

指定管理施設の管理運営状況のまとめ(平成30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～令和3年3月31日

1. 総合評価

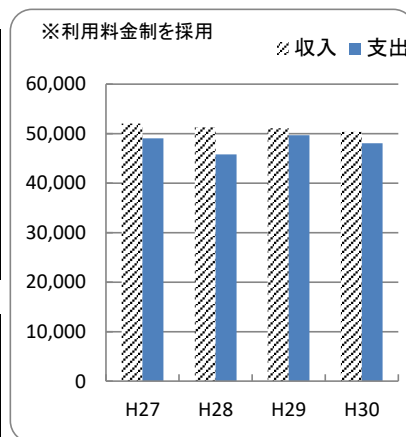
市	A	【優れていると評価した点】 ○5月、7月に新店舗が相次いでオープン。空店舗が無くなり賑わい創出が図れた。 ○建物が昭和13年築のため老朽化が目立ち修繕箇所が増加してきているが、迅速かつ適切に対応していた。また直接施工で修繕実施するなど経費削減努力が継続して実施されていた。 ○テナント会をはじめ、施設内テナントとの意見交換を随時行っていた。 ○アンブレラスカイ、カラコロキッズランドをはじめ、様々なイベントを実施し、年間通して積極的な宣伝・広告を行っていた。 【評価できない、または改善すべき点】 ○来館者数の減少。カラコロ工房・カラコロ広場の相乗効果を意識した取り組み意識がやや欠けていた。 ○駐車場の苦情が多く、今後対策が必要。
	A	【優れていると評価した点】 ○アンブレラスカイ(観光協会:縁零月間 6・7月)、山陰初mt store at Karakoroなどの人気イベントを誘致できた。 ○テラスを利用した初開催の子供イベント「カラコロキッズランド」にふわふわドームや水中を歩くアクアボールを設置した。 ○昨年度の空店舗は5月、7月に新店舗を開店することが出来た。(ナクリア・蒼の音) ○テナント会とカラコロオリジナルうちわを製作し、交通局、堀川遊覧、境港管理組合等に配布し、特典を付け夏の誘客対策を行った。 ○不昧公200年祭には松江保健所に営業許可申請し、土日限定お抹茶体験を開催した。 ○テナント会と共に誘客策として季節に応じたテラスの飾りを行なった(ハロウィン・桜・願いのリース他。) ○情報発信・PRは昨年度導入したSNSを駆使し継続利用を行った。 【評価できない、または改善すべき点】 ○入館者数の減少。 ○駐車場に関する苦情(点字ブロック上への駐車)。

2. 施設利用の増減について

総括	○カラコロ工房の年間の来館者数は322,558人(前年対比88.4%)と前年を下回った。カラコロ広場については、利用回数69回(前年対比125%)と前年を上回った。広場の利用回数が増えているため、今後は広場との相乗効果により工房の来館者数も増加に転じることを期待したい。 ○経営については、収入減少傾向あるものの、培ってきた経営経験が大きく寄与し、近年安定推移を維持している。

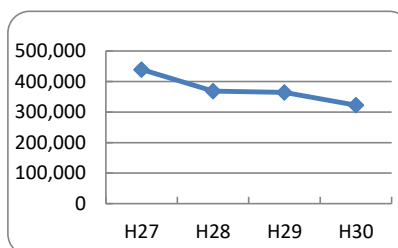
(1) 収支状況の推移 (自主事業を除く) (千円)

項目\年度		H27	H28	H29	H30
施設の収支	収入	52,019	51,312	51,067	50,334
	うち指定管理料	32,179	31,500	31,500	31,000
	うち利用料	15,432	15,367	15,332	15,062
	支出	49,060	45,815	49,664	48,039
差引		2,959	5,497	1,403	2,295
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	1,200	1,637	1,536	30,429
	うち市の修繕費	1,113	789	1,229	30,018



(2) 利用者の推移

	H27	H28	H29	H30
(人)	439,500	368,609	364,686	322,558



【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	322,558	82.7%	96.3%
	カラコロ広場利用件数 (人/年)	50	80	69	86.3%	138.0%
	利用者アンケート 満足度(%)	70%	80%	69%	86.3%	98.6%
アウトカム	中心市街市の活性化、 賑わい創出	未設定	—	—		
				達成度 平均	85.1%	111.0%

	指定管理者	市
達成度 に対する 意見	【達成度に向けた・有効だった取組みの内容、次期に向けた課題】 ○HP変更後で閲覧回数も前年超えし、Googleビジネスページ検索も好調な結果となったが、来館者数は大きなイベント時は多くなるものの、平日の客数減少が目立つ。 ○広場の利用は京店商店街にも協力を得ながらの利用促進の効果があつた。 ○アンケートは今年度途中から記入項目を限定し、用紙の変更を行った。満足度は未達の状況だが、お店の対応、清掃状況は好評価を得た。 ○情報誌、フリーペーパーから工房の問合せも多かった。 ○集客の見込めるイベント計画、誘客の立案が課題。	【達成度の原因・分析】 ○カラコロ工房の年間利用者数は平成27年度の439,500人をピークに減少が続き、平成30年度も目標に届かなかった。定例化しているイベントだけでなく、様々なイベントを企画・実施し、その費用対効果を基に来館者数の増加を目指す取り組みに課題が残った。 ○カラコロ広場利用件数は目標件数に届かなかったものの、前年利用回数55回を上回る69回の利用があり、広場でのイベント開催に向けた取り組みが認められる。 ○利用者アンケートについては、アンケート用紙の変更により前年回答者数41名から107人へ大幅増加しており、多くの意見が聞けるよう改善がなされている。しかしながら満足回答は減少しており、多くの意見をどう取り入れ、満足回答へ繋げるかが課題となっている。

(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
107	①満足 74件(69%) ②普通 30件(28%) ③不満 3件(3%)	①満足(抜粋) ・体験教室楽しかった・いごこち良かった。どの店もスタッフの雰囲気が良い。 ・接客態度が良く、笑顔が素敵、説明が丁寧。ゴミもない、もっと市民に広げて色いろなイベントをつくって欲しい。 ②普通 ・小さい子が体験できるものがあると嬉しい。遊ぶ所がない、遊ぶイベント。 ・歴史的沿革からも記念貨幣の展示があると良い【対応】一部記念貨幣画像を展示した ③不満 ・駐車場が少ない。祝日に来たのにお店があいてなくてショック。

(4)住民サービス向上の事例

○カラコロ工房・広場で開催するイベント等を周辺商店街と協力して行うことで、地域の賑わい創出に寄与した。(特産市、こっころサンデー、カラコロ春まつり、秋まつり 等) ○周辺住民の方には主催イベントへの参加のお願いと騒音等のお詫びを都度行なった。
--

3. 自主事業

総括	○「和菓子づくり体験事業」と「工芸品販売事業」を実施。 ○和菓子づくり体験事業は、HPで実際に体験する毎月の和菓子を画像掲載したことで認知度もあがり好評を得ている。また、利用者の体験時間等の要望に柔軟に応じているなど、工夫が図られている。 ○工芸品販売事業は、平成25年度の売上をピークに減少基調。また、一時期人気のあったピンクポスト関連商品も低迷している。メインターゲットを絞るなど、新たな商品開発を含め対策が必要。
実施状況	○「和菓子づくり体験事業」・・・水曜定休日を除く毎日実施。 ○「工芸品販売事業」・・・毎日実施。

4. 特記事項

○昨年度の空店舗2軒は入店済(広場 蒼の音)(工房 ナクリア) ○一部を除き、空調設備更新工事を行った(市の支出)
--

5. 今年度の目標・課題

○カラコロ工房来館者累計700万人やカラコロ工房開館20周年を控える中、来館者数の回復が一番の課題である。テナントの空店舗が無くなったことから、今まで以上にテナント及び周辺商店街と協力して施設運営を手掛ける必要がある。 ○前年度は多くの情報発信を行った結果、HP等の閲覧回数は大幅に増加。今後もSNSを利用し、施設の魅力をより多くの方に届け、実際に足を運んでいただく結果となることを期待したい。
--