

令和7年度にかかる業務の実績に関する評価結果について

1 概 要

令和7年度は、機構設立後初めて6館が同時に開館した年であり、2025年大阪・関西万博の開催年度にあわせ「年間総来館者数 360 万人」を主要目標として、機構6館で「大阪博」を開催するとともに、各館で各種の展覧会や事業を実施した。その結果、令和8年3月末時点での累計来館者数は約 402 万人となり、法人設立以降最高を記録した（目標 360 万人、対目標比 111.6%）。

特に、市立美術館の「国宝展」「ゴッホ展」や歴史博物館の「正倉院 THE SHOW 展」、中之島美術館の「ルイヴィトン展」では、いずれも非常に多くの来館者を獲得した。とりわけ、万博パビリオンで展示されたイタリアの至宝を紹介した「天空のアトラス展」は、万博レガシーを継承する意義深い取組となった。

年度計画の主要事項である市立美術館の再開等による各種事業については、無料ゾーンや公園からアクセスできる新しいエントランスの活用によるユニークベニユーの実施等を通じ、現代にふさわしい「ひらかれた」ミュージアムとして、都市大阪の賑わい創出に大きく寄与した。この市立美術館の改修・再開は、大阪市の多大な予算措置のもと実現したものであり、この効果が来館者数の増加等につながったものと考えられる。

また、約3年間の準備期間を経て開催した「大阪博」においては、各館が所蔵する作品の中から選定した 120 点の「大阪の宝」をデジタル・リアルの双方で展示するとともに、エビデンスに基づく戦略的な広報・プロモーション活動や外部機関との連携を積極的に進めることにより、国内外に向けて都市大阪の魅力を広く発信した。加えて、開館時間の延長や特別開館等の実施、デジタル大阪ミュージアムを含む各種コンテンツの多言語対応、さらに3D・VRを活用したコンテンツの充実など、来館者の利便性及び鑑賞環境の向上に向けた取組についても積極的に推進できたものとする。

これらの取組において前述のとおり来館者数は過去最高となったことから、計画における小項目評価（N022. 27）については「5」と自己評価したが、中項目全体としての達成度については総合的な観点から「4」とした。一方で、当該実績には2025大阪・関西万博の開催という外部要因や大規模特別展による影響も含まれていると考えられるため、今後は中長期的な視点から、標準時の来館者数の把握・検証を行う必要があると考える。※評価点については末尾を参照

最後に、昨年11月には第73回全国博物館大会が当機構の運営により大阪で開催され、職員が積極的に参画するとともに、全国の博物館関係者との交流を深めるなど、大会の成功に大きく貢献した。

組織運営については、当初計画どおり経営会議等の諸会議やグループウェアの活用による組織内情報共有を引き続き推進するとともに、研究報告会や職員研修等をはじめとした能力向上のための施策を積極的に展開した。

【令和8年度以降に向けて】

令和8年度は第2期中期目標・中期計画期間の中間年度にあたるため、令和11年度から開始する第3期中期目標・中期計画期間を迎えるにあたり、都市大阪のブランド向上等を目的に、大阪市ミュージアムビジョンにおける「大阪の知をひらく」「大阪を元気に」「学びと活動の拠点」といった大枠の視点から各種のKPIに落とし込んだうえで、これまでの運営の振り返りを行うものとする。

機構が設立10周年という節目を超えて持続的に進化・発展するためには、組織としての財務的基盤、人事的基盤、施設的基盤を平準化・安定化させることが不可欠である。そのために、機構としては、これまでに館種の異なる6館の博物館・美術館活動の実践を通じて蓄積された知見とノウハウを活かし、中長期的な展望のもと、安定的な財源の確保、人材の育成を図るとともに、施設面での長寿命化や計画的な保全・改修を行い、今後とも持続可能な組織運営の実現を目指すこととする。

2 令和7年度事業の来館者等の状況

令和7年度の観覧者数について、別添「年度別観覧者数の推移」に取りまとめた。

市立美術館や中之島美術館では大型特別展を中心に目標を大幅に上回る来館者を迎えるとともに、科学館も前年度と同様に好調を維持した。個別に見ると目標値に到達しない展覧会もあったものの、6館総入館者数は約402万人を記録し、昨年度対比183.4%となった。

【主な展覧会実績】

- ・日本国宝展（目標：250,000人、実績：278,864人）
- ・ゴッホ展（目標：222,500人、実績：217,522人）
- ・天空のアトラス展（目標：104,000人、実績：227,087人）
- ・昆虫MANIAC展（目標：81,000人、実績：79,846人）
- ・正倉院 THE SHOW 展（目標：79,740人、実績：101,799人）
- ・上村松園展（目標：77,165人、実績：89,698人）
- ・ルイヴィトン展（目標：100,000人、実績：169,223人）

3 令和7年度年度計画における主要事項の取組結果について

（1）年間総来館者数360万人の達成とアフター万博への取組

魅力ある展覧会等により、当初目標を大幅に超える来館者を迎えることにより大阪の賑わいの創出に大きく貢献するとともに、「大阪博」において「大阪の宝」を広く紹介することで都市大阪の魅力を発信した。また、下半期には万博パビリオンの名品を展示する展覧会の開催・受入れ等を通じてレガシーの継承を実現した。

（2）市立美術館の再開館等による賑わいの創出

令和7年3月から再開館した市立美術館において、各種の魅力ある展覧会の開催やリニューアルした附帯設備を利活用したユニークベニューの実施、周辺施設との協働による教育普及事

業等を積極的に進めた。特に万博参加国のレセプションや国際的なブランド賞受賞式の開催等、ユニークベニユーを積極的に推進し館の魅力向上を図った。

(3) 利用者サービス向上施策の推進

各館においてはICTを活用した多言語化を、大阪博においても自動翻訳による多言語でのWebサイトを運営するとともに、「大阪の宝」の展示期間を分かりやすく発信するなど、多様な来館者に配慮した情報提供を行った。また、市立美術館・中之島美術館における開館延長、東洋陶磁美術館による臨時開館、科学館によるプラネタリウムの追加投影等により利用機会の拡充を図り、来館者サービスの向上に寄与した。

(4) 戦略的広報・プロモーションの展開

事務局と各館が連携し、SNSによる情報発信や外部事業者を活用したプレスリリース配信サービスの導入等、オンライン・プロモーションを積極的に展開した。また、Webサイトのアクセス解析や人流データを活用した来館者分析を実施し、その結果を各種会議やグループウェアを通じて共有することで、データに基づく施策の最適化を図り効果的な集客施策に結び付けた。

(5) 第73回全国博物館大会の開催

令和7年11月19日から21日にかけて、本法人が主催し、全国博物館大会を大阪市中央公会堂において開催し円滑な運営を行った。本大会では、持続可能な社会における博物館の社会的役割や、新技術・ネットワーク活用等について議論を深めるとともに、全国の博物館関係者との交流を通じて職員の理解促進と意識向上を図った。

(6) 組織全体での情報共有の徹底によるガバナンスの強化

組織内の情報については、総務課長連絡会議や学芸課長連絡会議、グループウェアを活用して各館へ適切に伝達し、法人全体の決定事項を職員へ共有した。あわせて、事務局及び各館の活動により得られた知識・ノウハウや成功事例を内部で展開することでシナジー効果の向上を図るとともに、事務局では、管理職員による定期会議を通じて6館を横断した課題の検討を行い、組織全体のガバナンス強化と円滑な組織運営の推進に寄与した。また所属や職階を横断した研修や6館の学芸員等による研究報告会を試行実施し、人事交流の活性化を図り、次年度以降の組織基盤の更なる強化に備えた。

4 中項目における自己評価について

(1) 令和7年度の法人自己評価が「4」であり当初目標を上回った項目

No	内容	評価	自己評価
2	幅広い活動及び連携を通じた博物館等の魅力向上	4	大阪・関西万博を契機として開催した「大阪博」では、Webサイト「デジタル大阪ミュージアム」を開設し「大阪の宝」120点

			を発信するとともに、各館における展示・活用を通じて都市大阪の魅力向上に寄与した。あわせて、各種の魅力ある展覧会の実施により来館者数は全体として好調を維持し、特に万博のレガシーを展示した市立美術館「天空のアトラス展」では227,087人（目標：104,000人）を記録するなど、目標を大幅に上回る来館者を迎え、大阪の賑わいの創出に貢献した。 また、市立美術館・中之島美術館における開館延長や東洋陶磁美術館における臨時開館、科学館のプラネタリウム追加投影等により利用者サービスの向上と来館機会の拡充を実現したほか、資料の積極的な貸出等による国内外の博物館等との相互支援、大阪公立大学や大阪商工会議所等との連携、全国博物館大会の主催を通じて、他機関等との積極的な連携・人事交流を推進することで各館の魅力向上を図った。
4	戦略的広報の展開及び各種活動の成果の発信	4	来館促進及び展覧会の魅力発信に向けて、来館者データ分析や各種アンケート、人流データ、Web 解析等のエビデンスに基づく広報戦略を展開するとともに、Web 広告やSNS、民間のプレスリリース配信サービス等の多様な手法を活用し、「大阪博」事業を中心に発信力を強化することで来館者増加を実現した。 各館においては、メディア発信や関係機関との連携、各種のデジタルツールの活用により、多くの館活動の成果を発信する等、積極的な認知度向上に向けた発信に努めた。 【実績】総来館者数：約402万人（目標360万人、対目標比約111.6%）、ブルームバーグ・コネクツ：総ユーザー数3,767（うち外国語ユーザー39.7%）
5	ソフトの充実及び来館者の受入れ体制の整備	4	事務局と各館が連携し、SNS 発信やプレスリリース配信サービスの活用によりオンライン・プロモーションを展開するとともに、Web アクセス解析や人流データ等の分析結果を共有し、データに基づく戦略的な集客施策を推進することで、6館合計で過去最高となる約402万人の来館者を迎え都市大阪の賑わいの創出に寄与した。特に市立美術館や中之島美術館では年間目標を大きく上回る実績を記録し、科学館においても昨年度からの好調を堅持するなど大きな成果を上げた。あわせて、万博を契機とした市立美術館・中之島美術館における開館延長、東洋陶磁美術館における臨時開館、科学館のプラネタリウムの追加投影等により利用機会の拡充を図り、来館者サービスの向上を実現した。

(2) 令和7年度の法人自己評価が「2」であり当初目標を下回った事項

該当なし

(3) 令和7年度の法人自己評価が「3」であった事項にかかる主な評価

計画どおり進捗したと評価される項目の中でも、日次・月次での来館者数の把握、各 Web サイトのアクセス解析、モバイル端末を活用した人流データの把握等の「大阪博」事業を契機に導入した取り組みは、エビデンスに基づく戦略的な広報・プロモーション活動の実現につながり、博物館・美術館運営の面で大きな前進があったものと考えている。これらは、第2期中期計画の主要事項である「認知度の向上」という観点からも重要であり、今後も継続的に推進していく必要がある。

また、令和7年度に試行実施した、6館による研究報告会や、所属・職階を横断した研修などの取り組みは、人事交流を通じた組織の活性化や基盤強化に資するものであり、継続的に実施すべきである。

一方、経費の縮減及び業務の効率化については、ICT技術等の活用を通じた更なる業務の効率化・省力化の推進について、引き続き検討する余地がある。

※〈評価点〉計画に対する達成度

5点：年度計画を大幅に上回って実施している 4点：年度計画を上回って実施している

3点：年度計画どおり順調に実施している 2点：年度計画を十分に実施できていない

1点：年度計画を実施できていない（未実施）

以上

年度別利用者数の推移

年 度		2024年度実績			2025年度実績			2026年度実績			2027年度実績			2028年度実績		
館 名	区分	有料	無料	計	有料	無料	計	有料	無料	計	有料	無料	計	有料	無料	計
美 術 館	常設展※1	0	0	0	713,884	8,703	722,587									
	特別展	20,095	9,376	29,471	683,256	98,485	781,741									
	地下展等	0	0	0	10,111	180,674	190,785									
	計	20,095	9,376	29,471	1,407,251	287,862	1,695,113									
自 然 史	常設展※1	141,020	125,901	266,921	141,341	125,162	266,503									
	特別展	76,501	25,991	102,492	77,032	36,689	113,721									
	計	217,521	151,892	369,413	218,373	161,851	380,224									
東 洋 陶 磁	常設展※1	0	96,778	96,778	0	61,975	61,975									
	特別展	76,879	19,899	96,778	47,592	14,383	61,975									
	計	76,879	116,677	193,556	47,592	76,358	123,950									
科 学 館	展示	205,648	132,836	338,484	298,174	162,811	460,985									
	プラネ※2	223,080	19,342	242,422	301,818	28,421	330,239									
	計	428,728	152,178	580,906	599,992	191,232	791,224									
大 阪 歴 博	常設展	198,371	63,938	262,309	216,610	71,861	288,471									
	特別展	32,180	11,584	43,764	102,118	22,176	124,294									
	その他	0	41,829	41,829	0	48,262	48,262									
	計	230,551	117,351	347,902	318,728	142,299	461,027									
中 之 島	企画展	616,373	53,327	669,700	527,008	43,961	570,969									
6 館 合 計	常設展	545,039	419,453	964,492	1,370,009	430,512	1,800,521									
	特別展	1,045,108	139,519	1,184,627	1,738,824	244,115	1,982,939									
	地下等	0	41,829	41,829	10,111	228,936	239,047									
	計	1,590,147	600,801	2,190,948	3,118,944	903,563	4,022,507									

※1: 自然史、東洋陶磁の常設展入場者数には、特別展からの入場者数を含む。2025年度より、美術館の常設展有料には、特別展からの入場者数を含む。

※2: 科学館のプラネタリウムは6館合計の特別展に含む。

※3: 2025年7月より、美術館の無料ゾーン利用者数を人感センサーで計測。2025年度の累計利用者数は、約17万人であった。