

令和元年度指定管理運営業務評価票

施設名称：府立江之子島文化芸術創造センター	指定管理者：長谷工コミュニティ・E-DESIGN プラットフォームグループ	指定期間：平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日	所管課：府民文化部 文化・スポーツ室 文化課
-----------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	------------------------

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価	評価	施設所管課の評価	評価	評価委員会の指摘・提言
			S～C		S～C	
一 提案の履行状況に関する項目  (1) 施設の設置目的及び管理運営方針	<p>■センターが提示した施設の運営方針や活動方針に則り、enoco の存在感を高め、より多様で多くの人々に活用いただけるような施設の運営がなされているか。</p> <p>■enoco ならではの場作りと運用に努め、主体的な創造活動と交流の機会を提供し、場の活性化がなされているか。</p> <p>■各事業はセンターの方向性・強みづくりに沿った運営がなされているか。</p> <p>■今年度の重点方針「貸館の利用率向上」「場の活性化」に基づき、更なる認知度向上、場の活性化に取り組むとともに、貸館利用の仕組み、空間の使い方等、様々なニーズに対して柔軟な対応を検討、実施しているか。</p>	<p>平成 31 年度事業計画に記載した運営方針と活動方針に基づき、計画的に事業を実施している。「ネットワーク」「教育」「プラットフォーム」を enoco の強みづくりの 3 本柱と位置付け、以下の事業を実施し成果を上げてきた。</p> <p>「ネットワーク」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶「文化的コモンズの形成と担い手の育成」という目標に向け、ネットワーク形成に取り組んでいる。大阪の芸術文化関係機関、団体との連携を推進している。</li> </ul> <p>「教育」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶子どもから大人まで、多様な世代・多様な関心を持つ府民が主体的に創造活動参加できる事業を実施している。状況や志向にあわせて選択受講ができるような仕組みづくり、コースづくりを行なっている。</li> </ul> <p>「プラットフォーム」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶昨年度終了したプラットフォーム形成支援事業を引き継ぎ、外部資金を獲得して自立した活動を行なっている。また、前年度からの継続案件のほか、新規案件にも取り組んでいる。一定の成果が出るには時間を要する「プラットフォーム事業」であるが、単年度の取り組みに終わらず、複数年度にまたがった案件も増えてきている。</li> </ul> <p>▼重点項目について</p> <p>「貸室の利用率向上」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶SNS 広告、リスティング広告を展開し、問い合わせ件数・申込件数が増加した。近隣の貸しギャラリーの閉館があり、そこからの紹介等による申し込みも一部あった。また、「直前割引」「若年層割引」を導入し、新規顧客の開拓に努めた。</li> </ul> <p>「場の活性化」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶昨年 1 月にオープンしたカフェとの連携を強化。主催・共催イベントを開催することで、カフェの認知度アップに寄与するとともに、様々な層が集い交流する機会・場を創出し、相乗効果を発揮している。</li> </ul> <p>▼地域創造大賞（総務大臣賞）の受賞</p> <p>「令和元年度地域創造大賞（総務大臣賞）」を受賞。「プラットフォーム形成を牽引した」こと等が評価され、これまでの enoco の取り組みや成果、プラットフォーム事業についての認知が広がる機会となった。</p>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>指定管理 2 期目/3 年目となる今年度は、これまでに蓄積されてきたノウハウやネットワークを活用した enoco ならではの事業実施により、多様で多くの人々による創造活動や文化交流が展開された。</li> <li>「ネットワーク」「教育」「プラットフォーム」の 3 本柱を重視する enoco の方針、姿勢は府内市町村や団体等との関係において十分認識されており、それらを求める声も多いことは、来館者やイベント・教育講座の参加者の増加や相談業務やプラットフォーム事業（外部資金により運営する自主事業）の件数が増加していることから明白である。</li> <li>今年度の重点項目である「貸室の利用率向上」について、WEB 上での広告を展開する等の広報に加え、新たな割引制度の導入等新規利用者獲得に向けた取り組みは一定評価できるものの、今年度は目標値自体を下方修正していたことから、その値は概ね達成できるようだが、引き続き、様々な策により、一層の利用促進に努め、目標値についても当初の想定値（R1～4：60%）に再設定いただきたい。その収益により、enoco ならではの事業が拡大されることを期待する。</li> <li>もう 1 つの重点項目である「場の活性化」については、カフェと一体になった地下のフリースペースにおける様々なイベントの実施等により新たな客層の来館やポッセの活躍に繋がっており、評価できる。</li> <li>（主には昨年度事業が評価の対象にはなるものの、）現状も含めたこれまでの施設の取り組みや成果等が客観的にも認められ、「地域創造大賞（総務大臣賞）」を取得した。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域創造大賞の受賞おめでとう。全国的に見て高く評価されている施設であるということ。enoco には、文化による地域活性化やまちづくりにおいて必要な中間支援機能が備わっており、その中で具体的な事業を展開されている。</li> <li>大阪府は enoco の持つ全国的な意義を理解の上、この施設をどのように活かしていくのか考えること。</li> <li>プラットフォームの形成支援について、新しいネーミング等を考えても良いかもしれない。</li> <li>「文化芸術」をどのように活用していくのか。大阪の「文化芸術」のポテンシャルをどう上げるのか、プラットフォームと「文化芸術」をどのようにクロスさせるのが課題。</li> <li>色んな事業を着実に広げられ、目標を達成している。今後は、これまでターゲットを絞って実施してきた事業をどう一般化していくのか検討が必要。広く府民に理解を得るための情報発信が重要。それが新たな支援要請に結び付き、一層活動が広がる。</li> <li>中間支援施設としての在り方や貸館に関するアイデア、文化芸術創造センターとしての在り方、8 年目の着地をどのように考えていくのかというのが次年度の重大なテーマになる。</li> </ul>
	(2) 平等な利用を図るための具体的手法・効果	<p>■高齢者、障がい者等に対する利用援助が適切になされているか。</p>	<p>各種研修を実施して職員の知識と意識を高め、高齢者や障がい者等、府民の誰もが安心して気持ちよく利用できるよう、ホスピタリティを意識した接遇に努めている。特に障がい者の施設利用については、外部組織と連携して、障がいを持っている方の活動や表現の機会を提供する事業を企画・実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>10 月に大阪府の文化芸術フェス参加プログラムである障がいのある方の表現活動に関わる現代芸術作家と障がいのある方の作品を展示する「Exploring—共通するものからみつける芸術のかけら」展（主催：文化庁、一般社団法人日本現代美術振興協会）に係る広報協力を行った。</li> <li>1 月のマルシェには社会福祉施設「西淡路希望の家」が出店。福祉施設・団体等との連携を強化。</li> <li>enoco のホームページや各イベントの広報等には、障がい者等への配慮に関する記載を徹底した。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化芸術の分野において、enoco の活動内容を活かした形で、障がい者等との協働を進めている。</li> <li>評価委員からのご指摘も受け、ホームページや広報媒体への障がい者等への配慮の記載が定着してきた。</li> </ul>	A

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価	評価	施設所管課の評価	評価	評価委員会の指摘・提言
			S～C		S～C	
<p>(3) 利用者の増加を図るための具体的手法・効果</p> <p>(4) サービスの向上を図るための具体的手法・効果</p>	<p>①協働の拠点づくりに関する業務</p> <p><b>ア 文化関係機関とのネットワークの構築と文化情報の収集・提供</b></p> <p>■ネットワークの拡大に努めるとともに、形成されたネットワークを大阪に根付かせるための在り方を検討しているか。</p> <p><b>イ 創造的な活動機会の創出等の支援</b></p> <p><b>ウ 相談窓口の設置</b></p>	<p><b>ア 文化関係機関とのネットワークの構築と文化情報の収集・提供</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府内の文化関係機関のネットワーク形成を目指して、アーツサポート関西、大阪アーツカウンシル、一般財団法人おおさか創造千島財団と連携し、情報や課題の共有の場「おおさかアートコモンズ（仮称）」を実施。</li> <li>・持ち回りでさまざまなテーマをもとに「ギャザリング」（トークイベント）を開催（年4回、6月、9月、10月、2月の予定）。多様な関心を持つ人々と、情報、関係性が集まるネットワークをつくっている。</li> <li>・デザイン・クリエイティブセンター神戸（KIITO）が主催する「KIITO マルシェ」に今年度も参加。施設連携・施設PRを行った（5月）</li> <li>・大阪市立芸術創造館との共催で「ワークショップフェスティバル DOORS」を開催（8月）</li> <li>・大阪で活動する劇団「極東退屈道場」との共催で、施設内外を活用する演劇公演「ジャンクション」を実施。地域の歴史、施設の場所性・空間性を掘りさげ、新しいかたちでの施設の使い方を提示した（11月）</li> <li>・「創造のテーブル 2020 アートはひとりでは生きられない 一協創・参加・対話の現場から」を開催（1月） <ul style="list-style-type: none"> <li>➢「アートの実践から生まれる協創、参加、対話」をテーマに、enoco のネットワークを活用し、国内外からフェスティバルディレクター、アーティスト、演出家、研究者をパネリストに招き、議論を実施</li> </ul> </li> </ul> <p>【今後開催予定の事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆「おおさかアートコモンズ（仮称）ギャザリング vol.5」 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢大阪の“社会関与型”アートプロジェクト vol.1（2/23）</li> </ul> 企画協力：大阪アーツカウンシル</li> <li>◆「おおさかアートコモンズ（仮称）オープンミーティング」（3/28） <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ネットワークのあり方、活かし方を考えるため、大阪で文化活動をしている「人」に焦点をあて、文化芸術に関わる人々の生態系をリサーチするトークを開催。</li> </ul> </li> </ul> <p><b>イ 創造的な活動機会の創出等の支援</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆enoco の学校 <ul style="list-style-type: none"> <li>『enoco の学校』という一つの名前のもと多様な世代や関心に対応して、広く府民が創造的な活動を体験できるプログラム3つの学科を展開（うち1学科は自主事業として展開）</li> </ul> </li> <li>◎「続・enoco の学校」 <ul style="list-style-type: none"> <li>カリキュラムをテーマごとの4期に分けることで通年受講・単発（短期）受講を選択できるようにした。各期、コーディネーターを1名配置し、外部講師のコーディネートを含む、各期の講義内容の設計と運営を担当している（館長の甲賀、PF 部門チーフの忽那、外部コーディネーター1名）。さらに講義にはポッセがサポーターとして参加し、講義内容をリアルタイムで記録していくほか、学びを深めるワークショップ等を行なっている。</li> <li>また、今年度から「アート&amp;デザインプログラム」を新設。フォーラム「創造のテーブル」（1月実施）にも登壇予定のソーシャリー・エンゲージドアートの研究者による講義、国内外でアートプロジェクトを実践している若手美術家等による講義を行うほか、enoco の学芸員による大阪府 20 世紀美術コレクションの展示企画ワークショップを実施。</li> <li>※今年度参加人数：全期：15名 短期：10名 （うち「enoco の学校」卒業生7名）</li> </ul> </li> <li>◎「こどもアート学科」 <ul style="list-style-type: none"> <li>月1回の小学生を対象とした定期的なアートプログラム。</li> <li>「造形コース」に加え、「しこう実験コース」を開講。「造形コース」は美術家2名で担当し子供たちが、複数の美術家、様々な表現に触れることができるようにした。「しこう実験コース」は毎回出されるテーマについて考え、試行することを繰り返しながら作品をつくる・表現を行うコースで、2F シェアオフィスに入居する一般社団法人タチヨナと協働で開講。美術教育を学ぶ大学生、教育に関心を持つポッセがサポーターとして加わり、協働者・観察者の役割を担っている。</li> <li>※今年度参加人数：造形コース13名、しこう実験コース9名（サポーター5名）</li> </ul> </li> </ul>	S	<p><b>ア 文化関係機関とのネットワークの構築と文化情報の収集・提供</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「おおさかアートコモンズ（仮称）」の一環として実施しているギャザリングは、これまでの enoco にはあまり見られないテーマ設定で、従来の客層ではない方々の参加もあった。多様な人々のネットワークが広がっているが、今後、これをどのような形で活用・展開していくのか、対外的に発信していくのか注目したい。まずは、年度末のオープンミーティングの内容、参加者層やその感想等を材料に来年度以降の展開を検討していただきたい。</li> <li>・「デザイン・クリエイティブセンター神戸」「大阪市立芸術創造館」等との連携や、全館利用の演劇の試行など新たなネットワークも構築されている。</li> <li>・この分野のイベントは一部の参加者に偏りがちなので、広報等を工夫することで、一般の方々が参加しやすい運営を検討していただきたい。</li> </ul> <p><b>イ 創造的な活動機会の創出等の支援</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年度の再編を受けて設定された「続・enoco の学校」「こどもアート学科」とも内容の充実や柔軟な受講受入れがなされており、受講生の数も増加している。</li> <li>・年度末の成果発表等により、この取組みを広く発信し、更なる集客促進につなげていただきたい。</li> <li>・また、この講座の卒業生等には、enoco での学びを活かし、自立を促すサポートを引き続き行い、enoco の波及効果を府内各地に広げていただきたい。</li> </ul>	S	

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価	評価	施設所管課の評価	評価	評価委員会の指摘・提言
			S～C		S～C	
		<p>◎「アウトプット学科」（自主事業として開催） 座学と体験を組み合わせた短期講座。今年度は地下1Fのカフェと連携し、親子での食の学びをテーマとした「丸鶏の解体」（12月）、摘み菜（2月）のワークショップを実施。</p> <p>◆大学生等のインターンの受け入れ ・インターン3名を受け入れた。 （大阪成蹊大学芸術学部アニメーション・キャラクターデザインコース、京都造形芸術大学アートプロデュース学科、近畿大学文芸学部文化歴史学科） ・「こどもアート」学科の運営補助に昨年度のインターン生1名と今年度のインターン生1名が参加。インターンカリキュラム終了後も、意欲ある学生が現場に関わることができるようにした。</p> <p>【今後開催予定の事業】 ◆enocoの学校「続・enocoの学校学科」江之子島実験室 ・「続・enocoの学校学科」の受講生たちが学びを生かし、自ら企画を立て、一般公開のもと実践を行う（3/16開催予定）。 ・受講生による「大阪府20世紀美術コレクション」展：enocoのエントランスで受講生が4チームに分かれて企画したミニコレクション展を開催（3月中旬～5月上旬予定）。</p> <p>◆enocoの学校「こどもアート学科」作品展・成果発表会 ・造形コース：受講している子供たちがプログラムの成果を発表する作品展を実施。子供たち自身で展覧会の構成を行う（3月開催予定）。 ・しこう実験コース：造形コースの展覧会とあわせて成果発表を行う。形式・内容については今後の授業の中で検討する。</p> <p>ウ 相談窓口の設置 ◆「eno so done!」 ・「eno so done!」と題した月1回の相談会の実施に加え、問い合わせがあった際には随時対応している。 ・2Fオフィスに入居する「シティプロモーション研究所」による相談対応も開始。シティプロモーション・WebサイトやSNSを活用した広報等に特化した相談にも対応。 ◎相談件数：10件（うちシティプロモーション研究所で対応（enoco同席）：4件）</p>		<p>・「アウトプット学科」では、カフェと連携した食育講座が実施されており、施設の特徴を活かした良い取り組みである。ターゲットにあわせた広報手法により集客に努めてほしい。</p> <p>・大学生等若年層の受入を積極的に行い、またカリキュラム終了後も含めたenocoにおける実践の機会提供は次世代の育成に貢献している。</p>		<p>・相談窓口の設置のみならず、随時相談への対応は、これまで数年間の日々の活動により蓄積された専門性があるからこそ可能であることであり、大変素晴らしい。</p>
	<p>②フリースペース、ライブラリー兼休憩室等の利活用に関する業務</p> <p>■誰もが自由に利用できる空間として運用されているか。 ■カフェ機能を活用し来館者の交流等を促すようなプログラム等の集客を高めるイベントを実施する等、利用価値を高め、魅力ある空間として整備・運用されているか。</p>	<p>地下のフリースペースでは、昨年1月にオープンした「CORAL PARLOR enoco」と連携し、enocoの場の活性化に向けてのイベント等を実施している。また、地域の人々、クリエイターが自由に使用できる休憩スペースとしても運用している。</p> <p>・えのこ de マルシェでの古本市（1月） ・対話型鑑賞サロン「おしゃべりパーラー」（年5回開催） ・おおさかアート commons・ギャザリング（年4回開催） ・約50人のブックカバー展 in enoco（4～5月） ・いとう写真館 in enoco（写真展）（12月） ・enocoの学校「アウトプット学科」食のワークショップ（年2回）（再掲）</p>	S	<p>・カフェと一体となった地下のフリースペースにおける様々なイベントの実施等により、新たな客層の来館やポッセの活躍の場の提供に努めており、評価できる。（再掲）</p> <p>・指定管理の裁量において、カフェの運営に自由度を与え、相互の波及効果を見込んだ様々取り組みが始まっており、今後に期待したい。</p>	A	<p>・近隣の住民に対し、カフェの案内を全戸配布するべき。その後、カフェに来てくれた人をどのように1～4階の事業スペースに引き込むのかが大事。</p>
	<p>③府所蔵作品活用業務</p> <p>■美術コレクションの積極的な貸出しを行っているか。 ■対話型鑑賞などを組み合わせた府所蔵美術作品の効果的な展示やenocoの周知活動も兼ねた府内学校への出張展示（コレクションキャラバン）など創造的な活用を行っているか。</p>	<p>【美術コレクションの保管】 保管する美術コレクションに保険をかけ、適切な保管・管理に努めている。美術コレクションの内容に精通した学芸員を2名配置している。</p> <p>【美術コレクションの展示】 ◆「enoco おしゃべり美術館」展（会期：8月3日～9月1日） ・昨年度に続き夏休み期間に合わせて開催。会場内での会話をOKとし、会期中の週末には対話型鑑賞や模写のイベントを開催し、親子・家族連れ層への訴求を狙った。会期終盤にマルシェも併せて実施することで集客を図った。また美術館・博物館の職員、自治体の文化担当者、教員の視察も受け入れた。また学校での見学・対話型鑑賞授業（近隣区の中学校美術部、地域の小学校）にも対応した。 ※来場者数：1292人</p>	S	<p>【美術コレクションの保管】 ・引き続き、適切な保管・管理に努めること。</p> <p>【美術コレクションの展示】 ・昨年度から開始した「おしゃべり美術館」は夏休み時期ということもあり、子ども連れなどへのアプローチとしては効果的。</p> <p>・対話型鑑賞会や近隣の学校の受入など、積極的にこの展覧会を通じたコレクションの魅力発信を行っていることは非常に評価できる。</p>	A	<p>・開館時と状況が変わったことで、enocoの美術館機能を拡充し、コレクションの公開等を強化する必要があるならば、予算や学芸員をつけた上で拡充すべき。府として、コレクションの活用等に係るミッションについては改めて考えていくべきではないか。</p>

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価		施設所管課の評価		評価委員会の指摘・提言
			評価 S～C		評価 S～C	
		<p>※コレクション作品展示数：26点            ※関連イベントでの活用数：23点（模写、対話型鑑賞計4回開催）            ※学校受入れ：3校            （大阪市立下福島中学校（美術部）、大阪市立野田中学校（美術部）、大阪市立本田小学校（3年生/3クラス））</p> <p>◆「ココロラウツス」展（会期：1月17日～2月8日）            ・コレクションの魅力の発掘と発信／活用と展示の可能性を探ることを目的とした展覧会シリーズ。大阪を拠点に活動する写真家である麥生田兵吾を招聘し、作家独自の視点と感性から府所蔵作品を選定。作家自身の作品とコレクションを並置することでコレクションの魅力発掘を試みる。会期中、アーツサポート関西のプロデューサーを迎えてのアーティストトークも開催。            ※来場者数：集計中            ※コレクション作品展示数：30点            ※関連イベントでの活用数：4点（対話型鑑賞1回開催）</p> <p>◆「enoco コレクションキャラバン」            ・府内の小学校・中学校・高等学校（国立・公立・私立、支援学校含む）を対象に、美術コレクションを学校に持参し、展示と対話型鑑賞を実施することで、美術コレクションの周知に努め、貸出や来館者の増加に努めた。            ・大阪教育大学附属の特別支援学校にも出張し全生徒（小・中・高）に向けての授業を実施。子供たちの特性を考慮し、触れる作品を展示するなどした。今年度より説明会を兼ねて、実施校の担当教員に「おしゃべり美術館」を鑑賞してもらい、事前に対話型鑑賞を体験してもらう機会をつくった。また事前打ち合わせを行い、子供たちの年齢や発達段階、特性、学校の状況に応じてプログラムを組み立てる等、多様なニーズへの対応を行なっている。            ※公募状況：応募14校のうち5校採択            ※実施校：豊中市立小曾根小学校（11月）、大阪市立田島小学校（11月）、豊能町立光風台小学校（12月）、大阪教育大学付属特別支援学校/小・中・高（12月）、大阪市立咲くやこの花中学校/芸術分野（12月）</p> <p>◆「enoco おしゃべりパーラー」            ・「おしゃべり美術館」や「コレクション・キャラバン」の取り組みをenocoでも定期的に実施すべく、カフェでティータイムとおしゃべりを楽しみながらの鑑賞会を実施。対象年齢を限定せず、子供から大人まで参加可能とし、親子での美術鑑賞デビューの場としても活用できるようにした（1月末までに4回開催）</p> <p>◆その他            ・対話型鑑賞の実践で蓄積されたノウハウを活かし、対話型鑑賞に関心のあるポッセを対象に勉強会・練習会を開始。おしゃべりパーラー等で実践の機会をつくっている。            ・「続・enocoの学校」の「アート&amp;デザインスクール」講座にて、enocoの学芸員による大阪府20世紀美術コレクションの展示企画ワークショップを行い、enocoエントランスで受講生企画によるミニ展示を実施予定（再掲）。</p> <p>【今後開催予定の事業】            ◆3月コレクション展「須田剋太」展（会期：2月28日～3月15日）            ・2020年が没後30年となる須田剋太の具象作品（司馬遼太郎著『街道をゆく』挿絵原画）、抽象作品をあわせて展示。同時期に東大阪市民美術センターにて産経新聞社主催の須田剋太特別展が開催される（作品貸出もおこなっている）ことから広報等の連携を行い、来場者の回遊を促す。            ※コレクション作品展示数：70点程度（予定）</p> <p>◆enoco おしゃべりパーラー            ・2月29日に実施予定。コレクション展開催期間中に実施し、コレクション展もあわせて鑑賞する機会をつくる。</p>			<p>・気鋭の作家が選出する府のコレクションと自身の作品とのコラボレーション展は、コレクションの新たな魅力の発信にも繋がる面白い展覧会であり、評価できる。</p> <p>・2016年度から開始したコレクションキャラバンも徐々に定着しており、採択できる学校数を超える応募があるほどに注目されている。本来であれば、予算の限りで諦めざるを得ないところ、外部団体の事業スキームを活用し、連携実施することで未採択学校の救済を図っている。</p> <p>・支援学校における障がいの程度に応じたきめ細かいフォローもさることながら、学校・学年によっても反応が全く異なる中でそれぞれに工夫を凝らした展開により、学校側からも好評を得ている。</p> <p>・「おしゃべりパーラー」は、対話型鑑賞が一定評価を受けながら、展覧会やキャラバン等の時期以外にも手軽に体験が可能であり、一般の来館者もとより、学校関係者等からの期待値が高い。</p> <p>・ポッセをはじめとした対話型鑑賞の担い手育成は非常に重要。注目される事業だけに多くの機会を府民に提供するためにも実践を繰り返し、自立させていきたい。</p> <p>・今年度残る展覧会については、同時期に開催される別主催の展覧会と広報等の連携をしっかりと図りながら、相互作用による府民への鑑賞機会の創出に努めてほしい。</p>	<p>・enocoにあるアートアーカイブをどのように活用するのかというのは、そろそろ真剣に考えていく時期。</p>

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価	評価	施設所管課の評価	評価	評価委員会の指摘・提言
			S～C		S～C	
	<p>【目標値】</p> <p>◇作品活用点数：1,000点</p> <p>◇中規模以上の企画展：3回／年 ※共催含む</p> <p>◇コレクションキャラバン：5校／年</p>	<p>【美術コレクションの貸出し】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>江之子島の日本生命病院において、コレクションを常時展示（2点/年4回展示替え）</li> <li>大阪国際がんセンターと連携し、「アートな病院プロジェクト」と位置づけ、院内における美術コレクションの管理や掛け替え、案内パンフレットの制作等を実施。がんセンターの要望にきめ細かに応えることで、貸出の長期継続化に努めている。※コレクション作品展示数：105点（年度末入れ替え約50点予定）</li> <li>新規貸出件数：2件（豊中市、ホワイトストーンギャラリー）／新規貸出作品点数：49点</li> <li>昨年度に引き続き、enocoがネットワークを持つ芸術団体が主催する府内小学校での対話型鑑賞授業への貸出を実施。「コレクションキャラバン」が他の文化芸術団体へと広がりつつある。※対話型鑑賞授業への貸出：2件（山本能楽堂、一般社団法人タチョナ）</li> </ul> <p>【作品状態チェック、清掃業務】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コレクション展や新規貸出の際に額やガラス等の状態を確認し、必要に応じて修復等の対応を行っている。</li> <li>モノレール美術館および万博記念公園設置作品の作品状態チェック、清掃作業については、今年度から年1回実施に変更し、維持管理に努めている（これまでは2年に1回のチェック・清掃）。</li> </ul> <p>【実績12月末時点】</p> <p>◇作品活用点数：684点（達成率68%）</p> <p>※ただし、展示替え等の予定が年度末に予定されていることから、目標値は概ね達成予定。</p> <p>◇中規模以上の企画展：1回（達成率33.3%）</p> <p>◇コレクションキャラバン：5校（達成率100%）</p>		<p>【美術コレクションの貸出し】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大阪国際がんセンターのような貸出の域を超えた連携事業について、継続・更新させていることは、病院内における患者への効果のほか、象徴的な活用事業としての宣伝効果も期待できる。</li> <li>府関係施設等だけに限らない幅広い展示場所の確保という点において、新規開拓も含めて期待したい。</li> </ul> <p>【作品状態チェック、清掃業務】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>展示や貸出の機会をとらえた作品の状態チェック、その記録等を随時適切に行っていたきたい。</li> <li>外部の作品チェックを年1回実施しており、設置施設からも好評。</li> </ul> <p>【実績12月末時点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>目標値は概ね達成とのことだが、今年度秋以降の更なる活用を求める世論も考慮し、質と量と双方からの活用促進を期待する。</li> </ul>		
	<p>④貸館運営業務</p> <p>■多目的ルームの貸出しにあたり、多様なニーズに対応できるよう、サービスや料金設定（割引プラン等）についての見直しを検討、実施しているか。</p> <p>■わかりやすい募集チラシの作成、発信や、SNS広告等の活用等、戦略的な広報を行い、利用者の開拓に努めているか。</p> <p>■適正な減免の実施</p> <p>【目標値】</p> <p>◇多目的ルーム（1～4）：利用率45%</p> <p>◇多目的ルーム（5～12）：利用率60%</p>	<p>【新規顧客の開拓】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>展示室の貸出について、多様なニーズに対応できるよう、「直前割引」「若年層割引」の運用を開始。若年層割引については、海外に向けてのボランティア活動を行う大学生、enocoの学校子どもアート学科に通う小学生などの利用があった。※直前割引の利用0件</li> <li>※若年層割引（25歳以下）2件</li> <li>貸室利用の促進のため、貸館に特化したチラシを作成・配布。</li> <li>貸館事業PRのため、SNS広告、リスティング広告等を実施しており、問い合わせ件数、申し込み件数も増加。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>enocoのネットワークから、関西経済同友会による企業所有の美術作品展、文化庁・一般社団法人日本現代美術振興協会による障がいのある方と現代美術作家の作品展（再掲）、近隣貸しギャラリーの閉館に伴う紹介により市内の私立小学校の作品展での利用等が新たにあった。</li> <li>2Fのシェアオフィスにはポッセが一時的に入居し、ミニFM（江之子島凸凹ラジオ）の活動等を行なっている。</li> <li>貸館における利用料の減免については、館内に審査委員会を設置し、利用目的や内容を評価して厳正に審査を行った。※減免：全額0件、半額3件</li> </ul> <p>【実績12月末時点】</p> <p>◇多目的ルーム（1～4・展示室）：利用率44.7%</p> <p>◇多目的ルーム（5～12・事務室）：利用率58.3%</p> <p>※参考：主催事業を含めた利用率</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多目的ルーム（1～4・展示室）：利用率50.5%</li> <li>多目的ルーム（5～12・事務室）：利用率60.7%</li> </ul>	A	<p>【新規顧客の開拓】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>WEB上での広告を展開する等の広報に加え、新たな割引制度の導入等新規利用者獲得に向けた取組みは一定評価できる。（再掲）</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>運営については、規定に沿って運営を行うとともに、審査委員会に置いて審査を実施。不平等な取り扱いがないよう適切に運営している。</li> </ul> <p>【実績12月末時点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今年度は目標値自体を下方修正していたことから、その値は概ね達成できるようだが、引き続き、様々な策により、一層の利用促進に努め、目標値についても当初の想定値（R1～4：60%）に再設定していただきたい。その収益により、enocoならではの事業が拡大されることを期待する。（再掲）</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用目的の制限や時間的・場所的な制約、または立地場所等、何が阻害要因なのかわからない。</li> <li>事業とリンクして稼働をあげていくというやり方もある。教育事業等を通じて、確実に人材もセンターも成長しており、ポッセに何か教育のプログラム等をやってみないかと投げかけてみるのも良いのでは。</li> <li>施設周辺に集中的に訴求してみる等、ターゲティングの解像度を高めに設定すること。</li> <li>貸館スペースに絵を展示し、付加価値をあげることで料金的な調整、競争ができるのでは。</li> <li>enocoの外観上（掲示板や入口）、壁等を上手に使い、芸術という観点からお洒落なバナーでの貸館告知ができるのではないかと。</li> <li>レンタルスペースの情報サーブには掲載し、貸室を探している人に直接訴求すべき。</li> <li>大阪観光局のMICE施設のWEBサイトに掲載を依頼すべき。</li> </ul>

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価	評価	施設所管課の評価	評価	評価委員会の指摘・提言
			S～C		S～C	
	<p>⑤地域住民や江之子島まちづくり事業との協働・連帯業務</p> <p>■地域の社会活動を総合的にサポートする体制を構築</p> <p>■西区の水辺空間やクリエイターを活用したまちづくり事業の連携</p>	<p>◆「えのこ de マルシェ」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎回テーマを変え、年3回実施。6月は江之子島のまちびらきイベントと連携して規模を拡大して開催、8月は夜開催、1月は館内一体を活用しての開催とする。6月と1月の出店者については公募している（飲食店・古本市をのぞく）。応募数や出店希望の問い合わせや西区在中以外の参加者も増加している。</li> <li>※6月来場者数：2384人</li> <li>※8月（夜市）来場者数：409人 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ファミリーでも楽しむことのできるコレクション展も併せて開催して集客を図った。</li> </ul> </li> <li>※1月（館内）来場者数：2,445人 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢enocoの館内全体を使い、enocoの様々な場や活用方法等を知ってもらう機会としている。コレクション展も併せて開催し、集客や話題性の向上を図った。</li> </ul> </li> <li>※公募枠：27件採択（81件応募）</li> <li>※招待枠：19件（広報イラスト担当クリエイター、飲食店、古本屋）</li> </ul> <p>◆えのこクラブ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日生病院、DECOBOCO（江之子島A&amp;L）、トコトコダンダン、津波高潮ステーションとともに6月8日にまちびらきイベント「えのこじまグルグル」を開催。「えのこクラブ」のメンバーがそれぞれの活動や場所をお披露目する機会として定着してきている。</li> <li>・まちびらきイベントを受けて9月に「えのこクラブ」を開催し、まちびらきイベントの振り返りを行い、次年度に向けての課題や方針について意見交換を行った。</li> <li>・大阪府都市整備推進センターの助成金を獲得。1月に開催した「えのこクラブ」にて、助成金を活用し、会則の設置やパンフレットの制作を進めている。</li> </ul> <p>※「えのこじまグルグル」来場者数：約2384名（再掲）</p> <p>◆江之子島まちづくり事業との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・江之子島アート&amp;ライフ事業「DECOBOCO」（☆）と密に連携を図り、相互の施設利用を促進。enocoのポッセが中心となって運営するミニFM「凸凹ラジオ」は、マルシェでの生放送のほか、津波高潮ステーションのイベント「ぼう祭のつどい」（11/10）にて「凸凹ラジオ」の出張放送を行うなど、地域住民へのenocoのPRツールとして活用されている。</li> <li>（☆）DECOBOCO 「江之子島地区まちづくり事業」再開発により建てられた阿波座ライズタワー マーク20/フラッグ46にあるマークスタジオ・フラッグスタジオの企画運営・管理を「Art &amp; Life～めぐりのまち、えのこじま（A&amp;L）」というコンセプトのもと、行っている。</li> </ul> <p>【今後開催予定の事業】</p> <p>◆令和2年度のマルシェに向けた公募</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今年度内に実施予定。新規で説明会や相談会を開催し、マルシェのコンセプトやテーマを共有する機会を設ける予定。</li> </ul> <p>◆「えのこクラブ」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2月末～3月に開催予定。次年度まちびらきイベントに向けての議論に加え、会則やクラブの紹介パンフレット制作についても協議を行う。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「えのこ de マルシェ」とコレクション展を併せて実施することで相乗効果を図っていた。</li> <li>・公募枠への応募や問い合わせも回を重ねるごとに増加していることから、当イベントが地域密着イベントの域を越えつつあるように思われる。引き続き、府の文化芸術に係る中核施設の象徴イベントとなるよう育ててほしい。</li> </ul>	A	
	<p>⑥自主事業の実施</p> <p>■生涯学習の機会の提供</p> <p>■社会課題解決事業に取り組む</p>	<p>【enocoの学校「アウトブット学科」】（再掲）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・座学と体験を組み合わせた短期講座。今年度は地下1Fのカフェと連携し、親子での食の学びをテーマとした「丸鶏の解体」（12月）等のワークショップを実施。今後、「摘み菜」（2月）を開催予定。</li> </ul>	A	<p>【enocoの学校「アウトブット学科」】（再掲）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「アウトブット学科」では、カフェと連携した食育講座が実施されており、施設の特色を活かした良い取り組みである。ターゲットにあわせた広報手法により集客に努めてほしい。（再掲）</li> </ul>	A	

評価項目	評価基準（内容）	指定管理者の自己評価	評価	施設所管課の評価	評価	評価委員会の指摘・提言
			S～C		S～C	
		<p>【外部資金によるプラットフォーム形成支援事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年度まで委託事業として実施してきた「プラットフォーム形成支援事業」のノウハウを活かし、引き続き、自主事業として実施。また、昨年度までの事例等を取りまとめた手引き集を活用し、そのノウハウ等を府内市町村等への周知・啓発を行った。</li> </ul> <p>(主な事業の例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆プラットフォーム形成支援業務委託（泉南市行革・財産活用室）</li> <li>◆阪南スカイタウン未利用地活用方策検討業務 (大阪府住宅まちづくり部タウン推進局誘致整備課)</li> <li>◆令和元年度 大阪国際がんセンター 絵画の展示及び管理方法等の監修業務 (大阪国際がんセンター)</li> <li>◆泉州農とみどりの健康ご長寿プロジェクト（大阪府泉州農と緑の総合事務所）</li> <li>◆令和元年度地域中核企業ローカルイノベーション支援事業 (一般財団法人大阪科学技術センター)</li> <li>◆大学連携「WELLNESS LIFESTYLE 学生提案募集」 (合同会社ウェルネスオープンリビングラボ)</li> <li>◆豊能町協働による地域ブランド推進事業実施支援業務（豊能町秘書政策課）</li> <li>◆泉州アートサミットアドバイス業務（阪南市生涯学習課）</li> </ul>		<p>【外部資金によるプラットフォーム形成支援事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの実績を活かし、外部資金によるプラットフォーム手法を用いた事業を相当数受託している。また、市町村等への手法の普及啓発にも努めている。</li> <li>・これまでの継続事業にとどまらず新規事業の開拓に努めており、対象も行政団体以外にまで拡大される等、プラットフォーム形成支援事業の発展がみられる。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・アウトプットを想定してプラットフォームをつくるのではなく、色んなプレイヤーが集まった中から、最適なアウトプットがでてくるとというのがアウトプットの成果を最大化する方法。</li> <li>・プラットフォーム形成支援事業を実施することが、enocoのPRに有意義につながるようにしてほしい。</li> </ul>
	<p>⑦計画に基づく適切な広報の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■enocoの認知度向上に向けた取り組みを行っているか。</li> <li>■事業ごとにより効果的な手法を活用し、広報を行っているか。</li> <li>■誰にでもわかりやすい言葉を用いた広報に努めているか。</li> </ul> <p>【目標値】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇WEBサイト全体の総セッション数：95,500回/年</li> <li>◇WEBサイト全体のリピーター率：30%</li> <li>◇HP更新頻度：3回以上/週</li> <li>◇メルニュース配信者数：2,600件（者）</li> <li>◇メディア掲載数：50媒体以上/年</li> <li>◇Web掲載数：30媒体以上/年</li> </ul>	<p>【認知度向上、積極的な広報活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・幅広い人々に情報を伝えるべく、雑誌、新聞、WEB媒体への情報掲載依頼を積極的に行った。</li> <li>・コレクション展ではプレスリリースにプレスが使用可能な広報掲載画像一覧資料・申込書を添付し、メディアからの問い合わせを促している。</li> <li>・SNSはTwitterとFacebook、Instagramを中心に積極的に活用し、WEBサイトやメールマガジンと連動させることで情報の拡散に努めた。</li> <li>・一部の事業でFacebook、Instagram広告を活用。ターゲットを絞った広告掲出を行っている（続・enocoの学校学科募集、マルシェ公募、おしゃべり美術館など）。</li> <li>・Webサイト改定後も運用する中で出てきた問題等は微修正を行って対応している。</li> <li>・「大阪府20世紀美術コレクション」の管理・活用に関する取材について画像の提供、収蔵庫の撮影等に対応している。あわせてコレクション活用事業についてもPRした。</li> <li>・主催事業以外でも関西経済同友会による企業所有作品展といったメディア露出の多い展覧会に貸室を利用してもらうことでenocoの認知度向上に繋げている。</li> <li>・ネットワークの強化に努めた結果、メルマガ登録者数も増えている。</li> </ul> <p>◆ニュースレター</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・enocoの情報や江之子島の地域情報を掲載したニュースレターを今年度2回発行。</li> <li>・全国の美術館、アートセンター、アーツスペース、芸術系の学部がある大学、大阪府内の図書館、文化・生涯学習施設、各市町村の文化・企画担当部局等に送付して、enocoの認知度向上に努めている。また毎号、表紙・特集のデザイナーを変え、enocoのクリエイターネットワークが可視化されるようにしている。</li> </ul> <p>※各10,000部発行</p> <p>※テーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7月発行：「enocoのプラットフォーム」</li> <li>1月発行：「コレクションの活用形（出張展示と対話型鑑賞）」</li> </ul> <p>【実績値12月末時点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇WEBサイト全体の総セッション数：52,942回/年（達成率：55%）</li> <li>◇WEBサイト全体のリピーター率：21.3%</li> <li>◇HPの更新頻度：2.6回以上/週</li> <li>◇メルニュース配信者数：2392件（者）（達成率：92%）</li> <li>◇メディア掲載数：43媒体/年（達成率：92%）</li> <li>◇Web掲載数：82媒体/年（達成率：273%）</li> </ul>	A	<p>【認知度向上、積極的な広報活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでに築き上げたネットワーク等の活用による積極的なメディアへのアプローチが告知記事等の掲載数の増加につながっている。</li> <li>・SNS等の活用をはじめ、様々な媒体を使い分けることで効果的な情報発信に努めている。</li> <li>・貸室利用者による広報やイベント実施等も通じ、結果、それがenocoの認知度向上に結び付いていることから、これらの新規顧客との関係性を今後につなげ、認知度の更なる向上につなげてほしい。</li> </ul> <p>【実績12月末時点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、誰にでもわかりやすい広報やホームページの制作・運営に努め、目標値を達成してほしい。</li> <li>・引き続き、あらゆる機会をとらえた広報戦略により、認知度の更なる向上を図ること。なお、来年度以降の目標値の指標に関し、協議の上、見直しを行いたい。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Facebookをもっと活用してはどうか。タイムラインにイベントの告知や貸館をしていることも発信すれば良い。</li> <li>・WEBサイトに掲載されているコンテンツの量が多く、施設の案内に入るには分かりにくさがある。各コンテンツの認知度を施設の認知度向上につなげる方法を考えていくべき。貸館利用も含めて、施設への注目度をどう上げていくのか。</li> <li>・ニュースレターはとても丁寧に作られており、良い情報が掲載されていることから、これをenocoのWEBサイトに掲載すればよいのではないかと。</li> </ul>

	(5) 施設の維持管理の内容、適格性及び実現の程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>■センターの維持管理、安全管理、改修等が適格、迅速に実施されているか。</li> <li>■防災・安全対策等、危機管理体制が確立されているか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・enocoの維持管理に必要な各種点検について、年間実施計画に基づいて予定通り実施している。</li> <li>・現地責任者の下、緊急体制を整えて連絡網を整備し、危機管理体制を確立している。</li> <li>・地下1階への漏水に係る防水工事を実施、完了(9月)</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年間実施計画に基づき、適切に各種点検等が実施されている。</li> <li>・危機管理体制が確立されており、今年度からは「大阪府警察安まちメール」の情報に基づく府民への注意喚起対応も実施している。</li> </ul>	A	
	(6) 府施策との整合	<ul style="list-style-type: none"> <li>■府の実施する事業等への協力をしているか。</li> <li>■業務における福祉化がなされているか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆府等が主催する「大阪文化芸術フェス」への協力</li> <li>・10月に大阪府の文化芸術フェスティバル参加プログラムである障がいのある方の表現活動に関わる現代芸術作家と障がいのある方の作品を展示する「Exploring - 共通するものからみつける芸術のかけら」展(主催:文化庁、一般社団法人日本現代美術振興協会)に係る広報協力を行った。(会場費も減免)(再掲)</li> <li>◆福祉化</li> <li>・1月のマルシェには社会福祉施設「西淡路希望の家」が出店。福祉施設・団体等との連携を強化(再掲)</li> <li>・外部組織と連携して障がい者に活動や表現の機会を提供する事業を企画・実施。今年度は、10月に大阪府の文化芸術フェスティバル参加プログラムとして、障がいのある方の表現活動に関わる現代芸術作家と障がいのある方の作品を展示する「Exploring - 共通するものからみつける芸術のかけら」展(主催:文化庁、一般社団法人日本現代美術振興協会)に協力(広報、減免)した。(再掲)</li> <li>・コレクション・キャラバンの対象校として、支援学校も想定しており、今年度は大阪教育大学附属特別支援学校小・中・高全生徒対象で実施。教師との事前協議等密に連携した。(再掲)</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「大阪文化芸術フェス」への事業協力として、enocoで実施される参加プログラムへの広報協力や会場費の減免等を積極的に行った。</li> <li>・文化芸術の分野において、施設の活動内容を活かした形で、障がい者等との協働を進めている。(再掲)</li> <li>・各事業において、福祉の観点から必要な配慮を行っている。</li> </ul>	A	
「さらなるサービスの向上に関する事項」	(1) アンケート調査等	<ul style="list-style-type: none"> <li>■多様な層からのアンケートの回収に向けた効果的な取組みを行っているか。また結果について、分析及び事後の事業改善につなげているか。</li> </ul> <p>【目標値】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇中規模以上の企画展アンケート有効回答数: 100以上</li> <li>アンケートの結果プラス評価: 80%以上</li> <li>◇貸館アンケート有効回答数: 50以上</li> <li>アンケートの結果プラス評価: 80%以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ルーム利用者やセミナー・イベント参加者・来館者にアンケートを実施し、特にコメントには注意し適宜運営に反映している。</li> <li>・アンケートの設置場所を増やして筆記スペースも確保し、アンケートの収集に努めている。</li> <li>・一般市民が多く来訪するマルシェイベントで多くのアンケートを収集するため、設間にシールを貼るゲーム感覚のアンケートボードを引き続き実施、景品に水風船などを用意する工夫を行った。</li> </ul> <p>【実績値 9月末時点 ※前期・後期の2回集計】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇中規模以上の企画展アンケート有効回答数: 50(達成率50%)</li> <li>アンケートの結果プラス評価: 95%</li> <li>◇貸館アンケート有効回答数: 14(達成率28%)</li> <li>アンケートの結果プラス評価: 98%</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケートの収集に際しての工夫は一定評価するものの、更なる回収率の向上に努め、広く利用者や来館者から声を募り、改善希望の意見には速やかに対応すること。</li> <li>・アンケートで高評価を得た事業等については、その意見等も活用し、更なる集客促進に努めること。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺在住の母親等にヒアリングをするか、モニター制度を導入する等声を拾うやり方をチェンジしないとけない。</li> <li>・クレームについては、公にして人目にさらされる形で書いてもらい、それに対して公開で回答する疑似交換が一番有効。</li> <li>・ただし、モニタリングやヒアリング等は人手がかかるのため、やり方については、検討要。</li> </ul>
	(2) その他創意工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>■enocoのファンづくりに努めているか。</li> <li>■その他サービス向上に繋がる取組み、創意工夫(定性的な評価も含める)に努めているか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆enocoのファンづくり(ポッセ)</li> <li>・enocoを中心として様々な活動を行うメンバーを「ポッセ」と名付け、活動を開始(ポッセ:「頼れる仲間」、「集まり」等の意味)。ポッセへの参加は、enocoの学校(卒業生含む)やDECOBOCOと共同運営している「凸凹ラジオ」への参加を前提としているが、今年度より「対話型鑑賞」の企画やファシリテーションの学習・実践を求めているプレイヤー(ポッセ、教員、自治体職員、フリーランスのコーディネーター等)を対象とする勉強会を始め、計6回開催した。</li> <li>・enocoの学校 続・enocoの学校学科のサポートにポッセが参加(再掲)</li> <li>・ポッセによる企画受け入れも開始。カフェを活用し、投げ銭ライブとトークイベントを開催。企画や実施についてはenocoスタッフがサポートするがポッセが主体的にenocoで活動を行う基盤づくりを今後積極的におこなっていく。</li> <li>・対話型鑑賞ポッセは今後「おしゃべりパーラー」「おしゃべり美術館」「コレクションキャラバン」でのファシリテーターとなることを目指して練習を重ねていく。</li> <li>◆enocoのファンづくり(広義)</li> <li>・「enocoコレクションキャラバン」において、出張展示と対話型鑑賞を行う際には、美術コレクションや施設についても説明し、貸出や来館者の増加に努めている。</li> <li>・一部の事業でFacebook、Instagram広告を活用。ターゲットを絞った広告掲出を行い、enocoの新たなファンづくりに努めている(再掲)</li> <li>・大阪メトロの「おでかけキッズバス」(大阪市内在住在学の小学生に配布)、サンケイリビング新聞社の小学生・中学生新聞(府域の公立の学校に配布)などに施設やイベントの紹介を掲載し、周知に努めている。</li> <li>・「えのこdeマルシェ」は、毎回テーマを変え、年3回実施。6月は江之子島のまちびらきイベントと連携して規模を拡大して、8月は夜、1月は館内一体を活用しての開催とする。6月と1月の出店者については公募している(飲食店・古本市をのぞく)。応募数や出店希望の問い合わせや西区在中以外の参加者も増加している。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポッセはenocoの事業に関わった人々の出口設定、また府内における担い手としてうまく機能している。積極的に活動する人材も育ってきており、今後もenocoスタッフと協働して館の活性化や府内における創造活動等に貢献していただきたい。</li> <li>・「コレクションキャラバン」は学生や学校関係者へのenocoのアピールにつながっている。事業実施後の来館や事業連携等につなげて行ってもらいたい。</li> <li>・「マルシェ」の公募枠への応募や問い合わせも回を重ねるごとに増加していることから、当イベントが地域密着イベントの域を越えつつあるように思われる。引き続き、府の文化芸術に係る中核施設の象徴イベントとなるよう育ててもらいたい。(再掲)</li> <li>・これらの取組みが、enocoファンの増加、認知度の向上に繋がることを期待する。</li> </ul>	A	



			◆その他創意工夫 ・カフェにキッズスペースを設けるなどし、家族連れでの来館や来店に繋げている。		・カフェの導入とその利活用により、明らかに客層の幅が広がっていることから、今後の展開に期待したい。		
目 に 関 する 事 項  目 適 正 な 管 理 業 務 の 遂 行 を 図 る こ と が で き る 能 力 及 び 財 政 基 盤	(1) 収支計画の内容、適格性及び実現の程度	■収支計画どおりに適正に事業を実施しているか。  【目標値】 (収入) ◇貸館収入：15,268千円 ◇事業収入(カフェ・物販除く)：800千円 (支出) ◇事業費(カフェ・物販除く)：4,730千円 ◇広告宣伝費：3,720千円	・貸館収入については、目標利用率45%から計画値を算出し、貸館収入増の対策として、料金設定の見直し、広報手法の検討・工夫に努めているが、計画値より減少している。 ・事業収入については、実施時期の前後はあるが、ほぼ計画通りに実施している。  【実績値12月末時点】 (収入) ◇貸館収入：13,957千円(達成率：91%) ◇事業収入(カフェ・物販除く)：1,270千円(達成率：159%) (支出) ◇事業費(カフェ・物販除く)：1,998千円 ◇広報宣伝費：2,673千円	A	・貸館利用率の向上に努め、利用料金の見直しや広報活動を工夫すること等で収入増に努めること。  ・年度当初の事業計画が収入減を理由として縮小されることのないようにすること。	B	
	(2) 安定的な運営が可能となる人的能力	■事業実施に必要な運営体制・配置になっているか。 ■従事者への管理監督体制・責任体制は妥当であるか。 ■職員研修は十分に行われているか。	・クリエイティブ分野に豊富な実績と人脈を有する人材を引き続き館長に配置してネットワークの構築に努めると共に、多様な分野の専門性を有し、領域横断的な協働に豊富な経験を有する人材を非常勤職員として効果的に配置することで、費用対効果の高い施設運営に努めている。 ・職員研修として、消防訓練・コンプライアンス研修を実施した。今後年度内に人権研修と個人情報保護研修を実施予定。	A	・事業実施に必要な運営体制、配置、管理監督体制になっているのか、またスタッフごとに業務量のバランスが適切であるかどうか再確認すること。  ・各種研修については、適切に実施されている。	A	
	(3) 安定的な運営が可能となる財政的基盤	■共同事業体の経営状況、経営規模、健全な財務状況等が確認できるか。(財務諸表により確認)	・共同事業体の経営状況、経営規模、財務状況は、施設運営を担う上で問題のない状況で安定している。	A	・安定的な運営基盤を築いている。	A	・事前提供のあった決算書等のみからでは、施設運営を担う上で問題は発見できなかった。

- |  |
|--|
| <p>S 計画以上に進んでいる、目標を大幅に達成している(目標値の20~30%+をめぐ)</p> <p>A 計画通りに進んでいる、目標を概ね達成している</p> <p>B 目標を達成できていない部分がある、一部改善が求められる</p> <p>C 計画がほとんど達成できていない、大幅な改善が求められる</p> |
|--|