

令和２年度事業評価書（令和元年度事業）

| 評価事項 | 評価項目 | 評 価 | 評 価 内 容 |
|-------------|-------------------------------|--|---|
| 教養文化 の向上 | 量的な視点から サービスは適切 に行われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | 新型コロナの影響で一部講座の不開講 があったにも関わらず受講者数等は昨 年度より増加していた。 |
| | 質的な視点から サービスは適切 に行われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | 質の高い講座の実現、満足度の高い講座 の実現を努力している。 |
| | 地域的な広がり、 維持が適切に行 われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | 施設外部との連携を図りながら事業を 行っている。 |
| | ステップアップ 促進が適切に行 われたか | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | 新しい講座等の実現をしている。 |
| 情報発信 | 量的な視点から 適切に情報発信 が行われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | アナログとデジタルを適切に組み合わ せながら情報発信をしていた。 |
| | 質的な視点から 適切に情報発信 が行われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | わかりやすく親しみのある情報を発信 していた。 |
| | 情報発信の方法 は、適切であつた か。 | 適切に行われた <u>ほぼ適切に行われた</u> 適切とは言えない。 | SNS を使った情報発信はターゲットを 意識しながらフォロワー数を増やすこ とを意識してほしい |
| 地域支援 | 量的な視点から 適切に地域支援 が行われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | 昨年と同じ程度に地域と連携し適切な 支援を行っている。 |
| | 質的な視点から 適切に地域支援 が行われたか。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | ノウハウを提供し、地域支援を行いイベ ント等の成功に貢献している。 |
| | 地域支援の方法 は、適切であつた か。 | <u>適切に行われた</u> ほぼ適切に行われた 適切とは言えない。 | あすとの強みや役割を認識し支援を行 っている。 |

| | | | |
|-----------------|---|--|---|
| 市民ニーズへの対応 | 市民ニーズの把握と満足度向上への取り組みは適切に行われたか。 | <div>適切に行われた</div> <div>ほぼ適切に行われた</div> <div>適切とは言えない。</div> | 受講生など顧客のデータを収集しそれを事業に反映させている。 |
| 事業計画とコンセプトとの整合性 | 策定された事業計画は、文化の自分化創造館を実現する・具体化する取り組みとして適切であったか。 | <div>適切</div> <div>ほぼ適切</div> <div>適切ではない</div> | 新型コロナの影響で一部実施できない部分があったが、質の高い事業を実施し、「文化の自分化創造館」の実現に取り組んでいる。 |
| | 策定された事業計画の実施によって具体的な成果（アウトカム）が上がっているか。 | <div>上がっている</div> <div>どちらとも言えない。</div> <div>上がっていない。</div> | 高いレベルで推移している。欲を言えば、今、利用者層が少ない若年層や男性層の取り込みにもさらにチャレンジいただきたい。 |
| | PFI 事業者の実施体制は、文化の自分化創造館を実現する・具体化する取り組みとして適切であったか。 | <div>適切</div> <div>ほぼ適切</div> <div>適切ではない</div> | 事業者が協力しながら PDCA サイクルを適切に回し成果を出している。 |

事業についての講評

毎年、ユニークな講座を次々と始めるなど「文化の自分化創造館」の実現に向けて、積極的に事業展開をされている。

これまでのノウハウの蓄積や地域における認知度も向上してきており、安定した事業推進が可能となっている。

PFI 事業者への提言、提案など

ほぼ館内はフル活用をされており、空いている時間帯が見当たらない状況になっているため、館外での取り組み、とくに地域との連携を充実されてはどうか。

また、あすとホールの実業コンセプトは、年代層を絞り込まず「文化の自分化創造館」の実現なので、やはり中学～20 代前半の若年層や男性の利用率が少ないことが気になる。若年層からの持ち込み企画を行うなど、利用客を巻き込んだ企画の実現なども視野にいれてはどうか。