

高松市公の施設指定管理者導入施設に対する評価

評価対象期間：令和4年4月1日～令和5年3月31日

施設名	高松国分寺ホール		
指定管理者	日本管財・JTBコミュニケーションデザイン共同事業体	施設所管課等	文化芸術振興課
指定期間	平成30年4月1日～令和5年3月31日(5年間)	公募・非公募の別	公募
所在地	高松市国分寺町新名430番地	業務の概要	・ホールの使用許可及びその変更の許可、使用許可の取消し並びに使用の停止に関する業務 ・入館の拒否及び退館の命令に関する業務 ・ホール及び設備の維持管理に関する業務 ・ホール利用の促進に関する業務 ・ホールを利用した文化芸術の振興に関する業務 ・その他ホールの設置目的を達成するための事業実施に関する業務
施設の概要	【施設】 鉄骨鉄筋コンクリート造(一部鉄筋コンクリート造、鉄骨造) 地上2階建 【使用時間】 9～22時 休館日：月曜日、年末年始		

	項目名	令和4年度	令和3年度	項目名	令和4年度	令和3年度
利用状況等	利用者数	30,724 人	21,923 人	ホール稼働率(日別)	85.1 %	70.1 %
	自主事業開催数	32 回	31 回			
	自主事業参加者数	7,833 人	7,365 人			
収支状況等	収入総額	50,582 千円	45,712 千円	支出総額	50,445 千円	46,440 千円
	指定管理料収入	40,897 千円	39,459 千円	精算額(市へ戻入分)	255 千円	0 千円
	施設利用料収入	9,685 千円	6,253 千円		千円	千円

評価基準	評価項目	指定管理者自己評価コメント	所管課等評価
2 住民の平等な利用確保	①管理運営、施設事業との関連性 ②平等な利用の確保	事業計画に基づき、利用者の公平性、平等性確保に重点を置いた運営を実施した。またアンケート結果より、「施設の使いやすさ」「清掃」「スタッフ対応」について、回答者全てが「良い/やや良い」を回答。理由として「施設の清潔さ」や「スタッフの丁寧な説明、笑顔や挨拶」が挙げられており、市民の平等な利用の確保に向けた実践ができていた。	S
3 施設の効用の最大限の発揮	①利用促進対策 ②広報・PR対策 ③企画事業・自主事業 ④市・関係団体・地域等との連携 ⑤サービス向上の取組 ⑥相談・苦情への対応	コロナ禍の収束に伴い、ホールの利用率も回復傾向にあるため、この機会を逃さずSNSの発信に取り組んだ。特にInstagramやTwitter等での発信強化により、フォロワー数が大幅に上昇し、より多くの方々に向けたPRが実施できている。また今後、発信方法には課題があるものの、Youtubeも開始し、高松国分寺ホールらしさを出しながら魅力発信に取り組んでいきたい。利用者アンケート結果についても各公演の満足度は約90%と高評価をいただいております。リピーターから新規顧客まで幅広いターゲット層に安心・安全に利用いただくことができました。自主事業については約30の事業を展開し、多様な世代が参画可能な機会を創出、交流人口から関係人口への拡大の起爆剤とすることができた。	S
4 管理を安定して行うための人員及び財政基盤の確保	①職員確保計画等 ②教育・研修 ③就業規則等の遵守 ④施設運営の健全性の確保 ⑤損害保険等 ⑥収支計画と執行管理	職員の勤務シフトを適切に設定し効率的な人員配置を実現した。また施設の繁忙期や時間、ホールの利用状況を考慮し、翌月の勤務シフトを早期に作成、適切な休日の確保に努めた。個人情報保護やコンプライアンスにかかる教育の実施、公文協研修会への参加、サステナブルに関する教育等、施設活性化に向けた人材育成に取り組んだ。また、社員のメンタルヘルス研修を実施し、結果をもとに改善を行った。運営経費の執行については、本社経理部門との相互チェックにより、基本協定書・事業計画書に基づく適切な予算管理を行った。適切な保険に加入し、利用者・来館者とのトラブルも発生しなかった。	A
5 管理に係る経費の縮減	①収入の確保・適正な人件費 ②運営経費の節減対策・コミュニティビジネスの視点 ③経営の効率化 ④合理的な会計制度	利用者の視点に立った設備利用料金の設定や参加者の視点に立った入場料設定等、収入確保に向けた取組を実施。地域で活躍する文化団体の活動場所の提供、「ソト」との交流機会の創出等により、地域課題の解決に寄与。	A

総合評価コメント	総合評価
高松国分寺ホール指定管理者として、施設の維持管理・運營業務については、運営マニュアルに基づき、適切に実施できている。また、個人情報保護、コンプライアンス、環境配慮に関する試験を行うほか、「サステナブル」に関する研修・教育を実施するなど、時代に沿った教育も積極的に取り入れ、職員への周知徹底のための工夫がなされている。 ホールのPRに関しては、分かりやすい情報提供に努めるとともに、引き続きインターネットを活用しない層を念頭に置いたチラシ配布等、幅広い世代に向けた利用促進対策が行われており評価できる。また、館内に、県内の他の文化施設のチラシ・ポスターを集めてPRするコーナーを設けており、来館を契機として、様々な文化事業に興味を持ってもらうための工夫がなされている。 新型コロナウイルス感染症の影響は依然としてあったものの、ホール稼働率は前年度を上回っており、ウェブサイトやSNS等を活用するほか、Youtubeの開設など積極的な広報・PR活動の取組みがなされている。また、自主事業では、参加者の増加に繋がる工夫をしながら、個人や文化団体の活動に寄り添った小規模な事業を含め多様な事業展開を行うなど、利用者の満足度は高い。地域との連携については、開館当初より地元の文化団体、コミュニティ協議会等と協力した事業展開を行っている。 これまで同様、地域と密接に連携するとともに、本市西部地域における市民の文化活動の創造・発表、交流の拠点として、ホールのさらなる価値の向上に努めてもらいたい。	S