

地方独立行政法人大阪市博物館機構  
令和 7 事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

令和 8 年 3 月 31 日現在  
地方独立行政法人大阪市博物館機構

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                                                                                                                          | 中項目                              | 小項目 | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |          |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|----------------|
|                                                                                                                              |                                  |     | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 法人自己評価の判断理由（実施状況等） | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| Ⅰ 住民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上に関する目標を達成するためとるべき措置                                                                               |                                  |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    |          |                |
| Ⅰ－① 博物館等の活動の発展及び戦略的発信を通じて「大阪の知を拓く」                                                                                           |                                  |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    |          |                |
| 1 各種活動の基盤をなす専門の人材及び博物館等資料の充実並びに施設及び設備の整備<br>各館の各種活動の発展及び継承並びに大阪における文化資源の蓄積を図るため、次の通り専門の人材及び博物館等資料の充実並びに各館の施設及び設備の適切な整備に取り組む。 |                                  |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    |          |                |
| 中項目評価                                                                                                                        |                                  |     | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    | 3        |                |
|                                                                                                                              |                                  |     | 各館においては、計画的な採用・人事異動による人員配置や国等が開催する研修等への参加により、安定的な館運営の基盤確保と職員の専門能力向上を図った。調査研究については、科学研究費助成事業（新規採択6件）等の活用や外部機関との連携により積極的に進めるとともに、防火・防災にかかる研修への参画を通じて専門知識を習得し法人内で共有を図った。<br>資料の収集・保存等については、寄贈資料の受入れや計画的修復により資料の充実化を図るとともに、アーカイブ化やデジタル大阪ミュージアムとジャパンサーチとの連携を図り、オープンデータ化を積極的に推進した。<br>また、多言語に対応したデジタルガイドや二次元コードを活用した作品解説により快適な鑑賞機会を実現するとともに、市立美術館における身障者用トイレの設置や自然史博物館における点字ブロックの更新準備等、SDGsに配慮した取組を推進することで来館者の利便性の向上に寄与した。 |                    |          |                |
| 1                                                                                                                            | 1. 博物館等の運営の中核を担う専門的な人材の安定的確保及び育成 | 3   | 各館においては、欠員となっていた学芸員を計画的に採用するとともに、その他職種についても適切な採用・配置を行い、安定的な運営基盤の確保を図った。また、館横断的な研究会・研修を実施するとともに、国等が主催する研修や協議会へ積極的に参画し、専門知識の習得や情報収集を通じて職員の資質向上に取り組んだ。<br>【主な取組】内部：学芸員研究報告会（1回）、広報・プロモーション研修（3回）<br>外部：全国科学館連携協議会国内研修会、国立公文書館アーカイブズ研修、西日本自然史系ネットワーク主催ドローン映像活用研修会、他 防火・防災、保存科学、IPMに関する研修等                                                                                                                                |                    |          |                |
|                                                                                                                              | 2. 博物館等資料に関する調査研究                | 3   | 各館とも計画通り着実に調査研究を進め館活動に大きく貢献した。5館で、科研費や民間助成金を活用して積極的調査研究活動を進め、特に科学館では全国理工系学芸員会議や全国科学博物館協議会、全国プラネタリウム大会2025・大阪への積極的な参画を通じた調査・研究活動を展開した。また、自然史博物館では、外部研究者による収蔵庫利用やデータ公開により研究支援を積極的に進めた。<br>【実績】令和7年度科学研究費助成事業（科研費） 新規採択件数：6件、令和8年度科研費応募数：29件                                                                                                                                                                            |                    |          |                |
|                                                                                                                              | 3. 博物館等資料の保管に関する調査研究             | 3   | 計画に基づき、博物館資料の保存や修復に関する情報収集を行うとともに、調査・研究を実施した。<br>自然史博物館と事務局兼務で配属された保存科学担当学芸員が能登半島文化財レスキューや東京文化財研究所の研修に参加したほか、各館の収蔵環境の点検等を行った。これらの研修の成果や知見および各館点検の結果等、組織内で共有する研修会を機構内で実施し、組織全体での博物館等の資料の保管に関する調査・研究活動に取り組んだ。                                                                                                                                                                                                          |                    |          |                |
|                                                                                                                              | 4. 博物館等資料の展示に関する調査研究             | 3   | 各館においては、国や外部機関等が開催する研修会・協議会への参加を通じて展示手法や展示設備等展示に関わる専門知識の最新情報の収集に努め、計画に基づき調査・研究・開発を推進した。また、市立美術館では、大型展覧会の開催を通じて最新の設備に関する知見を蓄積し、機器の購入・配置を進めることで展示環境の機能向上を実現した。                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |          |                |
|                                                                                                                              | 5. 博物館等の運営に関する調査研究及び評価           | 3   | 紙面及びオンラインによるアンケートを実施し、来館状況の把握に努めた。また、他機関が主催する研修会等への参加を通じて博物館運営に関する知見の収集を図り、調査・研究を計画に基づき推進した。<br>事務局において大阪公立大学「博物館経営論」の講義提供にあたり、国内の博物館や他の地方独立行政法人における評価手法等について研究を進めるとともに、11月の全国博物館大会では「大阪博」のマーケティング等の取組に関する発表を行った。                                                                                                                                                                                                    |                    |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目 | 中項目 | 小項目                                            | R7年度       |                                                                                                                                                                       |          |                |
|-----|-----|------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|     |     |                                                | 法人<br>自己評価 | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                    | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
|     |     | 6. 博物館等資料の収集、整理及び提供                            | 3          | 各館においては、計画に基づき寄贈による資料収集を着実に推進した。<br>科学館では、大阪・関西万博のアメリカ館で展示されていたSLSロケット模型をはじめ、各パビリオンで使用されたデバイス類など計13点の寄贈を受け、展示・活用を進めることで館活動の充実に大きく寄与する資料収集を実現した。                       |          |                |
|     |     | 7. 博物館等資料の保全及び効果的な活用のための計画的な修復                 | 3          | 館においては、資料の状態に応じて必要な修復を判断し、計画的に修復及び展示物の改修を進めた。また、修復した資料を「大阪博」において展示するなど、常設展示への活用を図った。<br>【主な資料】市立美術館：重要文化財2件、東洋陶磁美術館：李秉昌コレクション韓国陶磁3件3点                                 |          |                |
|     |     | 8. 防災及び防犯を含めた博物館等資料の適切な保管及び将来への継承              | 3          | 各館において計画通りに温湿度管理、IPM、防災・防犯に取組み博物館等資料の適切な管理・保管を行った。またIPM等にかかる研修会への参加を通じて資料の管理等にかかる知識の習得に努めた。                                                                           |          |                |
|     |     | 9. ICTを活用した博物館等資料のデジタルアーカイブ化及び有効利用             | 3          | 各館とも計画通り博物館資料のアーカイブ化やオープンデータ化を進めた。特に市立美術館では主要作品250件のデータベース化を実現した。また、法人全体で構築したデジタル大阪ミュージアムをジャパンサーチと連携させる準備を進める等、オープンデータ化を精力的に進めた。                                      |          |                |
|     |     | 10. 博物館等の機能維持及び快適な利用環境の確保に向けた施設及び設備の計画的な整備及び改修 | 3          | 各館においては、計画に基づき施設整備を進め、館機能の維持に努めた。歴史博物館では、展示室のWi-Fiを活用したスマートフォン対応の多言語ミュージアムガイド（音声ガイド）を導入するとともに、特別企画展「大阪の宝 in 大阪歴史博物館」において二次元コードを用いたキャプションを設置するなど、来館者の快適な鑑賞環境の確保に取り組んだ。 |          |                |
|     |     | 11. バリアフリー及びユニバーサルデザインに配慮した各館の施設及び設備の計画的な整備・改修 | 3          | 各館においては、SDGsに配慮した施設整備を計画的に推進した。市立美術館では適切な場所に身障者用トイレを新設した。また、自然史博物館では、花と緑と自然の情報センター1階のレイアウト変更に伴う点字ブロックの更新について整備の方向性を整理した。                                              |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目 | 中項目                                                                                                                                                                         | 小項目                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |                |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|     |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| I－① | <b>2 幅広い活動及び連携を通じた博物館等の魅力向上</b><br>各種のマーケティング・リサーチ等やビッグデータを積極的に活用し、各館が機構内における連携をはじめさまざまな活動を展開するとともに、他の博物館等、学校、学会、調査研究機関その他の関係機関（以下「他の博物館等関係機関」という。）と積極的に連携し、博物館等の魅力向上に取り組む。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |                |
|     | 中項目評価                                                                                                                                                                       | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 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。<br>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。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |                |
|     |                                                                                                                                                                             | 12. 2025年大阪・関西万博のレガシーを継承した展示等の実施                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 大阪・関西万博にあわせて開催した「大阪博」において開設したWebサイト「デジタル大阪ミュージアム」で、「大阪の宝」120点を掲載するとともに、各館が連携してこれらの資料を展示し、各館や大阪の魅力発信を図った。<br>また、各館においては万博関連事業で作成した収蔵品データ等を活用し、魅力向上に取り組んだ。市立美術館では大阪・関西万博で展示されたイタリアの至宝を公開する「天空のアトラス展」を開催したほか、科学館では大阪・関西万博アメリカバビリオンの「SLSロケット模型」やドイツバビリオンの「サーキュラー」等、万博関連資料を受け入れた。<br>さらに、歴史博物館では1970年万博で埋納された「タイム・カプセルEXPO' 70」について三次元データ化および公開を行い、東洋陶磁美術館では「五大陸の石」の展示に向けた受け入れ準備を進めるなど、万博のレガシーを継承した展示等の実施により各館の魅力向上に活用した。<br>【実績】天空のアトラス展：227,087人（目標：104,000人） |          |                |
|     |                                                                                                                                                                             | 13 所蔵するコレクションを積極的に活用した来館者への鑑賞機会の確保（常設展）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 各館が所蔵するコレクションを用いた企画展示を実施し、魅力の発信を図るとともに大阪の都市魅力の向上を実現した。<br>大阪・関西万博開催による学校の遠足利用の減少があったが、インバウンドを含めた観光客の増加等の好影響もあり、特に科学館では、目標を大きく上回まわるなど、6館では、目標数を超える来館者を迎えた。<br>【実績】常設展6館合計 1,800,521人（目標：1,713,260人）                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                |
|     |                                                                                                                                                                             | 14. 所蔵するコレクションを積極的に活用した来館者への鑑賞機会の確保（自主企画展）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 市立美術館においては、日本国宝展や根来展において所蔵コレクションを活用した。また、科学館においては1階展示スペースを活用し、企画展を年8回実施することで、最新の話題や科学に関する知見を広く市民に発信した。<br>さらに中之島美術館においては、万博開催年度であることを契機として、代表的な所蔵コレクション6点を「大阪の宝」に選定し、小出楢重展の開催時に無料で観覧できるよう展示を行い、来館者の鑑賞機会の確保を図った。                                                                                                                                                                                                                                            |          |                |
| 2   | 15. 来館者の利便性向上に向けた開館時間の延長                                                                                                                                                    | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 大阪・関西万博を契機として、各館において利用者サービスの向上に向けた取組を実施した。<br>市立美術館および中之島美術館では適切な日時における開館延長を実施し、東洋陶磁美術館では中学生以下及びその保護者を対象とした臨時開館を行った。また、科学館ではプラネタリウムの追加投影を実施し、利用機会の拡充を図った。<br>さらに、歴史博物館では大阪迎賓館とのタイアップによるナイトツアー開催にあわせて開館延長を実施するなど、柔軟な開館時間の確保に取り組んだ。<br>【主な実績】（市立美術館）・日本国宝展：13日 ・ゴッホ展：14日 ・天空のアトラス展：23日 ・企画展示：51日<br>（中之島美術館）・日本美術の鉅脈展：16日 ・ルイ・ヴィトン展：23日 ・小出楢重展：4日 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目 | 中項目                                                            | 小項目                                          | R7年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |      |                |
|-----|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------|
|     |                                                                |                                              | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 市長評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
|     |                                                                | 16. 博物館機構一体としての各館の連携事業等の実施                   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 「大阪博」においては、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Web上で展示・紹介するとともに、各館の常設展及び特別展等においても同資料を展示した。<br>また、大阪公立大学との包括連携協定に基づき、大学における講義やミュージアム連続講座、博学連携シンポジウム等へ計画どおり出講した。<br>さらに、大阪商工会議所との包括連携協定に基づき、「なにわなんでも大阪チャレンジ」への作問や「チェンバーカレンダー2026」の作成に参画するなど、連携事業を推進した。<br>【令和7年度実績】<br>講義提供数：41コマ、なにわなんでも大阪チャレンジ：3回実施、チェンバーカレンダーへの館蔵品データ提供数：12件 |      |                |
|     |                                                                | 17. 博物館等資料の貸出及び借用を含む他の博物館等関係機関との相互支援及び協働     | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 各館においては、国内外の博物館・美術館に対して博物館等資料の貸出を実施した。<br>また、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等において開催した。関西圏の博物館関係者の協力を得ながら準備・運営を行い、円滑な実施に努めた。<br>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（参加者482名）。                                                                               |      |                |
|     |                                                                | 18. 各館の建物及びその附帯設備等を有効活用した幅広い事業の展開            | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 各館とも施設や附帯設備を活用し幅広い事業を行った。<br>市立美術館及び中之島美術館においては附帯施設を活用し、ユニークベニユーを実施することで館の魅力向上を実現した。<br>【主な実績】<br>（市立美術館）・オマーン国レセプション ・WorldBrandingAward2025 合計15件<br>（中之島美術館）在大阪イタリア総領事館レセプション、オーストリア大使館 万博関連 展示会、ヒロコシノインターナショナル㈱ ファッションショー 合計51件                                                                                           |      |                |
|     | 3 国際的な連携及び発信<br>各館の各種活動の発展及び認知度の向上を目指し、海外の他の博物館等関係機関と積極的に連携する。 |                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |      |                |
|     | 中項目評価                                                          |                                              | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |      | 3              |
|     |                                                                |                                              | 各館において学会での研究発表を通じて成果の還元を図るとともに、科学館では2026年国際プラネタリウム協会開催に向けた準備や万博会場での取組紹介を行い、国際的な発信を積極的に推進するなど国内外に対する認知度の向上に努めた。<br>また、市立美術館におけるゴッホ美術館との共催展やICOMドバイ大会への参加等を通じて人的ネットワークの拡大と国際連携の基盤強化を図った。また、科学館による大阪・関西万博会場での実演・ワークショップ実施により教育普及活動を展開するとともに、資料の貸出・借用、講師派遣、研修受入れ、寄稿等を通じて国内外の関係機関との連携を推進し、国際的なネットワークの形成を進めた。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |      |                |
|     | 3                                                              | 19. 国際会議やシンポジウム等における各種活動成果の発表等               | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 各館とも計画通り国外の学会等において研究発表を行いその成果を還元した。特に科学館では2026年国際プラネタリウム協会の開催に向け準備を進めるとともに、大阪・関西万博会場のオーストラリア館、ポルトガル館において館の取組みを紹介するなど計画以上の活動を行った。                                                                                                                                                                                              |      |                |
|     |                                                                | 20. 海外の他の博物館等関係機関との学術交流による人的ネットワークの形成        | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 各館においては、交流のある海外館との連携を促進し、人的ネットワークの拡大を図った。市立美術館では、海外館との共催による展覧会を開催するとともに、館長がICOMドバイ大会に出席し、国際的ネットワークの強化を図るなど、連携基盤の充実に取り組んだ。科学館では、ボランティアとの協働により大阪・関西万博会場のオーストラリア館において実験ショーの演示や来場者向けワークショップを実施するなど、国際的な場における教育普及活動を積極的に展開した。                                                                                                      |      |                |
|     |                                                                | 21. 博物館等資料の貸出及び借用を含む他の博物館等関係機関との相互支援及び協働（再掲） | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 各館においては、国内外の関係機関との資料の貸出・借用を通じて連携を促進した。また、関係機関への講師派遣や研修の受入れ、関係誌への寄稿等を通じて、海外諸機関との連携を積極的に推進した。                                                                                                                                                                                                                                   |      |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                             | 中項目                                                                                                                                          | 小項目                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | R7年度       |                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |                |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|                                 |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 法人<br>自己評価 | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| 4                               | 4 戦略的広報の展開及び各種活動の成果の発信<br>博物館等を一体的に運営するメリットを活かし、定期的にマーケティング・リサーチやアンケート等を実施し、各館の認知度向上に向けてエビデンスに基づいた戦略的な広報活動を展開するとともに、各種活動の成果を国内外に向けて効果的に発信する。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |            |                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |                |
|                                 | 中項目評価                                                                                                                                        | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                                                                                                                                                                                                                   | 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。<br>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。<br>【実績】総来館者数：約402万人（目標360万人、対目標比約111.6%）、ブルームバーク・コネクツ：総ユーザー数 3,767（うち外国語ユーザー39.7%）                                                                                                                                             |            |                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |                |
|                                 |                                                                                                                                              | 22. 2025年大阪・関西万博を契機とした博物館等の周知及び来館者の獲得                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 5          | 来館促進及び展覧会の魅力発信を目的として、「大阪の宝」や各種展覧会に関するWeb広告を戦略的に配信し、来館者の着実な獲得に繋げた。<br>また、経営会議において月別の来館実績を把握するとともに、事務局において日々の来館者データを精査することで状況を的確に分析し、さらなる上振れが見込まれる展覧会については会期中における追加の広告宣伝やプロモーションを機動的に実施し、法人発足後最高となる来館者数を達成した。<br>【令和7年度実績】<br>6館合計来館者数実績 約402万人（目標360万人、対目標比111.6%） |          |                |
|                                 |                                                                                                                                              | 23. エビデンスに基づいた戦略的広報の展開                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3          | オンライン・オフラインの両面からアンケートを実施するとともに、その分析結果をもとに広報・プロモーション活動を展開した。特に「大阪博」事業においては日次及び月次での来館者数の把握、各Webサイトのアクセス解析、モバイル端末を用いた人流データの把握等、エビデンスに基づく戦略的な広報・プロモーション活動を実施し、過去最高の来館者数の獲得に繋げた。<br>【主な実績】プレスリリース配信サービス（PR TIMES）：累計配信数62件 累計PV数113,866、人流データ：分析レポート数20件               |          |                |
|                                 |                                                                                                                                              | 24. 学芸員の専門的な知識を活かした広報の展開                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4          | 各館においては、各種事業の開催やコンテンツ制作、研究発表等の機会を捉え、積極的な情報発信を行い、館の魅力向上に努めた。特に市立美術館では、「日本国宝展」や「ゴッホ展」の開催に際し、多様なメディアに出演することで展覧会の魅力を広く発信し、認知度の向上と集客の促進に寄与した。<br>【実績】メディア出演回数 日本国宝展：115件 ゴッホ展：160件 妙心寺展：193件                                                                           |          |                |
| 25. 他の博物館等関係機関との連携及び協働を通じた広報の展開 | 3                                                                                                                                            | 各館においては、関係機関や周辺施設等と積極的に連携し、計画に基づき各種事業を展開した。特に「大阪博」の開催を契機として、大阪観光局と連携し、「日本国宝展」の訪日外国人向けプロモーションを実施した。また、JR西日本や関西MaaS等の鉄道・旅行事業者が企画する来阪者の周遊性向上に資する事業にも、コンテンツ提供等を通じて参画し、協働による効果的な情報発信を行った。<br>さらに、ブルームバーク・コネクツが運営するアプリに各館の施設情報を掲載するとともに、音声ガイドや作品紹介動画を追加するなど内容の充実を図り、国内外への魅力発信を強化した。加えて、科学館、東洋陶磁美術館、中之島美術館では「クリエイティブアイランド中之島」への参画を通じ、事業の共同実施や広報連携を推進した。<br>【実績】JR西日本：プラスワントリップ・大阪デスティネーションキャンペーン等、関西MaaS：アプリへの参画<br>【令和7年度実績】ブルームバーク・コネクツ：総ユーザー数 3,767（うち外国語ユーザー39.7%） |            |                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                                                                                                        | 中項目                                       | 小項目                         | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|                                                                                                            |                                           |                             | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
|                                                                                                            |                                           | 26. 多様な媒体及び手段を通じた各種活動の成果の発信 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 各館においては、紙媒体やSNS等の各種媒体の特性を活かし、活動や研究成果に関する情報発信を行った。特にSNSにおいては、時宜を捉えた広報を積極的に展開し、発信力の強化を図った。<br>法人全体としては、事務局が運営するSNSを活用し、各館の展覧会情報を中心に博物館・美術館活動の情報を効果的に発信した。さらに、投稿後の効果測定に基づき内容の改善を継続することで、発信の質を高め、フォロワーの着実な増加に繋げた。加えて、外部のプレスリリース配信サービス（PR TIMES）も積極的に活用し、多様な媒体を通じた効率的かつ広範な情報発信を実現した。<br>【令和7年度の主な実績】<br>Instagramフォロワー増加 美術館＋約6,900人、事務局＋約5,700人、歴史博物館＋約4,600人、科学館＋約4,100人<br>プレスリリース配信サービス（PR TIMES）累計配信数62件、累計PV数113,866回 |          |                |
| Iー② 幅広い来館者の獲得及び事業者等との連携強化を通じて「大阪を元気に」                                                                      |                                           |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
| 5 ソフトの充実及び来館者の受入れ体制の整備<br>幅広い来館者を獲得するため、中長期的な戦略に基づき、展覧会及び展示物に係るソフトの充実並びに来館者目線に立った徹底的なサービス向上による受入れ体制の整備を図る。 |                                           |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
| 中項目評価                                                                                                      |                                           |                             | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 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。                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|                                                                                                            | 27. 2025年大阪・関西万博を契機とした博物館等の周知及び来館者の獲得（再掲） | 5                           | 来館促進および展覧会の魅力発信を目的として、「大阪の宝」や各種展覧会に関するWEB広告を戦略的に配信し、来館者の着実な獲得に繋げた。<br>また、経営会議において月別の来館実績を把握するとともに、事務局において日々の来館者データを精査することで状況を的確に分析し、さらなる上振れが見込まれる展覧会については会期中中における追加の広告宣伝やプロモーションを機動的に実施し、法人発足後最高となる来館者数を達成した。<br>【令和7年度実績】<br>6館合計来館者数実績 約402万人（目標360万人、対目標比111.6%）                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|                                                                                                            | 28. 所蔵するコレクションの魅力を伝える常設展示における展示替え（再掲）     | 3                           | 各館が所蔵するコレクションを用いた企画展示を実施し、魅力の発信を図るとともに大阪の都市魅力の向上を実現した。<br>大阪・関西万博開催による学校の遠足利用の減少があったが、インバウンドを含めた観光客の増加等の好影響もあり、特に科学館では、目標を大きく上回まるなど、6館では、目標数を超える来館者を迎えた。<br>【実績】常設展 6館合計 1,800,521人（目標：1,713,260人）                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|                                                                                                            | 29. 文化観光拠点施設としての集客力のある展覧会の誘致及び開催          | 4                           | 各館においては、マスメディア等との共催による展覧会を開催し、いずれも目標を大きく上回る来館者数を達成した。特に再開館した市立美術館では、想定を大幅に超える来館者を迎え、年間約78万人を超える実績を記録したほか、中之島美術館においても年間約57万人を記録するなど、顕著な集客成果を挙げ、地域の賑わいの創出に大きく寄与した。<br>【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（目標：79,740人、実績：101,799人）、ルイヴィトン展（目標：100,000人、実績：169,223人） |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目 | 中項目                                                                                                           | 小項目                                      | R7年度       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|     |                                                                                                               |                                          | 法人<br>自己評価 | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| I-② | 5                                                                                                             | 30. 来館者の利便性向上に向けた開館時間の延長（再掲）             | 4          | 2025年大阪・関西万博を契機として、各館において利用者サービスの向上に向けた取組を実施した。<br>市立美術館および中之島美術館では適切な日時における開館延長を実施し、東洋陶磁美術館では中学生以下及びその保護者を対象とした臨時開館を行った。また、科学館ではプラネタリウムの追加投影を実施し、利用機会の拡充を図った。<br>さらに、歴史博物館では大阪迎賓館とのタイアップによるナイトツアー開催にあわせて開館延長を実施するなど、柔軟な開館時間の確保に取り組んだ。<br>【主な実績】（市立美術館）・日本国宝展：13日 ・ゴッホ展：14日 ・天空のアトラス展：23日 ・企画展示：51日<br>（中之島美術館）・日本美術の鉤脈展：16日 ・ルイ・ヴィトン展：23日 ・小出楢重展：4日                                                                                               |          |                |
|     |                                                                                                               | 31. 多言語表記やＩＣＴの活用等によるさまざまな来館者への快適な鑑賞環境の提供 | 3          | 各館においては、ＩＣＴを活用した多言語化を計画に基づき着実に推進した。特に、市立美術館の「日本国宝展」「ゴッホ展」や、自然史博物館の「昆虫MANIAC」では、自動翻訳サービスを活用して章立てパネルを15言語に対応させ、多言語化を実現した。また、「大阪博」においても自動翻訳により5言語で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。<br>さらに、「デジタル大阪ミュージアム」Webサイトでは「大阪の宝」を日英で紹介するとともに、3D映像やVRによる展示を導入し、実物に近い体験型の鑑賞環境を提供した。またデジタルガイド「ブルームバーグ・コネクツ」においても館の活動を紹介し、国内外へ館の魅力を紹介する等、これらの取組により、来館者の満足度向上と快適な鑑賞機会の充実を図った。<br>【令和7年度実績】<br>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%） |          |                |
|     |                                                                                                               | 32. 施設内外における来館者目線に立った分かりやすいサイン表示の充実      | 3          | 各館においては、施設内サインの充実に取り組み、案内機能の向上を図った。特に、大規模改修を実施した市立美術館および科学館では、引き続き視認性の向上に努め、来館者の円滑な動線確保を進めた。また、東洋陶磁美術館では新たにデジタルサイネージを設置し、分かりやすい案内・誘導を実現するなど、来館者サービスの向上に寄与した。                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                |
|     | 6 周辺エリアで活動するさまざまな事業者等との連携<br>各館の周辺エリアで活動するさまざまな事業者等と積極的に連携し、相互割引やイベントの企画及び実施並びに広報の展開を通じて各館及びその周辺エリアの魅力向上を目指す。 |                                          |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                |
|     | 6                                                                                                             | 33. 周辺エリアで活動するさまざまな事業者等との連携              | 3          | 各館においては、周辺施設との連携を積極的に推進し、共同事業の実施や共同広報を通じて地域の活性化を図った。市立美術館では天王寺動物園やこども美術館と連携した教育普及事業を実施したほか、東洋陶磁美術館、科学館、中之島美術館では「中之島パビリオンフェスティバル2025」に参画し、地域連携の強化を進めた。<br>また、歴史博物館では民間事業者との協働事業を展開し、利用促進と連携強化を図った。さらに法人全体としては、「大阪博」の開催にあわせて各館及び周辺施設を回遊するNFTスタンプラリーを実施するなど、地域連携による回遊性向上と地域活性化に大きく寄与した。                                                                                                                                                               |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                                                                                                                                                                              | 中項目                                         | 小項目                                                                                                                                                                                                                                                                   | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |          |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|----------------|
|                                                                                                                                                                                  |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                       | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 法人自己評価の判断理由（実施状況等） | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| 7 民間企業等との協働等<br>各館のサービスの充実及び観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野の活性化のため、次の通り民間企業等との協働及び相互支援を推進する。                                                                                     |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |          |                |
| 中項目評価                                                                                                                                                                            |                                             | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | 3        |                |
|                                                                                                                                                                                  |                                             | 各館において特別展と連動した商品開発やカフェ・ミュージアムショップとの連携を通じて、コラボレーションメニューや関連グッズの展開を進め、展覧会の魅力と館内サービスの向上を図った。科学館ではカフェ・ショップ事業者との調整により運営体制の充実を図り、歴史博物館では民間事業者と連携した体験型イベントを年間11回実施するなど、参加型事業の拡充を進めた。また学芸員の派遣や画像提供等を通じて民間事業者や地域機関との連携を推進し、特に自然史博物館では府内自治体等へ延べ40人を超える学芸員を派遣するなど社会貢献活動に積極的に貢献した。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |          |                |
| 7                                                                                                                                                                                | 34. 各館のミュージアムショップ、カフェ等における民間企業等と連携したサービスの充実 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                     | 各館においては、特別展と連動した商品開発等を積極的に推進し、カフェやミュージアムショップにおけるコラボレーションメニューの開発を行った。これにより、展覧会の魅力を館内サービスにも展開し、来館体験の向上を図った。<br>特に科学館では、令和8年度から営業を開始するカフェ・ショップの事業者と意見交換を重ね、運営体制の充実に向けた準備を進めた。また、歴史博物館では連携する民間事業者とともに体験型イベントを年間11回実施し、来館者参加型の事業展開を積極的に推進した。                                                                                            |                    |          |                |
|                                                                                                                                                                                  | 35. 民間企業等との協働による各館の活動に関連する商品及び技術の開発         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                     | 各館においては、ミュージアムショップや館内カフェ事業者と連携し、博物館・美術館に関連するグッズやメニューの開発・商品化を進めた。これらの商品は来館者から好評を得るなど、館の魅力向上及び来館促進に寄与した。<br>【主なグッズ開発の実績】自然史博物館：10点以上、東洋陶磁美術館：14件、科学館9点、歴史博物館：7件24点                                                                                                                                                                   |                    |          |                |
|                                                                                                                                                                                  | 36. 各館の専門性や博物館等資料を活用した民間企業等との活動の支援          | 3                                                                                                                                                                                                                                                                     | 各館とも計画通り、学芸員の派遣や画像提供等を通じて民間事業者等の活動の支援を行った。<br>特に自然史博物館では大阪府内の市町村や周辺自治体の環境行政への延べ40人を超える学芸員の派遣・協力を行った。                                                                                                                                                                                                                               |                    |          |                |
| I－③ 人々の多様な学習ニーズに応えられる「学びと活動の拠点へ」                                                                                                                                                 |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |          |                |
| 8 こども及び教員等への支援<br>博物館等の活動に関連するこどものリテラシーの向上や教員等のスキルの向上のため、支援メニューの充実に取り組む。こども向けワークシートの作成及びワークショップ等の実施を行う。<br>教員等を対象とした研修及び教材の開発に係る支援を行う。学校教育との連携をさらに推進し、共同で博物館内での学習、出前授業など学習支援を行う。 |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |          |                |
| 8                                                                                                                                                                                | 37. こども及び教育等への支援                            | 3                                                                                                                                                                                                                                                                     | 各館において、講演会や見学会、ワークショップ等の教育普及活動を積極的に展開した。また、教員の資質向上に資する教員支援施策を実施し、学校教育との連携強化を図った。さらに法人全体としては、包括連携をもとに大阪市教育委員会との意見交換を実施し教育現場のニーズ把握に努めた。<br>【実績】市立美術館：こども美術展等6件、自然史博物館：子供向けワークシート参加者数 約2,500人、東洋陶磁美術館：「Love Stone Project - MOCO 大阪市立東洋陶磁美術館×富長敦也」」、科学館：プラネタリウム学習投影 207回・ジュニア科学クラブ 12回、中之島美術館：「ナッカ・スクール・プログラム」計13日、「教員のための博物館の日」2日間 他 |                    |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目 | 中項目                                                                                                                                  | 小項目            | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|     |                                                                                                                                      |                | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                  | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| I－③ | <b>9 幅広い来館者への支援</b><br>学生その他の専門的な知識の習得を目指す者への支援の実施のみならず、さまざまな人々の多様な学習ニーズに応えるための支援メニューの充実に取り組む。博物館等資料並びにその保管及び公衆の観覧等に関する教育及び普及の事業を行う。 |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |
|     | 9                                                                                                                                    | 38. 幅広い来館者への支援 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 各館においては、講演会の実施や教育実習の受入れを通じて、幅広い教育支援の取組を推進した。また法人全体としては、大阪公立大学等への講義提供や大阪商工会議所との包括連携に基づく「なにわなんでも大阪チャレンジ」への問題提供や、事務局職員による機構の活動を紹介する出前講座等を行い、多様な連携事業を積極的に展開した。<br>【令和7年度実績】<br>キャンパス・メンバーズ加盟校：7校・5館のべ利用者数11,664人、講義提供数：41コマ、なにわなんでも大阪チャレンジ：3回実施、出前講座：4件 |          |                |
|     | <b>10 参画機会の提供</b><br>芸術文化に係る活動及び住民活動に寄与するため、次の通り各館の活動への幅広い参画の機会を提供する。                                                                |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |
|     | 中項目評価                                                                                                                                |                | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                     | 3        |                |
|     |                                                                                                                                      |                | 各種ボランティア等が参画する行事や研修を積極的に実施し、自然史博物館及びび中之島美術館ではNPO団体との協働事業を実施することで連携活動の充実を図った。科学館では科学デモンストレーターによる実験ショーを170回実施し延べ9,844名が観覧したほか、大阪・関西万博会場においても6か月間にわたり38回の演示実験・ワークショップを実施し2,789名の参加を得るなど、ボランティア活動の広がりと発信力の強化を実現した。<br>また市立美術館及びび中之島美術館ではユニークベニューの推進を通じて施設貸出を積極的に実施し文化活動の促進に寄与したほか、自然史博物館では全国規模の研修会「友の会サミット2025」を開催し、多様な人材に対する学習機会の充実を実現した。 |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |
| 10  | 39. ボランティアやNPO等の各館の活動への参画の促進                                                                                                         | 3              | 各種ボランティア等が参画する行事やボランティア研修を積極的に展開した。特に自然史博物館及びび中之島美術館では、NPO団体との協働事業を実施し、連携による活動の充実を図った。<br>また科学館では、科学デモンストレーターによるエキストラ実験ショーを170回実施し、延べ9,844名が観覧した。加えて、科学デモンストレーター有志による実験ショーを大阪・関西万博会場の電力館において6か月間にわたり実施し、38回の演示実験・ワークショップを通じて2,789名の参加を得るなど、各種ボランティア活動の展開を積極的に支援した。                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |
|     | 40. 各館の活動に関するさまざまな人々との対話の機会及び場の設定                                                                                                    | 3              | 各館においては、ボランティアや委託事業者等との定例的かつ丁寧な意見交換を行い、幅広く意見を聴取し、日々の館運営に反映した。特に自然史博物館では、友の会評議員会を年5回、総会を年1回開催するとともに、メーリングリストを活用して多様な意見の収集を行うなど、多様な形で意見聴取を行った。                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |
|     | 41. さまざまな人々が自らの学習成果を活用して行う教育活動の機会の提供及びその奨励                                                                                           | 3              | 各館の特性に応じて、市民の活動や学習成果の発表の場を提供した。また、市立美術館及びび中之島美術館では、市民や民間団体等への施設貸出を積極的に行い、文化活動の促進に寄与した。<br>さらに自然史博物館では、全国の博物館友の会指導層を対象とした研修会「友の会サミット2025」を2日間にわたり開催するなど、多様な人々に学びの機会を提供した。                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                                                                                                                                                                    | 中項目                                           | 小項目                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    |          |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|----------------|
|                                                                                                                                                                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 法人自己評価の判断理由（実施状況等） | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| Ⅱ 業務運営の改善及び効率化に関する目標を達成するためとるべき措置                                                                                                                                      |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    |          |                |
| Ⅱ－① 自主的かつ自律的な組織運営                                                                                                                                                      |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    |          |                |
| 11 経営と運営の一元化による効果の発揮<br>理事長のガバナンスのもと、経営責任を負う理事会と執行責任を負う経営会議の「経営と執行」において役割分担を明確にし、理事会が法人としての意思決定を行い、経営会議が具体的な事業を実施する。<br>相互に情報共有を行うことで機構としての迅速な意思決定を行い、経営と運営の一元化の強化を図る。 |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    |          |                |
| 中項目評価                                                                                                                                                                  |                                               | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    | 3        |                |
|                                                                                                                                                                        |                                               | 総務課長会や学芸課長会、経営会議等を通じて情報共有と意思統一を徹底するとともに、グループウェアや横断的な協議会により組織連携とガバナンスの強化を図った。あわせて、人流データやアクセス解析等に基づく戦略的な広報・プロモーションと効果検証を行うとともに、民間のプレスリリース配信サービスの活用等により発信力と業務効率の向上を実現した。<br>また、PFI事業については外部有識者を含むワーキンググループ（運営検証WG）での検証と事業者との合意形成により安定的な運営スキームの構築を図った。加えて、各種システム導入やクラウドサービスの活用により事務の効率化を推進したが、一方で学芸業務の効率化については課題が残った。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    |          |                |
| 11                                                                                                                                                                     | 42. 全職員に対する博物館機構の経営理念及び活動方針等への理解の促進によるガバナンス強化 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 総務課長会及び学芸課長会において理事会・経営会議の議決内容を適宜共有するとともに、グループウェア等を活用して審議内容を周知し、法人全体の情報共有と意思統一の徹底を図った。また、事務局及び各館の管理職会議においても適時情報共有を行い、連携強化に努めた。<br>さらに事務局では、副理事長及び管理職による定期会議を通じて議案整理や6館横断課題の検討を行い、組織のガバナンス強化と円滑な組織運営の推進に寄与した。                                                                                                                                              |                    |          |                |
|                                                                                                                                                                        | 43. 中長期的な視点を備えた事業の企画及び実施                      | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 「大阪博」の開催等に向け、人流データやアクセス解析等を活用し広報・プロモーション活動を積極的に展開するとともに、その成果を全職員で共有し、6館一体となった事業推進を図った。下半期には各館の展覧会等の情報発信を強化し、次年度に向けた広報・プロモーションの準備を進めた。<br>また、5年間の改修計画に基づき施設整備・改修を計画的に実施し、館機能の維持向上を図ったほか、PFI運営状況の検証では外部有識者を含む検証ワーキンググループ（WG）の提言を踏まえ、PFI事業者との合意形成を行い安定的な運営スキームの構築に繋げた。<br>さらに、事務局主導のもと各館情報の集約や広報施策の調整を行うとともに、次年度以降の事業情報を整理し館長間で共有するなど、横断的な事業推進と組織連携の強化に努めた。 |                    |          |                |
|                                                                                                                                                                        | 44. 各館におけるノウハウや事業成果、課題等の博物館機構全体での共有           | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 経営会議、総務課長連絡会、学芸課長連絡会議等を通じて事業成果や課題を共有し、グループウェアを活用した迅速な情報共有と併せて、6館を横断して協議・意見交換会等を適宜実施することで、組織内の意思統一と課題解決を図った。また、来館者データや人流データによる来館者分析結果を月次で各館へ共有し、展覧会等のプロモーション活動の改善等に活用した。                                                                                                                                                                                  |                    |          |                |
|                                                                                                                                                                        | 45. エビデンスに基づいた戦略による事業の実施及び評価                  | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 6館の展覧会情報や過去データ、他館のオープンデータ等を収集・分析し、年度当初に広報戦略を策定するとともに、アクセス解析等に基づき時機を捉えた広報・プロモーション活動を展開し、来館者の獲得及び博物館・美術館の魅力発信を行った。また、Webサイトのアクセス解析、人流データ、来館者実績等を用いて広告・プロモーション効果を検証し、その結果に基づくターゲット設定やクリエイティブ制作を行うなど、データに基づく戦略的広報を展開した。                                                                                                                                      |                    |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                                                                                      | 中項目                       | 小項目                                      | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|                                                                                          |                           |                                          | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                    | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
|                                                                                          |                           | 46. PFI事業に係るモニタリングによる大阪中之島美術館の安定的な運営     | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 運営協議会（年2回）や部会（月1回）を定期的に開催するとともに、必要に応じて担当者会議を実施し、PFI事業者との緊密な連携を通じて館の安定的な運営を確保した。また、PFIコンセッション方式による運営状況の検証にあたっては、外部有識者を含む運営検証ワーキンググループ（WG）を設置し、課題整理と改善方策を策定の上、運営協議会においてPFI事業者と合意形成を行い、より安定的な運営スキームの構築に繋がった。さらに、四半期ごとのモニタリングに加え、来館者数や月次・日次の運営状況を把握・分析し、その結果を踏まえたPFI事業者との対話を通じて課題解決を図った。  |          |                |
|                                                                                          |                           | 47. ICTの積極的活用等による業務の効率化                  | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 各館において館蔵品データのコンテンツの増加や充実度を一定程度進めたものの、学芸分野における業務の効率化には十分に至らなかった。<br>一方で、導入済みの文書管理システムを安定的に運用するとともに、新たに年末調整システムを導入し、省資源化および省力化を大幅に推進した。また、オンライン研修の活用により移動時間・交通費の削減を図るとともに、クラウドサービスの活用による共同作業の効率化や人的ミスの低減を進め、事務処理全体の効率化に寄与した。                                                            |          |                |
|                                                                                          |                           | 48. より一層のサービス向上実現に向けた民間活力の導入、渉外及び広報機能の強化 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 各Webサイトのアクセス解析データ、人流データ、来館者実績等を分析し、広告・プロモーション活動の効果検証を行うとともに、その結果に基づくターゲット設定やクリエイティブ制作を行うなど、データに基づく戦略的広報を展開した。また、民間のプレスリリース配信サービスを積極的に活用することで、法人全体の広報活動の発信力強化と業務の効率化を図った。<br>【令和7年度実績】<br>プレスリリース配信サービス（PR TIMES）累計配信数 62件、累計PV数 113,866回（再掲）<br>【令和6年度実績】<br>累計配信数 52件、累計PV数 104,292回 |          |                |
| 12 内部統制の強化<br>業務の有効性及び効率性、財務報告の信頼性、事業活動に関わる法令等の遵守並びに資産の保全を達成するための内部統制の仕組みについて、次の通り強化を図る。 |                           |                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                |
| 中項目評価                                                                                    |                           |                                          | 法人自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3        |                |
|                                                                                          |                           |                                          | 「大阪博」の開催に向け、これまで進めてきた人流データやアクセス解析を活用した広報・プロモーションを積極的に展開し、その成果を全職員で共有することで6館一体の事業推進を図るとともに、各館の情報発信強化と次年度に向けた広報準備を着実に進めた。あわせて、施設整備は5か年計画に基づき計画的に実施し、PFI事業については外部有識者を含む検証結果を踏まえ事業者との合意形成を行い、安定的な運営スキームを構築した。さらに、事務局主導による各館の展覧会事業の情報集約等により、横断的な連携と計画的な事業推進を実現した。<br>また、民間事業者と連携し事業継続計画（BCP）を策定するとともに、BCPに関する職員研修の実施と動画アーカイブ化により継続的な学習体制を整備し、組織全体の危機対応力の向上を図った。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                |
| 12                                                                                       | 49. 内部統制の強化に向けた環境整備       | 3                                        | 全職員へのハラスメント研修や、研究者を対象とした倫理研究を実施など、コンプライアンス遵守を徹底するための、職員研修を実施した。また、国際発信をした「大阪博」Webサイトにおいては、国内外の個人情報保護法令に対応、年間を通じた監査の実施など、計画通りに実施し、内部統制の強化に向けた環境整備を行った。                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                |
|                                                                                          | 50. 事業継続計画（BCP）の策定及び継続的改善 | 3                                        | 前年度に選定した民間事業者と協働し、事務局及び各館へのヒアリングを行いながら、事業継続計画（BCP）を策定した。また、BCPに関する職員研修を実施するとともに、研修動画のアーカイブ化を行うことで、継続的な学習機会を確保し、職員の意識向上を図る体制を整備した（職員研修1回、受講人数77人、アーカイブ配信視聴110回）。                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目                                                                                                                                                                                                                                                                  | 中項目             | 小項目 | R 7 年度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                    |          |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|----------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                      |                 |     | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 法人自己評価の判断理由（実施状況等） | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| Ⅱ－② 職員の育成に向けた取組                                                                                                                                                                                                                                                      |                 |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |          |                |
| 13 職員の育成に向けた取組<br>働きやすい職場環境の充実を図るとともに、職員の能力向上や職員のモチベーション向上のため、下記の取組を実施する。職種や職階に応じた研修プログラムを策定し、実施する。インセンティブが適切に働く人事評価制度を実施する。<br>個人のモチベーション向上に寄与するような組織的なインセンティブが働く仕組み作りに取り組む。職員のキャリア形成に寄与するため、国等の他機関等との人事交流について計画を策定し、実施する。<br>定期的なジョブ・ローテーションにより、職員の多様なキャリア形成を実現する。 |                 |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |          |                |
| 13                                                                                                                                                                                                                                                                   | 51. 職員の育成に向けた取組 | 3   | 組織の最適化に向けた方針に基づき人事交流を実施するとともに、年間を通じてジョブローテーションを適宜行い、職員のキャリア形成の推進を図った。また、外部講師を招聘し各館広報担当者を対象としたSNS運用能力向上のための研修等を実施するなど、広報・プロモーション能力の向上に取り組んだ。<br>さらに、DX推進関連研修（「3Dプリンターを利用した触察モデル」（自然史博物館開催）やシンポジウム「博物館のデジタルアーカイブと学校をつなぐ」（オンライン開催）への職員参加を通じて専門性の向上を図るとともに、事例紹介等の情報共有を行った。<br>人事評価に係るインセンティブ制度については調査・検証を行い、経営会議において協議を進めたほか、他機関との調整を踏まえ令和7年度の人材受入れを実施した。一方で、職種に応じた必要な研修を適宜実施したものの、当初目標としていた各階層別研修の年1回実施には至らなかった。<br>【主な組織内研修】<br>・新規採用者研修1回 ・ハラスメント研修1回 ・科研費倫理研修2回 ・BCP研修1回 ・DX研修2回 ・Instagram研修2回 ・Xマーケティング研修1回 |                    |          |                |
| Ⅲ 財務内容の改善に関する事項                                                                                                                                                                                                                                                      |                 |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |          |                |
| 14 収入の確保<br>各館の展覧会等の来館者の増加を実現する等、収入の増加に務める。積極的に民間企業と連携し、共同事業の実施や、商品開発、デジタルコンテンツの提供等を行うことにより新たな購買者層を獲得する。<br>法人資産の利活用のスキームを構築し、収入確保を図るとともに、貸出施設の稼働率の向上を実現する。                                                                                                          |                 |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |          |                |
| 14                                                                                                                                                                                                                                                                   | 52. 収入の確保       | 3   | チケット購入促進を目的として、「大阪の宝」や各種展覧会に関するWeb広告を配信し、来館者の獲得に努めた。また、各館においては民間企業と連携し、展覧会等に関連した商品開発に資するデジタルコンテンツの提供を行ったほか、事務局では大阪商工会議所が作成するチェンバーカレンダーに各館コンテンツを提供し、館蔵品の魅力発信と来館促進に寄与した。<br>さらに、ユニークベニユーを専門とする民間事業者と協働し、市立美術館・中之島美術館ユニークベニユーを実施するとともに東洋陶磁美術館で試行実施し次年度の本格導入に目途を立てた。実施にあたっては中之島美術館の知見を活用しつつ、各種規程の整備を進めるとともに、民間事業者との意見交換を通じて過去の成功事例や専門的ノウハウの蓄積を図り、事業の質の向上に繋がった。またキャンパスメンバーズ制度についても継続的に運用を行った<br>【主な実績】ユニークベニユー件数 市立美術館：15件、中之島美術館：51件 キャンパスメンバーズ制度加盟校：7校                                                           |                    |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目 | 中項目 | 小項目         | R7年度                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|-----|-----|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|     |     |             | 法人<br>自己評価                                                                                                                                                                                                                 | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| Ⅲ   | 15  | 外部資金の獲得     | <p><b>15 外部資金の獲得</b><br/>経営会議のもとに外部資金の獲得に向けた戦略を検討するための内部組織を設置する。科学研究費補助金等の外部資金に積極的に申請するとともに、採択率の向上に向け、先行している館のノウハウを学芸連絡会議や研修会などを通じて法人内で共有し、採択率の向上を目指す。寄附金等の獲得に向けた戦略を策定し、実行する。「大阪博」の開催に向け、文化庁等の関係事業に申請するなど、外部資金の獲得を目指す。</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|     | 15  | 53. 外部資金の獲得 | 3                                                                                                                                                                                                                          | <p>外部資金の獲得に向けた戦略的な検討体制の構築に向け、国等の設置状況に関する情報収集を行うとともに協議を進めた。また、科学研究費補助金等の採択率向上を図るため、学芸連絡会議等において外部資金獲得に関する情報共有や意見交換を実施し、組織全体での取組強化を図った。</p> <p>さらに、令和7年度に実施する万博関連事業について「令和7年度日本博2.0 最高峰の文化資源の磨き上げによる満足度向上事業」に申請し採択を受けるなど（1件、採択金額22,185千円）、外部資金の積極的な獲得に取り組んだ。</p>                                                          |          |                |
|     | 16  | 経費の軽減       | <p><b>16 経費の軽減</b><br/>既に発行している紙媒体の広報誌の電子化や縮小など、事業のスクラップアンドビルドを積極的に行うとともに、各種の規定やマニュアル等の見直し、業務のＩＣＴ化を推進することにより、経費の抑制を図る。業務委託等を含めた共同調達について、有効なものから引き続き計画的に実施する。</p>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                |
|     | 16  | 54. 経費の縮減   | 3                                                                                                                                                                                                                          | <p>契約事務審査会を定期的開催し、適切な契約手法の選定を通じて経費節減に努めるとともに、契約監視委員会を開催し競争入札の拡充を図った。また、各館の展覧会・イベント情報を集約し「大阪博」Webサイトへ掲載することで情報の一元化を図った。</p> <p>さらに、「大阪の宝」の見どころ等を紹介する動画を5本制作しYouTubeで公開するとともに、動画広告としても活用することで効率的な広報活動を展開した。加えて、「大阪博」終了後のWebサイト運用方針を整理し、クローキングに向けたWebサイトの改修を行うなど、計画的な情報発信体制の整備を進めた。</p> <p>【実績】契約事務審査会：18回、契約監視委員会：2回</p> |          |                |

地方独立行政法人大阪市博物館機構 令和7事業年度の業務実績に関する中・小項目評価

| 大項目               | 中項目                                                                                                                                                                                                                                                                               | 小項目                     | R7年度       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|
|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                         | 法人<br>自己評価 | 法人自己評価の判断理由（実施状況等）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 市長<br>評価 | 大阪市評価（評価の判断理由） |
| Ⅳ その他業務運営に関する重要事項 |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                         |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                |
| Ⅳ                 | 17 S D G sの理念に基づく取組の推進<br>人材確保においては、被雇用者の多様性に配慮した雇用に努める。展覧会やその他の事業実施において、S D G sに配慮した取組を実践する。さまざまな来館者を念頭に、ジェンダーに配慮するなどユニバーサルデザイン化を推進する。博物館等の活動に関連するこどものリテラシーの向上や教員等のスキルの向上のため、各館の活動における支援メニューの充実に取り組む。学生その他の専門的な知識の習得を目指す者への支援の実施のみならず、さまざまな人々の多様な学習ニーズに応えるための支援メニューの充実に取り組む。（再掲） |                         |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                |
|                   | 17                                                                                                                                                                                                                                                                                | 55. S D G sの理念に基づく取組の推進 | 3          | 雇用条件等において被雇用者の多様性に配慮した採用を年間を通じて実施し、ダイバーシティの推進に努めた。<br>また、施設整備面では、自然史博物館において照明器具のLED化工事を実施し、総消費電力量の削減を図ったほか、歴史博物館及び科学館では令和8年度のLED化工事に向けた設計を行い、東洋陶磁美術館では令和8～9年度の受変電設備更新に向けてトッランナー変圧器を採用するなど、省エネルギー化に向けた計画的な取組を推進した。<br>さらに、教育普及分野では「教員のための博物館の日」への参画や大阪市との連携による出前講座の実施、包括連携協定に基づく大阪市教育センターとの協議を通じて教育支援メニューの充実を図ったほか、キャンパスメンバーズ制度の周知・促進により教員等の学習機会の拡充に寄与した。加えて、中之島美術館では展覧会垂れ幕を再利用した小学生参加型ワークショップ「アップサイクル・ワークショップ」を実施し、参加型学習を通じた環境意識の醸成にも取り組んだ。<br>【実績】教員のための博物館の日：2日間、キャンパスメンバーズ制度加盟校：7校、「アップサイクル・ワークショップ」：計5日開催 |          |                |
|                   | 18 来館者の安全確保<br>災害対策マニュアルを策定する。来館者の安全確保のための訓練を定期的に実施する。職員研修を通じて、職員の安全への意識啓発や災害時の知識の向上を図る。各館において、隣接する機関と緊密に連携を図り、緊急時の対応に備える。                                                                                                                                                        |                         |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                |
|                   | 18                                                                                                                                                                                                                                                                                | 56. 来館者の安全確保            | 3          | 前年度に選定した民間事業者と協働し、事務局及び各館へのヒアリングを行いながら、事業継続計画（BCP）を策定した。また、BCPに関する職員研修を実施するとともに、研修動画のアーカイブ化を行うことで、継続的な学習機会を確保し、職員の意識向上を図る体制を整備した（職員研修1回、受講人数77人、アーカイブ配信視聴110回）。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                |
|                   | 19 情報公開の推進<br>法令に定める情報のみならず業務内容に関する法人・各館情報を積極的に公開する。利用者等が情報を効果的に享受できるよう、理解しやすいホームページの運用を行う。                                                                                                                                                                                       |                         |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                |
|                   | 19                                                                                                                                                                                                                                                                                | 57. 情報公開の推進             | 3          | 各館及び法人Webサイトにおいて入札・採用情報を適宜掲載するとともに、中期計画・年度計画、評価結果、年報、諸規程、議事録等の法人情報を積極的に公開し、条例に基づく情報公開請求にも適切に対応した。<br>また、WebサイトやSNS等を活用し法人及び各館の情報発信を継続的に行ったほか、「大阪博」に関する情報発信や各作品の展示場所・展示期間の集約を行い、専用サイトにおいて分かりやすい情報提供を実現したほか、利用者の利便性向上を図るためWebサイトの運用改善に取り組み、「大阪博」Webサイトとの次年度以降の統合に向けた方針を決定するなど、情報発信機能の強化に努めた。                                                                                                                                                                                                                    |          |                |