

平成20年度埼玉県熊谷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年目である当年度は、平成18年度及び平成19年度に引き続き、芸術文化の県北の拠点としてより多くの方々に身近に芸術文化を楽しんでいただくことをコンセプトに指定管理業務を行った。夏の名物公演として定着している「松竹大歌舞伎」を実施したほか、貸館業務においては教育機関等公的機関とのつながりを深め利用促進を図るなど、芸術文化に触れる多様な機会を提供した結果、指定管理業務基本協定における評価指標（3年間を通して評価）については順調に実績を挙げることができた。

以下、平成20年度埼玉県熊谷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

熊谷会館の夏の名物公演として定着している「松竹大歌舞伎」や NPO 法人埼玉映画ネットワークとの共同開催による「彩の国シネマスタジオ」を実施し、地域のニーズに即した身近で親しみやすい公演を提供した。

・ 事業数及び公演数

	計 画	実 績	増 減
事業数	2 事業	2 事業	なし
公演数	5 公演	4 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公演下回ることとなった。

・ 入場者数：2, 294人

身近で親しみやすい事業を展開した結果、2千人を超える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%	82.7%	86.6%	36.6%	3.9%

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、熊谷会館単館の年度目標値自体は高くなっているが、その年度目標を上回る実績を挙げることができた。

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%	70.0%	69.3%	△0.7%	△0.7%

地元ニーズに即した公演であったが、「松竹大歌舞伎」が平日公演ということもあり夜公演の集客に苦労したため、評価指標及び年度目標値を若干下回ることとなった。

(2) 普及啓発に関する業務

ア 事業の概要

親子で一緒に楽しめる「熊谷会館ファミリー・クラシック」や、一流の芸術家の指導を受けることができる「熊谷会館クラシックバレエ・セミナー」を実施し、家族や青少年が芸術文化に身近に触れ合える機会を提供した。

- ・ 事業数及び公演数

	計 画	実 績	増 減
事業数	2 事業	2 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、熊谷会館実施事業においては約1千人の参加があった。

(3) 貸館に関する業務

ア 来場者数：130,309人

積極的に利用促進を図った結果、約13万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%	76.0%	77.3%	2.3%	1.3%

ウ 利用料金収入

H20 決算 a	H20 予算 b	H20 決算－H20 予算 a-b
24,104,397 円	26,148,000 円	△2,043,603 円

引き続き教育機関等への積極的な営業活動などにより、施設利用率については評価指標、年度目標値ともに上回る実績を上げることができたが、利用料金収入については予算を下回ることとなった。

エ 利用者サービスの向上

地域の小中学校及び高等学校による施設の特例利用を促進し、地域文化活動への支援とともにホールの有効利用に努めた。

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。

3 付帯業務部門

(1) 情報提供に関する業務

自治体の広報誌や県北部のミニコミ紙で定期的に会館情報を提供した。また近隣文化施設において、ポスター・案内等掲示し情報提供した。

(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%	69.3%	△0.7%	△0.7%

地元ニーズに即した公演であったため、評価指標及び年度目標値を若干下回ることとなった。評価指標、年度目標値とも上回る実績を挙げることができた。

(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

ホワイエ、風除室等において、公演情報や芸術文化情報を掲示し、利用者のオープンスペースとして提供した。また、ホールでの公演開催時には、夜間照明によるライトアップを行い、にぎわいのある空間を創出した。