、情報発信の強化を推し進めるため、Facebook広告の実施及び名古屋港水族館との連携を実施したこと等で、いいね等の数が前年比2.2倍の増となりました。						
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	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？ 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？	<input type="radio"/> 名古屋港のPRは港湾管理者である本組合が主体的に取り組むべき事業と考えます。加えて民間事業者等の利用者ニーズにも十分耳を傾け、可能な限りその声を反映しながら港の認知度向上に資するように努めていく必要があります。					
有効性	事務事業の目的は、施策達成に貢献するか？ 期待どおりの成果が得られているか？	<input type="radio"/> 名古屋港への理解を深め、関心を高めることは施策目標の達成には必須の条件と考えます。 <input type="radio"/> 船舶一般公開見学者数は目標値を上回り、Facebookページの投稿へのいいね等の数については、前年比2.2倍増のリアクションがあり、期待以上の成果が得られました。					
効率性	最小のコストとなっているか？	<input type="radio"/> 既存のイベントを最大限に有効活用しながら事業の実施が図れたと考えます。					

4 ACTION(取組)

5年間の状況	課題	令和元年度以降の取組	継続
目標値を上回る	利用者にとって、わかりやすく伝わりやすい情報発信とするための工夫や方法、利用者ニーズへの柔軟な対応が必要です。	情報発信の強化や、更なる効果的なPRを行っていくため、多様なニーズの把握に努めるとともに、それらに対する的確な情報発信の工夫を図っていきます。	