

新・松本市立博物館（基幹博物館）に関するサウンディング型市場調査の対話結果

1 実施経過

- 実施要綱の公表：令和3年7月26日（月）
- 調査の申込：令和3年7月26日（月）～8月4日（木）
- 提案書の提出期間：令和3年8月17日（火）～8月24日（火）
- 調査の実施【5団体】：令和3年8月30日（月）・9月3日（金）

2 調査内容

令和5年度に開館を予定している新・松本市立博物館の管理運営の検討にあたって、民間事業者から広く意見、提案を求め、「対話」を通じて市場性の有無やアイデアを把握するためサウンディング型市場調査を実施しました。

3 参加者からの意見・提案の概要

1 対象施設の指定管理者制度導入における市場性
<ul style="list-style-type: none">○スポーツ施設や産業振興施設に比べて博物館・美術館への指定管理者制度導入事例は少ないものの、制度を導入する施設も増えてきているため市場性はある。○一般的に美術館・博物館は収益性があまりないため、施設管理に限定したほうが市場性は高くなる傾向にある。
2 対象施設の指定管理者制度導入以外の民間業者参画方式の市場性
<ul style="list-style-type: none">○業務委託の場合、分離発注方式や維持管理部分に特化した業務委託などの方式であれば市場性がある。
3 指定管理料の設定
<ul style="list-style-type: none">○利用料金方式を採用した場合、コロナ禍のような不可抗力による利用者減少、休館、時間短縮営業等に対してリスクを抱えることとなる。また、施設規模が大きいため、利用料金方式のみでの運営は難しい。○委託料方式を望む企業は多いと思われるが、企業の創意工夫を引き出すためには利用料金方式と組み合わせた併用方式が望ましい。○新設施設のため収入見込みが算定しにくい。1期目を委託料方式とし、観覧料収入や光熱水費の実績をもとに2期目から併用方式とする方法もある。
4 指定管理者制度導入におけるインセンティブ付与
<ul style="list-style-type: none">○指定管理者としての運営が優良な場合、次期公募時の優遇措置が欲しい。○委託料方式の場合、来館者数に応じたインセンティブを付与する事例がある。○利用料金方式や併用方式の導入そのものがインセンティブと考えられる。

<p>5 指定管理者制度導入における指定管理期間及び履行体制</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○指定管理期間は人材育成や体制づくりのため、初年度から 5 年間で望ましい。指定管理料の設定を 1 期目と 2 期目で変更するのなら、1 期目は実績を見る期間として 3 年間、2 期目から 5 年間とする方法もある。 ○JV 受託やコンソーシアム体制などの履行体制では、地元企業ができるだけ参入できるようにしたい。
<p>6 指定管理者制度導入における管理運営部門と学芸部門の運営スキーム（体系）</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○資料の収集や保存、地域の人物や文化などをテーマとした展覧会は長期的な視点が必要となるため学芸部門は市の直営、広報やマーケティングなど管理運営部門は指定管理者がおこなう運営スキームが望ましい。 ○学芸部門を市の直営、管理運営部門を指定管理者が運営することを基本としつつ、それぞれの部門で人事交流をすることも考えられる。
<p>7 指定管理者制度導入における市内事業者等の参画及び地域経済への貢献</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○博物館運営を生業とする企業が松本市内にはないので、一括発注では市内事業者が参画するのは難しいと思われる。分割発注であれば市内事業者が多く参画できるのではないか。 ○JV やコンソーシアム体制に松本市内の企業が参画、管理に携わる業務を松本市内の企業に発注、従業員の採用を地元で行うなどの方法で地域経済へ貢献できる。 ○企業だけでなく、松本商工会議所、松本市観光コンベンション協会、大学等との連携も地域経済へ貢献するためには必要。
<p>8 対象施設を活かした自主事業、市民参画及び地域活性化の取り組み</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○「楽都まつもと」を発信する施設として、パブリックスペースに楽器を設置して事業展開する提案があった。 ○地元商店街と連携して事業を実施することで、地域活性化に寄与することができる。 ○民間事業者が実施するイベントや展覧会などの自主事業によって、単純な来館者増だけでなく、これまで博物館へ足を運ぶことのなかった層への誘客効果も期待できる。
<p>9 協定締結までのスケジュールと開館準備の期間、業務内容及びその費用</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○開館準備の期間は参加者間でバラつきがあったが、準備期間中の業務内容は参加者間でおおむね共通していた。 ○費用については、参加者間で精度にバラつきがあった。
<p>10 対象施設の開館時間及び休館日</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○施設のオープン時間については参加者間で差はなかったが、クローズ時間については、夜間利用が想定される 1 階を 2・3 階よりも遅い時間とする提案が多くあった。 ○年末年始・展示替えや施設点検に伴う臨時休館・定期休館日を設定するという考え方は参加者間で共通していたが、定期休館日の頻度については幅があった。

11 諸室・コーナー等の運営
○諸室・コーナー等の活用について、各参加者から独自アイデアによる提案があった。
12 運営費及び収入
○運営費及び収入については、参加者間で精度にバラつきがあり金額の差も大きかった。また、現時点では未定な部分が多いため算定が難しいという意見もあった。
13 「新しい生活様式」「ウィズコロナ」に対応した博物館の管理運営
○消毒・検温等の徹底・定期的な換気など基本的な感染症予防対策のほか、接触機会を減らすための機器導入・オンラインコンテンツの活用などの提案があった。 ○感染症のリスクは不可抗力にあたるため、コロナ禍のようなリスクを指定管理者が負うことは厳しいとの意見があった。
14 受託事業者公募時に配慮が必要な事項やその他の要望
○新規施設のため、予測が難しい光熱水費や修繕費等について清算制の導入や、災害や感染症等の被害による利用料金収入の減収など、施設の経営努力だけでは吸収しきれない物価の変動については、指定期間の途中であっても、年度協定で定める指定管理料の金額に対して柔軟な対応をしてもらいたいとの要望があった。 ○新規施設であるため、松本市としても適正な収支計画を見極めるのは難しいと思われる。公募前に複数の事業者から収支概算を提出させる等、しっかりとした検証をしたうえで適正な収支予測をしてもらいたいという要望があった。
15 業務履行に当たり工夫又は苦慮している点
○各参加者から独自のアイディア・ノウハウにより工夫している点や苦慮している点について説明があった。

4 今後の予定

今回のサウンディング型市場調査の結果を踏まえ、新松本市立博物館の管理運営方法及び博物館事業の展開を検討してまいります。