

年 度 評 価 シ ー ト

課名 歴史文化課

施設の名称 駿府城公園東御門・巽櫓、坤櫓、日本庭園 及び茶室（紅葉山庭園）		指定管理者名 駿府城公園ランドマーク共同事業体											
1 履行状況													
(1) 目標達成 利用者数													
令和7年度	目標値	実績値	達成率	前年度値	前年度比								
総入場者数	135,000人	142,752人	105.74%	130,849人	109.09%								
東御門・巽櫓	52,000人	54,794人	105.37%	49,032人	111.75%								
坤櫓	31,000人	32,306人	104.12%	30,538人	105.78%								
紅葉山庭園	52,000人	55,652人	107.02%	51,279人	108.52%								
茶室利用回数	1,418回	953回	67.2%	639回	149.13%								
※茶室の利用回数に小間は除く。													
(2) 施設利用状況 令和7年度月別茶室利用回数				(単位：回)									
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
広間	81	106	69	65	54	85	98	110	83	57	73	72	953
小間	8	16	10	10	2	12	16	7	3	8	5	2	99
計	89	122	79	75	56	97	114	117	86	65	78	74	1,052
(3) 人員配置状況 正規職員2人、嘱託職員2人、パート20人													
(4) 業務実施状況 静岡市都市公園条例に規定する各種事業について、業務仕様書及び事業計画書に従って実施されている。 主な事業と参加者数は以下のとおり。													
<仕様書指定のソフト事業>													
ア 駿府城公園や静岡の歴史を体験、学習することを目的とした事業													
(ア) 駿府城あるある探検隊（今川氏編～臨済寺へ行く～）													
実施日：5月14日 募集 30名、応募総数 62名、参加者 41名													
(イ) 駿府城あるある探検隊（十返舎一九ゆかりの地を巡る）													
実施日：11月22日 募集 30名、応募総数 42名、参加者 38名													

(ウ) 寺子屋駿府城「駿府歴史夜話」

実施日：7月20日 募集 25 名、応募総数 30 名、参加者 20 名

(エ) 寺子屋駿府城「子供のための楽しく学ぶ歴史」

実施日：8月6日～8月11日 参加者計 72 名

(オ) 寺子屋駿府城（大人のための楽しく学ぶ歴史）「最後の将軍徳川慶喜から家達へ」

実施日：2月28日 募集 30 名、応募総数 30 名、参加者 24 名

イ 伝統文化の体験・継承を目的とした事業

(ア) 畳作り体験

実施日：12月13日 募集 25 名、応募総数 15 名、参加者 11 名

(イ) 茶室で楽しむ落語会

実施日：3月1日 募集 100 名、応募総数 108 名、参加者 89 名

(ウ) 鬼瓦を作ってみよう

実施日：7月30日 募集 40 名、応募総数 23 名、参加者 21 名

(エ) 左官体験「砂絵制作と漆喰塗りをやってみよう！」

実施日：2月22日 募集 30 名、応募総数 20 名、参加者 19 名

(オ) お神酒口作り体験

実施日：12月14日 募集 25 名、応募総数 23 名、参加者 16 名

(7 枚コース 11 名、13 枚コース 5 名)

ウ 駿府城公園内若しくは周辺エリアで行われる事業または周辺施設と連携した事業

(ア) 共通入場券「駿府城御縁手形」の発行

販売開始日：12月20日～（お城 EXPO 及び歴史博物館）

販売数：駿府城公園 62 枚、歴史博物館 31 枚、葵舟 3 枚 計 96 枚

(イ) 駿府ホリノテラスとの連携「着物でファッションショー」

実施日：2月15日 募集 20 名、応募総数 40 名、参加者 18 名

(ウ) 駿府ホリノテラスとの連携「スタンプラリー」

静岡市葵区の御伝鷹・駿府町エリアを対象としたスタンプラリー事業に参画し、回遊性の向上、地域活性化に寄与した。

(エ) 歴史博物館との連携

当施設主催の歴史講座に博物館学芸員を講師として招き、専門性を活かした共同事業に取り組んだ。（寺子屋駿府城2日 歴史カフェ2日）

(オ) 葵舟との連携

3施設の見学と駿府城外堀をめぐる「葵舟」への乗船を組み合わせ、来場者に対し陸と水上の両面から駿府城の魅力を体感してもらうルートで、地域全体の回遊性と観光価値の向上を目指す取り組みを展開した。

エ 対外的に施設 PR を行い、新規顧客獲得につなげることを目的とした事業

(ア) 戦国甲冑隊参上

大道芸ワールドカップの開催日に合わせた11月2日に実施し、県内外からの来園者に対し施設PRを行った。

(イ) お城 EXPO2025への参加

城郭文化の振興とお城好きの方々との交流を目的に開催されている日本最大級のお城の祭典に参加し、全国に駿府城の魅力を発信した。

開催日：12月20日～21日 入場者数23,017名

(ウ) 紅葉山庭園ホテルプロジェクト

紅葉山庭園の認知度向上及び夜間活用の推進を目的として、3年ぶりとなるホテル観賞会を開催した。

開催日：5月30日～6月1日

募集900名、応募総数2,140名、参加者数926名

<自主事業>

ア 商店街との連携事業

周辺の商店街マップの作成や、商店街が提供する認定商品の販売促進、ならびに イベントや店舗情報を掲載したチラシの配布などを通じて、施設利用者と地域商店街をつなぐ導線づくりに取り組んだ。

また、「第34回2025駿府秋のわくわく祭」に参加し、市内の商店街や大型店とともに、地域経済活性化に寄与した。

イ 物品販売事業

(ア) 立礼席におけるお茶等の販売

呈茶サービスの実施、お土産としての静岡茶や関連商品の販売

(イ) 東御門・巽櫓物販所でのお土産品の販売

御城印及び駿府城オリジナルグッズの販売

(ウ) 伝統工芸品の販売

地元の職人が作製した伝統工芸品等の販売

ウ 歴史カフェ（1期3回、3期開催）

第1期 実施日：5月30日、6月27日、7月25日

募集20名、応募総数30名、参加者24名

第2期 実施日：9月26日、10月31日、11月21日

募集21名、応募総数30名、参加者27名

第3期 実施日：1月30日、2月27日、3月13日

募集32名、応募総数55名、参加者32名

エ 絵手紙教室（1期3回、3期開催）

第1期 実施日：5月15日、6月19日、7月17日

募集16名、応募総数16名、参加者16名

第2期 実施日：9月18日、10月16日、11月20日

募集16名、応募総数10名、参加者10名

第3期 実施日：1月15日、2月19日、3月19日

募集16名、応募総数12名、参加者12名

オ 戦国武者の甲冑を作ってみよう

実施日：10月18日 募集20名、応募総数16名、参加者15名

カ 紅葉山庭園コンサート

実施日：1月17日 募集35名、応募総数93名、参加者37名

キ 点茶体験及び月釜

点茶体験実施日：4月20日、7月13日、8月17日、1月18日、2月15日
計65名

月釜実施日：5月18日、6月15日、7月20日、9月28日、11月16日

計 214 名

ク 茶室の利用回数を促進する事業

(ア) 季節のランチ会

実施日：6月7日、6月8日、12月12日、12月13日、1月11日、
3月27日、3月28日 計201名

(イ) 静岡茶商工業協同組合との連携

静岡茶商工業協同組合と連携し、茶室において「静岡伝統芸能鑑賞会」を開催した。昼の部・夜の部の2部構成により、2日間連続で実施した。

(ウ) 清水テルサでの茶室 PR による相乗効果

清水テルサの茶室利用者を対象に、紅葉山庭園の茶室（静月庵）のPRを実施した。

(エ) 駿府城公園ロケーション撮影プラン（通年実施）

株式会社スタジオコイズミの協力のもと、ブライダルや七五三、成人式など、様々な目的に応じたロケーション撮影プランを通年で実施した。

（計13件）

(オ) 茶室で心を整える瞑想ヨガ

実施日：7月13日 募集 12 名、応募総数 10 名、参加者 8 名

(カ) 静岡市事業への協力

清水港に寄港したクルーズ船のインバウンドツアー客の受入。

臨時開館：4月14日、10月27日、2月16日、3月16日 計628名

(キ) 大型客船旅行者向け観光ツアーの開発について

点茶体験 26 名、茶席体験 8 名 計 34 名

(ク) 書道セラピー講座

実施日：1月8日、2月15日、3月12日

募集 16 名、応募総数 8 名、参加者 8 名

(ケ) 苔玉づくり教室

実施日：10月25日 募集 32 名、応募総数 17 名、参加者 16 名

(コ) 発酵食講座

実施日：2月7日 募集 40 名、応募総数 65 名、参加者 40 名

ケ その他

(ア) 駿府城公園周辺エリア活性化連絡会への参画

(イ) ハッピーライド in 静岡プロジェクトへの参画

【検証・分析等】

今年度は、市外の城郭施設との連携を積極的に推進した「家康公ゆかりの四城コラボ御城印」において、各城郭との調整、デザイン制作、販売管理、広報連携までを一体的に行った。3,000枚を超える販売実績があることから、効果的な誘客施策だったと評価できる。

また、総入場者数は、各施設において目標及び前年度を上回る成果が得られた。茶室利用回数については、目標値を下回る結果となったが、前年度比の約1.5倍となっており、新たに静岡茶商工業協同組合と連携した事業等を開催した結果、回数は大幅に増えており、良好な運営がなされていた。

事業面では、積極的な自主事業が行われ、紅葉山庭園において「ホテル観賞会」を3

年ぶりに開催し、約2,000名の応募をいただくなど大きな反響があった。会場内の安全確保及び混雑緩和の観点から、抽選により全日間で計900名の入場としたが、来場者からは大変好評をいただくなど、開催目的である紅葉山庭園の認知度向上及び夜間活用の推進に大きく寄与した。

一方で、応募者が定員に達しない事業も一部あることから、広報の工夫や事業内容のブラッシュアップを通じて、今後の参加者の獲得に努めてほしい。

【確認結果】

○：協定書等の内容が適正に履行されている。

2 市民（利用者）からの意見・要望の内容とその対応状況の評価（クレーム対応 等）

（具体的な意見・要望の内容と対応状況）

意見①：足が冷たいのでスリッパが欲しい。

対応①：冬季期間中に城内へスリッパを設置した。これにより足元の冷えの軽減が図られ、見学環境の改善につながった。

意見②：紙のパンフレットだけでなくスマートフォンでも見られるようにしてほしい。

対応②：総合ガイドの電子化を実施した。日本語版に加え英語版についても電子データ化を行い、QRコードを通じてスマートフォン等から閲覧できるように改善した。

【検証・分析等】

子どもから高齢者まで幅広い年齢層が利用する施設であるため、意見・要望も様々であるが、利用者からの意見・要望に対しては概ね適切な対応がとられており、各施設で実施している利用者アンケート結果からも施設職員の良好な対応状況がうかがえる。また、即時に対応が困難である施設の改善などの要望に対しても担当課や関係団体等と協議するなど適切な回答が利用者に届くよう誠実かつ柔軟な対応がなされており、良好な状況である。

具体的な対応としては、冬場のスリッパ設置を行っており、文化財施設としての景観や保存に配慮しつつ、来園者満足度の向上を図る実務的な改善事例と評価できる。

また、総合ガイドの電子化においては、パンフレットの設置場所に依存せず案内情報を確認できるようになり、外国人来園者を含めた利便性の向上につながった。

本対応は、来園者からの要望を踏まえたサービス向上の取組であるとともに、デジタル化による利便性向上と管理運営の効率化の両立を図った点において評価できる。

3 市民（利用者）へのアンケートや満足度調査の状況評価

(1) 利用者満足度調査

利用者満足度を調査するため、各施設の出口付近等に記載台を設置し、入場者を対象に任意回答にてアンケート調査を実施した。

【調査結果】

3施設合計回答者総数：1,281人（前年度：361人）

総合的な満足度 86.3%（前年度97.0%）

※「満足」「やや満足」と回答者した人数：1,085人 / 1,257人（無回答24人）

ア スタッフの接客	90.6%（前年度99.1%）1,141人/1,259人
イ 施設の展示内容	90.3%（前年度97.0%）1,142人/1,264人
ウ 施設の状態（清掃・整理）	91.4%（前年度97.6%）1,155人/1,263人
エ お土産の充実度	83.6%（前年度92.9%）1,031人/1,233人

【検証・分析等】

今年度から施設利用者に対するアンケートにおいて、QRコードを活用した回答方式の導入や、回答者へのノベルティカレンダーを配布したことで、回答数が大幅に増加したことは評価するとともに、スタッフの接客、施設の状態の満足度は90%を超えていることから、適切な運営がなされている。

3施設の総合的な満足度は、86.3%であり、昨年度に比べ、10.7ポイント減り、90%を割ってしまっているが、自由記述では感謝の意見を記載されている方が、評価で不満となっているアンケートが多数あり、WEB回答における評価スケール（満足＝1、不満＝4）の誤認による影響が一定程度あるものと考えられる。また、料金設定やお土産の充実度、駿府城公園全体への満足度が影響していることも考えられる。県外からの利用者也増えるなかで、観光客アンケート結果を分析するなどニーズの把握を行い、利用者の総合的な満足度を向上させるための取り組みを期待したい。

【確認結果】

○：調査の結果が概ね良好である。

(2) 市民アンケート

施設認知度や利用者ニーズ等を調査するため、市内で開催された2つの外部イベントにて一般市民を対象としたアンケート調査を実施した。

※実施日：10月18日 スルガフェス2025 （実施場所：駿河区）

12月13日 しみずワクワクまつり2025 （実施場所：清水区）

【調査結果】

回答者総数：221人

ア 東御門・巽櫓、坤櫓、紅葉山庭園認知度	41.2%（前年度48.5%）
イ 回答者の居住地	
（葵区：17.6% 駿河区：42.5% 清水区：27.1% その他：12.7%）	

【検証・分析等】

不特定多数の市民が参加するイベントで施設の認知度アンケートを実施することは、今後の広報活動の強化に資する取り組みであるとともに、市民に施設や実施事業を紹介する機会ともなり、新規顧客やリピーターを増やす取り組みとして重要である

と評価できる。

今回のアンケートでは駿河区民の回答が多く、葵区にある当該施設の認知度がもともと低かったことが、前年度より認知度の数値が低くなった要因の一つと考えられる。このため、広域はもちろんのこと市民に対しても、引き続き認知度向上を図るべく広報活動の推進が望まれる。

【確認結果】

○：調査の結果が概ね良好である。

4 指定管理者の経理状況の評価

【収支状況】

指定管理業務についての収支状況については、適正に執行されている。

【検証・分析等】

概ね予算通りの収入を確保し、事業を順調に運営している。例年と比較し、事業費が上昇しているが、これは広域的な文化発信と誘客促進における記念符や限定御城印販売、呈茶サービスなどが好評であり、仕入れ数の増加（商品費）が主な要因であり、事業における収益は確保できている。しかし、茶室の利用拡大や観光客増加に伴う人員体制の見直し、大幅な賃金改定に伴う人件費の上昇、一般管理費（退職引当金など）の上昇が主な要因として、収支差額はマイナスとなっている。

しかしながら、公益財団法人としての使命を踏まえ、収益事業の利益を公益事業に適切に充当し、市からの追加負担を発生させず安定的な運営を維持していることは、財務管理の適切さを示している。さらに、公益財団法人として、収益事業の利益を公益事業に繰り入れることで、柔軟かつ迅速なサービス提供を実現し、市民ニーズに応じた事業展開を行っている点は、市民サービスの質的向上にも寄与しており評価できる。今後も利用促進と経費の効率化に積極的に取り組み、収支の健全化と市民満足度向上を継続して図る姿勢は、持続可能な運営に向けた意欲を示している。今後も利用者の増加や経費削減に努めるなど、収支改善のための努力に期待したい。

【確認結果】

○：安定的な施設運営を行っており、また今後も継続できる見込みである。

5 総括的な評価（課題事項・指摘事項及びそれらの改善状況 など）

前年度事務事故発生の有無	無
前年度モニタリング調査における改善協議事項の有無	無

【検証・分析等】

施設維持管理においては、日常点検や職員による修繕を通じて安全・安心な環境を維持しつつ、経費削減と設備の延命化に努めている。管理運営は事業計画に沿って良

好に実施され、利用者の意見にも迅速・丁寧に対応している。

事業実施については、仕様書に定められたソフト事業を指定回数以上実施するなど、積極的かつ前向きな姿勢が見られ、評価に値する。特に、利用者に配慮した創意工夫が随所に見られ、各事業の満足度も全体的に高いものとなっている。

来館者促進の面では、市外の城郭との連携により、広域的な文化発信と誘客促進に取り組んでいる。特に、掛川城と田中城と連携した「茶の薫る三城コラボ御城印」や、岡崎城、浜松城、田中城と連携した「家康公ゆかりの四城コラボ御城印」を実施し、限定御城印を販売しただけでなく、すべての御城印を集めた来園者に家康公の武将印を進呈する企画としたことで、各城郭をめぐる回遊性を持たせたことは、非常に効果的な誘客施策であると評価できる。

これらの一連の取り組みは、単なる来館者数の増加にとどまらず、地域とのつながりや施設の存在価値を高めるものとして、今後のさらなる展開を期待する。

【評価結果】

○：良好な管理運営であった。