

平成30年度指定管理者運営状況検証シート

県所管課	経済労働部産業雇用局産業政策課
------	-----------------

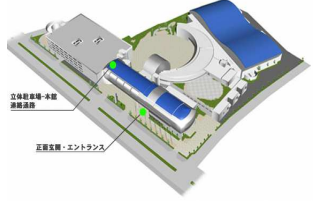
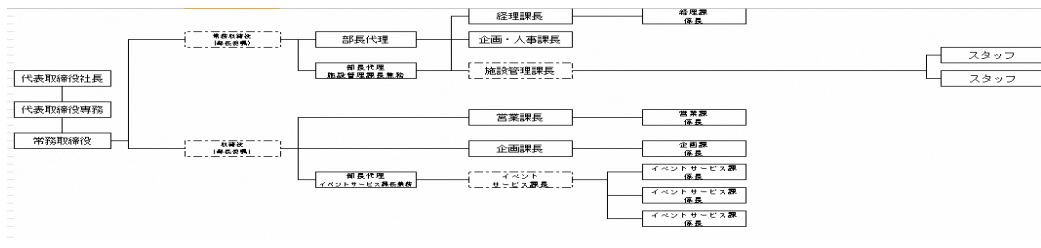
1. 施設名等 平成31年3月31日現在

施設名 (設置年月日)	愛媛国際貿易センター (平成8年3月22日)	所在地 電話 HP	愛媛県松山市大可賀二丁目1番28号 089-953-0130 http://www.itemehime.com/
----------------	---------------------------	-----------------	--

2. 指定管理者

指定管理者名	愛媛エフ・イー・ゼット株式会社	指定期間	平成31年4月1日 ~ 令和6年3月31日 (5年間)
--------	-----------------	------	--------------------------------

3. 施設の概要と指定管理者が行う業務等

設置目的	貿易の振興を通じて経済及び文化の国際交流を促進するため、国際見本市・展示会の開催に必要な施設を提供する。	施設の外觀 
施設内容	大展示場(4,500㎡、分割利用可)、小展示場(1,500㎡、分割利用可)、スカイホール(755㎡)、FAZプラザ(3,500㎡、分割利用可)、小展示場(600㎡)、会議室6室、立体駐車場635台	
指定管理者が行う業務	①センターの業務の実施に関する業務 ②センターの利用の許可に関する業務 ③センターの利用に係る料金の収受に関する業務 ④センターの利用の促進に関する業務 ⑤センターの施設、附属設備及び備品の維持管理に関する業務 ⑥その他知事が定める業務 ⑦共用部分等の管理に関する業務	
施設の管理体制		
利用料金等	利用料金制 <input checked="" type="checkbox"/> 採用している <input type="checkbox"/> 採用していない 前年度からの変更 <input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし (変更ありの場合、その内容) 0	
開館日・開館時間	(休館日)1月1日～3日及び12月29日～31日 (開館時間)9時～21時(18時以降に施設の利用が無い日は9時～17時30分)、立体駐車場は7時～22時	

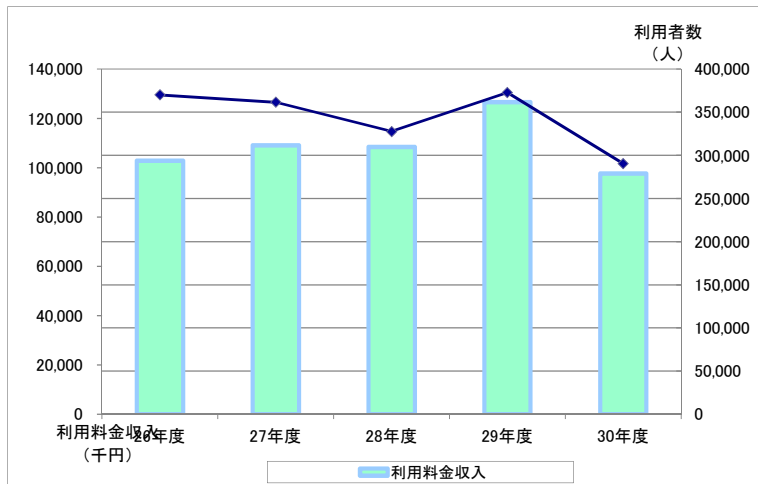
4. 指定管理業務に係る県の委託料(協定締結額)

年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
県委託料(千円)	108,226	108,226	108,226	105,500	105,500	107,845

5. 施設の利用状況

(1) 施設の利用者数と利用料金収入

年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	対前年度増減率
利用者数(人)	370,107	361,693	327,700	372,756	290,443	△ 22.1 %
利用料金収入(千円)	102,851	109,035	108,461	126,545	97,567	△ 22.9 %



(2) 利用者数、利用料金収入の増減理由

対前年度増減率が±5%以上の場合、その理由

(利用者数)
 昨年度にそれぞれ約1ヵ月に亘り開催した大型自主企画事業「チームラボアイランド 学ぶ! 未来の遊園地」、「えひめ大恐竜博」、隔年開催イベント「Enjoy Honda」等の不開催等による。

(利用料金収入)
 会場利用面積の大きい「Enjoy Honda」、「えひめカーフェスタ」等の大型イベントが隔年開催等の理由により開催されなかったこと等による。

6. サービスの質向上に向けた取組み

ア) サービス向上を図る主な取組み

(○は指定管理者制度導入以降、継続的な取組み、☆は平成30年度の新たな取組み、※は利用者からの要望により実施)

平成30年度の内容	平成31年度の内容(予定含む)
☆「トミカ博 in EHIME」実施による会館の賑わい演出 ☆屋上花火観覧席の運営見直しによる利用者満足度向上 ☆新たな広告媒体の活用と広報拡充 ○リピーターへの積極的な利用促進 ○フリーマーケット、手づくり市、屋上花火観覧席などの自主企画事業実施 ○地元メディアとの連携強化 ○松山観光コンベンション協会との協業	☆各種新規メディアの活用による広報拡充 ☆自治体及び企業との協業 ☆館内レストランと一体となった利用提案 ○自主企画イベント開催による賑わいの創出 ○松山観光コンベンション協会や旅行代理店との協業 ○リピート利用者・周年企業への営業推進 ○地元との協力体制構築

イ) 利用者からの声への対応状況(平成30年度)

利用者からの評価や苦情・要望の主な内容	利用者からの苦情・要望への主な対応状況
1 接客面については、接客態度に対するクレームは無く、担当者の接遇に対してお褒めいただく事も多くあった。 2 会場利用料については、一部の展示場利用者から「会場利用料が高い」という意見がある。 3 展示場搬入入口が狭いという意見がある。複数の利用者が同時使用する場合に、搬出入車輛が大変混雑し、周辺道路に違法駐車が発生し、近隣住民から苦情が寄せられることがある。 4 音響については、大展示場、小展示場とも音響が悪く、アナウンスが明瞭に聞き取れない。イベントで出す音に対して近隣住民からの苦情が寄せられることがある。 5 駐車場については、大規模イベント開催時など、アイテムの駐車場が足りないため、来場者が近隣の商業施設駐車場に駐車することからクレームが入るため、店舗への挨拶りほか、ガードマンの配置を求められる。また、立体駐車場が有料であるのも負担との意見がある。 6 中心部から遠く、交通が不便である。 7 レストランはあるものの、ケータリングが難しく、パーティーや宴会を伴う会社の設立記念行事などのイベント開催が困難である。 8 4階会議室前廊下が暑い。	1 接客面では、利用者の声によく耳を傾けるとともに、イベント担当者間で情報共有し、イベント開催時に役立てている。 2 展示場利用料に関しては、利用者の意見に傾聴し、より多くの利用者に対して満足していただけるよう努めている。 3 搬入口の敷地は、構造上改善が困難であるが、警備員による誘導や主催者間で時間差による搬出入を実施する等、出来る限りの対応を継続して行うこととしている。 4 展示場の音響は、天井高の建物の構造上改善が困難であるが、利用者にはその旨を説明し、都度御理解をいただけるよう努めている。また、プロジェクターを最新のプロジェクターに更新し、利用者ニーズにお応えできるよう努めた。 5 臨時駐車場を確保する一方、近隣商業施設等への駐車については商業施設前にガードマンを手配したり、違法駐車厳禁の看板を設置する等、注意喚起を促すこととしている。更に、事前精算機の利用案内による混雑緩和や、ホームページでイベントの混雑状況をアップする等、混雑解消に注力している。 6 改善は困難であるが、利用者にはその旨を説明し、都度御理解をいただけるよう努めている。 7 利用者からのご相談に応じ、ケータリング可能な会社紹介等を行っている。 8 業務用の大型扇風機三台を、気温上昇時にはフル稼働させる事で熱気を逃す対策を講じている。

7. 平成30年度実績に係る施設の利用状況及びサービスの質向上に向けた取組みに関する確認・検証

指定管理者の自己検証	県の施設所管課の確認・検証意見
平成30年度は、大型イベントの開催が隔年開催等の理由により、少なかつた事に加え、大型自主企画事業についても「トミカ博 in EHIME」の1回開催であったため、展示場日数稼働率は74.1%(前年度80.8%)、展示場面積稼働率も25.2%(前年度32.0%)と共に減少し、来場者総数も、290千人(前期372千人)に留まった。 展示場を取り巻く状況は、業界の開催需要減少もあり、年々厳しくなっているが、既存の顧客を大切に、今後も新規イベントの誘致、メディアとの連携を強化し、積極的な利用促進に努める予定である。 来年度は隔年イベントである「Enjoy Honda」等の開催や、ひめぎんホール改修工事に伴う利用の増加を見込んでいる。 さらに大型自主企画事業を2回開催することにより、更なる稼働率の向上や来場者数の増加を図る。	今年度開催した大型自主企画事業「トミカ博 in EHIME」では、積極的な営業活動を展開し、7日間開催で約52千人の来場者があり、指定管理者の取組み成果であると評価できる。 しかしながら、前年度の主な集客イベントであった「Enjoy Honda」の不開催等により、来場者総数は減少となった。また、前年度開催した大型自主企画イベント「チームラボアイランド 学ぶ! 未来の遊園地」、「えひめ大恐竜博」はそれぞれ1カ月に亘る開催で、両イベントの影響もあり、展示上日数稼働率、展示場面積稼働率ともに減少した。 今後、リピーターへの訪問や新規イベントの発掘活動を並行して行うことで、イベント需要の発掘を継続して行うとともに、マスコミとの連携強化による営業活動を積極的に行うことにより、効果的に自主企画事業・共催事業を開催するなど、来場者総数、イベント開催件数等の向上を図る必要があると考える。

8. 指定管理者制度の導入による効果と課題の検証

前年度の主な集客イベントであった「Enjoy Honda」及び大型自主企画イベント「チームラボアイランド 学ぶ！未来の遊園地」、「えひめ大恐竜博」等の不開催等に伴い、来場者数は減少したものの、今年度開催した大型自主企画事業「トミカ博 in EHIME」では、指定管理者が積極的な営業活動を展開し、7日間開催で約52千人の来場者があり、制度導入による効果と評価できる。
また、インターネット広告等の新たな広告媒体を積極的に活用し、より多くの方に情報発信を行うことで、各イベント毎の来場者数の増加を図る等、指定管理者による創意工夫のもと、新たな取り組みを積極的に行っている点も評価できる。