

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

ミッション

○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会及び催しの場を提供し、大阪の文化及び経済の発展に寄与する。

■ 大阪府の施策

- ・ MICE誘致の推進

基本方針

国際会議の誘致・開催に努め、「アジア・大洋州有数のMICE都市大阪」の実現に資する。環境変化にスピーディに対応してマーケティングを進化させ、指定管理者としてふさわしい経営基盤を確立する。

1 国際会議等の誘致力の強化

国際会議、大型国内会議、展示会等の誘致力を強化し、開催件数の増加に努める

2 法人運営の安定化

R10年度に営業利益37百万円をめざす

毎年納付金7.5億円、修繕費1億円、10年間で機能向上の設備投資を10億円支出

3 利用者満足度の維持、向上

「すべてのお客様にご満足いただける空間を提供」する施設運営に徹する

戦略目標と成果測定指標【中期経営計画上の目標値】

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と成約件数 (日本政府観光局 (JNTO) 国際会議統計基準)
開催 【47件(R5実績)→73件(R10)】
成約 【105件(R5実績)→55件(R10)】

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)
【68.4%(R5実績)→87.5%(R10)】
- ・ 売上 (施設+サービス)
【1,200百万円(R5実績)→2,040百万円(R10)】
- ・ 営業利益
【△745百万円(R5見込)→37百万円(R10)】

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)
【なし(R5実績)→90.0%(R10)】

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)
【98.0%(R5実績)→98.0%(R10)】

法人名	株式会社 大阪国際会議場
-----	--------------

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		
① アジア有数の都市型MICE施設の実現	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	28	10	55	55	R5実績値は利用料金の値上げによる駆け込み分も含まれていることから、以下のとおり目標値を設定する。 R5実績値(105件)とR5目標値(43件)との差である62件を、R5実績値の開催予定年度の割合により按分。 R5実績値の割合: R6 44.0% 62件を同割合で按分したR6件数: 62件×44.0%=27件 →R6は中期経営計画の目標値55件から27件を差し引いた28件を目標とする。	(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
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	5	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	5	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)安全への取り組み
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