

評価シート（年度評価）

名古屋市公会堂の管理運営状況

1 基本情報

＜所管局：観光文化交流局＞

指定管理者	K N S 共同事業体		
主な業務内容	名古屋市公会堂の管理		
評価対象期間	令和 5 年 4 月～令和 6 年 3 月	指定管理期間	平成 30 年 4 月～令和 7 年 3 月

2 評価結果

評価項目			評価区分	特記事項
1 施設利用	(1) 法令等の遵守	法令等を遵守しているか。	○	
	(2) 利用料金	利用料金は適切に管理されているか。	○	
2 職員体制	(1) 職員体制	職員の配置等体制及び研修が適切に保たれているか。	○	
3 維持管理	(1) 施設の維持管理	建物・設備が適切に維持管理されているか。	○	
	(2) 再委託業務	再委託した業務が適正に履行されているか。	○	
	(3) 備品等物品の管理	備品等物品が適切に管理されているか。	○	
4 サービス	(1) 利用実績	当初の計画通りの利用実績が達成されているか。	△	・大ホールの利用率は計画値に達している一方で、4 階ホールの利用率が下回った。
	(2) 事業計画実施状況	提案した計画通り実施されているか。	○	
	(3) 提案事業	提案した計画通り実施されているか。	○	
	(4) 広報・P R の実施	各種媒体による情報提供が適切に実施されているか。	○	
	(5) 利用者満足度・苦情・要望の把握・対応	利用者の満足度、苦情・要望を受けて、迅速に対応できているか。	○	
5 経費	(1) 執行状況	経費が適切に管理されているか。	○	

【総合評価】

所管局のコメント・特記事項等	
リーフレット「21のキーワードで知る名古屋市公会堂ヒストリー」を発行し、公会堂の歴史について広く市民にPRすることで、施設に対する興味・関心を高めている点が評価できる。 ホール平均利用率が対計画値比 7.3ポイント減となった。4 階ホールは大ホールからの音の影響を受けやすいことから、利用者が避ける傾向にあるため利用率が伸びなかった。一方で、4 階ホールの利用申込時には音の影響について丁寧に説明を行うよう努め、同ホールご利用者からの満足度は高い水準である点は評価できる。	

施設の現状

公会堂

施設の現状	施設概要							
	市民文化の向上及び住民福祉の増進を図るため設置された施設です。具体的には大ホール、4階ホール等施設の貸出や、施設の魅力発信や文化振興のための主催事業を行っています。							
	市の収支状況(千円)（5年度決算(見込)額）							
	支出			収入				
	指定管理料	その他	計	使用料	その他特定財源	一般財源	計	利用料金
	83,925	0	83,925	0	3,931	79,994	83,925	124,770
	特記事項							
管理運営指標の状況	取組状況							
	指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度		
	利用率(大ホール)	%	29.0	61.7	81.9	88.7		
	収支率	%	20.8	53.5	62.5	65.2		
	特記事項							
	平成29年4月1日から平成31年3月31日まで工事休館。							

※支出のうち「その他」欄は、経常修繕費等を記載

評価シート（指定期間を通じた評価）

名古屋公会堂における指定管理者の管理運営実績

1 基本情報

＜所管局：觀光文化交流局＞

指定管理者	KNS 共同事業体		
主な業務内容	名古屋市公会堂の管理		
評価対象期間	平成 30 年 4 月～令和 6 年 3 月	指定管理期間	平成 30 年 4 月～令和 7 年 3 月

2 管理運営状況（評価結果の推移）

評価項目		評価区分						特記事項
		平成 30 年度	令和 元 年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	
1	施設利用							
	(1) 法令等の順守	○	○	○	○	○	○	
	(2) 利用料金	○	○	○	○	○	○	
2	職員体制							・映像業者による配信知識を習得する 研修を追加実施。(R2)
	(1) 職員体制	○	○	◎	○	○	○	
3	維持管理							
	(1) 施設の維持管理	○	○	○	○	○	○	
	(2) 再委託業務	○	○	○	○	○	○	
	(3) 備品等物品の管理	○	○	○	○	○	○	
4	サービス							・平成30年度は耐震等改修工事による 休館のため利用実績は評価なし(H30) ・再開館に向け、パンフレット、利用 案内、図面等を新規作成 (H30) ・バーチャルビューイングやドローン 撮影動画の公開等、ホームページのコン テンツを充実化 (R1) ・大ホールの利用率は計画値に達して いる一方で、4階ホールの利用率が下回 った。(R5)
	(1) 利用実績	—	○	—	—	—	△	
	(2) 事業計画実施状 況	○	○	○	○	○	○	
	(3) 提案事業	○	○	○	○	○	○	
	(4) 広報・PRの実施	◎	◎	○	○	○	○	
	(5) 利用者満足度・苦 情・要望の把握・ 対応	○	○	○	○	○	○	
5	経費							
	(1) 執行状況	○	○	○	○	○	○	

年度ごとの総合評価（所管局のコメント・特記事項等）	
平成 30 年度	耐震等改修工事により休館中のため、過去の利用団体へ再開館及び受付開始時期の案内を送付する等の営業活動を行った。また、主催事業はアウトリーチ事業を中心に行ったが、その際にも再開館を積極的にPRした。 改修工事完了後、仮事務所から公会堂への移転を円滑に行い、途切れなく管理業務の執行を行うとともに、平成31年4月からの一般利用再開に向けて短時間で多くの再開館準備を滞りなく行った。
令和元 年度	耐震等改修工事による2年間の休館を経て、4月に一般利用を再開した。再開館にあたり、ホームページにバーチャルビューイングやドローン撮影動画を公開するなど、ホームページのコンテンツを充実させ、公会堂の魅力の発信に力を注いだ。 休館中から力を入れて行ってきた再開館の周知やプロモーターへの積極的な営業活動が実を結び、再開館後の大ホールの利用率は、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前の1月末時点で88.2%と計画値及び工事休館前の28年度実績値ともに上回ったが、4階ホールの利用率は計画値及び工事休館前の28年度実績値ともに下回る結果となった。今後は4階ホールの利用促進に期待したい。
令和 2 年度	プロモーターへの積極的な営業活動が実を結び、予約率は例年同様高い数値であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により興行事業の中止が相次ぎ、利用率は計画値を下回った。 公会堂開館90周年事業においては、記念コンサートは中止となったものの、ロゴマークの募集、カウントダウン、特別ライトアップ等を実施し、魅力発信を行った。多くのメディアに取り上げられ、公会堂のPRに繋がったといえる。なお、利用実績については、感染症の影響により評価を実施することが困難であるため、評価しないものとする。
令和 3 年度	新型コロナウイルス感染症の影響により利用率は目標値に達していないが、デジタルシネマ・サラウンドシステムを有しているという公会堂の特性を踏まえて、映画配給会社や試写会主催者に対して営業活動を行い利用に繋げるなど、効果的な利用促進に努めた。 また、施設の構造上4階ホールや第7集会室等到大ホールの音が干渉する点について、利用者への事前周知を徹底しており、利用者目線での施設運営を行っているといえる。 なお、利用実績については、感染症の影響により評価を実施することが困難であるため、評価しないものとする。

令和4年度	公会堂の認知度向上を主軸とした主催事業が企画され、他施設とも連携しながら実施している。事業名にも工夫が見られ、重要文化財としてのブランドづくりに寄与していた。 また、施設の構造上4階ホールや第7集会室等到大ホールの音が干渉する点について、利用者への事前周知を徹底しており、利用者目線での施設運営を行っているといえる。 なお、利用実績については、感染症の影響により評価を実施することが困難であるため、評価しないものとする。
令和5年度	リーフレット「21のキーワードで知る名古屋市公会堂ヒストリー」を発行し、公会堂の歴史について広く市民にPRすることで、施設に対する興味・関心を高めている点が評価できる。 ホール平均利用率が対計画値比 7.3 ポイント減となった。4 階ホールは大ホールからの音の影響を受けやすいことから、利用者が避ける傾向にあるため利用率が伸びなかった。一方で、4 階ホールの利用申込時には音の影響について丁寧に説明を行うよう努め、同ホールご利用者からの満足度は高い水準である点は評価できる。

3 利用状況等

具体的な取組みや成果等
耐震等改修工事による工事休館を経て、令和元年度の再開館にあたり、ホームページにバーチャルビューイングを公開するなど、ホームページのコンテンツを充実させた。また、休館中に再開館の周知を行い、再開館後の令和2年1月末時点で大ホールの利用率は88.2%と休館前の実績値76.8%を上回った点が評価できる。

4 収支状況等

具体的な取組みや成果等
効率的な施設運営に努め、概ね計画通りの収支率を達成した。

5 利用者の意見や満足度等

利用者の意見や満足度等の内容・推移
指定管理者として組織全体で接遇研修を積極的に行い、利用者目線の管理を行うなどサービス面の強化を図り、利用者満足度調査では概ね「満足」の回答を得た。

6 総合評価

所管局のコメント・特記事項等

施設の魅力を広く PR するような事業及びリーフレットの作成等を実施し、公会堂の持つ歴史的価値を活かし、認知度向上に努めている点が評価できる。

また、利用者目線での事前説明及びホームページの内容の更新を行い、幅広い用途の利用者が高いから満足度を得ている。