

市民芸術文化会館 指定管理者自己評価（H25年度）

区分	評価項目	評価指標	評価基準	評価指数	25年度実績	評価	コメント
新潟市における芸術文化の振興	自主文化事業(全体)振興度	年間集客数	年間延べ観客数	Ⓜ 100,000人	127,896人	A	目標を大きく上回る公演数を積極的に実施し、観客数は目標をクリアした。また自立性の保持に努めた結果、全体の自主財源比率も水準を超えた。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 60%	68.7%	A	
		年間公演回数	自主公演の年間公演回数(当初の予定数)	Ⓜ 131公演	235公演	A	
	①鑑賞系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	90.1%	A	顧客満足度は目標値に達したが、自主財源比率は、助成対象事業数の調整を図ったことにより目標値を若干下回った。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 75%	72.8%	C	
	②普及系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	89.5%	C	25年度より音楽アウトリーチを本格的にスタートさせ、演劇・能楽でもワークショップを積極的に実施したが、事業の性格上自主財源比率が上がらないことが課題。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 80%	62.2%	C	
		ワークショップ数・アウトリーチ回数	Noism 5回で想定	Ⓜ 5回	50回	A	
	③育成系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	91.6%	A	満足度、自主財源比率は、いずれも目標値を上回っている。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 30%	59.1%	A	
		ワークショップ数・アウトリーチ回数	JC 2回+J邦 2回+APRI 2回で想定	6回	41回	A	アウトリーチについては、東京交響楽団の団員が、市内40小学校を訪問し、演奏の魅力を紹介した。 JOの団員数が、目標値を若干下回っているが、26年度に多数の入団があり、今後、さらなる入団の増加を目指す。
		JO 参加者数(団員数)	3年間(22・23・24年度)の平均数	135人	130人	C	
		JC 参加者数(団員数)	//	90人	98人	A	
		J邦 参加者数(団員数)	//	27人	36人	A	
	APRICOT 参加者数(団員数)	//	44人	52人	A		
	④新潟発創造系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	88.7%	C	本館の知名度とイメージ向上に貢献する事業であるが、顧客満足度と当館での公演数は基準をわずかに下回る結果となっている。一方、「物語の女たちシリーズ」を全国で積極的に上演したことにより、市外事業数は基準を上回った。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 60%	79.9%	A	
		実施事業数	RNS 8回+Noism 16回で想定	24回	22回	C	
		市外公演回数	RNS 4回+Noism 10回で想定	14回	25回	A	
	⑤市民の文化活動支援事業振興度	共催事業公演数	前年比較	Ⓜ 83回	103回	A	ラ・フォル・ジュルネ、新潟市芸能まつりの公演数が大きなウェイトを占める。
新潟市の地域活性化	新潟市のステイタス向上への貢献度	他の公立館との共同・連携公演数	音楽 1回+演劇 1回+能楽 1回で想定	3企画	3企画	B	連携事業は、演劇部門で3企画を実施し、文化庁及び財地創よりネットワーク関連の補助金を受けている。メディア関係では、新聞及び雑誌に対し、関連記事の掲載について積極的に働きかけた。
		新聞への記事掲載回数	3年間(22・23・24年度)の平均数	147回	157回	A	
		市報への記事掲載回数	//	37回	35回	C	
		雑誌への記事掲載回数	//	107回	183回	A	
	公演や催物情報の情報発信	新聞広告	3年間(22・23・24年度)の平均数	27本	41本	A	情報発信の面では、新聞・TV・ラジオ・雑誌を通じての公告をさらに強化するとともに、広報誌・HPなども効果的に活用した。
		TV告知スポット	//	23本	22本	C	
		ラジオ告知	//	120本	159本	A	
		雑誌広告	//	12本	25本	A	
		りゅーとびあマガジン	年間発行回数	Ⓜ 4回	4回	B	また、引き続き、近隣商店との連携を図り、周辺地域の街づくりに積極的に取り組んだ。 その結果、全ての項目において目標をクリアしており、相応の効果は生じたものと考えている。
		イベントガイド	月間発行回数	Ⓜ 1回	1回	B	
		会館ホームページ	更新回数	Ⓜ 随時	随時	B	
		りゅーとびあエンターテイメントカレンダー	年間発行回数	Ⓜ 4回	4回	B	
		メールマガジン	月間制作数	Ⓜ 1回	3回程度	A	
		パートナーショップ	加盟店数	Ⓜ 40店	41店	A	

総合評価
<p>自主事業については、全体的に見ると、集客数・公演数でわずかに減少しているが、自主財源比率は、文化庁からの補助が増えたことにより目標を大きく上回った。</p> <p>普及系については、音楽活性化事業が本格的にスタートし、市内14の小学校を巡回した。これにより、アウトリーチ数が24年度と比較して約1.5倍となっている。育成系の東京交響楽団の学校訪問と合わせ、今後も音楽人口の拡大、当館の特色づくりに向けて、この部門の充実を進めたい。</p> <p>顧客満足度の面では、普及系と創造系で目標値をわずかに下回っており、よりお客様に満足して頂ける内容とすべく、工夫を加えることが課題となっている。</p> <p>施設管理の面では、総入場者数が約2万2千人増加するとともに、貸館の使用料も前年度比で約340万円増加し、目標値をかなり上回ったが、今後もさらなる増収に向け、イベントや大規模なコンベンション等の誘致に努める。</p>

- 評価指数が数値である項目は、以下の3段階で評価。
 - A：評価基準を達成し、かつ達成度・内容が優秀
 - B：評価基準が達成されている。
 - C：評価基準が達成されていない。
- 数値で表しにくい項目については、(財)地域創造作成の「公立ホール・公立劇場の評価指針」の戦略評価ユニットを基に評価指標を設定し、以下のとおり4段階で評価する。
 - イ 持続とさらなる向上が期待される。→A
 - ロ ステップアップが望まれる。→B
 - ハ 見直しが必要である。→C
 - ニ 抜本的な見直しが必要である。→D
- Ⓜ で表示されている指数は、財団が指定管理者として、平成21年度～25年度の指定管理期間で取り組んでいく年度目標(財団マニフェスト)を評価項目としたもの。

	評価項目	評価指標	評価基準	評価指数	24年度実績	評価	コメント
効率的な 会館運 営	施設運營業務						<p>劇場の利用は、24年度では低迷傾向(73.1%)にあったが、貸館の促進によりほぼ目標値に達した。</p> <p>貸館については、今後もPRの一層の強化や広くコンベンションなどの誘致も図りたい。</p> <p>能楽堂の利用については、未だ目標値に達していないが、「物語の女たちシリーズ」の上演などにより、上昇傾向にある。</p> <p>貸館ではホスピタリティやサービスを徹底し、主催者から高い評価を得ている。</p> <p>友の会の会員数は、景気の低迷や嗜好の多様化などにより、目標を下回っており、今後、PR強化やキャンペーンによるテコ入れなどの対策を講じたい。</p> <p>施設の管理については、法令の基準に従い、保守点検、衛生管理を実施したほか、自主的な点検もきめ細かく行った。</p> <p>さらに、安心・安全を確保するため、各種訓練を着実に実施している。</p> <p>選択と集中、事務効率化の徹底により市からの受託事業経費、補助対象事業経費とともに、相当額の削減を行った。</p> <p>施設使用料については、24年度より好調に推移しており、25年度は全国大会など大きなイベントが入ったため、さらに増加している。</p> <p>施設部門は、専門家からの技術の習得により、事業部門は、人材交流や芸術観賞などにより、人材育成を図っている。</p> <p>外部資金調達のため、文化庁への申請や協賛企業まわり、個人協賛の募集などを実施するとともに、冗費削減や事務の効率化などにより、事業コストを引き下げ、経営の健全化を進めた。</p>
	施設利用者(主催者)の利用度	施設の稼働率	3ホールの稼働率	㊟ CH 82% ㊟ TH 78% ㊟ NH 53%	CH 88.5% TH 77.6% NH 47.1%	A C C	
		入場者数	施設別入場者数+視察・見学者	㊟ 334,000人	362,462人	A	
		主催者の満足度	アンケート調査による満足度調査	㊟ 90%	99.8%	A	
		各種サービス・利用促進	ホスピタリティ(おもてなし)に関する取組	地域創造ユニット(B-2-③)	4段階中3		
	利用者の立場に立った柔軟な貸館サービス		地域創造ユニット(B-1-④)	4段階中3		A	
	登録レセプションニストの配置		登録レセプションニストの体制継続	㊟ 50人体制	45人	C	
	会員サービス		友の会会員数の継続	㊟ 6,200人	5,264人	C	
	会員チケット販売サービス		地域創造ユニット(B-2-⑥)	4段階中3		A	
	バックステージツアー		年間開催回数	㊟ 6回	6回	B	
	施設管理業務						
	環境、危機管理に配慮した効率的な施設管理度	安全・リスク管理の対応度	訓練の実施回数	防火 2回	防火 2回	B	
				防災 1回	防災 2回	A	
				AED 1回	AED 1回	B	
		清掃・館内美化への対応度	地域創造ユニット(B-3-③)	4段階中3		A	
	施設・設備の保守点検度	公演に支障をきたす設備故障件数	0件	0件	B		
		施設管理業務中の労働災害件数	0件	0件	B		
	その他の業務						
	新潟市の指示に従う業務達成状況	経費の削減	指定管理料の削減	年度協定額以下	達成	A	
			補助金の削減	交付決定額以下	達成	A	
市の歳入の増加		施設使用料	㊟ 68,000千円	72,463千円	A		
関係法令の遵守		財団情報の公開	㊟ 随時対応	公開請求なし	B		
	コンプライアンス研修の実施	1回	1回	B			
経営体制							
目標達成に適切な経営体制達成度	専門性の高い人材の登用・育成	地域創造ユニット(C-1-③)	4段階中3		A		
	職員のスキルとモチベーションの向上	地域創造ユニット(C-1-④)	4段階中3		A		
経営努力							
目標達成に適切な経営努力度	文化事業収入拡大に関する取り組み	地域創造ユニット(C-3-②)	4段階中3		A		
	助成金・協賛金など外部資金の活用	地域創造ユニット(C-3-①)	4段階中3		A		
	一人当たり経費(総支出額÷年間利用者数)	3年間(22・23・24年度)の平均数	㊟ 3,600円以下	3,233円	A		

市民芸術文化会館 指定管理者自己評価（H24年度）

区分	評価項目	評価指標	評価基準	評価指数	24年度実績	評価	コメント
新潟市における芸術文化の振興	自主文化事業(全体)振興度	年間集客数	年間延べ観客数	Ⓜ 100,000人	129,648人	A	目標を大きく上回る公演数を積極的に実施し、観客数は目標をクリアした。また自立性の保持に努めた結果、自主財源比率も水準を超えた。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 60%	60.8%	A	
		年間公演回数	自主公演の年間公演回数(当初の予定数)	Ⓜ 131公演	286公演	A	
	①鑑賞系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	90.1%	A	観客に満足して頂ける事業を展開することができた。自主財源比率も目標値をクリアしている。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 75%	79.9%	A	
	②普及系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	91.0%	A	演劇祭におけるワークショップの開催や能楽における各種講座、ワークショップを重点的に実施した。事業の性格上自主財源比率が上がらないことが課題。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 80%	59.0%	C	
		ワークショップ数・アウトリーチ回数	Noism 5回で想定	Ⓜ 5回	34回	A	
	③育成系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	91.8%	A	満足度、自主財源比率は、いずれも目標値を上回っている。 アウトリーチについては、東京交響楽団の団員が、市内40小学校を訪問し、演奏の魅力を紹介した。 JOの団員数が、24年度に卒団生が多かったことから目標を下回っているが25年度にはほぼ同数の新入団員があり、今後さらに新団員を募って、人材育成の一層の充実を図って行きたい。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 30%	39.3%	A	
		ワークショップ数・アウトリーチ回数	JC 2回+J邦 2回+APRI 2回で想定	6回	59回	A	
		JO 参加者数(団員数)	3年間(22・23・24年度)の平均数	135人	128人	C	
		JC 参加者数(団員数)	//	90人	92人	A	
		J邦 参加者数(団員数)	//	27人	32人	A	
	④新潟発創造系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	90.7%	A	本館の知名度とイメージ向上に貢献する事業で、顧客満足度も基準を上回る。能楽堂シェイクスピア・シリーズが見直しの時期に入り、公演数が減ったが、Noismが市内外において積極的に活動したことにより、事業数は基準を上回った。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 60%	52.3%	C	
		実施事業数	RNS 8回+Noism 16回で想定	24回	32回	A	
		市外公演回数	RNS 4回+Noism 10回で想定	14回	18回	A	
	⑤市民の文化活動支援事業振興度	共催事業公演数	前年比較	Ⓜ 83回	106回	A	ラ・フォル・ジュルネ、新潟市芸能まつりの公演数が大きなウェイトを占める。
	新潟市の地域活性化	新潟市のステイタス向上への貢献度	他の公立館との共同・連携公演数	音楽 1回+演劇 1回+能楽 1回で想定	3回	1回	C
新聞への記事掲載回数			3年間(22・23・24年度)の平均数	147回	160回	A	
市報への記事掲載回数			//	37回	28回	C	
雑誌への記事掲載回数			//	107回	231回	A	
公演や催物情報の情報発信		新聞広告	3年間(22・23・24年度)の平均数	27本	38本	A	情報発信の面では、新聞・TV・ラジオ・雑誌を通じての広告をさらに強化するとともに、広報誌・HPなども効率的に活用した。 また、引き続き、近隣商店との連携を図り、周辺地域の街づくりに積極的に取り組んだ。 その結果、全ての項目において目標をクリアしており、相応の効果は生じたものと考えている。
		TV告知スポット	//	23本	23本	B	
		ラジオ告知	//	120本	153本	A	
		雑誌広告	//	12本	20本	A	
		りゅーとびあマガジン	年間発行回数	Ⓜ 4回	4回	B	
		イベントガイド	月間発行回数	Ⓜ 1回	1回	B	
		会館ホームページ	更新回数	Ⓜ 随時	随時	B	
		りゅーとびあエンターテイメントカレンダー	年間発行回数	Ⓜ 4回	4回	B	
		メールマガジン	月間制作数	Ⓜ 1回	3回程度	A	
パートナーショップ	加盟店数	Ⓜ 40店	40店	B			

総合評価
<p>24年度は、自主事業について、概ね良好な形で実施することができた。事業数は、普及系の事業、特にワークショップ、アウトリーチに重点的に取り組んだことなどにより、前年と比較して57事業増加し、集客数は、約5千5百人の増となっている。</p> <p>育成系の事業のうち、ジュニア教室については少子化の中にあって着実に生徒数を増やしており、カリキュラムも年々充実を図っている。また、東京交響楽団の学校訪問についても、高い要望にこたえて、従来の35校から40校に拡充した。</p> <p>施設管理の面では、総入場者数が、景気低迷などによる貸館の不振が影響し、目標値を上回るものの、前年度比で約2万2千人減少した。今後は、貸館の強化に向けて、コンベンションなど幅広い分野での誘致を図りたい。一方、施設使用料については、23年度は目標値を下回っていたが、共催事業の見直しなどにより、24年度は目標をクリアした。</p>

- 評価指数が数値である項目は、以下の3段階で評価。
 - A：評価基準を達成し、かつ達成度・内容が優秀
 - B：評価基準が達成されている。
 - C：評価基準が達成されていない。
- 数値で表しにくい項目については、(財)地域創造作成の「公立ホール・公立劇場の評価指針」の戦略評価ユニットを基に評価指標を設定し、以下のとおり4段階で評価する。
 - イ 持続とさらなる向上が期待される。→A
 - ロ ステップアップが望まれる。→B
 - ハ 見直しが必要である。→C
 - ニ 抜本的な見直しが必要である。→D
- Ⓜ で表示されている指数は、財団が指定管理者として、平成21年度～25年度の指定管理期間で取り組んでいく年度目標(財団マニフェスト)を評価項目としたもの。

	評価項目	評価指標	評価基準	評価指数	24年度実績	評価	コメント
効率的な会館運営	施設運営業務						<p>劇場の利用は、自主事業では、Noismの春公演を作品の性格に合わせて劇場からスタジオに切り替えたこと、貸館では景気の低迷などで貸館の公演数のが減少したことなどにより稼働率が低下した。貸館については、PRの一層の強化や広くコンベンション等の誘致も図りたい。</p> <p>能楽堂の利用については、従来のシェイクスピアシリーズが見直しの時期に入ったことなどにより、稼働率が目標値を下回ったが、25年度には、新しい創造系の企画が本格的に始動する。</p> <p>貸館ではホスピタリティやサービスを徹底し、主催者から高い評価を得ている。</p> <p>友の会の会員数は、景気の低迷や嗜好の多様化などにより、目標を下回っており、今後、PR強化やキャンペーンによるテコ入れなどの対策を講じたい。</p> <p>施設の管理については、法令の基準に従い、保守点検、衛生管理を実施したほか、自主的な点検もきめ細かく行った。</p> <p>さらに、安心・安全を確保するため、各種訓練を着実の実施している。</p> <p>選択と集中、事務効率化の徹底により市からの受託事業経費、補助対象事業経費とともに、相当額の削減を行った。</p> <p>施設使用料については、23年度に目標値を下回ったが、自主の共催事業への使用料賦課などの工夫により、24年度は目標値をクリアした。</p> <p>施設部門は、専門家からの技術の習得により、事業部門は、人材交流や芸術観賞などにより、人材育成を図っている。</p> <p>外部資金調達のため、文化庁への申請や協賛企業まわり、個人協賛の募集などを実施するとともに、冗費削減や事務の効率化などにより、事業コストを引き下げ、経営の健全化を進めた。</p>
	施設利用者(主催者)の利用度	施設の稼働率	3ホールの稼働率	㊚ CH 82% ㊚ TH 78% ㊚ NH 53%	CH 91.6% TH 73.1% NH 42.9%	A C C	
		入場者数	施設別入場者数+視察・見学者	㊚ 334,000人	339,678人	A	
		主催者の満足度	アンケート調査による満足度調査	㊚ 90%	98.2%	A	
		各種サービス・利用促進	ホスピタリティ(おもてなし)に関する取組	地域創造ユニット(B-2-③)	4段階中3		
	利用者の立場に立った柔軟な貸館サービス		地域創造ユニット(B-1-④)	4段階中3		A	
	登録レセプションニストの配置		登録レセプションニストの体制継続	㊚ 50人体制	53人	A	
	会員サービス		友の会会員数の継続	㊚ 6,200人	5,416人	C	
	会員チケット販売サービス		地域創造ユニット(B-2-⑥)	4段階中3		A	
	バックステージツアー		年間開催回数	㊚ 6回	6回	B	
	施設管理業務						
	環境、危機管理に配慮した効率的な施設管理度	安全・リスク管理の対応度	訓練の実施回数	防火 2回	防火 2回	B	
				防災 1回	防災 2回	A	
				AED 1回	AED 1回	B	
		清掃・館内美化への対応度	地域創造ユニット(B-3-③)	4段階中3		A	
	施設・設備の保守点検度	公演に支障をきたす設備故障件数	0件	0件	B		
		施設管理業務中の労働災害件数	0件	0件	B		
	その他の業務						
	新潟市の指示に従う業務達成状況	経費の削減	指定管理料の削減	年度協定額以下	達成	A	
			補助金の削減	交付決定額以下	達成	A	
市の歳入の増加		施設使用料	㊚ 68,000千円	69,048千円	A		
関係法令の遵守		財団情報の公開	㊚ 随時対応	公開請求なし	B		
	コンプライアンス研修の実施	1回	1回	B			
経営体制							
目標達成に適切な経営体制達成度	専門性の高い人材の登用・育成	地域創造ユニット(C-1-③)	4段階中3		A		
	職員のスキルとモチベーションの向上	地域創造ユニット(C-1-④)	4段階中3		A		
経営努力							
目標達成に適切な経営努力度	文化事業収入拡大に関する取り組み	地域創造ユニット(C-3-②)	4段階中3		A		
	助成金・協賛金など外部資金の活用	地域創造ユニット(C-3-①)	4段階中3		A		
	一人当たり経費(総支出額÷年間利用者数)	3年間(22・23・24年度)の平均数	㊚ 3,600円以下	3,110円	A		

市民芸術文化会館 指定管理者自己評価（H23年度）

区分	評価項目	評価指標	評価基準	評価指数	23年度実績	評価	コメント
新潟市における芸術文化の振興	自主文化事業(全体)振興度	年間集客数	年間延べ観客数	Ⓜ 100,000人	124,091人	A	目標を大きく上回る公演数を積極的に実施し、観客数も目標をクリアした。また自主財源比率も水準を超えている。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 60%	62.6%	A	
		年間公演回数	自主公演の年間公演回数(当初の予定数)	Ⓜ 131公演	229公演	A	
	①鑑賞系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	90.3%	A	観客に満足して頂ける事業を展開することができたと考える。自主財源比率も目標値をクリアしている。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 75%	79.4%	A	
	②普及系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	91.1%	A	演劇祭におけるワークショップの開催や能楽における各種講座、ワークショップを重点的に実施した。事業の性格上自主財源比率が上がらないことが課題。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 80%	74.1%	C	
		ワークショップ数・アウトリーチ回数	Noism 5回で想定	Ⓜ 5回	32回	A	
	③育成系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	90.6%	A	満足度、自主財源比率は、いずれも目標値を上回っている。 アウトリーチについては、東京交響楽団の団員が、市内35小学校を訪問し、演奏の魅力を紹介した。 J Oの団員数が、目標をわずかに下回っているが、22年度と比較すると増加しており、今後さらに新団員を募り、人材育成の一層の充実を図って行きたい。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 30%	48.2%	A	
		ワークショップ数・アウトリーチ回数	JC 2回+J邦 2回+APRI 2回で想定	6回	50回	A	
		J O 参加者数(団員数)	3年間(21・22・23年度)の平均数	135人	134人	C	
		J C 参加者数(団員数)	〃	90人	91人	A	
		J 邦 参加者数(団員数)	〃	27人	30人	A	
	④新潟発創造系事業振興度	顧客満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	94.7%	A	本館の知名度とイメージ向上に貢献する事業で、顧客満足度も基準を上回る。市内公演数が目標を下回るが、能楽堂シリーズが見直しの時期に入り、公演数が減ったこと、Noismについて県外・国外の活動が多かったことなどによる。
		自主財源比率	(事業収入+助成金/協賛金)÷事業費	Ⓜ 60%	52.3%	C	
		実施事業数	RNS 8回+Noism 16回で想定	24回	14回	C	
		市外公演回数	RNS 4回+Noism 10回で想定	14回	14回	B	
	⑤市民の文化活動支援事業振興度	共催事業公演数	前年比較	Ⓜ 83回	86回	A	ラ・フォル・ジュルネ、新潟市芸術まつりの公演数が大きなウェイトを占める。
	新潟市の地域活性化	新潟市のステイタス向上への貢献度	他の公立館との共同・連携公演数	音楽 1回+演劇 1回+能楽 1回で想定	3回	0回	C
新聞への記事掲載回数			3年間(21・22・23年度)の平均数	147回	178回	A	
市報への記事掲載回数			〃	37回	27回	C	
雑誌への記事掲載回数			〃	107回	217回	A	
公演や催物情報の情報発信		新聞広告	3年間(21・22・23年度)の平均数	27本	29本	A	情報発信の面では、新聞・TV・ラジオ・雑誌を通じての広告をさらに強化するとともに、広報誌・HPなども効率的に活用した。 また、引き続き、近隣商店との連携を図り、周辺地域の街づくりに積極的に取り組んだ。 その結果、全ての項目において目標をクリアしており、相応の効果は生じたものと考えている。
		TV告知スポット	〃	23本	24本	A	
		ラジオ告知	〃	120本	137本	A	
		雑誌広告	〃	12本	18本	A	
		りゅーとびあマガジン	年間発行回数	Ⓜ 4回	4回	B	
		イベントガイド	月間発行回数	Ⓜ 1回	1回	B	
		会館ホームページ	更新回数	Ⓜ 随時	随時	B	
		りゅーとびあエンターテイメントカレンダー	年間発行回数	Ⓜ 4回	4回	B	
		メールマガジン	月間制作数	Ⓜ 1回	4回程度	A	
		パートナーショップ	加盟店数	Ⓜ 40店	42店	A	

総合評価

23年度は、自主事業について、概ね良好な形で実施することができたと考えられる。事業数は前年とほぼ同数の高いレベルを維持し、集客数は、前年度と比較して約2万人の増となっている。また、前年度目標に達しなかった自主財源比率も、今年度はクリアすることができた。

育成系の事業については、少子化の中にあつて着実に生徒数を増やしており、人材の育成と文化の普及という、当館の基本理念を引き続き実践した。

しかしその反面、自主事業の比率が増大することにより、貸館の面が圧縮されることとなり施設使用料が目標値をわずかに下回った。今後は、自主事業と貸館のバランスを配慮しながら運営を進める必要がある。

施設管理の面では、レセプションの配置や防災訓練、きめ細かな設備点検などを実施して、安全で快適な施設の維持に努め、総入場者数は、前年度比で約1万5千人増加した。

- 評価指数が数値である項目は、以下の3段階で評価。
 - A：評価基準を達成し、かつ達成度・内容が優秀
 - B：評価基準が達成されている。
 - C：評価基準が達成されていない。
- 数値で表しにくい項目については、(財)地域創造作成の「公立ホール・公立劇場の評価指針」の戦略評価ユニットを基に評価指標を設定し、以下のとおり3段階で評価する。
 - イ 持続とさらなる向上が期待される。→A
 - ロ ステップアップが望まれる。→B
 - ハ 見直しが必要である。→C
 - ニ 抜本的な見直しが必要である。→C
- Ⓜ で表示されている指数は、財団が指定管理者として、平成21年度～25年度の指定管理期間で取り組んでいく年度目標（**財団マニフェスト**）を評価項目としたもの。

	評価項目	評価指標	評価基準	評価指数	23年度実績	評価	コメント
効率的な 会館運営	施設運営業務						
	施設利用者(主催者)の利用度	施設の稼働率	3ホールの稼働率	Ⓜ CH 82% Ⓜ TH 78% Ⓜ NH 53%	CH 91.6% TH 82.7% NH 49.2%	A A C	能楽堂については施設の性格上、用途の幅が制限されること、シェイクスピアシリーズが見直しの時期に入り、公演数減ったことなどにより、利用率が目標値を下回っているが、引き続きPRに努めるとともに、24年度に新しい企画を立案し、公演する予定としている。
		入場者数	施設別入場者数+視察・見学者	Ⓜ 334,000人	362,120人	A	
		主催者の満足度	アンケート調査による満足度調査	Ⓜ 90%	99.5%	A	
		各種サービス・利用促進	ホスピタリティ(おもてなし)に関する取組	地域創造ユニット(B-2-③)	4段階中3		
	利用者の立場に立った柔軟な貸館サービス		地域創造ユニット(B-1-④)	4段階中3		A	
	登録レセプションニストの配置		登録レセプションニストの体制継続	Ⓜ 50人体制	57人	A	
	会員サービス		友の会会員数の継続	Ⓜ 6,200人	5,600人	C	
	会員チケット販売サービス		地域創造ユニット(B-2-⑥)	4段階中3		A	
	バックステージツアー		年間開催回数	Ⓜ 6回	6回	B	
	施設管理業務						
	環境、危機管理に配慮した効率的な施設管理度	安全・リスク管理の対応度	訓練の実施回数	防火 2回	防火 2回	B	施設の管理については、法令の基準に従い、保守点検、衛生管理を実施したほか、自主的な点検もきめ細かく行った。 さらに、安心・安全を確保するため、各種訓練を着実の実施している。
				防災 1回	防災 2回	A	
				AED 1回	AED 1回	B	
		清掃・館内美化への対応度	地域創造ユニット(B-3-③)	4段階中3		A	
		施設・設備の保守点検度	公演に支障をきたす設備故障件数 施設管理業務中の労働災害件数	0件	0件	B	
	0件			0件	B		
	その他の業務						
	新潟市の指示に従う業務達成状況	経費の削減	指定管理料の削減	年度協定額以下	達成	A	選択と集中、事務効率化の徹底により市からの受託事業経費、補助対象事業経費ともに、相当額の削減を行った。 一方、施設使用料については、自主事業・公共的事業の実施にウェイトを置いたことにより貸館日数が減少し、目標値をわずかに下回ることとなった。
			補助金の削減	交付決定額以下	達成	A	
		市の歳入の増加	施設使用料	Ⓜ 68,000千円	67,900千円	C	
関係法令の遵守		財団情報の公開	Ⓜ 随時対応	公開請求なし	B		
		コンプライアンス研修の実施	1回	1回	B		
経営体制							
目標達成に適切な経営体制達成度	専門性の高い人材の登用・育成	地域創造ユニット(C-1-③)	4段階中3		A	施設部門は、専門家からの技術の習得により、事業部門は、人材交流や芸術観賞などにより、人材育成を図っている。	
	職員のスキルとモチベーションの向上	地域創造ユニット(C-1-④)	4段階中3		A		
経営努力							
目標達成に適切な経営努力度	文化事業収入拡大に関する取り組み	地域創造ユニット(C-3-②)	4段階中3		A	外部資金調達のため、文化庁への申請や協賛企業まわり、個人協賛の募集などを実施するとともに、冗費削減や事務の効率化などにより、事業コストを引き下げ、経営の健全化を進めた。	
	助成金・協賛金など外部資金の活用	地域創造ユニット(C-3-①)	4段階中3		A		
	一人当たり経費(総支出額÷年間利用者数)	3年間(21・22・23年度)の平均数	Ⓜ 3,600円以下	3,152円	A		

平成22年度 新潟市民芸術文化会館及び新潟市音楽文化会館指定管理者としての新潟市芸術文化振興財団の取組み(年度実績及び自己評価)

施策	評価項目	評価方法	年度目標（指定管理期間）	平成22年度		コメント
				実績	評価	
自主文化事業						
自主文化事業（全体）	集客数	入場者・参加者数調査	100,000人	103,852人	A	<p>東日本大震災の発生により、一部公演の中止などもありましたが、自主事業の公演数の拡大や広報活動の強化を図るとともに、アウトリーチなどの普及活動を充実させたことにより、前年度目標に達しなかった自主事業の集客数が目標値をクリアし（前年度比129.4%）、全体の来場者数も前年度より1万人強の増加となりました。</p> <p>また、レセプション（フロアサービス係）の体制強化など、ホスタビリティ・サービス面にも配慮し、高い評価を頂いております。</p> <p>さらに財政面でも、収入の拡大、経費節減や事務の効率化による運営コストの圧縮など健全化を進めました。</p> <p>総体的に、前年度より評価レベルが向上した項目が増えた半面、レベルが下がった項目もありますので、今回の自己評価を分析し、引き続き改善に向けて取り組んで参ります。</p>
	自主財源比率	決算数値（文化事業収入／文化事業費）	60.0%	59.1%	C	
1 鑑賞系事業	お客様の満足度	入場者アンケート調査	90%以上	92.1%	A	
	自主財源比率	決算数値（文化事業収入／文化事業費）	75%以上	74.2%	C	
2 普及系事業	お客様の満足度	入場者・参加者アンケート調査	90%以上	95.0%	A	
	自主財源比率	決算数値（文化事業収入／文化事業費）	80%以上	96.4%	A	
3 育成系事業	お客様の満足度	入場者・参加者アンケート調査	90%以上	90.2%	A	
	自主財源比率	決算数値（文化事業収入／文化事業費）	30%以上	48.8%	A	
4 新潟発創造系事業	お客様の満足度	入場者・参加者アンケート調査	90%以上	91.2%	A	
	自主財源比率	決算数値（文化事業収入／文化事業費）	60%以上	52.6%	C	
施設運営事業						
施設運営事業稼働率	新潟市民芸術文化会館の稼働率	3ホールの稼働率	コンサートホール 82%以上	90.7%	A	
			劇場 78%以上	90.7%	A	
			能楽堂 53%以上	42.1%	C	
	新潟市音楽文化会館の稼働率	ホールの稼働率	ホール 74%以上	75.9%	A	
1 市民の文化活動支援事業（貸館事業）	新潟市民芸術文化会館使用料収入	施設使用料	6,800万円以上	7,177万円	A	
	新潟市音楽文化会館使用料収入	施設使用料	3,550万円以上	3,405万円	C	
	バックステージツアーの実施	年間開催回数	6回	6回	B	
2 ホール業務	新潟市民芸術文化会館 主催者満足度	貸館利用者アンケート調査	90%以上	99.0%	A	
	新潟市音楽文化会館 主催者満足度	貸館利用者アンケート調査	90%以上	99.4%	A	
	新潟市民芸術文化会館年間利用者数	利用者数調査	334,000人以上	347,507人	A	
	新潟市音楽文化会館年間利用者数	利用者数調査	181,000人以上	181,550人	A	
3 館内サービス業務	窓口、苦情対応、さわやか運動の実施	継続実施	継続の有無	継続	B	
	登録レセプションの配置	登録レセプションの体制継続	50人体制	52人体制	A	
	芸文会館友の会会員数	友の会会員数の継続	6,200人以上	5,700人	C	
4 広報業務	りゅーとぴあマガジン	年間発行回数	4回	4回	B	
	会館ホームページ（芸文・音文）	更新回数	随時	随時	B	
	りゅーとぴあエンターテイメントカレンダー	年間発行回数	4回	4回	B	
	メールマガジン	月間制作数	1回	3回程度	A	
	パートナーショップ	加盟店数	40店以上	45店	A	
	財団情報の公開	公開請求への対応	随時対応	随時対応	B	
5 指定管理者自己評価業務	指定管理者自己評価と情報公開	年度実績とその評価	次年度公開	当評価書	B	

◎ 評価方法 = 年度目標に対する実績について、以下の3段階で評価 → A：年度目標を達成し、かつその達成度・内容が優れている。 B：年度目標が達成されている。 C：年度目標が達成されていない。

平成21年度 新潟市民芸術文化会館及び新潟市音楽文化会館指定管理者としての新潟市芸術文化振興財団の取組み(年度実績及び自己評価)

施策	評価項目	評価方法	年度目標(指定管理期間)	平成21年度		コメント
				実績	評価	
自主文化事業						
自主文化事業(全体)	集客数	入場者・参加者数調査	100,000人	86,257人	C	リーマンショックに端を発した世界同時不況や新型インフルエンザの流行などで入場者数の減少が懸念されましたが、自主文化事業のお客様満足度、芸文の入場者数、施設使用料などのように目標を大幅に達成できたものや、目標をほぼ達成できたものが大半を占めていることから、財団としては、ある一定の水準は達成したと判断しています。財団としては市民の皆様により大きな満足を提供していきたいという思いから、通常設定する以上の、より高い目標を掲げ運営しています。目標を達成できていない項目もありますが、指定管理期間中に達成できるよう評価結果の分析を行い達成に努力していきます。
	自主財源比率	決算数値(文化事業収入/文化事業費)	60%	59.1%	C	
1 鑑賞系事業	お客様の満足度	入場者アンケート調査	90%以上	98.4%	A	
	自主財源比率	決算数値(文化事業収入/文化事業費)	75%以上	70.9%	C	
2 普及系事業	お客様の満足度	入場者・参加者アンケート調査	90%以上	99.0%	A	
	自主財源比率	決算数値(文化事業収入/文化事業費)	80%以上	89.1%	A	
3 育成系事業	お客様の満足度	入場者・参加者アンケート調査	90%以上	98.6%	A	
	自主財源比率	決算数値(文化事業収入/文化事業費)	30%以上	40.3%	A	
4 新潟発創造系事業	お客様の満足度	入場者・参加者アンケート調査	90%以上	98.2%	A	
	自主財源比率	決算数値(文化事業収入/文化事業費)	60%以上	53.5%	C	
施設運営事業						
施設運営事業稼働率	新潟市民芸術文化会館の稼働率	3ホールの稼働率	コンサートホール	82%以上	83.3%	A
			劇場	78%以上	81.7%	A
			能楽堂	53%以上	55.7%	A
	新潟市音楽文化会館の稼働率	ホールの稼働率	ホール	74%以上	72.5%	C
1 市民の文化活動支援事業(貸館事業)	新潟市民芸術文化会館使用料収入	施設使用料	6,800万円以上	7,809万円	A	
	新潟市音楽文化会館使用料収入	施設使用料	3,600万円以上	3,550万円	C	
	バックステージツアーの実施	年間開催回数	6回	6回	B	
2 ホール業務	新潟市民芸術文化会館 お客様満足度	貸館利用者アンケート調査	90%以上	99.8%	A	
	新潟市音楽文化会館 お客様の満足度	貸館利用者アンケート調査	90%以上	99.8%	A	
	新潟市民芸術文化会館年間利用者数	利用者数調査	334,000人以上	337,011人	A	
	新潟市音楽文化会館年間利用者数	利用者数調査	181,000人以上	180,196人	C	
3 館内サービス業務	窓口、苦情対応、さわやか運動の実施	継続実施	継続の有無	継続	B	
	登録レセプションニストの配置	登録レセプションニストの体制継続	50人体制	47人体制	C	
	芸文会館友の会会員数	友の会会員数の継続	6,200人以上	5,692人	C	
4 広報業務	りゅーとびあマガジン	年間発行回数	4回	4回	B	
	会館ホームページ(芸文・音文)	更新回数	随時	随時	B	
	りゅーとびあエンターテイメントマガジン	年間発行回数	4回	4回	B	
	メールマガジン	月間制作数	1回	4回程度	A	
	パートナーショップ	加盟店数	40店以上	42店	A	
	財団情報の公開	公開請求への対応	随時対応	随時対応	B	
5 指定管理者自己評価業務	指定管理者自己評価と情報公開	年度実績とその評価	次年度公開	当評価書	B	

評価方法

年度目標に対する実績について、以下の3段階で評価した。

A：年度目標を達成し、かつその達成度・内容が優れている。 B：年度目標が達成されている。 C：年度目標が達成されていない。

新潟市民芸術文化会館及び新潟市音楽文化会館指定管理者としての新潟市芸術文化振興財団の取組み

私たち新潟市芸術文化振興財団は、新潟市民芸術文化会館及び新潟市音楽文化会館の指定管理者として、次の考え方で平成21年度～平成25年度の指定管理期間における管理運営業務に取り組んでまいります。

施 策 ・ 取 組	事 業	年 度 目 標
<p>I 自主文化事業</p> <p>○ 自主文化事業の企画・実施を通して、新潟市における芸術芸能文化の振興と新潟市における文化創造都市づくり、シティプロモーションに貢献します</p> <p>1 鑑賞系事業 質の高い専門性に富んだそして満足度の高い舞台芸術・芸能を鑑賞する機会を市民のみなさまにお届けします</p> <p>2 普及系事業 基礎講座やワークショップなど舞台芸術・芸能の愛好者が増える機会を市民のみなさまにお届けします</p> <p>3 育成系事業 舞台芸術・芸能を楽しみそして担う人材を育成する機会を市民のみなさまにお届けします</p> <p>4 新潟発創造事業 新潟に根ざした、新たな質の高い舞台芸術を創造し、その鑑賞の機会を市民のみなさまにお届けするとともに、全国・世界に向けて情報発信していきます</p> <p>5 市民の文化活動支援事業(共催事業) 市民のみなさまの舞台芸術・芸能の継承・創造・発展活動を共催という形で支援していきます</p>	<p>1 主な鑑賞系事業</p> <p>(1) 音楽鑑賞系事業</p> <p>① 東京交響楽団新潟定期演奏会 ② ピアノリサイタルシリーズ ③ カルテットシリーズ ④ 歌の花束シリーズ ⑤ オルガンリサイタル ⑥ 茂木大輔コンサートシリーズ ⑦ 1コインコンサートシリーズ ⑧ プライムクラシック1500シリーズ ⑨ アフタヌーンコンサートシリーズ ⑩ ガジュアルコンサートシリーズ ⑪ オペラコンサートシリーズ ⑫ 作曲家ツィクルスシリーズ ⑬ 日本のオーケストラシリーズ ほか</p> <p>(2) 演劇鑑賞系事業</p> <p>① 劇場プロデュース企画公演 ② 小劇場プロデュース企画公演 ③ 笹部博司パトリー企画公演 ④ 伝統芸能企画(ふるまち新潟をどり他) ⑤ パフォーマンス企画公演 ほか</p> <p>(3) 能楽鑑賞系事業</p> <p>① 能楽定例公演 ② 能楽企画公演 ③ 狂言定例公演 ④ 狂言企画公演 ほか</p> <p>2 主な普及系事業</p> <p>(1) 音楽普及系事業</p> <p>① 小学生へのコンサート体験公演 ② オルガン普及事業 ほか</p> <p>(2) 演劇普及系事業</p> <p>① 文楽入門講座 ② 演劇教養講座 ほか</p> <p>(3) 能楽普及系事業</p> <p>① 能楽基礎講座 ② 能楽普及公演 ほか</p> <p>3 主な育成系事業</p> <p>(1) 音楽育成系事業</p> <p>① ジュニアオーケストラ教室 ② ジュニア合唱団 ③ ジュニア邦楽教室 ④ オルガン講座 ⑤ にいがた東響コーラス ほか</p> <p>(2) 演劇育成系事業</p> <p>① 演劇スタジオオックスコース“APRICOT” ほか</p> <p>(3) 能楽育成系事業</p> <p>① 舞の習い ほか</p> <p>4 新潟発創造事業</p> <p>(1) リューとぴあレジデンシャル・ダンス・カンパニー“NOISM” (2) リューとぴあ能楽堂シェイクスピアシリーズ</p> <p>5 市民の文化活動支援事業(共催事業)</p> <p>(1) 新潟市音楽芸能協会“新潟市芸能まつり”共催事業 (2) 新潟市民歌舞伎“みなと座”共催事業 (3) 市内テレビ局主催公演共催事業 ほか</p>	<p>【 自主文化事業 】</p> <p>(1) 集客数 ⇒ 10万人 ← 入場者・参加者数調査 (2) 自主財源比率 ⇒ 60% ← 決算数値(文化事業収入/文化事業費)</p> <p>1 鑑賞系事業</p> <p>(1) お客様の満足度 90%以上 ← 入場者アンケート調査 (2) 自主財源比率 75%以上 ← 決算数値(文化事業収入/文化事業費)</p> <p>2 普及系事業</p> <p>(1) お客様の満足度 90%以上 ← 入場者、参加者アンケート調査 (2) 自主財源比率 80%以上 ← 決算数値(文化事業収入/文化事業費)</p> <p>3 育成系事業</p> <p>(1) お客さま・参加者の満足度 90%以上 ← 入場者、参加者アンケート調査 (2) 自主財源比率 30%以上 ← 決算数値(文化事業収入/文化事業費)</p> <p>4 新潟発創造事業</p> <p>(1) お客様の満足度 90%以上 入場者、参加者アンケート調査 (2) 自主財源比率 60%以上 ← 決算数値(文化事業収入/文化事業費)</p>

施 策 ・ 取 組	事 業	年 度 目 標
<p>II 施設運営事業</p> <p>○ 新潟市民芸術文化会館・新潟市音楽文化会館(以下「二館」と言います)を訪れるお客さまに、貸館業務、ホール業務、館内サービス業務など施設利用サービスを通して、高い満足度をお届けします</p> <p>1 市民の文化活動支援事業(貸館業務) 市民のみなさまの舞台芸術・芸能の継承・創造・発展活動を施設の貸館業務を通して支援します</p> <p>2 ホール業務 二館を利用する市民のみなさまに、安全で満足度の高いホール業務サービスを提供します</p> <p>3 館内サービス業務 二館を利用する市民のみなさまの満足度向上のために、安全・安心・快適な館内サービス業務を市民のみなさまにお届けします</p> <p>4 広報業務 市民のみなさま、全国のみなさまの二館の認知度、好感度、支持度を高め、政令指定都市新潟を代表する文化施設として、その活動、運営を広く広報することにより、新潟市のイメージアップを目指します</p> <p>5 指定管理者自己評価業務 毎年度自己評価を実施し、指定管理者業務の品質向上に向けた取り組みを実施していきます</p>	<p>1 市民の文化活動支援事業</p> <p>(1) 利用の許可に関する業務 (2) 使用料の納付期日の決定及び免除に関する業務 (3) 二館の連携業務 (4) バックステージツアーなど貸館利用促進事業</p> <p>2 ホール業務</p> <p>(1) 主催者との打合せ (2) 舞台セット時の助言、指導 (3) 舞台装置の操作業務 (4) 利用後の整理復元作業と備品の管理業務 (6) 来館者の案内業務 (7) AED 研修、避難誘導訓練</p> <p>3 館内サービス業務</p> <p>(1) 館内ホスピタリティ等の充実 (2) 登録レセプションの配置 (3) インフォメーション、レストランなどの設置 (4) 新潟市民芸術文化会館と友の会の運営 (5) 施設見学、職場研修の受け入れ</p> <p>4 広報業務</p> <p>(1) ブランド広報 (2) 事業広報 (3) 会館広報 (4) セールスポモーション (5) 地域との連携事業</p> <p>5 指定管理者自己評価業務</p> <p>(1) 指定管理者自己評価の実施と情報公開</p>	<p>【 施設運営事業 】</p> <p>(1) 新潟市民芸術文化会館の稼働率 ① コンサートホール 82%以上 ② 劇場 78%以上 ③ 能楽堂 53%以上 (2) 新潟市音楽文化会館の稼働率 ① ホール 74%以上</p> <p>1 市民の文化活動支援事業(貸館事業)</p> <p>(1) 新潟市民芸術文化会館貸館使用料収入 6,800万円以上 (2) 新潟市音楽文化会館貸館使用料収入 3,600万円以上 (3) バックステージツアー年6回の実施</p> <p>2 ホール業務</p> <p>(1) お客さま満足度 90%以上 ← 貸館利用者アンケート調査 (2) 年間利用者数 ← 利用者数調査 ① 新潟市民芸術文化会館 334,000人以上 ② 新潟市音楽文化会館 181,000人以上</p> <p>3 館内サービス業務</p> <p>(1) 窓口、苦情対応、さわやか運動の継続実施 (2) 登録レセプション50人体制の継続 (3) 新潟市民芸術文化会館友の会会員数 6,200人以上の継続</p> <p>4 広報業務</p> <p>(1) 会館広報誌「りゅーとぴあマガジン」の発行 年4回 (2) 会館ホームページ (3) 事業広報誌「りゅーとぴあエンターテイメントカレンダー」の発行 年4回 (4) 「メールマガジン」(PC、携帯電話)の制作 月1回 (5) 「パートナーショップ」40店以上 (6) 財団情報の公開</p> <p>5 指定管理者自己評価業務</p> <p>(1) 指定管理者自己評価と情報公開 年1回</p>