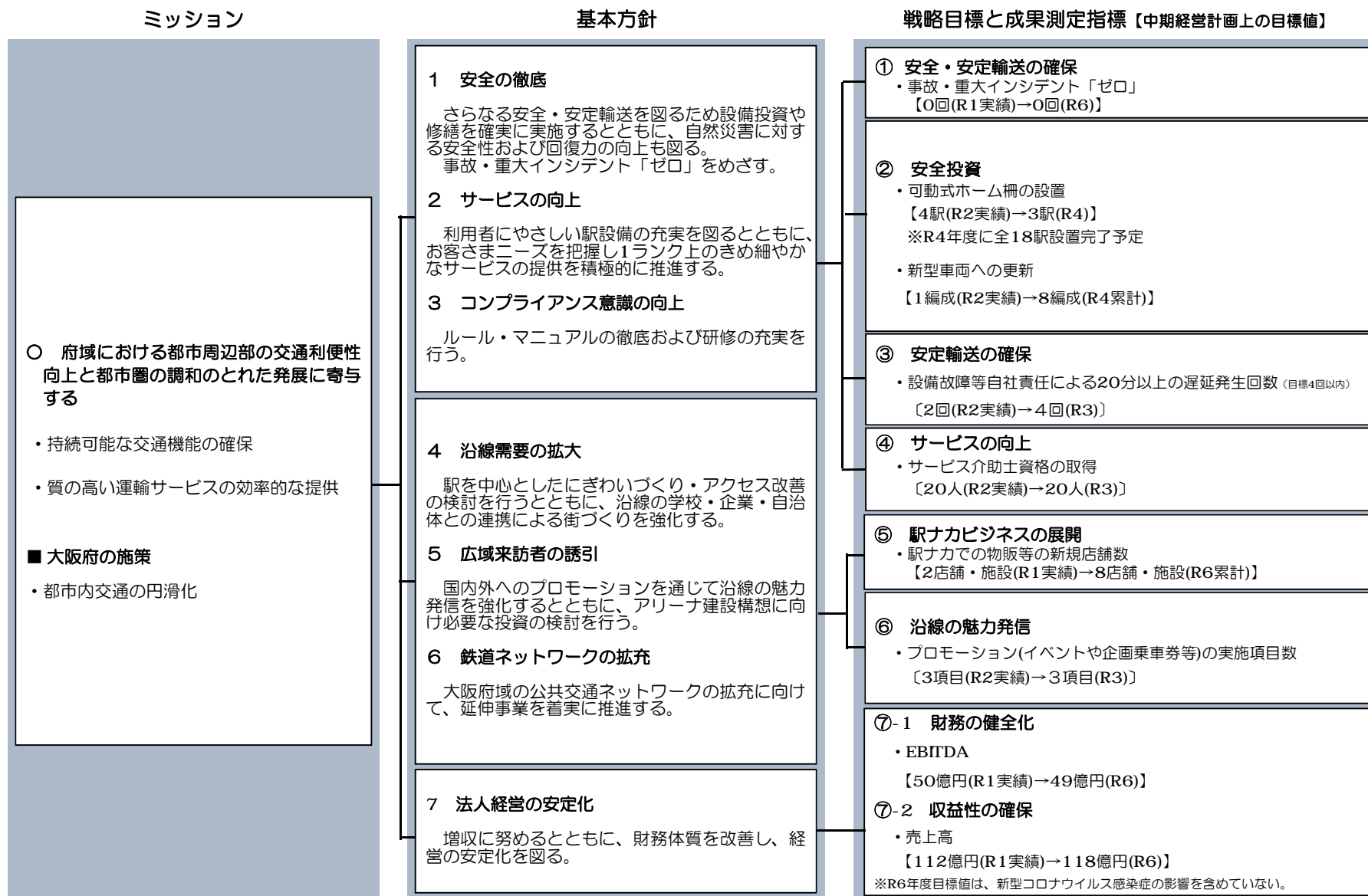


法人名	大阪モルレル株式会社
作成（所管課）	都市整備部交通戦略室鉄道推進課

○ 経営目標設定の考え方



○ 令和2年度の経営目標達成状況及び令和3年度目標設定表

I. 最重要目標(成果測定指標)												
戦略目標	成果測定指標	新規	単位	ウエイト (R2)	R1実績値	R2		R3目標値	ウエイト (R3)	中期経営計画 (R2～R6)		R3目標設定の考え方 (数値の根拠) ※累積数値による目標設定の場合は、その理由も記載
						目標値	実績値 【見込値】			R3目標値	最終年度 目標値	
① 安全・安定輸送の確保	事故・重大インシデント「ゼロ」		件	30	(0)	0	0	0	30	0	0	<ul style="list-style-type: none"> 鉄道事業者は安全・安定輸送が最大の使命である。 安全投資や維持修繕を確実に実施することにより、安全・安定輸送を確保する。 常に安全教育・訓練を実施し人材育成を行うことにより、安全マネジメント体制を強化する。
法人経営者の考え方(取組姿勢・決意)											具体的活動事項	
最重要とする理由、 経営上の位置付け	大阪モノレールは、「安全な鉄道」として、お客さまから信頼される公共交通機関を目指すことが使命であることから、事故・重大インシデント「ゼロ」を最重要目標とした。										<p><R3年度の主な活動事項></p> <ol style="list-style-type: none"> 主な安全投資 <ul style="list-style-type: none"> 可動式ホーム柵の設置 設置予定の全18駅のうち、R3年度に3駅設置 (R4年度完了予定) 新型車両への更新 更新予定の全8編成のうち、R3年度に2編成更新 万博公園変電所の更新 R4年度完了予定 万博記念公園駅分岐器制御盤の更新 R4年度完了予定 南茨木駅分岐橋制震化対策調査 R3年度完了予定 実践的な安全教育・訓練 <ul style="list-style-type: none"> ヒヤリ・ハット活動の充実 過去のトラブル事例や他社事例に基づく教育・訓練の充実 運転シミュレータ・分岐器模型等を使用した実践的な事故防止教育・訓練 OJTによる次世代の人材育成および技術伝承 協力会社と連携した事故防止検討会 	
最重要目標達成のための 組織の課題、改善点	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響により、中期経営計画よりR3年度売上高目標が減少した。 売上高目標 中期経営計画 116億円 → R3年度計画 86億円(▲30億円) これにより、R3年度投資計画目標も見直したが、事故・重大インシデント「ゼロ」は必達となる。 投資計画目標 中期経営計画 68億円 → R3年度計画 37億円(▲31億円) 次世代を担う若年層の育成と技術伝承。 											
活動方針	<ol style="list-style-type: none"> 優先順位を踏まえた安全投資の実施 <ol style="list-style-type: none"> ホーム転落事故防止対策 施設、車両の新設・更新・改良 地震対策 実践的な安全教育・訓練 <ol style="list-style-type: none"> 事故・トラブルを想定して行動する意識の向上 若手社員の技術習得、世代間での技術伝承 協力会社との連携強化 											

II. 設立目的と事業内容の適合性(事業効果、業績、CS)

戦略目標	成果測定指標	新規	単位	ウエイト (R2)	R1実績値	目標値		R3目標値	ウエイト (R3)	中期経営計画 (R2~R6)		R3目標設定の考え方 (数値の根拠) ※累積数値による目標設定の場合は、その理由も記載	戦略目標達成のための活動事項
						R2	実績値 [見込値]			R3目標値	最終年度 目標値		
② 安全投資	可動式ホーム柵の設置		駅	5	-	4	4	↓3	5	3	累計10 (R4目標値)	・ホームからの転落防止やお客さまニーズの高い可動式ホーム柵は、駅ホームの安全性を向上させることから安全投資の指標とする。 ・設置数は中期経営計画どおり3駅とする。	・全18駅のうち、12駅設置済みであり、R3年度は泉原阪大前駅、阪大病院前駅、摂津駅の3駅に設置する。 (R4年度に全駅設置予定)
	新型車両への更新		編成	5	-	1	1	2	5	3	累計8	・新型車両への更新は、車両故障のリスク軽減が図れることから安全投資の指標とする。 ・加えて、お客さまサービスの向上やメンテナンスの省力化を実現した新型車両への更新は、車両の快適性の面でお客さまニーズも高い。 ・R3年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、中期経営計画における見込値より売上高が減少することから、安全対策を十分しつつ同計画期間内で平準化するなど投資時期を見直す。 ・R3年度は2編成とする。	・更新予定の全8編成のうち、1編成更新済みであり、R3年度は2編成を更新する。
③ 安定輸送の確保	設備故障等自社責任による20分以上の遅延発生回数		回	10	7	4	2	↓4	10	-	-	・設備故障等自社責任による遅延発生回数が少ないことは安定輸送の確保につながることから、遅延回数を指標とする。 ・20分以上は、国への報告義務の30分以上より厳しい目標値としたためである。 ・直近3年の平均値4回をR3年度の目標値とした。	・I. 最重要目標の活動事項の未然防止策に加えて、事後対応力の強化のため教育訓練を実施する。 ・大阪府・消防・警察と連携した非常時合同訓練 ・情報伝達(発信)訓練 ・輸送障害により不通区間が発生した場合の折り返し運転訓練
④ サービスの向上	サービス介助士資格の取得		人	10	-	20	20	20	10	-	-	・多様化する利用者への対応力を強化し、ワンランク上のサービスを提供するために中期経営計画期間内(R2~R6年度)に駅係員全員のサービス介助士資格の取得をめざす。 ・R3年度も勤務調整で年間取得可能な最大20名の取得を目指す。	・R2年度と同様に、R3年度も20名の資格取得をめざす。 <参考> サービス介助士とは、「公益財団法人 日本ケアフィット共育機構」が主催し、高齢の人や障害がある人を手伝うときの「おもてなしの心」と「介助技術」を学ぶ民間資格である。
⑤ 駅ナカビジネスの展開	駅ナカでの物販等の新規展開店舗数		店舗	5	2	1	3	↓1	5	2	累計8	・R2年度は、コロナ禍においても、テイクアウト需要の増加により目標を上回る3店舗を達成できた。 ・R3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい環境にあるものの、中期経営計画で設定したR2~R3年度で4店舗を達成するため目標値を1店舗とする。	・R3年度は、1店舗の新規展開をめざす。
⑥ 沿線の魅力発信	プロモーションの実施項目数		項目	5	-	3	3	3	5	-	-	・R2年度はコロナ禍でも3項目(フォトコンテスト・謎解きイベント・企画乗車券発売)を実施できた。 R3年度も3項目実施することを目標とし、魅力発信は、Twitter、Instagramに加えて、新たにYouTubeも実施する。	・R3年度は、下記の3項目を実施する。 ・音楽フェス&マルシェ(万博記念公園駅イベント広場を活用し、催事物販や音楽イベントを実施する) ・スタンプラリー(大阪モレールの駅と周辺の名所を巡るイベントの実施) ・企画乗車券の拡充(特典を拡充した「モノレール沿線ぶらり1dayチケット」の発売)

III. 健全性・採算性(財務)、コスト抑制と経営資源の有効活用・自立性の向上(効率性)

⑦-1 財務の健全化	EBITDA(営業損益+減価償却費+固定資産除却費+長期前払費用)		億円	20	50	8	[18]	28	20	48	49	・設備投資計画の実現と南伸に向けた投資への備えのために、営業活動で生み出されたキャッシュフローであるEBITDAを指標とする。	・需要喚起策の実施により売上高を増加させるとともに、広告宣伝費等の削減、車両点検や運転士養成の直営化等で経費削減に取り組む。
⑦-2 収益性の確保	売上高(軌道業営業収益+兼業事業営業収益)		億円	10	112	75	[79]	86	10	116	118	・駅ナカビジネスの展開やプロモーションを実施することで、売上高の増加につなげる。	・1店舗の新規展開(再掲) ・プロモーションとして下記3項目の実施(再掲) ・音楽フェス&マルシェ(万博記念公園駅イベント広場を活用し、催事物販や音楽イベントを実施する) ・スタンプラリー(大阪モレールの駅と周辺の名所を巡るイベントの実施) ・企画乗車券の拡充(特典を拡充した「モノレール沿線ぶらり1dayチケット」の発売)

【凡例】

- ・☆はR3年度からの新規項目
- ・×は目標値未達成
- ・↓は前年度実績比マイナスの目標値
- ・〔 〕内の数値は、参考として記入した実績見込値
- ・()内の数値は、当該年度の経営目標として設定していないため、参考として記入した実績値

法人名

大阪モノレール株式会社

CS調査の実施概要

○令和2年度の実施結果

調査内容	実施方法	アンケート等対象者	対象者数	実施時期
利用者満足度調査	・WEB調査	大阪府、兵庫県、京都府在住の方 (1年以内に大阪モノレールを利用したことがある方)	・WEB調査 4,120サンプル うち1,442：沿線在住者 うち2,678：沿線外	・WEB調査：R3.2.3～2.4

実施結果の主な内容	実施結果を踏まえた取組
<p>・現在当社を利用されているお客さま、また1年以内に当社をご利用になったことがあるお客さまに対して、安全運行への取り組みや設備・環境等についてのご意見・ご要望をお聞きするとともに、潜在的なニーズの掘り起こしを行った。</p> <p><2020年度の取り組み結果としての顧客満足度調査結果> ・満足度について、運行の正確性(3.8)、可動式ホーム柵(3.7)、車内の快適性(3.7)、安全・事故防止への取り組み(3.6)（※いずれも5段階評価の平均値）が高い評価を得た。</p> <p><2021年度の取り組み検討材料としての顧客ニーズ調査結果> ・駅構内での設備・環境のニーズは、コロナ感染予防対策（アルコールスタン置の設置増）(25.8%)、コロナ感染予防対策（抗菌・抗ウイルス剤塗布）(25.3%)が多かった。 ・駅や車内マナーの啓発ニーズは、車内でのマスク着用(28.2%)、歩きながらの携帯電話・スマートフォン操作(26.7%)であった。</p>	<p>(今後実施予定の取組)</p> <p>・新型コロナウイルス感染症対策のニーズが最も高いことから、R3年度もR2年度に引き続き、駅や車内を清潔に保ち安心してご利用いただけるように感染症予防対策を徹底する。</p> <p><感染症予防対策> ①車内・駅構内・HPでのテレワーク・時差出勤等の広報実施 ②HPでの朝・タラッシュ時間帯の混雑状況の掲出 ③マスク着用等の感染予防対策の周知は、デジタルサイネージおよび啓発放送で実施（車内・駅構内） ④駅構内に手指消毒用アルコールを設置 ⑤車内・券売機・エレベーター操作ボタンに抗ウイルス効果のある空気触媒を施工済み ⑥車内の換気を行うため、車両の一部の窓を開けて運行 ⑦定期的に車内消毒を実施 ⑧運転士や駅係員のマスク着用および出勤時の体温測定を実施 ⑨飛沫等防止のため駅の改札窓口透明シートを設置</p>

○令和3年度の実施方針

調査内容	実施方法	アンケート等対象者	対象者数	実施時期
利用者満足度調査（予定）	・WEB調査	大阪府、兵庫県、京都府在住の方（1年以内に大阪モノレールを利用したことがある方）	未定	未定

法人名

大阪モルレル株式会社

■ 令和2年度実績比 マイナス（現状維持）目標の考え方について

〔1〕

成果測定指標	単位	R2年度の実績値〔見込値〕	R3年度の目標値
可動式ホーム柵の設置	駅	4	3

マイナス （現状維持） 目標の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度からスタートした中期経営計画では、ホームからの転落を防ぐため、R4年度までに全18駅の設置完了を計画しており、目標についても中期経営計画で各年度に設定した駅数に設置することとしている。 ・R2年度は中期経営計画に基づき4駅に設置することで、当初目標を達成した。 ・R3年度も引き続き中期経営計画に基づき3駅に設置することを目標とする。 （R4年度3駅設置により全18駅設置完了予定）
--------------------------	--

〔2〕

成果測定指標	単位	R2年度の実績値〔見込値〕	R3年度の目標値
設備故障等自社責任による20分以上の遅延発生回数	回	2	4

マイナス （現状維持） 目標の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・設備故障等自社責任による遅延発生回数については、国への報告義務の30分以上より厳しい指標としている。 ・そのうえで、R3年度は直近3年の平均値4回を目標値とした。
--------------------------	---

■ 令和2年度実績比 マイナス（現状維持）目標の考え方について

〔3〕

成果測定指標	単位	R2年度の実績値〔見込値〕	R3年度の目標値
サービス介助士資格の取得	人	20	20

マイナス
（現状維持）
目標の考え方

- ・R2年度からスタートした中期経営計画では、1ランク上のきめ細やかなサービスの向上のため、社員研修の充実の一環で駅係員全員のサービス介助士資格取得を計画している。
- ・R2年度は勤務調整で年間資格取得可能な最大20名のうち、全員が当初目標通り資格取得することができた。
- ・R3年度も引き続き20名の資格取得を目標とする。

〔4〕

成果測定指標	単位	R2年度の実績値〔見込値〕	R3年度の目標値
駅ナカでの物販等の新規展開店舗数	店舗	3	1

マイナス
（現状維持）
目標の考え方

- ・R2年度からスタートした中期経営計画では、駅ナカビジネスを展開することで魅力ある駅づくりを行い、駅を中心とした街づくりに貢献することとしており、R6年度までに8店舗の新規展開を計画している。
- ・R2年度はコロナ禍においてもテイクアウト需要増加により、当初目標を上回る3店舗を達成した。
- ・R3年度は新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい環境にあるものの、中期経営計画で設定したR2～R3年度で4店舗の新規展開を達成するため目標値は1店舗とする。

(単位：新規店舗・新規催事数)

	2020	2021	計
中期経営計画	2	2	4
今回の見直し	3	1	4

<参考>

R2年度実績

- ・R2.4 蛸池駅 店舗（王様印）
- ・R2.7 阪大病院前 店舗（mel pot Café DELICA）
- ・R3.1 蛸池駅 店舗（昔ながらのお豆腐屋さん）

資料6

法人名	大阪モノレール株式会社
-----	-------------

■ 令和2年度実績比 マイナス（現状維持）目標の考え方について

〔5〕

成果測定指標	単位	R2年度の実績値(見込値)	R3年度の目標値
プロモーションの実施項目数	項目	3	3

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度からスタートした中期経営計画では、プロモーションを通じた沿線の魅力発信のため、沿線魅力施設の情報発信の強化、回遊性の向上や企画乗車券の拡充を計画している。 ・R2年度はコロナ禍においても3項目（フォトコンテスト・謎解きイベント・企画乗車券発売）を実施できた。 ・R3年度も引き続き新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい環境にあるものの3項目実施することを目標とし、魅力発信はTwitter、Instagramに加え、新たにYouTubeを活用したプロモーションを実施する。
-----------------------------------	---