

指定管理者制度活用事業 評価シート

1. 基本事項

施設名称	川崎市藤子・F・不二雄ミュージアム	評価対象年度	平成26年度
事業者名	株式会社藤子ミュージアム ・代表者 代表取締役 伊藤 善章 東京都新宿区西新宿6丁目22番1号	評価者	市民文化室長
指定期間	平成23年7月15日～平成33年3月31日	所管課	市民・子ども局市民文化室

2. 事業実績

※[]内は平成25年度(平成25年4月1日～平成26年3月31日)実績

利用実績	平成26年度(平成26年4月1日～平成27年3月31日)総入場者数:474,667人[458,129人] 入館者数内訳:大人・大学生 331,958人、69.9%[316,734人、69.1%]、高校生・中学生13,781人、2.9%[11,306人、2.5%]、子ども 92,780人、19.6%[97,655人、21.3%]、無料入館者 36,148人、7.6%[32,434人、7.1%]
収支実績	1 指定管理事業収支決算 11,731,978円 : 収入 520,450,967円、支出 508,718,989円 [ 279,216円 : 収入 492,438,914円、支出 492,159,698円] 2 自主事業収支決算 66,076,582円 : 収入 338,246,806円、支出 272,170,224円 [ 41,460,655円 : 収入 344,359,078円、支出 302,898,423円] 3 当期収支差額 77,808,560円 [41,739,871円] 4 次期繰越額 589,160,962円 ※うち400,000,000円はH23藤子プロからの寄附金 [ 511,352,402円]
サービス向上の取組	自主事業: 【ミュージアムオリジナル玩具(ガシャポン)・プリクラの販売】・・・万人に選びやすい価格設定で提供。玩具の内容も更新した。  【音声ガイド(おはなしデンワ)の提供】・・・作品を鑑賞しながら、理解が深められるよう、4歳以上の全ての来館者へ作品の説明やエピソードを収録した音声ガイドを無料貸与した。(大人用のほか、子供向けを用意。外国人向けには英、中、韓の3ヶ国語で提供)また、展示替え等にあわせて、内容を新たに更新した。  【包装菓子等の販売】・・・3階はらっぱにおいて、ミュージアムオリジナルのお土産として来館者に提供したほか、夏場は飲み物等を販売した。  その他:行政財産の目的外使用として藤子・F・不二雄ミュージアム製作委員会が行っているカフェ、ショップと連携して、広報や案内を実施した。  【参考:ミュージアムカフェの営業】・・・キャラクターにちなんだオリジナルメニューを揃えたカフェを営業。各種フェアや季節毎の限定メニュー、平日16時以降限定メニューなど、工夫を凝らした新メニューを投入した。  【参考:ミュージアムショップの営業】・・・オリジナルアイテムが豊富なグッズショップを営業。各種フェアにあわせて新アイテムを続々投入した。

3. 評価

※●は新規事項、○は継続事項

分類	項目	着眼点	配点	評価段階	評価点
利用者満足度		利用者満足度調査を適切に実施しているか	8	4 (H25 4) (H24 4)	6.4
		利用者満足度は向上しているか			
		調査結果の分析を行い、満足度向上のための具体的な取組に反映しているか			
事業成果		事業実施による成果の測定が適切に行われているか	6	4 (H25 4) (H24 4)	4.8
		当初の事業目的を達成することができたか			
魅力の向上		川崎市の魅力の増進に寄与しているか	6	5 (H25 5) (H24 5)	6
利用者満足度・事業成果	(評価の理由)				
	【利用者満足度】				
	●期間限定で平日16時の回の有料入館者に4つの特典のあるSF(スペシャル・フォー)を実施し、来館者にアンケートを行い、それぞれの特典に対する満足度を調査したところ、5点評価のうち、平均4.3点をマークした。5月・6月の16時の回の入館者数は前年を上回る入館者数を記録した。(6月は前年比1,391人増)				
	○お客様アンケート(2,256枚)を継続的に実施し、これらの情報をスタッフ全員で共有するとともに、運営に反映させている。特に空調調整、館内サインやカフェ混雑の緩和等の利用者ニーズを踏まえ、それぞれ改善を行った。				
	○定期的に展示更新やキャンペーンを実施するとともに、季節に合わせたイベントを複数回行ったほか、巨大な七夕の笹・正月飾り・クリスマスツリーなど季節感ある展示物をみんなの広場に設置し、写真スポットとなるような場所づくりを行った。				
	○1月には全面展示替えを実施し、展示室Ⅱでは、原画展「パーマンとFヒーローたち」を開始するとともに、Fシアターでは期間限定で開館時に上映したパーマンが登場するオリジナル短編映像を上映するなど、企画展と連動した取組を行い、利用者の満足度向上に努めている。				
	【事業成果】				
	●7月から開始した「ドラえもん 名作原画展～ミュージアムセレクション2014」は7月から9月、10月から1月の2期にわけ、8月に公開された映画「STAND BY ME ドラえもん」と連動した内容の原画を数多く展示したことで、昨年度の同時期(7月～11月)を上回る入館者があり、年間入館者は47万人を超えた。				
	●入場者種別ごとの入場者数の統計をとり、時間別・月別の動向を把握し、閑散期の平日16時の回の入館者増に向け、学芸員によるワンポイント講座を実施するなど、新たなサービスを開始した。				
	●入館者の年齢層、原画展の認知度及び情報源について、アンケートを実施し、ホームページから情報を得る入館者が多かったことを踏まえ、継続してミュージアム情報とともに、生田緑地や市・区など地域の話題・出来事等を日々更新するブログで発信したほか、11月から公式SNSを開始(平成27年3月末Facebook「いいね」数9,700、Twitterフォロワー数4,800)したことで、来館者等へのミュージアムPR及び利便性向上を図るとともに、より即時性の高い情報を発信することができた。(ホームページレビュー数10,295,781回、前年比525,703回増)				
○25年11月から神奈川新聞において隔週火曜日に連載されていた「藤子Fの世界」は、26年11月まで続き、25年度から合計25回の連載となり、多くの作品紹介を行なうなど、ミュージアムの魅力を広く発信することができた。					
【魅力の向上】					
●ミュージアム開館から約3年経った9月20日に、入館者数が150万人を突破し、メディアに「川崎市」のミュージアムとして取り上げられた。					
●藤子プロ等と連携を図り、藤子・F・不二雄生誕80周年を記念して福岡・大阪・高岡で開催した「藤子・F・不二雄展」(総来場者数約244,000人)に協力し、首都圏だけでなく、全国各地でのミュージアムの広報及び本市の魅力の増進に貢献した。また、リニューアルした等々力陸上競技場に設置されたキャラクターのモニュメント付近にミュージアムのポスター掲示を実施するなど、他の集客施設でも広報に努めた。					
●外国人に対する広報の強化のため、羽田空港国際線ターミナル内の観光案内所にも英語版リーフレットを設置し、本市のPRに貢献した。					
●チケット販売で連携する各社と連携・協力し、コンビニエンスストア等でミュージアム関連記事が掲載された無料の季刊誌(発行部数100万部)が配布されたり、ホームページにミュージアム情報を掲載することで、全国に本市をPRすることができた。					
効率的・効果的な支出		計画に基づく適正な支出が行われているか	8	3 (H25 3) (H24 3)	4.8
		支出に見合う効果は得られているか			
		効率的な執行等、経費削減の具体的な取組は為されたか			
収入の確保		計画通りの収入が得られているか	6	4 (H25 4) (H24 4)	4.8
		収入増加のための具体的な取組が為されているか			
適切な金銭管理・会計手続		収入と預かり金等を区別し、適切に管理を行っているか	6	4 (H25 3) (H24 3)	4.8
		事業収支に関して適正な会計処理が為されているか			
収支計画・実績	(評価の理由)				
	【効率的・効果的な支出】				
	○26年度の販売管理費は25年度決算を大きく上回っている。これは主に新聞折込広告等での広報・宣伝を強化したためであるが、入館者数の増による入館料収入の増加分が広報・宣伝費の前年度決算比の増加分を上回っていることから、効果的な支出につながっているものと考えられる。				
	【収入の確保】				
	○魅力あるミュージアム運営が目的外使用のショップ・カフェの利用を促進させていることやショップ・カフェ関連の問い合わせ対応がミュージアムへ多数あることから、給与手当の1/2相当額を給与負担金として、7月と1月の展示替えに係る費用の1/2相当額を展示物負担金として、ショップ・カフェ事業者から得ている。				
	○8月に公開された映画と連動した原画展を実施したことなどから、夏から秋にかけて前年を大きく上回る入館者があり、入館料収入は予算を上回った。				
	○自主事業においては、ガシャポンの中身を更新したり、どら焼きなど魅力のある包装菓子を積極的に投入することで6,600万円超の黒字となるなど、効果的な収入を確保しており、安定した事業運営に寄与している。				
	【適切な金銭管理・会計手続】				
	●会計手続は、税理士の資格を持った職員を配置し、さらに会計参与(税理士)のアドバイスを受けながら、概ね適正に処理されており、金銭管理は適切なチェック体制により厳格に管理している。				

サービス向上及び業務改善	適切なサービスの提供	指定管理業務や自主事業が仕様書や事業計画等に基づいて適切に提供されたか	8	5 (H25 5) (H24 4)	8	
		基本理念等に基づき、適切なサービスが提供されたか				
		利用者への情報提供を適時かつ十分に行っているか				
		サービスの利用促進への具体的な取組が為されているか				
		新規及びリピーター確保に向けた付加サービスの取組が為されているか				
	業務改善によるサービス向上	実施計画と実際のサービス提供に「ずれ」が生じている場合、原因究明に必要な取組が為されているか	6	4 (H25 4) (H24 4)	4.8	
		業務改善が必要な場合に、現状分析、課題把握、改善策の検討と実施が行われているか				
		業務改善の取組によって具体的な効果があらわれたか				
	利用者の意見・要望への対応	利用者ニーズの把握に努め、それを事業や管理に反映させる取組が為されているか	6	4 (H25 4) (H24 4)	4.8	
		意見・要望の収集方法は適切だったか(十分な意見・要望を集めることができたか)				
		利用者からの苦情や意見に対して、迅速かつ適切に対応しているか				
	地域貢献・施設との連携	地域や生田緑地の施設等との連携は適切に実施されたか	4	5 (H25 4) (H24 4)	4	
	(評価の理由)					
	<b>【適切なサービスの提供】</b>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●旅行会社と連携し、平成25年度から海外向け団体受入を開始した結果、26年度は年間1,027名を受け入れることができた(前年比約120%増)。個人で来館した外国人も含めると、53,488人(言語別音声ガイドから算出)にのぼり、前年より約2万人多い外国人を受け入れた(前年度比約167%増)。</li> <li>●1月に展示替えを実施し、展示室Ⅱでは原画展「パーマンとFヒーローたち」を開始し、開館以来初めてドラえもん以外の作品にスポットをあてた原画展を企画した。</li> <li>●11月から公式SNSを開始することで、展示物の入れ替えや季節感あるイベント、ショップの新商品やカフェの各種フェアの新メニューなど、来館者等へのミュージアムPR及び利便性向上を図るとともに、最新情報をより多くの人々に発信した。さらには、新聞の折込広告を9月と3月に実施し、ミュージアムの魅力を発信した。</li> <li>○夏休み期間(44日間)には、開館時間を1時間延長して、午後7時まで営業を行い、遠方からの来館者等へのサービス向上を図った。</li> </ul>					
<b>【業務改善によるサービス向上】</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>●撮影禁止エリアが明確にわかるよう、館内リーフレットをリニューアルした。</li> <li>●カフェの混雑緩和策として、カフェエリアの拡大により確実に待ち時間を短縮したとともに、サービス提供しやすいう、レイアウトを変更するなど工夫したほか、はらっぱで新商品のミュージアムオリジナルの包装食品(どら焼き)を販売した。</li> <li>○台風や大雪など天災のため来場が困難な場合だけでなく、来館者の急な体調不良時も、振替対応できるよう、体制を整え、サービスの向上を図った。</li> <li>○雨天の際や日差しが強い日にも屋外エリアを楽しんでもらえるよう、晴雨兼用の傘を設置した。</li> <li>○各スタッフによる自己点検の実施、日報への記録、報告を行い、スタッフ間で確実な情報共有や意見交換を行った。また、留め置きアンケートや来館者に対する出口アンケートを実施して来館者の動向やニーズの把握に努めた。</li> </ul>						
<b>【利用者の意見・要望への対応】</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>●アンケート等の来館者の意見を踏まえ、夏季にはミスト付扇風機とスポットクーラーを設置するなど、より快適に楽しんでもらえるよう、配慮した。</li> <li>●館内のサインを見直し、新たにエレベーターの場所が分かるようなサインを設置した。</li> <li>○遺失物の問い合わせに対し、電話対応はじめ、検索、送付作業を行なうなど、対応した。</li> </ul>						
<b>【地域貢献】</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>●多摩区観光協会設立記念切手シートの作成にあたり、写真協力を行ない、多摩区観光事業のPRに貢献した。</li> <li>●Jリーグ川崎フロンターレの川崎市制90周年記念試合のイベントで連携し、ミュージアム広報とともに市制記念の盛り上がり貢献した。</li> <li>●ミュージアム周辺に設置されている、キャラクターのモニュメントや橋の欄干のレリーフなどの清掃を適宜実施した。</li> <li>●より多くの子どもたちに作品を鑑賞してもらうため、市内小学校の団体入館に対して、割引制度(500円→400円)を確立し、市内小学校校長会へ説明を行った。(平成27年4月入館分より適用)</li> <li>○かわさきハロウィンでの特別賞、川崎国際多摩川マラソン、多摩川リバーサイド駅伝in川崎で賞品提供を行った。</li> <li>○7月1日(火)の市制記念日に、市民招待デーを市と連携して開催。市民531組、1,828人が訪れた(応募総数5,769通、20,476人)。</li> <li>○来館者が周辺地域を訪れてもらえるよう、市と連携して制作したミュージアム周辺地域の周遊マップや市・区の情報誌を館内に設置した。</li> <li>○生田緑地サマーミュージアム、多摩区民祭などの生田緑地や地域のイベント等に参加し、ミュージアム広報とともに、地域との連携に取り組んだ。</li> <li>○市の施設として市内利用者の増加を目的に、市内のJTB8店舗にて、チケットの市民優先販売を行った。</li> <li>○夏休み期間に生田緑地にある美術館・博物館と連携し、スタンプラリーを実施したことで、生田緑地近隣の回遊性の向上に貢献した。(約5,500名が参加)</li> </ul>						

組織管理体制	適正な人員配置	必要な人員(人数・有資格者等)が必要な場所に適切に配置されているか	6	4 (H25 3) (H24 3)	4.8
	連絡・連携体制	所管課との連絡・連携が十分に図られているか			
	再委託管理	再委託先との連携調整が適宜・適切に行われ、業務の履行についても適切な監視・確認が為されているか			
	担当者のスキルアップ	業務知識や安全管理、法令遵守に関する研修が定期的に行われ、スタッフのスキルとして浸透しているか	2	4 (H25 4) (H24 4)	1.6
	安全・安心への取組	事件・事故、犯罪、災害から利用者を守ることができる適切な安全管理体制となっているか(人員配置、マニュアル、訓練等) 緊急時に警察や消防など関係機関と速やかに連携が図れるよう、連絡体制を構築し、定期的に情報交換等を行っているか	4	4 (H25 4) (H24 4)	3.2
	コンプライアンス	個人情報保護、その他の法令遵守のルール(規則・マニュアル等)と管理・監督体制が整備され、適切な運用が為されているか	4	3 (H25 3) (H24 3)	2.4
	職員の労働条件・労働環境	スタッフが業務を適正に実施するための、適切な労働条件や労働環境が整備されているか			
	環境負荷の軽減	環境に配慮した調達や業務実施が行われているか	2	4 (H25 4) (H24 4)	1.6
	<p>(評価の理由)</p> <p><b>【適正な人員配置】</b>  ●ミュージアムの基本理念でもあるホスピタリティ(おもてなし)を実現するため、十分な人員配置を行っており、各種資格が必要な個所として、税理士資格を持った職員を経理に配置したほか、これまで広報を行っていた職員が学芸員の資格を取得し、よりミュージアムや作品に精通した学芸員として展示・企画部門を担当するなど、各部門に適正に配置されている。</p> <p><b>【連絡・連携体制】</b>  ●今まで適宜会議を開催していたが、10月から月1回、所管課との定例会議を実施した。事前に課題を洗い出し、所管課との情報共有・課題解決ができたほか、年度を越えた計画や緊急時の対応の協議など、中長期的な視点での検討も行き、連携体制がさらに確立した。</p> <p><b>【担当者のスキルアップ】</b>  ○職員採用においては、藤子氏及び氏の作品が大好きであることを条件とするほか、徹底したおもてなしの心を持った職員を育てるため、各種マニュアルの充実を図るとともに、OJTによる技術研修など様々な教育・研修を実施しており、来館者へ質の高いサービスを提供できている。</p> <p><b>【安全・安心への取組】</b>  ○事故・災害発生時の対応マニュアルに基づき、総合防災訓練を実施するだけでなく、エリア別の避難誘導訓練、停電時を想定した訓練、消防設備取扱訓練、救急救命講習を実施するなど、多くの来館者を受け入れる施設として毎月多様な訓練、取組を実施している。  ●地震などの災害、デング熱、食品異物混入など想定される問題に対する危機意識が高く、発生時の対応について、事前に所管課と情報共有を行なっている。</p> <p><b>【環境負荷の軽減】</b>  ○作品を忠実に演出する演色性の高い展示用LED照明を採用し、省電力化と長寿命化を推進。(2012年度「省エネ・照明デザインアワード」を受賞。)  ○ミュージアム設置のガシャポンカプセルはメーカーに回収を依頼して再資源化を行っている。  ○屋上に太陽光発電装置を設置し、館内での消費電力の一部を発電によって賄っている。</p>				
適正な業務実施	施設・設備の保守管理	安全な利用に支障をきたすことのないよう、施設・設備の保守点検や整備等を適切に実施しているか	18	4 (H25 4) (H24 4)	14.4
	管理記録の整備・保管	業務日誌・点検記録・修繕履歴等が適切に整備・保管されているか			
	清掃業務	施設内及び外構の清掃が適切に行われ、清潔な美観と快適に利用できる環境を維持しているか			
	警備業務	施設内及び敷地内の警備が適切に行われ、事件・事故・犯罪等の未然防止に役立っているか			
	外構・植栽管理	外構の植栽を適切に管理(草刈、剪定、害虫駆除等)しているか			
	備品管理	設備・備品の整備や整頓、利用者が使用する消耗品等の補充が適切に行われているか			
	<p>(評価の理由)</p> <p>○施設・設備の保守管理については、来館者の安心・安全・快適性の確保するとともに、効果的・効率的な施設の維持管理を行うため、各種設備のマニュアルのほか、中長期修繕計画なども参考にした維持管理計画に基づいて業務を実施している。空調設備など、使用頻度の高いものは、仕様以上に点検を行なっている。</p> <p>○清掃業務、警備業務、植栽管理等の施設・設備の保守管理業務については専門業者に再委託することで適正に実施されている。</p> <p>○備品管理については、基本協定に基づき備品台帳を整備するなど、適切に管理され、ミュージアムで使用される備品や消耗品について、ミュージアムの一体感、雰囲気づくりを考えて用意されている。</p> <p>○衛生面については、常に館内外の「清潔さ」を保つよう配慮されており、館内外の清潔さは高いレベルで管理されている。</p>				

#### 4. 総合評価

評価点合計	81.2	評価ランク	A
	(H25 78.0)		(H25 B)
	(H24 76.4)		(H24 C)

#### 5. 事業執行(管理運営)に対する全体的な評価

川崎市藤子・F・不二雄ミュージアムは、「多摩丘陵の恵まれた自然の中で、川崎市ゆかりの漫画家藤子・F・不二雄氏の作品の展示等を通じて、当該作品に込められたメッセージを子どもをはじめとするすべての世代に伝えることにより、市民の文化芸術活動の振興及び本市の魅力の増進に寄与する」ことを目的として設置した芸術文化施設であり、基本理念として、藤子・F・不二雄氏の作品等に込められた「夢」「希望」「勇氣」「友情」「大なる好奇心」そして「人を愛する優しい気持ち」などのメッセージを幅広い世代に伝えていくことを掲げており、具体的には「まんが文化」「遊びゴコロ」「SF―すこしふしぎ―」「コミュニケーション(ふれあい)」「新しい発見」「自然」「ホスピタリティ(おもてなし)」をミュージアムづくりの基本としている。全体評価にあたっては、これらの目的及び基本理念を踏まえて評価を行う。

平成26年度は指定管理期間の4年目であり、通年開館としては3年目である。昨年から引き続き全国各地で開催された「藤子・F・不二雄展」における藤子プロとの協力・連携のほか、市や市内企業の事業・イベントにおいても積極的に連携し、広報活動を行った。昨年度から開始した原画展「大長編ドラえもん のび太の大魔境と世界最古の相棒たち」に続き、7月からは「ドラえもん名作原画展～ミュージアムセレクション2014」を2期にわけて開催し、8月に公開された映画「STAND BY ME ドラえもん」と連動した内容の原画を数多く展示した。1月からは初めてドラえもん以外の作品をテーマにした原画展「パーマンとFヒーローたち」を開催した。季節毎のイベント、キャンペーンにも積極的に取り組み、多くのメディアでも取り上げられた結果、全国・世界からの来館者は年間約47万人を超え、25年度を上回る、幅広い世代の多くの方が藤子氏の作品世界を体感でき、ミュージアム及び本市の魅力発信に繋がったと考える。

指定管理業務としては、主にミュージアムの展示企画業務、施設運営業務、維持管理業務、その他管理運営に必要な業務があるが、各々の分野で昨年度の実績を踏まえ、よりよいミュージアムづくりを行っている。

##### ○展示企画業務

映画と連動した作品や藤子・F・不二雄氏の様々な作品をテーマに原画展を年間を通して行ったほか、期間限定で、平日16時の回にワンポイント講座や展示リストを配布するサービスを実施するなど、展示の充実工夫を加えている。

##### ○施設運営業務

指定管理事業において、適正に収支状況を把握し、昨年に引き続き黒字収支となった。海外でのチケット販売も昨年を大きく上回ったほか、入館者層を分析し、新たにSNSを開始するなど、入館者増に繋がる取組を実施した。また、カフェエリアの拡大により、待ち時間を短縮させることができ、サービス向上に繋がった。市内小学校の団体入館割引制度(500円→400円)を確立し、地域への貢献度が高まった。さらに、藤子プロ等関係事業者と連携し、効果的な広報を行い、ミュージアムについて多数取り上げられ、本市の魅力の発信に大きく貢献している。

##### ○維持管理業務

各種設備点検や各種訓練等を確実に実施したほか、各地での自然災害・感染症の流行などを踏まえ、施設としての危機管理意識を高く保っている。また、全体として高い水準で業務を遂行できていると考える。

以上のことから、平成26年度の全体評価としては、持続的・安定的な運営に向けた新たな取組みをはじめ、引き続き質の高いサービスを来館者に提供しており、適正に指定管理業務を実施することができたと考える。

#### 6. 来年度の事業執行(管理運営)に対する指導事項等

①収支については、指定管理事業及び自主事業ともに、黒字を確保しており、当期の繰越金を次期以降の事業資金として充当することとすることから、安定した事業運営が実施できていると考えるので、引き続き、収支計画を踏まえた効果的・効率的な執行や経費節減に取り組むこと。

②今後のミュージアムの持続的・安定的な運営に向け、さらに利用者満足度やニーズを把握・分析しながら、引き続き効果的な手法を取り入れ、ミュージアムの魅力をより多くの方々に感じてもらえるよう、また、地域の方々に愛着を感じてもらえるような取り組みに努めること。

③本市の国内外への魅力発信拠点として、開館5周年や2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据え、さらに多くの方が訪れるよう、引き続き、指定管理者ならではのネットワークやノウハウを活用しながら、本市の広報・観光事業等ともより協力・連携し、ミュージアムの魅力を活かした管理運営を行うこと。