

# 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6年度

			管理No.
<b>施設の名称</b>	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	<b>指定管理者</b>	株式会社 清川屋
<b>所在地</b>	山形県山形市双葉町1丁目2-38	<b>県担当課</b>	県民文化芸術振興課 県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室
<b>指定期間</b>	令和 元年12月1日 ~ 令和 8年3月31日	<b>（電話番号）</b>	(023-630-2903)
<b>検証期間</b>	令和 6年4月1日 ~ 令和 7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・運営業務の履行状況

<p>① 管理・運営業務の履行状況</p>	<p>■令和2年12月に魅力発信モールが全館閉館してから5年目の営業業務となり、山形県のアンテナショップとして県の魅力を発信する「物販・飲食部門の管理運営」と、施設の利用有無に関わらず使用可能な「一般利用者用駐車場の管理運営」を、滞りなく実施した。</p> <p>■物販を通して県の魅力を発信する「0035 BY K1YOKAWAYA」では、自治体の担当課や物産協会などの関連団体と連携し、営業活動を行い、当社で実施している「トライアル販売企画」という、本格的な商品導入の前に販売期間や数量を限定して試験的に販売できる取組みを活用して、35市町村の商品の品ぞろえを強化した。また、市町村名のパネルを設置しながら、産地の情報とともに、その県産品の魅力を伝える売場づくりを実施した。ラフランス果汁を使った高級食パン「許してちょんまげ」については、店内製造であることを活かし、繁閑に合わせて製造数を調整することで、多くの来館者への商品提供が可能となり、来館者の定番の土産品として定着させることができた。県産品カフェでは、県産フルーツを使ったスムージー、許してちょんまげパンを使った県産食材サンド、かほく野菜を使ったトースタープレートなどを展開しつつ、定期的リニューアルを行った。利用者を飽きさせない取り組みとして、季節のスムージーの味の改良や、トースタープレートでは、セットの野菜を県産品の生野菜から、庄内豚のベーコンや、かほく野菜を使ったグリルに改良した。</p> <p>■物販を通して県の魅力を発信する「0035gather」では、県内の伝統工芸品と県産酒をより一層付加価値があるものに感じてもらえるよう、独自の陳列方法で陳列するとともに、販売スタッフの商品知識を強化し、来店者への商品説明を丁寧に行っている。県産酒の有料試飲サービスでは、県産酒の香りや味わいが深く感じられる専用グラスを使用しており、国内旅行者だけでなく外国人旅行者にも広く利用されている。</p> <p>■県産レストランでは、旅行会社にバスツアーを商品化させたことで、来店者数が前年よりも大幅に増え、多くの利用者に県産食材の魅力を発信した。SNSを活用したPRが功を奏し、冬期にかけて、外国人旅行者の来店者数が前年よりも2倍のほど伸びた。また、数々の賞を受賞している奥田シェフが定期的に厨房に入り、料理の腕前を披露するイベントを行うことで、集客を図りながら、多くの利用者に対して一層深い県産品の魅力を発信を行った。</p> <p>■ホールでの公演や、屋外イベントによる施設利用者の増加タイミングに合わせて、営業時間や人員配置の調整を行い、より多くの来館者へ魅力発信モールの利用を促した。また、「日本一美酒山形フェア」や「にこにこマルシェ」、「山形空港就航地フェア」、「山形大花火大会」などの屋外イベントに積極的に参加して、魅力発信のための相乗効果活動を実施した。「日本一美酒山形フェア」では、県産品を販売するマルシェ企画に合わせて、「ラーメン県そば王国」の売り場展開を実施した。障がい者施設商品の販売促進及び障がい者への理解促進を図るための販売会である「にこにこマルシェ」では、当社が、障がい者支援施設に、商品の箱制作や、商品の箱詰め作業を委託している商品の紹介を実施したり、県産品菓子を提供し、イベント景品や参加賞に利用されたことで、PR活動を実施した。山形空港からの観光先PRイベントの「山形空港就航地フェア」では、山形県産品と、他の自治体の物産品とのコラボ販売を実施した。0035gatherでの有料試飲サービスでも県産酒と他の自治体の日本酒とのコラボ企画を行った。比較対象企画をすることで、県産品の魅力を深掘りする連携企画を実施した。「山形大花火大会」では、周辺で最も集客がある一大イベントに対して、駐車場管理での安全対策協力の実施や、賑わいの相乗効果のために営業時間の延長を行い、花火をみながら手軽に食べられる「茹でただだちゃ豆」の限定販売を実施した。</p> <p>■文化機能側指定管理者と連携し、「青空キッチン」「科学の祭典」「やまぎん県民ホール～花火の夜～」に取り組み、施設全体での賑わい創出を図った。「青空キッチン」「科学の祭典」では、文化機能側指定管理者が演奏会や館内イベントを企画し、当社は、賑わいの相乗効果や県産品の魅力発信のために、イベント広場に、県内企業のキッチンカーを誘致し、限定商品や特別メニューの販売を実施した。「やまぎん県民ホール～花火の夜～」では、館内2階のホワイエスペースにて、花火、演奏会、県産品フードが一緒に楽しめる企画を実施した。</p> <p>■駐車場管理では、機器のメンテナンス等滞りなく実施し、大雪等の悪天候でも運営に影響が出ないよう管理を行って、大規模な公演時にも安心安全に利用できるよう管理運営を行った。安全性の面では、夜間の迷惑行為の防止のため、駅前交番との連携を密にしながら、警備会社を活用して見回り強化を実施した。</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>・自治体の担当課や物産協会などの関連団体と連携し、35市町村の商品を取り扱うよう努めている。また、市町村名が記載されたパネルを作成し商品とともに掲示するコーナーを設けるなど、陳列方法の工夫で、利用者に産地情報が伝わるよう努めている。</li> <li>・県産品カフェでは、味や素材の改良等により、利用者に飽きさせない取組みを行っている。</li> <li>・県産酒の販売では、日本酒についてのマニュアルを作成、共有することで、販売員の商品知識を強化し、利用者の満足度向上に繋げている。</li> <li>・県産レストランでは、旅行会社への働きかけによりバスツアーが商品化され、来店者の増加に繋げるとともに、イベントの実施により県産食材等の魅力発信に努めている。</li> <li>・イベント広場での催事に積極的に協力し、関連商品の販売や取扱商品の提供等を行うなど、魅力発信に努めている。</li> <li>・文化機能側指定管理者と連携した企画を実施し、施設全体での賑わいを創出している。</li> <li>・駐車場について、機器のメンテナンスや除雪等適切な管理を行っており、また、駅前交番や警備会社と連携し、安全面の確保に努めている。</li> </ul>
<p>② 管理・運営上の課題、問題点（改善すべきこと）</p>	<p>■取り扱っている商品のメーカーが廃業する等により、一時的に品ぞろえが減少することがある。また、もともとメーカー数が少ない市町村では、季節によって商品が生産されない場合があり、全市町村の商品を取り扱うことが難しいことがある。</p> <p>■少量多品種の商品ぞろえであるため、仕入れのための物流費の高騰が運営に影響している。</p>	<p>≪課題等の原因分析≫</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県のアンテナショップとしての機能や価値を高めるとともに、メーカー等に積極的に活用してもらうためのPRなどの取組みを強化していく必要がある。</li> </ul>
<p>課題、問題点への今後の対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県のアンテナショップとして、安定的に人気のある定番品に加え、限定商品や季節商品、話題性のある商品等を展開し、地域情報や作り手の想いなどを積極的に発信していく。</li> <li>・物産関連団体や県内メーカーに対し、県のアンテナショップであることを改めて周知するとともに、時機を捉えた商品取り扱いが可能となるよう関係を構築していく。</li> </ul>	

## 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>■ホールでの学会主催者などから、県外からの利用者向けに、山形の魅力を伝えるためのサービス連携ができないかという声があり、県産品商品の紹介と値引きクーポンを一緒にしたパンフレットを作成して配布し、県産品の魅力発信と利用促進を実施した。</p> <p>■カフェメニューの改良や、種類の拡大をしたことで、観光客の朝食利用があったり、軽食だけでなくランチ利用も増えたりと、幅広い目的での利用があった。そのため、それぞれの目的ごとの利用者の声や、ニーズをさらに多く聞くことができた。特にランチ利用が増えたことでの声として、セット割引のニーズが見込まれ値引きクーポンの発行や、メニュー改変に取り入れていった。</p> <p>■SNSでの投稿に対していただいた声（利用者のご意見）を取り入れ、椅子の配置や、傘立て位置の見直し等、備品配置の見直しを行って、利便性の改善を実施した。</p> <p>■キャッシュレス決済の豊富さを求める声から、多くの決済方法に対応できる機器に変更を行った。</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>・主催者の要望に柔軟に対応している。</li> <li>・カフェ利用者からの意見を積極的にメニューへ反映し、新規利用者やリピーターの増加に繋げている。</li> <li>・SNSで投稿された意見を取り入れ、備品配置の見直し等店内環境の向上を図っている。</li> <li>・多様なキャッシュレス決済に対応できる機器に変更し、利用者の利便性向上を図っている。</li> </ul>
<p>意見・要望等への今後の対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主催者や来場者からの情報収集、アンケートの実施等により、利用者の属性を把握しニーズの特定に繋げることで、更なるサービス向上を図る。</li> </ul>	

## 3 指定管理者制度活用の効果

<p>① サービスの向上</p>	<p>■文化機能側指定管理者と定期的なミーティングを行うとともに、コミュニケーションの強化を図り、イベントスケジュールや混雑見込みの確認を密にすることで、営業時間や社員体制の調整を臨機応変に行い、利用者の利便性向上に取り組んでいる。</p> <p>■社員の接客研修、商品知識研修、マーケティング研修、マネジメント研修を実施した。また、文化機能側指定管理者と、館内の案内サービスの研修や、防災研修などの共同研修を行い、能力の向上に取り組んでいる。社内12店舗のネットワークを生かした部署間異動や人事交流を行って、接客レベルの向上を図っている。</p> <p>■社内のSNS部門を活かした情報発信を行い魅力発信を実施している。</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>・文化機能側指定管理者と公演やイベント情報を共有することで、営業時間を拡大したり、駐車場の混雑情報を周知する等サービスの向上に努めている。今後より一層、公演時間等に応じた柔軟な営業時間の対応に期待する。</li> <li>・複数の社員研修を通して、接客技術と商品知識を向上させ、利用者の満足度を高めるよう努めている。</li> </ul>
<p>② 経費の節減</p>	<p>■駐車場管理では、突発的な機器故障は、利用者には不便をかけるだけでなく、緊急修繕による修繕費がかさむ傾向にあるため、そのようなリスク回避するために、計画的に修繕を実施し、修繕費の圧縮を行っている。</p> <p>■施設で発生していた空調設備の結露問題があったが、修繕重要度調査を綿密に行い、修繕費の圧縮を実施した。</p> <p>■商品(食品)の回転率を重視して、試飲やカフェメニューでの提供を工夫し、食品ロス削減や経費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>・修繕方法を検討したうえで計画的に修繕を行い、経費の節減を図っている。</li> <li>・計画的かつ効率的に食品を提供することで食品ロスを削減し、結果、経費の削減に繋げている。</li> </ul>
<p>③ その他(地域の活性化、雇用の確保等)</p>	<p>■イベント広場で行われる地域のイベントに積極的に参画して、来場者の利便性の視点で営業時間の延長や、イベント関連の商品提案も行いながら、賑わい創出に取り組んでいる。(フルーツ150周年イベントと連携した、さくらんぼ関連商品の販売場拡大を行った)</p> <p>■品ぞろえ強化を通して、県内のメーカーにトライアル販売企画を使った流通の活性化策を実施している。市町村の担当課や、地域の関連団体と関係を深めながら、県内メーカーと連携して、当施設内での商品の取り扱いだけでなく、当社の12店舗の販売ネットワークや通信販売の販路を活用されている。</p> <p>■地元スタッフ4名の社員採用を実施。移住者採用ポータルサイトを活用し、県外からの転職者も募集している。また、従業員アンケートをおこない、従業員のニーズや、ライフサイクルに合わせた、選択のできる福利厚生の実施を実施し、働きやすさ向上に努めている。</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>・花火大会や花笠まつり等の地域イベントに積極的に参画するとともに、県主催のイベントと連携し、県産品の販売を行う等、にぎわいの創出、県産品のPRに努めている。</li> <li>・品ぞろえを強化する過程で、県内メーカーとの関係を構築し、店舗での取扱商品の強化を図っている。</li> <li>・地元スタッフを採用し、地域の雇用拡大に貢献するとともに、福利厚生を充実させ、働きやすい環境の整備に努めている。</li> </ul>
<p>総合的な評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力発信モール及び一般利用者用駐車場について、文化機能側指定管理者や周辺施設関係者等と連携し、概ね適正に運営管理を行っている。</li> <li>・文化機能側指定管理者と連携し、更なるにぎわいの創出に努めていただくとともに、35市町村の時機を捉えた商品を豊富に取り扱い、商品由来の解説等利用者にわかりやすい県産品の紹介・説明を行うなど、より一層、県のアンテナショップとしての機能が充実していくことを期待する。また、管理責任者の常駐化を図るとともに、より柔軟な営業体制の構築や更なるサービス向上にも期待する。</li> </ul>	

【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。