

○ 令和7年度の経営目標達成状況及び令和8年度経営目標設定表

I. 最重点目標(成果測定指標)													
戦略目標	成果測定指標	新規	単位	R6 実績値	R7 目標値	R7 実績値 [見込値]	R7 ウエイト	R7 得点	R8 目標値	R8 ウエイト	中期経営計画 (R6~R10)		R8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
											R8 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	40	40	62	35	35	↓55	35	55	55	中期経営計画の目標値を設定。
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点とした。											(1)ネットワークを活用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、「OSAKA国際会議助成金」の活用も促しつつ、大学等に営業活動を実施 ・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 (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 ・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) (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」のブランド化と認知度向上 ・中之島エリアMICEに加え、大阪大学中之島センター、Nakanoshima Gross(未来医療国際拠点)との協働での超大型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) ・「(仮)万博レガシーシンポジウム」を開催	
最重点目標達成のための 組織の課題、改善点	(1)万博開催により構築されたネットワークと国際会議開催の実績を活かす。 (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)ネットワークを活用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												

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実績値	R7目標値	R7実績値 〔見込値〕	R7 ウエイト	R7 得点	R8 目標値	R8 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R8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
											R8 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	53	70	73	5	5	↓ 70	5	70	73	中期経営計画目標値と同値を設定。	上記の重点目標における記載のとおり。
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)		%	77.0	89.5	× 82.9	10	4	85.8	10	85.8	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)情報発信の強化と認知度の向上 (5)コストダウンの実施
	売上(施設+サービス)		百万円	1,946	1,961	2,169	20	20	↓ 2,000	20	2,000	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)		%	91.7	90.0	100.0	5	5	↓ 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 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)		%	100.0	98.0	× 97.3	5	0	100.0	5	98.0	98.0	R8年度より「わからない」の回答は満足・不満足のものとして取り扱うことから、中期経営計画の目標値(「わからない」=不満足として取扱う場合の目標値)に「わからない」の発生率(過去実績から2%程度を想定)をくわえた100%と設定。	(1)最先端の会議環境の導入等、効果的な機能強化の推進 (2)SDGsの推進と地域との共生 (3)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	24	87	328	20	20	↓ 116	20	8	37	中期経営計画目標値に対し、令和7年度からの土地賃借料増収分(108百万円)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)情報発信の強化と認知度の向上 (5)コストダウンの実施
-----------------------------	------	--	-----	----	----	-----	----	----	-------	----	---	----	---	---

R7得点合計 〔見込得点合計〕	89
--------------------	----

- 【凡例】
- ・☆はR8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

〇令和7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600	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 98.4% ②備品 93.5% ③スタッフ対応 96.8% ④再利用 96.8%(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) 10階タイルカーペットの張替え、駐車場入口表示灯改修工事 (今後実施予定の取組) 1階電光掲示板の更新(正面側)と新設(RRH側)、空気調和機内熱交換器殺菌灯取付け、接客研修実施

〇令和8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600	通年

・CS調査に関する令和8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	R6 実績値	R7 目標値	R7 実績値 〔見込値〕	R8 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)	%	100.0	98.0	97.3	100.0	<p>(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。</p> <p>(何をめざすのか) お客様の満足度の向上</p> <p>(目標値の根拠) R8年度より「わからない」の回答は満足・不満足のうちどちらでもないものとして取り扱うことから、中期経営計画の目標値(「わからない」=不満足として取扱う場合の目標値)に「わからない」の発生率(過去実績から2%程度を想定)をくわえた100%と設定。</p>

■ 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	R7年度目標値	R7年度実績値	目標値との差
お客様満足度(再利用の意向)	%	98.0	97.3	△ 0.7

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	再利用の意向を確認する「また利用したいと思うか?」という項目に対して、「あまり思わない」「思わない」の回答は両方とも0件であったものの、「わからない」と回答された方が複数名いたため。			・「わからない」の選択肢については、明確にまた利用したいという意思表示ではないことから、「不満足」として取り扱っている。アンケートの自由記述欄にも具体的な理由がなく、「わからない」となった要因は不明である。 「わからない」と回答された割合:2.7%						・このアンケートの他に、施設利用料100万円以上の催事主催者へのヒアリング内容を踏まえながら、満足度を高める取組については継続する。 ・「わからない」と回答された場合の取り扱いについては、令和8年度より、満足・不満足のうちどちらでもないものとする。
	関連項目名	「わからない」と回答された割合	単位	%	R7当初想定値	-	R7実績値	2.7%	差	