

令和5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
I. 提案の履行状況に関する項目				
(3) 利用者の増加を図るための具体的手法・効果	○目標年間来館者数の達成に向けた戦略的な取組みが適切に実施されているか	<p>利用者数は計画未達でも、経費削減等に努められた結果、収支はほぼ均衡している。今後は、利用者数をいかに増やしていくかが課題と考える。特に閑散期の利用者を増やすことが重要と考えられ、個人利用を増やすため、岬町のふるさと納税返礼品として登録されているカヤック体験の石ころアート等の他のプログラムも登録するといったことも検討されたい。</p> <p>また、ソフト面だけでなくハード面での整備を行い安全確保することで安心して利用でき、利用者の増加にもつながると考えられるため、府と指定管理者で連携して整備に取り組まれたい。</p>	<p>閑散期の利用者を増やすため、岬町のふるさと納税返礼品に登録するプログラムの種類を増やすことや、個人利用者向けのプログラムの充実を図るなど検討するよう要請する。</p> <p>また、安全で安心な施設にするため、ハード面での整備を進めるに当たり、引き続き日常点検や法定点検の実施、備品等の管理に努め、府の補修工事等の発注や改修計画の策定・実施に向けて連携・協力していただくよう求める。</p>	<p>岬町ふるさと返礼品の登録を R6.3.24 に行い、以前のクルージングに加え、カヌー体験なども追加する。</p> <p>また、個人の利用促進も考え、個人利用者向け、広報紙を作成し、関西国際空港等利用者も視野にいたした広報を行う。(P6「開かれた施設」のPR)</p> <p>外部専門業者委託も踏まえ、大阪府との連携を密に取りながら、将来を見据えた保守、補修などを行う。(P23, 36)</p> <p>また、今年度は「坂倉建築研究所」(海洋センター元設計業者)とも連携し、検査を行う。</p> <p>さらに自主事業において、安心してご参加いただく為看護師を常駐させる (P13)</p>
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	<p>様々な広報メディアに取り組まれている点は高く評価している。SNS を用いた PR について、フェイスブックの投稿を控え、インスタグラムを主体に運営する方針に変更されたことは、ターゲット層や利用状況を考えるとよいかと思う。ただし、どこをターゲット層とするかによって、媒体や投稿内容を工夫する必要がある。インスタグラムは画像中心の発信になるが、最近の若者は、画像を見て興味があれば投稿文も読むが、興味がなければ読まないという傾向がある。文章での説明をどのように補っていくかが重要であり、文章で詳細に、論理的に訴えるのであれば、インスタグラム以外の広報も検討されたい。</p> <p>なお、参考までにフェイスブックとインスタグラムは、連携(同時投稿・予約投稿)可能。</p>	<p>SNS を用いた PR について、マーケティング視点に加え、主なターゲット層を意識し、大学生ボランティアリーダー等の若者の意見も積極的に取り入れるなどして、投稿内容や媒体を工夫・検討するよう要請する。</p> <p>なお、フェイスブックとインスタグラムの連携については、指定管理者の判断によるところと考える。</p>	<p>QRコードを活用し、スマートフォンで気軽にセンターホームページやインスタグラムにアクセスできるようにすると同時に、日々の天気や気温などの情報伝達も行う。さらに海での活動を魅力的に伝える動画も作成する (P7)</p>
		<p>【参考：令和4年度】</p> <p>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えれば、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たい。</p>	<p>【参考：令和4年度】</p> <p>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。</p>	<p>【令和4年度】</p> <p>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めます。」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めます。」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めます。</u>」に置き換える。</p>

		<p>【参考：令和3年度】 SNS や動画をを用いた 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みたい。</p>	<p>【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。</p>	<p>【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、「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。」を加える。</p>
--	--	--	--	--