

## 指定管理者評価表

様式1

## 1 基本情報

<b>(1) 公の施設の名称</b>	
堺市立歴史文化にぎわいプラザ	
<b>(2) 施設の設置目的</b>	
堺の歴史・文化資源の紹介を通じて、本市の魅力ある文化を発信し、及び振興することにより、都市魅力の向上及びまちのにぎわいの創出を図るために設置。	
<b>(3) 所管部局</b>	
文化観光局 観光部 観光推進課	
<b>(4) 指定管理者名</b>	
堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ (株式会社トータルメディア開発研究所、株式会社日本旅行、株式会社かんでんジョイナス、関電ファシリティーズ株式会社)	
<b>(5) 指定期間</b>	
平成26年10月1日から平成32年3月31日まで（5年6か月間）	
<b>(6) 主な事業</b>	
○施設運營業務（千利休茶の湯館、茶の湯体験施設、与謝野晶子記念館、観光案内展示室、企画展示室、講座室等） ○集客・にぎわい創出業務 ○広報・プロモーション業務 ○施設維持管理業務	
<b>(7) 有料施設の有無</b>	
有(利用料金制)	
<b>(8) 公募・非公募の別</b>	
公募	
<b>(9) 主な利用者</b>	<b>(10) 市内における受益対象者数</b>
市民・市外からの観光客	全市民
<b>(11) 近隣の類似施設名及び当該施設の評価に用いられている指標</b>	
堺市博物館	

## 2 管理運営状況

## (1) 特筆すべき事項(地域貢献等の実績、取組、成果等)

運営において、単館で完了する事業だけではなく、市内周遊を促すスタンプラリーの実施やまち歩きマップの作成などにより、堺市立歴史文化にぎわいプラザ(愛称:さかい利晶の杜)の賑わいを周辺地域にも波及させている。また、与謝野晶子ゆかりの商店街である堺山之口商店街をはじめ周辺地域との連携や、堺観光ボランティア協会などの関係団体との連携を積極的に行うことで、費用対効果が高まる取り組みを行っている。

## (2) 利用者サービス

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
指定管理者名	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ	堺市立歴史文化にぎわいプラザ運営グループ
ア 利用者数 (人)	33,533	457,022	331,938	309,825	/
イ 稼働率 (%)	—	—	—	講座室63.4	
ウ 利用者満足度 (%)	84	84	80	80	
「利用者サービス」における市による状況分析	平成29年度の利用者数は前年をやや下回っているが、新規顧客獲得のための企画や積極的な広報PR活動などが集客につながっており、平成29年度の利用者数も目標を上回っている状況にある。				

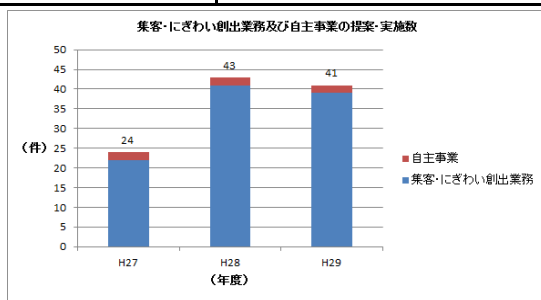
## (3) 収支状況(単位:円)

		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度(予算)
ア 収入	指定管理料	66,000,000	211,505,000	212,000,000	211,500,000	211,500,000
	利用料金	3,072,320	68,627,546	52,142,860	49,571,750	51,483,760
	負担金	0	0	0	0	
	その他収入	1,353,800	1,642,020	737,680	853,762	1,115,500
合 計		70,426,120	281,774,566	264,880,540	261,925,512	264,099,260
イ 支出	人件費	20,136,600	103,486,000	111,378,122	110,320,874	109,324,577
	委託料 ( )内は総支出額に占める委託料の割合	988,000 (1.5%)	9,637,000 (3.6%)	9,808,000 (3.6%)	9,697,172 (3.6%)	8,553,600 (3.3%)
	その他経費	46,206,885	157,531,140	152,202,448	148,031,224	144,468,178
合 計		67,331,485	270,654,140	273,388,570	268,049,270	262,346,355
利用者一人当たりの支出額		2,008	592	824	865	—
ウ 収支差額		3,094,635	11,120,426	-8,508,030	-6,123,758	1,752,905
エ 市への納付金の額		1,547,318	5,560,213	0	0	876,452
オ 徴収委託の場合の徴収額		—	—	—	—	—
「収支状況」における市による状況分析		千利休と茶の湯や与謝野晶子と文学をはじめとした本市がもつ歴史・文化の魅力の発信という本施設の設置目的を達成するために、これらに関連した多角的な事業の実施や、施設の認知度向上・集客力向上のための広報活動に積極的に予算を投入したことで支出が増大し、指定管理者の収支は赤字となっている。この赤字については、公費による指定管理料の補填を行わない中、指定管理者が自己資金を投入し、施設の設置目的の達成に取り組んだ結果と考えている。				

### 3 目標管理、評価等

#### (1)適正な管理運営の確保

<b>目標管理</b>	評価の指標	集客・にぎわい創出業務及び自主事業の提案・実施数	(設定理由) 本施設の設置目的を果たすためには、定例的な運営に加えて、さらに集客を促進し、にぎわいを生み出す業務の実施が必要であるため。
	目標	年間10件以上	(設定理由) 実施の状況を測るためには実施数が適切であるため。
	実績	集客・にぎわい創出業務：計41件 自主事業：グッズショップの運営・自動販売機の運営 計2件	(分析) 単独実施だけでなく、他団体との連携企画を実施するなど、年間を通じて多様な事業を実施したため。 ※目標未達成時は詳細な原因分析



平等利用、維持管理、人員配置、事故対応、安全・緊急時対策等に関する特記事項	設備機器の省エネ運用を行うことで、電力使用量を削減し、前年比93.8%を達成した。
---------------------------------------	---

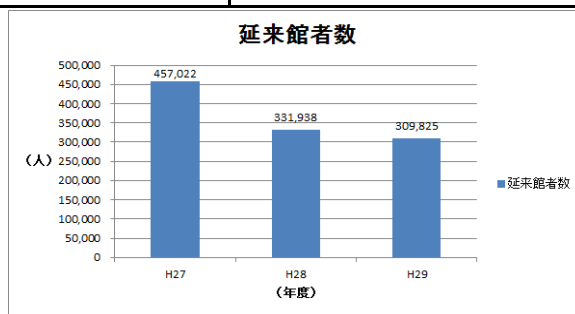
利用者等からの意見、要望、苦情等とその対応	館内の観光ボランティアガイドの接遇姿勢により不快な思いをしたとの意見があったため、改善に努めている。
-----------------------	--

	指定管理者の自己評価	市の評価
評価	A	A
具体的な理由	館の運営に加えて、「千利休」「茶の湯文化」「与謝野晶子」などを切り口とした事業や、堺がもつ歴史・文化に触れることのできる事業などを多数実施することで、歴史・文化の魅力発信とともに賑わい創出を行った。また、イベントのターゲット層に応じたSNS等を活用した誘客にも取り組んだ。	開館以来継続してきた連携事業や、アニメを活用したスタンプラリーなど、民間事業者のノウハウを活用して、本市の歴史・文化の魅力発信を行うとともに集客につながる事業を展開している。
対応策等	館の集客力を維持し、にぎわいの創出を図っていくために、民間ノウハウやネットワークを活用した企画を提案、実施していく。	市内周遊を促す魅力あるイベントの開催など、これまでの実績と民間ノウハウを活用して、積極的に企画・実施していただきたい。

<b>評価基準</b>	S	効率的又は効果的な管理運営に資する具体的な業務改善等の取組みを行い、仕様書で求める目標や水準を大幅に上回り(120%以上)、かつ前年度実績を上回る成果があり、特に優れているもの
	A	効率的又は効果的な管理運営に資する具体的な業務改善等の取組みを行い、仕様書で求める目標や水準を上回り、かつ前年度実績を上回る成果があり、優れているもの
	B	概ね仕様書で求める目標や水準どおり(80~100%)の成果があり、適正なもの
	C	仕様書で求める目標や水準を下回り、努力が必要なもの
	D	管理運営が適切に行われたとは認められず、改善が必要なもの

(2)利用者サービスの向上への取組

<b>目標管理</b>	評価の指標	利用者数	(設定理由) 利用者サービスの向上は利用者数の向上につながるものであるため。
	目標	年間延来館者数150,000人 (指定管理者目標306,000人)	(設定理由) 計画段階からの目標値および年度事業計画書にて指定管理者が定めた目標値。
	実績	年間延来館者数309,825人	(分析) ※目標未達成時は詳細な原因分析 魅力あるイベントや積極的な広報PR活動を実施したため。



利用者サービス、利用促進、自主事業、人権尊重に配慮した情報提供、利用者意見・要望の反映等に関する特記事項	接遇スキルアップ研修や、人権研修、消防訓練、救命救急講習等を実施し、サービスレベルの向上や緊急時への対応能力の向上による利用者サービスの向上に努めた。
--	---

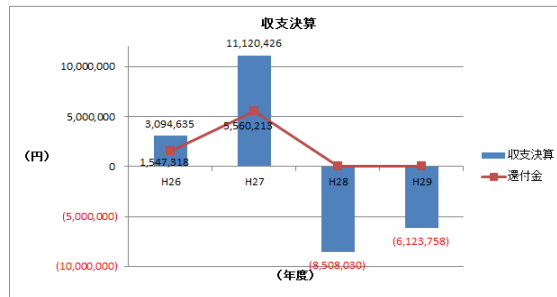
利用者等からの意見、要望、苦情等とその対応	来館者100万人達成イベント「第1回堺W-1グランプリ(11月開催)」では、想定を上回る来客があり混乱を招いた。課題を踏まえて改善し次年度も実施していく。
-----------------------	---

<b>評価等</b>	指定管理者の自己評価		市の評価		
	評価	A		A	
	具体的な理由	漫画・アニメ「文豪ストレイドッグス」とのコラボキャンペーンにおいては、「与謝野晶子」だけではなく、堺ゆかりの文豪「織田作之助」も含めた企画を実施することで、堺の歴史文化の魅力発信が行えた。また、若年層へのPRのためSNSを積極的に活用した広報を行った。		少子高齢化の進展も踏まえ、市内65歳以上の2割引を実施し、さらに展示観覧と隣接する飲食施設の食事がセットになったメニューを用意することで、シニア層への集客を図った。また、首都圏プロモーションを実施し、団体集客につなげた。	
対応策等	開館以降、お客様満足度は高い水準を維持できているため、各サービスのブラッシュアップを行い、サービス向上に努める。来館者維持の取組については、企画力を最大限に活かし、さらなる集客に努める。		引き続き、効果的なプロモーションや、誘引策を実施していくことで、目標達成を行っていただきたい。		

<b>評価基準</b>	S	効率的又は効果的な管理運営に資する具体的な業務改善等の取組を行い、仕様書で求める目標や水準を大幅に上回り(120%以上)、かつ前年度実績を上回る成果があり、特に優れているもの
	A	効率的又は効果的な管理運営に資する具体的な業務改善等の取組を行い、仕様書で求める目標や水準を上回り、かつ前年度実績を上回る成果があり、優れているもの
	B	概ね仕様書で求める目標や水準どおり(80~100%)の成果があり、適正なもの
	C	仕様書で求める目標や水準を下回り、努力が必要なもの
	D	管理運営が適切に行われたとは認められず、改善が必要なもの

(3) 収支の実績

目標管理	評価の指標	収支決算	(設定理由) 収支の状況を測るため。
	目標	黒字	(設定理由) 運営状況を測る指標となるため。
	実績	▲ 6, 1 2 3 千円	(分析) 多角的な事業の実施や、施設の認知度向上・集客力向上のための広報活動に積極的に予算を投入したことで支出が増大している。 ※目標未達成時は詳細な原因分析



収入増加のための取組、収支状況、経営状況、経理事務等に関する特記事項	漫画・アニメ「文豪ストレイドッグス」とのコラボレーションキャンペーンにおいて有料ゾーンを組み込んだスタンプラリーの実施や、堺W-1グランプリ等の新たな集客事業を実施。
------------------------------------	---

利用者等からの意見、要望、苦情等とその対応	特になし
-----------------------	------

評価等	指定管理者の自己評価		市の評価	
	評価	B	B	B
	具体的な理由	開館から3年目を迎える中、目標とする来館者数を達成するため、多角的な事業実施や広報PR活動に予算を投入したため、収支は赤字であるが、所管課への四半期ごとの決算報告など、徹底した収支管理を行い、来館者数目標を達成しながら赤字幅を削減することができた。	指定管理者による支出削減の努力の結果、館のサービスレベルを維持しながら赤字幅を削減することができたため。	
対応策等	次年度以降も、省エネ運用等も継続し歳出削減に努めるとともに利用料金収入の確保を図り収支の改善に努める。	利用者収入を確保しつつ、赤字を減らしていくためには、イベント等の開催のほか施設自体の魅力を向上し、集客につなげていく必要がある。引き続き、既存コンテンツを利用した集客策などにも力を入れてほしい。		

評価基準	S	効率的又は効果的な管理運営に資する具体的な業務改善等の取組みを行い、仕様書で求める目標や水準を大幅に上回り(120%以上)、かつ前年度実績を上回る成果があり、特に優れているもの
	A	効率的又は効果的な管理運営に資する具体的な業務改善等の取組みを行い、仕様書で求める目標や水準を上回り、かつ前年度実績を上回る成果があり、優れているもの
	B	概ね仕様書で求める目標や水準どおり(80~100%)の成果があり、適正なもの
	C	仕様書で求める目標や水準を下回り、努力が必要なもの
	D	管理運営が適切に行われたとは認められず、改善が必要なもの