

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
<p>(1) 5/125点 ①管理運営の方針・コンセプト・目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本施設を観光誘客の拠点として位置づけ、市民はもちろん、堺を来訪される観光客をはじめとするあらゆるお客様へおもてなしの心をもって接することを基本とし、堺の観光や歴史文化の魅力発信に努める。</li> <li>多彩な事業サービス提供、地域文化振興に貢献。</li> <li>堺の魅力を広く発信し、交流と賑わいを創出。</li> <li>効率的な施設運営と安心で安全な施設管理を実現。</li> <li>中長期的な視点と定性的、定量的な両面から適正な目標を設定 (P5 参照)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺市の観光施策等との連携による市内周遊等を促進。</li> <li>市民協働の活動により堺の新しい都市観光の需要を喚起。市民協働による「堺まち物語協議会」によるプロデュース。</li> <li>スターバックス、梅の花との事業連携による賑わいを演出。にぎわいマルシェ(春季、夏季、秋季の拠点エリア全体のイベント)の開催。</li> <li>共同体の運営実績等を生かして高付加価値の集客を実現(トータルメディア:大和ミュージアムで年間集客84万人以上維持の事業運営実績、日本旅行:JR西日本グループの広域集客力、かんでんジョイナス:大阪市立科学館年間集客75万人の団体対応、学校対応等の運営実績、MID:NHK大阪放送会館、グランフロント大阪等大規模施設のビル管理、警備、清掃等の実績)。(様式5-1、5-1・2参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>千利休や与謝野晶子の心や精神を今に伝える市内の諸団体(大阪芸術大学OUATV(芸大テレビ)・FM大阪)などと連携し、ホームページやSNS、パンフレットを活用して情報を発信。</li> <li>大阪芸術大学と連携し、学生が周辺地域の飲食や物販、製造現場などを訪ね観光客の受け入れを調整したうえで、これらのお店や施設に誘う堺観光ナビアプリ「(仮称)堺ゆるり散歩」を開発提供して、本施設を訪れる来館者と周辺地域との結びつきを生み出す。</li> <li>来館される国内外の人々と共に「もてなしの心」を体感し共有し、それを発信する「おもてなしの文化とこころの交流館」として運営。</li> </ul>
<p>②平等利用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業務の詳細を網羅する「堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営サービスマニュアル」を整備し、このマニュアルを基礎に全スタッフ間での情報共有をはかり常にアップデートすることで、平等な利用の確保とともに、サービスレベルの維持向上を実現する。</li> <li>貸館利用者向けに「利用案内」「利用手引き」を作成する。</li> <li>施設ホームページの基本情報は、多言語対応を行い、外国人の施設利用を促進。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺まちものがたり協議会(仮称)の結成を公募のワークショップ形式として実施し、利用者から事業参加の可能性という幅広い視点で本施設が認知され、多様な来館の動機付けが行えるように情報発信を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用を希望される方が公平に利用機会を確保できるよう公開抽選を実施。</li> </ul>
<p>(2) 25/125点 ①経営管理計画①(経営資源、組織体制、事業実績)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺観コン:地域経済の活性化および文化の向上に寄与する活動に取り組んできた堺市内で唯一の団体。堺観コンの約300の会員企業等や堺の伝統産業従事者と連携した堺独自の文化創造や情報発信等を実現。</li> <li>JTBC:ソフィア堺、東京シティ・アイ、東京観光情報センター(都内3か所)の運営など、同種施設の運営実績有。</li> <li>南海ビルサービス:総合維持管理企業として幅広い業務内容を展開し、指定管理者としての公共施設管理運営業務の豊富な実績、経験、ノウハウを有している。</li> <li>各団体の本部、本社サポート機能の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>トータルメディア:大和ミュージアムの事務局長経験者がサポート担当。凸版印刷グループの社員の福利厚生での利用促進の告知、各社ホームページでの掲出等の協力連携の体制を構築、電子チラシサイトShufooへの広報掲出の実施</li> <li>日本旅行:旅行代理店としての企画造成、鉄道、バス等との連携営業実績等業態を生かした運営。大和ミュージアムでの営業・広報の実績ノウハウ提供(年間12万人以上の営業実績)。JR西日本グループのネットワークを生かしたデジタルサイネージ等広報連携。</li> <li>かんでんジョイナス・MID:関西電力グループの社員・OBへの利用促進の告知、各社ホームページ等媒体での掲出等の協力体制を構築、事業者の公共向け展示コーナーでの掲示等の実施。(様式5-2-1参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>伊藤喜ベストメイツ:派遣会社の特性を最大限生かし、優秀な人材の確保・育成を実施。マナー研修・語学研修に力を入れる。指定管理者実績なし</li> <li>エフエム大阪ヒューマンネット:ラジオ・インターネット番組で当該施設を積極的に紹介。指定管理者実績なし</li> <li>㈱イトーキ:文化・展示施設に多くの実績あり。映像・音響機器も長年の実績がある。指定管理者実績なし</li> <li>協力企業:大阪芸術大学。独自の番組構成と多彩な教授陣による公開講座を実施し、当該施設においてキュレーター(学芸員)を育成し、堺市から歴史・文化の素晴らしさを発信。</li> <li>協力企業:その他地元NPO法人。「歴史や文化を縦軸に人の和や繋がりを横軸に」、堺を立体的に考えようという意識を持つことによって「国際歴史都市」をグランドデザインする方々を応援しているNPO法人 大小路界限「夢」倶楽部と連携。</li> </ul>

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
②経営管理計画②(施設運営計画)	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺への観光ビジター数の指標や、堺市役所展望ロビー、堺伝統産業会館、市内観光案内所来訪者数のデータなどから初年度年間利用者数15万人、H29以降年約4%増加の目標を設定。</li> <li>観コンによるプロモーション強化により主に近畿圏をマーケットにした集客増に努める。</li> <li>利用者サービス向上への取り組みとして、堺観コンにおいて実施している観光宣伝事業やプロモーション事業等を活用・拡充するとともに、新規事業メニューの開発を行う。また、旅行関係企業への誘致プロモーションを強化する。</li> <li>開業インパクト後の利用者減少を回避するため、教育機関等への誘致強化や、近畿圏、中国・四国、九州地方の旅行エージェント、バス会社等へのプロモーション強化により、来場者の増加及び利用料金収入の維持拡大をはかる。</li> <li>堺の観光プロモーション等集客魅力にかかる経費総額として「印刷製本費」「広告料」「委託料」を計上し、全体費用の約10パーセントを確保。各種PRツールにおける広告収入やホームページバナー広告収入や公的助成制度の活用や各種協賛の獲得などを図ることで一定水準を維持する。</li> <li>還付割合は、利益(総収入ー総支出)の60%を還付する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>計画地30キロ圏域人口や茶道等への参加率等から潜在需要を算定し、基準年となる開館5年目の集客目標を約15万人と算定。</li> <li>開業初年度は、開業効果を見込んで基準年1.25倍の187,500人目標。</li> <li>堺市博物館実績等により有料入館者割合37%、無料入館者割合62%と算定。</li> <li>幅広い年齢層、ファミリー層の目的客を中心とした有料入館者数設定。(様式5-2-2・1~3参照)</li> <li>事業収支計画の方針は、経営資源の消耗に傾斜することなく、むしろ経営資源を創出する要因を市民活動に求め、市民自らが地域力を高めるプロデュースができるようにサポートする好循環なしくみを重視。</li> <li>営業、広報に投入する予算は計画(約10%)を維持しつつ口コミ効果等市民活動を取り込んだ観光需要拡大につながる要素(堺まち物語協議会の活動)を発展させることで、入館者数の下振れリスクに対応。</li> <li>サポート企業等のタイアップ、協賛等による広報経費の軽減化を実施。</li> <li>還付割合は黒字の50パーセント。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大魚夜市、堺まつりなど毎年多くの来場者数を見込めるイベントが多くあり、これらを本施設との関連性をアピールし誘導することにより多くの来場者が期待できる。年間20万人以上集客目標(うち休日10万人以上等)。</li> <li>来館者、利用者の下振れリスクへの対応のため、まずは当該施設の存在を常に身近に感じていただくことが重要。そのためにできるだけ多くのイベントを定期的におこない、動きがあること・情報を発信し続けていることをアピールし、あらゆる年齢層に向けてホームページ・ラジオ・インターネット番組等様々なメディアを使って情報を発信しつづけるとともに、視聴者参加型の企画も実施。</li> <li>還付割合提案なし</li> </ul>
(3) 10/125点 ①利用者ニーズの把握	<ul style="list-style-type: none"> <li>モニタリング(自己評価)シートを整備し、年4回のセルフモニタリング実施。</li> <li>利用団体や利用者代表を対象にした「利用者アンケート」「グループヒアリング」を年1回実施し、JTBC内のシンクタンク機能を活用して分析・評価し、報告。</li> <li>常設のご意見箱を設置。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開館前：堺市文化観光拠点集客プロモーション業務成果、関係者ヒアリング、プレイベントでの意見等の既存情報の分析。</li> <li>開館後：日常モニタリングと実績分析。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>利休・晶子のファンクラブを組織し、定期的に会合を開き直接聞き取り調査を実施。</li> <li>実際に利用されている方の名前のお客様のニーズを把握するため聞き取り調査(一般観光客毎月1回100名を目途)と利用者満足度アンケート調査を実施。</li> </ul>
②マーケティング・プロモーション計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺観コンホームページやポスター、チラシ、観光パンフレットの配布などにより広く周知を図るとともに、堺市広報誌やミニコミ誌、タウン誌等を活用。</li> <li>交通機関、旅行業者等との連携や旅行博への出展など戦略的かつ多角的な広報活動を実施。</li> <li>堺観コン独自の各種ツールを活かした幅広いプロモーション活動の展開。 <ul style="list-style-type: none"> <li>○年間約57万件のアクセスを誇る堺観コンホームページで本施設専用のページを開設。</li> <li>○年間5万人が訪れる市内3カ所の観光案内所での情報提供。</li> <li>○70万人の集客を誇る市内最大のイベント“堺まつり”(堺観コン主催)と連携。</li> <li>○堺観コンが支援するツアー団体の提案において、</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JR西日本との連携。JR西日本主要駅デジタルサイネージ等交通広告、ICOCA電子マネーの導入による広告ネットワークへの掲出、JR西日本情報誌「西Navi」等への掲出。</li> <li>特定マーケット(会員組織)との連携。JAF・リロクラブ、リソル、ベネフィットワン、JTBベネフィット(えらべる倶楽部)、ウェルボックス等との福利厚生優待加盟店契約を結び告知を拡大。</li> <li>旅行代理店への営業。重点地区(首都圏、名古屋、大阪、広島、福岡)の重点旅行代理店(JTB、日本旅行、近畿日本ツーリスト、トップツアー、阪急交通社、クラブツーリズム、読売旅行、名鉄観光サービス、農協観光等)への営業展開。</li> <li>日本旅行での営業展開。本社、営業本部、赤い風</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用者のニーズに合った施設の楽しみ方、使い方を知っていただくため、「施設との関わり度合い別」という視点を戦略構築の軸として整理し、併せて「地域別」「世代別」「時期別」について検討し、これらを組み合わせてマーケティングに取り組む。</li> <li>通常のWEBサイト、パンフレットの告知は元より、新聞、ラジオ、TV、雑誌などへのメディアや番組の制作PRを積極的に行う。</li> <li>開業準備期間中から、開業までのカウントダウン形式で施設の案内をし、開業後は施設の広報番組として施設をアピールするFM大阪の番組での広報(毎週5分の番組)。</li> <li>GoogleやYahooの検索エンジンに対して効果的な検索キーワードを配した広報及び堺観光ナビアプリ</li> </ul>

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
	<p>ツアー企画事業者や団体などに積極的な誘客を図ることが可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JTBグループのネットワークを最大限活用したプロモーション活動を展開。</li> <li>・駅貼り広告や車内吊り広告、フリーペーパーなど南海電鉄グループの持つ広報媒体を活用したプロモーション活動。</li> </ul>	<p>船事業部、支店、日本旅行関連会社が一体となった取組で集客拡大。「JATA旅行博」「遊プラザ」等での広報拡大。赤い風船のフリープランのパンフレットへの掲出。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・重点広報の対象者層を、エントリー層（10-20代女性、ファミリー）SNS等ロコミ重視、潜在需要層（30-60代女性、ファミリー）情報重視年代層に設定。 (様式5-3、5-3・2参照)</li> </ul>	<p>リ「(仮称)堺ゆるり散歩」による観光者の位置情報、観光客同士の交流、ボランティアガイドさんの音声、パンフレットPDF、クーポンなどの配信を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・施設内でのイベント企画内容に応じて各種サークルやNPOなどに協力を仰ぎ、FM大阪のラジオ番組出演や広報活動の協力を得たネットワークづくりやロコミによる広報を実施。</li> </ul>
③個人情報保護・情報公開の考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・運営担当のJTBCはプライバシーマーク認証取得、堺観コンは公益社団法人堺観光コンベンション協会個人情報保護規定を制定、維持管理担当の南海BSもプライバシーマーク認証取得。</li> <li>・個人情報の保護管理に関する研修を年1回以上実施。</li> <li>・運営を担う全スタッフには「守秘誓約書」の提出を義務づけ。</li> <li>・個人情報漏えい対応保険に加入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職員全員への研修・教育・指導・訓練を実施。</li> <li>・臨時職員、アルバイト、パート採用時には情報の守秘義務を雇用契約に付加。</li> <li>・文書管理においては、市の文書管理規定に基づいた管理マニュアルを作成・点検。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ISO27001取得のためのプログラムを基本に、情報セキュリティに関する社内教育を実施。</li> </ul>
④人権尊重・障害者等への考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人権教育を実施するほか、本社担当者による条例・規則等の理解を深める研修を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・堺障害者団体連合会等との連携により、にぎわいマルシェ等のイベントに招待し、利用機会を提供。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・啓発活動の実施等</li> </ul>
<p><b>(4) 20/125点</b></p> <p>①開館時間、休館日の考え方</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・堺観コンが現に管理運営している観光案内所が午前9時から午後7時まで開設していることから、観光案内展示室は午前9時から午後7時まで開館</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・午前9時開館とし早朝需要に対応。夏季盆休み(8月中旬の5日間)は開館時間1時間延長。</li> <li>・観光案内展示室以外は、午後5時閉館にそろえ、毎週月曜日休館</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕様書で市が示した水準どおり。</li> </ul>
②利用料金の考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常設展等と茶の湯等体験室とのセット割引料金検討。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・団体を10人以上とし、減免範囲を拡大し、利用促進をはかる。</li> <li>・周遊促進策として共通利用券等の期間限定企画等の実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンプカード発行等による一定以上来場者の割引を実施。</li> </ul>
③人員配置、人材育成の考え方、研修計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各部門の責任者にはグループ内での業務経験または当施設、類似施設での業務経験を有する人材を配置。</li> <li>・常勤6、臨時13、非常勤(設備)1、計20人体制。</li> <li>・アルバイト、パートスタッフについては、地元雇用を優先。</li> <li>・コミュニケーション・接客マナー研修を定期的の実施(年1回以上)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常勤19、パート10、臨時4 計33名(人件費計算では24.5名)。</li> <li>・事務局長にトータルメディア職員、事務局次長に日本旅行職員配置。</li> <li>・事務局長または事務局次長が必ず毎日勤務できる体制。アテンドスタッフについてもチーフまたはサブチーフが必ず現場管理できる体制構築。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常勤23名</li> <li>・採用当初は業務の垣根を設けずに複数分野の業務経験した後、適正を見極め適切なセクションに配置。</li> <li>・専門的分野には、専門的なスキルを身に付けている職員を採用。</li> </ul>

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
④運営体制計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>各団体間の最適な業務分担と業務間連携を活かす柔軟な実施体制により、情報共有の徹底を図る(P16参照)。</li> <li>館長をはじめスタッフ全員が実務シフトでのプレーヤーとなるマルチタスクシステムによる効率的な人員配置。</li> <li>市担当者、館長、本社の業務マネージャー参加の月例「担当者会議」を実施し、日常的な業務実施状況の確認や課題共有等を図る。</li> <li>市のモニタリングへの対応として、事業者モニタリングと連動した「モニタリング会議」の四半期毎開催。</li> <li>市学芸員および指定管理者スタッフが参加する「連絡調整会議」の毎週開催。</li> <li>来訪者サービス施設との連携策として、店舗運営責任者、指定管理者スタッフ、が参加する「(仮)プラザミーティング(事業者連絡会議)」を適宜開催(月1回程度)することで、事業者間コラボレーションを推進。</li> <li>観光ボランティア協会を観光誘客の協力なパートナーとして連携する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>当日団体予約、行事、視察等の予定の確認や調整会議の決定事項の周知、目標管理の推進等を行う毎日の朝礼を実施。</li> <li>トラブル、クレーム、懸案事項の調整、臨時対応の調整事項、日別入館者数等の確認等を行う週1回の調整会議を実施。</li> <li>共同体月間収支結果監査、事業の進捗調整、課題事項の調整等を行う月1回の共同体会議を実施。</li> <li>観光素材の勉強会(ワークショップ)、にぎわいマルシェ等事業の企画等を行う月1回の堺まち物語協議会(仮称)を実施。</li> <li>月間報告、年間・翌月の事業計画等の調整、観光施策との連携調整、企画展等の事業計画の調整、ショップ商品開発等の調整等を行う月1回の運営調整会議を実施。(様式5-4・4及び5参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケートによる満足度の調査などを月1回実施し、市民の声をPDCAに反映させ、改善していき新しい企画のアイデアとする。</li> <li>観光知識の共有や提供、地元団体との協議会の結成や懇談会などをおこなう。また伝統産業組合で新しい製品の開発などをお願いする。</li> </ul>
⑤リスク管理計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設賠償保険の加入、施設維持管理業務については24時間365日緊急対応が可能な体制</li> <li>緊急連絡体制表の整備と緊急時対応マニュアルの整備。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>博物館総合保険加入(対物・対人損害賠償責任保険)</li> <li>週1回定例会議でクレーム等共有</li> <li>災害時対応マニュアル化。総合受付にAED設置。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保険加入。</li> <li>苦情を少なくし、利用者の満足度の向上のため、接客マナー等向上のための職員研修が必要になるため、定期的にビジネスマナー研修を実施。</li> <li>緊急時は、整備する「事故対応マニュアル」に基づく対応を迅速に行う。</li> </ul>
(5) 25/125点 ①観光案内展示室の運営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービス提供時間を午前9時から午後7時とすることによる観光客ニーズの充足。</li> <li>観光案内の更新については、利用者や観光客からの口コミ情報や、スタッフが実際に体験した情報なども積極的に収集・発信していく。</li> <li>周遊パッケージチケットの販売による市内周遊観光の促進。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光催事、企画展等に連動した展示、情報更新の実施。</li> <li>周辺観光を促進する体験プログラム等の案内。まち歩きオリエンテーション、利休屋敷跡・晶子生家跡解説ツアー、にぎわいマルシェ等イベント(ハンドベルコンサート)等。(様式5-5-1参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存する堺の風習や祭りなどの季節ごと、堺の風物や習慣などを紹介。</li> <li>コミュニティFM局の設置などによる地域集中型の情報発信</li> </ul>
②茶の湯等体験室の運営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>三千家の協力を得ながら、堺市でのお茶の文化の定着と、市外への情報発信のための事業実施に努める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>季節の立礼呈茶、香を楽しむ呈茶等の実施。</li> <li>四畳半内部、復元茶室「待庵」内部の茶室特別見学ツアーの実施。</li> <li>茶の湯体験(広間茶事・わび茶点前等)の実施。</li> <li>春秋の文化財特別公開時の茶会+トークイベントの実施。</li> <li>堺まつりに連動した大寄せ茶会等の実施。(様式5-5-1・2参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>初釜から暁の茶事、朝茶事、口切の茶事、夜話、雪見の会などの可能な茶事を四季折、月替わりで実施。</li> <li>和敬清寂等をはじめ、茶道の基本講座を随時実施。</li> <li>千家十職の方々の講演会を開催。</li> <li>五節句や日本の歳時記に基づいてイベントを企画。</li> <li>特別茶会等を催す際には実際の桃山時代の陶器などを使用し、利休が貫いた「茶の哲学」を体感できる会にします。</li> </ul>

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
③復元茶室の運営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>予約制の「復元茶室『待庵』特別見学ツアー」の実施だけでなく、企画展とのパッケージ券の設定や、来訪者サービス施設とのコラボ企画の実施を検討。</li> <li>堺観コンが参画する堺フィルムコミッション実行委員会との連携を図り、映像作品の撮影セットとしての活用方法を検討。</li> </ul>	②と一体的に提案されている。	<ul style="list-style-type: none"> <li>「利休ごのみ」と呼ばれる茶器の展示を企画し、利休の愛した究極の茶器を展示。</li> <li>桃山陶器の花器と生け花の展示を実施。</li> <li>「(仮称)友の会」による特別茶会などを開催。</li> <li>「風流」や「粋」といった無形・抽象の美を五感で感じられる茶会を企画。</li> <li>無形文化遺産となった日本食の一角を担う和菓子や茶懐石を頂きながら、堺の茶の湯文化を体感してもらう。</li> </ul>
④企画展示室の運営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>利休、晶子、堺の歴史を体験できる魅力的な企画展を展開 (P20 参照)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺市観光部、学芸員と計画段階から協議調整し、春、夏、秋のシーズンピークを形成する企画展等を実施。(様式 5-5-1・3 参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>学芸員と観覧者の両方のお手伝いをする必要がある。必要に応じてボランティアガイドなどを用意。</li> </ul>
⑤集客・賑わい創出業務の運営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>香道体験、世界のお茶展示販売、書道ライブパフォーマンス等、講座室活用のカルチャー・生涯学習講座の開催 (P21 参照)。</li> <li>開館記念、オープニングイベントは「千」にこだわった演出・イベント (P22 参照)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>集客、にぎわい創出事業コンセプト</li> <li>堺まち物語協議会(仮称)活動の自立化サポート</li> <li>にぎわいマルシェ開催(春、夏、秋年3回)</li> <li>フロントコート、賑わいの道を使った周辺観光を促進する集客イベントの実施。文化財特別公開に連動した臨時のテント物販、やクイズラリーポイントの設置。</li> <li>フロントコート、賑わいの道を使った施設のにぎわいを創出する集客イベントの実施。利休、晶子ほか記念日のキャンドルイベント、クリスマスシーズンのイルミネーションイベント等。(様式 5-5-1・4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「(仮称)なりきり利休」等、年に1度堺市の市民を中心に「千利休コンテスト」を開催し、話題性と地域の絆を創出する。</li> </ul>
⑥駐車場運営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>カーシェアリングを検討。専門会社による市場調査等の上、配車可能か検討。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>タイムズによる管理運営。ICOCA等のICカード精算に対応。</li> <li>南大阪エリアのタイムズ24駐車場(精算機上部)での広報掲出。</li> <li>堺観光タイムズMAPの改訂版の市内観光案内所への配布。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>条例で示した水準どおりの料金設定。</li> </ul>
⑦自主事業の実施計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>大手飲料メーカーの清涼飲料水自動販売機(バリアフリータイプ)を屋内に1台、屋外に1台、計2台設置。屋外は震災支援型自動販売機。</li> <li>管理事務室でのコピーサービス、FAXサービス。</li> <li>インターネット無線接続サービス「フリースポット(無料インターネット回線)」を提供。</li> <li>観コン推奨の堺優良観光みやげ品等販売。</li> <li>既存グッズの販売だけにととまらず、オリジナル商品開発にも取り組む。(P24、25 参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>館内の環境衛生、資料保全の視点や賑わいの道の利用促進の視点から自動販売機を屋外に設置。賑わいの道の各所に分散して4台程度設置。バリアフリータイプ、災害時無料配布可能な仕様を予定。</li> <li>グッズショップの運営にあたっては、施設のオリジナル性の確保のため、本施設限定が可能な商品を選定してオリジナルロゴシールを貼付する。</li> <li>堺まち物語協議会(仮称)による企画を商品化。</li> <li>オリジナルパッケージとスイーツマップがセットになった企画商品の販売によりショップからまち歩きへ誘導。</li> <li>利休の菓子として茶会記にある焼き栗づくり体験</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自動販売機の設置。地震などの災害発生時に、通信ネットワーク技術を活用した遠隔操作によって、自動販売機に搭載された電光掲示板に災害情報を流したり、本体に残っている飲料を無償で提供したりと、緊急時にも対応可能な自動販売機を設置。</li> <li>体験型イベント なりきり利休、なりきり晶子、着物レンタル・撮影</li> <li>講座・教室 初心者向け茶道教室、和歌を詠む会、千家十職会</li> <li>公演 タレント・教授の公演及び演奏会、聖歌隊、講談</li> </ul>

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
		<p>プログラム、呈茶がセットになった焼き栗販売により、ショップから立礼席へ誘導等。 (様式 5-5-3 参照)</p>	<p>師と浪曲 ・販売 茶道具販売、古美術の販売、堺ブランドのお茶販売 ・グッズショップの運営にあたっては、既存の名品だけでなく地元企業とのコラボレーションにより新たな堺の名産品となりうる商品開発に努める。 想定年間売上 21.6 百万円</p>
<p>(6) 30/125 点 (うち価格点 25/125 点) ①設維持管理経費の考え方</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>部品等の耐用年数や状況をみながら破損前に小修繕(プリメンテナンス)を実施する「予防保全」を基軸として高い水準で施設機能を保持すると共に、施設のライフサイクルコスト削減を達成していく。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライフサイクルコストの最適化を図り、高効率経営の実現に役立つビルマネジメントシステムを導入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>電気設備、空調設備、消防設備、給排水衛生設備等に関する点検業務のうち、巡回点検業務時に実施できるものは技術員で実施し、外部コストの発生を抑制。</li> <li>設備運転監視員の配置は計画していない。月1回の巡回点検による人の目を通しての管理と、機械警備による24時間監視業務を提案。また、24時間BACSセンターによる警報受信及び第二次対応体制を引く。</li> </ul>
<p>②経費削減に向けた考え方・収支計画</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設維持管理業務においては、近隣施設で多くの常駐物件を管理している南海BSのネットワーク力をもって迅速に対応することで、品質を下げることなく設備員を非常駐化し、大きく経費を削減。</li> <li>公益法人としての活動や民間指定管理者としての経験、ノウハウ等を最大限活用することで、管理運営経費の削減を実現し、指定管理料上限を約4.2%下回る指定管理料を提案。</li> <li>担当業務間を相互連携できる業務分担と効率的な人員配置により人件費削減に取り組む。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エネルギーデータの集計・分析から管理コスト低減及び最適化を提案(年平均1%削減努力目標)。</li> <li>関西電力グループの強みを活かした節電、省エネを提案。</li> <li>適切な設備管理のもと、最適な修繕計画を作成し資産価値の保持に貢献。</li> <li>ソフト事業のコスト低減策として、夏季のシーズンピーク形成のために、企画展(指定管理者)と関連イベント、にぎわい創出事業をセットにして実施し、集中効果をあげるとともに経費節減を実現。</li> <li>堺まち物語協議会(仮称)の活動を公開し、イベント化することでコスト削減と独自性、情報発信を両立。</li> <li>サポート企業の人材、ノウハウ、その他の協賛事業により広告費等を削減。</li> <li>グループ企業のネットワークを活かした営業広報経費の低減化、掲出条件等の調整により合理化。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建物・設備の大規模改修になる前に部品交換により大きな出費を抑制。</li> </ul>
<p>価格点</p>	<p>180,994 千円/180,994 千円×25 点=25 点</p>	<p>180,994 千円/189,000 千円×25 点≒23.94 点 =23 点(小数点以下切捨て)</p>	<p>180,994 千円/186,900 千円×25 点≒24.21 =24 点(小数点以下切捨て)</p>
<p>(7) 10/125 点 (うち基礎点 5/125 点) ①障害者等就職困難者の雇用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JTB C 障害者雇用実雇用率 2.01% 達成。</li> <li>南海 BS グループでは障害者の雇用促進を目的とした会社「株式会社南海ハートフルサービス」を設立し、ノーマライゼーション環境の推進に努めている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>配置可能な業務内容等と就労希望者のマッチングについて、堺市就労支援協会等の就労支援ネットワークを活用し就労機会の拡大に寄与する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験就労期間実施(2週間以内)、体験就労者へ賃金支払はなし。体験就労を経て面談の上雇用。</li> <li>本施設で使用する物品について、可能な限り市内の障害者就労施設などから調達。</li> </ul>

審査項目	堺観コン・JTB・南海グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	かほる・堺
②市内経済の活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>受付アルバイトや清掃スタッフは地元雇用を推進する。</li> <li>印刷製本、消耗品購入、小規模修繕、託児保育サービスなどの業務に関しては、地元事業者の発注を推進。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アテンドスタッフ等の堺市内での雇用を促進。</li> <li>春季、秋季に加えて企画展とまち歩き等との関連イベントで夏季の観光需要を喚起し、にぎわい、交流を活性化する。</li> <li>堺まち物語協議会（仮称）の活動による観光需要の拡大。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設職員が中心となり、地域住民、協力企業、協力NPOと共に旧市街地の清掃を行うことで対話が生まれ意見交換などの機会を生み出すようにする。</li> </ul>
③地域振興、地域コミュニティの醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設の開館に先がけて関係者や地域住民のみなさまを招待する「内覧会」を実施。</li> <li>年1回程度の地元住民懇談会の開催を計画。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>にぎわいマルシェ等のエリアイベントの開催による多様な連携で集客力を高めることをアピールし、市内の他のエリアイベントを誘発、喚起する等の波及効果を及ぼす。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元団体の協力 大小路界限「夢」倶楽部等</li> </ul>
④環境問題への取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>維持管理担当の南海BSはIS014001取得。本施設の管理運営についても、IS014001に準拠した管理運営を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>省エネ取組により年1%削減努力目標の具現化／等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設全体で省エネルギー、省CO2に取り組む。</li> </ul>
障害者の雇用状況 (全社該当要)	観光コンベンション協会 ×	かんでんジョイナス ×	エフエム大阪ヒューマンネット ×
高齢者の雇用状況 (全社該当要)	×	×	×
本社・本店の状況 (1社以上該当要)	○ (1点)	×	×