

横浜市経済局
市民経済労働部
雇用労働課 御中

横浜市技能文化会館
平成28年度事業報告書

平成29年4月28日
指定管理者：株式会社キャリアライズ

平成28年度振り返り

はじめに

平成28年度は、私ども株式会社キャリアライズが横浜市技能文化会館の指定管理者に選定されて2期目の1年目となりました。

私どもが目指す会館運営として

- ・設立以来の「時間・歴史」とその「意味」を今と未来につなげていく場
- ・地域・地元とのつながり、人のエネルギーが広がる場
- ・環境・時代の変化を取り入れ進化していく場

を念頭におき、常に業務と改善に携わってきております。

今年度は、1年目として気持ちも新たに、関係者、利用者との良好な関係性の維持・拡大、前期に培った運営ノウハウと働くスタッフの総合力発揮に努めてまいりました。

一方で、建物の老朽化、利用者の高齢化など、長く愛され利用され続けている会館ゆえの変化も多く、不具合などのリスクも多く抱えながらの運営となりました。

これらを踏まえながら「手づくり ものづくり 人づくり」を合言葉に業務改善を積み重ね、利用者、関係者から信頼をいただきながら、「繋がり」と「拡がり」を創出する取組を進めてまいりました。

本報告書は、私たちの1年間の活動過程を多くの方にご理解いただき、ご意見・ご指摘をいただくことで、更なるサービス品質向上を図るための材料として活用したいと考え、記しています。ぜひ、多くの方にご高覧いただき、忌憚ないご意見をいただければ幸いに存じます。

最後になりますが、

今後も継続して、「技文」「しごと支援センター」の利用者およびファンづくりに努めてまいります。所管課を中心とする行政の皆さま、会館の関係者・パートナー、利用者の皆さまには、日頃のご指導、ご支援に深く感謝し、引き続きのご支援、ご協力をお願い申し上げますとともに当社取組の叱咤激励の材料として本報告書をご活用いただければ大変有難く存じます。

平成29年4月28日

横浜市技能文化会館（指定管理者：株式会社キャリアライズ） 館長 山口 亜紀

1. 管理施設及び附帯設備の利用の許可等に関する業務

①利用率、駐車場利用台数の向上

	利用率	団体別利用件数	入館者数	駐車場利用台数
平成27年度	63.7%	10,648件	286,030名	25,522台
平成28年度	63.8%	10,628件	276,760名	26,312台

・メルマガやSNSを含むWebの活用、館内での空室状況掲示などの広報強化により一時利用（新規利用）件数増となり、利用率向上に繋がった。

しかしながら、新規施設への流動や団体毎の参加人数減などにより、団体別利用件数および入館者数は減となった。

・野球が好調などの影響もあり、駐車場利用は増（前年比103%）となった。

②独自システムの改善により、より正確・迅速な事務処理を継続している。

③「顔の見えるサービス」促進、「利用者アンケート」の実施 回答数：500名

・受付スタッフが来館者の顔が見えるよう、事務スペースのレイアウト変更を実施。（利用年数）はじめて～10年未満：74% 11年以上：26%
利用年数、年代ともに若干の若返り（世代交代）が表れている。
コメント欄には「お礼・感謝」の言葉が多く寄せられている。

④附帯設備強化とアメニティーの充実

・貸ロッカーは契約率100%を継続し、利用者には利便性に納得していただいている。
・プロジェクターやスクリーンの増設、音響設備の更新を行い、サービス向上に努めている。

⑤一時利用による新規利用者の増加

・平成27年度330件⇒平成28年度352件（前年比107%）

2. 事業に関する業務

（1）技能職振興に関する業務

①匠プラザを活用した技能職振興事業の企画等

	匠の小学校	匠の学校	横浜マイスター塾
開催数	1日間	10回	26回
来場者数	1,600名	162名	399名
ご協力講師数	12団体112名	5団体30名	9名

①匠プラザを活用した技能職振興事業の企画等（続き）

- ・技能職者による講座（匠の学校、横浜マイスター塾）で計11回匠プラザを会場として使用し、市民の匠プラザ来場促進を図った。
- ・物販コーナーに技能職関連の商品の拡充を行い、ボディを用いた服地のディスプレイなど来館者が楽しめる演出をこまめに行い、利用者増となった。

②技能職団体・技能職者への活動支援又は支援事業

- ・横浜マイスター塾開催時に、マイスター手製の商品販売を行い大好評（完売）となった。販売コーナー「技文市」では、洋装組合連合会との連携で「服地」の販売を開始し、好評であった。

③技能職イベント協力、技能職のPR

- ・「横浜技能まつり」のチラシ、ポスターの製作協力と館内掲示および配架、ホームページ掲載新聞折込チラシでのPRなどを実施し、積極的に集客協力を行った。
特に技能まつりのステージイベントに会館利用者が出場するなど、技能職者と市民を繋げる提案を行い、双方に喜ばれた。
- ・みなとみらい駅構内での技能職イベント「ハマの職人展」に出店協力し、認知度向上を図った。

(2) 雇用による就業の機会の確保に関する業務

①各種相談業務実績

	労働相談	就業相談	キャリアカウンセリング	法律相談	がん就労相談
平成28年度	1,016件	712件	213件	107件	14件

- ・労働相談に比べ就業相談は減少傾向にあり、景気の好転、求職者の早期転・再就職となっているのではないかと推測される。
- ・インターネット検索でセンターを知り得たルートが半数（48%）を占める。
ホームページには継続して「相談事例」を掲載し、利用しやすいセンターをアピールしている。
- ・雇用労働課の働きかけにより神奈川労働局、雇用労働課、しごと支援センターの三者で相談事例の共有化により、連携強化を図ることができた。
- ・「がん患者のための社会保険労務士による就業相談」およびセミナーを開催。

②各種セミナー開催の継続・拡大

	職業興味検査	成功する就活	応募書類作成	面接対策	女性向けセミナー	労働実務セミナー
開催数	12回	12回	12回	12回	3回	4回
参加者数	104名	342名	376名	156名	108名	124名

③合同就職面接会開催の継続・強化

	第12回（6/18）	第13回（10/15）	第14回（1/27）	合計（延べ数）
参加企業数	34社	33社	34社	101社
利用者数	130名	93名	100名	323名
内定者数	7名	3名	5名	15名
採用者数	4名	3名	4名	11名

(3) 勤労者福祉の増進及び文化の向上に関する業務

①各種福祉事業とイベントの実施

各種講座は301回開催、3,156名の参加となり過去最大数の動員となった。

	くらしの学校	キャリアの学校	キャリアの学校（PC）	手づくり市
開催数	135回	33回	97回	1回
参加者数	1,778名	308名	509名	300名

②新商品導入や確実なリピーター確保により、販売事業好調。前年比108%

3. 施設の管理に関する業務

- ①建築物、建築設備、附帯設備、備品等の保守管理は専門知識を持つ委託業者と情報共有、進捗確認を行い、適時適切な修繕を実施した。ただし、水周り、建具の不具合が多発傾向。
- ②駐車場精算機の更新を実施し、精算の簡素化とコスト縮減を実現。
- ③防災を始め、定期点検、訓練を行い、環境美化強化、環境維持管理に努めた。

4. その他の業務

事業計画書・事業報告書の作成、業務実施状況の確認、個人情報保護、人権尊重の研修について、適宜実施、遂行している。

5. 指定管理の実施により達成すべき目標等

- ①各種メディアに積極的に情報提供を行い、ハマふれんど事業との連携強化により、広報活動を効率的に実施。光熱水費削減など支出コントロールを行い、削減費用を自主事業費に充当するなど、予算をバランス・効率良く使用した。

②情報発信・広報活動の強化（チラシ配架、送付先、送信数、掲載数（延べ数））

区役所・図書館	公共機関訪問・送付	企業FAX	新聞折込	メルマガ配信	メディア掲載
406箇所	511箇所	898箇所	249,850部	30,846通	22紙面

平成28年度事業報告

株式会社キャリアライズ

評価項目	事業計画	事業計画書参照頁	事業実施内容	自己評価
1 管理施設及び附帯設備の利用の許可等に関する業務				
(1) 利用の手続き等				
ア 利用申請受付、利用許可及び各種問合せへの対応	①独自システムの稼働により、正確かつ迅速な事務処理を継続し、サービス向上を図る。 ②ホームページでの利用促進掲載と電話、メールでの問合せの迅速対応を強化する。	P13	①独自システムの改善により、正確・迅速な事務処理を継続、更なるサービス向上を図った。 ②広報強化による空室情報提供を拡大、各種問合せに迅速かつ丁寧に対応することで、新規利用者（一時利用者）を獲得。（平成27年度330件⇒平成28年度352件）	B
イ 受付の人員体制	○「顔の見える運営」を促進 ①貸室受付カウンターにスタッフが常席することや、利用報告書・利用者アンケートの活用、など利用者との対話を更に強化し、利用者のニーズの把握に努め、改善提案を実施していく。 ②鍵の受け渡し、支払対応等を更に正確・迅速に行い「お待たせしない」「公平公正」な印象を確実なものにし、利用者アンケートにおいて満足度向上（目標90%）を目指す。	P13	①受付カウンターにスタッフが常席し、積極的に来館者への声かけを行うことで「顔の見える運営」を強化した。対面および利用報告書の伝言板コメントでのコミュニケーションにより、利用者との対話が増え、匠プラザ来場および受付来訪増にも繋がった。 ②対応力の継続的強化による安定運営で、利用者アンケートによる利用者満足度向上となった。（スタッフ対応についての設問で、「良い」「非常に良い」が伸長。平成27年度75%⇒平成28年度80%）	A
ウ 利用手続きの周知	①ホームページの改修を実施し、わかりやすく見やすい情報を提供し続けることで閲覧数の維持・拡大を図り、認知度向上と利用者増を目指す。 ②ホームページでの利用促進掲載と電話、メールでの問合せの迅速対応を強化する。	P13.15	①ホームページの改修を実施後、貸室画像を更新することにより視覚的にわかりやすい情報を提供し、閲覧数を継続して伸長させている。更なる利便性向上を目指し、空室情報提供、改善策を継続検討している。 ②電話・メール等の迅速・丁寧な対応、的確なアドバイスにより一時利用者増と「はまっこカード」登録者促進に繋がった。	B
(2) 利用料金の徴収				
ア 利用料金の変更	割引制度や利用お試しキャンペーンなど利用料金を見直し、新規利用者獲得に向けての施策を検討していく。	P13	時間帯別利用状況分析、利用者コメントの収集を行い、慎重に見直し策を検討中。	B
イ 利用者から徴収した利用料金に関する帳簿を作成し、管理する。	仕様書通りに帳簿を作成、管理報告する	P18	仕様書通りに帳簿を作成、複眼確認のうえ、管理および報告を行った。	B

評価項目	事業計画	事業計画書参照頁	事業実施内容	自己評価
2 事業に関する業務				
(1) 技能職振興に関する業務				
ア 「匠プラザ」を活用した技能職振興事業の企画等	<p>○匠プラザの活性化</p> <p>①匠の学校、匠の小学校、横浜マスター塾の開催で匠プラザを活用する。</p> <p>②技能職者（団体、横浜マスター）に関する情報提供の充実を図る。</p> <p>③展示品の入替え、事務スペースのレイアウト変更、物販コーナー拡充を含め、匠プラザ全体に活気を感じさせ、人が集い、来訪者が楽しめる「会館の顔」づくりを促進する。</p>	P8	<p>①匠の学校5回（前年1回）、マスター塾6回（前年2回）、特殊な設備（料理設備や水道等）を必要としない講座で会場として使用し、まずは匠プラザに来場していただくよう工夫を重ねた。</p> <p>②新マスターの紹介や、マスターから依頼を受けた催事のチラシを配架するなど、積極的に情報提供を図った。また、例年行われている製図コンクールの展示や、新マスター募集に関わるマスター事業の紹介としてパネル展示に協力した。</p> <p>他都市の技能職団体の来館、見学および技能職交流の場として、匠プラザを利用。（7月：長野県、10月：静岡県）</p> <p>③物販コーナーに技能職関連の商品を拡充し、ディスプレイを月毎に変化させるなど、来訪者が楽しめる演出強化を図った。事務スペースのレイアウト変更を行い、来訪者向けの座席配列とし「会館の顔」づくりを強化した。</p>	
	<p>○若年層向け「匠の小学校」のブランド強化とものづくり体験の継続</p> <p>技連協を始めとした技能職者の皆さんとの連携強化と効率的な広報活動を行い、「夏休みは技文で「匠の小学校」となるよう「匠の学校」に続くブランドに育てる。</p>	P8	<p>○第3回となった「匠の小学校」は来場者約1,600名（前年同数）と、継続して若年者への職業体験の場を提供した。新規に横浜豆腐商工業協同組合が参加、当日受付の体験として大いに賑わい、技能職団体との連携拡大となっている。</p> <p>○申込多数のため参加できない、または、より多くのことを体験希望する来場者に向け、体験内容の材料を「キット化」して販売、好評を得た。</p>	A
	<p>○大人向け「匠の学校」「横浜マスター塾」開催の拡大</p> <p>①定番の「豆腐づくり」「アイロンがけ」「ペンキ塗り」の継続開催と、新規講座の発掘による技能職者の皆さんとの更なる連携強化と認知度向上を図る。</p> <p>②新マスターを含めた「横浜マスター塾」の定期的な開催と、新規に連続教室開催を提案し、市民とのより多くの接点を創出、横浜マスター制度のPR強化を図る。</p>	P8	<p>①匠の学校開催数10回（前年5回）と拡大。新規講座として神奈川県和服裁縫協同組合による「お手玉人形作り」、神奈川県洋装組合連合会による「おしゃれなワイドパンツ」を開催するなどして、技能職者との連携強化と新たなコンテンツによる認知度向上を図った。</p> <p>②マスター事業の20周年企画として市の事業と協力し、今年度は横浜マスター塾開催数を大幅増とした。（開催数26回、前年9回）</p> <p>また、複数日にまたがる連続講座を複数行い（4講座）、市民とマスター双方から高評価をいただいた。</p>	
イ 技能職団体・技能職者への活動支援又は支援事業	<p>○商業市場の創出</p> <p>①技能職団体の職種および職人紹介の方策を検討し、提案・実施に繋げていく。</p> <p>②外部販売イベント（馬車道マルシェ等）に継続出店し、販路と事業認知の拡大を図る。</p> <p>③会館の小規模修繕など、技能職団体への見積依頼や発注の機会を創出する。</p>	P9	<p>①技能職団体のPRについて、技連協と連携して検討。その結果、まずは技連協PRのためのリーフレット等を作成し、技連協とは何か、どのような技能職団体があるか等のPRを平成29年度に導入して進めることとなった。</p> <p>②継続して馬車道マルシェに年2回、よこはま技能まつりに1回出店した。</p> <p>③小規模修繕や備品の見積り、業者の紹介を依頼し、発注に至っている。</p> <p>（例：ホームページ画像を写真師会、物販オリジナル商品をスクリーン・デジタル印刷組合など）</p>	B
ウ 技能職者や技能職団体の交流を図る事業	<p>○技能職イベントへの協力</p> <p>①「よこはま技能まつり」のチラシ・ポスターの製作連携と、当日出店による集客協力を積極的に行う。新規に、会館利用者のステージ出演協力を検討・提案し、技能文化会館利用者と技能職者を繋げる仕掛けを創出する。</p> <p>②横浜マスターに関するイベントへの協力を行う。</p>	P8	<p>①よこはま技能まつりのチラシ・ポスターを製作し、まつりのPRに協力した。また、会館利用者へステージ出演協力を依頼。技連協・利用者ともに喜ばれる結果となり、市民と技能職者との繋げる一助とした。</p> <p>②横浜マスターまつりの会場として、会館全室を提供し、協力した。</p> <p>また、新規に横浜市主催の「ハマの職人展」（9/11）に出店。技能文化会館の認知度向上と技能職者の商品販売を積極的に行い、販路と事業認知の拡大を図った。</p>	A
エ 技能文化に関する情報等の収集及び提供	<p>○技能職の広報・PR、館内の技能職種の視覚化</p> <p>①利用者の目に留まる場所に、横浜マスターおよび技能職団体の人物・職種紹介や開催イベント記録を常時掲示し、「技能文化会館ならでは」のPRを推進する。</p> <p>②「ハマの職人」「横浜マスターガイドブック」の常時配架により、利用者に技能職PRと技能文化会館の設置目的理解を深めるきっかけをつくる。</p> <p>③技能職団体への取材を行い、わかりやすく親しみやすいオリジナルの手作り冊子「〇〇の職人シリーズ」製作の拡大・拡充を図り、より多くの方に「技能職」に触れてもらう。</p> <p>④技連協と連携し、新規に「あなたの街の職人マップ（仮称）」の製作・活用計画を立案し、認知度向上、販路拡大に繋げる。</p> <p>⑤「横浜マスター塾」開催時において、「横浜マスターの横顔」を紹介する資料を作成し、横浜マスターの人物の魅力を伝え、身近に感じてもらう工夫を行う。</p> <p>⑥ホームページ内に「あなたの街の職人紹介（仮称）」の専用ページ設置を進め、並行して技文ブログなどで、積極的に技能職イベントを紹介、発信を継続する。</p>	P9	<p>①2階ホールへの階段にマスターの紹介として、引き続きマスター画像を掲示し、新マスターは特設紹介コーナーを設置した。</p> <p>②「ハマの職人」「横浜マスターガイドブック」を館内に常時配架。また、「匠の学校」や「横浜マスター塾」開講時にはそれぞれの冊子を参加者に配布し、PRを行った。</p> <p>③引き続きオリジナルの「職人カタログ」を「匠の小学校」で配布。高評価を得ている。また、HPに掲載している同冊子を見て、市民や他の市町村からの問い合わせもあり、子どもだけでなく、大人への認知にも繋がっている。</p> <p>④技連協とともに検討し、平成29年度に技連協紹介リーフレットを製作予定。まずは「技連協とは何か」をPRする方向で進めていくこととなった。</p> <p>⑤「横浜マスター塾」開催時に、店舗や商品の紹介など、よりマスターを身近に感じてもらえるツールを活用し、マスター個人の魅力を紹介した。</p> <p>⑥上記④と合わせ、ホームページ上でも技連協の紹介を強化していく方向で検討中。</p>	B
オ その他技能文化会館の設置目的に合致した事業の企画・実施	<p>手づくり市、技文市などの事業間連携を推進</p>	P12	<p>○「手づくり市」開催同日に「横浜家具のダニエル家具の学校」のイス作り教室を開講。手づくり市に講師の作品販売ブースを設け、事業間連携を図った。</p> <p>○事業間連携強化策として、技能文化会館オリジナル商品「手拭い」を製作。「くらしの学校」講師にデザイン、技能職者に製作（印刷）を依頼、物販コーナーで販売し、利用者にも繋げることができた。</p>	A

評価項目	事業計画	事業計画書参照頁	事業実施内容	自己評価
2 事業に関する業務（続き）				
（２）雇用による就業の機会の確保に関する業務				
ア 雇用及び就業に関する相談業務（弁護士相談を含む）	○質の高い相談業務を継続 ①労働相談の中で、特に共有すべき事案に関し、神奈川労働局、横浜市と意見交換を行い、相談事例の共有を図ることで良質な相談業務を継続する。 ②いち早い就労につなげるための丁寧な就労相談及び対応力の強化に努める。	P10	①8月と2月に雇用労働課が中心となり、神奈川労働局、雇用労働課、しごと支援センターの三者で、センターでの労働相談事例を共有する連絡会が開催された。相談事例の共有化をはかり、事例の深堀り、連携を密にすることができた。 ②就職活動の方法、職業の適性、選択、応募書類の作成など傾聴と実践に努め、いち早い就労が実現するよう丁寧な対応を行った。	B
	○相談対応力の更なる強化 利用者サービス維持・向上のために、相談員同士（法律相談除く）の情報交換を促進し、相互研鑽に努める。	P11	○社会保険労務士：自ら外部セミナーに参加し、それに基づき最近の法令など、相談業務に必要な資料を収集、意見交換をはかり、日々研鑽をおこなっている。 ○就労相談員：就業にむけた雇用に関する知識等を、労働相談員を含め知識の習得・意見交換により、相談のレベルアップを実現している。	
イ キャリア・カウンセリング及び就職支援セミナーに関する業務	○就労支援セミナーの定期開催 通常の相談業務に加え、就業相談員による各種就労支援セミナーを定期開催する。 「職業興味検査」「成功する就活」「応募書類作成」「面接対策」「女性のための就労支援セミナー」	P11	○「職業興味検査」「成功する就活」「応募書類作成」「面接対策」を毎月開催⇒48回、参加者数・978名(前年：1,056名) ○「女性のための就労支援セミナー」：面接会月の6月、10月、1月に開催 参加者数・108名(前年109名) ○当センターホームページ、横浜市内及び川崎、藤沢のハローワーク他、かながわ若者就職支援センター、シニアジョブスタイルなど神奈川県や横浜市の就労支援施設に講座チラシを切れ目なく配架し、周知徹底につとめ、利用率の向上に貢献した。	A
	「女性のためのキャリアカウンセリング」を新設し、女性カウンセラーによる専用相談日を設け、女性の就労支援を強化する。	P10	○昨年度に引き続き、女性相談員による「女性向けキャリアカウンセリング」をホームページの周知・広報で6月に実施。相談者8名のうち5名が在職者であり、転職を真剣に考える就業中の相談者にとって、日曜日ばかりはゆっくりと相談できる良い機会と好評を得た。	A
ウ 情報コーナーでの雇用及び就業に関する情報の収集及び提供、並びに管理運営に関する業務	○公的訓練制度の情報提供の更なる充実を図る 情報コーナー内に設置した「早期就職を目指そう！職業訓練のご案内」コーナーに、神奈川労働局、ハローワーク、神奈川県、横浜市および関係機関で実施する制度のチラシ等の情報・資料をより充実させ、公的訓練制度利用の促進につながるキッカケを提供していく。	P10	○情報コーナー内に設置した「早期就職を目指そう！職業訓練のご案内」コーナーに、神奈川労働局、ハローワーク、神奈川県、横浜市および関係機関で実施する制度のチラシ等の情報・資料をより充実させ、公的訓練制度利用の促進を図った。 ○情報コーナーではパソコンが8台用意しており、ハローワークからの紹介で、応募書類を作成。利用者には大いに役立っている。また、気持ち良く利用してもらえよう清掃、清潔に努めている。	B
エ 「横浜しごと支援センター」に関する広報業務	○「利用しやすい相談機関」としてアピール強化 労働相談、就業相談、キャリアカウンセリングなど、横浜しごと支援センター内での相談内容の概要・傾向および各種セミナー、合同就職面接会の「利用者・参加者の感想」などをホームページに掲載し、センターの有益性を積極的にアピールする。	P10	年度末に行ったホームページリニューアルにあわせ、「労働相談における相談事例」「就業相談・キャリアカウンセリング利用者の就活成功メッセージ」「セミナー参加者の声」を分かりやすく配置し・有益情報提供の拡充を行い、利用しやすい施設としてアピール強化した。	A
	ホームページの改修を実施し、わかりやすく見やすい情報を提供し続けることで閲覧数の維持・拡大を図り、認知度向上と利用者増を目指す。	P15	年度末にホームページのリニューアルを実施。よりシンプルに必要な情報のみを掲示することで、分かりやすく見やすいページ作りを行った。	
オ その他「横浜しごと支援センター」に関する業務	○合同就職面接会の定期開催を継続 ①県内、市内企業の参加による新卒・既卒を含む就業希望者の就業機会の拡大と早期就業のための場を継続して創出していく。 ②「女性のための合同就職面接会」開催の検討を開始する。	P10	①継続して6月、10月、1月に合同就職面接会を開催して、第14回を迎えた。求職者と企業とのマッチングの場を提供。横浜エリアでは開催する場が少ないため、定期的な開催は大いに役に立っている。神奈川県内のハローワーク、神奈川県および横浜市の就労支援施設、県内の大学や市内の専門学校に面接会の案内をし、周知することで、当センターの知名度・認知度のアップに貢献している。 ●第12回(6月)参加企業：34社、内定：7名、採用者数：4名 ●第13回(10月)参加企業：33社、内定：3名、採用者数：3名 ●第14回(1月)参加企業：34社、内定：5名、採用者数：4名 ②「女性のための合同就職面接会」実施のため、女性向けキャリアカウンセリング、女性を対象とした就労支援セミナーでニーズを考え検討材料とする。	A
	○企業経営者や働く人向けの労働実務セミナーの継続開催 労働環境の変化や現状理解を深めるために、相談員（社会保険労務士）による労働実務セミナーを定期開催する。（年4回を予定）	P11	○労働環境の変化や現状理解を深めるため、労働相談員による「労働実務セミナー」を企業経営者や働く人を対象に開催。 ●7月「産休から育休までの制度と給付金について」 ●9月「社会保険～健康保険・厚生年金保険等」 ●12月「労働契約終了をめぐるトラブル回避の留意点」 ●3月「労災保険・雇用保険を知っておこう」 ○ハマふれんど及び横浜市主催による労働実務セミナーを受託し、開催。 ●5月「経営者・人事労務担当者のための気をつけたい労務管理」 ●11月「がん患者の仕事と治療の両立支援について」 ●1月「労働契約終了をめぐるトラブル回避の留意点」 今後も人事担当者向けも含め、ハマふれんど会員企業様にも積極的に提案を行っていく。	
	○がん撲滅対策の関係機関連携 ①横浜市と連携し、がん患者のための社会保険労務士による相談窓口を設置し、相談支援を行う。 ②がん対策をテーマにした労働実務セミナーの開催に協力する。 ③ホームページや館内及び関係機関において広報強化を図り、積極的にがん患者の相談支援を行っていく。	P11	①昨年よりがん患者のための社会保険労務士による就労相談を、月1回第4金曜日に実施。センターを利用した相談者の相談員への評価は非常に高いため、横浜市との連携によりさらに認知度を高め、利用の促進を図りたい。平成28年度相談者数：14名 27年度：17名 ②企業向け(横浜市主催、ハマふれんど会員向け)に11月：「がん患者の仕事と治療の両立支援について」を実施。 ③横浜市の広報、横浜市内のハローワーク、横浜市民病院、県立がんセンター、横浜労災病院などにチラシを配架し、しごと支援センターのホームページにも掲載し周知した。	
	○企業向け出張セミナーのトライアル開催 元気で働き続けるための「これからのライフプラン・就業支援セミナー（案）」の新規開催準備を進める。	P11	ハマふれんど主催による企業向けセミナーを受託しながら、企業のニーズをさぐり、あわせて開催の準備を引き続き行った。	

評価項目	事業計画	事業計画書参照頁	事業実施内容	自己評価
2 事業に関する業務（続き）				
（3）勤労者の福祉の増進及び文化の向上に関する業務				
ア 技能文化会館の施設を活用した勤労者の福祉増進に寄与する事業の企画・実施	○自主事業「キャリアの学校」の継続開催と拡大 ①受講者アンケートの分析を行い、ニーズに応える講座プログラムを開発していく。特に「パソコン教室」のプログラムおよびカリキュラム変更を柔軟に行い、要望に応えていく。 ②人気の「会社の数字」「会話術」、ビジネス力向上を目的とした「論理的思考」も加え、継続開催していくことで、パソコン教室に並ぶキャリアの学校の軸に育てる。	P12	①受講者アンケートのニーズに応えるべく、パソコン初心者クラスの新設・カリキュラム改良を行った。また最新バージョンのパソコンを導入、会場の常設化、室内の清掃・清潔を徹底し、受講環境の快適性向上により受講者増となった。（平成27年度398名⇒平成28年度509名 前年比128%） ②根強い人気の「会社の数字」をハマふれんど会員様に紹介、「論理的思考」も多くの方に受講いただいた。継続してキャリアの学校の主力講座となるよう育てていく。（平成27年度282名⇒平成28年度308名 前年比109%）	A
	○自主事業「くらしの学校」の継続開催と拡大 ①オリジナル企画の「発酵」に注力した「味噌づくり」「梅しごと」などを継続開催し、安定的な集客と同時に新規利用者を獲得していく。 ②横浜ものづくり企業とのタイアップ講座の継続開催と新規開拓を行う。	P12	①人気の発酵シリーズの更なる充実を図り、新規参加者の獲得とリピーターの確保につながった。また、ハマふれんど様との連携により、「味噌づくり」「梅しごと」「パンづくり」の発酵シリーズを会員様向けに提案、委託いただき、利用層の拡大を図ることができた。加えて発酵以外のロングセラー「陶芸」「男の料理」など、確実な集客ができた。 ②各企業様との継続開催に加え、市内ものづくり企業様との新規連携講座を創出、大盛況となり今後の定番化を目指していく。過去最多数の開催参加人数となり、自主事業拡大を大きく牽引した。（平成27年度1,443名⇒平成28年度1,778名 前年比123%）	A
イ 勤労者向けの各種福祉事業との連携	「ハマふれんど」と広報連携を図り、会員への広報強化、集客拡大を目指す。	P12	ハマふれんどとの連携強化を図り、広報・集客拡大となった。 ハマふれんどNEWS掲載22講座、講座参加会員375名（平成27年度54名）	A
ウ 勤労者が実施する事業への支援	新規に「キャリアの学校・くらしの学校<サポート>」として、市民講師を募り、市民講師活躍の場を提供していくと同時に、人材育成市場の情報共有を図り、講座のバリエーション拡大および貸室利用拡大を狙う。	P12	「くらしの学校サポート企画」として、市民講師によるものづくり教室「編み物」「金継ぎ」を開催し、好評を得た。金継ぎは定番講座として育てていく。キャリアの学校サポート企画は次年度実施予定で進めている。	A
エ その他技能文化会館の設置目的に合致した事業の企画・実施	○地域連携・貢献の強化 ①地域連携イベントとして「技文手づくり市」を開催し、事業間連携を強化を図る。 ②利用者参加型の「技文サポーターズクラブ」の発足準備を進める。	P12	①「技文手づくり市」を開催し、貸室利用者・講座講師の出店や出店者間の交流の場となった。 ②「技文サポーターズクラブ」のニーズと活動内容のヒアリングに努め、次年度導入に向けて制度を整備中。	B
3 施設の管理に関する業務				
（1）建築物・建築設備・附帯設備等の保守管理				
ア 建築物	○老朽設備の適切な更新、補修 三菱ビルテクノサービスとの連携により、建物修繕に関する適切かつ迅速および、より効果的な方策の検討を推進する。発注にあたっては、見積合わせのうえ、市内中小企業への優先発注に努める。	P14	常駐している三菱電機ビルテクノサービスと連携し、専門業者の目で建築物・建築設備ともに管理。年間の修繕計画や、突発的な修繕にも迅速に対応した。また、発注に当たっては市内中小企業に優先的に発注するよう努めた。	B
イ 建築設備				B
ウ 附帯設備	○附帯設備、備品および消耗品の適切な保守・管理 ①備品管理台帳の適切な更新を行い、備品の保守・管理を促進する。 ②貸しロッカーの利用促進し、利用者の利便性とマナー向上の促進を図る。 ③附帯設備と備品の更新によるサービス向上と充実化を図る。	P14	①備品台帳整理を実施、管理の基盤構築に繋がれた。 ②貸ロッカー契約率100%を維持、利用者マナー向上に努め、スムーズな安定運営が図れている。 ③●備品の補充と買い替え（拡声装置・プロジェクター・スクリーンなど）利便性向上に努め、充実・安定した備品管理を目指し実施している。 ●インターネット環境整備に向け利用者の声の実態調査を開始。 ●利便性と省エネ向上として、館内洗面所の全蛇口を自動水栓に更新した。	A
エ 備品				B
（2）環境維持管理業務				
ア 清掃業務及び環境衛生管理	○快適な環境維持管理の促進 定期清掃、館内巡回による清潔・美観チェックを実施し、利用者が快適に過ごせる空間を提供する。	P14	仕様書通りの定期的な清掃・書虫生息調査・水質検査を実施し、館内の美化・環境整備に努めた。また利用者目線に立ち、会館を巡回して美観をチェックし、サービス向上に努めた。	B
イ 保安警備	○セキュリティ向上の継続 ①夜間業務担当者との情報共有を強化、円滑な運営に努める。 ②スタッフによる館内巡回強化により、不備や事故を未然に防ぐ努力を行い、安全性向上を目指す。	P14	①継続して夕礼を実施。夜間スタッフの間で情報共有を促進し、協力体制を強化している。 ②スタッフによる館内巡回を強化。事故を未然に防ぐだけでなく、発生した事故に対しても迅速に対応できた。	B
ウ 施設の保全	○老朽設備の適切な更新、補修 建物修繕に関する効果的方策の検討推進	P14	三菱電機ビルテクノサービスと連携し、専門業者の目で建築物・建築設備ともに管理。年間の修繕計画や、突発的な修繕にも迅速に対応した。	B
エ 防災等	○緊急時対応力の向上 ①緊急連絡先の整備、適宜メンテナンスを実施し関係間で共有、必要に応じ速やかな調査、報告を行う。 ②危機管理マニュアルを作成し、適切な運用に努める。	P14	①継続して緊急連絡先等の整備・メンテナンスを行い、関係者間で共有している。 ②防災訓練を年2回実施。夜間を想定した少人数スタッフでの訓練を行い、問題点を洗い出し、危機管理マニュアルに反映させるよう取組んだ。	B

評価項目	事業計画	事業計画参照頁	事業実施内容	自己評価
4 その他の業務				
(1) 事業計画書及び事業報告書の作成				
ア 事業計画書及び収支予算書の作成	仕様書通りに作成、報告する		期限内に事業計画書及び収支予算書を作成、提出した。	B
イ 事業報告書及び収支決算書の作成	仕様書通りに作成、報告する		期限内に事業報告書及び収支決算書を作成、提出した。	B
ウ 月次報告ほか各種報告書の作成	仕様書通りに作成、報告する		毎月、月次報告ほか各種報告書を作成し、提出した。	B
(2) 業務実施状況の確認（連絡調整会議の開催）				
ア 連絡調整会議の実施	定期的に開催する		毎月第3金曜日を原則に、定期的に開催した。	B
イ 必要事項の随時報告	仕様書通りに報告する。		随時口頭、メール、書面で報告した。	B
(3) 個人情報保護に関する法令等の遵守				
ア 研修の実施状況	コンプライアンス遵守、プライバシーマーク運用のため、社内研修を定期的実施し、一人一人の意識向上を図る	P4	○休館日に個人情報研修を実施。当日参加できなかったスタッフには後日改めて実施し、全員の意識向上を図った。 ○情報漏洩事故が1件発生。速やかな報告、再発防止策を提案し、実行している。 ○新規採用者は入社時に研修を実施した。	B
(4) 人権の尊重				
ア 研修の実施状況	人権尊重に努めるべく、社内研修を定期的実施する	P4	3月9日の休館日に人権研修を実施。資源循環局職員課長を講師として「職業差別（屠場から学んだこと）」をテーマとして実施した。	B
5 指定管理の実施により達成すべき目標等				
(1) コスト削減に関する取組	○良質とコストダウンの双方実現を目指す。 貸館事業収入の維持および自主事業収入拡大（目標16,400千円）を目指し、創意工夫による経費縮減に努め、バランスと効率の良い運営を行う。	P16	電気代について、デマンドを抑制し単価を下げた結果、予算より年間約370万円のコストダウンに繋がった。その費用をパソコン教室用のパソコン購入費用に充当するなど柔軟に予算を配分し、効率よく運営を行った。	B
(2) 自主財源の確保に関する取組	○販売事業「技文市」の定着と拡大 ①地域イベント（馬車道まつり）への参加による会館認知度向上と地域連携強化を継続 ②商材の拡大（技能職商品、ティアアップ企業商品の開拓）	P12	①地域イベント「馬車道まつり」に年2回（8日間）、「横浜技なまつり」に年1回（1日）、「ハマの職人展」に年1回（1日）参加し、会館認知度および地域連携強化に繋がった。現地来場者が講座申込や、物販コーナー来館など、人々の交流に繋がっている。 ②神奈川県洋装組合連合会との連携により「服地」の販売を開始。講座受講者の教材として用いるなど、商材を活用した。講座講師と印刷技能者の協力を得て、オリジナル商品「手ぬぐい」の商品開発・製造・販売に繋がった。	A
(3) サービス向上に関する取組	○サービス品質の継続的向上 問題・課題（不備、不具合、不平、不満など）に常に向き合い、改善・改良を図る姿勢を継続する。	P4	貸室利用報告書に寄せられた利用者の声を拾い上げ、指摘された清掃箇所の迅速対応、管球交換、備品の拡充、館内巡回強化により、要望には出来る限り応えるよう努めた。 自主事業については、受講アンケートの指摘・要望事項について、確認・認識のうえ改善を繰り返している。その結果、92%以上の方に「今後も利用したい」、95%以上の方にスタッフ対応が良いとの評価をいただいている。今後も継続して改善・改良を積み重ねていく。	B

評価項目	事業計画	事業計画書参照頁	事業実施内容	自己評価
5 指定管理の実施により達成すべき目標等（続き）				
(4) コンプライアンスの徹底	<p>○平等・公平・法令遵守 行政の代行者として、平等・公平な利用の確保と法令遵守の徹底</p> <p><社内研修の定例実施> 組織と個人の能力向上を目指し、月1回の休館日を研修日として活用する。 ・人権尊重、法令遵守、緊急時対応力強化、対人対応力・サービス品質向上、チームワーク向上、ビジネススキル向上を努めるべく、定期的に社内研修を実施。一人一人の意識およびマナー向上により安心、安全、信頼の施設運営に繋げていく。 ・館内および事務スペースの整理整頓に努め、清潔、効率、安全による顧客満足向上を目指す。</p>	P3-4	<p>○建築設備等について、法令遵守のために必要な修繕を優先的に行うことを徹底。 ○会館の利用約款を更新し、条例に合った分かりやすい貸室利用法を定めた。 ○横浜市の貸室予約システムを使用することで公平性を保っている。</p> <p><平成28年度休館日研修> 休館日を活用して研修を実施 ・4月 匠プラザ内事務スペースのレイアウト変更（サービス向上） ・6月 個人情報・コンプライアンス研修、匠プラザ・技能職研修 ・7月 防災訓練・AED訓練、キャリアデザイン研修① ・9月 防災シェイクアウト、各担当業務共有 ・10月 異文化を知る・英会話研修、サイバー攻撃研修 ・11月 人権研修「職業差別（と場（唐場）から学んだこと）」 ・1月 パソコン基礎研修、Office365研修 ・3月 防災訓練、キャリアデザイン研修②</p>	B
(5) 利用率の向上	<p>○貸室用途の多様化を提案し、利用率拡大（目標64.2%）を目指す。 ①割引制度や利用お試しキャンペーンなど利用料金を見直し、新規利用者獲得に向けての施策を検討していく。 ②一時利用者や関係者の新規利用を促進し、はまっカード登録促進、定期利用の拡大に繋げていく。 ③ホームページでの利用促進掲載と電話、メールでの問合せの迅速対応を強化する。 ④貸室及び共有スペースの美化促進を図り、快適な環境を提供する。</p>	P13	<p>○利用率63.8%と目標値は下回ったが、前年度より0.1%向上した。 ①利用時間帯別料金設定の見直しを検討、時間帯別利用状況分析、利用者コメントの収集を実施。 ②直前申込の利用者（一時利用者）対応、新規利用者獲得、リピーターの維持と多方向から、利用者確保に努め、利用率向上となった。一時利用者増数とはまっカード新規登録者数はほぼ同数となり登録促進に繋がっている。 ③メールマガジンを活用し、貸室の利便性、多様性のPRを強化した。新規にSNS（ツイッター）でタイムリーな空室情報を提供。問合せには、迅速な対応と的確・丁寧な対応を強化し、確実な利用に繋げたアドバイス。複合的な誘致戦略が間際の予約獲得に繋がっている。 ④館内美化促進のための巡回強化を図り、貸室及び共有スペースの公平・快適な環境提供をしている。</p>	B
(6) 会館利用促進に向けた、情報発信・広報活動	<p>○効果良い広報活動の拡大 ①ホームページの改修を実施し、わかりやすく見やすい情報を提供し続けることで閲覧数の維持・拡大を図り、認知度向上と利用者増を目指す。 ②メールマガジンを年間で延べ25,000通を配信し、有益な情報提供を促進する。 ③メディア（神奈川、読売、朝日新聞、サンケイリビング等）に積極的に情報提供を行い、情報掲載に繋げる。 ④近隣区への新聞折込チラシおよびチラシの定期配架を継続し、貸室・駐車場、自主事業、および横浜ごと支援センターのアピールを行い、認知度向上、来館者数増を狙う。 ⑤販売事業の協力企業や「ハマふれんど」との連携を図り、WEBや印刷物などの相互リンクによる広報強化を図る。 ⑥地域イベント（馬車道マルシェ）参加により、地元力の促進を図る。 ⑦チラシやPOPなど紙資料の自前製作によるタイムリーかつ臨機応変な製作とコスト削減による効率化の更なる推進を図る。</p> <p>○館内広報の工夫と向上 ①外壁のガラスケース内に「技能文化会館」のイメージできる職人の関連した展示や掲示を行い、定期的なメンテナンスで常に視覚的に「楽しめる会館」のPR強化を行う。 ②正面入口のモニターや壁面による情報発信強化し、利用者により有益な情報を提供する。 ③「ハマの職人」DVDを常時放映し、技能職を身近に感じてもらえるキッカケをつくる。</p> <p>○WEB利用時のセキュリティ確保 常に安全かつ適切な情報を受発信できる環境を整備する。</p>	P15	<p>①ホームページ改修を実施、より視覚的にわかりやすい情報を提供、閲覧数を継続して伸ばさせている。更なる利便性向上を目指し、継続して改善に努めている。 ②月1回のメールマガジン配信数は延べ30,846通となり、前年比120%となった。利用者には度々「読んでいますよ」と声がけされ、コミュニケーションツールの役割を果たしている。 ③定期的かつ積極的にメディアに情報提供を行うことで、各新聞等に講座やイベント内容を掲載してもらえ、講座受講者は伸び続けている。 ④新聞折込チラシの配架地域を拡大し、講座受講者および来館者を獲得できている。特に、講座および就労支援のチラシは毎月確実に区役所および図書館に配架することで、近隣区以外からの利用者増となっており、集客の下支えとなっている。 ⑤ハマふれんどとの事業連携強化に注力し、ハマふれんどNewsに22講座・セミナーを掲載していただいた。加えて広告として、貸室やイベント（手づくり市）案内の掲載したことで、講座申込者増（参加者数の約9%がハマふれんど会員）、貸室やイベントの問合せ増となった。 ⑥馬車道まつり、よこはま技能まつり、ハマの職人展など、近隣イベントに参加し、チラシやリーフレットを配布し、会館および会館事業について積極的にPR活動を実施した。来場者や出店者が貸室利用者になるなど、協力、連携が強化されている。 ⑦自前製作によるタイムリーさと親しみやすさを訴求すると同時に、コスト削減、スタッフ各自のスキルアップにも繋がっている。</p> <p>①外壁のメインガラスケース内のディスプレイを毎月変更した。季節感と手づくり感により「視覚的に楽しめる」「手作りの親しみやすさ」を演出し、技能文化会館の活発な活動を感じてもらえるよう確実なメンテナンスに注力した。 ②試運転から開始したモニター表示であったが、利用者の目線もモニターに慣れたため、当日の利用案内表示として活用した。まずは季節のイラスト掲示などの変化をつけたが、今後より有益な情報を提供できる表示板として活用していく。 ③「ハマの職人」DVDの常時放映により、足を止めて見入る利用者も多数見受けられた。</p> <p>講座連絡のためのメール利用において、情報漏洩事故が1件発生。速やかな報告、再発防止策を提案し、実行している。 その他、日常的なWEB利用については、セキュリティを確保のうえ、適切な受発信を行っている。</p>	A