

## 年度評価シート

課名 産業政策課

施設の名称 静岡市文化・クリエイティブ産業振興センター	指定管理者名 株式会社ピーエーシー
1 履行状況	
業務仕様書及び事業計画書に従って履行されている。	
(1) 各数値目標の達成状況について	
<u>利用者数 (目標40,000人/年) : 33,864人 (目標差△6,136人)</u>	
<u>利用者満足度 (目標90%) : 86% (同△4%)</u>	
<u>マッチング件数 (目標5件/年) : 8件 (同+3件)</u>	
<u>クリエイター集積数 (3者/年) : 4者 (同+1者)</u>	
新型コロナウイルスによる外出自粛やイベント中止の影響を受けて利用者数は目標未達となるも、一過性の要因と判断。新型コロナウイルス終息後は積極的な広報活動とイベント開催により目標達成を図っていく。	
利用者満足度は目標未達となるも、セミナーやワークショップ事業の満足度は95%を超えており、高い満足度が得られている。	
マッチング件数およびクリエイター集積数は目標達成。CCCからの積極的な情報発信が成果に結びついている。上記より、新型コロナウイルスによる影響を除けば概ね目標を達成できていると考える。	
(2) クリエーター支援業務について	
セミナーやワークショップ等を開催し、クリエイターの独創性、創造性、事業性の成長支援を実施している。パフォーミングアーツや展示会といった発表の機会を提供することを通じて、クリエイターの活動周知にも取り組んでいる。また、企業とクリエイターのマッチング事業も推進することで、クリエイターのビジネス活動も支援している。	
(3) 文化・クリエイティブ産業振興について	
一般市民向けに、クリエイターによる展示会やセミナーを実施。また、「まちは劇場推進事業」と連携して、近隣施設等と連携した市民参加型のパフォーミングアーツを開催することで、地域の賑わい創出にもつながっている。	
(4) センターの利用許可業務、施設及び設備の維持管理業務について	
業務仕様書に従って適切に遂行されている。	
(5) 成果等の把握に関すること	
令和2年度はセミナーを5回、ワークショップを3回、展示会を16回などを実施した。新型コロナウイルスの影響を受けながらも、感染予防対策を講じながら可能な範囲でイベントを開催でき、クリエイター支援ならびに活動機会の提供ができた。	

また、クリエイターと企業のマッチングを8件実施。清水港客船誘致用PR用イメージデータの作成や新ブランドのロゴデザイン作成などを行った。

## 2 市民（利用者）からの意見・要望の内容とその対応状況の評価（クレーム対応 等）

利用者からの意見・要望に対しては、適切な対応がとられている。また、メディアやチラシ等の媒体により市民に対して情報発信に努めており、また、意見・要望を積極的に取り入れる体制も整っている。

### 【具体的な意見・要望と対応状況】

- ・とても楽しかった。毎回、あっと驚くものに出会える。地元クリエイターの創作活動を知ることができた。感染予防策もしっかりされていて安心して見ることができた。
- ・メディアを使つての広報をお願いしたい。  
→公式HP、SNS、印刷物などによる広報回数を増加。
- ・椅子に座って展示を見たい。  
→事業によっては椅子を設置し対応。今後も展示内容、展示設計に応じて対応する。

## 3 市民（利用者）へのアンケートや満足度調査の状況評価

施設利用者に対しては、各セミナー終了後や展示会ごとにアンケート調査を実施。全体では「とてもそう思う（良い）」「思う（良い）」の評価が86%であり、目標値には4ポイント届いていないが、総じて事業参加者の満足度は高い水準にある。展示会を除く事業（セミナー／ワークショップ等）では満足度は95%を超えている。

## 4 指定管理者の経理状況の評価

指定管理業務についての収支状況は、概ね予算どおりに執行されており、良好である。

## 5 総括的な評価（課題事項・指摘事項及びそれらの改善状況 など）

前年度事務事故発生の有無	無
前年度モニタリング調査における改善協議事項の有無	無

業務仕様書と事業計画に沿った適切な施設運営が成されている。

新型コロナウイルスの影響を受けながらも、感染予防策を講じながら可能な限り展示会やセミナー等を開催し、クリエイターの活動支援に努めたと考える。

また、広報誌やSNS等の媒体を積極的に活用して情報発信できている点も評価できる。その結果として、子供からお年寄りまで幅広い世代に当施設を利用していただき、来場者の過半数にあたる53.4%が新規来場者となっている。文化・クリエイティブ産業への裾野、理解を広げることに寄与したと考えている。

一方で、満足度が高い水準にある割にはリピーターの割合が少ない印象にある。アンケートの回収率が全体で3.49%と低く、特に来場者と実施回数が圧倒的に多い展示会の回収率が低い。展示会におけるアンケートの回収手法を工夫し、来場者のニーズ把握に努め、内容を充実させていくことでリピーターの増加を図っていくべきと考える。

※事務事故が発生したとき及びモニタリングにおいて改善の指導があったときは、必ず改善状況を記載すること。