


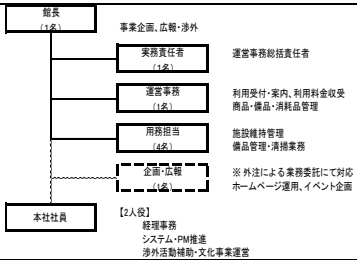
令和6年度指定管理者運営状況検証シート

令和7年3月31日現在

1 施設名等

施設名 (設置年月日)	萬翠荘 (大正11年)	所在地 電話 H P	愛媛県松山市一番町三丁目3番地7 089-921-3711 http://www.bansuisou.org/
県所管課	観光スポーツ文化部文化局文化振興課	指定管理者の名称	株式会社ウイン
指定期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日(5年間)	利用料金制	○ あり なし

2 施設の概要と指定管理者が行う業務等

設置目的	萬翠荘の公開 県民の文化の振興を図るため、各種の行事又は集会の用に供する	施設の外観 
施設内容	展示室(9室)、駐車場(約20台)	
指定管理者が行う業務	①萬翠荘の事業の実施に関する業務 ②萬翠荘の利用の許可に関する業務 ③萬翠荘の利用に係る料金の収受に関する業務 ④萬翠荘の利用の促進に関する業務 ⑤萬翠荘の施設、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	
施設の管理体制		

3 検証のための指標の推移

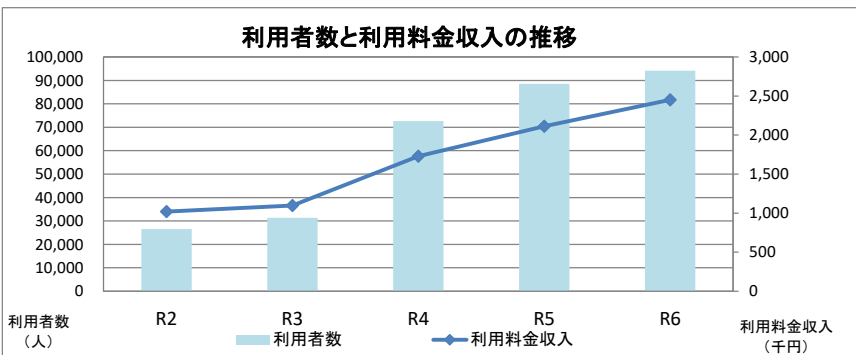
(1) 利用者数

年 度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
年間利用者数	26,573 人	31,323 人	72,674 人	88,521 人	94,105 人

(2) 収支状況

年 度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
取 入 (A)	25,767 千円	27,379 千円	51,691 千円	40,829 千円	49,568 千円
委託料	16,811 千円	16,696 千円	18,654 千円	20,348 千円	26,347 千円
委託料(補正額)※	1,090 千円	2,248 千円	14,911 千円	- 千円	491 千円
利用料金収入	1,020 千円	1,097 千円	1,728 千円	2,113 千円	2,451 千円
その他収入	6,846 千円	7,338 千円	16,398 千円	18,368 千円	20,279 千円
支 出 (B)	27,191 千円	27,379 千円	49,595 千円	39,536 千円	48,195 千円
事業費	463 千円	1,038 千円	13,066 千円	1,594 千円	1,816 千円
維持管理費	2,330 千円	3,105 千円	7,992 千円	3,697 千円	9,390 千円
人件費	19,471 千円	18,433 千円	20,900 千円	24,057 千円	27,929 千円
その他支出	4,927 千円	4,803 千円	7,637 千円	10,188 千円	9,060 千円
取 入 (A) - 支 出 (B)	▲ 1,424 千円	0 千円	2,096 千円	1,293 千円	1,373 千円

(※)新型コロナウイルスの影響等により、補正予算で増額した委託料を記載



(※) 収支状況に大きく影響を及ぼした要因があった場合、その内容

令和6年度は、萬翠荘の施設活用を拡大する新たな取組と、既存利用者との良好な関係性が相乗効果を生み、収入面に好影響を与えた。
常連利用者からの高評価と口コミによる新規貸借需要の拡大
 平日にわたり萬翠荘を利用していた、常連者からの施設に対する高評価が、口コミを通じて広がり、これまで萬翠荘を利用したことのない個人・団体からの新規貸借利用に繋がった。レビューの満足度向上と口コミによる自然な広報効果が、新たな利用者層の開拓と施設利用料金収入の増加に寄与した。
全館活用イベントの実施による集客・利用拡大
 女子美術大学の学生による「びび美展」や、萬翠荘を舞台にした没入型演劇イベント「アンシアター 萬翠荘物語」など、萬翠荘の全館を活用した文化的イベントを実施。従来の美術館や会合利用とは異なる形で貸借活用が新たな需要を生み、若年層やアート関係者、演劇ファンを中心とした新規顧客の獲得に繋がった。
物販商品の刷新による収益力の強化
 観光客のニーズに応えるべく、今治タオルを中心とした地元特産品や萬翠荘オリジナルグッズなどを拡充し、物販コーナーの魅力向上に努めた。これにより、観光イベント来場者の購買率が向上し、物販収入全体の底上げに繋がっている。
施設環境の改善による満足度向上と来館動線の形成
 雨降りの早期対応や壁紙張替え、館内サイン更新など、美観や快適性を意識した維持管理を強化。来館者からの評価SNSや口コミで拡散され、「また来たい」「紹介したい」と思える施設づくりの結果的に来館者数と収益の増加へと繋がった。これらの取り組みを通じ、萬翠荘の「文化財+体験価値」という新たな活用価値を創出し、施設の稼働率・満足度・収益性の三面での成果が現れた一年となった。

4 管理運営の評価

(1) 提供サービスや利便性の向上のための取組み

指定管理者の自己検証	県施設所管課の検証	
		評 価
<p>文化財としての価値を大切にしながら、利用者層の拡大・利便性の向上・新たな感動体験の創出に努めた。特に若年層・観光客向けに文化施設としての新たな魅力を発信している。</p> <p>○次世代アートイベントの自主企画の開催「びび美展」 女子美術大学の学生によるアート展「びび美展」を萬翠荘全館を用いて開催。萬翠荘の歴史や空間を活かした展示構成は、若い感性と文化財の融合を実現し、来館者層の若年化と話題性の向上に寄与した。</p> <p>○文化財を舞台にした新感覚演劇「イマーシブシアター萬翠荘物語」 萬翠荘の全空間を活用した没入型演劇「イマーシブシアター萬翠荘物語」を開催。観客が物語の登場人物とともに館内を移動しながら体験する新しい形式で、従来の観覧体験を超えた感動の場を提供した。特に若い世代や演劇ファン、文化施設に関心の薄かった層の新規来場を促進している。</p> <p>○夜間・非日常利用の受入強化 上記イベントを含めた夜間コンサート・貸館・撮影会を積極的に受け入れ、文化施設の用途多様化と稼働率向上に貢献した。</p> <p>○多様な来館者への配慮と支援 高齢者・女性グループなどに対する会場設営のサポートや、館内移動支援を継続。団体旅行やツアー客にも柔軟に対応している。</p>	<p>「びび美展」や「イマーシブシアター」等、新たな年齢層をターゲットとした新企画を積極的に取り入れ、観光施設だけでなく文化施設としての萬翠荘の魅力を引き出していることは評価できる。また、来館者の要望にも柔軟に対応し、利用者の満足度向上に繋げているところも評価できる。</p>	A

(2) 施設の適正な維持管理のための取組み

指定管理者の自己検証	県施設所管課の検証	
		評 価
<p>築100年を超える重要文化財にふさわしい保存と、日常利用への快適性確保を両立し、年間を通じた維持管理に注力した。</p> <p>○定期点検・修繕の実施と迅速対応 法定点検の確実な実施に加え、異常発生時には即時に愛媛県へ報告・対応。雨どいの詰まりによる雨漏りへの対応では高所作業車を用いた清掃および、雨漏りによりシミ汚れ・カビが著しく健康被害の影響も懸念される2階北側の壁紙を3部屋全部張り替えた。</p> <p>○展示・案内物の美観維持と更新 展示パネルや模型、案内サインの劣化部を順次更新。多言語案内やQRコードによる補足解説も試験的に導入し、特に若年層や外国人来館者に配慮した。</p> <p>○文化体験との連動を意識した環境整備 イマーシブシアターやアート展開催時には、演出を妨げない範囲での照明調整・安全導線の確保など、文化財と演出空間が共存できる環境整備を実現した。</p>	<p>築100年以上の建物であることから、老朽化による要修繕箇所も見られるが、緊急性の高いものを適切に判断して修繕を行っており評価できる。また、重要文化財のため修繕の際には文化庁への届出が必要になる場合もあることから、県への報告ややりとりをスピーディーに遅滞なく行っており、評価できる。</p>	S

(3) 利用者からの評価と、意見を反映させるための取組み

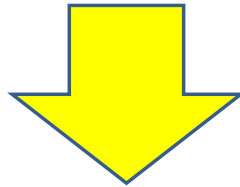
指定管理者の自己検証	県施設所管課の検証	
		評 価
<p>来館者の声を施設改善に活かす仕組みを強化し、「また訪れたい」「人に勧めたい」と思える体験価値の創出に注力した。</p> <p>○アンケート・SNSによる意見収集の拡充 館内設置のアンケートに加え、SNSのコメントなどから収集を拡大した。特に若年層からの意見や感想を数多く集め、今後の企画・改善に反映している。</p> <p>○接遇の品質と信頼感の向上 「丁寧で安心できる接客」「文化財の説明がわかりやすい」といった評価を多数獲得。全職員が年2回の接遇・安全・文化財教育研修を受講し、施設の品格にふさわしい接客を維持している。</p> <p>○トラブル対応の迅速化と仕組み化 前撮り撮影時の動線トラブルの指摘に対しては、業者・来館者双方への事前案内と職員立ち会い体制を整備し、再発防止策を講じた。</p> <p>○新感覚演出イベントに寄せられた評価を活用 イマーシブシアター来場者からは「文化財を歩きながら物語に入り込む体験は初めて」「萬翠荘の印象が変わった」との反響があり、演劇と文化財利用の相乗効果を確認。今後は地域高校や演劇団体とのコラボ企画も検討している。</p>	<p>開館時間中に前撮りがあるなど、一般の来館者とトラブルになることもあるが、利用者の要望に応じて適切かつ迅速に対処しており、満足度向上に繋げているところは評価できる。</p> <p>新企画では利用者に満足する体験活動を提供できており、更に事業としての収支と利用者からの要望にうまく折り合いをつけながら、より良い萬翠荘の活用を模索しており、評価できる。</p>	A

(4) 施設関連情報の発信のための取組み

指定管理者の自己検証	県施設所管課の検証	
<p>SNS・LINE等のオンライン発信に加え、リアルとの連携施策を強化することで、施設の認知拡大と来場動機形成に努めた。</p> <p>○SNSによる情報発信の強化</p> <p>Instagramは毎日更新を基本方針とし、イベント情報に加えて、萬翠荘の四季折々の表情や来場者の声を掲載。令和5年度末にはフォロワー数3,000名を突破した。あわせてFacebook、X(旧Twitter)でも同内容をマルチ配信し、各SNSの特性を活かしたリーチ拡大を図った。</p> <p>また、ストーリーズやリール動画など動画発信を強化し、県外ユーザーからの反応(DM・シェア)も増加している。</p> <p>○萬翠荘友の会・公式LINEの活用</p> <p>萬翠荘友の会会員、およびLINE登録者に対しては、イベント案内や特別優待情報をタイムリーに配信し、リピーターの定着と来場促進に繋げている。登録者は累計230名を超え、個別メッセージによる参加申込対応も実施している。</p> <p>○地域連携による周知施策の推進</p> <p>愛媛/松山ミュージアム・ストリート連絡協議会の一員として、近隣文化施設と相互連携し、観光パンフレットの共同設置やイベント情報の相互掲載を通じて、相互誘客に貢献した。</p> <p>○市内観光拠点での告知活動</p> <p>市内の観光案内所、宿泊施設、カフェ等へ萬翠荘のパンフレットを定期的に配布。設置先は50か所以上に拡大しており、パンフレット経由での問い合わせが増加している。</p> <p>○マスコミ・報道との連携</p> <p>萬翠荘のイメージに繋がっているイベントにおいては、記者クラブへのプレスリリースを実施し、複数のテレビ局によるニュース放映を通じて県民への周知を強化。特にホテル鑑賞会については、「萬翠荘=ホテル」のイメージ定着に寄与している。</p> <p>○ホームページの改善取組</p> <p>利用者からの要望を踏まえ、イベント情報の見やすさ・探しやすさを重視し、ページ構成の見直しを実施中。現在はトップページに「今月のイベント」や「撮影・貸館スケジュール」をカレンダー形式で表示し、利用者目線での情報整理を進めている。加えてスマートフォンからのアクセスに対応したデザイン最適化を行い、利便性向上に努めている。</p>	<p>Instagram等SNSの発信は、令和5年度と比べて投稿数もはるかに多く、リピーターの定着だけでなく、萬翠荘に来たことがない人も萬翠荘に興味を持ってもらえるような取組の1つとなったことは評価できる。ホームページに関しては昨年度末を予定していたリニューアルが未だ完成しておらず、また、古い情報が更新されていないページがあるなど、確認ができていないところがあったので、常に新しい情報を発信できるよう努めてもらいたい。</p>	<p>評 価</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">B</p>

【評価基準】

- S・・・仕様書等で示した基準以上の顕著な成果が挙げられており、指定管理者制度導入の効果が特に認められるもの
- A・・・仕様書等で示した基準以上の成果が挙げられており、指定管理者制度導入の効果が認められるもの
- B・・・仕様書等で示した基準と同程度の成果が挙げられているもの
- C・・・仕様書等で示した基準をおおむね満たしているが、一部工夫や改善を期待するもの



(5) 指定管理者制度の導入による効果と課題の検証

県施設所管課の総括
<p>新たな利用者層を獲得し、萬翠荘の認知度を向上させるため萬翠荘の魅力を最大限に生かしたユニークベニューを展開し始めており、今後も萬翠荘の新たな活用が期待できることは、民間事業者のノウハウを活かすことができおり、指定管理制度導入の効果があると評価できる。</p> <p>また、利用料金収入については、コロナ禍前の水準を上回るなど観覧料収入を中心に十分回復しており、引き続き利用者の満足度向上に取り組んでほしい。</p> <p>一方で、利用料金収入の伸びに対して利用者数の伸びがやや小さいため、力を入れているSNS等での発信を引き続き強化するなど、利用者数の確保にも継続して取り組むことが課題である。</p>