

静岡県文化施設指定管理業務に関する外部評価委員会の概要及び評価結果(年度評価)

令和3年8月

静岡県スポーツ・文化観光部文化局文化政策課

1 施設名及び指定管理者名

静岡県コンベンションアーツセンター 公益財団法人静岡県文化財団

2 指定期間

平成29年4月1日～令和4年3月31日(5年間)

3 指定管理業務評価の流れ

- (1) 令和2年度の指定管理業務について、指定管理者が提案内容をどの程度実施したかを明確にするため、指定管理者による自己評価を行った。
- (2) 県では、自己評価と事業実績の内容確認を行うとともに、必要な事項について指定管理者へのヒアリングを行い、県としての評価を行った。
- (3) 自己評価と県評価の内容を客観的に評価して、今後の指定管理業務の改善につなげるため、外部委員からなる評価委員会を開催し、指定管理者及び県へのヒアリングをもとに評価を行った。(開催日 令和3年8月23日)

【外部委員】

氏名	職名
岩崎 邦彦	静岡県立大学 経営情報学部 教授
江成 博行	静岡フィルハーモニー管弦楽団 理事長
木ノ下 智恵子	大阪大学 共創機構 産学官連携オフィス 准教授
木村 玲美	浜松総務部有限会社 代表取締役
坪池 栄子	株式会社文化科学研究所 研究プロデューサー

4 評価結果

(1) 外部委員による評価

ア 総合評価(5段階評価)

令和2年度実績は、評価点「4.3」、「よく実施した」と判断した。

【評価点】

1. 0～1. 4	1. 5～2. 4	2. 5～3. 4	3. 5～4. 4	4. 5～5. 0
実施しなかった	不十分な実施だった	概ね実施した	よく実施した	大変よく実施した

イ 評価に関する意見

- 今後は、ウィズコロナ時代などの環境変化に対応し、客数を集める「量の事業」から、限られた客数でも成果を上げることができる付加価値が高い「質の事業」へのシフトなど、創意工夫が求められる。
- 良質な公演を県下に提供するため出前公演などを今後も積極的に続けて欲しい。また、コロナ収束後もオンライン講座やイベントなどへの模範となってほしい。
- 貸館事業においては特に、利用者・参加者等の分析を踏まえた（マーケティング的観点に基づいた）戦略が望まれる。
- ライブとオンラインのハイブリッド開催がニューノーマルになることを見越して、通信環境の整備やノウハウの蓄積などを行い、次世代ホールへと羽ばたいていただきたい。
- 各分野で SNS も活用しているようであるが、フォロワーも少なく投稿頻度も多くはない。新鮮な情報の発信がされていない。

(2) 県評価の概要

ア 総評

(公財) 静岡県文化財団は、指定管理業務を適正に実施したものと認められる。

イ 数値目標の達成状況

項目	R2 計画	R2 実績	達成
(1)「上質」で「多彩」をより身近に			
入館者数	700,000 人	39,417 人	×
グランシップ企画事業入場者数(web 参加者含)	74,000 人	117,832 人	○
グランシップ企画事業子ども学生鑑賞者数	5,500 人	305 人	×
グランシップ企画事業における満足度	90.0%	96.8%	○
貸館利用者の不満足度 (スタッフ対応)	1.0%	0.01%	○
(2)「県民との繋がり」と「広域的な協働・交流」			
グランシップ企画事業における県民参加者数	2,347 人	402 人	×
コンベンションの開催件数	45 件	8 件	×
友の会個人会員数	9,316 人	11,680 人	○
サポート企業数 (協賛、協力、法人会員等)	98 社	28 社	×
サポーター人数	180 人	154 人	×
インターンシップ受入れ人数	25 人	8 人	×
(3)「安全・安心・快適」な施設運営と経営の安定化			
施設稼働率	84.0%	31.4%	×
催事開催支援サービス取扱件数	1,800 件	189 件	×
施設管理瑕疵に起因する事故	0 件	0 件	○

※ 「○」 目標達成、「△」 目標達成率 90%以上、「×」 目標達成率 90%未満

[全 般]

- ・数値目標全体としては、工事に伴う全館休館に加え、コロナの影響により、14項目中5項目の達成にとどまったが、休館やコロナの影響が少ない5項目に着目すると、8割の達成度であった。
- ・サポーター人数が目標未達成で減少傾向にある。来場者へのきめ細やかなサービスを提供していくために、引き続きサポーターの確保に努めていただきたい。

ウ 実施業務別評価

(ア) グランシップ企画事業

a 上質で多彩な鑑賞事業

- ・コロナの影響で対象事業中止につき評価なし。

b 誰もが参加できる県民参加事業

- ・多くの入場者が見込まれる催事が新型コロナウイルス感染症の影響で途中中止となるなどの影響で、目標人数は未達成となったが、公演満足度は昨年度と同程度の満足度を維持している。
- ・障害者の文化芸術を文化政策課が所管することになったことや、コロナによりオンラインによる文化芸術情報の発信が盛んになった状況も踏まえ、今まで以上に誰もが、様々な形で参加できる事業実施に期待したい。

c ワークショップから公演まで様々なアウトリーチ事業

- ・子ども達が安心して鑑賞できるよう WEB を効果的に活用し、満足度も昨年度の高い水準をさらに上回った。
- ・引き続き1人でも多くの子ども達に鑑賞機会を提供できるよう、開催方法の工夫などに取り組んでいただきたい。

d 関心・理解・親しみを深める教育普及事業

- ・「あおぞらコンサート」では、芝生広場というグランシップの施設の魅力を活かし、緊急事態宣言解除後いち早く開催した。「文化講座」は、ライブとリモートを併用や電子チケット導入など新しい試みを実施した。
- ・先進的な試みでは課題もあると思うが、それらと向き合い、催事をブラッシュアップしていただきたい。

e 新たなグランシップファン獲得のための取り組み

- ・WEB 企画による県内外への PR、ホームページのリニューアル、チケットレスの導入など、コロナへの対応が、新たなグランシップファンの開拓に繋がっている。
- ・今後も、従前からのファンを大切にしつつ、その人たちが新たなファンを拡大してくれるような仕組みづくりを検討していただきたい。

f 東京オリンピック・パラリンピック競技大会を踏まえた取り組み

ー文化プログラムに対する取り組みー

- ・文化プログラムの件数ではなく、国際化や共生社会への対応といったレガシーの創出に資す

る文化プログラムを、大会開催地にとどまらず全国に浸透させることであり、グランシップが実施した中止事業の代替策の数々は、目標に適っているとと言える。

(イ) 文化支援

a ふじのくに文化情報センターの機能強化

- ・#エールアートとの連携し、コロナで文化芸術を取り巻く環境の変化により悩みを持つ芸術家を支えたことが、総合相談窓口利用件数や、WEB サイトアクセス数の増加に現れている。
- ・令和2年度の活動は、コロナや休館の影響で縮小したが、平成27年4月から5年間で培われたふじのくに文化情報センターのノウハウや、企画事業・貸館事業のノウハウが、「アーツカウンシルしずおか」の活動と連携することにより、本県の文化を引き続き支えてくれることに期待したい。

b 自主企画事業を活用した人材育成

- ・「登録アーティスト」制度により、地元の実力あるアーティストを活用できたことが、コロナ禍でも研修実施に繋がった。

(ウ) 貸館業務

a 積極的な営業活動

- ・コロナの影響によりコンベンションの開催件数は8件と目標数である45件を達成できなかったが、次年度以降の予約獲得は63件となり、コロナ前を超える件数となった。

b 大規模催事等の誘致

- ・令和2年度以降の東海ブロック以上の大規模催事予約件数は19件で令和元年度の11件を上回る実績である。
- ・コロナの状況が不透明で、営業活動が困難な状況ではあるが、貸館利用者の分析を十分行い、戦略的で根気強い誘致活動に期待したい。

c 顧客サービスの一層の向上

- ・「360度ビュー」により、現地を訪れなくても会場を下見できるようなサービスの拡充、貸館相談窓口の移設やホームページリニューアルなど、休館期間を有効に活用した利便性向上への取り組みがなされた。

d 東京オリンピック・パラリンピック競技大会を踏まえた取り組み

ー首都圏からのコンベンション誘致ー

- ・新型コロナウイルス感染症の影響で、都市集中型から地方分散型への移行がみられる。このことは、これまで無かったコンベンションの需要に繋がる可能性もある。誘致にあたっては、密を回避できるホールや、多様な会議室など、グランシップの特徴を活かし、Web会議に必要なサービスも含めたコンベンションプランの提案に期待したい。

(エ) 維持管理

a 安心・安全・快適な施設

- ・徹底した感染症対策により、施設利用者から感染者が確認されなかったことは、「安全・安心・快適な施設」を維持していただいた何よりの実績である。

b ユニバーサルデザインに配慮した施設運営

- ・コロナ禍により施設利用方法が変わった点もあったが、警備員が入り口で入館者に声かけをしてくれたことで、どのような利用者にも対してもきめ細やかに対応することができた。

c 省エネルギーと環境負荷の低減

- ・休館中で職員のみが施設を利用している間は、空調の利用を最小減に止めるなど、省エネ努力が見られた。

(オ) その他運営に関する業務

- ・グランシップ友の会個人会員は、目標達成後も着実に増加している。
- ・催事の中止や収容定員の制限が余儀なくされる状況の中、グランシップマガジンやホームページは、グランシップとグランシップファンを繋ぐ重要なツールなので、会員の声を積極的に取り入れ、より魅力的な内容となることを期待する。

(カ) 運営体制及び組織

- ・利用者サービスの維持とリスクマネジメントを両立した経営管理が行われた。
- ・コロナの状況がいつまで続くか、ポストコロナ時代の施設利用の需要の変化など、見通しの難しい状態が続くため、経費節減と財源確保の努力が望まれる。