

団体名：アジア太平洋トレードセンター株式会社

所管局：経済戦略局

資料 1

概 況

○平成29年度第2四半期（平成29年4月1日～平成29年9月30日）の経営状況について

売上高	3,000	（前年度比	+24）	（金額の単位は百万円）
営業利益	966	（前年度比	+104）	
当期純利益	794	（前年度比	+94）	

入居率 平成29年9月末現在 全体84.7%（オフィス83.0%、商業70.9%）
 （平成28年度末現在 全体85.6%（オフィス81.6%、商業83.3%））

○平成29年度第2四半期（平成29年4月1日～平成29年9月30日）までの実績

・前年度同期実績との比較

（金額の単位は百万円）

	29年度	28年度	増減	増減説明
売上高	3,000	2,976	24	賃貸収入▲1 駐車場収入+16 ホール等貸館収入+9 イベント売上金+4（※） その他の収入▲6（※） ※直営催事の計上変更を含む（総額表示→純額表示）
営業費用	2,033	2,113	▲80	売上原価▲20（※） 修繕費▲20 広告販促費▲19（※） 水道光熱費▲18 ※直営催事の計上変更を含む（総額表示→純額表示）
営業利益	966	862	104	
税引前当期純利益	888	786	102	
法人税等	93	86	7	
当期純利益	794	700	94	

・平成29年度第2四半期予算との比較

（金額の単位は百万円）

	決算	予算	増減	増減説明
売上高	3,000	2,875	125	賃貸収入+17 駐車場収入+13 ホール等貸館収入+30 イベント売上金+34
営業費用	2,033	2,084	▲51	修繕費▲18 水道光熱費▲17
営業利益	966	791	175	
税引前当期純利益	888	707	181	
法人税等	93	70	23	
当期純利益	794	637	157	

団体名： アジア太平洋トレードセンター株式会社

所管局： 経済戦略局

29年度の目標及び取組	これまで（29年度1・2四半期）の取組及び成果	今後（29年度3・4四半期）の目標及び取組
<p>収益確保</p> <p>オフィス部門：＜営業利益＞H29 目標 2,312 百万円（前年比▲67 百万円）</p> <ul style="list-style-type: none"> 市と大型店舗の賃料減額による賃料収入の減を改善するため大手不動産仲介業者との連携による大型区画の入居獲得 <p>商業部門：＜営業利益＞H29 目標 382 百万円（前年比+25 百万円）</p> <ul style="list-style-type: none"> あそびマーレとめんたいパークの集客力を活用し主に親子 3 世代をターゲットとした店舗誘致による賃料収入の増と館内回遊性の向上 <p>ホール部門：＜営業利益＞H29 目標 305 百万円（前年比+1 百万円）</p> <ul style="list-style-type: none"> 取引先とのネットワークを活用した貸館の新規顧客獲得とアフターフォローによるリピーター化、大阪観光局・地域連携等による MICE 案件の誘致、五輪開催による首都圏貸館需要の代替地提案 	<p>（これまでの取組内容及び成果）</p> <p>オフィス部門：＜営業利益＞1,185 百万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ゲーム開発&メディア運営企業の新規入居（9月）等 <p>商業部門：＜営業利益＞212 百万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ベーカリーレストランの開業（9月）等 「メガ恐竜展」等への来場者向け回遊施策等により歩合賃料が増加（前年同期比+9 百万円） <p>ホール部門：＜営業利益＞172 百万円</p> <ul style="list-style-type: none"> 貸館：近畿デンタルショー、Panasonic NEWBOX、たけでん EXPO 等、過去貸館実績のある企業のリピート利用を実現、ダイビングフェスタの新規貸館に成功 自主企画催事：「メガ恐竜展」での事業利益 15 百万円を獲得 	<p>（今後の目標及び取組）</p> <p>オフィス部門：＜営業利益＞H29 目標 2,312 百万円</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設機能を活かした倉庫兼事務用途での新規誘致 <p>商業部門：＜営業利益＞H29 目標 382 百万円</p> <ul style="list-style-type: none"> 自主企画催事及びインテックス催事と連携した販売促進活動による変動営業料の増加 ゾーン毎のコンセプトに沿った空き区画の誘致および既存店増床リニューアル交渉 <p>ホール部門：＜営業利益＞H29 目標 305 百万円</p> <ul style="list-style-type: none"> 展示会、企業研修、握手会等の貸館需要の掘り起こし 鋼の錬金術師展、ブラレール博での事業利益獲得
<p>集客向上 ＜来館者数＞H29 目標 695 万人（前年比+3 万人）</p> <ul style="list-style-type: none"> あそびマーレとめんたいパークの広報強化 ホール催事による賑わいの創出、ウミエール広場での催事数増 SNS 投稿へのインセンティブ付与による口コミと動員促進 デジタルサイネージ活用による時間帯・対象者別（平日と週末、就労者とイベント来場者等）の館内回遊性および消費行動の喚起 	<p>＜来館者数＞累計 373 万人（前年同期比+28 万人）</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種イベント開催による来館の動機付けに成功 SNS を使った広報及び投稿によるインセンティブ付与を「メガ恐竜展」で実施 <p>参考：トミカ博（4/27～5/7・13 万人）、近畿デンタルショー（4/8～9・1 万人）、Panasonic NEWBOX（6/21～23・1 万人）、レブタイトルズフィーバー（7/1～2・1 万人）、メガ恐竜展（7/25～9/3・16 万人）、アート&てづくりバザール（9/16～18・2 万人）、あそびマーレ（13 万人）等</p>	<p>＜来館者数＞H29 目標 695 万人</p> <ul style="list-style-type: none"> あそびマーレの来館者増に向けた戦略提案による TVCM の実施 引き続き集客装置や各種イベントの広報宣伝により目標達成をみぞす <p>参考：咲洲こどもフェスタ（11/3～5・11 万人）、鋼の錬金術師展、ブリックライブ（レゴブロックイベント）、ブラレール博、ザ・ビートルズ展</p>
<p>公共部門の活性化 ＜出展者数＞H29 目標 261 社（前年比+14 社）</p> <ul style="list-style-type: none"> 出展者が満足する施設運営の構築と来館者等のニーズの高い企画展示の拡大 新たな IoT や RT（ロボットテクノロジー）の取り組みによる展示場の活性化 <p>エコプラザ：IATC ゾーンに人協働ロボットを導入して IoT、RT の取り組みを強化し、出展者増及びビジネス支援につなげる</p> <p>大阪デザイン振興プラザ：EXTENSION（※）の PR 注力によりプログラム参加者数を増やし、卒業後も交流を継続することでネットワークを維持拡大し、将来の入居者を育てる（※）35 歳以下のクリエイターを育成する連続講座プログラム</p>	<p>＜出展者数＞249 社</p> <p>エコプラザ：出展者及び研修案件獲得に向けた IATC（※）の改装及び、国等が推進するエコマーケ・グリーン購入ゾーンの拡張</p> <p>（※）工場設備の自動化技術を学べるシステムインテグレーターの養成施設</p> <p>エイジレスセンター：一般向け「エイジレス博」初開催（協力企業 20 社）</p> <p>輸入住宅促進センター：水回りゾーンのリニューアルによる新規出展の獲得</p> <ul style="list-style-type: none"> その他、施設毎に実施していたイベントを 4 施設合同「夏のこどもフェスタ」として PR、「メガ恐竜展」と連携したスタンプラリーによる来場促進 	<p>＜出展者数＞H29 目標 261 社</p> <p>エコプラザ：IATC ゾーン 1 周年記念フォーラムにあわせた出展営業の実施</p> <p>輸入住宅促進センター：オフィス事業部と協働した「リノベーション EXPO」の初開催（10/7～8、1 万人）、「リノベーション EXPO」や「LIVING&DESIGN」との連携による出展勧誘、集客促進</p> <p>大阪デザイン振興プラザ：10 月より入居対象領域を拡大し、簡易撮影スタジオの整備や入居促進キャンペーン等の実施</p>
<p>コスト削減</p> <ul style="list-style-type: none"> 電気料金の契約見直しによる電気代の削減 入札等の実施による修繕費、業務委託費等の経費削減 	<ul style="list-style-type: none"> 電力会社との契約見直しによる電気代の削減 修繕および業務委託等での入札の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 駐車場を含む共用部 LED 化工事の推進による電気代の削減 塵芥圧縮機でのごみ圧縮によるコスト削減
<p>施設改修</p> <ul style="list-style-type: none"> 長期保全計画の実施：防災・誘導灯設備の更新、通路等共用部の改修等 快適性重視による CS 向上：共用部 LED 化、トイレ・授乳室の美装化等 	<ul style="list-style-type: none"> 長期保全計画の実施：自動火災報知機更新、誘導灯更新 快適性、CS 向上：ITM 棟喫煙室整備 	<ul style="list-style-type: none"> 長期保全計画の実施：建物劣化状況に応じた長期保全計画見直し、泡消火設備更新 快適性、CS 向上：トイレ美装化、ベビールーム新設、喫煙室整備等、その他商業環境の美装化、駐車場を含む共用部照明 LED 化
<p>人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 研修・自己研鑽による能力向上 	<ul style="list-style-type: none"> 社内提案による研修の公募を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 海外研修 1 名（ニューヨーク最新都市型店舗視察） 国内研修 6 名予定（他施設の視察および意見交換）
<p>市の政策実現の場としての役割</p> <ul style="list-style-type: none"> 周辺施設や大阪観光局との連携による MICE 案件誘致（連携する周辺施設の裾野を広げてパンフレットを更新） 咲洲地区を代表する官民連携の大型イベント「咲洲こどもフェスタ」開催（H29. 11/3～5） 市事業 IoT・ロボット実証実験支援プログラム「AIDOR EXPERIMENTATION」への協力（IoT や RT 関連事業者への実証実験場所の提供（平成 29 年度目標 6 件）） 	<ul style="list-style-type: none"> 周辺施設及び大阪観光局と MICE 誘致用新パンフレット案を検討 咲洲こどもフェスタへの出展企業の誘致 市事業「AIDOR EXPERIMENTATION」との連携による実証実験企業の誘致 	<ul style="list-style-type: none"> 周辺施設及び大阪観光局と MICE 誘致用パンフレットを更新（3 月中旬） 咲洲こどもフェスタ開催 11/3～5、11 万人（前年比+1.7 万人） 咲洲こどもフェスタ内で「ATC ロボットストリート」開催、出展企業計 29 社、うち実証実験実施 2 社、引き続き実証実験企業の誘致に取り組む