

平成20年度埼玉会館指定管理業務における自己評価

指定管理者制度が導入されて3年目である当年度も、芸術文化の県南の拠点としての役割を果たすだけでなく、「音楽のまち」である浦和の地域性を意識しながら指定管理業務を実施した。貸館に関する業務においては、平成17年度の休館の影響により施設利用率に落ち込みが見られたが、利用者ニーズに合わせた様々な利用促進策に積極的に取り組んだことから、平成19年度以降はほぼ従前のレベルにまで回復し、その後順調に推移している。

以下、平成20年度埼玉会館指定管理業務の自己評価について報告する。

1 文化振興部門

(1) 優良公演の提供に関する業務

ア 事業の概要

日本トップクラスの実力を維持し続けているNHK交響楽団の埼玉会館オリジナルプログラムや、ポピュラーな曲目を揃え子供から大人まで楽しめる「ニューイヤーコンサート」など、オーケストラ公演を中心に事業を展開した。

- ・ 事業数及び公演数

	計 画	実 績	増 減
事業数	8 事業	8 事業	なし
公演数	10 公演	11 公演	1 公演

「彩の国シネマスタジオ」において、上映時間の関係から当初の計画を1公演上回った。

- ・ 入場者数：2, 894人

「音楽のまち」という地域特性に合わせた事業を展開した結果、前年度とほぼ同程度の約3千人の方々に優良な芸術文化公演を提供することができた。

イ 収支比率

評価指標 a	年 度 目標値 b	実 績 c	実績－評価 指標 c-a	実績－年度 目標値 c-b
50.0%	44.5%	46.1%	△3.9%	1.6%

評価指標については、3年間を通して3館全体で評価を行うこととなっており、埼玉会館単館の年度目標値自体は低くなっているが、それを上回

る実績を上げることができた。

ウ チケット販売率

評価指標 a	年 度 目標値 b	実 績 c	実績－評価 指標 c-a	実績－年度 目標値 c-b
70.0%	75.9%	70.6%	0.6%	△5.3%

地元商店会や自治会等への地道な営業活動によりチケット販売を行ったが、評価指標を上回る実績を上げることはできたが、年度目標値を下回る結果となった。

(2) 普及啓発に関する業務

ア 事業の概要

定例公演となっている「埼玉会館ファミリー・クラシック」のほか、地元商店街等との連携による「埼玉会館ランチタイム・コンサート」を前年度に引き続き実施した。

・ 事業数及び公演数

	計 画	実 績	増 減
事業数	4 事業	4 事業	なし
公演数	4 公演	4 公演	なし

事業数、公演数とも計画どおり事業を実施することができた。

・ 普及啓発事業の規模・参加者数

分 野		年度目標値 a	実 績 b	実績－年度 目標値 b-a
一般県民 対象事業	規 模	6,000 人	33,630 人	27,630 人
	参加率	80.0%	79.4%	△0.6%
人材育成 事 業	規 模	300 人	494 人	194 人
	参加率	85.0%	102.0%	17.0%

財団全体の一般県民対象事業において約3万4千人の参加があったうち、埼玉会館実施事業においては約2千5百人の参加があった。なお、参加率については平成19年度から取り組み始めた「ランチタイム・コンサート」の影響により目標値を下回ることとなったが、当該事業は地域と連携し芸術文化の裾野を拓げていくためには必要な取り組みである

ので、これからも引き続き実施することにより定着させ、徐々に参加率を上げていきたい。

(3) 貸館に関する業務

ア 来場者数：659,989人

積極的に利用促進を図った結果、約66万人という大勢の方々にご来場いただいた。

イ 施設利用率

評価指標 a	年度目標値 b	実績 c	実績－評価 指標 c-a	実績－年度 目標値 c-b
75.0%	79.2%	76.3%	1.3%	△ 2.9%

ウ 利用料金収入

H20 決算 a	H20 予算 b	H20 決算－H20 予算 a-b
177,341,774 円	178,223,000 円	△881,226 円

平成19年度に引き続き利用者ニーズに応じた利用促進策などを行い、施設利用率については評価指標を上回る実績を上げることができたが、年度目標値は下回った。また、利用料金収入については予算をわずかに下回る結果となった。

エ 利用者サービスの向上

平成20年度は、引き続きホームページにて会議室の空き状況を公開したほか、和室貸出の運用基準を改め会議等でも貸出可能とするなど、利用者の利便性を高めた。

また、利用者アンケートを全面的に見直し利用者ニーズをより細かく把握することにより、より一層の利用者サービスの向上に努めた。

2 施設管理部門

予防保全の考え方にに基づき、施設の効用持続年数を落とすことなく施設管理を行った。修繕の適正化、電力及びガスの供給契約を見直すなどコスト削減に努め、特に光熱水費については原油高の影響が大きかったものの、予算

内で執行することができた。

3 付帯業務部門

(1) 情報提供に関する業務

情報コーナーにおいて財団や県内芸術文化関係の情報の提供を行った。

(2) 営業宣伝に関する業務

ア 財団情報誌の発行

「埼玉アーツシアター通信」 年6回 各13,000部

今までの財団情報誌を全面リニューアルし、よりわかりやすく魅力的な紙面を創り上げ、財団の活動内容や自ら主催する公演の紹介を行った。

イ ホームページの活用

より見やすく、わかりやすいホームページとするため、平成20年7月にホームページのリニューアルを実施した。

ウ チケット販売率 (1 (1) ウ再掲)

評価指標 a	年度 目標値 b	実績 c	実績－評価 指標 c-a	実績－年度 目標値 c-b
70.0%	70.0%	70.6%	0.6%	0.6%

地元商店会や自治会等への地道な営業活動によりチケット販売を行った結果、評価指標及び年度目標値ともに上回る実績を上げることができた。

(3) 会員制度の運営に関する業務

ア メンバーズ事業

メンバーズ会員数 6,091人 (平成21年3月末現在)

平成20年度は、話題性があり芸術性も高い作品を絶え間なく提供していった結果、前年度より大幅に会員数を伸ばすことができた。

イ サポーター会員事業

サポーター会員数 86社 (平成21年3月末現在)

財団をご支援いただく法人等の会員組織「サポーター会員」への加入促進に努めたが、一部退会となった会員もあり、前年度より15社減となっ

た。また、「冬物語」の際には懇親会も実施した。

(4) 憩いの空間の提供に関する業務

情報コーナーにおいて書籍等の閲覧スペースを設けるなど、憩いの空間として開放したほか、埼玉会館所蔵絵画の展示を実施し、芸術文化を身近に肌で感じられるスペースとして提供した。また、エスプラナードでは屋上緑化に協力し、緑あふれる良好な環境整備を行った。