

# 指定管理者制度導入施設の管理運営検証結果【検証シート】令和5年度

|       |                                    |        |                                  |
|-------|------------------------------------|--------|----------------------------------|
|       |                                    |        | 管理No.                            |
| 施設の名称 | やまぎん県民ホール（山形県総合文化芸術館）<br>山形魅力発信モール | 指定管理者  | 株式会社 清川屋                         |
| 所在地   | 山形県山形市双葉町1丁目2-38                   | 県担当課   | 県民文化芸術振興課<br>県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室 |
| 指定期間  | 令和 元年12月1日 ~ 令和 8年3月31日            | (電話番号) | ( 023-630-2903 )                 |
| 検証期間  | 令和 5年4月1日 ~ 令和 6年3月31日             |        |                                  |

| 検証項目 | 指定管理者による自己検証 | 県(施設所管課)による評価・検証 |
|------|--------------|------------------|
|------|--------------|------------------|

## 1 仕様書等に沿った管理・運營業務の履行状況

|                                 |   |   |
|---------------------------------|---|---|
| <p>① 管理・運營業務の履行状況</p>           | <p>・令和2年12月に魅力発信モールが全館開館してから4年目の営業業務となり、コロナ感染症も落ち着き、平常時としての管理・運營業務を想定して履行にあたった。</p> <p>・「0035 BY KIYOKAWAYA」「0035gather」では、県産品の魅力を発信できる売場づくりを継続して行い、魅力発信に力を入れた。</p> <p>・「0035 BY KIYOKAWAYA」では、最終的に、35市町村の商品を取り扱うことができた。また、全国的に著名なアーティストの公演との連携企画として、県産食材を使ったドリンクを販売。SNSを通じて県内外に魅力の拡散を行ったところ、利用者からの評価が高かった。</p> <p>・公演やホール前イベント広場での利用が増えており、それに合わせ、文化側指定管理者やイベント主催者と連携した関連商品のコーナーづくりを行うことで、施設全体として賑わいを創出することができ、かつ、県産品の魅力発信をより効果的に行うことができた。</p> <p>・「0035gather」では、県産酒をしっかりと味わえる専用グラスや、ゆったりとテイastingができる環境を整え、有料試飲を開始したことで、接客機会が増え、県産酒のPRができ、購買につなげることができた。</p> <p>・「アルケッチャーノ コンチェルト」では、奥田シェフの発信力を活用し、県外の方や外国人旅行者の来店があり、県産食材の品質やこだわりを深掘りした料理の提供をおこなって、県産食材の魅力を発信した。</p> <p>・イベント主催者向けに、レストランでの立食プランを提案し、利用があった。</p> <p>・道の駅などの観光施設で広く配布される観光情報誌に魅力発信モールの情報を有料掲載や、ラジオCMを使い集客対策を実施した。</p> <p>・駐車場管理運営では、公演時の混雑時に事前精算機の案内表示強化や、誘導業務を行い、ホール利用者の利便性向上を行った。駐車場の安全性の面では、夜間の騒ぎなどの防止のため、駅前交番との連携を密にし、警備会社での見回り強化を行った。迷惑行為防止のために、駐車場利用の規約の変更や、看板の設置、SNSでの発信や、直接担当者への注意を実施し、安全確保を実施した。</p> | <p style="text-align: center;">評 価</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">B</p> <p>《評価の理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産品の販売について、地域に偏りのない商品の取扱いに努め、年度末には、県内全ての市町村の商品を取り扱うに至っている。</li> <li>・イベント主催者や文化機能指定管理者と連携を図り、県産食材を使用したコラボドリンクを販売したり、イベントに関連した商品コーナーを設置する等、県産品のPRにつなげている。</li> <li>・店舗パンフレットの作成や観光情報誌への掲載、ラジオCMの活用等により集客を図るとともに、観光動画を流すモニターの設置やSNSを活用した観光情報の発信等により、県内各地への回遊誘導に繋がる取組みを実施している。今後、既存の取組みを強化するとともに、市町村や観光関係団体と連携して企画を実施する等、更なる集客、県内回遊策の実施に期待する。</li> <li>・駐車場管理運営では、蓄積された経験を踏まえ、利用者の利便性向上に努めるとともに、駅前交番との連携や看板設置、夜間警備業務を委託する等により、安全性を確保し、適切な管理運営に努めている。</li> </ul> |
| <p>② 管理・運営上の課題、問題点（改善すべきこと）</p> | <p>・ホールの休業日は、賑わいが薄れることがある。山形駅西側全体の賑わいの創出が課題。</p> <p>・公演の無い日などは、来場者が大きく減っている。近隣住民向けの施策も必要がある。</p> <p>・山形駅東側に比べ外国人の割合が少ない。インバウンド向けの対策も必要。</p>   | <p>《課題等の原因分析》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ホールが休業の日の集客力が弱い。</li> <li>・イベントの有無が来場者数に大きく影響している。</li> <li>・インバウンド向けの広報について、更に工夫が必要である。</li> </ul>   |
| <p>課題、問題点への今後の対応</p>            | <p>・イベントの有無に左右されない集客力向上のため、近隣住民の日常使いの視点を取り入れた商品の取扱いやサービスの充実を図り、効果的な広報の実施により、リピーターの獲得につなげる。</p> <p>・インバウンド向けに積極的にSNSを活用し、山形魅力発信モールの取扱い商品等の魅力を発信することで集客につなげるとともに、店舗内において回遊誘導策を展開し、県内の回遊誘導につなげる。</p> <p>・年度末に全市町村の商品を取り扱うに至ったので、今後は通年での取扱いに期待する。</p>   |   |

## 2 利用者からの要望等への対応

|                         |  |   |
|-------------------------|--|---|
| <p>① 意見・要望等及びその対応状況</p> | <p>・公演の時間に合わせた営業時間の変更を行い、サービスの向上を行った。</p> <p>・ホールを利用するイベント主催者から、弁当やケータリング、来場者へのサービス提供（0035の割引券配布等）などを要望する声があったため、主催者が優先的に使えるサービスを文化側指定管理者と連携して創出し、情報拡散を行い実施した。</p> | <p style="text-align: center;">評 価</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">B</p> <p>《評価の理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来館者のニーズに応じて、営業時間の拡大やカフェメニューの追加等、柔軟な対応を行っている。</li> <li>・イベント主催者の要望に対して柔軟に対応した上で、それを契機とし、主催者向けのサービス一覧を作成し、継続的なサービスにつなげるなど、サービスの向上へつなげている。</li> </ul> |
| <p>意見・要望等への今後の対応</p>    | <p>・物産関連団体、周辺施設等からの情報収集やアンケートの実施等により、広く利用者のニーズを収集し、更なるサービス向上に努める。</p> <p>・文化機能指定管理者との連絡調整を密にして、施設利用者のニーズを的確に把握し、利便性の向上に努める。</p>                                    |   |

## 3 指定管理者制度活用効果

|                             |   |  |
|-----------------------------|---|--|
| <p>① サービスの向上</p>            | <p>・接客向上研修や安全管理研修などの社員研修を実施し、社員のレベルアップに努めている。お客様への商品提案力の強化により、リピート来店が増えている。</p> <p>・駐車場管理では、イベントにより来場者が増えたため、案内方法を改善したり、人員を増員するなどの対策を行った。</p> <p>・駐車場の事前精算機の利用が少ないため、誘導員を増やし、利用促進を図った。</p> <p>・県産酒をじっくりと味わっていただくための有料試飲を開始し、外国語表記の案内掲載も行った。</p> <p>・その場でトーストして食べられる高級食パンのメニューを追加したり、おかわりのできるサービスを実施した。</p>                  | <p style="text-align: center;">評 価</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">B</p> <p>《評価の理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・社員研修を複数回実施することにより接客技術を高め、利用者の満足度向上に努めている。</li> <li>・駐車場管理では、利用者が安全かつ快適に駐車できるように取組みを行っている。</li> <li>・利用者からの要望を契機とし新たなサービスを展開する等、サービスの向上に努めている。</li> </ul>                    |
| <p>② 経費の節減</p>              | <p>・修繕の計画において、駐車場路面の修繕スケジュールの調整を行い、効率の良い修繕を実施した。</p> <p>・排水管の破損による修繕では、配管の品質についての調査を綿密に行い、破損しにくい素材を使って修繕を実施し、のちにかかる経費の削減を実施した。</p>  | <p style="text-align: center;">評 価</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">B</p> <p>《評価の理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・計画的に修繕を行うとともに、修繕を効果的に行うことで、経費の節減を図っている。</li> </ul>  |
| <p>③ その他(地域の活性化、雇用の確保等)</p> | <p>・ホール貸館利用者がケータリングを求めた際に、地域の業者と連携したり、地域の業者を紹介したりしている。</p> <p>・花火大会や、花笠等の地域イベントに、キッチンカーの出店をおこなったり、賞品の協賛といった形で積極的に参加し、賑わい創出に取り組んでいる。</p> <p>・地元スタッフを新規に3名採用し、地域の雇用に貢献している。</p> <p>・観光関係団体と関係を深め、新規取引メーカーの開拓を行い、35市町村の商品取扱いを行った。</p> <p>・カフェメニューの拡充や、試飲試食での提供機会を増やし、商品の回転を向上させ、廃棄ロスを減らしたり、社内の店舗間での商品の移動により廃棄ロスの削減を実施している。</p> | <p style="text-align: center;">評 価</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">B</p> <p>《評価の理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域業者と連携してサービスを提供するなど地域活性化に寄与するとともに、地元スタッフを採用し、地域の雇用拡大に貢献している。</li> <li>・花火大会や花笠等の地域イベントに積極的に参加し、にぎわい創出に努めている。</li> <li>・計画的・効率的な販売方法、施設運営により、環境負荷の軽減や経費節減に努めている。</li> </ul> |
| <p>総合的な評価</p>               | <p>・文化機能指定管理者や周辺施設関係者等と連携し、概ね適正な運営管理を行っている。駐車場管理においては、大規模なイベント時等、より迅速かつ適切な対応を行う必要がある。</p> <p>・県産品の魅力発信、県内各地への回遊の拠点として、引き続き、全市町村の時機を捉えた商品を販売するとともに、効果的な広報の実施により、賑わいの創出に努める。</p>  |  |

### 【評価指標】

- A : 仕様書等に定める水準を上回っている等、優れた対応がなされている。
- B : 概ね適正に実施されている。
- C : 部分的に改善等を要するところがあるが、既に対応済み又は対応見込みである。
- D : 仕様書等に定める水準に達しておらず、大いに改善を行う必要がある。

注) 検証項目については、施設の特性等に応じて適宜追加することができるものであること。