

## 令和7年度 第1回大阪府立労働センター指定管理者評価委員会 議事概要

1 日 時 令和7年7月11日（金）午後1時～午後3時

2 場 所 エル・おおさか本館10階 会議室

3 出席者 出席委員5名（定数5名）

浜口委員長、五十嵐委員、中磯委員、横山委員、森委員

### 4 主な意見・質疑

<議題（1）令和6年度大阪府立労働センター運営状況と令和7年度事業計画について>

- ・資料1に基づき指定管理者より説明
- ・主な質疑は以下のとおり

●：委員 ○：事務局 ◇：指定管理者

- （曜日ごとの状況がわからないが、）土日の稼働率はどの程度か。また、夜間の稼働率が低く、赤字と思うが、夜間利用停止を検討したことはあるか。
  - ◇ 平日よりは土日の稼働率は高く、全ての会議室が使われていることもある。  
夜間の利用率は2割低く、課題と受け止めている。
  - エル・おおさかの開館時間は、大阪府が規則で、年末年始（12月29日～翌年1月3日）の6日間を除いて、土日を含め午前9時から午後9時まで開館することを定められており、指定管理者の判断で変更できない。  
夜間は、労働組合などが仕事後に会合を行うことがあり、目的利用への対応という経緯もある。また、公募時にこの条件を提示して、提案をいただいたものもある。
  - ◇ 夜間以外には、盆休みやゴールデンウィークも利用が減少傾向で、これらも改善の必要があると考える。
- これまでのプッシュ型営業の手ごたえはどうか。
  - ◇ 今年度の売上は、営業の成果として1,000万円の増収をめざしている。これまで利用実績のある団体は、当方からの提案を受けて、利用につながる可能性が高いと予測している。  
こうした状況を踏まえ、3ヶ月で目標の5割弱を達成できたのは良い進捗だが、残り部分はより厳しいものとなる。そのため、事業計画に沿った新たな取り組みを展開していく。

- 夜間の稼働率を上げるために割引をはじめ対策を検討しているか。
  - ◇ これまでも、メンバーズカードなどの夜間利用者を対象とした取組を行っているが、利用者が固定しているのが現状。今年度はまだ夜間利用者を対象とした取組の広報活動を行っていないため、改めて広報の実施を検討する。
- 大阪メトロ御堂筋線での吊り革広告の費用対効果はどうか。
  - ◇ 交通広告はこれまで実績がなく、その効果の確信はない。「エル・おおさかを知らない」、「知っていても労働関係団体や労働関連のイベントでしか利用できない」と誤解しているとみており、それを解消したいと考えている。今回、大阪労働協会の他事業と1年間の広告費用を折半できたので、試してみて効果を検証したい。
- 利用率の低い小会議室（18人部屋）をリモートワーク用に改装し、コワーキングスペースとして利用できないか。
  - また、会議室検索サイトへの登録など、新しい方法を検討してはどうか。
  - ◇ リモートワークのスペースの需要が、一般に高まっている。講師控室（4人部屋）などの小規模な会議室については、リモートワークスペースとしての使い方が可能であることを例示するなど、工夫していきたい。
    - また、アイデアレベルだが、部屋をパーテーション等で区切り、一定の形で開放し、コワーキングスペースとして複数の方に利用していただく仕組みも検討中。この場合、会議室利用料金はあらかじめ指定管理者が支払いをしたうえで、コワーキングスペース利用者が自らの利用時間に応じた金額を指定管理者に支払う仕組みが考えられる。
    - このように時間やスペースを分ける仕組みを導入し、利用を促進したいと考える。スマートロックの導入も考えており、これにより、鍵の受け渡しが不要になり、受付の無人化も視野に入れています。
    - また、現在、Google広告を検討中であり、吊り革広告のタイミングに合わせてGoogle広告を活用し、Google検索ワードでの露出を増やすことで、より効果的に予約に誘導していきたい。
- 今回、SNSの活用としてLINEを新たに導入することだが、LINEからの予約は検討しているか。
  - また、AIによる電話対応システム等の導入を検討しているか。
  - ◇ LINE公式アカウントを活用して、チャットによる自動応答システムを構築しているが、予約

システムとの完全な連携は難しい状況。現在の考え方として、LINEで「予約」ボタンを押すと予約画面に遷移する仕組みを検討している。また、LINEでは申込を検討している方とのやり取りが可能なため、ユーザーの要望に応じて適切に対応することで、予約につなげることをめざしたい。

AIを活用したLINE電話の自動応答システムの導入も検討しているが、コスト面での課題がある。AIを使った電話は、通話時間に応じ料金があがるのが一般的で、(チャットに比べて)長時間の対応となるためコストが高くなる。

LINE友だち追加の促進には、LINEクーポン機能を活用し、友だち登録をした方にクーポンを発行するなど、メリットを提供したい。例えば、新規登録者に初回の半額割引の提供やLINEで申込完了まで一元化できるメリットを伝え、友だち追加の促進を図る。

- 資料1:P7に記載のこれまでの営業展開による売上見込みは、4月～6月における営業活動によるものか。

- ◇ 予約が1年先まで入ることもあり、営業活動の効果が現時点での実績に直接反映されているかは不明確。自然発生的な要因による可能性もある。

#### <議題（2）令和7年度指定管理運営業務評価票（案）について>

- ・資料3、4、5に基づき大阪府より説明
- ・主な質疑は以下のとおり

●：委員 ○：事務局 ◇：指定管理者

- SNS登録者数目標値について、(現在指定管理者のSNS媒体は)新規媒体のLINEと既存媒体のFacebookだが、既存媒体の登録者数のいくらかを新規媒体に移行させるなども含め、媒体ごとに分けた数値目標の設定が必要ではないか。

- SNS媒体ごとに分けた目標値を設定する。

- 月極コインロッカーの増設が評価基準に設定されているが、どのように評価するのか。

- 定性的評価を用い、コインロッカーが増設されたかどうかにより判断する。

- 万博共創チャレンジとはどのようなものか。

- ◇ 万博の機運を盛り上げるための取り組みであり、具体的には、正面の柱に万博関連ののぼりを掲示している。
  - この評価項目についても、定性的評価を採用しており、万博共創チャレンジを含め、評価項目『(6)「府施策との整合」』で記載されている基準すべてを行って A 評価となる。
- 
- 利用者満足度調査における令和7年度の再利用意向の割合〈2回目以上の利用の方〉の目標値が低くないか。
  - 当施設はリピーターに支えられており、前年度の再利用意向割合は100%と非常に高かった。このような状況を踏まえ、目標値95%を設定したもの。
- 
- 照明 LED 化更新はどの箇所を行うのか。
  - ◇ 一般利用に供する部分は更新済。残るテナントや指定管理者の執務室などを、大阪府と協議しながら進めていく。
- 
- 駐車場の利用促進は、エル・おおさか利用者、一般利用のどちらをターゲットにしているのか。
  - ◇ エル・おおさかの駐車場は館内の利用者向けのものであるが、空車の場合もある。この状況を踏まえ、利用料金収入の増加につながるよう一般利用の増加にも取り組む。
- 
- 駐車場の利用促進によって、自動車交通量が増加すると思うが、大阪府の自動車施策として、市内の自動車交通施策と矛盾しないかどうか確認いただきたい。
  - 参考までに、大都市地域は、施設の規模や用途によって駐車場の附置義務が付けられているが、近年交通量の減少により、その割合が下がっている。今回の駐車場利用促進についても、交通量を増やすために行っているものではない。ご指摘の点については、調べておく。

### <議題（3）その他>

- ・第2回評価委員会の日程調整を行い、12月15日（月）13：00～より仮決定

以上