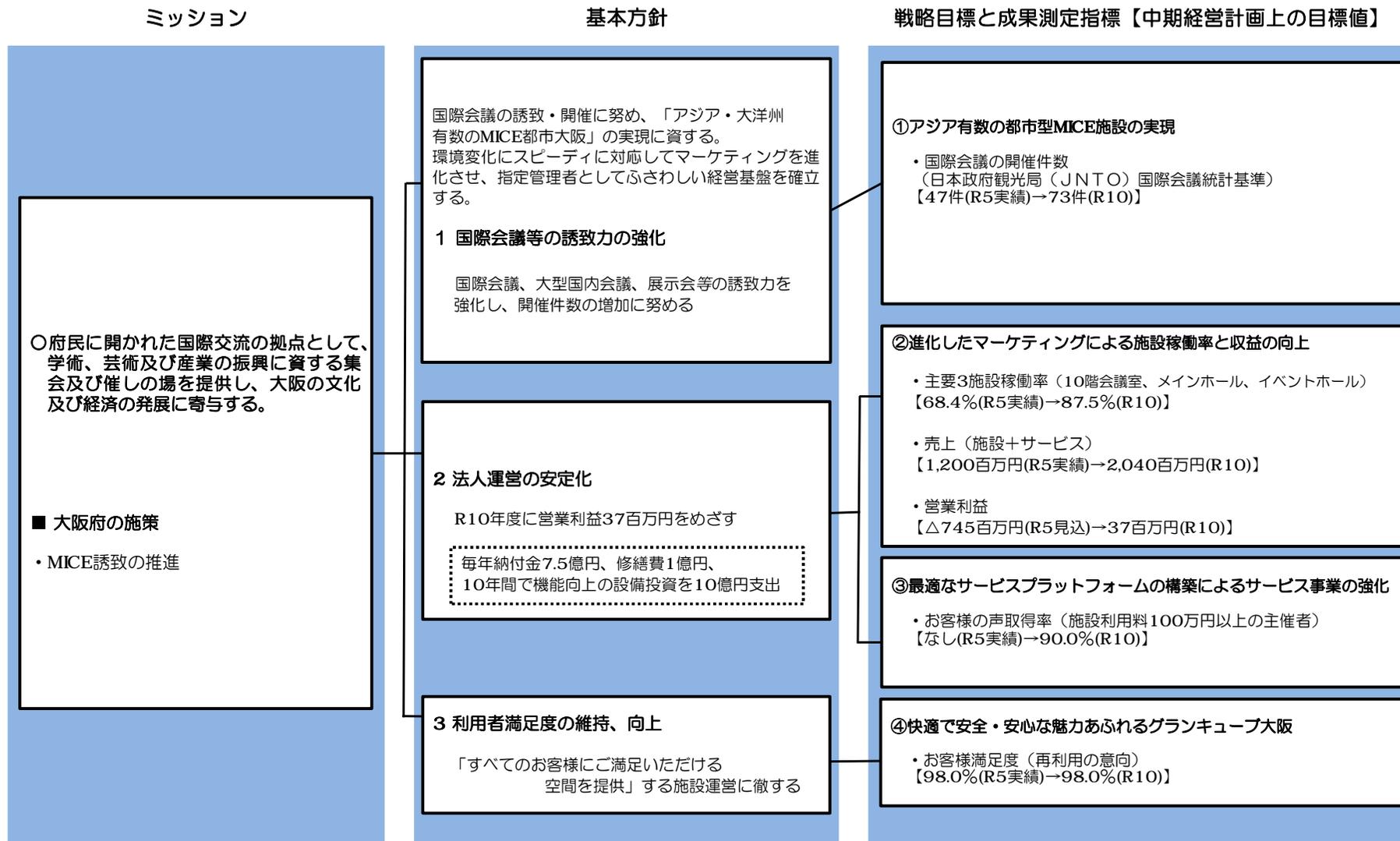


法人名	株式会社 大阪国際会議場
作成（所管課）	府民文化部都市魅力創造局企画・観光課

○ 経営目標設定の考え方



○ 令和5年度の経営目標達成状況及び令和6年度経営目標設定表

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	R5 ウエイト	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 【見込値】	R6 目標値	R6 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R6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
										R6 目標値	最終年度 目標値	
① アジア有数の都市型MICE施設の実現	国際会議の開催件数 (国際会議とは、日本政府観光局(JNTO)国際会議統計基準により次の①～④を全て満たす会議。 ①主催者:国際機関・国際団体(各国支部を含む)又は国家機関・国内団体(各々の定義が明確でないため民間企業以外は全て) ②参加者総数:50名以上 ③参加国:日本を含む3か国以上 ④開催期間:1日以上)		件	5	24	33	47	60	30	60	73	中期経営計画目標値に基づいて設定。
国際会議の誘致・開催	国際会議の成約件数 (国際会議とは、日本政府観光局(JNTO)国際会議統計基準により次の①～④を全て満たす会議。 ①主催者:国際機関・国際団体(各国支部を含む)又は国家機関・国内団体(各々の定義が明確でないため民間企業以外は全て) ②参加者総数:50名以上 ③参加国:日本を含む3か国以上 ④開催期間:1日以上)		件	35	38	43	105	-	-	-	-	-
法人経営者の考え方(取組姿勢・決意)										戦略目標達成のための活動事項		
最重要とする理由、 経営上の位置付け	大阪府立国際会議場は、「府民に開かれた国際交流の拠点として、学術、芸術及び産業の振興に資する集會及び催物の場を提供し、もって大阪の文化及び経済の発展に寄与するため(大阪府立国際会議場条例第1条)」設置されたことに鑑み、国際会議の開催件数の目標達成を最重要とした。											
最重要目標達成のための 組織の課題、改善点	(1)万博開催に際して想定される出国国・地域等による国際会議やビジネスマッチング等の取り込み (2)大阪・中之島地域をMICE主催者や利用者にとって魅力的なエリアとする。											
活動方針	(1)万博を契機にした国際会議の誘致・開催 (2)MICE都市大阪をリード(経済波及効果の最大化) (3)中之島エリアの魅力の最大化によるリピート顧客の創出											
<p>(1)万博を契機にした国際会議の誘致・開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ターゲットとする国際会議とキーパーソンの明確化(東京の学会事務局含む) 万博関連国際会議の誘致(旅行会社、広告会社、マスコミ各社とのネットワークづくり) 国際的な団体の在阪支部等への働きかけ、国際会議の誘致 在関西総領事館・名誉総領事への訪問営業の実施 <p>(2)MICE都市大阪をリード(経済波及効果の最大化)</p> <ul style="list-style-type: none"> オール大阪(府、市、経済団体、インテックス大阪、観光局、当社等)による、ICCA基準の国際会議の誘致体制の検討・確立(ICCAデータの分析によるターゲットの明確化含む) IR(統合型リゾート)に建設される国際会議施設との連携・役割分担の検討 当社の誘致支援制度と大阪観光局の「OSAKA国際会議助成金」制度の一体活用による誘致の実施 海外に拠点を置くコアPCO、インテックス大阪、パシフィコ横浜をはじめ、他のMICE施設とのパートナーシップによる誘致の実施 大阪の経済発展に資するMICE誘致(ライフサイエンス、環境・エネルギー等) <p>(3)中之島エリアの魅力の最大化によるリピート顧客の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> 「中之島に立地するグランキューブ大阪」のブランド化。「G7大阪・堺貿易大臣会合」開催施設であること等を活用したグランキューブ大阪の認知度向上 中之島エリアMICEに加え、大阪大学中之島センター、Nakanoshima Qross(未来医療国際拠点)との協働での国際会議の誘致を検討 中之島の立地を活かしたユニークベニューの実施によりお客様に感動体験を提供(大阪の文化・水都をPR) 鉄道会社と連携したオンデマンドバスの運行検討(利便性の向上) 												

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	R5 ウエイト	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 〔見込値〕	R6 目標値	R6 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R6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
										R6 目標値	最終年度 目標値		
② 進化したマーケティングによる施設稼働率と収益の向上	主要3施設稼働率(10階会議室、メインホール、イベントホール) (使用した日数÷主要3施設すべてを使用した場合の日数)		%	10	67.8	68.2	68.4	83.1	10	83.1	87.5	中期経営計画目標値と同値を設定。	(1)ターゲティングを明確にした攻めのロイヤルカスタマー営業の強化 (2)新規顧客開拓にチャレンジ(閑散期対策含む) (3)顧客管理とデータに基づくマーケティングの展開 (4)施設利用料金の適正化 (5)ホームページのリニューアルによる情報発信の強化と認知度の向上 (6)コストダウンの実施
	売上(施設+サービス)	☆	百万円	-	(1,620)	-	(1,200)	1,772	20	1,772	2,040		
施設稼働率の向上	全館の利用単位稼働率 (※年間利用コマ数÷年間提供コマ数、 コマ数は、1会場3コマ(午前、午後、夜間)としてカウント)		%	5	37.0	37.2	40.0	-	-	-	-	-	-
③ 最適なサービスプラットフォームの構築によるサービス事業の強化	お客様の声取得率(施設利用料100万円以上の主催者)	☆	%	-	-	-	-	90.0	10	90.0	90.0	中期経営計画目標値と同値を設定。	(1)フードサービスの充実 (2)サービス事業全体の収益の最大化 (3)お客様へのサービス提案力・PRの強化 (4)新サービス事業の開発
④ 快適で安全・安心な魅力あふれるグランキューブ大阪	お客様満足度(再利用の意向)	☆	%	-	(96.2)	-	(98.0)	98.0	10	98.0	98.0	中期経営計画目標値と同値を設定。	(1)大規模修繕による魅力度のアップ(OICC Reborn) (2)最先端の会議環境の導入等、効果的な機能強化の推進 (3)SDGsの推進と地域との共生 (4)安全への取組み
主催者等利用者ニーズの把握と満足度向上	当社社員からのCS向上にかかる業務改善提案の実施件数		件	15	22	24	24	-	-	-	-	-	-

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)

② 進化したマーケティングによる施設稼働率と収益の向上	営業利益	☆	百万円	-	(△233)	-	(〔△745〕)	△127	20	△127	37	中期経営計画目標値と同値を設定。	(1)ターゲティングを明確にした攻めのロイヤルカスタマー営業の強化 (2)新規顧客開拓にチャレンジ(閑散期対策含む) (3)顧客管理とデータに基づくマーケティングの展開 (4)施設利用料金の適正化 (5)ホームページのリニューアルによる情報発信の強化と認知度の向上 (6)コストダウンの実施
財政基盤の確保・効率的な運営	営業費用の抑制 ※営業費用のうち、次の費用は除くこととする。 ・売上に応じて変動する「催事サポート費」、「フードサポート費」、「誘致支援費」 ・指定管理者の契約上の義務である「大阪府納付金」、「修繕費」、「機能強化費」 ・売上に応じて変動し、事実上削減が困難な「水光熱費」 ※計算式＝営業費用－(催事サポート費+フードサポート費+誘致支援費+大阪府納付金+修繕費+機能強化費+水光熱費)		百万円	30	815	787	[779]	-	-	-	-	-	-

【凡例】
 ・☆はR6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 株式会社 大阪国際会議場

CS調査の実施概要

○令和5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
お客様（利用者）アンケート	利用者（催事主催者）がHPの所定のページで回答	利用者（催事主催者）	対象者数 548 回答者数 107	4月～11月

実施結果の主な内容	実施結果を踏まえた取組
施設、備品、料金、スタッフ対応及び再利用の意向について、満足、やや満足、普通、やや不満、不満の5区分で調査している。このうち普通、やや不満、不満を「不満足度」、満足、やや満足を「満足度」としている。 満足度①施設 99.1% ②備品 88.8% ③スタッフ対応 98.1% ④再利用 98.0%	（結果を踏まえ実施した取組） ・1階プラザステージ側に自動扉を設置、多機能トイレ扉の自動化、喫煙スペースの囲いの設置他（今後実施予定の取組） ・多機能トイレ扉の自動化（継続）、美装化

○令和6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
お客様（利用者）アンケート	利用者（催事主催者）がHPの所定のページで回答する。	利用者（催事主催者）	約800	通年

・CS調査に関する令和6年度目標（再掲）【※ 成果測定指標の場合】

戦略目標	成果測定指標	単位	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 〔見込値〕	R6 目標値	CS調査の数値を成果測定指標に 設定した理由及び目標値の根拠
快適で安全・安心な魅力あふれるグランキューブ大阪	お客様満足度（再利用の意向）	%	96.2	-	98.0	98.0	（設定した理由） お客様に快適な空間を提供することが戦略目標であり、端的に数値で表されるものが「再利用の意向」であるため。 （何をめざすのか） 快適な空間の提供 （目標値の根拠） 「わからない」の選択肢については、「不満足」として取り扱っており、一定数（「わからない」を選択した者が過去の実績を踏まえ2%程度と想定）の「不満足」の発生も踏まえ、目標値を設定している。

法人名	株式会社 大阪国際会議場
-----	--------------

C S 調査の実施概要

○令和5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

実施結果の主な内容	実施結果を踏まえた取組

○令和6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
お客様（利用者）の声取得	催事終了後に直接利用者（施設利用料100万円以上の催事主催者）にヒアリングを行う。	利用者（施設利用料100万円以上の催事主催者）	約170	通年

・C S 調査に関する令和6年度目標（再掲）【※ 成果測定指標の場合】

戦略目標	成果測定指標	単位	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 〔見込値〕	R6 目標値	C S 調査の数値を成果測定指標に 設定した理由及び目標値の根拠
最適なサービスプラットフォームの構築によるサービス事業の強化	お客様の声取得率（施設利用料100万円以上の主催者）	%	-	-	-	90.0	<p>（設定した理由） サービス事業を拡大し、満足度の向上を図るためには、お客様の声を直接お聞きすることが必要であるため。</p> <p>（何をめざすのか） お客様満足度の向上</p> <p>（目標値の根拠） 施設利用料100万円以上のすべてのお客様を対象とし、原則100%を目指すものの、お聞きできない主催者が発生することを踏まえ、目標値を設定している。</p>

法人名

株式会社 大阪国際会議場

■ 成果測定指標変更（廃止）希望の理由について

〔1〕

●変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
国際会議の成約件数	件	43

●変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
—	—	—

成果測定指標の 変更（廃止）を 希望する理由	従前、国際会議の開催件数とともに成果測定指標としてきたが、戦略目標達成のための活動事項は共通することから、指標を整理し国際会議の開催件数に絞った。
------------------------------	---

〔2〕

●変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
全館の利用単位稼働率	%	37.2

●変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
—	—	—

成果測定指標の 変更（廃止）を 希望する理由	従前、主要3施設稼働率（10階会議室、メインホール、イベントホール）とともに成果測定指標としてきたが、戦略目標達成のための活動事項は共通することから、指標を整理し主要3施設稼働率に絞った。
------------------------------	--

法人名

株式会社 大阪国際会議場

■ 成果測定指標変更（廃止）希望の理由について

〔3〕

● 変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
当社社員からのCS向上 にかかる業務改善提案の 実施件数	件	24

● 変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
お客様満足度（再利用 の意向）	%	98.0

成果測定指標の 変更（廃止）を 希望する理由	お客様に快適な空間を提供することが戦略目標であるが、これまでの指標では実施した提案がお客様にとって満足がいくものであるかどうか不明であった。 このため、直接お客様の満足度を尋ねる方が適切と判断した。
------------------------------	--

〔4〕

● 変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
営業費用の抑制	百万円	787

● 変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
営業利益	百万円	△127

成果測定指標の 変更（廃止）を 希望する理由	従前、新型コロナウイルスによる影響なども加味して、費用の抑制に重点を置いて取り組んできたが、これまでの実績においても一定、目標達成できた結果も踏まえ、黒字転換を図ることが当法人における今後の大きな戦略となっている。 このため、収益の向上に重点を置き、営業利益に指標を変更するものである。
------------------------------	--

■ 令和5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	R5年度の実績値〔見込値〕	R6年度の目標値
お客様満足度（再利用の意向）	%	98.0	98.0

〔2〕

成果測定指標	単位	R5年度の実績値〔見込値〕	R6年度の目標値
/			

<p>マイナス （現状維持） 目標の考え方</p>	<p>アンケートを集計するにあたり、「わからない」の選択肢については、「不満足」として取り扱っている。 このため、一定数の「不満足」の発生（「わからない」を選択した者が過去の実績を踏まえ2%程度と想定）を踏まえ、中期経営計画目標値である98%を設定した。</p>
-----------------------------------	--

<p>マイナス （現状維持） 目標の考え方</p>	/
-----------------------------------	---