

平成 30 年度第 2 回大阪府立江之子島文化芸術創造センター指定管理者評価委員会  
議事概要

日 時：平成 31 年 2 月 7 日（木）14：30～17:00

場 所：大阪府立江之子島文化芸術創造センター 2 階 多目的ルーム 8

出席者：服部委員長、小林委員、佐藤委員、坪池委員、米山委員、指定管理者、事務局

【議事概要】

- 1 開会
- 2 議題
  - (1) 江之子島文化芸術創造センター指定管理者の評価について
  - (2) その他
- 3 閉会

◎主な意見等

指定管理者： 手ごたえを感じた 1 年。「教育」は“学校”という 1 つのレーベルのもとに整理した。卒業生をポッセ（ボランティアではなく仲間）と位置づけ、事業のお手伝いをしてもらうとともに、彼ら自ら企画も始めるなどよい動きが出てきている。

ただ、教育事業には経費がかかるため、収益化が必要。「ネットワーク」に関しては、「おおさかアートコモンズ」を立ち上げて議論を始めており、これまでエノコに来なかった人が集まってきている。新しいネットワークが展開しており、一緒に何かをやっていければと考えている。

「プラットフォーム」については、プラットフォーム形成支援事業が府の委託事業としては今年度で終了だが、課題を持った自治体はまだまだいっぱいいるため、今後どう展開させるかが大きなキーポイント。

「ファンづくり」については、西区やマンション住民などとも連携し、まちづくりを進めたい。また、利用率アップによって、経営の健全化を図りたい。

小林委員： エノコの管理運営事業と委託事業のプラットフォーム形成支援事業の関係性はどのようなものか。切り離して理解したらよいものなのか。または、事業内容として連携しているものなのか。

指定管理者： 相談事業である「eno so done!」で上がってきた相談が、プラットフォーム形成支援事業や外部資金案件に繋がっている。

また、相談者も「enocoの学校」の受講生（卒業生）からくることもあり、エノコに溜まったプラットフォーム形成支援事業のノウハウを「eno so done!」での支援に繋げるといったように常に循環している。

我々のネットワークの中で活躍している方々に、できるだけ事業に参画するチャンスをつくっている。今後も、できるだけ館と連携するような事業の在り方をしていきたい。

小林委員： ネットワークの構築がエノコにとって大きなミッションだと思うので、エノコに相談にきた市町村の個々の繋がりだけでなく、相談にきた市同士の交流も行うことで、エノコとの事業連携や今回課題となっている会議室の利用促進にも繋げていけるのではないかな。

服部委員長： プラットフォーム形成支援事業は、遠隔地に行き問題解決を行っているが、これと同じことをこの近隣でも展開出来ると施設自体のPRに広がっていかないだろうか。貸館の利用率アップに繋がるアイデアになるのではないかな。

坪池委員： 色々なところが改善されていて素晴らしい。ただ、貸館の利用率が下がっているのが心配。全体で言うと、まだ情報発信の仕方で分かりづらいところがある。

例えば、「プラットフォーム形成支援事業」というのは役所用語で一般の方々には分からない。

その関係で素敵なデザインのチラシがたくさんつくられているが、エノコのロゴマークひとつ掲載されていないのでエノコが関わっているということが一目で伝わらない。そういう工夫が必要だ。

また、「えのこ de マルシェ」は、「えのこマルシェ」でよいし、「コモンズ」という言葉も誰にも実態がわからない。コモンズを言い換えて、「みんなで考える」、「みんなで決める」、「みんなでやる」ではなぜだめなのか。こういう言葉を使うことで、最初から入口を狭めている。入口を狭めた方が有効なケースも当然あるが、事業毎にちゃんと考えて決めるべき。

貸館については、現在の貸館状況がWEBで公開されているが、空いている時間が一目でわからず、その場ですぐに仮予約ができない。借りて欲しいなら借り手に便利のよい情報の出し方、また借りた人に喜ばれる情報の出し方がある。また、短時間の時間貸しについても考える等、まだ工夫の余地があ

る。一般貸しのことだけを考えるなら、スペースマーケットのようなレンタルスペースのためのサイトに情報掲載をすることも考えられる。

エノコは、「文化芸術創造センター」なのだから、一義的にはアーティスト達がここで部屋を借りてモノづくりをしているというのが私が抱くイメージ。しかし、開館7年でどのようなアーティストの拠点になったかが見えない。そこをもう一度、考えてみるべきだと思う。

いずれにしても貸館をどう位置付けるのか、皆で真剣にディスカッションすべき。アーティスト向けなのか一般向けなのか、訴求相手がはっきりしないから、利用率がアップしない。

服部委員長： 総評として、プラットフォーム形成支援事業が、外部に対してアプローチを行っており、それがエノコの営業活動に貢献している。

教育については経費がかかるという報告があったが、事業スキームの展開方法を考える必要がある。例えば、保育所ではできない事業、あるいは保育所の教育プログラムのうちアート部分のみをエノコが請け負うなどの展開ができないのか。

エノコのインナーブランディングが成立し始めていることについては高く評価する。坪池さんの指摘は、アウターブランディングの話。貸館については、確かに時間貸しについて考えた方がよい。

例えば、ウーバーイーツ（フードデリバリーサービス）も時間貸しの概念。それに慣れたユーザーたちが非常に増えてきているので、施設側が時間貸しの概念に追いつけないというのは勿体ない。そこに飛び込んでいくことが、来年の成果になると考える。

チラシのデザインもすばらしいので、そこさえ完成すればインナーブランディングが完成し、アウターブランディングへと繋がっていくのではと思う。

米山委員： 今日タクシーで来たのだが、「エノコ」と言っても運転手に通じなかった。ネームバリューをもう少し広げていった方がよい。

手ごたえを感じた1年という報告だったが、こちらにもわくわく感が伝わった。

「資料1」の1ページ「文化芸術に関する活動を行った個人・団体等の延べ数」については、目標に達成していない理由は何なのか。その理由もあれば、なぜその評価をつけたかがわかりやすいと思った。

服部委員長： どのような人達に借りてもらいたいのか、こちら側の姿勢やメッセージ

を発信する必要がある。「アーティスト・イン・レジデンス」のように滞在制作しているイメージが伝わったりするように、ネーミングから少し表現を変えてみるとか、変化を付ける時期が来ているのかもしれない。

指定管理者： 若いアーティストが部屋を使うには料金が高いと考える。

また、壁をリペアする時間が必要になることから、壁に直接ビス打ちができないルールにしている。リペアする期間を設けようとする、その期間はレンタルができなくなってしまう。

坪池委員： 現在は作品のあり方も多様なので、壁に絵画を掛けるという発想だけではなく、仮設壁を設置したり、真っ白な壁を映像系に使ってもらうこともできる。あるいは、美大生の拠点として位置付けることも考えられる。

指定管理者： 芸術系の大学の卒展でよくエノコを使っていただいていたが、最近、学内で開催する傾向に変わってしまった。

だが、建築系の合同展覧会等の可能性は最近見えてきた。美術系の学科以外へのアプローチも必要だと思っている。

坪池委員： エノコがどういう展覧会の場所かというブランディングができていないから、メディア（場）としての発信性が低いままなんだと思う。展覧会場としてのブランディングを行うためには色々な方法があるが、みんな一度考えてみるとよいと思う。

服部委員長： 今までは、インナーブランディングのために裾野を広げる活動をしてきた。やっと周りからの認知も上がってきている。次は、そこから積み上げていく作業をやっていくべき段階。文化芸術創造センターとなっている以上、芸術をどこにどう位置付けるのかを考えるべき。

アーティストに興味をもってもらうためにはどんな機能を持たせよいか。例えば、民間の音楽スタジオでは、無料でコーヒーをサービスしたり、楽器を無料で貸出したり、手ぶらで来てもすぐにレッスンを受けたりできる。

どのような人にどのような目的で来てもらい、どのようなサービスを提供できるかで場所の性格が決まる。捨てようと思っていた楽器をエノコに集めて無料で貸出してコミュニティを作っていくなど、逆手にとってできることもあるのではないかと。開催するイベント自体を内部の問題解決に活用する。そんな方法もやってみるとよいのではないかと。

小林委員： 私が所属する商工会議所においても、貸館利用率のアップは難しいところ。関係者にエノコを見てもらい、交流してもらうことで、新しい動きが出てくるかもしれない。また、展示場として、この点だけは他より優れているという点を作ればセールスポイントになるのでは。

佐藤委員： アンケートの結果からみて、貸館のリピーターはいるのか。

指定管理者： リピーターは多く、満足度も高い。

佐藤委員： なぜ、エノコがよいと思っているのか、把握できているのか。

指定管理者： 駅近、安い、スタッフの対応がよいと、よく言われる。

佐藤委員： リピーターがいるということは、スタッフの対応の問題ではないはず。利用者の宣伝に協力する等、付加価値をつける工夫ができないのか。

米山委員： 同じような施設がどのような運営をしているのか、利用料金設定はいくらなのか等を調べるとよいのではないか。料金を見直すことによって、ニーズが増えるのかどうかは把握しないとイケないが、定額割引や、紹介割引等できるものなのか。ゼロベースで考えていくことが大事なのではないか。

WEB 広告を行っているが、実際に利用に繋がったのかどうかも調べた方がよい。

坪池委員： 今、スペースマーケットで大阪市内の「個展・展示会スペース」という項目を検索したが、761 件もの施設が登録されている。しかも、1 時間貸しからのスペースがほとんど。現在は、このような検索サイトでスペースを探している。こういう状況を踏まえて、情報発信を考える必要がある。

事務局： 利用料金は条例で上限値が決まっているが、指定管理者はその範囲内で利用料金を設定することができる。当施設は、いわゆる目的施設であり、一般貸しができないため、そこをどうしていくかを考えていかねばと思っているところ。

小林委員： そういう意味では、特色を出していくのがよい。アートに関わる人がリピーターしたくなるようなセールスポイントを追及していく等。

服部委員長： ブランディングもそうだが、どのような人がフォロワーになるかも大事。

「人につく」「ことにつく」、「場所につく」という言葉がある。

「人につく」は、キャラクターの濃い人等につこうとするファンのようなもの。「ことにつく」は、イベント等のプログラムが面白ければ人はやってくる。「場所につく」は、利用する側が環境としてよい場であるという評価が場につくという話。

このような三つ巴が必要で、特にアーティストの場合、この3つが揃わないと反応しないのではないかと思う。

あの人がいるから行ってみたい、あの人に相談できるから行こう、ということも利用する一つの理由であるし、施設で実施されている文化芸術系のイベントに興味があるというのも「ことにつく」という話。アーティストに向けた「ことづくり」みたいなものも必要だろう。

貸しスペースの話ではあるが、これら3つの要素を考えていけばよいのではないかと思う。

小林委員： 事業収入の見込はどのような考え方によるものなのか。事業によっては利益を追求してもよいのか、あるいは主な収益は貸館になるのか、そのあたりを教えてほしい。

指定管理者： 事業収入については、「enocoの学校」では、受講料を取っているが、支出の方が大きいので、貸館収入を伸ばすことが収入をあげるためには重要なことだと思っている。

来年度以降、収益を見込めそうな大人向け教育講座（アウトプット学科）も考えていきたい。

坪池委員： 貸館の利用率が低いのは、単なる金銭的損失の問題ではないと思う。

人が集まる機会を失っている、つまり「機会損失」が発生している。利用率が平均で40%であれば、場としての力が6割失われていることになる。たとえ利用料を無料にしても、やりたいことがある人にどんどん使ってもらうなど、コトを起こすほうがよいのではないか。

他に施設があるからエノコが借りられないということであれば、エノコが単なるレンタルスペースとして認識されているということ。そういうことでよいのか。エノコノリピーターは誰か等、場としての意義を整理することも必要だと思う。

服部委員長： 負の60%と思うか、有効活用できる60%と思うか。例えば、リピーターにはポイント制にして無料で使わせることはできるのか。

教育系では、地域通貨の考え方を採用している事例がある。商店街で子供がよい活動をするとうポイントがもらえ、勉強を無料で教えてもらえるなど、子供とまちが連携しているという事例はある。地域通貨を持ってきたら割引できる等、稼働していない部分にそのような活動を充ててみてはどうか。

事務局： 直前割引等を導入している施設はある。ただ、その場合は利用者全員が対象。リピーター割引のように、特定の人に対して割引ができるかどうかは調査する。

米山委員： 会議室の利用率は改善されている。展示室の7、8月に空きが多く、10、11月に利用が多い。季節で割引率を変え、利用が多い時は値上げして穴埋めできないか。

そもそも、文化芸術の「文化」や「芸術」の定義は府であるのか。文化はかなり幅が広く感じる。

坪池委員： 文化芸術基本法という法律があり、その中では生活文化も対象とされているので幅広く解釈できる。

米山委員： それなら、ほぼ制約なくできるのではないと思うが、府としては何か、制約があるのか。

事務局： 法律・条例上で文字として書かれている文化と、実態上の文化をどこまで認めるかについては、そこまで細かく規定されていない。幅広く読める一方で、何でもできるというわけではない。

米山委員： 幅広く解釈すると、今までみなさんが気付いていない事業も、文化・芸術的な要素があって、やれることもあるかもしれない。

坪池委員： 愛好家の趣味などの生活文化と、未だかつてないものを生み出す創造性としてのアート、この2つがエノコの利活用を取り合っているのだと問題だが、そうでなければどちらもエノコにとって重要。

服部委員長： 21世紀に入って領域横断ということがキーになっているが、横断する

とカテゴリーが見えなくなり、専門性が薄くなる。専門性が薄くなると縦軸が消えていく。

エノコの今までのフェーズは裾野の拡張だったので、そこから次に縦軸としてどこを目指すかというのが次年度のテーマになると思う。

収支の点や全体のバランスから見ても、貸館事業の穴をどのように埋めるのかということより、穴がどのような穴なのかをもう少し明確化させ、それに対しての施策が次年度の肝になると考える。

小林委員： 「資料1」の2ページ、「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」の箇所で「おおさかアートコモンズ」を立ち上げて連携したのはすごくよいと思っている。私が経済団体のスタッフであるからかもしれないが、「アーツサポート関西」、「大阪アーツカウンスル」はよく名前を聞くものの、エノコは商工会議所では私の部署以外あまり知られていない。

服部委員長： 総評としては、評価委員会の回を増すごとに馬力が出て、スピードを感じている。

次は、インナーブランディング、アウターブランディングを意識するタイミングではないかと思う。アウターブランディングとして考えるべき政策をみなさんと議論されてはどうか。

米山委員： 「資料1」の8ページ、「安定的な運営が可能となる財政的基盤」について、決算書を事前に確認した。決算書だけで判断すると問題があるということとは発見できなかった。財政基盤は安定していると感じた。

服部委員長： それでは、委員の皆さまからいただいた指摘・提言については事務局で整理を行い、私の方でチェックした上で公表することとさせていただく。

以上