

令和 7 年度モニタリングシート

【施設名等】

施設名	大洲城	位置	大洲市大洲 903 番地
指定管理者名	一般社団法人 キタ・マネジメント	所管課	商工観光課

【施設の概要】

設置年月日	平成 16 年 9 月 1 日	構造	天守:木造4階建 台所櫓:木造2階建 高欄櫓:木造2階建
設置目的	大洲市のランドマークとして、木造天守を平成 16 年に復元。天守と連結する国指定重要文化財である台所櫓及び高欄櫓とともに、文化財として保存伝承しながら、大洲市の観光資源としての活用を図る。		
施設機能	大洲城天守、台所櫓、高欄櫓、多聞櫓、北多聞櫓、西多聞櫓 その他施設(本丸敷地、御門番長屋、園路)		
利用料金等	大洲城普通観覧料:大人 550 円、小人 220 円 2施設共通観覧料(大洲城・臥龍山荘):大人 880 円、小人 330 円 3施設共通観覧料(大洲城・臥龍山荘・盤泉荘):大人 1,100 円、小人 440 円		
開館・閉館	開館:午前 9:00 閉館:午後 5:00(札止:午後 4:30)		
指定管理 業務内容	(1)施設の管理運営に関すること (2)誘致及び施設の利用促進に関すること (3)施設の利用許可に関すること (4)観覧料、使用料等の収受に関すること (5)情報発信事業に関すること (6)利用者の安全の確保に関すること (7)個人情報保護に関すること (8)業務報告に関すること (9)管理運営のための体制の整備に関すること (10)施設賠償責任保険に加入すること (11)施設及び設備並びに備品の維持管理に関すること		
施設管理体制	平日 2~3 名 土日祝 3 名体制 その他、キャスルスステイ実施日、またツアー状況によって人数の増員を行う。		

【施設利用者数】

	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月
R7 年度	5,530 人	5,984 人	3,217 人	3,306 人	4,969 人	3,769 人
R6 年度	4,466 人	4,874 人	2,616 人	3,335 人	3,976 人	3,924 人
前年度比較	1,064 人	1,110 人	601 人	▲29 人	993 人	▲155 人
昨対比	123.8%	122.8%	123.0%	99.1%	125.0%	96.0%

10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	計
5,240 人	6,329 人	4,621 人	3,420 人	3,913 人	7,417 人	57,715 人
4,493 人	5,566 人	4,017 人	3,415 人	3,055 人	6,319 人	50,056 人
747 人	763 人	604 人	5 人	858 人	1,098 人	7,659 人
116.6%	113.7%	115.0%	100.1%	128.1%	117.4%	115.3%

【指定管理者としての収入・支出(決算)】

単位:円(税抜)

収入内訳	収入金額	支出内訳	支出金額
指定管理受託料収入	7,230,000	仕入高	4,121,275
大洲城入館料収入	24,580,675	人件費	15,393,535
大洲城物販売上	8,852,804	水道光熱費	945,094
施設使用料収入	19,056	通信費	123,889
その他収入	198,179	消耗品費	1,239,288
		修繕費	669,346
		その他経費	3,687,089
		減価償却費	969,853
合 計	40,880,714	合 計	27,149,369

【サービス向上に向けた取り組み】

R6 年度	・11 月 3 日大洲まつり協賛大洲市民限定入場料無料 ・「JR町並散策パスポート」「JAL麗らか四国」「しこくるり」「えひめ東予・南予満喫キャンペーン」特典に参画し、入場料の割引設定 ・愛媛県の行うチェジュ航空ご利用客への割引券配布に参画による入場料半額設定(愛媛県半額負担) ・熱中症対策として、夏には大洲城入口にスポットクーラーを設置。 ・接客マナー研修によるおもてなし力の向上 ・サステナブル研修による SDGs への意識向上 ・施設の美化及び修繕 ・新商品入荷と定期的な商品補充による販売商品の充実
R7 年度	・9 月 1 日大洲城一般公開記念日市民限定無料開放 ・11 月 3 日大洲まつり協賛大洲市民限定入場料無料 ・1 月 10 日二十歳のつどい、キャッスルセレモニー開催 ・3 月 28 日大洲城 夜桜マルシェ夜間無料開放 ・「JR町並散策パスポート」「JAL麗らか四国」「しこくるり」特典に参画し、入場料の割引設定 ・愛媛県の行うチェジュ航空ご利用客への割引券配布に参画による入場料半額設定(愛媛県・キタマネ半額ずつ負担) ・熱中症対策として、夏には大洲城入口にスポットクーラーを設置。北多聞櫓、西多聞櫓の板戸開放 ・接客マナー研修によるおもてなし力の向上 ・施設の美化及び修繕 ・新商品入荷と定期的な商品補充による販売商品の充実

【利用者から要望と対応状況】

利用者からの苦情・要望等	利用者からの苦情・要望への対応
① 城内のいくつか暗いところがあり、字がみえにくい	① 現在、天守1階には行燈2個を常時点灯させている。雨風の強い日は、透明の亚克力板を入れて対策しているが、亚克力窓は天守の窓の数すべてにないので、戸を閉め切る必要もあり、暗くなってしまう場合もある。窓の大きい天守1階だけでも窓全てに透明の亚克力窓設置を希望する。

② キャッスルステイの PV は英語表記があるほうがより。	② インバウンド増加の中、キャッスルステイの魅力をお伝えしている PV は日本語でのお伝えだけなので、英語での字幕表記が必要と感じる。日本語解説に英語表記をつける形など改善を進めたい。
-------------------------------	--

【指定管理者の自己検証】

【入場者数】

令和 7 年度の施設利用者数は年間 57,715 人(国内 44,529 名、インバウンド 13,186 名)対前年比 115%(7,659 名増)となった。増加人数 7,659 名の内訳は、国内 3,530 名増加、インバウンド 4,129 名増加となりインバウンドの増加率が高い。中でも、韓国 8,093 名(1,996 名増加)台湾 2,208 名(1,090 名増加)オーストラリア 373 名(244 名増加)は団体入場もあり増加率が高い。

昨年より入場者数が減少している月について、7 月はかなりの猛暑により平日のお客様数が減少した。9 月は令和 6 年 9 月 1 日(日)が大洲城復元 20 周年記念の日となり、特別無料開放を行い、いつもの日曜日より 100 名ほど増加となったため、令和 7 年は減少した。

昨年より 1,000 名以上増加の月は 4 月 5 月 3 月であるが、インバウンドのお客様が 4 月 627 名増、5 月 696 名増、3 月 400 名増と入場者増加の大きな要因となっている。また、令和 6 年度から始めた 3 月の桜マルシェの入場者は 694 名(夜間無料開放)令和 6 年度から 215 名の増加となった。

【売上】

チケット売上は入場者数の増加に伴い、売上増となっている。普通券と 2 施設 3 施設共通券の販売割合は約 8 対 2 で令和 6 年度から大きく変わっていない。共通券の販売伸び率は 2 施設共通券が昨対比 114%に比べ、3 施設共通券が昨対比 125%と伸び率が高い。

グッズ売上は、季節限定御城印として富士山が見ごろの GW 限定のつつじ御城印や、うかい開催時期に合わせてうかい御城印など 2 種を新たにに加え、年間で合計 6 種の期間限定を含む御城印を販売した。期間限定御城印は、販売初日に大阪からお越しいただく常連のお客様や複数枚購入のお客様もあり、ご城印の人気の高さを感じる。また、今年度は新商品の販売も多く、ERIMAKI の商品は、かわいらしいデザインが女性に人気で、ステッカーやポストカードなど手ごろな値段のものが多く売れた。また、大洲城オリジナル商品を入荷している京都の佐々木商店は、年に 1 度、担当者が大洲城にお越しになり、新商品の紹介などを受け、今年度も新たに作成した商品が人気となっている。(3D クリスタル、ダイカットパネルマグネットなど)

他業者からの新商品は積極的に入荷して、売れ筋商品を見極めていきたい。

【地域貢献】

毎日の業務で、城内城外の清掃活動や点検、修繕を行い、大洲市の貴重な文化財である大洲城の維持管理を日々行っている。

今年度から、大洲城復元記念日として、9 月 1 日を大洲市民限定無料開放日とした。今年度は 9 名の入場であったが、市民の皆様のご協力により、大洲城復元、一般公開となった記念日として大洲市民の皆様に定着していくよう、毎年無料開放を行い、市民の皆様に気軽に訪れていただく機会としていく。また 11 月 3 日大洲まつり協賛大洲市民限定無料開放も引きつづき行っていく。

1 月 10 日、「キャッスルセレモニー」としてキャッスルステイで行っている「入城セレモニー」を行い、令和 7 年度に二十歳を迎える 4 名をお祝いするとともに、地元への愛着や観光への興味をもつていただく、また将来大洲へ U ターンするなど未来の大洲へ関わるきっかけ作りを目指した。当日は「入城セレモニー」は観覧無料として、見学者の皆様にも大洲城キャッスルステイへの理解を深めていただく機会とした。

3 月 28 日には夜桜マルシェを行った。二の丸のマルシェも早々に完売のお店が続き、第 2 回目の今回も好評であった。大洲城は夜間無料開放であったが、グッズ売上は夜間 3 時間の売上額が日中に匹敵するほどの売上額となった。9 月にグッズ売場改装を行い、お客様の天守への動線にあった売り場を移動してゆっくりと商品を見ることができるようになったこと、照明を増やし、夜間でもグッズ売場が明るくなったことも売上増の要因と考える。

今回は兜体験やフォトラリーの企画は 1 名 100 円の有料とした。兜体験は、甲冑を着用したスタッフが担当して、甲冑武士と一緒に写真撮影も行い 55 名の体験があった。ほかにも甲冑武士の無料城内案内や、大洲藩鉄砲隊の演武など、たくさんの方に様々な企画を楽しんでいただいた。

今年度も、市内小中学生の遠足や総合的学習、職場体験の受入を行い、城内見学や仕事の体験を通して大洲城について理解を深めてもらい、大洲の宝として未来へ繋いでいく気持ちを育む手助けを行っていく。

JR 四国の観光列車「伊予灘ものがたり」へお客様と一緒に大洲城からの旗ふりも、引き続き行っている。地域の方が散歩のついでに旗振りに参加していただくなど、気軽に参加できるイベントとして定着している。

7月28日世界肝炎デー、11月14日世界糖尿病デーでは、愛媛大学附属病院様、市立大洲病院様の大洲城ブルーライトアップ、9月5日、6日には愛媛県立中央病院様の小児がん啓発大洲城ゴールドライトアップを行った。大洲市民が予防啓発活動を知ってもらい理解を深めていただくきっかけになるよう、それぞれの活動のテーマカラーでライトアップを行った。

【施設所管課の検証・評価】

城内、城外清掃について実施場所・日付を地図に記載され、誰が見ても分かるよう業務の効率化が図られている。

物販で人気の高い御城印は、季節限定商品を工夫して販売するなど売上につながっている。他の商品についてもブラッシュアップを図り、売上につなげていただきたい。

キャッスルスティの話題性もあり、ツアーや観光列車「伊予灘ものがたり」にご乗車の方も大洲城へお越しいただく機会が増え、インバウンドの増加もあり、入城者数も増え続けており、引き続き、新規自主事業の創出やSNS等を活用しての情報発信を行い、誘客促進や満足度向上につながる取り組みを実施していただきたい。