

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28年度 |
| 事業者名 | 株式会社藤子ミュージアム 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 | 市民文化振興室長 |
| 指定期間 | 平成23年7月15日～平成33年3月31日 | 所管課 | 市民文化局市民文化振興室 |

2. 事業実績

※[]内は平成27年度(平成27年4月1日～平成28年3月31日)実績

| | |
|-----------|---|
| 利用実績 | <p>平成28年度総入館者数:434,775人〔前年:465,685人〕 【内訳】 大人・大学生 299,822人 69.0%〔前年:325,799人、70.0%〕 高校生・中学生 12,786人 2.9%〔前年:13,860人、3.0%〕 子ども 86,695人 19.9%〔前年:89,277人、19.2%〕 無料入館者 35,472人 8.2%〔前年:36,749人、7.8%〕</p> <p>うち外国人入館者数 83,575人、20.9%〔前年:82,527人、19.2%〕 (※無料音声ガイド「おはなしデンワ」に基づく集計)</p> |
| 収支実績 | <p>1 指定管理事業 収入 480,426,289円〔前年:522,501,221円〕 支出 441,096,194円〔前年:501,774,167円〕 →収支決算 39,330,095円〔前年:20,727,054円〕</p> <p>2 自主事業収支 収入 306,507,036円〔前年:291,799,402円〕 支出 243,077,536円〔前年:238,776,341円〕 →収支決算63,429,500円〔前年:53,023,061円〕</p> <p>3 当期収支差額 102,759,595円〔前年:73,750,115円〕</p> <p>4 次期繰越額 765,670,672円〔前年:662,911,077円〕 ※うち400,000,000円はH23藤子プロからの寄附金</p> |
| サービス向上の取組 | <p>自主事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ミュージアムオリジナル玩具(ガシャポン)・ブリクラの販売 万人に選ばれ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を深められるよう、4歳以上の全来館者に対し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(大人用のほか子ども向けも用意。外国人向けには英・中・韓の3カ国語で提供)。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 来館者向けに3階「はらっば」においてミュージアムオリジナルのお土産販売を行ったほか、夏場は飲み物等を販売した。平成29年1月から、新たに地元川崎の銘菓とコラボレーションした包装菓子の販売を開始した。 <p>その他</p> <p>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」が運営しているカフェ・ショップと連携して、広報や案内を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ミュージアムカフェ(参考) 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など工夫を凝らした新メニューを考案し提供した。 ■ミュージアムショップ(参考) 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取り揃えた。 |

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・事業成果 | 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 (H27 4) (H26 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 (H27 4) (H26 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 (H27 5) (H26 5) | 6 | |
| (評価の理由) | | | | | |
| <p>【利用者満足度】 ●来館者に対して、原画展やフェア、カフェ・ショップ等に対する満足度を調査したところ、5点評価のうち原画展について平均4.64点をマークした。その他の項目についても、全て4点を超え、昨年を上回る高評価が得られた。 ●定期的に展示の更新や各種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、誕生日の入館者に対して特別ステッカー等を配布したり、5周年を記念して展示室Ⅱにおける作品を自由に撮影できるようにした。さらに、SNS利用者が多いことなど踏まえ、3階「はらっぱ」や屋外庭園にキャラクターのモニュメントを設置し、新たな写真撮影スポットを作った。 ●外国人入館者も満足いただけるように館内リーフレットをリニューアルし、最初に館内ルールが目に入るレイアウトにするなど、利用者満足度の向上につなげる取組を行った。 ○お客様アンケート(2,406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。特に屋外での休憩スペースについては、利用者ニーズを踏まえて改善を行った。</p> <p>【事業成果】 ○7月から開始した「ドラえもん名作原画展」での3期に分けた展示の入れ替えや、翌年3月に公開される映画ドラえもんの内容発表にあわせた広報、映画に連動した内容の原画展示のほか、テレビドラマ化が決定した作品の展示コーナーを新たに設けるなどしたことで、平成27年度の年間入場者数に対して約93%の入館者数を維持することができた。 ●ホームページやSNSから情報を得る入館者が多かったことを踏まえ、6月から新たに「Instagram」のアカウントの運用を開始した。合計3種類のSNSを活用し、各媒体にあわせて掲載画像を変更するなどの工夫をしながら、ミュージアムをはじめ、生田緑地や市・区など地域の問題・出来事等を毎日発信するホームページブログ及び公式SNSから、最新の情報配信を実施している。(平成29年3月末 Facebook:いいね!数約27,000〔前年15,000〕、Twitter:フォロワー数約16,000〔前年9,800〕、Instagram約6,000)</p> <p>【魅力の向上】 ●ミュージアム開館から約5年経った12月5日に入館者数が250万人を突破したことにより、各種メディアに「川崎市」のミュージアムとして取り上げられた。 ●藤子プロや協賛会社等との連携により、テレビ放送でミュージアムについて広報したほか、小田急登戸駅構内で開館5周年を記念した装飾の実施や、チケット販売会社が発行するフリーペーパー「月間ローチケ」(発行部数100万部)に表紙・特集記事を掲載するなどした。さらに映画公開とあわせて、日本航空機内誌にミュージアムの広告を掲載するなど、ミュージアムと本市を全国にPRすることができた。 ●中国、台湾、タイなどのアジア地域をターゲットとしてトリップアドバイザーなどの旅行情報サイトにバナー広告を掲載し、海外にも積極的に川崎市の文化施設としての魅力を発信した。 ○外国人に対する広報強化のため、英語版チラシを作成し、羽田空港国際線ターミナル内の観光案内所で配布したほか、本市の観光プロモーション部門とも連携し、ミュージアムで作成したチラシを海外で開催される観光フォーラム等にて配布している。</p> | | | | | |
| 収支計画・実績 | 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 (H27 3) (H26 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 | 5 (H27 4) (H26 4) | 6 |
| | | 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 (H27 4) (H26 4) | 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 | | | | | |
| (評価の理由) | | | | | |
| <p>【効率的・効果的な支出】 ○前年度比約93%の入館者数ではあるが、指定管理事業において負担金等収入を確保できたことから約3,900万円の黒字となり、事業を行うにあたって必要な経費を支出できている。</p> <p>【収入の確保】 ○目的外使用許可により別途運営しているミュージアムショップ・カフェについて、施設側でショップ・カフェ関連の問い合わせ対応を多数行っていることや、魅力あるミュージアム運営がショップ・カフェの利用を促進させていることから、ミュージアム製作委員会等から給与負担金や展示物負担金を得ている(給与負担金…給与手当の1/2相当額 展示物負担金…7月、1月の展示替え及びクリスマス装飾に係る費用の1/2相当額)。 ●自主事業においては、図録以外に初めて5周年企画展の公式ガイドブックの販売した。また、ガシャポンの中身を更新したり、どら焼きや川崎銘菓とコラボレーションした煎餅など魅力のある包装菓子を積極的に投入した取組もあり、約6,300万円超の黒字となるなど、入館料以外での収入源を確保し、安定した事業運営に寄与している。</p> <p>【適切な金銭管理・会計手続】 ○税理士の有資格者を職員として配置するとともに、会計参与(税理士)のアドバイスを受けながら処理しており、適切かつ厳格なチェック体制のもと金銭管理・会計手続を行っている。</p> | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|---|-------------------------|-----|--|
| 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 (H27 5) (H26 5) | 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 (H27 4) (H26 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 (H27 4) (H26 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・他施設との連携 | 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 (H27 5) (H26 5) | 4 | |
| | (評価の理由) | | | | | |
| | <p>【適切なサービスの提供】</p> <p>●旅行会社との連携により、平成25年度から海外向け団体受入を開始した結果、28年度は年間1,466人を受け入れることができた(前年度1,061人)。個人で来館した外国人も含めると83,575人(無料音声ガイドの言語別貸し出し数から算出)にのぼり、前年より約1,000人多い外国人を受け入れ、過去最高の外国人入館者数を記録した。</p> <p>●国内団体チケットの管理をローソングループに一元化する体制を整え、3ヶ月前末日で締め切っていた団体予約を20日前まで受け付けするシステムを平成28年度から運用し、年間193件・6,329人(前年度91件・4,406人)を受け入れた。あわせて、市内の小学校等からの来館者も増え、年間528人(前年度180人)を受け入れることができた。</p> <p>○外国人から問い合わせの多い周辺の飲食店情報マップの作成・配布や、チケット購入方法がわからず直接来館した人向けの多言語版のチケット購入方法チラシの配布を行っている。</p> <p>○夏休み期間前後(60日間)や冬のイルミネーション期間において、開館時間を30分延長して18時30分まで営業を行い、遠方からの来館者等へのサービス向上を試みた。</p> | | | | | |
| | <p>【業務改善によるサービス向上】</p> <p>●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や交通障害も振替対応できるように体制を整え、6月から公式ホームページにも振替対応についての情報をアップし、467件の振替対応を受け入れた。</p> <p>●登戸駅からの直行バス乗り場がわかりにくいとの意見を受け、市や鉄道事業者と連携し、開館5周年記念にあわせ、キャラクター入り乗り場案内サインのデザインを新たに描き下ろし、市・鉄道事業者に無償提供した。市や鉄道事業者により、わかりやすい案内サインが設置されたことで、来館者に対するサービス向上を図った。</p> | | | | | |
| | <p>【利用者の意見・要望への対応】</p> <p>○アンケート等で寄せられた来館者の意見を踏まえ、屋外での休憩スペースを充実させ、より快適に楽しんでもらえるよう配慮した。カフェ・ショップに寄せられた意見はカフェ・ショップ運営事業者と共有し、新メニューや新商品の開発につなげ、総体としてミュージアムの魅力向上につなげた。</p> <p>○留め置きアンケートや来館者に対する出口アンケートの結果から、来館回数や来館者のより詳細な動向・ニーズを把握するとともに、ホームページやSNSで積極的に最新情報を発信した。</p> <p>○遺失物の問い合わせに対し、電話対応をはじめ検索・送付作業を行うなどの対応を行った。</p> | | | | | |
| <p>【地域貢献】</p> <p>●地域と密着した身近なミュージアムとなるよう、地元商店会の夏祭りに出展した。</p> <p>●市と連携し、市主催の川崎市フラッグフットボール交流大会を「藤子・F・不二雄ミュージアムカップ」として継続して開催。28年度は優勝チームの子どもたちをミュージアムに招待し、身近なミュージアムとなるよう、取り組んだ。</p> <p>●市が管理する登戸駅前の花壇のリニューアルにあたって、より親しみやすいものになるようにデザイン作成に協力した。</p> <p>○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割引制度(500円→400円)を継続して実施した。</p> <p>○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。</p> <p>○カワサキハロウィンでの特別賞贈呈や川崎国際多摩川マラソン、多摩川リバーサイド駅伝in川崎での賞品提供を行った。</p> <p>○市と連携して7月1日の市制記念日に「市民招待デー」を開催し、市民1,742人が訪れた(応募総数2,592通、8,569人)。</p> <p>○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。</p> <p>○生田緑地サマーミュージアム、多摩区民祭など生田緑地でのイベントに参加し、ミュージアムの広報とともに地域との連携に取り組んだ。</p> <p>○市内利用者の増加を目的として、JT市内8店舗において市民優先販売を行った。</p> <p>○生田緑地にある美術館・博物館と連携し「夏休みスタンプラリー」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。(夏休みを含む8月末まで実施、約3,000名が参加)</p> | | | | | | |

| | | | | | |
|--|---|---|-------------------------|-------------------------|------|
| 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 (H27 4) (H26 4) | 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 (H27 4) (H26 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 (H27 5) (H26 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 (H27 3) (H26 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 (H27 4) (H26 4) | 1.6 | |
| <p>(評価の理由)</p> <p>【適正な人員配置】 ○作品のアーカイブ事業をさらに進めるため、平成27年度から継続して藤子プロから人員派遣を受け入れてミュージアムの調査・研究に取り組んでおり、収蔵資料約1700点のリスト化とナンバリングを行った。 ○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)」を実現するために十分な人員配置を行っている。また、経理業務に税理士資格を持った職員を配置しているほか、学芸員の資格を取得している広報職員が、ミュージアムや作品により精通した職員として展示・企画部門の業務を担当するなど、より良い施設運営を目指した効果的な人員配置を行っている。 ○外国人入館者が増えていることから、語学(中国語・英語)が堪能なスタッフの積極登用を行った。</p> <p>【連絡・連携体制】 ○所管課との定例会議を月1回実施し、課題の共有等を行っている。さらに28年度は市が実施する開館5周年記念事業と連携するにあたり、打ち合わせを密に行い、事業実施に協力した。</p> <p>【担当者のスキルアップ】 ○職員採用においては、藤子氏及び藤子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>【安全・安心への取組】 ○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ほか、エリア別の避難誘導訓練や、停電時を想定した訓練、消防設備取扱訓練、救命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。 ●AED取扱訓練を年1回の予定のところ、年2回実施するなど、安全・安心への取組について、意識が高い。</p> <p>【環境負荷の軽減】 ○作品を忠実に演出するために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している。 (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。 ○屋外のクリスマスツリーの装飾に、ドラえもん誕生年にちなみ、2112個のクリスタル球を使用し、話題づくりをする一方、昼間も太陽光で楽しめるほか夜間は下からの光のみで楽しめる演出とし、環境に配慮した取組を行った。</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 (H27 4) (H26 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・快適性を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き実施している。また、空調設備など使用頻度の高いものは設備の仕様以上に点検を行っている。 ○清掃業務・警備業務・植栽管理など施設・設備の保守管理業務については、専門業者に再委託し適正に実施されている。 ○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ており、ミュージアムで使用される備品や消耗品は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。 ○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、高いレベルで管理されている。</p> | | | | |

4. 総合評価

| | | | |
|-------|------------|-------|---------|
| 評価点合計 | 82.4 | 評価ランク | A |
| | (H27 82.0) | | (H27 A) |
| | (H26 81.2) | | (H26 A) |

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る。

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」「勇気」「友情」「大いなる好奇心」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28年度は指定管理期間の6年目であり、通年開館としては5年目である。

開館5周年を記念し、市が実施する開館5周年記念事業にも協力したほか、藤子プロやチケット販売会社、関連企業とも積極的に連携し、館内外での広報活動を積極的に行った。昨年度から開始した原画展「のび太の日本誕生と時空の旅」に続き、7月からは「5周年特別企画 ドラえもん名作原画展 ミュージアムセレクション」を全三期に分けて開催し、春休みに上映される「映画ドラえもん」にちなんだ作品やテレビドラマ化された作品の展示などにより、映画やテレビと連携した事業展開を図った。

総来館者は434,775人で前年比約93%を維持し、市内学校の児童等の団体受け入れや海外からの来館者数は前年度より増加するなど、多くの方々が藤子氏の作品世界を体感できることがミュージアム及び本市の魅力発信にも繋がっている。また、地元商店会の夏祭りに出展するなど、地域との連携にも取り組んでいる。

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、より良いミュージアムづくりを行っている。

○展示企画業務

7月からの企画展を全三期にわけ、原画の入れ替えを行うだけでなく、映画上映時期に映画のテーマとなる作品を展示したり、テレビドラマ化が決定した作品の特別展示コーナーを設けたりするなど、時期にあわせた展示を行うなどの工夫も取り入れている。また、ゆかりの品などの収蔵資料のリスト化とナンバリング作業を完成させた。

○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、収入の確保に努め、昨年に引き続き黒字収支となった。

入館者の動向を把握し、新たに公式SNSのアカウントを設け、最新情報を発信したほか、外国人が閲覧する旅行情報サイトへ広告を行うなど、国内外にミュージアムの魅力発信を行った。

開館5周年を好機と捉え、市や藤子プロ等関係事業者と連携して効果的な広報を行ったことにより、メディア等でミュージアムが多数取り上げられ、本市の魅力の発信に大きく貢献した。また、地元夏祭りへの出展等、近隣住民にとって身近なミュージアムとして浸透するような取組も進めている。

○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、来館者が多い施設として危機管理意識を高く持ち、予定を上回る点検・訓練を行っている。また、清掃など衛生面についても全体として高い水準で業務を遂行できている。

以上のことから、平成28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言える。

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継続して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してい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。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、収入の確保に取り組むこと。

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利用者のニーズを把握・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、入館者の増加にむけてリピーターの確保や国内外からの観光客の入館に繋がる取組や地域の方々に愛着を感じてもらえるような取組に努めること。

③2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を契機に、さらに国内外に向けた本市の魅力発信拠点となるよう、本市の広報・観光担当課とも密接に協力・連携するとともに、指定管理者ならではのネットワークやノウハウを引き続き活用し、誰もが楽しめる「まんが文化」をはじめとするミュージアムの魅力を活かした管理運営を行うこと。