

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3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） 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	文化スポーツ振興課県民文化館活用推進室
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 3年4月1日 ~ 令和 4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			
① 管理・運營業務の履行状況	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年12月12日より魅力発信モールが全館オープンして、初めての通年管理運營業務だった。コロナ禍の中でも、0035 BY KIYOKAWAYAでは、県産品の魅力を発信できる売場づくり、0035gatherでは、民芸を中心に、様々なイベントと連携した営業を行った。「アルケッチャーノ コンチェルト」では、コロナ禍で厳しい飲食店環境下ではあったが、テイクアウトを拡充し、価値ある料理提供を実施した。 駐車場の管理運営については、ホールイベントと情報共有を密にし、増員対応など臨機応変に対応しながら、運営をした。 	評価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの感染状況に左右される運営であったが、県と協議しながら迅速に対応している。 県内各地への回遊誘導や地域に偏りのない多様な商品の取扱いについて、更なる工夫の余地がある。 駐車場運営は文化機能指定管理者と連携し、混雑防止等を適切に行っている。
② 管理・運営上の課題、問題点（改善すべきこと）	<ul style="list-style-type: none"> 35市町村の魅力発信のために、取扱品目の見直しや、品ぞろえを強化したが、コロナの流行次第で、来館客数やホールイベントが左右され、食品ロスコントロールに苦慮する面が課題。 賑わい創出の面で、文化側指定管理者と更なる連携を実施することが課題。 駐車場の認知度強化が課題。 	<<課題等の原因分析>> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの感染の影響が来店者数等に直結している。 文化機能指定管理者との日常的な連絡調整の場が不足している。 やまぎん県民ホール利用者以外への駐車場利用促進施策が不足している。 	
課題、問題点への今後の対応	<ul style="list-style-type: none"> 県内各地への回遊誘導を図るため、地域の行事等時機を捉えた商品陳列や地域紹介のPOP展示、市町村や観光関係団体との連携について検討・見直しを図る。 文化機能指定管理者と定期的に打ち合わせを設ける等、日頃のコミュニケーションを密に行い、大ホールイベントと連携した店舗内外でのイベント開催やレストランメニューの開発などを積極的に行う。 HPやSNSでの積極的な情報発信や周辺施設との連携など駐車場利用促進策について検討し、速やかに実施する。 		
2 利用者からの要望等への対応			
① 意見・要望等及びその対応状況	<ul style="list-style-type: none"> コロナ収束を見通しながら、ホールでのイベント増加傾向に対して、より多くの来館者の駐車場利便性の向上のために、利用上限金額の変更を実施していく。 	評価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 利用実態や周辺駐車場の状況を踏まえて利用料金の改定などを行っている。
意見・要望等への今後の対応	<ul style="list-style-type: none"> 今後も利用者ニーズを積極的に把握し、的確にとらえながらサービス向上に努める。 		
3 指定管理者制度活用の効果			
① サービスの向上	<ul style="list-style-type: none"> ホールイベントに合わせて、コラボ商品を販売し、SNSを使用した広告宣伝を行った。 0035gather内の商品は、当社WEBサイト内でも購入できるようにし、利便性の向上を実施した。 仕入れメーカーとのつながりから、イベント広場などに物販や、飲食店を露店として誘致し、文化側指定管理者と連携して賑わい創出に取り組んだ。 	評価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> WEBとSNSの連動やSNSの投稿数の増加等、情報発信については改善の余地がある。 ニーズや社会情勢に即した新たなサービスを提供している。
② 経費の節減	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍で、来館数が大きく変動する中、フードロス対策に力を入れた。サンドイッチなどの生もの販売では、イベントの実施状況や繁閑を考慮した提供数の調整の実施を行い、青果物をスムージーで提供する工夫を行った。 冷暖房効率を高めるため、空調調節を細かく対応した。 	評価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 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削減に努めている。
③ その他(地域の活性化、雇用の確保等)	<ul style="list-style-type: none"> 地元農家による産直農産物の販売を不定期に実施した。 季節に合わせて、取り扱い商品の変更や入れ替えを行い、にぎやかな売場展開を実施した。 食パン販売のバリエーションを販売し、イベントのない日も周辺客の集客につながるよう取り組んだ。 従業員の産休育休に対応すべく、3名の新規雇用を行った。 	評価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 集客に繋がる商品、サービスの提供を行い、施設全体の賑わい創出に努めている。 地元スタッフを積極的に採用し、地域の雇用拡大に貢献している。
総合的な評価	<ul style="list-style-type: none"> 全般的には新型コロナウイルス感染拡大による各種制限や需要減退という不測の事態にも適切に対応している。 県産品の魅力発信、県内回遊の拠点として、ショップの名称である各市町村の特色を活かした商品販売など、より一層のPRに期待する。 適正な管理運営・利用者ニーズに沿ったサービス提供に向け、県や文化機能指定管理者、周辺施設関係者等と密接に連携・調整していく必要がある。 		

【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。