

大阪市中央公会堂
令和7年度 事業報告書

(令和7年4月1日～令和8年3月31日)

令和8年3月31日

株式会社ジェイコムウエスト

大阪市中央公会堂 令和7年度 事業報告書 目次

1. 指定管理者の組織および体制	P3
1) 指定管理者の名称・所在地・連絡先	
2) 指定管理者の組織体制	
2. 施設の利用状況	P4
1) 利用稼働率	
2) 利用料収入	
3. 収支状況	P5
4. 業務実施状況	P6
1) 大阪の都市魅力の創造・発信に資する催事の誘致件数	P6
2) 都市魅力向上事業	P7
(ア) オリジナルガイドツアーの実施	
(イ) 名建築ガイドツアーの実施	
(ウ) NHK交響楽団アンサンブルコンサート	
(エ) 公会堂オリジナルグッズの開発・販売	
(オ) 絵画展	
3) 自主事業	P12
4) 利用促進活動	P13
(ア) 受付の意匠変更	
(イ) 利用案内の刷新	
(ウ) スマートレジの導入	
(エ) 合同下見会の実施	
(カ) 利用者アンケートの実施	
5) 広報活動	P15
(ア) ホームページのリニューアル	
(イ) SNS発信	
(エ) 自主番組の制作・放送	
(オ) 他者からの取材・ロケーション・写真利用	
(カ) 館内案内（リーフレット）の制作	
6) ステークホルダーとの連携	P20
(ア) 駅からはじまるアートイベント「キテ・ミテ中之島」	
(イ) クリエイティブアイランド中之島「ARでめぐる中之島15の場所での物語」	
(ウ) イケフェス	
7) 施設整備	P22
(ア) 年間点検実績	
(イ) 木製扉の錠前のメンテナンス	
(ウ) 床保護剤の変更	
(エ) 景観照明回路の不具合	
(オ) 中集会室の天井照明の不具合	
(カ) 通信サービスの充実化	
8) 備品整理	P27
(ア) 備品の整理と備品台帳の作成	
(イ) 備品シールの貼付	
9) 防災・危機管理	P28
(ア) 防災・防犯活動	
(イ) 危機管理マニュアルの作成	
(ウ) 情報セキュリティ対策	
10) 人事・教育	P29
(ア) 従業員研修	
(イ) 障がい者雇用の促進	

別紙 令和7年度大阪市中央公会堂利用者アンケート報告書

1. 指定管理者の組織および体制

1) 指定管理者の名称・所在地・連絡先

ジェイコムウエスト

代表構成員

大阪府中央区谷町2-2丁目3-12 マルイト谷町ビル

株式会社ジェイコムウエスト

代表取締役社長 植田展生

構成員

大阪府中央区南本町2-1-11

株式会社Andeco

代表取締役 早川慶朗

構成員

名古屋市東区豊前町3-43-6

株式会社総合管理

代表取締役 水野博之

責任者：大阪府中央公会堂 館長 奥田恭三

同連絡先：〒530-0005 大阪府北区中之島1-1-27

TEL：06-6208-2002 FAX：06-6208-2003

2) 指定管理者の組織体制

館長 1名

館長代理 1名

副館長 2名

副館長兼経理責任者 1名

受付事務責任者 2名

広報・事業企画事務責任者 2名

利用促進事務責任者 2名

経理担当 1名

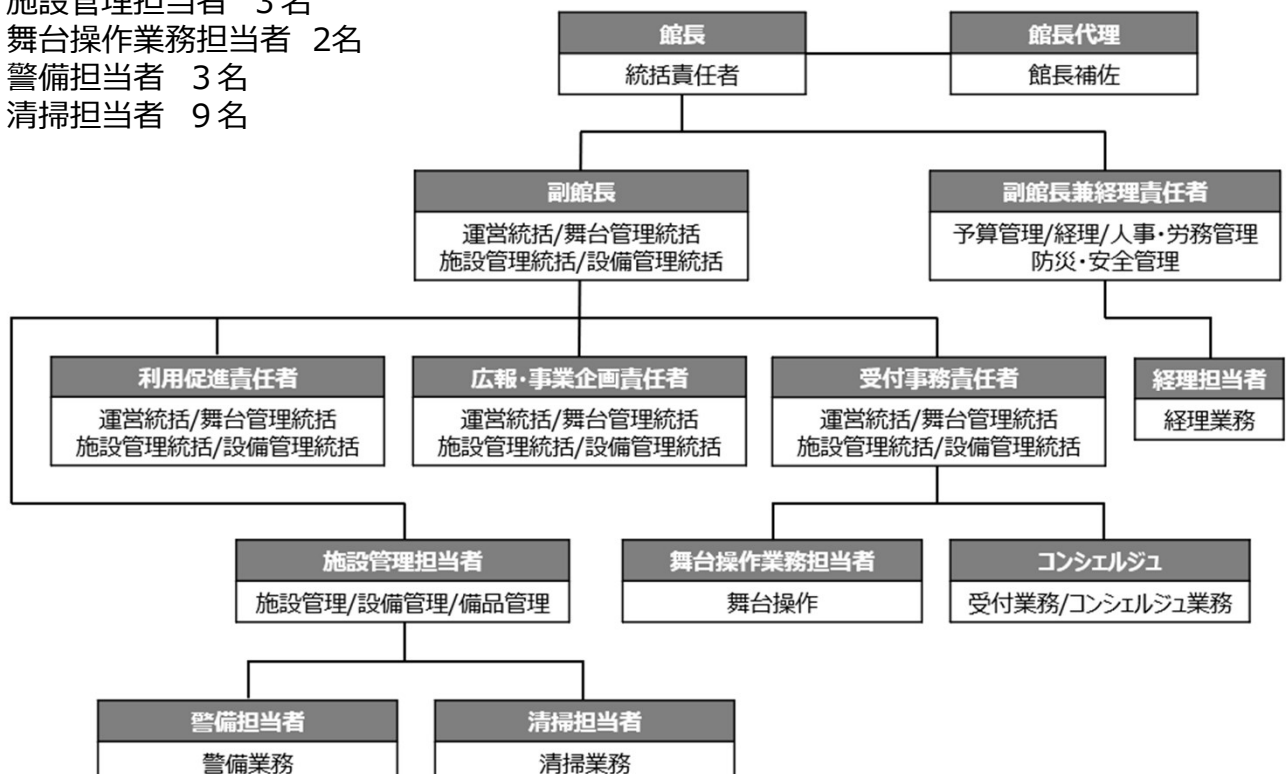
コンシェルジュ 8名

施設管理担当者 3名

舞台操作業務担当者 2名

警備担当者 3名

清掃担当者 9名



2. 施設の利用状況

1) 稼働率

年間累計で前年を上回る利用数となった。台湾（We TAIWAN）やポーランド（アダムミツケヴィチ）など万博関連の催事が開催された8月は92.7%と大きく伸長した。12月以降は右肩下がりとなった。

	令和7年度実績		令和7年度 事業計画	令和6年度 実績
		計画比		
利用総区分数	13,054区分	107.3%	12,166区分	12,656区分
稼働率（全体）	74.2%	107.2%	69.2%	71.9%
稼働率（集会室）	74.6%	102.2%	73%	70.7%

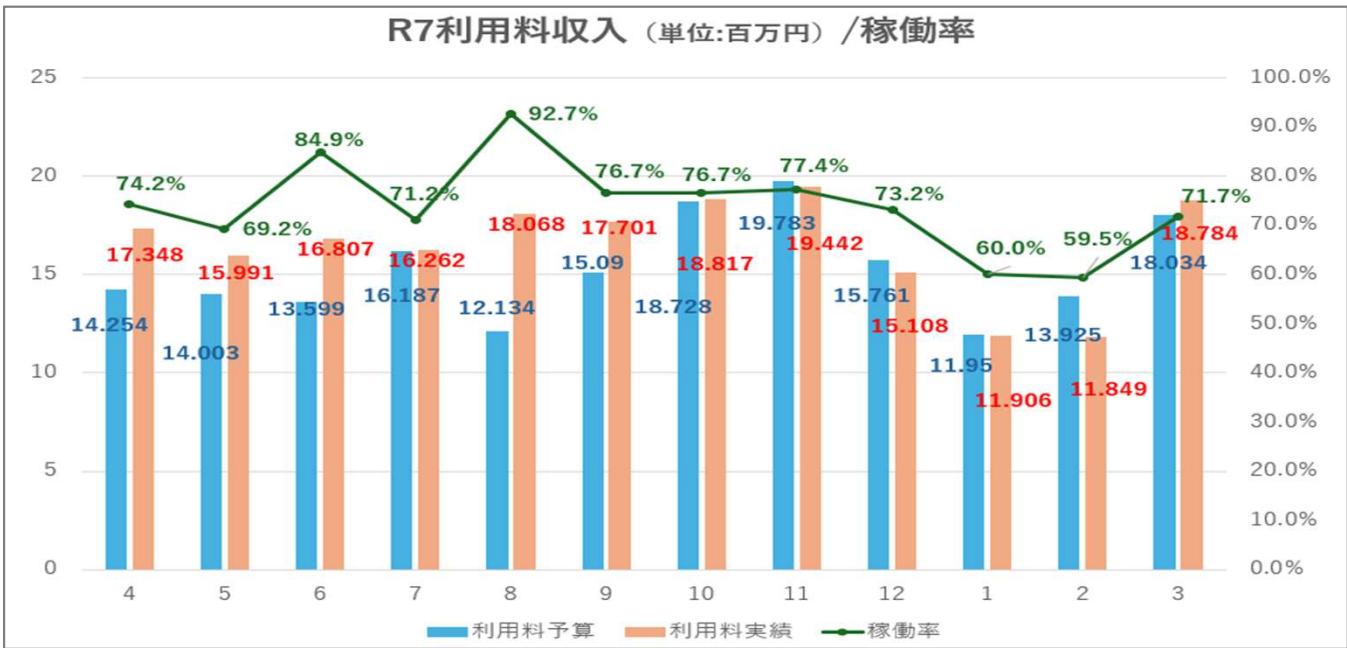
※稼働率＝稼働区分数計÷（3区分÷日×貸室数×稼働日数）

※集会室の稼働率は大集会室、中集会室、小集会室の平均を指す

2) 利用料収入

前年・予算ともに上回った。特に附属設備利用料が予算比121.5%と大幅に伸長した。

	令和7年度実績		令和7年度 事業計画	令和6年度 実績
		計画比		
室料	171,564,971	106.1%	161,628,428	171,317,459
附属設備利用料	26,520,722	121.5%	21,819,838	23,958,245
合計	198,085,693	108.0%	183,448,265	195,275,704



3. 収支状況

大阪市中央公会堂 令和7年度 収支報告書

項目	内訳	単月予算		単月実績		予算比 (%)	累計予算		累計実績		予算比 (%)
収 入	利用料金収入	18,033,774		18,784,441		104%	183,448,265		198,085,693		108%
	その他収入	4,613,309		9,902,101		215%	46,590,823		78,387,929		168%
	舞台人件費等	3,813,309		8,398,150		220%	38,790,823		63,368,044		163%
	レストラン共益費	500,000		550,000		110%	6,000,000		6,600,000		110%
	SHOP収入	250,000		25,500		10%	1,500,000		25,500		2%
	ガイドツアー収入	50,000		319,000		638%	300,000		1,033,000		344%
	レストラン水道光熱費	0		609,451		0%	0		7,361,385		0%
	自主事業収入	3,663,337		3,212,573		88%	43,960,000		39,719,414		90%
	自主事業企画等	833,337		396,771		48%	10,000,000		5,462,190		55%
	駐車料金	2,735,000		2,735,000		100%	32,820,000		32,820,000		100%
	自動販売機	95,000		80,802		85%	1,140,000		1,437,224		126%
	業務代行料	3,979,700		3,979,700		100%	15,919,015		15,919,015		100%
		30,290,120		35,878,815		118%	289,918,103		332,112,051		115%
支 出	人件費	6,041,233		7,819,776		129%	71,714,800		78,880,018		110%
	事務費	708,337		1,709,037		241%	8,500,000		10,307,224		121%
	備用品費	150,000		305,848		204%	1,800,000		4,518,367		251%
	印刷費	25,000		11,462		46%	300,000		138,541		46%
	保険・手数料等	100,000		30,003		30%	1,200,000		467,550		39%
	通信郵送費	100,000		123,448		123%	1,200,000		1,433,926		119%
	SHOP仕入	0		976,800		0%	0		1,314,129		0%
	ガイドツアー原価	0		55,372		0%	0		374,165		0%
	システム運営費	150,000		170,440		114%	1,800,000		1,656,001		92%
	その他販管費	183,337		35,664		19%	2,200,000		404,545		18%
	修繕費	416,083		1,663,200		400%	4,993,000		5,028,749		101%
	管理費	7,977,583		15,788,891		198%	89,762,023		136,543,735		152%
	設備関係・警備・清掃・植栽	4,164,274		5,116,081		123%	50,971,200		60,874,465		119%
	ピアノ点検費	0		0		0%	0		198,000		0%
	舞台機構等設備保守点検	0		1,430,000		0%	0		2,860,000		0%
	舞台照明等設備保守点検	0		1,100,000		0%	0		2,200,000		0%
	舞台音響設備点検	0		0		0%	0		1,870,000		0%
	舞台操作者経費	0		660,000		0%	0		7,920,000		0%
	舞台人件費等	3,813,309		7,482,810		196%	38,790,823		60,621,270		156%
	広報・宣伝費	1,016,674		761,093		75%	12,200,000		12,338,453		101%
	HP費用等	375,000		-1,186,666		-316%	4,500,000		5,232,641		116%
	その他広告宣伝費	641,674		1,947,759		304%	7,700,000		7,105,812		92%
	水道光熱費	4,233,337		3,511,324		83%	50,800,000		54,404,462		107%
	電気	2,500,000		2,315,387		93%	30,000,000		31,930,385		106%
	ガス	1,333,337		707,986		53%	16,000,000		13,882,915		87%
	水道	400,000		487,951		122%	4,800,000		8,591,162		179%
	自主事業経費	2,490,623		30,000		1%	29,887,480		620,999		2%
	その他経費	1,517,087		7,053,369		465%	18,205,000		23,055,729		127%
	租税公課	3,855,800		5,939,800		154%	3,855,800		5,959,800		155%
	事業所税	3,355,800		5,929,800		177%	3,355,800		5,929,800		177%
	消費税	500,000		0		0%	500,000		0		0%
	印紙代	0		10,000		0%	0		30,000		0%
		28,256,757		44,276,490		157%	289,918,103		327,139,169		113%
		2,033,363		-8,397,675			0		4,972,882		

1) 収入

利用料収入が108%と堅調だった。舞台人件費の伸びによりその他収入も大きく予算をクリア、自主事業収入のマイナスをカバーし、収入全体では115%と予算を大きくクリアすることができた。

2) 支出

指定管理初年度で従来業務を引き継ぎ、習得するために人員を予定より多く配置したため予算オーバーとなった。業務にあたり必要な備品の買い揃えにより事務費がオーバーした。舞台人件費収入の伸びにより舞台人件費が予算をオーバーし全体で113%となったが、収入見合いとしては問題のない範囲と認識している。

4. 業務実施状況

1) 大阪の都市魅力の創造・発信に資する催事の誘致件数

全国的又は国際的な水準の高い芸術文化の催し、学会、講演会等の誘致件数について年間10件以上を目標としていたが、結果17件となった。大阪万博開催を契機とした国際的な行事として台湾文化センター催事およびポーランド現代アート展覧会を誘致した。(株)ジェイコムウエストが主催したN響コンサート2件についても全国的な水準の高い芸術文化の催しとして実績にカウントした。

実施日	団体名	催事内容	部屋	優先予約	減免申請
4/19 ～20	一般社団法人日本内科学会	市民公開講座	大集会室他	○	
5/23	日本神経学会	国際交流会・市民公開講座	大集会室他	○	
6/4 ～9	一般社団法人 日本現代美術振興協会	ART OSAKA 2025	全館	○	
6/10 ～7/7	アダム ミツキエヴィチ インスティチュート	ポーランド現代アート展覧会	中・小集会室 会議室	○	
7/28 ～8/21	台湾文化センター	We TAIWAN	大集会室他		
8/22 ～24	大阪文化芸術事業 実行委員会	大阪国際文化芸術プロジェクト (コンサート)	全館	○	○
9/5 ～8	大阪映像文化振興事業 実行委員会	大阪アジア映画祭	大集会室他	○	○
9/13 ～9/15	大阪クラシック実行委員会	クラシックコンサート	全館	○	○
9/20	公益社団法人 大阪府獣医師会	大阪動物愛護フェスティバル	大集会室他	○	○
10/31	(株)ジェイコムウエスト	N響カジュアルクラシックコンサート	大集会室他		
11/5	大阪市立幼稚園音楽会 実行委員会	コンサート・発表会	大集会室他	○	○
11/4	日本小児臨床薬理学会 芸術集会	学術集会	全館	○	
11/23 ～24	大阪芸術大学	オオサカデザインフォーラム	全館	○	○
11/28 ～30	一般社団法人 認知神経リハビリテーション学会	学術集会	大集会室他	○	
1/16	(株)ジェイコムウエスト	N響カジュアルクラシックコンサート	大集会室他		
2/13 2/21・22	大阪マラソン組織委員会	協議説明会・サブイベント会	全館	○	○
3/25 ～27	一般社団法人 日本獣医師会	学会発表	大集会室他	○	

(ア) オリジナルガイドツアーの実施

【受付開始】大阪市中央公会堂ガイドツアー再開のお知らせ

2025年08月01日

大阪市中央公会堂ガイドツアー再開のお知らせ

大阪市中央公会堂では、歴史と芸術が融合した魅力あふれるガイドツアーを再開いたします。

かつてアイゼンシュタインやヘンケラー、宇富寅行上杉ガーリンも訪れたこの場所で、芸術と歴史の脈をお楽しみいただけます。

◆ツアーの見どころ

壮麗な大集合室
 明治最大の洋館で、1161席の豪華な舞臺を囲む豪華な装飾をご覧ください。ヨーロッパのオペラ劇場を彷彿とさせるプロセニウムアーチや「聖職王」の装飾が特徴です。

歴史ある中庭と公会堂の物語
 長31メートルの中庭の由来について発見した中庭史。その誕生から、大阪の人情本郷と市民の歴史の歩み。

そして中央公会堂の建設・保存に託る歴史を紐解きます。

特別品の芸術作品
 貴重宝として愛蔵されていた特別室では、秘蔵品による天井画や美しいステンドグラスをご覧ください。大阪市の市章である波導や流導の模様がモチーフにしたデザインが見どころです。

地下展示室と劇場の物語
 劇場当時のエレベーターの電力計算や鉄骨の構造など、歴史的価値を地下展示室でご覧いただけます。

ツアーは室内内見学エリアも含め、歴史と芸術の一端を会することなく体験できる内容となっております。ぜひこの機会に大阪市中央公会堂の歴史と魅力を感じてください。

<お申込方法>
 お申込み詳細について下記詳細をご覧ください。

お席のご希望はようお待ちしております。

申し込み：9月1日（月）15:30よりお席選にて受付を開始いたします。

受付日時（先着順）：9月1日（月）15:30～20:00 9月2日（火）以降 9:30～20:00

ガイドツアー日時：9月30日（火）

午前の部：10時～

午後の部：13時～

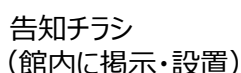
申込費：※大阪市中央公会堂
 TEL:06-6208-2003（9:30～20:00）
 ※1組別4名迄のお申込となっております。

ガイド時間：90分

定員数：各回30名（※お申込み後、定員になり次第締め切）

見学場所：大集合室→特別室→中庭（雨天の場合はB1B2）

参加料：1名,2,000円（グッズ付）

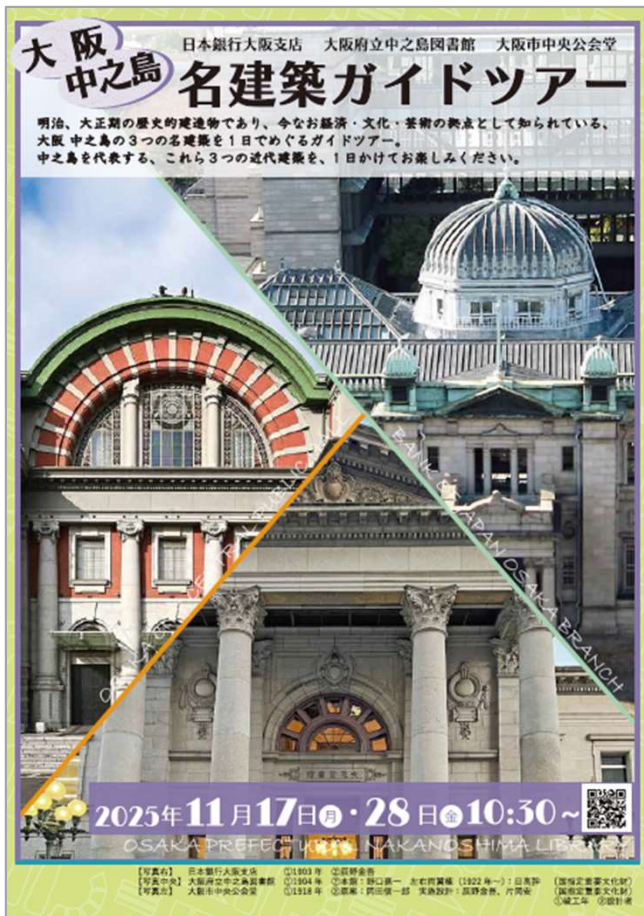


実施日	実施時間	参加人数	見学ルート	応募方法	応募者数	倍率
9月30日	10:30	30	大集会室・特別室・屋外	先着順	-	-
	13:30	29			-	-
10月20日	10:30	29	大集会室・特別室・屋外	先着順	-	-
	13:30	28	大集会室・小集会室・屋外	先着順	-	-
12月10日	19:00	32	大集会室・特別室・屋外	抽選	246	8.2
12月11日	19:00	32	大集会室・特別室・屋外	抽選	201	6.7
1月20日	13:30	30	大集会室・特別室・屋外	抽選	42	1.4
	15:30	30			41	1.4
2月17日	17:30	30	大集会室・特別室・屋外	抽選	251	8.4
	19:15	28			497	16.6
3月31日	17:30	57	大集会室・中集会室・ 小集会室・特別室	抽選	89	1.5
	19:30	50			170	2.8

(イ) 名建築ガイドツアーの実施

従来から実施していた中之島図書館、日銀大阪支店とのコラボレーションによる名建築ガイドツアーを踏襲し11/17（月）・11/28（金）に実施した。3館を一度に見学できる年に一度の機会であり、各日60名の定員を大きく上回る応募があった。20名ずつA～Cグループに分けそれぞれ別のルートで3館を巡った。各館のガイド役が参加者と一緒に館内外を巡り案内した。この模様は番組「中之島情報局」で取材・放送した。

実施日	実施時間	参加人数	見学ルート	応募方法	応募者数	倍率
11月17日	10:30	67	大集会室・2F・屋外	抽選	540	9
11月28日		69	特別室・屋外		447	7.5



3館合同で作成した募集チラシ



「中之島放送局」
の1シーン

(ウ) NHK交響楽団アンサンブルコンサート

(株)ジェイコムウエスト各局が各地域で開催しているNHK交響楽団によるアンサンブルコンサートを令和7年度は大阪市中央公会堂で2度実施した。クラシックの名曲やNHK大河ドラマや朝ドラのテーマ曲などをNHK交響楽団のメンバーが彩り豊かに演奏する人気の催事で、大阪の都市魅力の創造・発信に資する誘致と位置づけ、実施した。

催事名	J:COM×NHK大阪放送局 Presents NHK交響楽団メンバーによるアンサンブルコンサート 主催：ジェイコムウエスト 協力：NHK大阪放送局
会 場	大阪市中央公会堂大集会室
概 要	第1回目 日時：2025年10月31日（金）開演18:45 終演20:45 対象：J:COM東大阪局エリアの方 人数：700名 第2回目 日時：2026年1月16日（金）開演18:30 終演20:30 対象：J:COM北河内エリアの方 人数：700名



募集チラシ



「中之島放送局」の1シーン



いずれの模様もJ:COMチャンネルで取材し放送した。

第1回目

番組「ジモトピ」で大阪府下のJ:COM放送エリアで放送（11月）

第2回目

番組「中之島情報局」で関西（大阪・兵庫・京都・和歌山）のJ:COM放送エリアで放送（2月）

(エ) 公会堂オリジナルグッズの開発・販売

中央公会堂に来られた記念やお土産としてご購入いただくことを目的にオリジナルグッズを製作した。令和7年度は5点の商品を用意し、3月に導入した自動販売機で販売を開始した。またガードツアー参加者へのお土産として提供した。」

自動販売機設置日：令和8年3月24日（火・休館日）

自動販売での売上実績：25,000円/週



■ポストカード
販売価格 200円



■ボールペン
販売価格 600円



■ドリップコーヒー（5個入り）
販売価格 1800円



■ドリップコーヒー
販売価格 300円



■ハンドタオル（泉州タオル）
販売価格 1200円



オリジナルグッズ自動販売機
南東地下1階 岩本記念室前に設置

(オ) 絵画展

6月に大阪・関西万博「大阪ヘスケアパビリオン」で行った催事（キッチンカー）の売上の一部を使い「未来へ紡ぐ こどもたちのまなざしと中央公会堂 小学生絵画展」を実施した。中央公会堂に近い大阪市立中之島小学校及び大阪市立開平小学校では毎年公会堂の建物の絵を描いているが、その絵をお預かりし、絵画展として開催した。

開催目的：多くの来場者に子どもたちの想像力を感じてもらう

開催日：3/21（土）22（日）

絵画点数：107点

来場者数：合計73名



催事お知らせチラシ



催事当日の様様

3) 自主事業

令和7年度は4件の自主事業を実施した。結果は以下の通り。

事業名	実施日	計画		実績	
		収入	収支	収入	収支
自動販売機による飲料の販売	4/1～3/31	1,147,200円	1,057,200円	1,437,224円	1,347,224円
有料駐車場の運営	4/1～3/31	32,820,000円	32,820,000円	32,820,000円	32,820,000円
ポケットWifi貸出し	4/1～3/31	302,400円	275,904円	282,800円	256,304円
施設の早朝・深夜利用	4/1～3/31	—	—	4,216,836円	3,620,836円

ポケットWifi貸出し件数 : 101台

早朝・深夜利用件数 : 19件

4) 利用促進活動

(ア) 受付の意匠変更

利用者が最初に訪れる受付は中央公会堂に対するイメージを植え付けるスペースとして重視し、受付カウンターなどのリニューアルを行った。一般的なホテルのカウンターの高さとし、木目調で重厚感のある色彩とした。常連の利用者からは「ホテルのようだ」などとの声をいただき、イメージアップにつながった。従来よりもカウンターを高くすることで職員側の作業スペースも広く確保することができ、また収納スペースをたくさん設けることで備品の貸し出しがスムーズになり、効率化とサービス向上につながった。



リニューアルした受付カウンター

(イ) 利用案内の刷新

部屋利用を検討されている方にお渡しする「利用案内」を刷新した。部屋ごとに一目で見ることができるようにページを構成し、多くの情報量でもできるだけ見やすく工夫した。またホームページからも閲覧できるようにした。

**大阪市中央公会堂
利用のご案内**

2025年9月1日改訂

OSAKA City Central public hall

Since 1918

刷新した利用案内

大集会堂 (1F・2F)

施設利用料(平日) ※下記は入場料・参加料などを徴収しない催事での利用料

時間区分	大集会堂	控室1	控室2	第5会議室
午前 9:30 - 12:00	50,000	900	1,800	1,600
午後 13:00 - 17:00	130,000	2,300	4,600	4,100
午後 18:00 - 21:30	80,000	1,400	2,800	2,500
夜間 19:00 - 21:30	150,000	2,700	5,300	4,700
夜間 19:00 - 21:30	70,000	1,300	2,500	2,200
全日 9:30 - 21:30	180,000	3,200	6,400	5,700
延長30分	10,000	200	400	400

※前掲施設利用料、舞台・控室などの料金は含まれていません(別途料金)

1F

2F

客席数(席) ※別途座席用スペースあり(6席分)

	1階	2階	合計
本舞台	870	351	1,221
造り舞台1	763	351	1,114
造り舞台2	678	351	1,029

舞台寸法(cm)

	開口	奥行	高さ
本舞台	1050	800	123
造り舞台1	1178	201	123
造り舞台2	1178	259	123

※舞台前面から一文字までの高さは465cmです

電力代

■消費電力70wごとに電力代300円(15分)が必要(P.29参照)

■電燈を使用する機材を持ち込まれる場合は、必ず「機材持込み履歴」を提出してください。「機材持込み履歴」の提出がない場合は、持ち込み機材の使用できません。

※持ち込み機材が使用される場合は、消費電力に応じた電力代が必要となります。

無料備品

	大集会堂	ロビー
水・白ボード (両面)	1台	1台
椅子	24台	24台
テーブル 大・小	1台	1台

出入り口・ロビー

■原則、観客動線から誘導してください。乗降階段の開設は内部からの手配です。ご利用者自身で開設・誘導してください。

■ロビーのモニターテレビはスイッチを閉めることができます。設置の調整は公会堂施設技術者に申し出てください。(控室1・控室2のモニターは室内で音量調整可) ※ロビー・控室2のモニター映像は同一です。

駐車場・出入り口

■建物西側のスロープに乗り降りのみで駐車することができます。駐車希望される際は、事前に「駐車許可申請書」を提出してください。(P.37参照)

■出入りは算出駐車券の提示を必要としない。(公会堂西側のスロープを重視しています)

■駐車場は、タイムズ大塚市中央公会堂を利用してください。(P.2参照)

舞台設備技術者

■人的要件が発生する舞台設備技術者は、事前の打ち合わせにて必要人数を決定します。

■ご利用者が契約されている専門事業者と共同で催事を実施いただくことは可能です。

■その場合も立会いなどのため、最低限の公会堂舞台設備技術者が必要となります。なお、専門事業者と共に催事を実施いただく場合は、事前の届出が必要です。

催 目	時 間 区 分	料 金 (円)
舞台・照明・音響・映像	午前 9:30 - 12:00	22,000 /1台
	午後 13:00 - 17:00	
	夜間 18:00 - 21:30	
	午後・夜間 9:30 - 21:30	
	全日 9:30 - 21:30	
延長30分	1,800 /1台	
	全日 9:30 - 21:30	35,700 /1台
映写技術者	15日前まで	無料
	14日～当日前まで	規定料金の30%
	7日～4日前まで	規定料金の50%
キャンセル料	3日前～利用当日	規定料金の100%

大集会堂附設庫一覧 ※利用料は15分の会費です。全日利用の場合は下記の内容の課金となります

■ 付属品名 単 位 料 金 (円) 備 考

ポータライト	1台	1,000	
サブペジションライト	1台	1,500	地盤より
フットライト	1式	3,000	
客席サイドスポットライト	1式	2,000	地盤より
フロントスポットライト	1式	1,500	地盤より
トーマンタラックライト	1式	1,500	
アッパー・フットライト	1式	1,500	
ローアングルライト	1式	1,500	
ピンスポットライトA	1台	3,000	仕様:ルーベンスポット
ピンスポットライトB	1台	2,000	仕様:20w
シーリングライト	1台	500	仕様:リモコン式
スポットライトA	1台	300	仕様:15w
モニター	1台	1,500	
マルチプロジェクター	1台	1,500	

(ウ) スマートレジの導入

これまでは窓口での支払いについては現金を預り、経理担当者または業務責任者が金庫からお釣りを出し、領収書は手書きのものを発行していた。スマートレジ導入により、その場ですぐにレシート（領収書）が発行できるようになり、お待たせすることがなくなった。またこれまでお断りしていた両替についても対応可能とし、利便性の向上につなげた。

受付カウンターに設置した
スマートレジ



(エ) 合同下見会の実施

各集会室予約者が事前の下見を希望されても繁忙期など部屋の空きがない場合、下見をすることができないため「合同下見会」を実施した。日程を決め部屋を押さえたうえで複数の予約者（団体）に案内し参加希望者を集めて実施した。

対象の部屋：中集会室・小集会室・特別室・第9会議室

実施日：9/5（金）10/10（金）11/5（水）12/15（月）1/19（月）3/10（火）

参加団体数：合計63組



合同下見会の様子

(オ) 利用者アンケートの実施

利用者の満足度、改善要求を把握するため利用者アンケートを実施した。

実施期間：令和8年1月28日～3月16日

取得サンプル数：207件

取得方法：オンラインアンケート（お渡したQRコードをスマートフォンで読み取って回答）

満足度については以下の通りとなった

・施設の清潔さ	とても良い+良い	93.7%
・設備の使いやすさ	とても良い+良い	84.1%
・会場内の椅子や机の状態	とても良い+良い	83.6%
・空調設備	とても良い+良い	58.9%
・照明設備	とても良い+良い	71.0%
・利用料の妥当性	とても良い+良い	77.7%
・スタッフの対応	とても良い+良い	89.3%

※詳細な「利用者アンケート報告書」を別紙添付

5) 広報活動

(ア) ホームページのリニューアル

指定管理業務開始にあたり、利用者との接点となるホームページのリニューアルについて指定管理業務開始前から取り組んだ。制作にあたっては以下の3つのポイントを重視し、工夫を重ねた。

①中央公会堂の魅力が伝わるデザインとすること

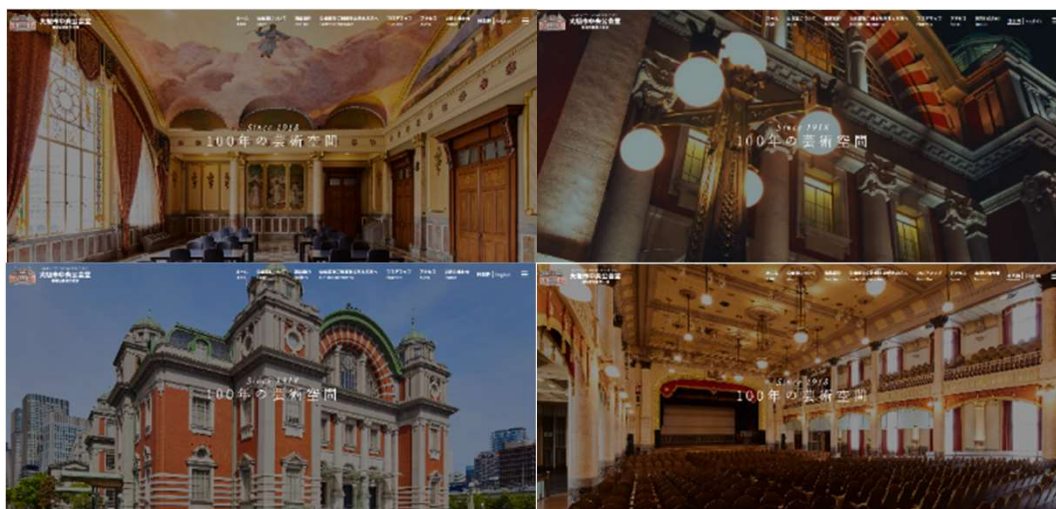
公会堂の建物がより魅力的に感じられるよう、先ず各部屋の写真を撮影した。撮影した写真を各ページの随所に掲載し、視覚的に訴えた。特にトップページは大集会室・特別室・外観の計4点の写真を大胆に大映しにし、自動でオーバーラップさせた。

②わかりやすいページ構成とすること

中央公会堂を利用したい人、見学したい人、各部屋を知りたい人、どのような目的でホームページを訪れてもわかりやすく、知りたい情報にたどり着けるよう、工夫した。

③実用的で使いやすいホームページにすること

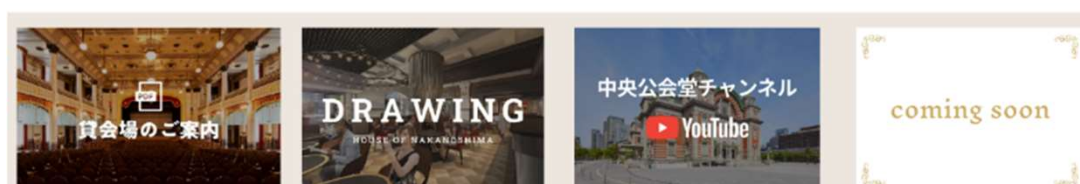
予約利用申込、資料ダウンロード、画像使用許可申請・ダウンロード、問い合わせフォームといったことがホームページ上で行えるようにするなど使いやすさを追求した。



トップページデザイン



知りたい情報に
視覚的にアクセス



令和7年4月1日～令和8年3月31日の期間中のホームページ利用状況

総PV数：1,531,286

セッション数：410,123

トータルユーザー数：258,407

予約利用申込数：2,485

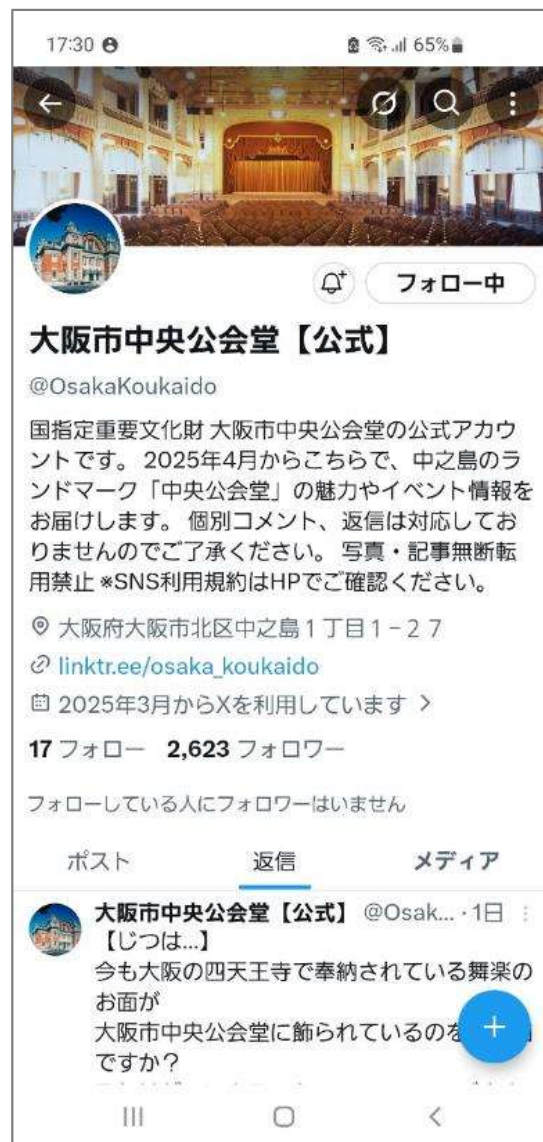
問い合わせフォーム利用数：326

画像使用許可申請数：1,359

各種資料ダウンロード数：26,644

(イ) SNS発信

スマートフォンで気軽に中央公会堂の情報が得られるようSNSの発信を行った。中央公会堂内外の何気ない風景や四季の移ろい、また催事の情報がガイドツアーのお知らせを発信した。毎月制作している番組「中之島情報 局」の中から中央公会堂を紹介する「公会堂ロマン探訪」のダイジェスト編集したリール動画をアップした。フォロワー数、インプレッション数ともに徐々に増え、動画投稿以降大きく伸長した。



SNS利用状況

— X —

フォロワー数：2,625
インプレッション数（最大）：18,000

— Instagram —

フォロワー数：1,610
インプレッション数（最大）：26,296

(ウ) 自主番組の制作・放送

11月より毎月1回自主番組「中之島情報局」を制作・放送した（年度内計5本）。イベントや中之島のできごと取材する「中之島TRENDY」、中央公会堂の建物や歴史を紹介する「公会堂ロマン探訪」、これから行われるイベントなどをお知らせする「インフォメーション」の3つのコーナーで構成した。大阪府、兵庫県、京都府、和歌山県約380万世帯をカバーするJ:COMサービスエリアの地デジ11チャンネル「J:COMチャンネル」で放送するとともに、中央公会堂ホームページでも視聴できるようにした。またYouTubeチャンネルとしてこれまで放送した番組をアーカイブ化した。



「中之島情報局」の画面

●J:COMチャンネル（地デジ11ch）

【放送日】

毎週日曜日放送

1週目放送 2週目以降は再放送

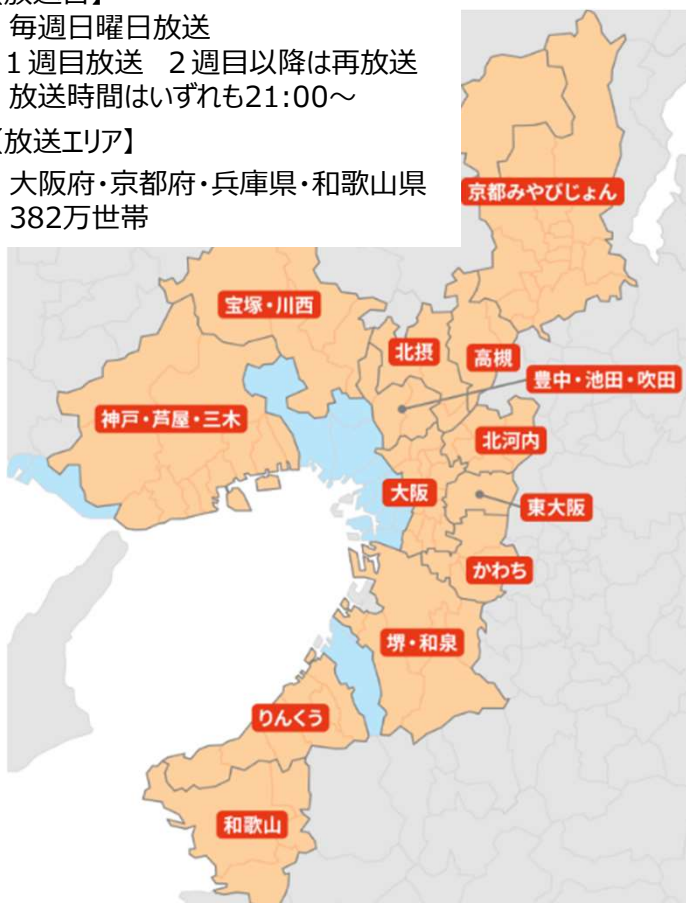
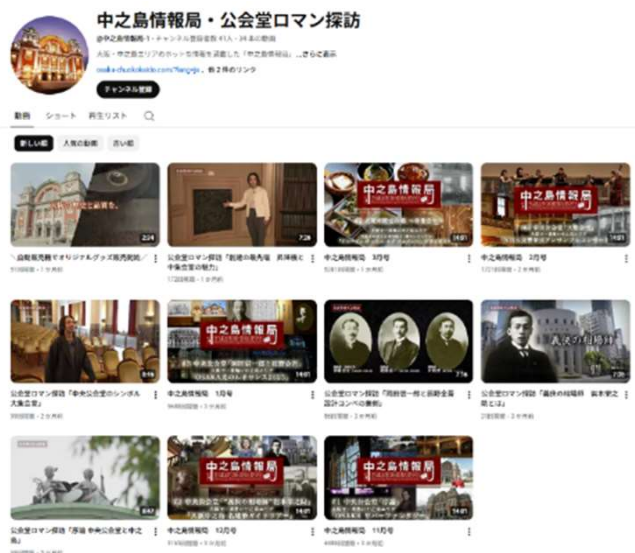
放送時間はいずれも21:00～

【放送エリア】

大阪府・京都府・兵庫県・和歌山県
382万世帯

●YouTubeチャンネル

アーカイブコンテンツ数（3月末現在）



(エ) 他者からの取材・ロケーション・写真利用

中央公会堂のPRにつなげるため、企業・個人を問わず他者からの取材や撮影ロケーションとしての利用、写真の利用を積極的に受け入れた。

●TV (21件)

地上波、衛星放送、CATV

特に地上波での放送は影響力が大きく、放送後には入電が増えた。

●WEB・SNS (137件)

媒体社によるWEBマガジン、SNS

雑誌社が配信するWEBサイトへの写真や動画のアップロードのための申請が多かった。

●新聞・雑誌・パンフレット (35件)

新聞社、雑誌社、企業が発行するパンフレット

旧来型の紙媒体への写真や記事での紹介も一定数あった。

●その他 (77件)

商品パッケージ、ポスター、CM、交通機関

食品のパッケージへの公会堂のイラスト利用の申請が多かった。また電車バスのラッピングデザインの申請も目立った。

●記録 (255件)

催事主催者による記録撮影

催事主催者が催事内容の記録として撮影申請したもの。

●ウェディング (1012件)

婚礼前撮り

年間を通して申請があり、1日平均3件、多い日には5～6件の撮影があった。

●個人 (170件)

個人による写真利用

ホームページ上でダウンロードできるようにしたため、多くの利用申請があった。

取材・画像使用実績例



商品パッケージ：ハチ食品
るるぶコラボシリーズ
大阪甘辛ビーフカレー



TV番組：関西テレビ
Newsランナー
大東俊介の発見!てくてく学



雑誌：講談社女性コミック
ぼくらのレトロカフェ日記



TVCM：JR西日本
大阪デスティネーションキャンペーン

主なTVメディア		放送・掲載	内容
読売テレビ	かんさい情報ネットTen	4/21	中央公会堂の全体紹介
テレビ東京	休日は旅に出よう	5/18	中央公会堂の全体紹介
テレビ大阪	関西リーダー列伝	6/15	ロケーション利用
関西テレビ	newsランナー「大東俊介の発見!てくてく学」	6/19	中央公会堂の全体紹介
読売テレビ	おおさかほんわかテレビ「すち天ビルチング」	8/8	中央公会堂の全体紹介
J:COM	ジモトトピックス	8/22	WE TAIWAN取材
J:COM	ジモトトピックス	11/29	名建築ガイドツアー取材
NHK大阪	ほっと関西「関西どこいこMAP」	11/13	中央公会堂の全体紹介

(オ) 館内案内 (リーフレット) 制作

打合せや来館者への説明ツールとして館内案内リーフレットを作成した。A4三つ折りで邪魔にならないサイズとした。表紙には中央公会堂の成り立ち、見開き中面にはフロア案内と集会室・レストランの紹介、裏面には歴史年表を掲載、コンパクトながら中央公会堂の概要がわかる構成となっている。裏面には中央公会堂地下1階に設置しているスタンプを押す丸枠を設け、来館者の記念になる工夫をした。催事利用者からの要望に応じ、来場者への配布物として利用いただいた。

見どころいっぱい中央公会堂。建物を隔ちて見ればまたひとつ新しい発見に出会えるかも...

B1F

1 創建当時の基礎の下に埋められていた鉄筋。周に築かれていた地盤の地盤を強化する目的で地中に約4千本の鉄筋が打ち込まれていた。

2 創建当時、大集会室の2階客席の椅子。座席の面には椅子をかきとったような金具が設置されている。

3 創建当時使用されていたオーケストラピットの入口扉。

4 創建当時のエレベーターの動力装置。アメリカのオービス社製で10人乗りのものが2基あった。

外観

アーチ屋根の上には彫られている3体の像。商業の神「メルキュール」(左)と科学・工業の神「エルクワ」(右)。創建当時のものは第二次世界大戦中の空襲により失われたが、保存再生工事の際、当時のものに近いデザインで復元された。

南東4か所にある特徴的なデザインの出窓。若本堂の跡が台座の形に変わって高くなったと言われている。

現代建築ではあまり見られないタイルと白い花崗岩で構成された外観。建物の美しいコントラストを生み出している。

History

1911 (明治44) 若本堂の跡に、公会堂建設委員会(会長 若本 大助)を大阪市に発足。同年、大阪市は「第1公会堂建設条例」を制定。

1913 (大正2) 早稲田大学教授・岡田謙一郎氏の設計を基に、東京駅の設計者、辰野金吾氏と片岡寛吉氏が実施設計。同年工事に着手。

1918 (大正7) 10月竣工。11月、開館。

1922 (大正11) 12月アイシシエーション(創刊時) 講義会開催。

1944 (昭和19) 第二次世界大戦中の空襲により、エレベーター・階段手すり・シンボル像等が損壊される。

1955 (昭和30) ヘルンテラーの講義会開催(3度目)。

1962 (昭和37) ガーデン大和講義会開催。

1988 (昭和63) 大改修。公会堂の永久保存と活用について決断。

1996 (平成8) 保存・再生工事。基本設計がまとまる。

1999 (平成11) 保存・再生工事着手。

2002 (平成14) 9月保存・再生工事完成。12月公会堂地下1階客席として、西日本で初めての国の重要文化財に指定される。

竣工: 1918年(大正7年)
設計: 辰野金吾・岡田謙一郎
実施設計: 辰野金吾・片岡寛吉
敷地面積: 2,541.81㎡
建築面積: 2,330.33㎡
延床面積: 5,500.50㎡
構造: 鉄骨コンクリート造(基礎鉄骨造) 地上3階 地下2階

OSAKA CITY CENITAL PUBLIC HALL

国指定重要文化財

大阪市中央公会堂のご案内

大阪市中央公会堂は大阪市北区中之島に建つレンガ造りの歴史的建築です。1913年に大阪市民・若本堂之助氏の寄贈をもとに着工され、1918年に竣工しました。以来、オペラやコンサート、講演会などを開催し大阪の文化・芸術の発展に貢献してきました。老朽化に伴い、1996年から保存・再生工事が行われ、2002年に完成。その美しい外観と内部意匠が評価され、同年12月に公会堂建築物として西日本で初めての国の重要文化財に指定されました。現在も市民の活動拠点として親しまれています。

大阪市中央公会堂
9:30～21:30 (お開き自慢は20:00まで)
※ 第4式曜日・年末年始は休館
☎ 06-6208-2002
大阪市北区中之島1-1-27

■大集会室(1階席)

ヘレンテラーやガガーリンなど数多くの各界著名人らの講演会や世界的アーティストによるオペラ、コンサートが行われた歴史あるホール。モダンなシャンデリアや金箔に覆われたプロセニウムアーチ、豪華なカーテンなど細部に至るまで創建当時の姿に復元されている。

■大集会室(2階席)

7メートルの高さからステージを臨む2階席。大理石の柱や大集会室全景、荘厳な雰囲気を楽しむことができる。

■小集会室(3階席)

貫串に木を用いた格調高い雰囲気のある部屋。部屋全体の重厚な中に、軒端がほどこされたタペストリーやカラフルなスタンドグラスも優雅さを添えている。

■自由見学エリア(B1階)

部分が「自由見学エリア」

【巡回ルート】
西入口→3→2→1→5→4→東入口

■レストラン(B1階)

ゆったりと本格的な食事を楽しめるダイニングエリアと賑わいをイメージしたバルエリアに分かれ、それぞれの趣を楽しむことができる中央公会堂にふさわしいレストラン。

■中集会室(3階)

宮殿の広間を彷彿とさせる広大な空間と回廊を備えたホール。天井が高いので、開放感がある空間となっており創建当時のまま残されている。貴重なシャンデリアとステンドグラスは贅麗な空間を演出している。

■特別室(3階)

創建当時、貴賓室として使用された。天井や壁面には日本神話様が描かれており、窓には、慶賀の象徴である鳳凰と、大阪市の市章「みおつくし」がデザインされたステンドグラスを見ることが出来る。

6) ステークホルダとの連携

(ア) 駅からはじまるアートイベント「キテ・ミテ中之島」

中之島を訪れた人たちに「中之島＝文化・芸術の地」と感じていただくとともに、中之島の魅力を広く発信するというコンセプトのもと、2011年にスタートしたもの。中之島エリアの駅や施設に、アーティストや一般募集した作品の展覧会を開催している。中央公会堂ではこのイベントに協力し、作品の展示スペースを提供した。

主催：京阪ホールディングス

共催：中之島パビリオンフェスティバル2025実行委員会

日程：5月31日（土）～7月31日（木）



展示作品：「こども元気かつぎっこ」
作者：大阪市立常盤幼稚園の園児
展示場所：地下1階共用部（廊下）



展示作品：「思うこと」「Soar」「Heart」
作者：柴清文
展示場所：地下1階展示室

(イ) クリエイティブアイランド中之島「ARでめぐる中之島15の場所での物語」

演劇作家・チェルフイチュ主宰の岡田利規による大阪中之島を舞台にした創作物語「中之島15の場所での物語」のAR挿入作品を体験するイベント。中央公会堂は15の場所のうちの1か所としてスペースを提供した。

主催：クリエイティブアイランド中之島実行委員会

共催：中之島パビリオンフェスティバル2025実行委員会

日程：9月27日（土）～11月30日（日）



(ウ) 生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2025（イケフェス大阪2025）

普段見ることのできない「生きた建築」を建物所有者の協力により公開し、その魅力に触れ、いつもとは一味ちがう大阪を感じてもらうことを目的に開催されている。公式日程10/25（土）・10/26（日）は予約が入っていたため、中央公会堂では別日を公開して協力した。

主催：一般社団法人生きた建築ミュージアム大阪

日程：10月23日（木）10:00～16:00【中央公会堂 公開日】



当日は好天に恵まれたこともあったが、平日にもかかわらず多くの来館があった。

大集会室入室者数：801人

特別室入室者数：653人

イケフェス大阪2025の自由見学に協力した85施設のうち中央公会堂の来館者数は11位となった。

（生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2025大阪開催報告書）

7) 施設整備

(ア) 年間点検実績

年初に作成した点検計画に沿って実施した。No.40「防火対象物定期点検（防火扉）」についてのみ年度内に実施が間に合わず4/28に実施した。

大阪市中央公会堂 年間業務計画表

●印は実施済み ○印は未実施 →は実施月を変更																	2026/4/17現在	
No	業務項目	回数／年	予定 実績	R7	4	5	6	7	8	9	10	11	12	R8	1	2	3	備考
1	常駐設備運転監視業務 電気月次点検含む	12	予定 実績		● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	
2	中央監視設備保守点検	2	予定 実績		4/1～30 5/1～31	5/1～31 6/1～30	6/1～30 7/1～31	7/1～31 8/1～31	8/1～31 9/1～30	9/1～30 10/1～31	10/1～31 11/1～30	11/1～30 12/1～31	12/1～31 1/1～31		1/1～31 2/1～28	2/1～28 3/1～31	3/1～31	
3	空調自動制御設備保守点検	2	予定 実績			○ ●	→ ●	● ●	8/26				● ●	12/9～16				
4	ガス吸収式冷温水機保守点検	5	予定 実績		○ ●	● ●	● ●	● ●	○ ●	● ●	● ●	○ ●	● ●	12/10		○ ●	● ●	3/18
5	冷却塔保守点検業務	2	予定 実績		● ●	○ ●				9/3	10/25	● ●						
6	自動扉保守点検	4	予定 実績			● ●			● ●			● ●	11/25			● ●	○ ●	
7	昇降機設備保守点検	12	予定 実績		● ●	● ●	● ●	● ●	8/26	● ●	● ●	● ●	11/25	● ●	● ●	2/24	● ●	
8	防水扉保守点検	1	予定 実績		4/22	5/27	6/24	7/22	8/26	9/24	10/28	11/25	12/27	1/27	2/24	3/24		
9	免震装置点検	1	予定 実績													● ●	○ ●	
10	地震計保守点検	1	予定 実績														● ●	
11	舞台機構等設備保守点検	2	予定 実績					○ ●			● ●	10/21～23		○ ●	● ●	2/23～24		
12	舞台照明等設備保守点検	2	予定 実績						● ●	8/27				1/5～6				
13	舞台音響設備点検	1	予定 実績			● ●	● ●				● ●			● ●				
14	電気設備保守点検	1	予定 実績				6/3(大集会等)7/1(中集会等)					10/28～30(小集会等など)			1/27	● ●		
15	ポンプ(空調用)保守点検	2	予定 実績							● ●						2/24夜	● ●	
16	空調機フィルター保守点検及び清掃	2	予定 実績							9/24							● ●	
17	空調機保守点検	2	予定 実績							9/24							● ●	
18	全熱交換器保守点検	2	予定 実績							9/24							● ●	
19	空冷ヒートポンプエアコン設備保守点検	2	予定 実績							9/24							● ●	
20	送風機(免震階用)保守点検	2	予定 実績							9/24							● ●	
21	ポンプ(飲用水・洗浄用)保守点検	2	予定 実績		○ ●					9/24	○ ●						● ●	3/24
22	ポンプ(雑排水・汚水用)保守点検	2	予定 実績				● ●					● ●						
23	消防用設備点検	2	予定 実績				6/24			● ●			11/25				● ●	
24	防火対象物定期点検	1	予定 実績							9/24							● ●	3/24
25	直流電源設備点検	1	予定 実績														● ●	3/24
26	非常用発電機設備点検整備	1	予定 実績														● ●	2/24夜
27	受水槽清掃業務	1	予定 実績			● ●												
28	汚水槽・雑排水槽清掃	2	予定 実績				● ●					● ●	11/25					
29	空気環境測定	6	予定 実績			● ●		7/17		9/18		11/19		1/15			3/19	
30	水質検査	3	予定 実績			● ●			○ ●	● ●		● ●	11/12					
31	鼠昆虫等駆除業務	2	予定 実績				● ●	6/25					12/17					
32	機械警備業務	12	予定 実績		● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	
33	施設警備業務	12	予定 実績		4/1～30 5/1～31	5/1～31 6/1～30	6/1～30 7/1～31	7/1～31 8/1～31	8/1～31 9/1～30	9/1～30 10/1～31	10/1～31 11/1～30	11/1～30 12/1～31	12/1～31 1/1～31	1/1～31 2/1～28	2/1～28 3/1～31	3/1～31		
34	日常清掃業務	12	予定 実績		4/1～30 5/1～31	5/1～31 6/1～30	6/1～30 7/1～31	7/1～31 8/1～31	8/1～31 9/1～30	9/1～30 10/1～31	10/1～31 11/1～30	11/1～30 12/1～31	12/1～31 1/1～31	1/1～31 2/1～28	2/1～28 3/1～31	3/1～31		
35	定期清掃業務	3	予定 実績			● ●				○ ●					● ●	● ●		
36	植栽維持管理業務	2	予定 実績			5/26～27				○ ●	● ●	10/22				2/19		
37	大屋根点検・整備業務	1	予定 実績													2/24		
38	特定建築物定期調査	1/3年 R7実施	予定 実績													○ ●	● ●	3/24
39	建築設備検査(換気、非常照明、給排水)	1	予定 実績										○ ●	● ●	1/27			
40	防火対象物定期点検(防火扉)	1	予定 実績														○ ●	
41	業務用冷凍空調機器の点検業務等	2	予定 実績							● ●								4月実施予定
42	ガス設備維持管理業務	12	予定 実績		● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	9/24	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	
43	大気汚染防止法に基づく測定	2	予定 実績		4/1～30 5/1～31	5/1～31 6/1～30	6/1～30 7/1～31	7/1～31 8/1～31	8/1～31 9/1～30	9/1～30 10/1～31	10/1～31 11/1～30	11/1～30 12/1～31	12/1～31 1/1～31	1/1～31 2/1～28	2/1～28 3/1～31	3/1～31		

(イ) 木製扉の錠前のメンテナンス

老朽化により公会堂館内にある木製の扉の錠前にうち開閉が困難になっているものが複数ある。鍵を貸出し利用者の手で開閉しており、扉を無理に開閉しようとすることで不具合は年々悪化していると考えられ、継続的なメンテナンスをスタートさせた。

(調査 7月)

32箇所ある木製扉を本鍵およびマスターキーで複数回開閉を行い、錠前と棒鍵の引っ掛かり具合を確認、9か所の扉の開閉が困難であることが判明した。また扉全体がたわんでいるものが5か所、ストッパーが破損しているものが8か所、ドアノブが紛失しているもの（倉庫）が1か所あった。

・開閉困難箇所：

小集会室南/小集会室北/中集会室南東2か所/中集会室南西2か所/特別室南/特別室～中集会室間/第6会議室

・扉たわみ箇所：

中集会室南東2か所/中集会室南西/中集会室北西/特別室～中集会室間扉

・ストッパー破損箇所

中集会室南東2か所/中集会室南西2か所/中集会室北西/特別室～中集会室間2か所/第5会議室

・ドアノブ紛失箇所

北東階段備品庫

(業者選定 9～11月)

大正時代に作られた錠前を修繕できる業者が少なく、過去に実績のあった大阪ロックサービスに、古い錠前を修繕できる職人の方がいらっしゃる事が判明し、現地調査をいただき対応可能か打合せを行った。

(対応方針の検討 12月)

メンテナンスは錠前を取り外し、大阪ロックサービスが持ち帰って行う必要があるが、部屋は毎日貸し出しており鍵の開け閉めが必要なため、3階北東の空調機械室内の使用していない内扉の錠前を取り外し、対象の扉の錠前を外した後に仮設置する方法で対応することとした。

(メンテナンス作業 12～3月)

小集会室南側扉の錠前を取り外しメンテナンスを実施、3/16に完了した。完了後は鍵が引っかかることなくスムーズに開閉できることを確認した。同日、小集会室北側扉の錠前を取り外し、次のメンテナンスを開始した。



小集会室北側扉



小集会室棒鍵

(ウ) 床保護剤の変更

従来より年間3回、木製の床を油引き（ワコトオイル）していたが、令和7年度期中より床ワックスに変更した。

変更理由

- ワコトオイルは速乾性に欠け、油引きの後数日間は床がすべりやすく危険なこと
- 匂いが強く油引き後数日間は匂いが消えないこと

令和7年度の実績

5/26（月）～27（火）

休館日に合わせ従来の油引きを実施（全館）

5/28（水）

中集会室利用者から床が滑って危ないとの指摘があり、ワコトオイルのふき取り作業実施

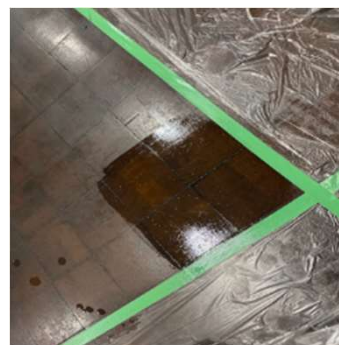
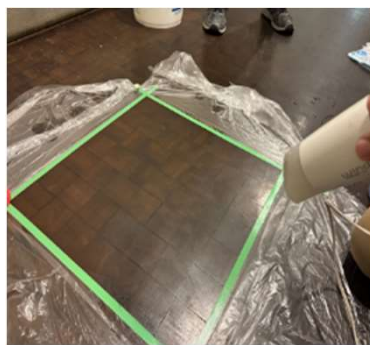
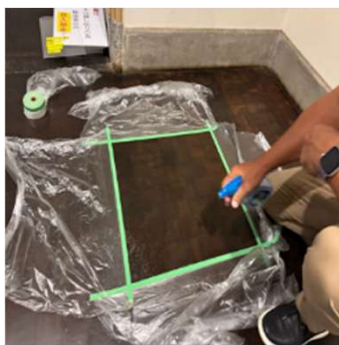
6月以降

ワックスへの変更検討

8/21（木）

一般の人が出入りしない場所の床でワックス（リンレイ製）塗布のテスト実施

長年繰返し油引きを行っていたため、床面が飽和状態で床からワックスが染み出している状況のため中性洗剤を使用してクリーニングを実施、表面を乾燥させた上でワックスを塗布。



ワックス塗布テストの様子

9/24（木）

同じ場所で2回目のワックス塗布テスト実施、ワックスの仕上がりに問題ないことを確認。

11/25（水）

一般の人が出入りする中集会室の一部の区画でワックス塗布テスト。

12/16（水）

中集会室の床を確認。塗布したワックスに異常のないことを確認。

2/23（月）～24（火）

休館日に合わせて中集会室床全体のワックス塗布作業実施。

3/23（月）～24（火）

休館日に合わせて小集会室床全体のワックス塗布作業実施。



ワックス塗布後の中集会室

ワックス塗布作業手順

床面の除塵→ ポリッシャー洗浄→ モップで拭き上げ→
ワックス掛け→ 乾燥

以降のワックス塗布作業予定

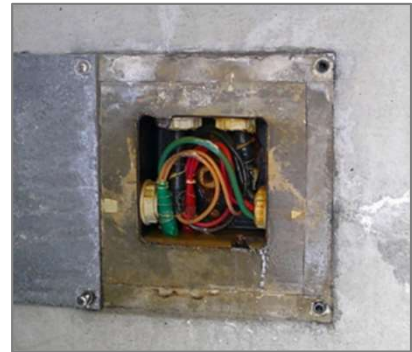
実 施 計 画	
実 施 日 程	実 施 場 所
2026年2月	中集会室
2026年3月	小集会室
2026年5月	大会議室
2026年9月	第一会議室、第二会議室、第三会議室、
2027年1月	展示室、廊下、岩本記念室

(工) 景観照明回路の不具合

屋外の景観照明のうち建物東面の電気点検口に漏電が見られ、夜間の点灯を中止。漏電は従来から発生していたと思われ、12/12（金）に点検口を確認したところ、内部に大量の雨水が溜まっており、それが原因と見られる。

点検口内の雨水を取り除き、約40日間点検口の蓋を開けた状態で乾燥させることで絶縁抵抗値が正常値になったため、建物東面の夜間照明点灯を再開した。

今後、雨水が溜まっていないか定期的に点検する。



(オ) 中集会室天井照明の不具合

中集会室の天井照明器具 7 か所に不具合があり、照明球が点灯しない。

照明器具は天井接続部直下に 1 灯、吊り下がった下部に 2 灯、合計 3 灯で構成されているがいずれも天井接続部直下の照明球が点灯しない状況。

具体的には以下の症状が出ている。

- ・ソケット部が照明器具本体から離脱し不安定な状況
- ・電球交換時に火花が散る

現在は電球を外し、ソケット部に粘着力の強いテープを貼り、落下防止措置をとっている。



現状のままでの修理は困難で、照明器具ごとに取り外し修繕後に元の位置に設置する方法を検討、来期への持ち越しとなった。

(カ) 通信サービスの充実化

3月より従来利用していたNTTのインターネットからジェイコム光インターネット（10G）に切り替えた。
同時に高速で同時接続に長けているメッシュWifiを導入し、複数の部屋でが利用できるよう、整備した。
（一般利用者への貸し出しは令和8年度より開始予定）

メッシュWifi利用可能場所

大会議室・大集会室・中集会室・小集会室・特別室



ONU（光終端装置）



メッシュWifi Pod

○メッシュWifi

複数のWifi Podを設置し受信可能エリアを網目（メッシュ）のように広げるサービス。

1台のONUに対し5台までメッシュWifi Podを無線で接続することが可能。

会議室や集会室内のコンセントにWifi Podを差し込むだけで良好なWifi接続が可能になる。

8) 備品整理

(ア) 備品の整理と備品リストの作成

中央公会堂の館内に存在する全ての備品についてひとつひとつ確認した。従来からある備品リストに記載されていないものも多数存在しており、明らかに不用品であるものを除くすべての備品870品目について新たに作成した備品台帳に記載し直した。備品台帳は新たに識別IDを振り、大阪市に残っている2つの備品リスト番号と紐づけを行った。大阪市の備品リストに記載のないもののうち、前指定管理者から引き継いだものと4月以降に調達したものを明確に区分した。また備品名、品番、保管場所に加え稼働/休止/故障の区分と破損の状態などのコメントも記載した。

資産区分	場所ID	識別ID	品名	画像	QRコード	状態	コメント	大阪市リス	市リスト_短	所大阪市リス	登録日
*コメン	第1会議室	B 4d907e00	ハンガーラック	備品管理App/images/備品リスト/Images/4d907e00.画像.00 4d907e00		稼働中	ハンガー×18				2025/07/26
*コメン	第1会議室	B d50a41a0	傘立て	備品管理App/images/備品リスト/Images/d50a41a0.画像.00 d50a41a0		稼働中					2025/07/26
大阪市	第1会議室	B 30cf7014	ホワイトボード	備品管理App/images/備品リスト/Images/30cf7014.画像.00 30cf7014		稼働中	大46	46			2025/07/26
*コメン	第1会議室	B 3e600d05	椅子	備品管理App/images/備品リスト/Images/3e600d05.画像.00 3e600d05		稼働中	18台 CHITOSE				2025/07/26
*コメン	第1会議室	B 8c7f6bbd	長机	備品管理App/images/備品リスト/Images/8c7f6bbd.画像.00 8c7f6bbd		稼働中	6台 KOKUYO 1800×450×700				2025/07/26
*コメン	第1会議室	B a6432d27	電話機	備品管理App/images/備品リスト/Images/a6432d27.画像.01 a6432d27		稼働中	FUJITSU				2025/07/26
*コメン	第1会議室	B e37c22ac	時計（壁掛け）	備品管理App/images/備品リスト/Images/e37c22ac.画像.01 e37c22ac		稼働中	CASIO				2025/07/26
*コメン	第2会議室	B fb8fd3b2	ハンガーラック	備品管理App/images/備品リスト/Images/fb8fd3b2.画像.01 fb8fd3b2		稼働中	ハンガー×18				2025/07/26
*コメン	第2会議室	B 2d2a33ee	傘立て	備品管理App/images/備品リスト/Images/2d2a33ee.画像.01 2d2a33ee		稼働中	KOKUYO				2025/07/26
大阪市	第2会議室	B b6983940	ホワイトボード	備品管理App/images/備品リスト/Images/b6983940.画像.01 b6983940		稼働中	大46	46			2025/07/26
*コメン	第2会議室	B 52b502ff	椅子	備品管理App/images/備品リスト/Images/52b502ff.画像.01 52b502ff		稼働中	CHITOSE 18 脚				2025/07/26
*コメン	第2会議室	B 57db62b6	長机	備品管理App/images/備品リスト/Images/57db62b6.画像.01 57db62b6		稼働中	KOKUYO 6台				2025/07/26
*コメン	第2会議室	B 7f8f5053	電話機	備品管理App/images/備品リスト/Images/7f8f5053.画像.01 7f8f5053		稼働中	FUJITSU				2025/07/26
*コメン	第2会議室	B c594b91b	時計（壁掛け）	備品管理App/images/備品リスト/Images/c594b91b.画像.01 c594b91b		稼働中	CASIO				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B 86a3da41	ハンガーラック	備品管理App/images/備品リスト/Images/86a3da41.画像.01 86a3da41		稼働中	ハンガー×30				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B fe35b012	傘立て	備品管理App/images/備品リスト/Images/fe35b012.画像.01 fe35b012		稼働中	KOKUYO 化粧剥がれ あり				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B 962344f9	電話台	備品管理App/images/備品リスト/Images/962344f9.画像.01 962344f9		稼働中	UCHIDA				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B d10ba790	電話機	備品管理App/images/備品リスト/Images/d10ba790.画像.01 d10ba790		稼働中	FUJITSU				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B f79168fa	椅子	備品管理App/images/備品リスト/Images/f79168fa.画像.01 f79168fa		稼働中	KOKUYO 30脚				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B 24616536	長机	備品管理App/images/備品リスト/Images/24616536.画像.01 24616536		稼働中	KOKUYO 10台				2025/07/26
*コメン	第4会議室	B dcb9d04b	時計（壁掛け）	備品管理App/images/備品リスト/Images/dcb9d04b.画像.01 dcb9d04b		稼働中	CASIO				2025/07/26
大阪市	第4会議室	B a69891fb	ホワイトボード	備品管理App/images/備品リスト/Images/a69891fb.画像.01 a69891fb		稼働中	大46	46			2025/07/26
大阪市	第4会議室	B ab8937f4	演台	備品管理App/images/備品リスト/Images/ab8937f4.画像.01 ab8937f4		稼働中	大27 オカム ラ 4303AA MB-	27	135919	135919	2025/07/26

(イ) 備品シールの貼付

備品台帳に記載した識別IDおよびQRコードを印字した備品シールを作成。全ての備品に貼付した。このシールをスマートフォンやタブレットで読み込めば備品台帳を見なくても登録されている内容が把握できるもので次年度からの運用を予定している。



(防災・防犯訓練)

- 

- ・9/24 自衛消防隊と勤務体系別シミュレーション
- ・10/17 初期消火訓練
- ・10/28 消防避難誘導訓練
- ・11/11 北自衛消防協議会技術発表会
- ・12月 防災力アップ研修（オンライン）



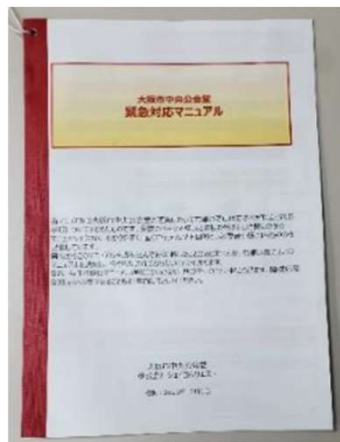
・1/27 暴漢者対策訓練



・4/22 AED救護訓練



「防災対策」「地震対策」「水害対策」「暴漢者対策」の4つの対策に区分し、あまり分厚くならないよう簡潔にわかりやすく記載した。有事の際、マニュアルを見ながら行動することを想定し対応フロー図で記した。



膨大な個人情報を取り扱っている企業として情報セキュリティ、個人情報保護教育を常時行っており、中央公会堂の運営においても当社の個人情報保護方針に則り、適切な情報取扱いを行った。

- 28

10) 人事・教育

(ア) 従業員研修

当社の人材教育方針に則り全ての従業員が自分の仕事にオーナーシップを持ち、ひとりひとりがリーダーとして学び成長できるよう、積極的な学びの場を提供した。

● 対面研修（防災・危機管理除く）

- ・4月 接客マナー研修
- ・4月 案内スキル研修（公会堂館内）
- ・4/22 舞台技術設備研修
- ・5/27 法令順守の基礎
- ・5/27 職場における放映遵守
- ・10/28 法令順守の基礎（業務外非行）
- ・1/27 ガイドツアー研修
- ・2/27 中小受託取引適正化法/フリーランス法研修
- ・3/28 コンプライアンス違反事例共有

● オンライン研修（防災・危機管理除く）

- ・7月 コンプライアンス違反防止研修
- ・8月 DE&I研修（介護・育児）
- ・9月 健康経営研修
- ・10月 改正 育児・介護休業法
- ・1月 セルフケア/ラインケア研修
- ・2月 地球環境に対する企業の責任と取り組み
- ・3月 VOC改善活動
- ・3月 DX人材育成研修
- ・3月 消費者保護ルール研修

事由に学ぶことができるオンライン研修システム



(イ) 障がい者雇用の促進

グループ企業である(株)ジェイコムハートには障害をもつ155名の社員が働いているが、中央公会堂へは1名が週に1日勤務し、指定管理業務に従事した。

(主な業務内容)

- ・経理業務補助
- ・催事業務補助
- ・事務作業

以上

令和7年度大阪市中央公会堂利用者アンケート報告書

実施期間 令和8年1月28日～3月16日

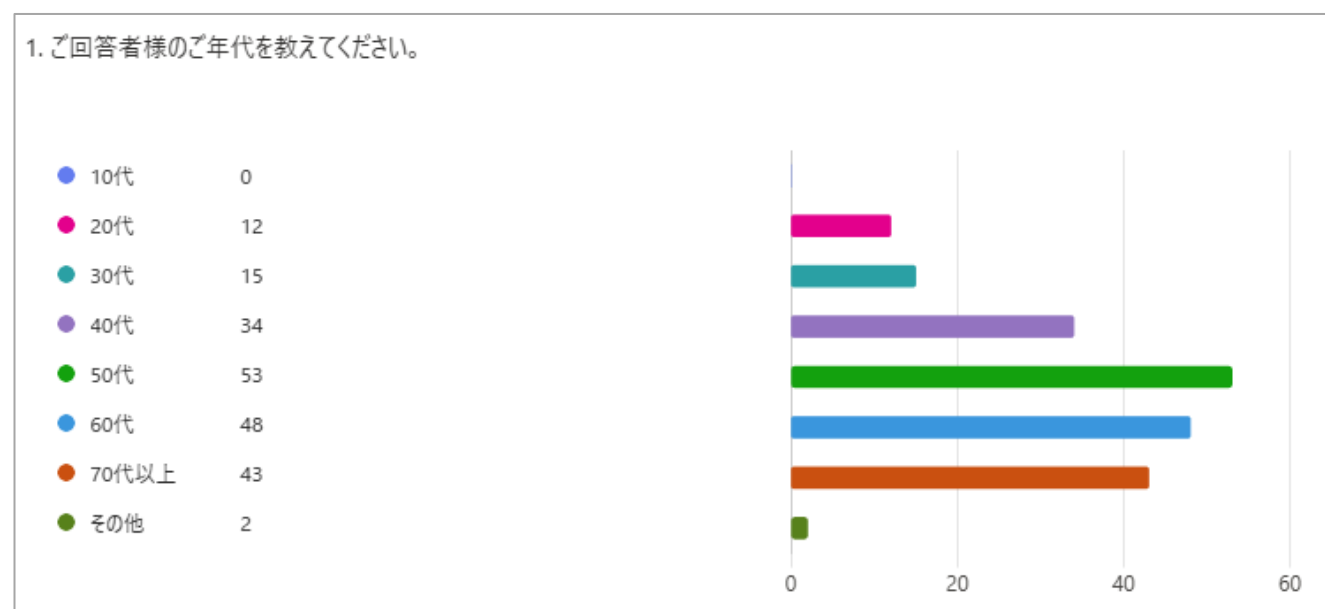
回答者 事務所受付に来られた大阪市中央公会堂利用者の中から回答に承諾を得た人

回答者数 207人

回答方法 受付にてQRコードを記載したチラシを手渡し、スマートフォンからアンケート専用Webサイトにアクセスし入力・送信

回答特典 回答者全員に公会堂オリジナルポストカードを進呈

以下アンケート設問と回答数および分析と課題



【分析】

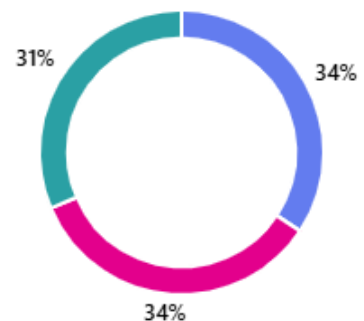
- 中央公会堂利用者の多くは50代（53名、全体で最多）および60代（48名）に分類され、次に多いのが70代以上（43名）となった。
- 高年齢層の利用が多い施設であるが、20代～30代といった比較的若い層の利用も見られる（20代と30代の合計で27名）。

【課題】

- 若年層の利用を増やすため、夜間ガイドツアーなど20～40代向けイベントやプログラムの充実。
- 年齢に応じた活用方法や情報発信の提案、年齢層に応じた媒体によるPR。

2. ご回答者様のお住まいを教えてください。

● 大阪市内	71
● 大阪市以外の府内	71
● 大阪府外	65



【分析】

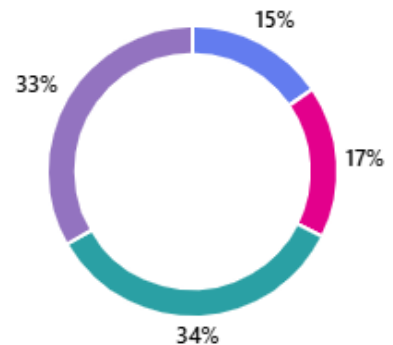
1. 大阪市内住民と大阪市以外の府内住民について：
 - 利用者の分布は均等であり、どちらも 71 名 という結果になった。このことから、中央公会堂は大阪市内・大阪府内双方にとってアクセス面の良さもあり、幅広い地域に利用されていることがわかる。
2. 大阪府外の住民について：
 - 大阪府外からの利用者が 65 名 いることは注目すべき点である。この結果から、中央公会堂が大阪以外の府外住民においても認知され、利用される価値を提供している施設であることがうかがえる。観光目的やイベント参加により、広範囲の地域から関心を集めている可能性が示唆される。

【課題】

- 大阪市内外からの集客強化：
 - 大阪府外からの利用者数が多い点を踏まえた広域的なマーケティング強化。
 - 大阪の歴史や文化と連動したプロモーションの展開や大阪府外からのアクセス良さをアピールした利用促進。
 - 全国に存在する業界団体や学会に対する利用案内 DM などの利用促進策。

3. 当館の利用頻度を教えてください。

● 初めて	32
● 1年に1回	35
● 1年に2～9回	71
● 1年に10回以上	69



【分析】

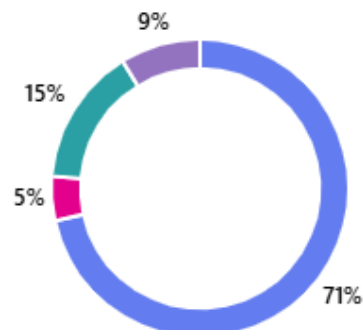
- 初めて利用した方（32名）：
 - 初めて利用された方が一定数いることから、中央公会堂は初来館者に魅了を感じさせる施設であると言える。また観光やイベント参加など、さまざまな理由で初めて訪れるケースが考えられる。
- 定期的に利用する方（1回／年：35名）：
 - 年に一度利用される方が存在していることから、特別なイベントや機会に合わせて利用する習慣がある層がいることが分かる。
- 頻繁に利用する方（2～9回／年：71名、10回以上／年：69名）：
 - 年間利用頻度が多い利用者が全体の約半数を占める（140名）ことは、中央公会堂が一定の層にとって日常的かつ継続的に価値ある施設として機能していることを示している。リピーターが多いことは、施設の内容・サービスが支持されている証拠と考えられる。

【課題】

- 初来館者への対応：
 - わかりやすく施設の魅力を伝える取り組み。
 - ガイドツアー参加への施設利用案内の興味付け。
- 利用頻度の低い層（初回・年1回利用者）へのアプローチ：
 - サービスやイベント情報の積極的発信。
 - アプローチに必要となる利用者情報登録の仕組みの構築。

4. 当館を何でお知りになりましたか？

● 以前から利用している	148
● 大阪市のHPを見て	10
● 公会堂公式HPを見て	31
● その他	18



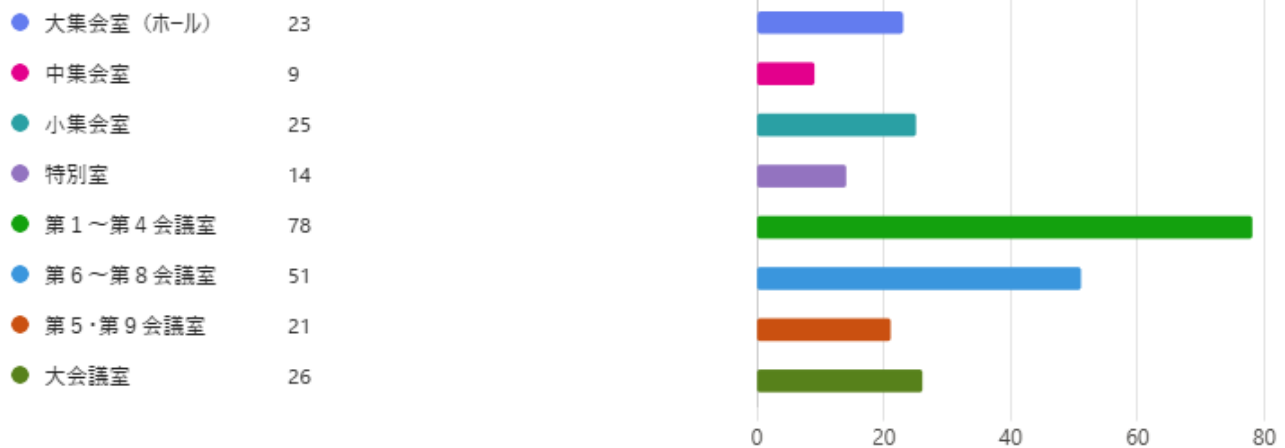
【分析】

1. 以前から利用している方（148名）：
 - 圧倒的に多い回答であり、既存の利用者が多くの比率を占めている。これにより、中央公会堂が多くの人にとって「馴染みのある施設」と理解できる。継続的に利用されている施設として高い認知度があり、信頼が確立されていることがうかがえる。
2. インターネットを通じた認知（大阪市のHP：10名、公会堂公式HP：31名）：
 - インターネット経由で情報を得た利用者は合計41名（約22%）。ウェブサイトを活用することで新規顧客を取り込める可能性があることを表している。ただし、回答数が比較的少なく、公式サイトや大阪市HPの情報発信やSEO対策をさらに強化すれば認知度向上につながる余地がある。
3. その他（18名）：
 - 「その他」として具体的な理由が記載されていないため詳細は不明であるが、口コミやSNS、観光ガイド、広告などが含まれる可能性がある。「その他」の内容をさらに深掘りして、効果の高い情報経路を特定することが課題となる。

【課題】

1. 既存利用者への継続的アプローチ：
 - 長期利用者への公会堂情報発信の強化。
 - 利用回数に応じてオリジナルグッズがもらえるといったサービスの検討。
2. インターネットの活用拡大：
 - 公会堂公式HPの充実。多言語対応の拡充、SEO対策の強化。
 - 若年層を含めた幅広い層へアプローチを図るためのSNSの強化。

5. 今回、利用した施設はどちらですか？



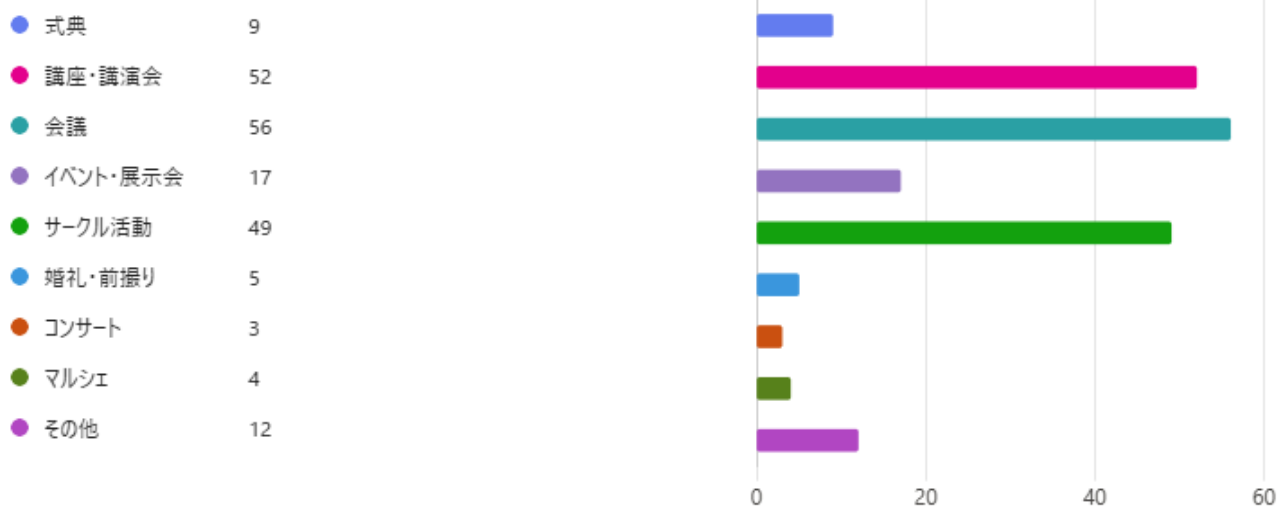
【分析】

1. 会議室の利用（第1～第9会議室）：
 - ・ 合計で150名（78名+51名+21名）が会議室を利用しており、全施設利用者の中で最大の利用割合を占めている。
 - ・ これは、中央公会堂が会議や研修などの用途において主要な施設であることを示している。特に第1～第4会議室が最も利用者数が多い（78名）ため、このエリアの予約状況や利用者ニーズに特に注目する必要がある。
2. 集会室の利用（大・中・小集会室）：
 - ・ 合計で57名（大集会室23名+中集会室9名+小集会室25名）が利用。
 - ・ 大集会室の利用者は一定数あるものの、比較的少人数向けの小集会室も利用されている点特徴的である。利用目的に応じて選ばれていると考えられる。
3. 特別室と大会議室の利用：
 - ・ 特別室（14名）と大会議室（26名）は、用途による限定的な利用がされていると考えられる。特別なイベントや重要な会議など、特定の目的に応じたニーズがある施設と推察できる。

【課題】

1. 会議室のさらなる活用促進：
 - ・ 最も利用者数の多い会議室の設備拡充や予約システムの利便性の向上。
 - ・ 会議室利用者からのフィードバックを定期的に集め、具体的な改善点（AV機器の充実など）の明確化。
2. 集会室と大会議室の利用促進策：
 - ・ 集会室や大会議室といった広い部屋を使ったイベントやセミナーの事案の発信。
 - ・ HPやSNSでの利用事例の紹介。

6. 本日はどのような目的で当館をご利用になりましたか？



【分析】

1. 最多利用目的：講座・講演会および会議（108名）：
 - ・ 講座・講演会（52名）と会議（56名）は利用目的全体の中で最多を占めている。
 - ・ これにより、中央公会堂がセミナーや会議専用の場として使用されていることが確認できる。
2. サークル活動の利用（49名）：
 - ・ サークル活動の利用者数は講座・講演会や会議に次いで多く、地域住民や団体による自主運営活動が盛んであることがうかがえる。公会堂が地域文化や趣味の交流の場として役割を果たしていると考えられる。
3. イベント・展示会（17名）：
 - ・ イベント会場としての活用が一定数ある。今後、展示会や公開イベントの頻度を増やすことで潜在的な利用者をさらに取り込む可能性があると考えられる。
4. 婚礼・前撮り（5名）とコンサート（3名）：
 - ・ 専門的な目的（婚礼・コンサート）の利用は少数派であるものの、公会堂の歴史的建造物としての価値やエレガントな空間が利用理由となっている可能性がある。
5. その他（12名）：
 - ・ 「その他」に該当する利用目的については詳細が不明であるが、特定のイベントや個人の目的（個人撮影やコミュニティ活動など）が含まれる可能性がある。

【課題】

1. 主要利用目的への対応強化：
 - 目的に特化した施設設備の充実化や運営体制の効率化の検討。
 - 音響設備やプロジェクター、テーブル配置の柔軟性など、利用者のニーズを掘り下げた個別対応策の検討。
2. サークル活動の支援：
 - 公会堂利用団体の会員募集を公会堂 HP で行うなど地域団体や趣味的活動を支援する施策の展開。
 - 利用団体に集まってもらう交流会の開催など。
3. イベント・展示会の拡充：
 - 「イベント・展示会」を中心とした利用拡大を支援するためのウェブサイトやパンフレットの充実。
 - 各地の農作物や特産品、工芸品などを紹介・販売するイベントの誘致（地方自治体向け）。
4. 婚礼・撮影向けアピール：
 - 歴史的建物としての価値を打ち出した婚礼や写真撮影のプロモーション強化。
 - 中央公会堂が主体となった特別なウェディングプランや撮影ロケーションツアー等の企画。
5. コンサートやマルシェイベントの展開：
 - 対象客層を広げるべく音楽業界へのコンサートやプロモーションビデオロケーションとしての公会堂利用のアピール。

7. 大阪市中央公会堂 施設の満足度をお聞かせください。

● とても良い ● 良い ● ふつう ● 悪い ● とても悪い

施設の清潔さ

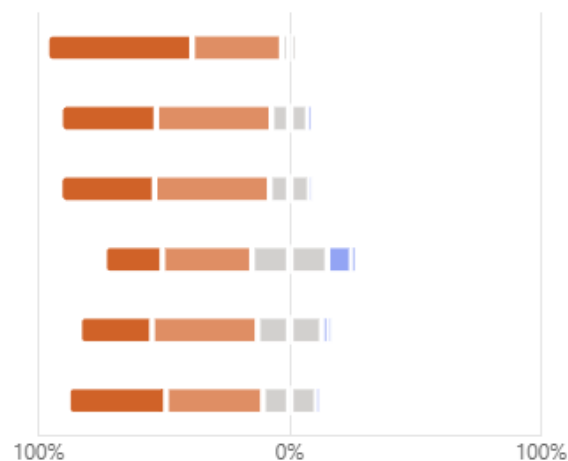
設備の使いやすさ

会場内の椅子や机の状態

空調設備

照明設備

利用料金の妥当性



【施設の清潔さ】

- とても良い：58.0%
- 良い：35.7%
- 普通：6.3%
- 悪い：0.0%
- とても悪い：0.0%

分析：

施設の清潔さについては非常に高い評価（93.7%が「とても良い」「良い」）を得ている。衛生管理が徹底されていることが利用者に好印象を与えているといえる。今後も継続・維持することが重要。

【設備の使いやすさ】

- とても良い：38.2%
- 良い：45.9%
- 普通：14.5%
- 悪い：1.4%
- とても悪い：0.0%

分析：

使いやすさについても「とても良い」「良い」の回答が合計 84.1%と好評価だが、14.5%が「普通」、1.4%が「悪い」としている。この回答から、一部の利用者が設備に対してやや不満を感じており、具体的な改善策が求められる。

【会場内の椅子や机の状態】

- とても良い：37.7%
- 良い：45.9%
- 普通：15.9%
- 悪い：0.5%
- とても悪い：0.0%

【課題】：

「とても良い」「良い」が合計 83.6%と高評価だが、「普通」が 15.9%、少数だが「悪い（0.5%）」という評価もある。具体的には、椅子や机の快適さや設置場所など、微細な不満点が存在する可能性がある。

【空調設備】

- とても良い：23.2%
- 良い：35.7%
- 普通：30.0%
- 悪い：9.7%
- とても悪い：1.4%

分析：

空調設備は評価が分かれており、「普通（30%）」の割合が高く、「悪い（9.7%）」や「とても悪い（1.4%）」の回答も見られる。温度調整やエリアによる空調の効き具合が課題である可能性が高い。設備の再点検や調整の検討が必要。

【照明設備】

- とても良い：29.0%
- 良い：42.0%
- 普通：25.6%
- 悪い：2.9%
- とても悪い：0.5%

分析：

照明設備については「とても良い」「良い」の合計が 71.0%と一定の評価があるものの、「普通（25.6%）」や「悪い（2.9%）」という回答が少数存在している。照明の強度や調整可能な機能について再点検し、利用目的に応じた照明環境の改善を図る必要がある。

【利用料金の妥当性】

- とても良い：39.1%
- 良い：38.6%

- 普通：21.3%
- 悪い：1.0%
- とても悪い：0.0%

分析：

利用料金に関しては「とても良い」「良い」が合計 77.7%を占め、好意的に受け止められていることが分かる。一方で「普通（21.3%）」の割合も比較的高く、一部利用者が料金設定に関して改善を期待している可能性がある。

【課題】

1. 既存の高評価項目の維持：
 - 徹底した管理と運営を行うことによる利用者全体の満足度の維持・向上。
2. 空調設備の改善：
 - 具体的な改善策（機器の点検、温度設定の見直しなど）や夏場のスポットクーラー導入などによる快適性の確保。
3. 椅子・机、照明設備の細かい調整：
 - 具体的なニーズの収集、設備環境のアップグレード。
4. 利用料金の透明性向上：
 - 明確な料金設定理由や相場観を伝えることによる納得感の向上。

8. 施設設備に関して、改善してほしい点があれば具体的にお書きください。

[詳細情報](#)

69
応答

最新の回答

...

9回答者 (13%) この質問に 空調回答しました。



1. 空調設備

- 具体的な要望：
 - 冬場の寒さに関する改善要望（例：「暖房が効かない」「寒かった」「第4会議室は空調が効かない」など）。
 - 部屋ごとに温度調整可能な空調システムが必要との指摘（例：「個々の部屋で調整できるようにしてほしい」「部屋ごとに冷暖房効果が違う」など）。
 - 空調の騒音問題に関する指摘（例：「ドアを閉めると空調の音が気になる」「廊下からの空調音がうるさい」）。

【課題】

- 冷暖房設備の部屋ごとの点検と問題箇所の改善検討。
- 空調システムの静音性向上や、部屋内の空気循環の手段についての検討。
- 夏場のスポットクーラーの導入。

2. 照明設備

- 具体的な要望：
 - 明るさ不足の指摘（例：「第五会議室が暗い」「夜の廊下が暗くて怖い」「階段が暗い」）。
 - 電球が切れている箇所に関する問題（例：「電球が切れているところがあった」「中集会室の電球が何箇所か切れていた」）。
 - 照明の細かな調整機能の要望（例：「照明を場所別で消灯できれば良い」）。

【課題】

- 設備点検を頻度と制度の向上。
 - 専門業者による高所電球が切れの迅速な交換。
 - 中集会室の天井照明器具の修繕。
 - 照明設備更新の検討。
 - 廊下や階段など安全性に直結するエリアの照明拡充。
-

3. トイレ設備

- 具体的な要望：
 - 温水洗浄機能付きトイレ（ウォシュレット）の設置要望（例：「トイレをウォシュレットにしてほしい」「個室1か所くらい温水洗浄に」）。
 - ゴミ箱や消毒液の設置に関する要望（例：「トイレに消毒を置いてほしい」「部屋にもゴミ箱を設置してほしい」）。

【課題】

- 温水洗浄機能の導入検討。
 - トイレの清潔さを維持するための消毒液や衛生用品の設置拡充。
-

4. その他設備の利便性

- 具体的な要望：
 - Wi-Fi 環境の整備（例：「フリーWi-Fi の導入」「Wi-Fi を利用できるようにしてほしい」）。
 - 電源や延長ケーブルの設置希望（例：「電源の延長ケーブルを常設にしてほしい」）。
 - コピー機の設置要望（例：「コピー機を設置してほしい」）。
 - 会議室内の備品改善（例：「机のキャスターを止めてほしい」「演台のマイクを普通のものに変更」）。

【課題】

- Wi-Fi の導入による利便性向上。
- 会議室備品（延長ケーブル、マイクなど）の拡充検討。
- コピーサービスの検討。

5. 施設案内とアクセス性

- 具体的な要望：
 - 館内案内図の分かりにくさに関する指摘（例：「案内図が分かりづらい」「迷う人が多いので館内案内を掲示してほしい」）。
 - バリアフリーへの対応要望。

【課題】

- 視覚的に分かりやすい館内案内図や表示の入替え。
-

6. 運営と予約システム

- 具体的な要望：
 - キャンセルポリシーの柔軟化に関する要望（例：「返金制度の検討」「納得できる理由の場合のみキャンセル料の設定」）。
 - 予約方法の改善（例：「電話で会議室予約ができるようにしてほしい」）。

【課題】

- 気象警報発令時のキャンセル対応の周知。
 - オンライン予約の強化と案内。
-

7. 利用者ニーズの特別な対応

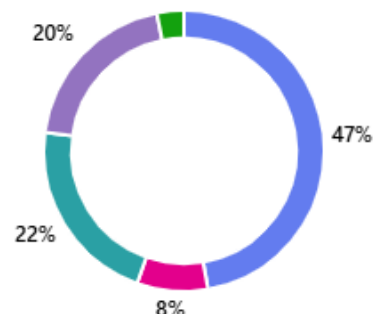
- 具体的な要望：
 - 鍵の操作性改善（例：「ドアの鍵がかけにくい」「鍵の扱いが難しい」）。
 - バリアフリーの拡充（例：「バリアフリー対応」）。
 - 特別な設備（例：「電気ポット」「タバコスペース」など）。

【課題】

- 棒鍵および錠前のメンテナンス。
- 持込可能な備品の案内。

9. 大阪市中央公会堂に期待する新しい設備・サービスをお聞かせください。

● 無料Wi-Fiサービス	122
● バリアフリー設備の拡充	21
● オンライン予約システムの充実	56
● 特になし	51
● その他	8



【分析】

1. 無料 Wi-Fi サービス（122 名）：

- 最も多くの期待が寄せられたのは無料 Wi-Fi サービスの導入である。回答者の約 59%（122 名／207 名）がこのサービスの追加を期待していることから、インターネット環境の整備が利用者にとって重要な要件であることが明らかである。特に会議、講演会などでのデジタル機器の使用や円滑な情報共有をサポートするために必要とされている。

2. バリアフリー設備の拡充（21 名）：

- バリアフリー設備の改善に対する需要も一定数寄せられている。車椅子や高齢者の方々がより利用しやすい施設運営が期待されている。中央公会堂の歴史的建築物としての特性を活かしつつ、バリアフリー対応をどう進めるかが課題となる。

3. オンライン予約システムの充実（56 名）：

- オンライン予約システムの期待も高く、回答者の約 27%（56 名）が述べている。予約手続きの簡素化や利便性向上が利用者の要望であり、特に事前予約・管理の効率化が期待されている。

4. 特になし（51 名）：

- 約 25%の回答者が「特になし」と述べており、現在の設備やサービスに対する不満が少ない層も一定数存在することが分かる。この層を引き続き満足させるため、既存サービスの品質向上を維持することが必要。

5. その他（8 名）：

- 「その他」として具体的な内容が不明であるが、新しい設備やサービスに対するニッチなニーズが含まれている可能性がある。その詳細に応じた対応が今後必要となる可能性がある。

【課題】

1. Wi-Fi サービスの提供:
 - 高速で安定した Wi-Fi（有料&無料）の導入。
 - 利用者への Wi-Fi 利用の案内。
2. バリアフリー設備の強化:
 - 施設全体のバリアフリー改修計画の検討。
3. オンライン予約システムの充実:
 - 現在のオンライン予約システム（いちょうネット）の運用の見直しによる利便性の向上。
 - 既存登録者への再周知。
4. 既存サービスの品質向上:
 - 既存サービス（清潔さ、設備の使い勝手など）の品質の維持・向上。

10. 大阪市中央公会堂の公式SNS（インスタグラム、X）はご存じでしょうか？



【分析】

1. 公式 SNS の認知度が低い：
 - 全体の約 76.8%（159 名）が公式 SNS を「知らない」と回答しており、SNS を利用した情報発信が十分に浸透していない状況が明らかである。
 - SNS は若年層から中年層まで幅広く利用される情報発信ツールであるため、この認知度の低さは施設利用促進や情報伝達の効率性を妨げる可能性がある。
2. 認知層と非認知層のギャップ：
 - 「知っている」と回答した層（約 23.2%）が存在することは、SNS が一定の利用者層に訴求できている証拠である。この層を基盤として、さらに広く情報拡散を狙う必要がある。

【課題】

1. 認知度向上のための施策：
 - 館内や公式サイトでの広報：
 - 館内の掲示板や案内パンフレットに公式 SNS の QR コードを掲載。
 - 開館案内やイベント情報と一緒に SNS アカウントのフォローを促進する仕組みの導入。
 - イベント参加者への直接告知：
 - ガイドツアーなど各イベントで、公式 SNS のフォローを促す案内の作成。情報伝達の強化。
2. SNS コンテンツの充実：
 - SNS 投稿内容の充実化。
 - インスタグラムで施設の写真やイベントの様子をビジュアルで訴求。
 - X（旧 Twitter）でリアルタイムな情報発信やトレンドを活用したマーケティングを強化。

3. SNS キャンペーンの実施：

- フォロワー限定特典（オリジナルグッズプレゼントなど）の実施。
- パネル展示や館内でのキャンペーン告知、フォロー促進。

4. ターゲット層の拡大：

- 若年層だけでなく、幅広い年代に訴求するための投稿内容の多様化。
- イベント参加者や地域住民を対象に、具体的事例や利用者の声を交えた投稿。

5. データ分析の強化：

- インスタグラムや X のアクセス解析。効果的な投稿時間やコンテンツの種類の分析。
- 認知を広げるため、利用団体や地域の人気アカウントとのコラボレーションの検討。

11. 大阪市中央公会堂の公式SNS（インスタグラム、X）に求めるものは何ですか？



【分析】

- 最も期待される情報：催事・イベントの紹介（148名）：
 - 約71.5%の回答者が公会堂で開催される催事やイベントの紹介をSNSに期待している。
 - 公会堂が単なる集会場ではなく、イベントや文化活動の主要な拠点として広く認識されていると言える。これを活かし、多様な催事情報を定期的に発信することで、利用者の興味を引き続けられる可能性がある。
- 公会堂の歴史・建物の紹介（60名）：
 - 歴史的価値を持つ公会堂ならではの歴史や建築情報が求められており、施設の文化的魅力や特徴が利用者関心につながっていることが伺える。
 - 特に観光客や文化に関心のある利用者に向けたコンテンツを拡充することで、新規フォロワーの獲得や広報効果が期待できる。
- 中之島周辺の情報発信（68名）：
 - 公会堂のみならず、その周辺地域（中之島）の魅力を伝える情報発信も期待されている。
 - 地域の観光資源やイベント情報と連携することで、公会堂そのものの来場者を増やす可能性を持っている。
- その他（5名）：
 - 「その他」の具体的な内容は不明だが、利用者のニーズの多様化を示すものであり、これに柔軟に対応する姿勢が重要である。

【課題】

- 催事・イベント情報の優先的発信：
 - 公会堂で開催される催事やイベントを、公式SNSで重点的に取り上げる。
 - 具体的なイベント概要（日時、内容、対象者など）の記載。
 - 過去イベントの様子を写真や短い動画でシェア、来場者の感想を投稿。
 - ハッシュタグキャンペーン（例：#中央公会堂イベント）を活用し、投稿の拡散を促進。

2. 公会堂の歴史・建築情報の定期投稿:

- 公会堂の歴史や建物の裏話、重要文化財としての魅力を伝える投稿を作成。
 - 歴史的写真や修繕の記録などの紹介。
 - 「中央公会堂の豆知識」といったシリーズ投稿。
 - インスタグラムストーリーやリールで、建物内部やディテールの紹介。

3. 地域情報との連携:

- 中之島周辺の観光名所、飲食店、アクセス情報などを発信し、公会堂だけでなく地域全体の魅力をアピール。
- 地域イベント情報についてもシェアすることで、公会堂利用者だけでなく観光目的のフォロワーにも訴求。

4. その他の新しいコンテンツへの対応:

- 利用者へのアンケートや SNS フォロワーからの意見募集を行い、「その他」に該当する具体的なニーズの把握。
- コンテンツ検討:
 - 公会堂の職員や利用者インタビュー。
 - 公会堂を舞台にした写真コンテストや利用事例の投稿。
 - 利用者が SNS で公会堂をタグ付けした投稿のリポスト。

5. 投稿頻度とフォロワーとのインタラクション:

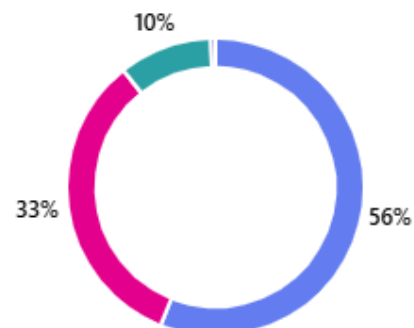
- 一定の投稿頻度を保ち、継続的に関心を引く。
- フォロワーとの交流を意識し、コメントへの返信やアンケート機能を活用してコミュニケーションを強化する。

【具体的施策】

- インスタグラムの例:
 - 「今週のイベント特集」「公会堂の意外な歴史」「中之島散歩のオススメスポット」などといったシリーズ投稿の展開。
 - ストーリーを活用してリマインダー付きイベント告知。
- X (旧 Twitter) の例:
 - リアルタイム情報として、新しいイベント告知や季節に応じた情報の発信。
 - トレンドハッシュタグ (例: #大阪観光) を絡めての情報の拡散。
- その他
 - 番組を通してのインスタグラム、X の紹介。

12.「事務所スタッフ」の対応はいかがでしたか？

● とても良い	116
● 良い	69
● ふつう	21
● 悪い	1
● とても悪い	0



【分析】

- 高評価（約 89.3%）：
 - 「とても良い」「良い」と回答した方の合計が 89.3%（185 名）に達しており、大多数の利用者が事務所スタッフの対応をポジティブに評価している。
 - 特に「とても良い」と評価した方が過半数（56.0%）を占めているため、親切で丁寧な対応が広く評価されていると考えられる。
- 「ふつう」と回答した層（10.1%）：
 - 一部の利用者（21 名）が「ふつう」と回答しており、事務所対応に特別な不満はないものの、期待値を超えなかったケースが存在する。
 - これら利用者は、もう一步のホスピタリティや迅速な対応が期待されている可能性がある。
- 低評価（「悪い」「とても悪い」）：
 - 「悪い」と回答したのは 1 名で、「とても悪い」は 0 名であった。この結果から、事務所スタッフの対応に対する深刻な不満はほぼ見られず、全体的に非常に満足度の高い体制であると言える。

【課題】

- 現在の高評価基準の継続：
 - 高評価の要因（例：丁寧な説明、迅速な対応、不明点への親切なアプローチなど）をスタッフ間で共有。
 - 「公会堂のホスピタリティが非常に優れている」というブランド価値の向上。

2. 「ふつう」層へのアプローチ:

- 満足に至らなかった原因を探るためアンケートの自由回答欄から課題を抽出。
- スタッフ対応の更なる質向上を目指し、以下の点に注力：
 - 一歩進んだ提案型の対応（例：「他にお困りのことはありませんか？」などのフォローアップ）。
 - 忙しい時間帯でも利用者を待たせず、円滑な案内を行う迅速な運営。

3. 悪評価への個別対応:

- 低評価がきっかけで利用者の信頼が損なわれることを防ぐため、接客トレーニングの検討。

4. スタッフ教育とモチベーション向上:

- 高評価の環境を維持するため、定期的な接客研修や勉強会の実施。
- 「クレーム対応のロールプレイ」や「失敗事例からの学び」といった具体的なトレーニングの提供。

5. 利用者のフィードバックを活かす仕組みの継続:

- 「ご意見箱」の設置や、オンラインアンケートを活用し、利用者の声の継続的収集。
- 利用者から寄せられた良い点や改善点を基にした対応品質向上。

【具体的施策】

1. 「対応改善プラン」チェックリスト作成:

- 対応時の基本チェック項目を作成し、全スタッフがこれを遵守。
 - 明確で分かりやすい説明。
 - 親身になった接客態度（相手の目を見る、傾聴するといった態度）。
 - 相手の要望や質問に対し「プラス α 」の情報や提案を行う。

2. 定期的な利用者満足度調査:

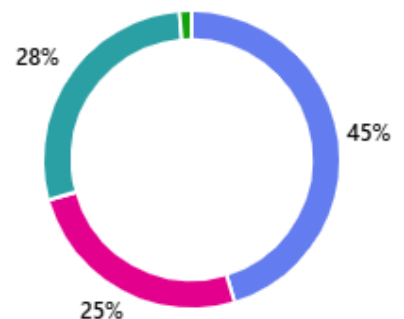
- 事務所スタッフ対応に焦点を当てた評価アンケートを実施、継続的に改善。

3. スタッフの「良い対応事例」共有会:

- 実際に利用者から高評価を得た対応内容をスタッフ間で共有し、具体的な成功事例を取り入れる。

13.「舞台技術スタッフ」の対応はいかがでしたか？ ※舞台技術スタッフが入る催事をされたお客様のみ

● とても良い	34
● 良い	19
● ふつう	21
● 悪い	0
● とても悪い	1



【分析】

1. 高評価（71.6%）：

- 「とても良い」「良い」と回答した合計が71.6%（53名）となり、およそ7割以上の利用者が舞台技術スタッフの対応に満足していることが分かる。
- 特に「とても良い」が最も多く、45.9%の高評価を得ている。個別の技術対応や対応速度、態度が高く評価されている可能性がある。

2. 「ふつう」の評価が28.4%：

- 約3割の方（21名）が「ふつう」と回答しており、具体的な不満点はないものの、特別な感動や印象を持てなかった可能性がある。特に、期待水準を上回る対応やプロアクティブなサポートが不足していたケースが考えられる。

3. 低評価はごく少数：

- 「悪い」と回答した方は0名で、「とても悪い」が1名のみ（1.4%）。舞台技術スタッフの対応に対して深刻な不満を抱いた利用者がほとんどいないことが分かる。

【課題】

1. 「とても良い」を維持・拡大するための施策：

- 高評価を得ている要因（迅速な対応、高い技術力、丁寧な説明など）をスタッフ間で共有、良い事例の継続的実践。
- 顧客の細かなリクエストにも対応できる柔軟性を強化しつつ、利用者とのコミュニケーション能力を高める研修の実施。

2. 「ふつう」層にアプローチ（サービス向上）：

- 事前の打ち合わせや説明をより充実させ、利用者が期待する具体的な対応（音響、照明、舞台設営のタイミングなど）に応えられる準備の強化。
- 積極的に提案型の支援を行い、利用者満足を向上。

- 例：「このイベントではこのような舞台演出がおすすめです」などプロフェッショナルな視点で提案。
3. 低評価への対応：
 - 同様ケースの発生防止。
 - 該当シナリオのスタッフ間共有と改善策検討。
 4. 定期的な専門スキル研修：
 - 舞台技術分野のさらなるスキル向上のための研修や最新舞台技術情報の共有会の実施。
 - 音響や照明などの分野でのトラブル対応スキル向上。
 - 設備メンテナンス頻度の見直し。
 5. 舞台技術の対応事例を利用者と共有：
 - 成功した対応事例を具体的に利用者に説明。利用者がその場でどんなサポートを受けられるのかを明示することで安心感を提供。
-

【具体的な改善策】

1. アンケートの自由回答を読み解く：
 - 「ふつう」と回答した利用者が、どのような点に不満を持ち、どのような改善を求めているのか、自由記述や直接の意見収集を積極的に行う。
2. 舞台準備体制の見直し：
 - 会場入り前、リハーサル、イベント当日全体を通じたスタッフの対応フローを再確認し、よりスムーズな連携を図る。
3. 利用者との事前打ち合わせ強化：
 - 舞台技術スタッフが直接打ち合わせに参加し、利用者の希望や不安を解消。利用者が事前に期待する内容を明確に理解する。
4. 利用後アンケートの具体化：
 - 対応に関する項目をさらに掘り下げ、「技術提供の質」「対応速度」「説明の分かりやすさ」など具体的な評価を収集することで、改善点を特定しやすくする。

14. スタッフの対応についてのご要望、ご提案いただける点がありましたらご記入ください。

[詳細情報](#)

28
応答

最新の回答
...

4回答者 (14%) この質問に 対応回答しました。

退室確認

5分 コロナ 入金
後 手続き

対応

時間がかかるスタッフ

受付 マスクフリー
利用時間

【改善の要望】

1. 対応速度にばらつきがある
 - 入金手続きが遅い場合があるや対応が早いスタッフと遅いスタッフの差が大きいといった意見が寄せられている。
 - 対応速度のばらつきにより、一部の利用者が不満を感じている可能性がある。
2. スキルや経験不足に関する指摘
 - 以前はできたことが対応できないスタッフが多いという意見が見られ、スタッフのスキルや経験の差がサービス水準に影響していると考えられる。
 - 新しいスタッフや経験の浅いスタッフについて、利用者対応でのトラブルや混乱が起きることを懸念している声がある。
3. 領収書の手書き対応
 - 現在、領収書が手書きであることについて、プリントアウトできる仕組みがあれば時短になるとの提案があった。効率化を求める声として重要である。
4. コロナ対策についての意見
 - 過剰にガードするのはマイナスや、マスクフリーで受講できるようにといった意見があり、利用者によってはコロナ感染防止対策を柔軟に見直してほしいという要望がある。
5. 退室確認のタイミング
 - 利用時間終了後に退室確認の電話をする場合、5分ほど経ってから掛けてほしいという具体的な改善提案が挙げられている利用者が受付に到着するまでの移動時間を考慮した対応が求められている。

【分析】

1. 全体的に高評価の中に出てくる課題:
 - 丁寧で親切な対応を評価するポジティブな意見が多い一方で、改善を要する具体的な課題も明確に寄せられている。対応速度やスタッフのスキルのばらつきといった基礎的な部分の改善が求められている。
2. 業務効率化と柔軟な対応の必要性:
 - 手続きや確認手順の効率化、柔軟かつ迅速な対応（入金手続き、退室確認、領収書の発行等）が求められている。
3. 利用者の要望が多様化している:
 - コロナ対策を含めた衛生面への配慮や、システム的な効率化（例えば、デジタル化された領収書の発行）など、従来にはなかったニーズが登場している。

【課題】

1. スタッフ間の対応スキルの均一化:
 - トレーニングプログラムの実施:
 - 新人スタッフ向けにシナリオベースの研修を行い、必要な手続きや対応基準について教育が必要。
 - 経験豊富なスタッフとのペアリングを試み、実践的な対応スキルを身につける機会を増やすことが必要。
 - 定期的なフィードバックの取り入れ:
 - 不足していると感じられるスキル（例：入金手続き、領収書発行などの熟練度）をフォローアップするチェック体制が必要。
2. 業務効率向上のためのデジタル化促進:
 - 領収書のデジタル発行システム導入:
 - 希望する利用者には、手書きではなく、レシートを送付または即時印刷する仕組みを検討。これにより業務時間を削減し、効率化を図る。
3. 感染対策の柔軟性:
 - 感染対策について、利用者の懸念や要望を考慮しつつ、マスク着用を含む感染対策の「選択肢」を増やすことで、利用者に柔軟な選択肢を提供する必要がある。
4. 退室確認の工夫:
 - 退室確認コールのルール改訂:
 - 利用者チェックアウトから 5 分後にコールするルールを検討。これにより、利用者の退室後の移動時間を考慮し、スムーズな運営を確保する。

5. ポジティブな意見を励みにした継続努力:

- 丁寧で親切な対応を評価する声は積極的にスタッフ全員で共有し、士気を上げる。また、「親切な対応がとても嬉しかった」意見を踏まえ、一層の接客向上を目指す。

【具体的な施策】

1. マニュアルの整備:

- 事務スタッフと舞台技術スタッフの対応マニュアルを作成し、全員で共有。
 - 例：入金手続きや領収書発行における標準化ルール作成。

2. デジタルツールの導入検討:

- 領収書発行の電子化、予約や会計処理のオンライン化を進め、利用者とスタッフ双方の負担軽減。

3. 「柔軟対応」ポリシーの周知:

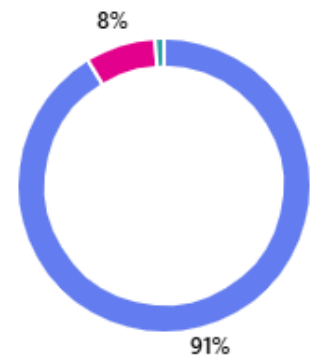
- 感染対策、退室確認対応など、利用者の要望に応じた柔軟な運営を可能にするガイドラインの策定。

【まとめ】

アンケートから、スタッフの丁寧な対応には非常に高い評価が寄せられている一方、業務の一部において効率化や対応速度の向上が求められている。また、現代のニーズにマッチしたデジタル化や柔軟な方針の導入が、利用者満足度のさらなる向上につながる重要なポイントである。

15. 当館をまた利用したいと思いますか？

● そう思う	189
● ややそう思う	16
● どちらともいえない	2
● あまりそう思わない	0
● 全くそう思わない	0



【分析】

- 非常に高い再利用意向：
 - 圧倒的多数（99.5％）の利用者が「そう思う」または「ややそう思う」と回答しており、大阪市中央公会堂が利用者にとって高い満足度を提供していることが伺える。
 - 特に「そう思う」が91.7％に達している点から、利用者の多くが公会堂を再度訪れることに強い意欲を持っていることが分かる。
- 課題がほぼ見られない結果：
 - 「あまりそう思わない」「全くそう思わない」の回答が0名であり、大きな問題点がほとんど存在しない状態であることが分かる。
- 小さな改善余地のある層：
 - 「どちらともいえない」と回答した2名（0.5％）については、公会堂のサービスや環境で何かしらの期待が満たされなかった要素がある可能性がある。その要因を特定できれば、さらなる満足度向上につながる。

【課題】

- 現状の高評価の維持と継続：
 - 既存の「高評価のサービス」を維持するために、定期的な職員間の共有会やアンケート結果の分析を行い、利用者満足度を高い水準で保つ努力を継続する。
- 「ややそう思う」「どちらともいえない」層への対応：
 - 利用者アンケートで自由記述欄を設け、不満の声があればそれに基づいた改善策を取り入れる。
 - 個別対応や提案力の強化：
 - 特に、「ふつう・基準的」と判断した利用者には、さらなる接客上の価値や施設の魅力を深く理解してもらうアプローチが重要である。

3. 再利用意向をさらに高める施策：

- リピー特特典の導入：
 - イベントや会議利用者に対し、次回利用時の特典を付与することで、再来訪を促進する。
- フォローアップの徹底：
 - 利用後に簡単な感謝メールや調査を送付し、利用者の意見を再度確認。これにより「利用後の満足度」を高め、次回の利用を決断しやすくする。

4. 施設やサービスのバージョンアップ：

- 常に施設やサービスの内容を改善・アップデートしていく姿勢を利用者に見せ、リピーターから支持される魅力のある施設であり続ける。
 - 例：新しいイベント設備の導入、案内プロセスの効率化、デジタル対応の拡充（領収書の電子発行など）。

【具体的な施策】

1. アンケート結果を館内周知：

- 「利用者の 99.5%がまた利用したいと答えています！」といったデータを掲示し、施設の信頼性を強調。

2. 再利用特典：

- 利用後に簡単なアンケートに回答すると、オリジナルグッズがもらえるといった仕組みの導入。

3. イベントリマインダーの配信：

- 公会堂での新しい催事情報を定期的に SNS やメールで配信し、リピーターとしての利用機会を作る。

16. 当館に関するご意見、ご要望がございましたら、ぜひお聞かせください。

[詳細情報](#)

42

応答

最新の回答

...

4回答者 (10%) この質問に 建物回答しました。

A word cloud visualization of responses related to building improvements. The central and largest word is '建物' (Building). Other prominent words include '階段付近' (Near stairs), 'アンケート' (Survey), 'コピー機' (Copier), 'フリーWi-Fi' (Free Wi-Fi), 'WIFI', 'アクセス' (Access), 'レトロさ' (Retro feel), 'エレベーター' (Elevator), 'お手洗い' (Restroom), 'ゴミ箱' (Trash bin), '空調' (Air conditioning), '意味' (Meaning), '高齢者が多いため' (Because many elderly people), '設備' (Equipment), '掃除' (Cleaning), '会議' (Meeting), '12時ま' (Around 12 o'clock), '室' (Room), and '土日' (Weekend).

【改善に関するご要望】

1. 施設の維持・設備改善

- 具体的なご要望:
 - 「掃除が行き届いてないことがある」
 - 「ドアや窓など壊れかけているが、そのままになっていることがある」
 - 「1階の明かりが少なくて怖いことがある」
- 改善策:
 - 定期的な設備点検とメンテナンスの徹底。
 - 夜間利用を考慮し、照明を増設（特にエレベーターや階段付近）。
 - 清掃クオリティの管理を強化し、施設内の美観と衛生状態を保つ。

2. Wi-Fi・空調などのインフラ

- 具体的なご要望:
 - 「フリーWi-Fiの改善」「Wi-Fiの借り料が高い」
 - 「空調の設備を良くしてほしい」
- 改善策:
 - Wi-Fiのエリア拡大または接続品質向上の検討。
 - 空調設備の入替え・メンテナンス頻度の増加。

3. 使い勝手の向上

- 具体的なご要望:
 - 「コピー機が欲しい」「館内にコピーサービスが欲しい」
 - 「館内にコンビニがあれば便利だが、無理ですね」
 - 「ゴミ箱が少ない」
- 改善策
 - コピーサービスの検討
 - 最寄りのコンビニの地図の作成

4. 予約・利用体験の柔軟性

- 具体的なご要望例:
 - 「使用したいが予約を取るのが大変」
 - 「部屋使用時間管理が厳しすぎる」
 - 「週末利用料金が高すぎる」
- 改善策:
 - 予約システムの利便性向上（オンライン予約の機能強化など）。
 - 利用時間終了前の「通知」タイミングを柔軟に管理。

5. バリアフリー対応

- 具体的なご要望例:
 - 「バリアフリーに配慮してほしい」
- 改善策:
 - バリアフリー設備の点検強化（エレベーター、スロープ、トイレなど）。
 - 高齢者や体が不自由な利用者向けの案内・サポートを積極的に行う。

6. 関連アイデアや配慮

- 具体的なご要望例:
 - 「午前の時間は 12 時までなので、それまでは電話しないでください」
 - 「土日の満室が多い」
- 改善策:
 - 営業時間や利用時間に応じた柔軟な連絡体制の確立。
 - 土日利用の需要に応じたスタッフ増員やフレキシブルな予約枠の確保。

【課題】

1. ポジティブな意見を活かした魅力の発信

- 歴史的建築物の魅力をさらに強調し、館内ツアーや特別イベントを定期的に実施。
- SNS や Web ページを用いて利用者の感想を「事例」として紹介（例えば、「文化財を感じながら過ごせる体験」など）。

2. 日常的な運営・管理の強化

- 設備や清掃のルーティン確認を強化し、利用者が不満に感じる箇所を未然に防ぐ努力を継続。
- 点検体制を強化し、建物（窓やドア）の劣化対策を検討。

3. 技術と利便性の向上

- Wi-Fi、コピーサービスの導入を検討し、ニーズに合わせた施設運営を実現。
- 清掃やゴミ管理などの徹底による快適さの増進。

4. 柔軟な運営方法

- コミュニケーション手順（内線電話の抑制やな通知管理）の最適化。

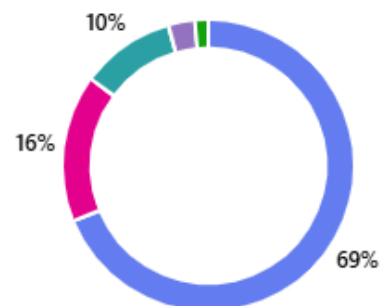
【まとめ】

アンケート回答から、公会堂の歴史的価値、雰囲気、スタッフの対応などに対する高評価と、利用者の感謝の声が多く聞かれる一方で、設備の維持・効率化や運営上の柔軟性などでいくつかの改善ポイントが浮き彫りになっている。

改善を具体化することで、公会堂の利用価値がさらに高まり、現在のリピーター利用者だけでなく、新しい顧客層を取り込む可能性が広がる。特に、「歴史的建造物×現代的利便性」を両立させることが、今後の課題と期待といえる。

17. 現在の予約方法についてインターネット、アプリ等でのご予約をご希望されますか？

● そう思う	139
● ややそう思う	33
● どちらともいえない	21
● あまりそう思わない	6
● 全くそう思わない	3



【分析】

- インターネット・アプリ予約への高いニーズ：
 - 「そう思う」と「ややそう思う」を合わせると 83.5%（172 名）となり、利用者の約 8 割がオンライン予約の導入を希望している。
 - 多くの利用者が現在の予約方法よりも、インターネットやアプリを活用した予約システムを使いたいと感じていることがうかがえる。
- 「どちらともいえない」層が一定数存在：
 - 「どちらともいえない」が 21 名（10.2%）おり、この層は現行の予約方法にも特に不満はないものの、オンライン予約に対する明確なニーズがないと考えられる。
- オンライン予約への反対意見：
 - 「あまりそう思わない」と「全くそう思わない」の合計が 9 名（4.4%）にとどまっている。
 - この少数派は、おそらく電話・対面での予約に慣れていることや、オンライン環境へのアクセスや技術的課題を理由に挙げている可能性がある。

【課題】

- オンライン予約システムの周知と利用促進：
 - 利用者の約 83.5%がインターネットやアプリでの予約を希望しているため、以下の改善案を検討：
 - いちょうネットのオンライン予約ルールの再考：
 - オンライン予約利用登録は中央公会堂窓口に出向いて手続きするというローカルルールの見直し。
 - オンライン予約利用は年間 5 ～ 6 回以上の利用の団体に限るというローカルルールの見直し。

- 登録のみで利用していない団体への周知:
 - 初回登録、ID/PW 発行後のオンライン予約未利用団体に対するオンライン予約方法の再周知。
- オンライン利用の周知 PR:
 - オンライン予約の優位性や利便性をホームページや窓口の掲示で周知。

2. 「どちらともいえない」「反対意見」への配慮:

- オンライン予約導入後も電話予約のサービスの質は落とさず、これまで通りの電話対応を実施。
- オンライン予約に不慣れな利用者向け「使い方ガイド」を作成検討。

3. データ分析の活用:

- オンライン予約システムにより蓄積される予約データを活用した利用者層の傾向や需要の見極め。

【まとめ】

アンケート結果により、多くの利用者がインターネットやアプリでの予約方法を希望していることが明確になった。現行の予約方法と併用しつつ、オンライン予約の利便性を段階的に取り入れることで、幅広い利用者層の満足度を高めることが可能。

18. 公会堂のグッズでどのようなものがあったら嬉しいですか？

[詳細情報](#)

48
応答

最新の回答
"キーホルダー"
...

6回答者 (13%) この質問に キーホルダー回答しました。

マスコットキャラクター ドリンク
公会堂キャラクター 公会堂正面
ハガキ 写真
ペン 絵葉書
飲み物 デザイン
テレビモニター
キーホルダー
クリアファイル 文房具
ポストカード
商品
アクリルスタンド
房具いろいろ
バッグ
ノートブック
絵画

【利用者の潜在的ニーズに基づくグッズアイデア】

以下は、公会堂の特徴や利用者層を考慮したグッズ案の例：

1. 記念品・お土産系

- ポストカードセット
 - 公会堂の美しい建築や歴史的なデザインを象徴する写真を使用したポストカード。
- 限定デザインのノートやステーションナリー
 - 表紙に公会堂の建物や装飾モチーフをデザインしたノートやメモ帳。
 - ペンや鉛筆なども公会堂ロゴ入りで展開。
- 特別デザインの缶バッジやマグネット
 - 来場記念として人気のある小型アイテム。
- 建物モチーフのトートバッグ
 - 公会堂のレトロなデザインをプリントした実用的な布バッグ。

2. 実用グッズ

- オリジナルマグカップ
 - 公会堂の外観や装飾をデザインしたマグカップ。イベントやセミナーでの記念品としても人気。
- エコボトルやタンブラー
 - 館内や外出中で活用できる冷水・温水対応のタンブラーに公会堂のロゴや建物をデザイン。
- クリアファイルやドキュメントケース
 - 会議場利用者に向け、書類の整理に便利なデザイン性のあるフォルダー。

3. インテリア系・趣味アイテム

- パズルや模型セット
 - 公会堂の建物を再現できる 3D パズルやミニ模型。
 - アートポスター
 - 公会堂の内部構造や外観の美しさをポスター化し、部屋の飾りとして活用。
 - カレンダー
 - 公会堂の各季節の写真を使用した卓上タイプや壁掛けカレンダー。
-

4. 食品・飲料関連

- お菓子のセット
 - 公会堂限定パッケージのクッキーやスイーツ。
 - オリジナルラベルの歴史あるデザインの紅茶やコーヒー
 - お洒落なラベルデザインを廃して、公会堂限定ブレンドの飲料。
-

5. コレクター向けアイテム

- 公会堂の記念切手セット
 - コレクション目的の記念切手。
 - 歴史資料を元にしたパンフレットや冊子
 - 公会堂の歴史や建築の詳細が記載された冊子など。訪れた方が施設について理解を深められる内容。
-

6. デジタルグッズ

- デジタルグッズ（USB メモリなど）
 - 公会堂ロゴでデザインされた実用的な USB メモリや携帯サポートアイテム。
 - スマホケース・スマホスタンド
 - 公会堂のデザインを取り入れたスマホケースやスタンド。
-

【取り組み策】

1. オンラインショップの設置
 - 公会堂のホームページや専用アプリ内でグッズを購入可能にする。
 - 遠方の方や後日購入希望の方に対応。
2. イベントや季節に応じた特別グッズ
 - 特定イベント（講演会・展示会）や季節に合わせた限定グッズを企画。
 - 例：新春特別グッズや周年記念グッズ。
3. アンケートを活用したニーズ把握
 - 年代別のニーズに応じて調整。

- 若い利用者向け＝トートバッグやスマホケース。
 - 高年層向け＝歴史資料やアートポスター。
-

【まとめ】

公会堂のグッズは、施設の歴史的価値やデザイン性を活かしつつ、実用的なアイテムや記念コレクションとして展開することで来場者の満足度や記憶に残る体験をさらに高めることが可能。

これらのグッズをイベントや講演などの場と連動させたり、特別な取り組みを組み合わせることで、公会堂の利用者が新たな楽しみや興味を持つきっかけの創出を検討。

19. 申込方法、お支払い方法について、ご要望ご意見ございましたらお聞かせください。

[詳細情報](#)

35

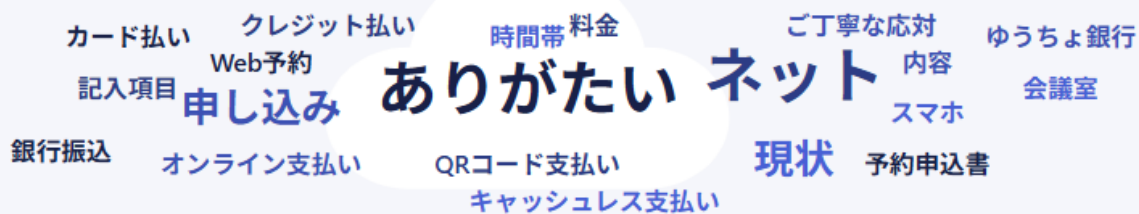
応答

最新の回答

"今でも申し込みしやすいです。"

...

3回答者 (9%) この質問に ありがたい回答しました。



【よくある要望・意見の予測】

1. 申込方法に関する要望

- オンライン化の希望:
 - 「ウェブ申し込みが簡単になればいい」
 - 「スマホアプリで予約できると便利」
- 電話・対面申し込みの維持希望:
 - 「デジタル化が進んでも、電話や対面申し込みの選択肢も残してほしい」
- 予約状況の即時確認:
 - 「リアルタイムで空き状況が確認できるシステムが必要」
 - 「予約後すぐに確認メールが欲しい」

2. 支払い方法に関する要望

- キャッシュレス対応:
 - 「クレジットカードや電子決済が利用できると便利」
 - 「交通系 IC カードやスマホ決済アプリを使いたい」
- 支払手順の簡略化:
 - 「支払い方法をもっと簡単にしてほしい」
- 分割払い・事前支払いの選択肢:
 - 「事前支払いか分割払いを選べると助かる」
- 領収書対応:
 - 「オンライン予約の場合でも、簡単に領収書を発行してほしい」

3. その他の要望

- 多言語対応:
 - 「外国語での申込方法や決済手段が必要」
 - ユーザーサポート:
 - 「申し込みや支払い方法について不明点がある場合はサポートを強化してほしい」
 - 柔軟なキャンセルポリシー:
 - 「予約のキャンセルや変更を、スムーズに行える仕組みが欲しい」
-

【課題】

1. 申込方法の改善策

- オンライン予約システムの導入・拡張:
 - Web サイトやスマートフォンアプリで、空き状況確認、予約申し込み、事前決済までを完結できるシステムの構築。
 - 具体的機能:
 - 検索フィルター（利用目的、部屋タイプ、時間帯など）
 - カレンダー表示での空き状況確認機能。
 - 予約後の通知:
 - 予約完了後自動で確認メールや通知を送信する仕組みを導入。
- 既存の申込方法の維持:
 - デジタル化を進めつつ、電話や対面申し込みを必要な方に提供。
 - 高齢者やデジタル環境に不慣れな方々をサポートするため、窓口での対応を柔軟に行う。

2. 支払い方法の改善策

- キャッシュレス決済の導入:
 - クレジットカード（Visa、Mastercard など）や電子決済（PayPay、楽天 Pay、交通系 IC カード）を支払い手段として導入。
 - スマートフォン決済対応で利便性を拡大。
- 事前決済と領収書発行の簡略化:
 - 事前のオンライン決済を可能にし、予約時に料金を確定。
 - 自動で領収書をメール送付、またはシステム上でダウンロードできる機能を提供。
- 柔軟な支払形式の導入:
 - 長時間利用者や大規模イベント利用者向けに分割支払いを選べる仕組み。
 - 当日支払いと事前支払い（クレジット/振込）の選択肢を提供。

3. ユーザー対応の強化

- 多言語対応:
 - 順次対応言語を増やす。（英語、中国語、韓国語など）
 - 外国の利用者向けに、多言語の申込ページを設ける。

- サポート体制の充実:
 - FAQ ページの充実やチャットサポートの導入。
-

【メリットと期待される効果】

1. 利便性の向上

- 利用者が簡単かつ効率的に予約と支払いができるようになる。
- クレジットカードや電子決済の導入により、支払い手段を選びやすくなる。

2. ユーザー満足度の向上

- 柔軟な申込方法と支払いオプションが多くなることで、施設利用のハードルが下がる。
- 高齢者やデジタル弱者への配慮で全ての世代に対応できる。

3. 管理効率化

- デジタルシステムの導入により予約状況や支払い状況を一元管理できるようになる。
 - 自動通知や領収書発行の仕組みを設けることでスタッフの負担を軽減。
-

【まとめ】

利用者の要望には、オンライン申し込みの拡張、キャッシュレス決済の対応、ユーザーサポート体制の強化などが含まれている。これらを満たすためにも、アナログ方法（電話や対面申込）の維持と併せて、デジタルによる効率化を段階的に進めていくことが最適。

令和8年3月末日
指定管理者ジェイコムウエスト報告

以上