

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4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 (電話番号)	文化スポーツ振興課 県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室 (023-630-2903)
指定期間	令和 元年12月1日 ~ 令和 8年3月31日		
検証期間	令和 4年4月1日 ~ 令和 5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"> 魅力発信モールの全館オープンから、3年目の営業業務で、感染対策も実施しながら、コロナ禍の影響縮小が予測される中での業務を実施した。 「0035 BY KIWOKAWAYA」では、県産品の魅力を発信できる売場づくり、「0035gather」では、工芸品と県産酒のブランド価値を高めた販売、「アルケッチャーノ コンチェルト」では、県産食材を中心に山形県の魅力発信の価値ある料理提供を実施した。 賑わい創出イベントと連携して、関連商品のコーナーづくりや、その場でつながった県内メーカーと新規取引を行い、品揃えの強化を実施した。 駐車場の管理運営については周辺施設とのイベントと情報共有を密にし混雑見込の発信を強化。 文化機能指定管理者と連携し、平日の日中に賑わいを創出するため、「弁当開き」企画などを実施した。休日などは、イベントに合わせてキッチンカー出店の手配などを行った。 	評 価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 地域に偏りのない商品の取扱いや魅力発信、県内各地への回遊誘導に繋がる取組みについて、更なる創意工夫の余地がある。 駐車場運営については、文化機能指定管理者や周辺施設と連携し混雑防止等に努めているが、夜間の管理体制については改善が必要である。
	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"> 大ホールでのイベントがある日と、ない日での店内の繁閑が大きい点が課題。より一層の集客の取り組みや、近隣のお客のニーズに合った訴求が必要である。 35市町村の魅力発信のために、さらなる取扱品目の見直しや、品揃えの強化が必要。 イベント広場や大ホールでのイベントの集客に期待するだけでなく、相互作用効果のある連携した取り組みが課題。 県産品の販売を通じた周遊観光PRもさらに強化することが課題。 	C
課題、問題点への今後の対応	<ul style="list-style-type: none"> 山形の魅力発信や県内各地への回遊誘導を図るため、地域的特色や風習等の情報とリンクした陳列や商品紹介、HPやSNSを用いた細やかな情報発信、市町村や観光関係団体との連携について検討・実施する。 イベントと連動した取組みはさらに強化するとともに、イベントの有無に左右されない、近隣住民の日常使いの視点も取り入れた、カフェ部門の充実や商品取扱いを実施する。 		

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"> 大ホールの公演の開演時間に合わせて営業時間の延長を行い、館を利用するすべてのお客様に利便性が良くなるように流動的に体制の変更を実施。 お客様の声から夕方に軽食を望む声があり、ご当地ラーメンまんなどを販売。 駐車場の事前精算機の場所がわかりづらいなどの要望に対し、表示を増やしわかりやすくする対応を実施した。 	評 価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 来館者のニーズに応えるため、取扱い商品の追加や営業時間の延長等、柔軟な対応をしている。
	意見・要望等への今後の対応	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のニーズを収集する方法を充実させたいうえで、的確に把握しながら更なるサービスの向上に務める。 文化機能指定管理者と日常的に連携を図り、大ホール公演情報などを共有し、状況に応じて営業時間を延長するなど、来館者のニーズに的確に対応していく。 	B

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"> 社員研修を実施し、接客技術の向上に努めている。特にgatherは、リピート来店が増え、高額商品の購入など、大きく購入につながっている。 駐車場において、イベント時混雑回数が増えており、対応人員の増員や、案内方法の見直しなどを行った。 ホール内での学会等の集会增加、来場者向けに、サービス券を発行し、利用拡大を実施した。 	評 価	<<評価の理由>> <ul style="list-style-type: none"> 社会情勢の変化や利用者ニーズに即した新たなサービスを提供している。 研修による社員の接客技術・商品知識の向上が、商品の魅力発信や利用者の満足に繋がっている。 HP・SNSに関しては内容の充実や更新頻度等、情報発信については改善の余地がある。
	② 経費の節減	<ul style="list-style-type: none"> 食品の廃棄ロスが大きくなりがちで、カフェ用食品について、仕入方法や、保存方法の見直しを行い、廃棄ロスの削減を実施。 日本酒など、品質を維持する必要がある商品は、レストランとPRを互いに行い、回転率の向上を実施した。 従業員同士の情報共有に際し、紙での情報共有を削減した。 	評 価

