

1 KPI 相談対応数

KPI 値
6回
実績値
18回 (達成度 300%)
【1次評価】実績値に対する自己評価(達成状況・特段の事情等)及び今後の課題
<p>〈自己評価〉</p> <p>個別案内やニュースレターを通じた戦略的な周知活動が奏功し、サービス利用が好調に推移した。特に、初期段階で獲得したメンバーシップ団体による定期利用が速やかに定着し、安定的な利用基盤の構築に成功した。加えて、相談対応後のアンケートを実施した結果、「良かった」との回答率が100%であり、満足度が極めて高い結果となった。</p> <p>〈今後の課題〉</p> <p>高い満足度を達成している相談対応の「質」が、センター長のみに対応に依存し属人化し、スタッフが同じ水準のサービスを提供できる保証がない。今後は、相談対応時にスタッフも同席し、サポートしながら学ぶ機会をつくる。また、市民活動支援への知識向上のため、研修に積極的に参加してもらい相談対応への実践力を高める。</p> <p>相談利用回数の頻度に比例して、その後の具体的な実践につながっているというデータがあり、この相関関係を最大限に活かし、積極的な相談を通じて、市民の「やりたい」という意欲を「できる」という確かな成果へと変えていけるよう、活動の第一歩を促すプロモーションと伴走支援としてのプロモーションを進める。</p>
【2次評価】担当課による指定管理者の評価
<p>団体の自立・自走に繋がる支援や相談後のフォローアップなど、引き続き相談者に寄り添った対応を継続し、相談環境の質を高めてほしい。</p>

2 KPI セミナー受講者満足度

KPI 値
80%
実績値
平均 94.5%(内訳:量のWS1回目:78% 2回目:100%、質のWS 1回:100%マッチング・交流イベント:100%(達成度 118%)
【1次評価】実績値に対する自己評価(達成状況・特段の事情等)及び今後の課題
<p>〈自己評価〉</p> <p>まちづくりの担い手育成を目的に「質」と「量」の両面からセミナーを展開した。</p> <p>「質の向上のWS」では、既存の活動者向けに課題解決型セミナーを実施し、他市の事例紹介やグループ質問会を通じて意欲向上とセンター機能への理解促進を図った。アンケート結果から、参加者のまちづくり意欲の向上、市民活動センターへの期待感醸成、そしてセンターの支援機能への理解促進が図られており、また回答者全員がセンターの利用を希望しており利用促進につながった。</p> <p>「量の確保のWS」では、若年層向けに高校生スタッフ主体のWSを2回開催した。初回のWSへの飛び込み参加及び参加者多数による混乱を踏まえ改善し、PBL(プロジェクト型学習)型ワークを導入し「理想のまちを創るすごろくマップ」を作成し、まちの未来を「自分事」として捉え、課題への興味関心を実際の活動に繋げられる人材育成を目指した内容へと進化させることで満足度を100%にすることができた。</p> <p>〈今後の課題〉</p> <p>「質の向上のWS」では、今後広報強化や定期開催、アンケート回収率向上が課題。令和7年度からは連続講座形式で「Co-Creation College KITANAGOYA」を3年間実施し、合わせて伴走支援をすすめる。</p> <p>「量の確保のWS」では、今後中高生の来館特性を活かし、日常的な動線上でまちづくりへの関心と地域への愛着を高めるための体験型プログラムを定期実施し、地域課題を「自分事」として捉える意識を育み、継続的な担い手育成を目指す。</p>
【2次評価】担当課による指定管理者の評価
<p>メンバーのスキルアップや事業に使えるノウハウが得られる様、今後もアンケート分析を活かした内容改善と継続参加への働きかけに期待する。</p>

3 KPI 貸しスペース稼働率

KPI 値
10%
実績値
イベントスペース利用率:5%/コワーキングスペース:0.5%/ミーティングルーム :13 %/クリエイティブルーム: 0.02% ※小数点以下切り捨て コワーキングスペース 10,450 円/イベントスペース 48,400 円/ミーティングルーム 37,215 円/合計 96,065 円 ※メンバーシップ会員割引含む
【 1次評価 】実績値に対する自己評価(達成状況・特段の事情等)及び今後の課題
<p>〈自己評価〉</p> <p>施設開所当初は「おしゃれな会場」として認識され、まちづくりとは異なる目的での利用相談が多く寄せられ、施設の趣旨説明を行ったものの誤解による苦言もあり、施設の円滑な運営における大きな課題となっている。また、市民活動センターの登録団体の多くが活動初期で、有料利用に至っていないことが収益の伸び悩みの要因の 1 つである。施設の利用状況は、30 名以下の小規模セミナーが大半であったため、コワーキングスペースまで拡張せずイベントスペースのみの利用が中心であった。ミーティングルームは法人会員による研修や打ち合わせで利用があり、目標稼働率を達成。フリースペースは無料で利用できるため、市民活動団体のミーティングなどに高い需要が見られた。一方、クリエイティブスタジオは利用条件と一般ニーズが合わず、稼働率が低迷した。行政利用やミュージーベース主催イベントなど、減免対象となる利用が多く、令和 6 年度の施設利用料収入は合計 96,065 円となり、当初予算の 392,000 円を大きく下回る結果で収入面での課題が残った。</p> <p>〈今後の課題〉</p> <p>施設利用料の収入面での改善が必要である。また、施設趣旨の誤認を防ぐため、広報戦略の見直しと、具体的な利用事例の紹介を強化する。また、ポータルサイトの情報誤記や申請方法の不明瞭さにより、問い合わせが常態化しているので、利用導線の図式化や申請手続きの明確化を通じて、利便性向上を図る。</p>
【 2次評価 】担当課による指定管理者の評価
<p>有料スペースの利用が伸び悩む一方で、フリースペースは市民団体の活動拠点として機能している。利用率に固執することなく、利用例の提示や周知強化により、施設全体の活用促進を期待する。</p>

4 KPI イベント参加率

KPI 値
70%
実績値
平均 63.5%(内訳:量の WS1回目:116% 2回目:60%、質の WS 42%、マッチング・交流イベント:36%)
【 1次評価 】実績値に対する自己評価(達成状況・特段の事情等)及び今後の課題
<p>〈自己評価〉</p> <p>量の確保を目的とした若年層向け WS では、飛び込み参加者を含め目標値を 116%達成し、次世代の担い手発掘に有効な成果を上げた。一方、セミナー受講者満足度には課題が残り、内容面での改善が必要である。質の向上を目的とした WS では、市民活動センターへの理解促進を図る内容で実施されたが、告知期間が短く、情報発信において講座の魅力が十分に伝わらなかったため目標参加者数には届かなかった。マッチング・交流イベントでは、夜間開催や飲食提供など参加しやすい環境づくりに配慮し、少人数でも交流が深まる工夫をした。</p> <p>〈今後の課題〉</p> <p>今後は、参加者層の拡大と継続的な参加促進に向けて、開催時間や内容の工夫、交流の質向上が求められる。講座への集客を確実にするためには、告知期間を 2~3 ヶ月前に設定し、広報戦略の抜本的な見直しが必要。また、講師やテーマの専門性を明確に打ち出し、参加によって得られる具体的なメリット(団体の経営・企画・運営能力の向上など)を強調したプロモーション資料を作成し展開する。さらに、メンバーシップ登録団体への個別ヒアリングを通じてニーズを把握し、講座内容を団体の課題解決や活動継続に直結するよう柔軟にカスタマイズすることで、より実効性の高いプログラム運営を目指す。</p>
【 2次評価 】担当課による指定管理者の評価
<p>PR 活動を多面的に展開しており、十分な周知をしているが、参加者が固定化している。メンバーシップ登録者などの声を的確に捉えながら、新規参加者の呼び込みに向けた工夫や取り組みを期待する。</p>

5 KPI メンバースhip登録数

KPI 値
35 主体
実績値
76 主体 (達成度 217.14%) 内訳: 一般無料 59 主体・一般有料・法人有料 17 主体
【 1次評価 】 実績値に対する自己評価(達成状況・特段の事情等)及び今後の課題
<p>〈自己評価〉</p> <p>メンバースhip登録者数は目標の 35 主体を大きく上回る 76 主体(達成度 217.14%)となり目標を大きく達成した。主な要因として、ポータルサイトや SNS、チラシ等を活用した積極的な情報発信、イベントやセミナーでの丁寧な制度説明、そして申請者への個別対応による登録支援が挙げられる。また、会員限定ニュースレターの発行やコピー機の割引などの特典を通じて、施設の継続的な利用を促した。</p> <p>〈今後の課題〉</p> <p>登録数の目標は大きく達成したものの、今後は量的拡大に加えて、登録主体が「共創のまちづくり」により活発に貢献できるよう、活動の質を高める支援が求められる。また、登録は 1 年更新制であるため、有料・法人会員の継続率向上も重要な課題である。今後のアクションとしては、ニュースレターの内容をさらに充実させ、マッチング支援や補助金情報、スキルアップセミナーの案内を強化することで、登録主体の活動を具体的に後押しする。また、登録主体の成功事例や活動紹介を積極的に発信し、他の会員への刺激や新たな活動のきっかけを提供する。さらに、セミナー優待に加え、活動の促進に直結する魅力的なセミナーを企画・展開し、登録メリットの実感と継続的な関与を促す。</p>
【 2次評価 】 担当課による指定管理者の評価
メンバースhip登録に対するインセンティブの工夫により、登録者数が増加している。引き続き、情報発信や PR 活動により、施設の適正利用をすすめながら、メンバースhip登録数の増加を図りたい。

6 KPI 拠点来場者数

KPI 値
4,700 人
実績値
18,157 名 (達成度 386.3%)
【 1次評価 】 実績値に対する自己評価(達成状況・特段の事情等)及び今後の課題
<p>〈自己評価〉</p> <p>開館初月にして年間想定来館者数を達成し、KPI 値を大きく上回る成果を記録した。これは、開館 2ヶ月前からのポスター・チラシ・SNS を活用した計画的な情報発信に加え、プレイベント時にマルシェを同時開催するなど、集客施策が効果的に機能した結果と思われる。特に若年層の来館が多く、施設の認知度向上に寄与した。</p> <p>〈今後の課題〉</p> <p>来館者の多くがカフェ利用や学習目的の中高生であり、市民活動センターとしての機能や役割を理解した上での来館は少数にとどまっている。現在もテスト期間中などは学習目的の利用が中心であり、「共創のまちづくり拠点」としての認知度は十分とは言えない。今後は、若年層を含む幅広い利用者層に向けて、施設の目的や活動内容を丁寧に周知する必要がある。具体的には、市民活動や地域課題に関心を持つ層への情報発信強化、活動事例やボランティア情報の提供、利用時のオリエンテーションや掲示物による啓発、ライトユーザー向けの体験型イベントの企画・実施などを通じて、施設の趣旨に沿った利用促進と認知度向上を図る。</p>
【 2次評価 】 担当課による指定管理者の評価
KPI を大きく上回る来館者数を達成された。今後は、市民活動センターとしての認知度向上に向けた広報の強化に加え、参加者の満足度を高めるワークショップの開催などを通じて、リピーターの増加につながる工夫を期待する。

外部有識者による評価

【 第3者評価 】
指定管理者による自己評価及び行政による 2 次評価を踏まえた、総合的な観点からの評価
市民活動センターに対する市民の期待の声は大きく、オープンして半年間に多くの市民かつ多様な世代に利用され、新しい取り組みが芽を出し始めていると言えるが、団体が団体として利活用しているようにも見え、それは本来の目的ではない。様々な主体を連携させることによって新たなアイデアを生み出させるにあるとすれば、主体の連携させるが今一つ見えない。また、センターの認知が市域全体に広がっているかと言えば、まだ限定的と思われる。市内には、まだまだ共創のまちづくりに資する貴重な人財が数多く埋もれている、そうした人財を発掘し、センターに集結して、更なる魅力あるまちづくりに貢献してもらえよう、引き続き情報発信媒体を最大限活用し、様々な機会を捉えて周知に努められたい。