

令和4年度 モニタリング評価実施による改善のための対応方針

施設名称： 大阪府立青少年海洋センター本館及びヨットハウス	指定管理者： ナンブフードサービス㈱、NPO法人NAC、(株)BSC・インターナショナル	指定期間： 令和3年4月1日～令和6年3月31日	施設所管課： 福祉部 子ども家庭局 子ども青少年課
----------------------------------	---	-----------------------------	------------------------------

評価項目	評価基準	評価委員の指摘・提言等	改善のための対応方針	次年度以降の事業計画等への反映内容
Ⅱ. さらなるサービスの向上に関する事項				
(2) その他 創意工夫	○その他指定管理者によるサービス向上につながる取組み、創意工夫がなされているか	SNS を用いた PR について、参加者や参加された子どもの保護者からも情報を拡散してもらうことができれば、施設の認知度の向上や実績にも繋がっていくと思うので、引き続き自主事業の実施状況や参加された子どもの様子などの情報発信に取り組まれない。	広報について、何を目的として実施するのか改めてマーケティングの視点で考え、より効果的に取り組むよう要請する。	次年度の事業計画書の『3. 利用者の増加を図るための取り組み方策』の利用促進のための広報活動の取り組みの項の「○海洋センターの魅力についてSNSを通じて常時発信し、府民へのPRと利用促進に取り組みます。」の後の「なお、SNS等の取り組みにあたっては、閲覧数、フォロワー数、いいね数等の数値目標の設定と評価を行い、より効果的な広報活動に取り組みます。」を「 <u>なお、SNS等による広報については、マーケティングの視点で考え目的を明確し、より効果的な広報活動に取り組みます。</u> 」に置き換える。
		【参考：令和3年度】 SNS や動画を用いた PR には、今後期待するところだが、SNS やソーシャルメディアを使ったマーケティングでの広報に関しては、所謂、KPI (重要業績評価指標) を設定することも重要である。単に広報するだけでなく、SNS なら「フォロワー数」や「いいねの数」、「シェアされた数」など、目標達成率を評価できる何らかの指標を設けた上で、こういった広報に取り組まれない。	【参考：令和3年度】 KGI (重要目標達成指標。最終的な目標。施設認知度の向上や利用者の増加等。) 及び KPI (KGI 達成に向けて成果を出すためのプロセスとなる指標。現在運用されているフェイスブックやインスタグラム等のアカウント閲覧数、フォロワー数、いいね数、コメント数、投稿の保存数、閲覧者のうち実際に利用した団体数等。) を検討の上、設定し、広報に取り組むよう要請する。	【参考：令和3年度】 次年度の事業計画書の『3. 利用者の増加を図るための取り組み方策』の利用促進のための広報活動の取り組みの項の「○海洋センターの魅力についてSNSを通じて常時発信し、府民へのPRと利用促進に取り組みます。」の後に、「 <u>なお、SNS等の取り組みにあたっては、閲覧数、フォロワー数、いいね数等の数値目標の設定と評価を行い、より効果的な広報活動に取り組みます。</u> 」を加える。