

指定管理施設の管理運営状況のまとめ(平成29年度分)

施設名 松江市京店広場(カラコロ広場)・旧日銀松江匠工房(カラコロ工房)
 指定管理者 特定非営利活動法人松江ツーリズム研究会
 担当課 商工企画課
 指定期間 平成28年4月1日～平成33年3月31日

1. 総合評価

市	A	<p>【優れていると評価した点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○施設内の修繕対応や各種イベントにおいて、迅速かつ適切な対応が図られ、施設利用者及び入居テナントに支障をきたすことなく施設管理が実施された。 ○施設内テナントとの意見交換の場を設ける等、テナントと協力した施設運営に取り組んでいる。 ○平成29年度より、SNSを導入し、施設の情報発信・PRに積極的に取り組んでいる。 ○自主事業である和菓子づくり体験は、松江らしさを体験できるイベントとして定着している。 <p>【評価できない、または改善すべき点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○来館者数の回復に向け、新たなイベントや誘客へ向けた企画立案への取り組みが必要。 ○主催イベントである特産市について、内容が固定化されており、集客に向け、今後見直しを図る必要がある。 ○自主事業の物販については、購買者数が減少しており、商品内容等の見直しが必要。
---	---	---

指定 管理 者	S	<p>【優れていると評価した点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○SNSを利用した情報発信によりイベント等タイムリーな情報提供を開始(7月)した。工房内テナントにも積極的に利用を促し新商品の紹介等を実施し、閲覧数は前年と比べ2.5倍となった。 ○旧日銀松江支店開設100周年・カラコロ工房建設80周年と建造物の紹介イベントを開催した。 ○商工企画課、指定管理者、施設内テナントの三者で意見交換の場を設け、情報の共有に努めた。また、テナント会にも商工企画課に出席頂き、今後の施設運営の方向性等について指定管理、テナント会と情報共有できた。 ○修繕等の施設管理において効果的な対応により、お客様、テナントからの苦情や安全面での事故等も無かった。 ○和菓子体験では8月に過去最多の586人を記録。 <p>【評価できない、または改善すべき点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○今年度2店舗の退店があり、年度内での新店舗入店が出来なかった。(退店時期10月、2月) ○建物調査は実施して頂いたものの、外壁等のヒビ割れ等の修繕には至らなかった。
---------------	---	---

2. 施設利用の増減について

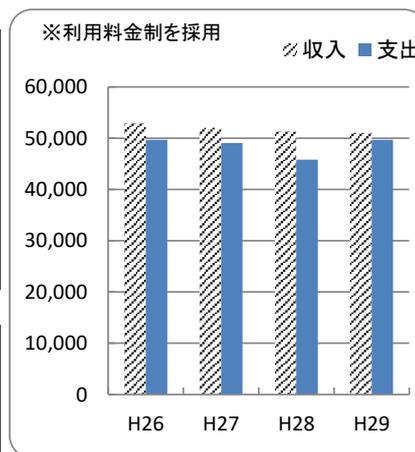
総 括	<p>○カラコロ工場の年間利用者数は364,686人(前年対比98.9%)と前年度を下回った。また、カラコロ広場の年間利用回数も55回(前年対比▲25回)と伸び悩んだ。SNSを利用した情報発信や施設内テナントと協力した企画等の取り組みは評価できるものの、利用者数回復までには至らず、施設独自の誘客対策やイベントの開催等、誘客に向けた取り組みに課題が残った。</p> <p>○経営状況は市内他公共施設の維持管理を行ってきた経験から、施設管理のノウハウを有しており、費用対効果を意識した経営が行われている。収支についても引き続き安定している。</p>
--------	---

(1) 収支状況の推移 (自主事業を除く) (千円)

項目\年度		H26	H27	H28	H29
施設の 収 支	収入	52,938	52,019	51,312	51,067
	うち指定 管理料	32,385	32,179	31,500	31,500
	うち 利用料	16,048	15,432	15,367	15,332
	支出	49,677	49,060	45,815	49,664
	差引	3,261	2,959	5,497	1,403

上記以外の市の収入、支出

市 の 収 支	収入(使用料)	0	0	0	0
	支出	26,663	1,200	1,637	1,536
	うち市の 修繕費	670	1,113	789	1,229

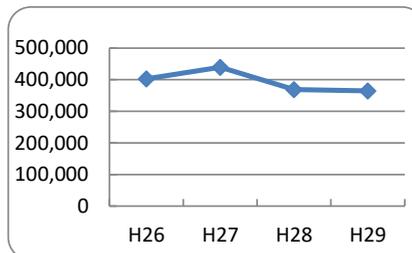


指定管理施設の管理運営状況のまとめ(平成29年度分)

施設名 松江市京店広場(カラコロ広場)・旧日銀松江匠工房(カラコロ工房)
 指定管理者 特定非営利活動法人松江ツーリズム研究会
 担当課 商工企画課
 指定期間 平成28年4月1日～平成33年3月31日

(2) 利用者の推移

(人)			
H26	H27	H28	H29
403,161	439,500	368,609	364,686



【参考】産出指標(アウトプット)・成果指標(アウトカム)の達成状況

指定管理者が管理する公の施設は、市の施策を実現するために設置されたものですが、その設置目的の多くは抽象的なものとなっています。この設置目的を効果的に実現するためには、市が目標(指標)を具体的に示し、指定管理者と共有した上で施設の管理運営を行うことが大切です。

さらに、目標(指標)がどれだけ達成されたかを客観的に評価するため、指定管理者の活動の結果(アウトプット)や活動からもたらされた成果(アウトカム)を数値化し、市民の皆さんへ公表します。

- 〔 A 基準値 : 指定管理者募集の際に、市が提示した指標の値
- 〔 B 目標値 : 市が提示した基準値に対し、申請時に指定管理者が提案した値
- 〔 C 実績値 : 当該年度の実績の値

分類	指標	A 基準値	B 目標値	C 実績値	目標に対する 達成度 C/B	基準に対する 達成度 C/A
アウトプット	カラコロ工房来館者数 (人/年)	335,000	390,000	364,686	93.5%	108.9%
	カラコロ広場利用件数 (人/年)	50	80	55	68.8%	110.0%
	利用者アンケート 満足度(%)	70%	80%	76%	95.0%	108.6%
アウトカム	中心市街地の活性化、 賑わい創出	未設定	—	—		
				達成度 平均	85.8%	109.1%

	指定管理者	市
達成度 に対する 意見	【達成度に寄与した・有効だった取組みの内容、次期に向けた課題】 ○今までのHPを改善し、facebook開設や、googleビジネスページ導入などより早い情報発信を行なった。また、高速バスの利用が高い事に目を付け、バス車内誌への施設紹介を掲載するなど情報提供に力を入れた。成果の一つに和菓子体験者数が8月に過去最多を記録。今後も注目度を上げるための努力を継続する。 ○テナント会との情報交換も密になってきており、「協働」を基本に様々な仕掛けをしていきたい。	【達成度の原因・分析】 ○カラコロ工房・広場ともに年間利用者数・回数は前年度を下回る結果となった。利用者数の回復へ向けた施設独自のイベント開催や企画立案に課題が残った。 ○利用者アンケートの回答結果については、基準値をクリアしているものの、回答者数が少ないことが課題である。利用者の施設に対する意見・要望を施設運営に反映できる仕組みについて検討する必要がある。

指定管理施設の管理運営状況のまとめ(平成29年度分)

施設名 松江市京店広場(カラコロ広場)・旧日銀松江匠工房(カラコロ工房)
 指定管理者 特定非営利活動法人松江ツーリズム研究会
 担当課 商工企画課
 指定期間 平成28年4月1日～平成33年3月31日

(3) 利用者アンケート

回答数	施設職員の対応・態度等、施設管理やサービスについて	主な意見
41	①満足している 31件(75%) ②どちらともいえない 8件(20%) ③満足していない 2件(5%)	①満足(抜粋) ・対応がやさしく、清掃もきれい。トイレがきれい。旧日銀の建物が味わいがあり良かった。和菓子体験が楽しかった。 ②普通(抜粋) ・もう少し体験できる所を増やして。 【対応】各テナントで体験準備しており、来館者に体験メニューを分かりやすく表示する。 ・素晴らしい施設なのにもっとPRすべき。 【対応】SNSによる情報発信を開始しており、施設PRを強化する。 ・駐車場が少ないもっとわかりやすくしてほしい。 【対応】駐車場台数を増やすことは困難であるが、近隣有料駐車場の案内表示等を検討する。 ③不満 ・休みの店が多く残念。もう少し色々と充実して欲しい。 【対応】テナントの休みを分散するよう、テナント会と検討する。

(4) 住民サービス向上の事例

○カラコロ工房・広場で開催されるイベント等を周辺商店街等と協力して行うことで、地域の賑わい創出に寄与した。例)カラコロ特産市とこっころサンデー、カラコロ秋祭り 等

3. 自主事業

総括	○「和菓子づくり体験事業」と「工芸品等・オリジナルグッズ販売事業」を実施。 ○和菓子づくり体験事業は、松江らしさを体験できるイベントとして利用者から好評を得ている。指導する職人が1名であることから予約制としているが、状況に応じ柔軟な対応をとることで、より多くの人が体験できるように工夫が図られている。 ○工芸品等の販売については、売上、利用者ともに減少基調となっている。商品ラインナップの魅力が乏しく、観光客をはじめとする利用者の購買意欲をくすぐる商品ラインナップの見直しが必要。
実施状況	○「和菓子づくり体験事業」…毎週水曜日を除く毎日実施。 ○「工芸品等・オリジナルグッズ販売事業」…毎日実施。

4. 特記事項

○空店舗2軒発生
 広場「ペーカリー エンジェルス」10月 工房棟「そば処 心美」2月

5. 今年度の目標・課題

○利用者数の回復へ向け、テナント及び周辺商店街と協力し、施設独自の魅力あるイベント開催や企画の立案に努める必要がある。指定管理者においては、SNSによる情報発信やテナントとの協力体制構築等、着実な行動が窺え、引き続き施設の魅力化へ向けた取り組みを継続していくことを期待する。