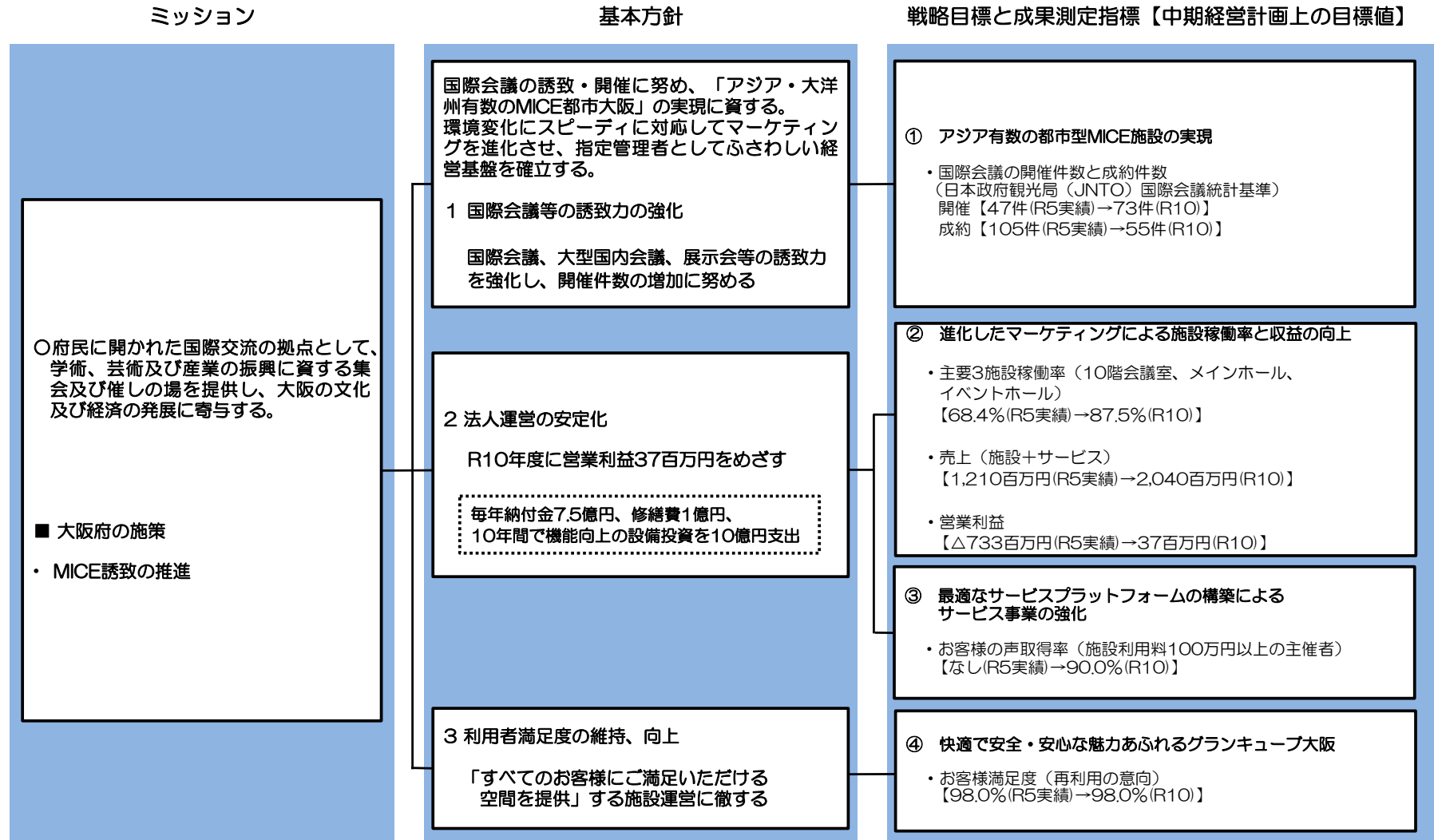


法人名	株式会社 大阪国際会議場
作成(所管課)	府民文化部都市魅力創造局企画・観光課

○ 経営目標設定の考え方



○ 令和6年度の経営目標達成状況及び令和7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	R6 ウエイト	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 【見込値】	R7 目標値	R7 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R7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
										R7 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	10	105	28	[40]	40	35	55	55	R5年度実績値(利用料金改定に伴う駆け込み分)の特殊事情を踏まえ、R6年度は以下のとおり設定。 <R6> R5実績値(105件)とR5目標値(43件)との差62件を、R5実績値の開催予定年度R6～R10の割合により按分。 R5 実績値の開催予定年度の割合:R6 44.0%、(R7 34.1%、R8 18.7%、R9 2.2%、R10 1.1%)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 件を差し引き、28 件を目標とした。 <R7> 上記の考え方により、R5実績値(105件)とR5目標値(43件)との差62件を、同じ割合で按分。R7件数:62件×34.1%＝21件 →R7は中期経営計画の目標値55件から21件を差し引いた34件以上の成約を目指し、現時点での見込の状況およびR6年度の成約件数増も踏まえ、40件を目標とする。
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	
最重要点とする理由、 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会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、国際会議の成約件数の目標達成を最重要点とした。										(1)万博を契機にした国際会議の誘致・開催 ・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) ・自然科学系学術会議では、「情報」「機械工学」「化学」をターゲットに府外の大学にも営業活動を実施 ・万博関連国際会議の開催(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	
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展国・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。										(2)MICE都市大阪をリード(経済波及効果の最大化) ・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)(継続) ・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 Japan MICE EXPO2025開催による国内外のバイヤーとのネットワークの構築、拡大 ・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)	
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										(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 ・「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(継続) ・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) 「中之島パビリオンフェスティバル2025」に参画し、中之島全体の魅力を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)	

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	R6 ウエイト	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 〔見込値〕	R7 目標値	R7 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R7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
										R7 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		件	30	47	60	×〔53〕	70	5	70	73	中期経営計画目標値に基づいて設定。	上記最重要目標にて記載の通り
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	68.4	83.1	×〔77.0〕	89.5	10	89.5	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	20	(1,210)	1,772	〔1,934〕	1,961	20	1,961	2,040		
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)		%	5	－	90.0	〔90.0〕	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)		%	5	(98.0)	98.0	〔100.0〕	↓ 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)安全への取組み

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	20	(△733)	△127	〔1〕	87	20	△21	37	中期経営計画目標値に対し、R7年度から増加が見込まれる収入(土地賃借料等)を加算。	(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
-----------------------------	------	--	-----	----	--------	------	-----	----	----	-----	----	---	--

【凡例】

- ・☆はR7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

CS調査の実施概要

○令和6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）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

実施結果の主な内容	実施結果を踏まえた取組
直接お客様に面接し、ご意見を伺ったため、具体的なご要望を聞くことができ、また、次回利用への営業活動の機会ともなった。事業者へ委託しているフードサービスに関する要望が多く、その改善の必要性が認識できた。 また、ビジネスセンターの昼休み時間中の対応についても指摘があった。 その他、会場の動線や会議場からの眺望が素晴らしいなど、高評価の声も多く聞かれ、当建物の良さを再認識させられた。	（結果を踏まえ実施した取組） 委託事業者にフードサービスの改善について申し入れ、協議した。 （今後実施予定の取組） 要望を生かすため、施設設備、サービスの改善に努める。 ビジネスセンターについては、12時から1時の間についてもスタッフが対応できるよう検討を進める。

○令和7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

・CS調査に関する令和7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	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 〔見込値〕	R7 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
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	〔90.0〕	90.0	（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。 （何をめざすのか） お客様満足度の向上 （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、ヒアリング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。

法人名

株式会社 大阪国際会議場

CS調査の実施概要

○令和6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する。	利用者（催事主催者）	約800	通年

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 96.9% ②備品 90.8% ③スタッフ対応 99.0% ④再利用 100.0%（以上の数値は第3四半期まで）	（結果を踏まえ実施した取組） ・多機能トイレ扉の自動化、ホテルNCB及びNCB会館への送客契約の締結 （今後実施予定の取組） ・コンセント回路増設、リサイクルボックスの購入

○令和7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7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	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 〔見込値〕	R7 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）	%	98.0	98.0	〔100.0〕	98.0	（設定した理由） お客様の満足度を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） お客様の満足度の向上 （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。

■ 目標値未達成の要因について

法人名	株式会社 大阪国際会議場
-----	--------------

〔1〕

成果測定指標	単位	R6年度目標値	R6年度実績値	目標値との差
国際会議の開催件数	件	60	53	△ 7

未達成の要因					要因分析(要因と考える根拠)					要因分析を踏まえた今後の対応	
①	新型コロナウイルス感染症の影響下での営業活動の不十分さ				・国際会議の開催は、主催団体への提案から開催まで通常3年から4年の期間が必要となり、2024年度の開催は、2020年、2021年の提案、営業活動の成果が主となる。 ・しかし、2020年、2021年は2020年初頭から始まった新型コロナウイルス感染症の影響下であり、国際会議が行われず、将来の会議の開催予定も立たない状況にあった。 ・このため、営業活動や提案を十分に行うことができず、この結果が目標未達となって現れている。					 ・医学系学会会議については、キーパーソンとのネットワークを継続し、自然科学系学会会議については、開催動向を分析し、ターゲットを選定した上で効率的な営業活動を実施する。 ・自然科学系のターゲットとしては、「情報」「機械工学」「化学」等を優先し、新たに、関西圏の公立大学等にも営業を行っていく。	
	関連項目名	国際会議の開催件数	単位	件	R6当初想定値	60	R6実績値	53	差		

■ 目標値未達成の要因について

法人名

株式会社 大阪国際会議場

〔2〕

成果測定指標	単位	R6年度目標値	R6年度実績値	目標値との差
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)	%	83.1	77.0	△ 6.1

未達成の要因					要因分析(要因と考える根拠)						要因分析を踏まえた今後の対応
①	仮予約後、本予約に至らずにキャンセルされた催事が複数見られたことによる。				・イベントホールにあっては、例えば、毎年12月に開催されていた大型展示会の仮予約が、東京開催のみとなった結果、直前の9月にキャンセルとなり、メインホールにあっては、ダンス系競技の全国大会が仮予約後キャンセルとなるなど、仮予約後、本予約に至らず顧客都合によるキャンセルとなった後に、他の催事で埋めることができなかったことによる。						- 仮予約時に、開催の確度、キャンセルの可能性を確認するとともに、仮予約後もフォローする。 - キャンセルの可能性が高まった場合には、速やかに新たな営業をかけるようにする。
	関連項目名	主要3施設稼働率	単位	%	R6当初想定値	—	R6実績値	△ 16.3	差	△ 16.3	
②	台風の影響等によるキャンセル				・台風の影響等により、開催日の直前にキャンセルとなり、他の催事を充てることができなかった。						台風の影響等によるキャンセルは、予測できないものであり、キャンセルの時期も直前に決まるため、他の催事をすぐに充てることができない。毎年、一定数発生する可能性を前提に、稼働率を上げることができるように、営業に努める。
	関連項目名	主要3施設稼働率	単位	%	R6当初想定値	—	R6実績値	△ 0.4	差	△ 0.4	

■ 令和6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	R6年度の実績値〔見込値〕	R7年度の目標値
国際会議の成約件数	件	〔40〕	40

マイナス (現状維持) 目標の考え方	R5年度実績値(利用料金改定に伴う駆け込み分)の特殊事情を踏まえ、R6年度は以下のとおり設定。 ＜R6＞ R5実績値(105件)とR5目標値(43件)との差62件を、R5実績値の開催予定年度R6～R10の割合により按分。 R5 実績値の開催予定年度の割合：R6 44.0%、(R7 34.1%、R8 18.7%、R9 2.2%、R10 1.1%) 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 件を差し引き、28 件を目標とした。 ＜R7＞ 上記の考え方により、R5実績値(105件)とR5目標値(43件)との差62件を、同じ割合で按分。R7件数：62件 × 34.1% = 21件 →R7は中期経営計画の目標値55件から21件を差し引いた34件以上の成約を目指し、現時点での見込の状況およびR6年度の成約件数増も踏まえ、40件を目標とする。
--------------------------	--

〔2〕

成果測定指標	単位	R6年度の実績値〔見込値〕	R7年度の目標値
お客様の声取得率 (施設利用料100万円以上の主催者)	%	〔90.0〕	90.0

マイナス (現状維持) 目標の考え方	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、ヒアリング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。
--------------------------	--

■ 令和6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	R6年度の実績値〔見込値〕	R7年度の目標値
お客様満足度 (再利用の意向)	%	〔100.0〕	98.0

マイナス (現状維持) 目標の考え方	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。
--------------------------	---

〔4〕

成果測定指標	単位	R6年度の実績値〔見込値〕	R7年度の目標値

マイナス (現状維持) 目標の考え方	
--------------------------	--