

令和3年度も、同様に激減したままでした。9月30日に4回目の緊急事態宣言が解除されてようやく国内感染者の数が落ち着き、経済活動を再開する機運が高まりました。。コロナ禍でも、感染防止や3密回避を十分意識しながら、経済活動の再開へ積極的に取り組みました。各店舗は、商品構成の工夫やイベントの開催、雇用の確保など、便益施設としての役割を理解し努力しました。

令和2年度に疫病退散の願いを込め、好評を得た赤い天守閣と虎が描かれた「赤絵」を利用し、11月より大阪市の事業として、回遊型の「赤絵リアル宝探し」を、MIRAIZA OSAKA-JO と JO TERRACE OSAKA とを拠点に実施しました。これは、大阪城公園のみならず、天王寺公園やくらしの今昔館という市の施設と連携して実施した回遊型の施策で、子供たちを含め、大阪市民の皆さん、公園を訪れた人たちに無料で気軽に参加して楽しんでいただきました。

令和4年度も、上期は新型コロナウイルス感染症の影響が続き、MIRAIZA OSAKA-JO の入館者数もなかなか戻らない状況が続きました。各店舗は、感染対策に努めながら、国内のお客様への需要を喚起する催事を企画し、メニューの工夫を続けるなどの努力を積み重ねていました。経済活動を再開していこうとする世界の動向に合わせ、秋には国内も再開機運が徐々に高まっていきました。政府・行政の「旅行割」等の施策により、下期になり、まず国内観光客が増え始めました。水際対策の緩和が段階的に行われ、外国人観光客の姿も、徐々に増えて行きました。10月には、天守閣90周年を記念するイベントの最後を飾る「大阪城夢祭」が実施され、改めて大阪城に注目が集まりました。MIRAIZA OSAKA-JO の懸案の一つであった地下の施設として、「海洋堂フィギュアミュージアム ミライザ大阪城」の招致に成功し、12月にオープンしました。

令和5年に入り、インバウンドの数は増加していきました。2月と3月は「大阪城春祭り」と銘打ち、梅や桜を楽しむお花見の機運を高めました。桜のお花見には、コロナ前と変わらぬ大勢の人々が公園を訪れ、ようやく賑わいが戻ってきつつあります。

令和5年度は、ようやくコロナ禍から新しいフェーズに移行し、入館者数は大幅に回復しました。各店舗は、営業時間をコロナ前の時間に戻し、スタッフの確保に努めながら、売り上げを回復していきました。3月には、日本の桜のシーズンを目指すインバウンドが大勢公園を訪れ、コロナ禍前の賑わいが戻ってきました。



外観

## ■具体的実施事項

### 令和2(2020)年度

- ・コロナ禍のため、地下1階の体験施設「イリュージョンミュージアム」と「侍・忍者体験」は休館しました（「イリュージョンミュージアム」は、翌年3月に閉館）。
- ・各店舗へは、感染状況の拡大に伴う政府・行政からのガイダンスに基づき、営業の休止・時短をサポート。各店舗の事情により、施設利用料の減額に対応し、事業の継続を支援しました。
- ・新型コロナ感染拡大の中でも、毎年7月の七夕の時期に恒例となっている「七夕笹飾り」をミライザの玄関前で実施。ミライザで働く職員と、散歩で訪れる来園者が、思い思いに世界的な疫病の収束を願い、短冊に願いを託しました。
- ・コロナ禍の中、活動再開の取り組みの一つとして、大阪歴史博物館で行われた特別展「埋忠〈UMETADA〉 桃山刀剣界の雄」と連携。ミライザと展覧会のキャラクターとなった、PCブラウザ&スマホアプリゲーム「刀剣乱舞-ONLINE-」との記念のコラボレーションを実施し、回遊の促進を目指しました。
- ・休憩エリアに、大阪市水道局の無料給水スポット「水色スイッチ」を設置。大阪のおいしい水を、マイボトルや水筒で使用することで、日常的な利用を促進しています。



無料給水スポット「水色スイッチ」

大阪歴史博物館「埋忠〈UMETADA〉桃山刀剣界の雄」と連携

### 令和3(2021)年度

- ・コロナ禍のため、各店舗の営業の時短や、コロナ終息後の取り組みをサポート。各店舗の事情により、施設利用料の減額に対応し、事業の継続を支援しました。
- ・秋には一時的に感染の縮小が見られ、経済活動再開への機運が高まり、大阪市経済戦略局と三城連携の企画「大阪城と尼崎城、岸和田城、三城をめぐるスタンプラリー」や、「大阪城天守閣復興90周年「リアル宝探し『赤絵から逃げ出した虎を探せ』」の拠点の一つとして参加・実施に取り組み、来園者の増加や回遊の促進を目指しました。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、ターゲットを国内観光客・近隣からの来園者に変え、大阪らしい土産物、日本の心を伝える和雑貨などに加え、マスク等の日用品や人気アニメのキャラクター関連商品を増強する等、さまざまな工夫・努力をしました。その一環として1階店舗「本陣」では、9月に「みっふいー」、12月には、「りらくま、すみっコぐらし」を中心とするサンエックスの人気キャラクターの出張販売を行って、ファミリー層など新たな来園者の獲得を試み、手応えを得ることが出来ました。



「赤絵から逃げ出した虎を探せ」の拠点 人気キャラクター・りらくまのグッズ販売

#### 令和4(2022)年度

- ・ 1階店舗「本陣」では、春から半年間、人気アニメーション「名探偵コナン」のキャラクター特設売場「名探偵コナンSPECIAL SHOP」を期間限定で展開。大阪城とコラボした限定品を含めた人気アニメのグッズ販売は、若年増・ファミリーを中心に、新たな来園者を本丸エリアに迎えることに貢献しました。
- ・ 10月には、3年ぶりとなる「生きた建築ミュージアムフェスティバル2022」のリアル開催に参加。ミライザのリノベーションを担当した一級建築士によるガイドツアーを実施しました。
- ・ 10月に天守閣の90周年を記念して大阪市が園内で開催した「大阪城夢祭り」では、オープニングセレモニー出演者のメッセージが書き入れられたシンボルモニュメントが、本丸広場のステージに飾られました。11月からは、そのモニュメントをミライザのエントランスに期間限定で設置し、写真撮影スポットになりました。3月からは、モニュメントを改造し、休憩エリアに常設。「大阪・関西万博」開催期間まで盛り上げに利用しています。
- ・ 12月には、大阪が誇るものづくり文化の象徴である海洋堂の招致に成功。地下の南側に「海洋堂フィギュアミュージアム ミライザ大阪城」をオープンしました。海洋堂は、大阪のものづくりの代表する企業の一つで、フィギュアの精巧さや造形センスは世界屈指の水準を誇り、そのブランド力は高く評価されています。日本のポップカルチャーを牽引してきた実績から、今後は、国内にとどまらず、インバウンドを含めた観光客の集客に期待ができます。



大阪城夢祭シンボルモニュメント



海洋堂フィギュアミュージアム大阪城オープン

## 令和5(2023)年度

- ・前年大好評を得た「名探偵コナンSPECIAL SHOP」を1階店舗「本陣」で、3月から8月まで6か月間にわたり期間限定で展開。前年を上回る売上を達成しました。
- ・「海洋堂フィギュアミュージアム ミライザ大阪城」では、春休みに大阪市内中央区の公立小学校の児童と保護者へ、大阪市教育委員会と中央区役所のご協力のもと、特別無料チケットを配布し、来園の機会を促進しました。
- ・5月8日に新型コロナウイルスの感染法上の位置づけが5類へ移行後、本格的なアフターコロナの機運が高まり、インバウンドを含めた観光客の来園が急増していきました。増加に応じ、清掃員をはじめとするスタッフやシフトを強化し、対応しました。
- ・コロナ禍でも毎年ミライザの玄関エリアで続けてきた、7月の「七夕・笹飾り」を実施。コロナ以前の盛況ぶりを取り戻し、多くの来園者が願い事を短冊に託し飾り付けていただきました。夜間には初めて短冊のライトアップを行いました。七夕の後は恒例の風鈴飾りで、来館者を歓迎しました。
- ・記録的な暑さとなった夏、魅力向上事業「大阪城夕涼み茶屋」を開催。本丸エリアの来園者へ無料の休息用テントやキッチンカーによる冷たいドリンク・フードを提供するとともに、ミライザ前で「大阪城打ち水大作戦」を実施。好評を得ました。
- ・10月には恒例の「生きた建築ミュージアムフェスティバル2023」に参加し、ガイドツアーには、予定していた40名を越える方々に参加いただきました。



名探偵コナン SPECIAL SHOP



大阪城打ち水大作戦 2023

### 令和6(2024)年度

- ・3回目となる「名探偵コナンSPECIALSHOP」を1階店舗「本陣」で3月から8月まで6か月間にわたり期間限定で展開。全国からコナンファンが集まる機会として定着し、売上の記録を毎年更新しています。
- ・天神祭りに合わせ、屋上レストランで、パーティー形式のイベント「鉾祭-KOGANE MATSURI-」を開催し、SNSを通じて世界に発信。改めて、大阪城に最も近い観光スポットとしての魅力が広まり、インバウンドの来店増加に繋がっています。
- ・10月には恒例となった「生きた建築ミュージアムフェスティバル2024」に59名が参加。本丸エリアの歴史的・文化的魅力を高める機会として、近隣施設である重要文化財「金蔵」の公開との連携を意識し、開催しました。



恒例の「七夕・笹飾り」夜はライトアップ



「イケフェス 2024」MIRAIZA ガイドツアー

### ■市民との連携

「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪（※イケフェス大阪）」に参画しており、毎年10月に、大阪府民の方を中心に約40名がミライザ大阪城を訪れ、改

修工事の設計担当者が、ここでしか体験できない多彩なプログラムを提供しています。

#### ※イケフェス大阪

イケフェス大阪は、2014年に始まった毎年秋の週末に大阪の魅力ある建築を無料で公開する日本最大級の建築イベントです。

#### ■ ボランティアとの連携

1階南端に設置した展示室「特別史跡・大坂城跡」は、大阪城公園の歴史と公園各所の見どころを解説・展示したエリアで、オープン以来、多くの来場者の方にご覧いただいています。普段より、大阪ボランティアガイド協会の方々が常駐していただいております。訪日外国人旅行者を含め、大阪城公園に来られた旅行者に大阪城公園の歴史と魅力について説明していただいております。



#### ■ 5年間の成果

令和2(2020)年度からは、新型コロナウイルス感染症の影響もあり来園者が少ない状況でしたが、収束後においては、訪日外国人旅行者、国内旅行者、修学旅行等の学校団体の方々の食事や土産店等としての役割を担っています。

大阪城天守閣を眼前と望む屋上のレストランにおいては、開放感もあり訪日外国人旅行者にとっても人気があり、昼夜問わず連日多くの方に喜んでいただきました。

1階の土産店についても、大阪城公園らしい商品ラインナップを取り揃えており、国内外の旅行者に喜んでいただいております。

特に、ここ数年の暑さと本丸内には日陰も少ないこともあり、ミライザ大阪城内に涼み来る方も多く、令和6年度においては、クーリングシェルターとしての役割も担いました。



ミライザ屋上からの景色



1階土産店

MIRAIZA OSAKA-JO 店舗売上

	売上売上 (円)	利用人数 (レジ客数) (人)	客単価(円)
令和2年度(2020)	314,360,692	171,370	1,834
令和3年度(2021)	144,945,136	84,960	1,706

令和4年度(2022)	509,687,459	263,165	1,937
令和5年度(2023)	1,487,245,435	723,362	2,056
令和6年度(2024) ※見込	1,600,000,000	800,000	2,260
5年合計	3,270,151,678	1,586,228	2,062

#### MIRAIZA OSAKA-JO 入館者数 (中央玄関通過者を手動でカウント)

令和2年度(2020)	127,912人 (6月よりカウント)
令和3年度(2021)	202,334人
令和4年度(2022)	769,626人
令和5年度(2023)	2,317,554人
令和6年度(2024)	2,530,000人 (見込)

#### MIRAIZA OSAKA-JO 婚礼組数 (THE LANDMARK SQUARER)

令和2年度(2020)	148組
令和3年度(2021)	236組
令和4年度(2022)	343組
令和5年度(2023)	334組
令和6年度(2024)	300組 (目標)

#### ■ 5年間の課題

- ・ミライザは、昭和6年に建築され、令和7年度には、復興天守閣と同じく94年目を迎える歴史的な建物です。特に、2021年に屋上の笠木の一部が落下。玄関は扉の重さで開閉や施錠に支障をきたす可能性があります。外壁等の劣化が進んできている状況もあり、修繕工事が必要になってきています。
- ・いずれの最寄り駅からも遠く利用者が敬遠する傾向もあるため、園内交通システム等による徒歩意外のアクセスの改善が求められています。
- ・ミライザ大阪城の歴史的な価値の認知はまだまだ低いので、SNS等の活用が必要であると考えています。

- ・令和7(2025)年度に、「大阪城 豊臣石垣館」新規オープンするに際して、入館待ちの待機による館内利用を促進するための施策の検討が必要と考えています。
- ・コロナ禍を通じて、疫病の拡大の際の観光施設としての厳しさを経験しました。台風などの天災だけでなく、国際情勢の変化や政治的な要素から、インウンドの多くを占める東アジアからの流入が一時的に激減することも体験しています。今後も、観光事業が持つ不安定な要素を意識し、ここにしかないもの、こでしか体験できない事を磨き、その長所を最大限に活かしていく努力が必要です。
- ・アフターコロナ期に入り、入館者はますます増加しています。各店舗は、ニーズに対応できるよう、人員の確保やレジの増加、電子対応、外国語対応などに努めています。高騰する資材費・人件費を計算しながら、人員を確保し、サービスの質を落とさないような努力が必要です。
- ・バンケットルーム利用したMICE推進については、思うように実現していません。また、コロナを経験したことによる意識の変化から、ブライダル産業全体が低調と言われています。天守閣に隣接する建物としての特別な立地を活かし、特に屋上テラスを利用した企画やイベントにも注力していきたいと考えています。

#### ■次の5年間に向けた取組予定事項

- ・前述記載の、「大阪城 豊臣石垣館」のオープンに際して、ミライザ大阪城との連携企画を実施し、来園者の満足度の向上を目指します。
- ・「大阪城 豊臣石垣館」の出口がミライザ大阪城の裏手になっているため、ミライザ大阪城周辺の整備工事を行う予定です。
- ・ミライザ大阪城の建物の劣化に伴い、大阪市と連携の上修繕工事を検討していきます。
- ・利便性の促進のために、アクセスの改善を検討していきます。
- ・ユニークベニューとして、大阪城天守閣含む、文化財の利活用について、大阪迎賓館も加えて魅力向上事業を検討します。
- ・ミライザ館内、及び天守閣や新施設「豊臣石垣館」で働く人々が、働きやすい環境づくりにも取り組みたいと考えています。
- ・ますます来館者が増加することが予想されるミライザで、館内だけにとどまらず、本丸エリアや二の丸（東大番衆小屋跡エリア）を含めて、来園者へのサービスや便益の向上を目指したいと考えています。

## 2) 大阪迎賓館

### ■5年間のまとめ

新型コロナウイルス感染症の影響もあり一時は利用者が激減しましたが、収束後においては、大阪城公園を代表する迎賓施設として、財界及び、在阪企業の迎賓館の名前の通り世界的観光拠点に相応しい質の高い開かれたサービスを提供する運営ができました。また、広く多くの方々にも利用しやすいように、通常時は天守閣の見えるカフェ、レストランとしての利便施設の役割を担いました。婚礼については、新型コロナウイルス収束後、多くの披露宴会場としてのご利用をいただくことができました。

施設の外観を損なわないようにし、当事業体が指定管理を開始以降、内部造作についても、建造物の歴史や価値に配慮しております。

この5年間においても、ご予約いただいたお客様への質の高いサービスの提供だけで稼働率は高く推移しており、計画にありました天守閣ほかから文化財等貸与を受けての特別展は現状レギュレーションが整わずできておりませんが、重要文化財である櫓の解説付き見学や、豊松庵での呈茶を合わせたディナー企画等いくつか開催しております。その他、大阪もん（食材）を使用した料飲メニューの提供は大阪府・生産者の協力により増えています。

屋外（芝生の上）の活用については、西の丸庭園閉園時のみ、デザート等一部のサービスを芝生の上にテーブルと椅子を設置して提供する企画を魅力向上事業として大阪市に承認頂き実施しております。お客様からの評判もよく、これを目当てに夜の婚礼、宴席を予約されるお客様もいらっしゃいます。

また、迎賓館も、中秋の名月ディナーと銘打って、芝生の上で生演奏を聴きながらデザートを楽しむ企画を開催しております。



大阪迎賓館



大阪迎賓館内パーティー会場

## ■具体的実施事項

### ●令和2(2020)年度実施事項

- ・イルミネージュディナー

### ●令和3(2021)年度実施事項

- ・イルミネージュディナーは大阪城イルミネージュ中止のため通常ディナーへ変更

### ●令和4(2022)年度実施事項

- ・イルミネージュディナー
- ・観月(中秋の名月)ディナー
- ・ガーデンデザート(コース提供のデザートを芝生の上で提供)30件

### ●令和5(2023)年度実施事項

- ・イルミネージュディナー
- ・観月(中秋の名月)ディナー
- ・ガーデンデザート25件

### ●令和6(2024)年度実施事項(予定含む)

- ・イルミネージュディナー 11月下旬から2月末で予定
- ・観月(中秋の名月)ディナー 9月20日(金)絶賛予約受付中
- ・ガーデンデザート8件実施済み、予定あり

## ■おもな運営内容・実績

- ・さまざまな企業・団体の会合及び会食の誘致・開催。
- ・西の丸庭園ガーデンウェディングを含む披露宴・パーティーの受注・運営。
- ・G20夕食会、カクテルパーティー会場提供、運営サポート。
- ・「UNIQUE VENUES OF JAPAN 2023」を開催(令和5(2023)年12月実施)し、観光事業者をお招きの上、今後のユニークベニューとして文化財の活用等を踏まえ、櫓等の施設見学とパネルディスカッションを実施しました。



パネルディスカッション

## ■大阪迎賓館ご利用者数の推移

令和2(2020)年度	4,995名
令和3(2021)年度	7,245名
令和4(2022)年度	11,119名
令和5(2023)年度	15,067名
令和6(2024)年度	15,300名(目標)

(参考：平成28年度 10,030名、平成29年度 20,062名、平成30年度 16,798名、令和元年度 21,892名)

## ■5年間の成果

- ・APEC'95のレガシーを、本来の創建目的であったおもてなしのための施設として改めてオープンでき、多くの方、ご家族、団体様にご利用頂けています。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で、利用件数・客数とも大幅減となりましたが、8割まで回復しました。
- ・G20夕食会場となったことで、各国大使館、領事館に知られることとなり、英国総領事館のパーティを受注し今年6月に2回目を開催しました。
- ・受託事業者とのタイアップディナーを開催(イルミネーションディナー)しました。
- ・魅力向上事業として大阪市に承認された、西の丸庭園閉園時に限定した、迎賓館前芝生エリアでのアペリティフ、デザートのコース料理提供に付属したオプション提供は大変好評で、豊松庵とならび他施設との差別化を図れるメニューとなっています。また、一般予約向けでも、観月(中秋の名月)ディナー企画を新しく提供しております。
- ・観光庁の観光再始動事業により、大阪城の文化財を観て、学んで頂く取り組みとレストラン利用を融合した取り組みを開始しています。
- ・G20開催前に壁紙の清掃等コストをかけたことで、従来の輝きを取り戻しました(但し一般利用による傷み等が懸念されます。)

## ■5年間の課題

- ・大阪城が誇る文化財を活用したメニューを開発・提供していくことが必要だと考えています。
- ・お客様をお迎えできる部屋が一つしかなく、貸し切りが一件入ると、他のお客様がご利用できないため、効率的な活用方法についても検討が必要と考えてます。
- ・企業等団体での利用回復に繋がるための過去の利用者への営業活動も課題です。
- ・G20開催の頃から、特に夏場の空調設備について度々不具合が発生する等、

心細い状況が続いており、大規模改修工事として大阪市に設備更新を相談しています。

#### ■ 次の5年間に向けた取組予定事項

- ・以前、事業計画書で、西の丸庭園入口付近での無料休憩所の新設を大阪市に相談し、実現の折には現在の無料休憩所を有料利用できる会議室兼小宴会場として運営したいとしておりましたが、大阪市教育委員会事務局総務部文化財保護課から、元々無料休憩所の建て替えという事由なので、無料休憩所は今のまま存続させる必要があるとのことでした。残る東側のスペースで会議室兼小宴会場として成立するのか、西の丸庭園閉園後のみ、無料休憩所スペース含めて使用するのか検討しております。
- ・ユニークベニューとして、大阪城天守閣含む、文化財の利活用について、ミライザ大阪城も加えて魅力向上事業を検討します。

### 3) 大阪城パークセンター（大阪城音楽堂事務所）

#### ■ 5年間のまとめ

平成27年4月より旧音楽団事務所（大阪城音楽堂事務所）を大阪城パークセンターとして、大阪城公園全体の運営管理スタッフの事務所及び来園者からの問い合わせをはじめとする各種問い合わせに対する応対や案内、落とし物の取り扱い、野球場や大阪城音楽堂、公園使用にかかわる申請業務等を行っております。年末年始期間（12月29日から1月3日）を除く、9時から17時30分まで土日祝を含めて運営しております。

また、施設内には園内交通システムの運営管理事務所や大阪観光ボランティアガイド協会の詰め所としても一部利用しています。2階は、たそがれコンサート等の大勢の出演者で利用する大阪城音楽堂のイベント時に貸し出しているほか会議等でも利用しています。その他、園内の各インフォメーションセンター間では社内チャットツールを用いて拾得物や迷子の対応、苦情要望、園内の状況について即時共有に努めています。

新型コロナウイルス感染症により、大阪城パークセンターは感染症対策を実施し、訪日外国人旅行者激減のためタブレットを介して通訳機能を持てるシステム「見える通訳」の利用を一旦終了しました。

令和5（2023）年9月～令和6（2024）年1月まで、大阪市により、外壁工事、屋上の防水工事等を実施、令和6（2024）年4月～6月にパークセンター（大阪城音楽堂事務所）事務室のリノベーションを行い、**新たに救護室を設けました**。負傷者だけでなく、近年の猛暑に対応すべくクーリングシェルターとして暑さによる体調不良者に対し涼しい部屋の提供を行っております。

また訪日外国人旅行者の回復に伴い、「見える通訳」の再開を予定しております。

大阪城パークセンターの主な業務は下記となっております。

1. 大阪城公園内の各種ご案内、お問い合わせへの対応。
2. 落とし物や迷子等の対応。
3. 事故等によるけが人や熱中症その他体調不良の方が出た際の救急連絡や救急車等の誘導、初期対応。
4. 公園使用許可に関する受付、問い合わせ対応。
5. 公園施設（大阪城野球場、大阪城音楽堂、豊松庵）の事務局。
6. 清掃ボランティア等各種ボランティア活動に対するの対応等。
7. 園内施設の維持管理（設備点検、清掃、園内警備）の統括業務。
8. 園内植栽維持管理の統括事務所。
9. 台風、大雨、地震等の災害時の対応窓口。

## ■ 5年間の主な実施事項

### 令和2（2020）年度

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、パークセンターでは訪問者記録・消毒液の設置・マスクの着用をお願い・インターホン対応・ビニールカーテンの設置。また従業員への感染症対策としてマスクの着用・机ごとの間仕切りの設置・訪問者の最大数の制限・web会議の積極的な活用を実施。

### 令和3（2021）年度

訪日外国人旅行者激減のためタブレットを介して通訳機能を持てるシステム「見える通訳」利用の中止。

### 令和4（2022）年度

新型コロナウイルス感染症対策として業務を実施。

### 令和5（2023）年度

新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い感染症対策を終了。

### 令和6（2024）年度

パークセンター(大阪城音楽堂事務所)リノベーションのための工事を実施、令和6（2024）年6月20日完成。

来園者の熱中症対策としてクーリングシェルターを設置。

タブレットを介して通訳機能を持てるシステム「見える通訳」利用の再開。

緊急災害時における対応マニュアル作成に向けた整理(大阪市と協議検討中)。

## ■ ボランティアとの連携

市民・ボランティアとの連携

公園ねこを管理している「大阪城猫の会」と連携し、公園ねこへの餌の寄付の付・猫サポーターへの餌の配布の中継地点としてパークセンター（大阪城音楽堂事務所）を活用しております。

また、個人・団体を問わず清掃ボランティア活動の受付業務をしており、ボランティアに対してごみ袋の提供及びごみの回収、処分をしております。

#### ■ 5年間の成果

- ・事務室のリノベーションを実施。以前より明るさが増し来訪者・職員共に快適な空間となりました。また事務室内にクーリングシェルターを設置、近年の猛暑による来園者の熱中症対策として涼しい場所(新設の救護室含む)の提供を行っております。
- ・事務室のリノベーションに伴い、電話機の交換を同時に行い、来園者等からの対応品質の向上を目指し、録音機能を加えた電話機へ更新しました。

#### ■ 5年間の課題

- ・事務室はリノベーション等実施しましたが、2階や他の部分については既存のままの状態です。建物自体は、40年以上前のものであるため、経年劣化は否定できない状況です。

#### ■ 次の5年間に向けた取組予定事項

- ・大阪・関西万博を機会に来園者増加することを想定し、多言語対応できる準備を進めてまいります。
- ・南海トラフ地震等の大きな災害に対応すべく、広域避難場所と後方支援活動拠点としての役割を担うための役割と機能の確認を行い、しっかりとした準備を進めてまいります。そのために、大阪市と協議中である、緊急時災害マニュアルを大阪市と共に作成していきます。

### 4) 売店

#### ■ 5年間のまとめ

令和2年（2020年）3月8日～5月31日までの期間は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、一部サテライト店舗を休業し、ローソン大阪城公園・ローソンS大手前リストハウス・ローソンS森ノ宮口噴水広場の3店舗で営業いたしました。その後、訪日外国人旅行者の利用は減ったものの、近隣住民のご利用もあり令和2年度以降の売上については、順調に推移しており、多くの来園者にご利用いただいております。

また収束後においては、大阪城ホール、大阪城音楽堂のイベントも実施され参加者も多くなりました。かつ公園の来園者数もかなり多くなってきましたので、商品数等来園者の動向あったラインアップを充実させるよう努力しております。

特に、公園内のイベントや桜の花見シーズン・紅葉シーズン等に合わせた、柔軟な運営に努めました。

#### 売店売上推移

(単位：円)

	売上金額	客数	客単価
令和2年度 (2020年)	170,571千円	479,196人	355円
令和3年度 (2021年)	237,268千円	649,688人	365円
令和4年度 (2022年)	399,274千円	942,237人	423円
令和5年度 (2023年)	549,985千円	1,180,617人	465円
令和6年度 (2024年)	550,000千円 実施見込	1,185,000人 見込	464円 見込

#### 【施設概要】

名 称	面 積	営業時間	運営開始日
ポツ大阪城公園	160 m <sup>2</sup>	7時～23時	平成28年(2016年)4月28日
ポツS城南	21 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成28年(2016年)5月17日
ポツS大手前北	34 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成28年(2016年)5月27日
ポツS大手前レストハウス	119 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成28年(2016年)6月24日
ポツS青屋門下	26 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成28年(2016年)6月17日
ポツS梅林(臨時)	75 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成29年(2017年)1月28日
ポツS森ノ宮口噴水広場	141 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成29年(2017年)3月27日

ローソンS 極楽橋（自販機）	14 m <sup>2</sup>	9時～17時	平成28年（2016年）6月30日
----------------	-------------------	--------	-------------------

#### ■ 5年間の課題

- ・ 人手不足

人手不足により、営業に苦慮していますが、来園者が増えている傾向にあるため人材派遣会社等活用により運営を進めてまいります。

コロナ禍のイベントがない時期でも、桜や梅、紅葉等を楽しむ来園者の方が多く来園されており、園内の動向に対応した営業に努めます。

#### ■ 次の5年間に向けた取組予定事項

引き続き、利用しやすい店舗づくりと来園者動向や需要に鑑みた営業に努めます。

## 3-2 新たな公園施設の設置

### 1) 森ノ宮噴水エリア

#### ■ 5年間のまとめ

森ノ宮噴水エリアはコンビニエンスストア「パークローソン森ノ宮店」をはじめ、コーヒーショップ「スターバックス」、ベーカリーレストラン「R Baker」、児童遊戯施設「ボネルンドプレイヴィル」が営業しております。また、公園内の草木や季節の花を集約したエリア「ボタニカルショーケース」には、年間を通じてお客様の憩いのスペースとしてご利用いただいております。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で緊急事態宣言が出された際には、一次営業休止となる事もありましたが、森ノ宮噴水エリアはもともと市民の方のご利用が多く、ベンチ等屋外の休憩スペースも整備されていることから、比較的新型新型コロナウイルス感染拡大の影響は少なく、コロナ前の令和元(2019)年度と比較すると、令和4(2022)年度時点で、売上比較で約100%になり早期の回復となりました。

令和5(2023)年の冬には、訪れる方により季節感を感じていただけるように、クリスマス装飾を行い、ご好評をいただきました。

森ノ宮噴水エリア周辺は観光客だけでなく、近隣からの来園者や大阪城音楽堂やピースおおさか等の文化教養施設に訪れる来園者や休日や早朝、夕刻に多く見られるランナー等憩いの場となっております。

今後も、大阪城公園の玄関口として、近隣からの来園者や観光客に喜んでいただけるよう、ボタニカルショーケースを使った園内植物の情報発信や植栽を使った装飾を行い、来園者の憩いのエリアとして引き続き景観の維持に努めていきます。

#### 森ノ宮噴水エリア売上推移

(単位：千円)

	売上金額	客数	客単価
令和2年度 (2020年)	280,495千円	424,233人	661円
令和3年度 (2021年)	383,604千円	546,594人	701円
令和4年度 (2022年)	518,919千円	656,789人	790円
令和5年度 (2023年)	600,270千円	803,340人	747円
令和6年度 (2024年)	601,000千円 実施見込	804,000人 見込	747円 見込

## 【施設概要】

名 称	用 途	構 造	面積
スターバックス大阪城公園森ノ宮店	コーヒーショップ	鉄骨造平屋建て	291 m <sup>2</sup>
ベーカリーショップ R Baker	ベーカリーレストラン	鉄骨造平屋建て	187 m <sup>2</sup>
ボーンレンドプレイヴール大阪城公園	児童遊戯施設	鉄骨造平屋建て	531 m <sup>2</sup>
案内所	案内所	鉄骨造平屋建て	39 m <sup>2</sup>

### ■具体的実施事項

#### ●令和2(2020)年度

新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言発令により、4月9日から5月31日までアールベイカーとスターバックスが休業いたしました。

ボーンレンドについては、顧客対象が未就学児中心であることから、顧客の安全性に鑑み2月29日から5月27日まで休業いたしました。

来園客の動向として、屋外への外出が増えてきたことから、森ノ宮噴水エリアへの来園客が増え、すこしずつ賑わいが戻りました。ソーシャルディスタンスを意識され、テイクアウトをご利用後に芝生エリアやベンチで過ごされる人が多く見られました。

#### ●令和3(2021)年度

新型コロナウイルス感染症がまだ蔓延している中ではありましたが、森ノ宮噴水エリアは屋外で過ごす事のできるスペースが多いため、園内においては比較的来園者の多いエリアとなりました。

テイクアウト可能な商品を増やし、スターバックスではモバイルオーダーを推奨する等、来園されたお客様にサービスを提供しました。

#### ●令和4(2022)年度

ミライザやジョーテラスで実施している七夕飾りをボーンレンドにも設置しました。ボーンレンドの商品も飾りにとり入れつつ、店舗を利用されたお客様に飾り付けを楽しんでいただきました。

また、公園内にすこしずつ訪外国人旅行者が戻り、桜のシーズンや週末には多くのお客様にご利用いただきました。商品構成や店舗の人員体制強化等柔軟な対応に努めました。各店舗ではシーズン装飾を行う等、訪れた来園者にお楽しみいただきました。

#### ●令和5(2023)年度

訪日外国人旅行者や国内観光客、近隣住民の来園者が増え、森ノ宮噴水エリアには多くのお客様が来園されました。特に、店舗ご利用後芝生エリアやベンチをご利用されるお客様が多く、エリア全体に来園者の方がおられる状況でした。

5月には、「大阪城音楽堂フェスティバル2023」と連動して「森ノ宮噴水エリアにぎわいイベント2023」を開催。噴水エリアでキッチンカーのフードサービスや、大阪東警察署の協力のもと交通安全啓発キャンペーンを展開しました。ローソン前の芝生エリアでは、ジャズ・ブラスバンドのおもてなし演奏を実証実験として行い、来園者に好評を得ました。

12月には来園された方により一層季節感を感じていただけるように、大阪城公園内で出た廃棄材木を使用したクリスマス装飾を設置いたしました。

多くの来園者にお楽しみいただきました。また、夜は暗いイメージの森ノ宮噴水エリアとは違った雰囲気をお楽しみいただきました。

飾り付けには、園内のグリーンカーテンとして植えた千成ひょうたんを使用しました。



クリスマス装飾令和5(2023)年度実施

### ●令和6(2024)年度

5月には、「大阪城音楽堂フェスティバル2024」と連動して「森ノ宮噴水エリアにぎわいイベント2024」を昨年度に続き開催しました。市民の森の入り口に特設ステージを設置し、大阪・関西在住のプロのミュージシャン達のコンサートを無料で開催。また、大阪市の地元の市民オーケストラや、東成区の中学校吹奏楽部にも出演頂き、日ごろ練習の成果を披露して頂きました。森ノ宮入り口から噴水までのエリアで、大道芸、こどもが遊べる巨大ふわふわ、キッチンカーのフードサービス、マルシェ、大阪東警察署の交通安全啓発キャンペーンを展開しました。

令和5(2023)年度のクリスマス装飾同様に、来園者に季節感を感じていただくために森ノ宮の旧せせらぎに花壇を新設しました。まずは、4月のチューリップ、ガウラ、ユリ、8月のヒマワリを新たに植えました。花壇については、来年度以降についても継続して実施予定です。クリスマス装飾についても前年度同様に設置する予定です。

## ■ 5年間の課題

### ・四季のイベント

園内の他施設等と連携や花壇の新設等、クリスマス以外のシーズン装飾を行うことを検討し、訪れた来園者に四季を感じていただけるように努めます。

### ・暑さ対策

夏季になると、日陰等が少なく、人影が少なる傾向があるので、夏場対策について検討していきます。

### ・情報発信

ボタニカルショーケースから園内植物や花の見ごろ等より分かりやすく情報発信していけるように努めます。

## ■ 5年間の成果

元々、地元住民の方のご利用が多いエリアでしたが、店舗オープンし認知されることで、さらに多くの人が集まり、くつろいでいただけるエリアとなりました。店長会の開催等で、店舗間で情報交換を行い、新型コロナウイルス感染症の蔓延時には営業方針等共有し、テイクアウト等の利用促進により、新しい生活様式に対応した公園・緑の利用者への空間づくりに努めました。

また、新型コロナウイルス感染症5類移行にともない、以前のように多くの来園者が来られるようになった2023年5月以降は、来園者の需要に応えるべく、商品構成や人員構成等を強化し、柔軟な店舗運営に努めました。

来園いただいている方に、季節感を感じていただけるように、四季折々の花壇の新設やクリスマスツリーの装飾も実施しました。

## ■ 次の5年間に向けた取組予定事項

令和5(2023)年度に好評いただいた七夕・クリスマス装飾を引き続き行い、さらに来園者に楽しんでいただける施策を検討いたします。

また、劣化が進んでいるボタニカルショーケースの看板やり替え、樹木の表記やり替え等を検討し、園内の四季を感じられる季節の花や樹木の情報発信に努めます。

暑さ対策として、市民の森の活用を検討していきます。市民の森は、木々も多く日陰が多いことから、暑さ対策として、人が集まりやすい環境を整えていきます。

森ノ宮噴水エリアは、特に市民の方々多く、訪日外国人旅行者も増えている傾向にあるため居心地の良い環境づくりに努めてまいります。

## 2) JO-TERRACE OSAKA

### ■ 5年間のまとめ

JO-TERRACE 施設利用状況としては、2022 年度上半期まではそれまで通り週末や休日・大阪城ホールイベント開催日・太陽の広場イベント開催日を中心に利用者が増加しましたが、依然として何もイベントが開催されない日との差が激しく、店舗運営においてスタッフ人員の調整が難しい様でした。しかしながら、2022 年度下半期に入り国内の旅行が解禁されると様相が一変し、JO-TERRACE エリアの各施設をご利用される人数も増え、大幅に売り上げを伸ばしていきました。

令和 5 年度（2023 年）に入りますと、これまであまり見かけなかった欧米系の観光客の姿が早朝から見受けられるようになり、天守閣まで登城した後に再び JO-TERRACE エリアに戻ってくる（いわゆる回遊）形が徐々に根付いて来ているように見え、その影響もあって JO-TERRACE の施設利用状況は 2019 年度を大きく上回る数字で推移しております。

### ■ 具体的実施事項

#### 令和 2 (2020) 年度

コロナのため D テラステナント撤退（1 店舗）

#### 令和 3 (2021) 年度

コロナ禍のため時短営業にて運営。

#### 令和 4 (2022) 年度

時短営業は解除。隣接の大阪城ホールのコンサートイベントの人出が戻るに連れて施設利用状況も徐々に回復。

- ・ 5 月 F テラス新店舗オープン（55+）。
- ・ 7 月 E テラス新店舗オープン（スリーポキ）
- ・ 8 月 JO-TERRACE 夏祭りイベント実施
- ・ 8 月 E テラス新店舗オープン（スタジオクロリ）
- ・ 12 月 F テラス 1 区画テナント契約解除



2022年夏祭りイベント



JR 大阪城公園駅側入口

店舗



大阪城ホール側入口（夜間）

施設西側導入路

### 令和5(2023)年度

- ・ 6月Dテラス新店舗オープン（クラブピラティス）
- ・ 8月Fテラスに新店舗オープン（DOHホットドッグ）  
コロナ禍によるオープン時からのテナントの中途解約、撤退等を経ながら新規テナントの誘致活動の効果もあり、Dテラス2階部分を除き令和5年度内で全区画テナント入居達成。
- ・ 10月JO-TERRACE エリアにて秋祭りイベント実施



2023 年秋祭り



スタジオクロリ

#### 令和6(2024)年度

- ・Dテラス2階区画のテナント誘致活動(活動中)
- ・7月26日より来園者向けの暑さ対策としてウォーター噴水エリアの設置(8月25日まで)



ウォーターパレット 2024

■ 市民との連携(還元)

地域交流の目的として季節に応じたイベントの実施（令和4年夏祭り、令和5年年秋祭り）

■ ボランティアとの連携

OBP 協議会に参加し地域イベントに協力

■ 5年間の成果

コロナ禍のため、人の往来が制限され、大きな成果は生まれなかったが、解除後は来園者が集える施設としての位置づけが定着出来た。

5ヶ年店舗売上・利用状況・PMO 収入

	売上金額(円)	利用人数(人)	施設使用料(円)	歩合合計(円)
令和2年度	723,244,886	429,994	297,531,326	7,232,494
令和3年度	1,878,978,332	692,014	293,020,793	1,886,783
令和4年度	2,632,128,060	1,075,561	312,546,607	17,714,658

令和5年度	3,327,514,301	1,225,802	319,085,364	32,304,916
令和6年度 (見込み)	3,428,514,322	1,263,268	¥310,336,000	29,134,300

※利用人数は各店舗レシート客数になります。

※A～F テラス及びキャッスルガーデンの全施設合計数になります。

## ■ 5年間の課題

課題として、

- ・ イベント時等施設混雑時にトイレ待ちの長蛇の列

施設共用部トイレ・施設に隣接する公衆トイレ両方で発生し、施設通行の障害等が発生しています。

- ・ 喫煙スペース設置

設置要望が店舗及び施設利用者から多数あげられています。特にイベント時には歩きタバコをされる人が散見され、小さなお子様の安全を考えると特定のスペースを設けることも対応策かと考えます。

- ・ ごみ箱設置

現店舗のうち半数以上がテイクアウト商品を販売しています。実施店舗にはごみ箱の設置をお願いしていますが、十分にまかなえていない状況ではありません。テイクアウト用の持ち帰りごみ袋の無料配布等でごみ捨てゼロ運動の啓蒙を検討しています。



公園トイレ混雑状況

## ■ 次の5年間の取組予定事項

- ・ 有料仮設トイレの設置の検討
- ・ 暑さ対策として打ち水イベントの継続実施（2024年はウォーターパレット）
- ・ 園内の回遊性向上を目的とした集客イベントの実施

### 3) 駐車場

#### ■ 5年間のまとめ

大阪城公園城南バス駐車場は新型コロナウイルス感染症による観光客激減により利用が大きく減りました。一方でソーシャルディスタンスの意識から個人旅行等普通車の利用が高まったため、**バス駐車場の一部を普通車駐車場に転用**して対応しました。

令和5(2023)年度には修学旅行生をはじめとする団体観光によるバス駐車場利用の回復が見られたため、普通車駐車場の転用を終了しました。その後も普通車の利用は高水準でした。

特に、桜の時期には森ノ宮交差点の交通渋滞を招く恐れがあることから、**大阪府警と連携し桜の開花時期は交通誘導員を配置し、駐車場入庫待ちの渋滞解消に努めるとともに、森ノ宮駐車場の改修工事を行い、駐車台数を100台から143台に拡張**しました。



渋滞対策

#### ■ 5年間の主な実施事項

##### ●令和2(2020)年度

観光バスの駐車場利用激減、且つ普通車駐車場の利用が著しいため、城南バス第2駐車場を令和2(2020)年3月28日から臨時普通車用に転用開始

##### ●令和3(2021)年度

継続して、臨時普通車駐車場として転用

#### ●令和4(2022)年度

森ノ宮駐車場・大阪城公園駅前駐車場について令和4(2022)年10月1日より料金を改定。観光バスの利用数回復を受け、令和5(2023)年3月1日より臨時普通車駐車場の営業を終了しバス駐車場に復旧

新型コロナウイルス感染症による人流の変化等により普通車駐車場の需要が高まり、駐車場の混雑が課題となっていました。2015年以来据え置きとなっていた料金について、混雑緩和(公共交通機関へ誘導)、人件費高騰、物価高に鑑み以下の通り変更を実施しました。

変更前【全日】8～22時 60分 350円 22時～8時 60分 150円

変更後【平日(月～金)】8～22時 60分 400円 22時～8時 60分 200円

【土日祝】8～22時 60分 500円 22時～8時 60分 200円

#### ●令和5(2023)年度

普通車駐車場の利用増加による、駐車場待ち混雑解消のため、森ノ宮駐車場を100台から143台に拡張。令和6(2024)年2月22日拡張工事完成。

#### ●令和6(2024)年度

新紙幣に対応すべく、精算機の更新を実施

城南バス駐車場入口の不陸による路面舗装改修工事を計画中

#### ■5年間の成果

- ・コロナ禍においてニーズ把握による普通車通駐車場の臨時対応の実施
- ・普通車駐車場の料金の改定(周辺駐車場を参考)
- ・森ノ宮駐車場の拡張(100台→143台)での駐車場待ちによる混雑緩和(大阪府警連携)

#### ■5年間の課題

- ・旅行形態の変化により、バス駐車場の日中利用は新型コロナウイルス感染症以前に比べ減少傾向にあります。
- ・身体障害者への駐車場割引の適用は駐車場運営先のコールセンターが対応していますが、出庫に時間がかかる事から対応について検討が必要と考えております。

#### ■次の5年間の取組予定事項

- ・利用者同行の状況を見ながら、バス、普通車共に臨機応変に駐車運営をしていきます。
- ・経年劣化に伴う、路面の補修、白線の線引きを行う予定です。

大阪城公園駐車場実績

(単位:円 税込)

城南バス (第1・第2) 売上	2023年度 城南バス 売上	279,380,400
	2022年度 城南バス 売上	121,633,100
	2022年度 城南バス駐車場第1 売上	83,180,000
	2022年度 城南バス駐車場第2 売上	38,453,100
	2021年度 城南バス 売上	32,871,550
	2021年度 城南バス駐車場第1 売上	13,025,750
	2021年度 城南バス駐車場第2 売上	19,845,800
	2020年度 城南バス 売上	23,454,050
	2020年度 城南バス駐車場第1 売上	6,549,650
	2020年度 城南バス駐車場第2 売上	16,904,400
	(参考) 2018年度 城南バス 売上	291,233,000
大阪城公園駅前駐車場 売上	2023年度 大阪城公園駅前 売上	151,721,700
	2022年度 大阪城公園駅前 売上	126,789,940
	2021年度 大阪城公園駅前 売上	78,357,470
	2020年度 大阪城公園駅前 売上	51,205,600
	(参考) 2018年度 大阪城公園駅前 売上	105,669,250
森ノ宮駐車場 売上	2023年度 森ノ宮駐車場(普通車) 売上	123,162,700
	2022年度 森ノ宮駐車場(普通車) 売上	103,205,350
	2021年度 森ノ宮駐車場(普通車) 売上	66,806,200
	2020年度 森ノ宮駐車場(普通車) 売上	60,922,280
		(参考) 2018年度 森ノ宮駐車場(普通車) 売上
総売上	2023年度 総売上	554,264,800
	2022年度 総売上	351,628,390
	2021年度 総売上	178,035,220
	2020年度 総売上	135,581,930
		(参考) 2018年度 総売上

(単位:台)

城南バス (第1・第2) 台数	2023年度 城南バス駐車場 台数	77,631
	2022年度 城南バス駐車場 台数	63,259
	2022年度 城南バス駐車場第1 台数	23,962
	2022年度 城南バス駐車場第2 台数	39,297
	2021年度 城南バス駐車場 台数	30,950
	2021年度 城南バス駐車場第1 台数	3,106
	2021年度 城南バス駐車場第2 台数	27,844
	2020年度 城南バス駐車場 台数	25,851
	2020年度 城南バス駐車場第1 台数	1,638
	2020年度 城南バス駐車場第2 台数	24,213
	(参考) 2018年度 城南バス駐車場 台数	107,796
大阪城公園駅前駐車場 台数	2023年度 大阪城公園駅前 台数	117,371
	2022年度 大阪城公園駅前 台数	113,350
	2021年度 大阪城公園駅前 台数	80,960
	2020年度 大阪城公園駅前 台数	63,847
	(参考) 2018年度 大阪城公園駅前 台数	103,258
森ノ宮駐車場 台数	2023年度 森ノ宮駐車場(普通車) 台数	120,585
	2022年度 森ノ宮駐車場(普通車) 台数	116,610
	2021年度 森ノ宮駐車場(普通車) 台数	86,439
	2020年度 森ノ宮駐車場(普通車) 台数	87,690
		(参考) 2018年度 森ノ宮駐車場(普通車) 台数

駐車場売上及び利用台数

4) COOL JAPAN PARK OSAKA

■ 5年間のまとめ

柿落としから1年余りでコロナ禍中となり公演のキャンセル、中止が相次ぎました。SSホールでは「森ノ宮よしもと漫才劇場」のレギュラー公演がスタート、また、漫画やアニメ、ゲームを原作とする2.5次元の作品の舞台を積極的に公演しました。

新たな取り組みとしてサッカーのW杯、野球のWBC等の試合中継をホールで観戦する、いわゆる「パブリック・ビューイング」の企画にも取り組んでいます。

■ 具体的実施事項(実績)

令和2(2020)年度

- ・WWホール 57,980人、TTホール 27,710人、SSホール 16,410人  
昨年比36%の合計102,100人を動員

令和3(2021)年度

- ・WWホール 134,940人、TTホール 62,350人、SSホール 47,075人  
昨年比239%の合計244,365人を動員

令和4(2022)年度

- ・WWホール 146,250人、TTホール 107,520人、SSホール 77,215人  
昨年比135%の合計330,985人の動員

令和5(2023)年度

- ・WWホール 181,060人、TTホール 106,730人、SSホール 81,650人  
昨年比112%の合計369,440人の動員

2.5次元等「劇場の強み」となるジャンルを強化、パブリックビューイング等の新しい取り組み。また劇場の場所を知っていただくことや、大阪城公園との連携等で収益改善に努力していきます。

#### ■ 5年間の成果

- ・本来、公園に来られない方々が、クールジャパン大阪を目的として来園いただき、大阪城公園の認識度向上に寄与しました。

#### ■ 5年間の課題

- ・まだまだ劇場の「強み」「特徴」が醸成は道半ばです。また「場所の認知」もまだまだ十分とは言えません。2.5次元の興行等を集める「貸館業」の部分はクールジャパンパーク大阪に依存するところですが、いまだ認知の低い「場所の周知」、大阪城公園との連携についてはPMOも支援できる所であると考えています。
- ・クールジャパン大阪の後援終了後のお客様を、公園内の飲食施設にてご利用いただく誘引策の連携について推進が必要だと感じております。

#### ■ 次の5年間の取組予定事項

令和7(2025)年春には万博関連イベントを実施予定です。今後は単なる劇場運営だけでなくコンテンツに対して企画力、コーディネーション力でIP (Intellectual Property (インテレクチュアルプロパティ) の二次利用等活用を図ります。

また劇場の屋外広場の活用、最新鋭機器の設備等を活かしていきます。

### 3-3 回遊性の向上や新たな賑わいづくり

#### 1) 園内交通システム

##### ■ 5年間のまとめ

訪日外国人旅行者が利用者の多くを占めていた園内交通システムは、新型コロナウイルス感染症による入国規制により利用が激減、事業存続の危機に面しました。事業資本確保のため、緊急事態宣言や来園者動向を基に運休期間の設定、便数の調整、時短営業等を実施し支出削減に努めました。また利用者への感染症対策としてスタッフのマスク着用・手指の消毒・客席間のカーテンの設置等を行いました。社会活動の正常化と共に乗客数は回復していきましたが、今度はインフレに伴う人件費・燃料費の高騰が発生し、対応として事業開始以降初めての料金改定を行いました。また顧客開拓策としてレトロな風合いのクラシックカーを導入しました。

令和5（2023）年度以降は観光リバウンドにより訪日外国人旅行者数はV字回復となり、高い需要に応えるべく令和6（2024）年度より従来のエレクトリックカー（乗客数13名）から大型のBCクルーザー（乗客数23名）に全車入替、またロードトレインはあやめ号を新たに導入しました。

また2か月ごとに安全大会を実施し、定期的な研修や安全対策の検証により安全性の向上とスタッフの接遇面の強化を行いました。これにより園内での接触事故は5年間では2件となりました。利用者とのトラブル件数も前5年間と比べ減少しました。

## ■ 具体的実施事項

### ● 令和2（2020）年度

- 4月1日～5月19日迄緊急事態宣言により運休
- 1月18日～2月7日迄緊急事態宣言により運休

### ● 令和3（2021）年度

- 9月27日～10月1日迄運休、10月2日～10月31日迄土日祝のみ営業、11月1日より通常運行を再開
- 3月7日～3月18日迄土日祝のみ営業

### ● 令和4（2022）年度

9月1日より料金改定、エレクトリックカーコースの変更及びクラシックカーの導入

### ● 令和5（2023）年度

- ロードトレイン2編成、エレクトリックカー最大5台で営業

### ● 令和6（2024）年度

- 8月以降順次エレクトリックカーをBCクルーザーに全車両入替
- 8月1日よりロードトレインあやめ号運行開始

## ■ 5年間の成果

- ・ロードトレイン・エレクトリックカー乗車料金の改定を行いました。
- ・エレクトリックカーは南外堀を1周するコースに変更し利便性の向上と回遊性を高めました。
- ・大型のBCクルーザーを導入し乗車数を増やし、乗客の待機時間解消に努めました。
- ・ロードトレインあやめ号を導入し、乗客の待機時間解消に努めました。

## ■ 5年間の課題

- ・大阪城公園周辺にホテルが複数新たにオープンするため、ホテル宿泊客の利便性を考慮したコースやプランを検討していきます。
- ・来園者の増加による安全対策、接遇の維持強化は今後も継続する必要があります。

■次の5年間に向けた取組予定事項

- ・大阪・関西万博に向けて今後も来園者数は増加すると見込まれる事から、令和7(2025)年夏頃にあやめ号の客車数の増加を予定しています。
- ・上記同様に、海外からの来園者が増えることを見越し、多言語対応できるよう準備を進めてまいります。



変更後のエレクトリックカーコース

園内交通システム売上・乗客数

	ロードトレイン		エレクトリックカー		合計	
	売上	乗客数	売上	乗客数	売上	乗客数
令和2年度	17,371,000	60,905	2,386,900	13,917	19,757,900	74,822
令和3年度	20,717,100	75,399	3,796,500	22,758	24,513,600	98,157
令和4年度	57,757,909	195,950	29,779,000	132,355	87,536,909	328,305
令和5年度	140,357,364	432,459	69,306,182	266,673	209,663,545	699,132
令和6年度	172,650,000		75,170,000		247,820,000	

## 2) 櫓公開事業

### ■ 5年間のまとめ

大阪城 重要文化財の櫓の公開は、徳川大坂城の生きた歴史を体験してもらえる貴重なコンテンツです。平成 28 年(2016)より、春から秋までの長期公開をスタートして 10 年目となります。コロナ禍、西の丸庭園休園時の公開中止、感染状況により改札や運営方法を変えながら続けてきました。また令和 6 年(2024)には、9 年ぶりに乾櫓の公開も実施しました。

また多聞櫓の展示スペースを 40 年ぶりに改修しました。



(左) 天守閣と乾櫓



(右) 乾櫓の公開



多聞櫓展示台改修

### ■ 具体的実施事項

- 令和 2 (2020) 年度

・公開期間 2020年4月～10月 公開日数 58日、入場者数 5,057人

●令和3(2021)年度

・公開期間 2021年6月～11月、2022年3月 公開日数 54日、入場者数 7,254人

●令和4(2022)年度

・公開期間 2022年4月～11月、2023年3月 公開日数 59日、入場者数 15,831人

●令和5(2023)年度

・公開期間 2023年4月～11月、2024年3月 公開日数 65日、51,390人

●令和6(2024)年度

・公開期間 2024年4月～11月、2025年3月 公開日数 85日(予定)

■ボランティアとの連携

大阪観光ボランティアガイド協会と連携し、櫓公開に際して期間中常駐いただき、ご来場者に対して、わかりやすくご説明いただきました。

■5年間の成果

- ・重要文化財を、できる限り多くの方に触れていただきたいという思いで、可能な限り公開を実施しました。訪日外国人旅行者にもご来場いただき、とても喜んでいただきました。
- ・大阪・関西万博の関連で、デスティネーションキャンペーン(JRとの連携)により、令和6年度にプレデスティネーションキャンペーンとして、**乾櫓を9年ぶり公開**いたしました。

■5年間の課題

城郭大坂城には「豊臣大坂城」と「徳川大坂城」の二つの時代がありました。古建造物群の櫓は、重要文化財でありその「徳川大坂城」を体験できる貴重な存在です。

また、令和7年にオープンする「豊臣期石垣公開施設」により、二つの時代の城郭を比較出来る事により「大坂城の歴史の重層性」を知ってもらえます。建造物内の説明板は、数十年そのままのものもあり更新が必要です。重要文化財の建造物内の保全についても課題は多いです。

## ■次の5年間に向けた取組予定事項

説明板の更新と建造物内の来館者への安全を中心とした対策は今後も続けて行きます。

### 3) 観光案内（インフォメーション設置）

#### ■5年間のまとめ

JO-TERACCE OSAKA と MIRAIZA OSAKA-JO の運営開始に合わせて来園者から観光案内等の問い合わせに対し、多言語で応対することができるインフォメーションセンターを設置いたしました。JO-TERACCE OSAKA 園内施設やロードトレインの運行状況等が一目でわかるデジタルサイネージや園内だけでなく、JR 大阪城公園駅に近い JO-TERRACE OSAKA では周辺施設も含めたパンフレットの設置も行っております。

MIRAIZA OSAKA-JO の1階ロビーの観光インフォメーションでは、大阪城公園の情報はじめとし、大阪観光のお手伝いもできるような幅広い情報を提供しています。

#### ■具体的実施事項

業務内容

- ・施設案内
- ・公園内案内
- ・観光案内
- ・多言語対応（英・中・韓）
- ・遺失物・拾得物対応
- ・迷子対応
- ・急病人一時対応（AED 設置、車いす無料貸し等）
- ・障がい者窓口対応（筆談・歩行補助等）

#### ■5年間の成果

JO-TERRACE OSAKA では、コロナ禍においては、海外からの来訪者がいみせんでしたが、令和5(2023)年度からは完全に訪日外国人旅行者の来園ルートが変わり、大阪城公園駅での乗降客が格段に増え、その影響か当案内所に多くの外国人旅行者が訪れ、特に迷子や急病人発生時の外国語対応での的確な対処をおこなっています。

MIRAIZA OSAKA-JO では、訪日外国人旅行者も多く訪れていることから、天守閣のインフォメーションや JO-TERRACE OSAKA、パークセンターとも連携し、公園内の回遊性の向上を図っています。コロナ禍から以前の賑わいに戻る中で、特に

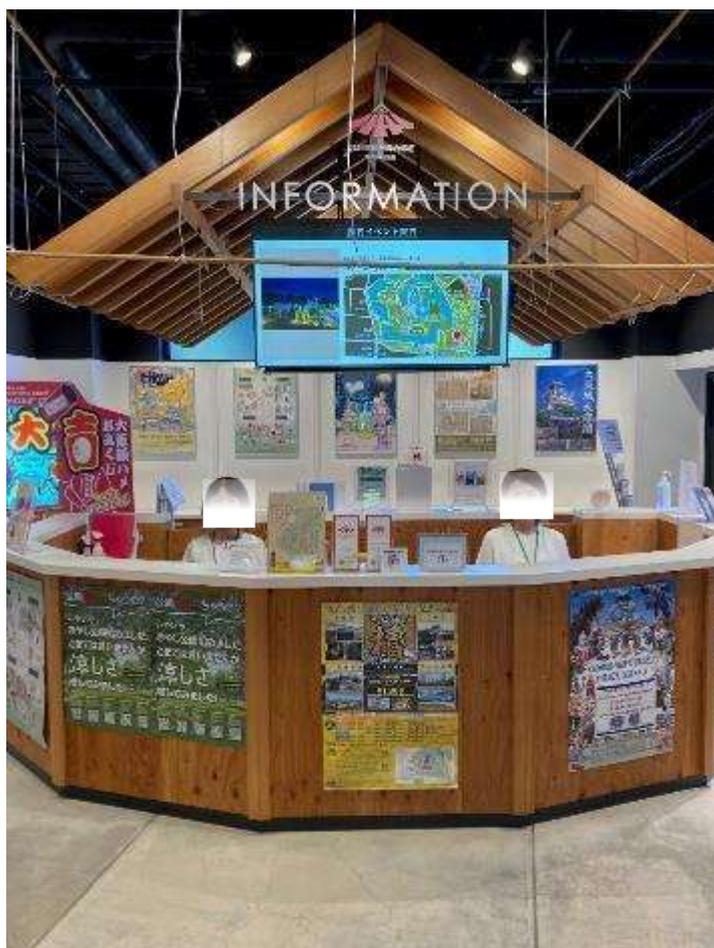
増加したインバウンドのお客様に対して、手助けになるよう努め、サービスの質を維持し対応していました。

### ■ 5年間の課題

近年は、来園者があらゆる国からご来園されていることから、今までの一般的な、道案内、施設案内の他に、食に関する相談・問い合わせが増えてきました。それに対し当案内所ではそのような知識（ビーガンやハラルに関する問い合わせに対する対応力）が無いいため、上手く案内出来ていないのが実情であり課題と考えました。

### ■ 次の5年間に向けた取組予定事項

上記の課題を踏まえ、食事に関する来訪者からの問い合わせが割増的に増えており、旅行会社が発行しているご当地マップ等を活用して幅広い情報センターとしての位置づけを確立していきたいと考えています。



JO-TERRACE OSAKA インフォメーション



MIRAIZA OSAKA-JO インフォメーション

#### 4) 新たなるイベントの実施

##### ■ 5年間のまとめ

イベントの実施として

- ・公園として、公共性を求められる側面もありますので、できる限り多くの方、男性、女性、高齢者、若者、子供、家族、外国人等に喜んでいただけるよう日々考えながらイベントの誘致を行っております。
- ・毎年恒例のイベントを楽しみにお待ちの方も多くいらっしゃるイベントについては、更に満足度が高くなるよう運営の工夫を検討しています。また、今までに、大阪城公園に来たことがない方にもお越しいただけるよう、新規イベントの誘致、実施も進めてまいりました。

##### ■ 具体的実施事項

###### ● 令和2(2020)年度

- 自主開催 天守閣前広場での天守閣と一体となった歴史観光事業
- ・豊国踊りと河内音頭
- ・大阪城の秋まつり
  - 自主開催 西の丸庭園での歴史的イベントに特化した事業
- ・櫓特別公開
  - 自主開催 内堀の船上で大阪城名物である石垣の解説を行う歴史観光事業
- ・大阪城御座船
  - 自主開催 西の丸庭園での大阪城天守閣を借景とする絶好のロケーションを活かした有料催事
- ・大阪城イルミネーション

- ・大阪城歴史リアル謎解きゲーム  
自主開催 大阪城公園の土地と豊かな自然を生かしたナイトウォーク事業
- ・SAKUYA LUMINA  
誘致した事業・イベント
- ・YATAI フェス（太陽の広場）
- ・大阪城トリアスロン（太陽の広場ほか園内広範囲）
- ・大阪城本丸薪能（本丸広場）
- ・西の丸庭園野外音楽公演事業（西の丸庭園）
- ・大阪国際女子マラソン（太陽の広場他一部園路）
- ・大坂冬の陣図屏風（デジタル想定復元）完成記念オンラインシンポジウム開催

### ●令和3(2021)年度

- 自主開催 天守閣前広場での天守閣と一体となった歴史観光事業
- ・豊国おどり
- ・大阪城の秋まつり  
自主開催 西の丸庭園での歴史的イベントに特化した事業
- ・櫓特別公開  
自主開催 内堀の船上で大阪城名物である石垣の解説を行う歴史観光事業
- ・大阪城御座船  
自主開催 西の丸庭園での大阪城天守閣を借景とする絶好のロケーションを活かした有料催事
- ・大阪城歴史リアル謎解きゲーム  
誘致した事業・イベント
- ・大阪マラソン（エリートのみ出走、大阪城公園全域）
- ・木下サーカス（太陽の広場）
- ・大阪国際女子マラソン（太陽の広場他一部園路）
- ・大阪城で馬と友達になろう！在来場との文化や歴史を知ろうイベント開催

### ●令和4(2022)年度

- 自主開催 天守閣前広場での天守閣と一体となった歴史観光事業
- ・ファミリーフェスティバル  
自主開催 西の丸庭園での歴史的イベントに特化した事業
- ・櫓特別公開  
自主開催 内堀の船上で大阪城名物である石垣の解説を行う歴史観光事業
- ・大阪城御座船  
開催 園内史跡のPRを兼ねた来園者向けサービス事業
- ・東大番衆小屋跡賑わいイベント  
自主開催 西の丸庭園での大阪城天守閣を借景とする絶好のロケーションを活

かした有料催事

- ・大阪城イルミナージュ
- ・大阪城歴史リアル謎解きゲーム  
自主開催 太陽の広場を使用した大規模イベント
- ・クラフト餃子フェス OSAKA
- ・大阪城プロレス（新規）  
自主開催 大阪城音楽堂を主会場とした地域住民への還元イベント
- ・大阪城音楽堂フェスティバル（新規）  
自主開催 大阪城公園駅前広場を使った地域住民への還元イベント
- ・大阪城極上ラーメンストリート&大阪城極上カレーストリート  
誘致した事業・イベント
- ・ベルギービールフェア（太陽の広場）
- ・こいや祭り（太陽の広場ほか）
- ・YATAI フェス（太陽の広場）
- ・大阪城トライアスロン（太陽の広場ほか園内広範囲）
- ・ジャマイカレゲエ&キューギーヌ（太陽の広場）
- ・大阪城本丸薪能（本丸広場）
- ・大阪城復興 90 周年大阪城夢祭（大阪城公園全域）
- ・OBC ラジオ祭り（太陽の広場）
- ・OSAKA GREAT SANTA RUN（太陽の広場他園内徒歩）
- ・秋田県横手市 横手の雪祭り（太陽の広場）
- ・大阪国際女子マラソン（太陽の広場他一部園路）
- ・大阪マラソン（大阪城公園全域）
- 令和 5 (2023) 年度
- 自主開催 天守閣前広場での天守閣と一体となった歴史観光事業
- ・大阪城の秋まつり天守閣前ステージ
- ・ちょろけんと大神楽  
自主開催 西の丸庭園での歴史的イベントに特化した事業
- ・櫓特別公開  
自主開催 内堀の船上で大阪城名物である石垣の解説を行う歴史観光事業
- ・大阪城御座船  
自主開催 園内史跡の PR を兼ねた来園者向けサービス事業
- ・東大番衆小屋跡 GW にぎわいイベント（GW と秋に開催）  
自主開催 西の丸庭園での大阪城天守閣を借景とする絶好のロケーションを活かした有料催事
- ・大阪城イルミナージュ

- ・観桜ナイター
- ・大阪城歴史リアル謎解きゲーム  
自主開催 太陽の広場を使用した大規模イベント
- ・クラフト餃子フェス OSAKA
- ・大阪城プロレス
- ・やきいもフェス（新規）  
自主開催 大阪城音楽堂を主会場とした地域住民への還元イベント
- ・大阪城音楽堂フェスティバル  
自主開催 桜の開花時期含む春期限定の地域住民に向けた事業
- ・大阪城森のバーベキュー  
誘致した事業・イベント
- ・ベトナムフェス（太陽の広場）
- ・ハウスファミリーウォーク（太陽の広場）
- ・大阪城トライアスロン（太陽の広場ほか園内広範囲）
- ・ジャマイカレゲエ&キューギーヌ（太陽の広場）
- ・SAKURA CIRCUS（太陽の広場）
- ・こいや祭り（太陽の広場ほか）
- ・YATAI フェス（太陽の広場）
- ・ガレージセール（太陽の広場）
- ・SAKE SQUARE（大阪城公園駅前広場）
- ・地車 in 大阪城（大阪城公園広範囲）
- ・OBC ラジオ祭り（太陽の広場）
- ・OSAKA GREAT SANTA RUN（太陽の広場他園内徒歩）
- ・秋田県横手市 横手の雪まつり（太陽の広場）
- ・大阪国際女子マラソン（太陽の広場他一部園路）
- ・大阪マラソン（大阪城公園全域）
- ・忍びの里伊賀・甲賀春の陣（太陽の広場）
- 令和6（2024）年度（予定含む）
  - 自主開催 天守閣前広場での天守閣と一体となった歴史観光事業
  - ・大阪城の秋まつり天守閣前ステージ  
自主開催 西の丸庭園での歴史的イベントに特化した事業
  - ・櫓特別公開  
自主開催 内堀の船上で大阪城名物である石垣の解説を行う歴史観光事業
  - ・大阪城御座船  
自主開催 西の丸庭園での大阪城天守閣を借景とする絶好のロケーションを活かした有料催事

- ・観桜ナイター
- ・大阪城イルミネーション
- ・大阪城歴史リアル謎解きゲーム  
自主開催 太陽の広場を利用した大規模イベント
- ・クラフト餃子フェス OSAKA
- ・大阪城プロレス
- ・やきいもフェス  
自主開催 大阪城音楽堂を主会場とした地域住民への還元イベント
- ・大阪城音楽堂フェスティバル  
自主開催 桜の開花時期含む春期限定の地域住民に向けた事業
- ・大阪城森のバーベキュー  
自主開催 地域住民に向けた事業
- ・大阪城クラフトビアホリデイ  
誘致した事業・イベント
- ・カンボジア正月祭（太陽の広場）
- ・ベトナムフェス（太陽の広場）
- ・ホーチミン生誕祭（太陽の広場）
- ・大阪城トライアスロン（太陽の広場他園内広範囲）
- ・ジャマイカレゲエ&キューギーヌ（太陽の広場）
- ・こいや祭り（太陽の広場他）
- ・YATAI フェス（太陽の広場）
- ・ガレージセール（太陽の広場）
- ・大阪城西の丸薪能（西の丸庭園）
- ・動物愛護フェス（太陽の広場）
- ・地車 in 大阪城（太陽の広場）
- ・OSAKA GREAT SANTA RUN（太陽の広場他園内徒歩）
- ・秋田県横手市 横手の雪まつり（太陽の広場）
- ・大阪国際女子マラソン（太陽の広場他一部園路）
- ・大阪マラソン（大阪城公園全域）
- ・EXPO EKIDEN（一部園路）



大阪城秋祭り

### 年間通しての事業

- ・露店営業（城南、青屋門、東外濠、大阪城ホール前）
- ・ケータリングカー事業（森ノ宮口、観桜時期は西の丸庭園、南外堀）

### ■ボランティアとの連携

- ・令和元（2019）年6月に開催されたG20大阪サミットにおいて、日本は2050年までに海洋プラスチックごみによる追加的な汚染をゼロにまで削減することを目指す「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」を提案し、首脳間で共有されました。本ビジョンに沿った施策として、大阪府及び大阪市環境局から、東外堀でのダイバーによるボランティア清掃実施を打診され、大阪市教育委員会事務局総務部文化財保護課、大阪城公園事務所と調整し、令和3年から令和6年まで年1回、ボランティア清掃を受け入れました。令和3年から令和5年までの3回は、占用許可取得手続きフォローから、当日乗り入れ車両の先導、上水の提供、東外堀落下防止柵の出入り口取り外しと復旧、収集したごみの運搬、処理も大阪城PMOが担当し令和6年は上記のうち収集したごみの運搬、処理はボランティアが負担することになりました。

## ■ 5年間の成果

### ● 木下サーカスの誘致成功（令和3年6月～9月）

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で令和2年度から令和3年度にかけてほとんどのイベントが中止となりましたが、令和3年度には、大阪市の協力を仰ぎながら、木下サーカスの誘致に成功し、大阪市民に数少ない夏休みの娯楽を提供しました。

### ● 新たなイベントの企画・開催及び誘致成功

- ・ 令和4年度には、太陽の広場で**大阪城プロレス**を開催しました。家族で楽しめるイベントとして好評につき、今年3回目を開催と、レギュラー化となりました。
- ・ 観光客に訴求できる場所を探していた秋田県横手市に太陽の広場を提案し、**横手の雪まつり**を開催。今年3回目の開催を迎える予定です。
- ・ 令和5年度には、太陽の広場で**やきいもフェス**を開催しました。こちらも普段より若い客層が多数来場、今年は期間を長くしての開催を準備中しております。
- ・ 愛知県のFM局からの相談から企画にアドバイスをを行った結果、**SAKE SQUARE**というイベントが誕生しました。今年2回目の開催を予定しております。

新型コロナウイルス感染症拡大以前から開催されていたイベントを呼び戻すことに加え、上記の新規イベントや、海外からの問い合わせに大阪市と共に対応し、成立したイベントが開催されることで、大阪市民への提供コンテンツを確実に増やしています。

### ● 誘致イベントと園内施設のコラボレーション

今年10月に開催される大阪城西の丸薪能と大阪迎賓館で、薪能観劇とディナーのセット券を開発、発売。

### ● 園内設置施設への寄与

太陽の広場、大阪城公園駅前広場でイベントが開催される際、特に食がテーマのイベント開催時は、JO-TERRACEの各店舗の売上も上がる傾向が見られました。

## ■ 5年間の課題

- ・ 誘致イベントと園内施設のコラボレーションを以前から検討していましたが、イベントは春と秋の繁忙期に多く開催され、園内施設も繁忙期となることが多く、なかなか行うことが難しい状況です。
- ただ、今年10月に開催される大阪城西の丸薪能と大阪迎賓館の、薪能観劇とディナーのセット券開発で一つ形にできました。
- 今後、更に多くのコラボレーションを行い、園内の回遊性を高め、更なる賑わいづくりが必要だと考えております。

- ・夏休みの大型イベントを開発できておらず、ここ数年の猛暑の影響もあり太陽の広場が2か月空いてしまいます。令和3年、令和5年は、木下サーカス、SAKURA CIRCUS を誘致できましたが、自主開催、誘致問わず、毎年恒例のイベントが望まれます。



クラフト餃子フェス

#### ■次の5年間の取組予定事項

大阪城公園東エリアで複数のイベントが開催される際に、案内看板を園内に設置し、それぞれ目的を持って公園に来られる方々への認知を高めることで、より楽しんで帰って頂けるよう工夫していく予定です。

また、大阪城ホール、太陽の広場、大阪城公園駅前広場、森ノ宮エリア等を使用するイベント開催時に、JO-TERRACE 等園内の飲食施設の利用をイベント参加者に促進するための施策についても、引き続き考えてまいります。

また、課題にあげている、夏休みの恒例イベントを開発したいと思います。



森ノ宮噴水エリア賑わいイベント

## 5) 回遊性推進に向けた観光施策

### ■ 5年間のまとめ

大阪城公園の歴史的な価値の魅力をもっと来園者に知っていただきかつ理解していただくことを目的として前回の5年間に実施していなかった下記の新しい観光施策を、令和3(2021)年度よりコロナ収束後を見据えて実施しました。

### ● 石垣刻印ツアー

徳川幕府(徳川秀忠)の天下普請で大阪城は築城され、多くの大名が携わり、石垣は築かれたことや幕府に対し忠誠心を表すため巨石を運んだ等の説明を通し大阪城の歴史にふれて頂き、また身近なこと(例えば今お住いの場所と築城に関わった大名)から大阪城について興味を持っていただくような内容にしました。

実施に際しては、大阪城天守閣の学芸員、大阪観光ボランティアガイド協会と連携の上ツアーを実施いたしました。

また、豊臣石垣公開施設オープンに向け、豊臣石垣の存在を知ってもらうためのツアーも併せて企画をしました。



## 大阪城の刻印

### ① 大手土橋コース

1. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

2. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

3. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

4. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

5. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

6. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

7. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

8. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

9. 大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

**大守土橋の形を表現しよう**

大守土橋の形を思い出して、大守土橋の形を表現しよう。

② 知っておくと楽しい 刻印基礎知識

大阪城の刻印は、大阪城の歴史や文化を伝えるためのものです。刻印は、大阪城の歴史や文化を伝えるためのものです。刻印は、大阪城の歴史や文化を伝えるためのものです。

大阪城の刻印は、大阪城の歴史や文化を伝えるためのものです。刻印は、大阪城の歴史や文化を伝えるためのものです。刻印は、大阪城の歴史や文化を伝えるためのものです。

## ●史跡案内板デジタルコンテンツの制作

公園内に、約 50 箇所の史跡案内板があり、史跡案内板には、日本語と英語の説明のテキストのみが記載されている状況です。近年は、東アジアを中心にアジア圏から多くの方が来園いただいております。欧米系の訪日外国人旅行者も増えている傾向もあり、ご来園いただいている方に、大阪城公園の歴史を理解楽しんでいただくためのソフトの開発としてデジタルコンテンツを新規作成し導入いたしました。

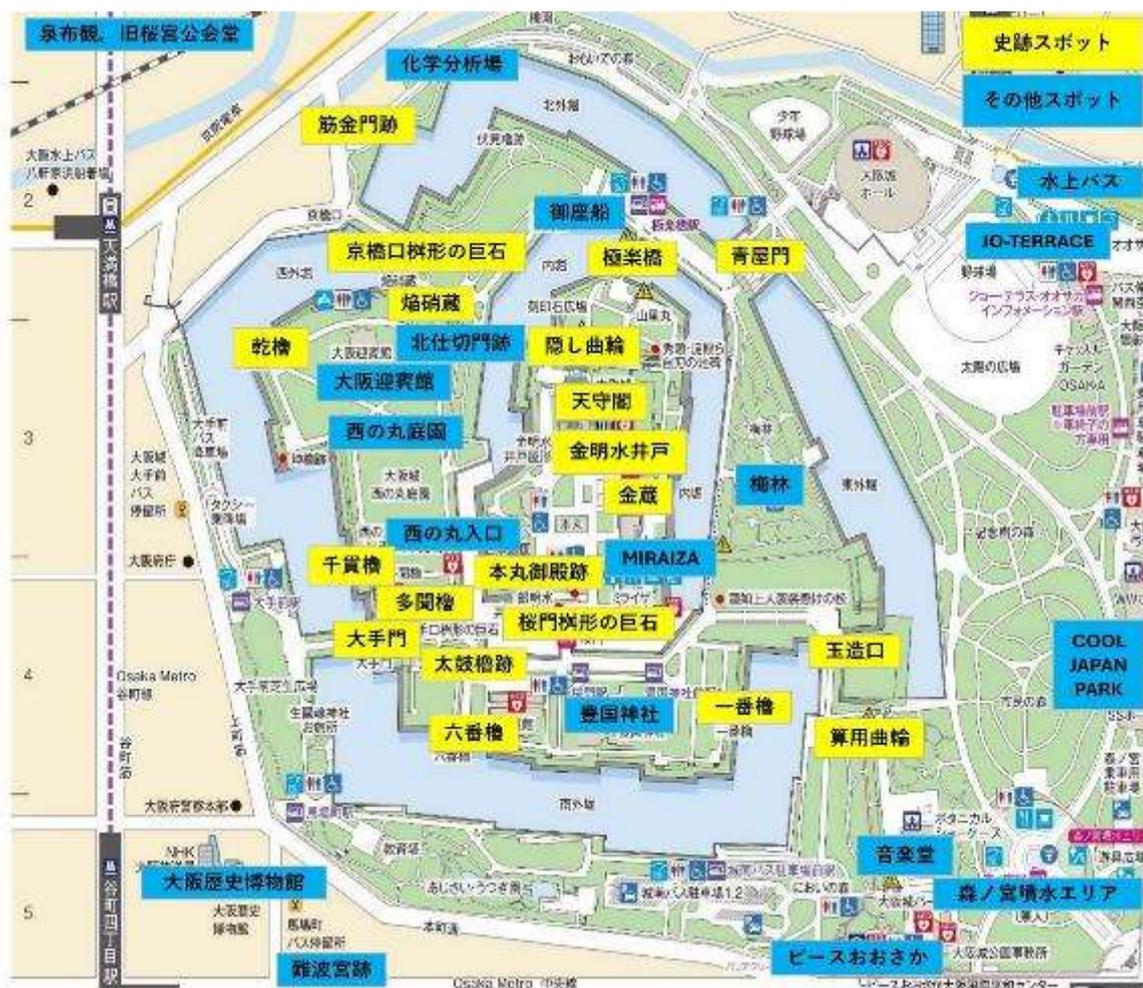


史跡案内板と QR コード

### 史跡スポット動画 千貫櫓



※一例：動画イメージ



※史跡スポット 20箇所とその他スポット 18箇所

●大阪城ゆかりの地マップ第3弾「大坂城の石垣」を作成

「大阪城 豊臣石垣館」の新規オープンに伴い作成しました。大阪城天守閣を築くには、豊臣期・徳川期共に大量の資材が必要のなかで、それら資材の産地と大阪は強く結びついており、ゆかりの地として紹介を行い、大阪城に興味のある方へ対して、大阪城公園だけでなく西日本エリアを中心として、ゆかりの地として楽しく学んでいただくためのツールとして作成いたしました。

■具体的実施事項

●令和3(2021)年度

- ・石垣刻印ツアー 合計7回実施 合計141人参加
- ・豊臣石垣ツアー 合計4回実施 合計77人参加

●令和4(2022)年度

- ・石垣ツアー(刻印+豊臣石垣見学) 合計2回実施 合計30人参加

・デジタルコンテンツ制作について企画・検討

●令和5(2023)年度

- ・石垣刻印ツアー 合計1回実施 合計 13人参加
- ・史跡案内板デジタルコンテンツ制作・設置(史跡案内板 20箇所、その他のスポット 20箇所)
- ・大阪城ゆかりの地マップの第3弾「大阪城の石垣」の新規作成

●令和6(2024)年度

- ・豊臣石垣見学ツアー 合計1回実施 合計 20人参加





No.	名称	説明	所在地
1	大坂城跡	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
2	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
3	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
4	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
5	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
6	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
7	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
8	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
9	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡
10	大坂城跡の石垣	大坂城跡の石垣は、徳川幕府の威光を示す象徴として、1630年代に築かれた。石垣の長さは約10キロメートルに達する。	大坂城跡

※大阪城ゆかりの地マップ「大坂城の石垣」

■ボランティアとの連携

- ・大阪観光ボランティアガイド協会と連携の上、大阪城公園の魅力を発信しています。日本人だけでなく、英語、中国語、韓国語等にて来園いただいた皆様がいい思い出になるよう連携を図り、大阪城の歴史を学び魅力向上の一助を担っていただいています。

## ■ 5年間の成果

- ・大阪城公園に来園される方々の多くは、天守閣を目的にこられていましたが、石垣刻印ツアーで、天守閣以外の魅力を知っていただくことで、刻印のある、西の丸庭園や大手門、桜門等にも興味をもっていただき、新しい発見と多くの理解をいただくことで、期待以上の体験をしていただくことができました。
- ・史跡案内板のデジタルコンテンツについては、今までは既存の史跡案内板のテキストのみの記載しかなくイメージが伝わらないケースもありましたが、天守閣の館長と連携の上デジタルコンテンツを制作したことで、動画(一部静止画)を史跡案内板に貼ってあるQRコードをスマートフォン等で読み込むことで視聴でき今までの以上のお城公園の歴史を伝えることができるようになりました。また園内の20箇所の史跡案内を制作したことで、回遊性の促進を行うと共に、読取り回数により園内の通行量も一定数計れるようにもなりましたので、動向把握もできるようになりました。
- ・大阪城ゆかりの地マップ「大坂城の石垣」については、大阪城公園内にとどまらず、大阪城公園と関連のある土地の紹介を行い、大阪城天守閣の築城に関わりについて知っていただくことができました。

## ■ 5年間の課題

- ・大阪城公園に重要文化財も含め多くの歴史的価値のある建築物がありますが、更に来園者の方に歴史を楽しんでいただけるよう、DXも含めたあらゆる手段を活用して、もっと大阪城公園の魅力を発信していく必要があると感じております。また公園にとどまらず周辺地域との連携も不可欠であると考えており、例えば難波宮跡と連携を行い、大阪の歴史的価値の向上にも、今後努めてまいります。

## ■ 次の5年間に向けた取組予定事項

- ・令和7(2025)年度には大阪・関西万博が開催され引き続き多くの訪日外国人旅行者が入国されるものと考えております。大阪城公園にも来園いただけるようSNS等を活用して世界に向けて更に情報を発信していきます。
- ・大阪城の文化財、大阪城公園内にある各飲食施設、お堀を運行している御座船、水都大阪として違う角度から魅力を発信している大阪水上バス、園内交通システム等の園内の各事業者と連携の上、大阪城公園内で1日頼め知るようなプラン等も提案していきます。
- ・重要文化財においても、まだ公開できない建築物もあるため、新しく一般公開に向けた準備を進めていき、天守閣以外の新しい魅力を発信していきます。

- ・大阪城公園の周辺地域とも連携を図り、イベント・企画を推進していき大阪の歴史的魅力を発信していきます。

#### 4. 成果指標と事業収支

##### 【成果指標】(令和2年度～令和6年度)

##### (1) 大阪城天守閣の入場者数

令和2年度	年間入場者数	241,230人
令和3年度	年間入場者数	342,863人
令和4年度	年間入場者数	1,174,291人
令和5年度	年間入場者数	2,402,157人
令和6年度	年間入館者数(計画)	2,426,330人

##### (2) 大阪城公園本丸エリアへの来園者数(推計:天守閣入場者数の2.24倍)

令和2年度	年間来園者数	48万人
令和3年度	年間来園者数	77万人
令和4年度	年間来園者数	263万人
令和5年度	年間来園者数	538万人
令和6年度	年間来園者数(計画)	555.6万人

##### (3) 大阪城公園への来園者数(推計:天守閣入場者数の4.76倍)

令和2年度	年間来場者数	115万人
令和3年度	年間来場者数	163万人
令和4年度	年間来場者数	559万人
令和5年度	年間来場者数	1,143万人
令和6年度	年間来場者数(計画)	1,162.2万人

##### (4) 大阪城野球場、大阪城西の丸庭園、豊松庵、大阪城音楽堂の利用者(件)数

令和2年度	大阪城野球場:年間利用件数	707件
	大阪城西の丸庭園:年間有料入園者数	30,438名
	豊松庵:年間利用件数	66件
	大阪城音楽堂:年間利用件数	70件
令和3年度	大阪城野球場:年間利用件数	641件
	大阪城西の丸庭園:年間有料入園者数	49,890名
	豊松庵:年間利用件数	120件

令和4年度 大阪城音楽堂：年間利用件数 101 件  
 大阪城野球場：年間利用件数 956 件  
 大阪城西の丸庭園：年間有料入園者数 133,856 名  
 豊松庵：年間利用件数 122 件  
 大阪城音楽堂：年間利用件数 138 件

令和5年度 大阪城野球場：年間利用件数 1,001 件  
 大阪城西の丸庭園：年間有料入園者数 188,710 名  
 豊松庵：年間利用件数 139 件  
 大阪城音楽堂：年間利用件数 101 件

令和6年度 大阪城野球場：年間利用件数 900 件  
 (計画) 大阪城西の丸庭園：年間有料入園者数 220,000 名  
 豊松庵：年間利用件数 160 件  
 大阪城音楽堂：年間利用件数 100 件

(5) 大阪城公園利用者への満足度調査結果

(非常に満足、まあまあ満足、普通、あまり満足でない、不満足の5段階評価)

令和2年度 天守閣(非常に満足、まあまあ満足) 91.2%

公園全体(同上) 94.3%

西の丸庭園 ※コロナ禍のため未実施。

豊松庵 ※コロナ禍のため未実施

大阪城音楽堂 ※コロナ禍のため未実施

大阪城野球場 ※コロナ禍のため未実施令和3年度 天守閣

(非常に満足、まあまあ満足) 90.6%

公園全体 ※コロナ禍のため未実施

西の丸庭園 ※コロナ禍のため未実施

豊松庵 ※コロナ禍のため未実施

大阪城音楽堂 ※コロナ禍のため未実施

大阪城野球場 ※コロナ禍のため未実施

令和4年度 天守閣(非常に満足、まあまあ満足) 87.7%

公園全体(同上) 90.0%

西の丸庭園(同上) 91.5%

豊松庵(同上) 一定数の回収を得られず未集計

大阪城音楽堂(同上) 一定数の回収を得られず未集計

大阪城野球場(同上) 一定数の回収を得られず未集計

令和5年度	天守閣（非常に満足、まあまあ満足）	87.3%
	公園全体（同 上）	88.7%
	西の丸庭園（同 上）	92.6%
	豊松庵（同 上）	一定数の回収を得られず未集計
	大阪城音楽堂（同 上）	88.9%
	大阪城野球場（同 上）	84.2%

（6）大阪市への納付金額

（単位：円）

年度	基本納付金	変動納付金	合 計
平成27年度	226,000,000	16,131,965	242,131,965
平成28年度	226,000,000	27,509,973	253,509,973
平成29年度	260,000,000	34,901,143	294,901,143
平成30年度	260,000,000	31,182,407	291,182,407
令和元年度	260,000,000	33,907,766	293,907,766
令和2年度	260,000,000	-	▲220,344,550
コロナ禍損失補填	▲226,000,000	▲254,344,550	
令和3年度	260,000,000	-	▲64,959,690
コロナ禍損失補填	▲226,000,000	▲98,959,690	
令和4年度	260,000,000	19,574,531	268,727,648
電気代高騰補填	▲10,846,883	-	
令和5年度	260,000,000	55,426,541	309,882,774
電気代高騰補填	-	▲5,543,767	
令和6年度(計画)	260,000,000	36,075,000	296,075,000



事業名 PMO事業全体	
項目	令和4年度
<建設局>大阪城公園利用収益(野球場、行為許可、園地施設)	121,206,123
<建設局>西の丸庭園、豊松庵、迎賓館	71,474,250
<建設局> 駐車場	320,674,163
<建設局>JO-TERRACE OSAKA	284,903,327
<建設局>MIRAIZA OSAKA-JO(旧第四師団司令部庁舎)	240,365,082
<建設局>森/宮噴水エリア(噴水前3店舗)	32,952,000
<建設局>屋内音楽堂(クールジャパンパーク)	143,760,000
<経済戦略局>大阪城天守閣	594,033,478
<教育委員会事務局>大阪城音楽堂	59,389,254
(1)売上高	1,868,757,677
<建設局>大阪城公園利用収益(野球場、行為許可、園地施設)	464,910
<建設局>JO-TERRACE OSAKA	1,846,029
<経済戦略局>大阪城天守閣	3,923,885
<教育委員会事務局>大阪城音楽堂	4,350,000
(2)売上原価	10,584,824
(3)売上損益(1)-(2)	1,858,172,853
<建設局>大阪城公園維持管理	323,671,130
<建設局>大阪城公園利用収益(野球場、行為許可、園地施設)	41,725,507
<建設局>西の丸庭園、豊松庵、迎賓館	43,212,291
<建設局> 駐車場	66,416,843
<建設局>JO-TERRACE OSAKA	171,484,119
<建設局>MIRAIZA OSAKA-JO(旧第四師団司令部庁舎)	149,264,525
<建設局>森/宮噴水エリア(噴水前3店舗)	5,030,938
<建設局>屋内音楽堂(クールジャパンパーク)	8,514,041
<経済戦略局>大阪城天守閣	449,138,686
<教育委員会事務局>大阪城音楽堂	59,206,074
(4)販売費及び一般管理費 ※1	1,317,664,154
(5)営業損益(3)-(4)	540,508,699
各事業直風収益 合計	87,141,419
共通収益配賦額 合計	236,375
①営業外収益 小計	87,377,794
各事業直風費用 合計	70,815,279
共通費用配賦額 合計	48,216
②営業外費用 小計	70,863,495
(6)営業外損益 総計(①-②)	16,514,299
(7)税引前当年度損益 ((5)+(6)-(10))	288,295,350
(8)法人税、住民税、事業税、その他公租公課	8,659,200
(9)当年度損益(7)-(8)	279,636,150
基本納付金 ※2	260,000,000
電気代高騰にかかる補填(経済戦略局/天守閣)相殺	-10,846,883
奨励納付金	19,574,531
(10)大阪市への納付金	268,727,648
コロナ禍損失補填(建設局)	0
コロナ禍損失補填(経済戦略局)	0
コロナ禍損失補填(教育委員会)	0
(A)コロナ禍損失補填額(大阪市)合計	0
(11)前年度繰越利益剰余金(前年度の(12)) ※9	2,117,998,508
(12)当年度繰越利益剰余金((9)+(A)+(11)) ※9	2,397,634,658

※1) 全事業の共通経費( 178,750,344 円)を含む。

※2) 基本納付金内訳(経済戦略局226百万円、建設局34百万円)

※3) 上記の利益剰余金はPMOに帰属するものですが、本収支実績報告計算上の事業開始からの累計額に過ぎず、PMOは本収支実績報告対象外の魅力向上事業における新規施設の大都市への寄付等による支出の方が過大である為、上記剰余金が現存しているわけではありません。

事業名 PMO事業全体	
項目	令和5年度
<建設局>大阪城公園利用収益(野球場、行為許可、園地施設等)	224,840,100
<建設局>西の丸庭園、豊松庵、迎賓館	87,527,132
<建設局> 駐車場	504,877,102
<建設局>JO-TERRACE OSAKA	320,893,027
<建設局>MIRAIZA OSAKA-JO(旧第四師団司令部庁舎)	304,010,252
<建設局>森/宮噴水エリア(噴水前3店舗)	32,952,000
<建設局>屋内音楽堂(クールジャパンパーク)	143,760,000
<経済戦略局>大阪城天守閣	1,325,413,885
<教育委員会事務局>大阪城音楽堂	49,107,825
(1)売上高	2,993,381,323
<建設局>大阪城公園利用収益(野球場、行為許可、園地施設等)	0
<建設局>JO-TERRACE OSAKA	1,033,999
<経済戦略局>大阪城天守閣	3,751,525
<教育委員会事務局>大阪城音楽堂	4,640,000
(2)売上原価	9,425,524
(3)売上原価益(1)-(2)	2,983,955,799
<建設局>大阪城公園維持管理	325,283,300
<建設局>大阪城公園利用収益(野球場、行為許可、園地施設等)	58,047,679
<建設局>西の丸庭園、豊松庵、迎賓館	55,410,265
<建設局> 駐車場	103,339,609
<建設局>JO-TERRACE OSAKA	181,372,399
<建設局>MIRAIZA OSAKA-JO(旧第四師団司令部庁舎)	151,477,989
<建設局>森/宮噴水エリア(噴水前3店舗)	4,173,262
<建設局>屋内音楽堂(クールジャパンパーク)	7,463,738
<経済戦略局>大阪城天守閣	584,143,111
<教育委員会事務局>大阪城音楽堂	55,139,225
(4)販売費及び一般管理費 ※1	1,525,850,577
(5)営業損益(3)-(4)	1,458,105,222
各事業直風収益 合計	21,881,046
共通収益配賦額 合計	9,092
①営業外収益 小計	21,890,138
各事業直風費用 合計	11,435,900
共通費用配賦額 合計	132,657
②営業外費用 小計	11,568,557
(6)営業外損益 総計(①-②)	10,321,581
(7)税引前当年度損益 ((5)+(6)-(10))	1,158,544,029
(8)法人税、住民税、事業税、その他公租公課	366,736,300
(9)当年度損益(7)-(8)	791,807,729
基本納付金 ※2	260,000,000
電気代高騰に係る補填額相殺受領(大阪市)	-5,543,767
奨励納付金	55,426,541
(10)大阪市への納付金	309,882,774
コロナ禍損失補填(建設局)	0
コロナ禍損失補填(経済戦略局)	0
コロナ禍損失補填(教育委員会)	0
(A)コロナ禍損失補填額(大阪市)合計	0
(11)前年度繰越利益剰余金(前年度の(12)) ※9	2,397,634,658
(12)当年度繰越利益剰余金((9)+(A)+(11)) ※9	3,189,442,387

※1) 全事業の共通経費( 199,728,736 円)を含む。

※2) 基本納付金内訳(経済戦略局226百万円、建設局34百万円)

※3) 上記の利益剰余金はPMOに帰属するものですが、本収支実績報告計算上の事業開始からの累計額に過ぎず、PMOは本収支実績報告対象外の魅力向上事業における新規施設の大都市への寄付等による支出の方が過大である為、上記剰余金が現存しているわけではありません。

項目	令和6年度
大阪城公園利用収益	225,620
西の丸庭園、豊松庵、迎賓館	77,188
駐車場	534,032
JO-TERRACE OSAKA	304,378
MIRAIZA OSAKA-JO(旧第四師団司令部庁舎)	300,180
森ノ宮噴水前エリア	32,962
クールジャパンパーク(屋内音楽堂)	144,261
大阪城天守閣	1,260,723
大阪城音楽堂	59,900
(1)売上高	2,939,244
JO-TERRACE OSAKA	840
大阪城天守閣	3,930
大阪城音楽堂	7,200
(2)売上原価	11,970
(3)売上原価益((1)-(2))	2,927,274
大阪城公園維持管理	382,764
大阪城公園利用収益(野球場、売店、園地・施設利用等)	76,707
西の丸庭園、豊松庵、迎賓館	73,332
駐車場	124,251
JO-TERRACE OSAKA	201,696
MIRAIZA OSAKA-JO(旧第四師団司令部庁舎)	176,578
森ノ宮噴水前エリア	4,874
クールジャパンパーク(屋内音楽堂)	10,980
大阪城天守閣	770,262
大阪城音楽堂	73,823
(4)共通経費	340,594 (各事業へ配賦)
(4)販売費及び一般管理費	1,895,267
(5)営業損益((3)-(4))	1,032,007
個別事業計	5,700
その他	0
①営業外収益 小計	5,700
個別事業計	180
その他	0
②営業外費用 小計	180
(6)営業外損益 総計(①-②)	5,520
(7)税引前当年度損益 ((5)+(6)-(10))	741,452
(8)法人税、住民税、事業税、その他公租公課	226,108
(9)当年度損益((7)-(8))	515,344
基本納付金	260,000
変動納付金	36,075
(10)大阪市への納付金	296,075
(11)前年度繰越利益剰余金(前年度の(12)) 見込	3,087,635
(12)当年度繰越利益剰余金((9)+(11)) ※	3,602,979

※この収支には、PMOが大阪市へ寄付した施設の投資約56億円が反映されていない為、計画通りの剰余金では投資元本未回収が約19億円残ります。  
上記の利益剰余金は、この収支報告・計画上で算出された2015年度(平成27年度)からの各年度損益の累積額にすぎず、実際に剰余金を保有しているわけではありません。