

団体名	(公財)大阪国際平和センター	所管局名	教育委員会事務局
-----	----------------	------	----------

市が法人に求める役割

- 大阪空襲犠牲者を追悼し、平和を祈念する。
- 空襲を中心に、大阪の人々の戦争体験に関する情報・資料の収集・保存・展示等を通じて、戦争の悲惨さ・平和の尊さを次世代へ伝え、平和を願う豊かな心を育む。
- 施設の性質上、当年度予算の大部分である約95%を大阪府・大阪市の補助金で事業を行っているものの、安定的な団体運営に向けてより一層の経営努力を求める。

対応方針

1. 質／量両面での情報発信機能の充実強化

国内外を問わず一人でも多くの人に戦争の悲惨さ・平和の尊さを実感してもらえるよう、効果的な展示、魅力的な事業を実施する。

2. 自立性の向上と効率的な事業実施

自主財源の確保による事業実施と、より効率的な事業運営に努める。

戦略目標

①施設(ピースおおさか)の利用促進

- ・入館者数
[68,586人(H29実績)→78,000人(H30)]
- ・市町村教育委員会・校長会等・企業へのPR
[31回(H30)]

②効果的な情報発信

- ・CS(施設入館者総合満足度)
【95%(H29実績)→90%(H30)】

③アウトリーチ(館外での利用促進)

- ・貸出資料利用人数
【140,616人(H29実績)→140,000人(H30)】
- ・出かける展示
[16回(H29実績)→12回(H30)]

④(特別展等の原資となる)自主財源の確保

- ・平和寄付金収入
【1,430千円(H29実績)→1,050千円(H30)】

⑤運営コストの抑制

- ・入館者一人あたりの事業費
[1.1千円(H29実績)→1.0千円(H30)]

【参考:中期経営計画の目標値】

様式 2

中期経営計画に基づく基本方針(目標設定の考え方)

団体名	(公財)大阪国際平和センター	所管局名	教育委員会事務局
-----	----------------	------	----------

○中期経営計画の概要

中期ビジョン (団体が目指す 中期の到達点)	リニューアルしたピースおおさかの認知度を高めるとともに、常設展示を核とした事業活動の基盤を確立する		
中期経営計画名称 (計画期間)	中期経営計画 (平成27年度～平成31年度)	公表先URL	団体HPに掲載なし

○最終年度の到達目標

戦略	成果測定指標	単位	最終年度の 到達目標	目標達成のための活動事項
施設(ピースおおさか)の利用促進	入館者数	人	90,000	<ul style="list-style-type: none"> 市内の学校を中心にダイレクトメールを送付 府内市町村教育委員会(本市除く)への直接的な利用の働きかけ 府外の上位来館府県の学校・教育委員会へダイレクトメールを送付 学校のリピート率を高めるための働きかけ 旅行会社への直接的働きかけ(修学旅行の誘致) 多言語(英・中・韓・日)音声ガイドの運用 大阪城を訪れる外国人等観光客の誘導(分かりやすい案内板にリニューアル、キャッチコピー「大阪空襲を語り継ぐ 平和ミュージアム ピースおおさか」の使用) 各種媒体を活用した情報発信の充実(メールマガジン等)
効果的な情報発信	CS(施設入館者総合満足度)	%	90	<ul style="list-style-type: none"> 特別展・企画事業の開催 リニューアルオープン記念事業の開催 ミュージアムグッズの新規製作・販売 平和に関するワークショップの展開等(リニューアル後の常設展示の点検、アップデート) 施設保全計画の策定・補修 館内外の「清潔感の」確保向上
アウトリーチ(館外での利用促進)	貸出資料利用人数	人	142,000	<ul style="list-style-type: none"> 「府内学校園」以外の情報提供先を開拓
	出かける展示	回	6	<ul style="list-style-type: none"> 集客の多いイベント等、「出かける展示」先を開拓し、実施
自主財源の確保	平和寄付金収入	千円	1,155	<ul style="list-style-type: none"> 税の優遇措置を広くPRし、特別展・企画事業の原資である平和寄付金の確保
運営コストの抑制	入館者1人当たりの事業費	千円	0.8	<ul style="list-style-type: none"> 府市をはじめとする他団体の事業における連携・協力

○平成30年度経営目標

1. CS(市民満足)、事業効果(設立目的と事業内容の適合性)

戦略目標	成果測定指標	単位	H30 目標	中計 H30 目標	H30 目標値設定の考え方 (数値の根拠)
施設(ピースおおさか)の利用促進	入館者数	人	78,000	90,000	過去、戦後の節目の年をピークに、その後入館者数は逡減する傾向にあるため戦後70年であつた展示リニューアルによる増効果が薄れてきたこと、入館者数の過半数を占める小中学生が少子化により減少傾向にあることなどから、展示リニューアルから約1年間(H27年4月30日からH28年4月末)の入館者数を超えることを目標とする。
	市町村教育委員会・校長会等・企業へのPR	回	31	-	市校園長会(4回)、府小学校長会(1回)、市重点区(12区(24区の1/2))、府重点市町村(12市町村(33市町村の3割))、企業(2社)のPRを目標とする。
効果的な情報発信	CS(施設入館者総合満足度)	%	90	90	展示リニューアルに伴う一過性の成果とならないよう、今後も中期経営計画目標である90%の水準の維持を目標とする。
アウトリーチ(館外での利用促進)	貸出資料利用人数	人	140,000	140,000	中期経営計画最終年度目標に向けて段階的に貸出資料内容の充実を図るとともに、本事業のPRの拡大に努めていく。
	出かける展示	回	12	6	中期経営計画の目標値(6回)に対し、市職員の支援を受けてH28(8回)、H29(16回)と目標を達成できたので、H30は中期経営計画の目標値を上回る12回(過去2年平均)を設定する。

2. 財務(健全性、採算性)、効率性(コスト抑制と経営資源の有効活用、自立性の向上)

戦略目標	成果測定指標	単位	H30 目標	中計 H30 目標	H30 目標値設定の考え方 (数値の根拠)
運営コストの抑制	入館者1人当たりの事業費	千円	1.0	0.8	事業費圧縮の努力は継続しつつ、入館者目標として設定する78,000人を基礎に、目標値を設定する。 (29年度事業費見込額)/(目標入館者数)=約80,000千円/78,000人≒1.0千円

3. その他(市から自立化するための取組み、法人の経営上重要と認められるもの)

戦略目標	成果測定指標	単位	H30 目標	中計 H30 目標	H30 目標値設定の考え方 (数値の根拠)
自主財源の確保	平和寄付金収入	千円	1,050	1,050	H29年度は、複数の高額寄附があり、中期経営計画の目標を達成することができたが、H30年度以降も中期経営計画の目標額達成できるよう、これまでの取り組みの強化、呼びかけの工夫等を図っていく。

様式 3

平成30年度経営目標設定表

団体名	(公財)大阪国際平和センター	所管局名	教育委員会事務局
-----	----------------	------	----------

○中期経営計画の概要

団体経営者の考え (H30の課題と重点目標)	展示リニューアル4年目として、「ピースおおさか」の認知度を高めるとともに、常設展示を核とした事業活動の基盤をつくる
---------------------------	---

○平成30年度経営目標

1. CS(市民満足)、事業効果(設立目的と事業内容の適合性)

戦略目標	成果測定指標	単位	H28実績	H29実績	H30目標	ウェイト	前年度実績比較	戦略目標達成のための活動事項
施設(ピースおおさか)の利用促進	入館者数	人	68,933	68,586	78,000	20	高い	<ul style="list-style-type: none"> 学校等に向けた情報提供・働きかけ 外国人等の観光客に向けた情報提供・誘導 各種媒体を活用した情報発信の充実 特別展、企画事業の実施、ミュージアムグッズの充実 平和に関するワークショップの展開等
	市町村教育委員会・校長会等・企業へのPR	回	28	35	31	10	低い	入館者数増に向けて市町村等へPR
効果的な情報発信	CS(施設入館者総合満足度)	%	94	95	90	15	低い	<ul style="list-style-type: none"> 特別展、企画事業の実施 ミュージアムグッズの充実 平和に関するワークショップの展開等
アウトリーチ(館外での利用促進)	貸出資料利用人数	人	118,962	140,616	140,000	15	低い	<ul style="list-style-type: none"> 貸出資料の充実(新規DVD購入、他の平和資料館製作の資料を追加等) 利用促進のための新規チラシ制作、配布 集客力の高いイベントでの貸出事業のPR 過去に多人数利用があった貸出先に対する利用呼びかけ 「府内学校園」以外の情報提供先の開拓
	出かける展示	回	8	16	12	15	低い	<ul style="list-style-type: none"> 出店実績のある施設やイベントでの継続実施 集客力のある施設やイベントでの新規開拓 展示内容の工夫

2. 財務(健全性、採算性)、効率性(コスト抑制と経営資源の有効活用、自立性の向上)

戦略目標	成果測定指標	単位	H28実績	H29実績	H30目標	ウェイト	前年度実績比較	戦略目標達成のための活動事項
運営コストの抑制	入館者1人当たりの事業費	千円	1.1	1.1	1.0	10	高い	<ul style="list-style-type: none"> 府市をはじめとする他団体の事業において連携・協力をを行い、財団のミッションの達成に資するとともに、館のPRの機会を設定してもらうことで、広報費を抑制する。

3. その他(市から自立化するための取組み、法人の経営上重要と認められるもの)

戦略目標	成果測定指標	単位	H28実績	H29実績	H30目標	ウェイト	前年度実績比較	戦略目標達成のための活動事項
自主財源の確保	平和寄付金収入	千円	1,247	1,430	1,050	15	低い	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページでの寄附の呼びかけ、税優遇措置のPR ・出前展示、イベント実施時における寄附PRチラシ(寄附申込書兼用)の配付 ・平和祈念事業実施時の寄附呼びかけ ・機関紙掲載による寄附呼びかけ

補足説明資料1

前年度実績より高い目標を設定できない理由について

団 体 名	(公財)大阪国際平和センター	所 管 局 名	教育委員会事務局
-------	----------------	---------	----------

経営目標①

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H28 実績	H29 実績	H30 目標	ウェイト	前年度 実績比較
1. CS、事業効果	施設(ピースおおさか)の利用促進	市町村教育委員会・校長会等・企業へのPR	回	28	35	31	10	低い

前年度実績より高い目標を設定できない理由	<p>○当該測定指標は、本団体においては従前より重要視してしており、リニューアルオープン以降入館者が漸減の更なる増加を目指すために設定した新規追加項目である。</p> <p>○新規追加であるものの、過去の実績を精査したうえで目標を設定した結果、当該項目に該当することとなったため、理由を付することとする。</p> <p>○ピースおおさかでは、職員が4名と非常に少ない中で、府・市職員の支援も得ながら訪問PRを実施している。目標値(31回)はH29年度に内部で設定していた目標と同数であるものの、H30年度は、さらに来館してくれる可能性が高い教育委員会等をPR先に選定し、最大限の効果をあげるよう取り組む予定である。</p> <p>○この目標値を達成できるよう、府市の支援を得ながら維持に努める。</p>
----------------------	---

団 体 が 考 え る 目 標 困 難 度	同じ
-----------------------------	----

経営目標②

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H28 実績	H29 実績	H30 目標	ウェイト	前年度 実績比較
1. CS、事業効果	効果的な情報発信	CS(施設入館者総合満足度)	%	94	95	90	15	低い

前年度実績より高い目標を設定できない理由	<p>○ピースおおさかのような、戦争と平和について展示する施設においては、様々な意見がある中で90%という目標値自体が相当に高いものであると認識している。</p> <p>○本件目標について、財団・府・市で議論を重ねた結果、過去2年の実績値はかなりの高水準となっているが、平成27年度に行った展示リニューアルによる一過性のものにならないように、H30年度も中期経営計画の目標値を達成することを目標にすることとした。</p> <p>○引き続き、様々な意見を持つ入館者を呼び込みつつ、アンケート等により徴取した来館者の要望や意見を参考にしながら、この状態を維持してまいりたい。</p>
----------------------	---

団 体 が 考 え る 目 標 困 難 度	同じ
-----------------------------	----

補足説明資料1

前年度実績より高い目標を設定できない理由について

団 体 名	(公財)大阪国際平和センター	所 管 局 名	教育委員会事務局
-------	----------------	---------	----------

経営目標③

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H28 実績	H29 実績	H30 目標	ウェイト	前年度 実績比較
1. CS、事業効果	アウトリーチ(館外での利用促進)	貸出資料利用人数	人	118,962	140,616	140,000	15	低い

前年度実績より高い目標を設定できない理由	<p>○戦後70周年であったH27年度(実績:24万7千人)を除き、ここ数年間の利用人数は12万人前後で推移しており、実績からすると14万人は十分高い目標であると考え、中期経営計画の目標値とした。</p>
----------------------	--

団 体 が 考 え る 目 標 困 難 度	同じ
--------------------------------	----

経営目標④

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H28 実績	H29 実績	H30 目標	ウェイト	前年度 実績比較
1. CS、事業効果	アウトリーチ(館外での利用促進)	出かける展示	回	8	16	12	15	低い

前年度実績より高い目標を設定できない理由	<p>○H29年度は、とりわけ市職員の多大な協力を得て大阪市立図書館での開催を集中して実施した(16回中9回)。</p> <p>○しかしながら、通常の財団事務局体制<契約職員4名(うち専門職員2名)>という制約ある状況に変更はないので、府市職員の支援を得つつ財団として最大限の実施に努めるものとし、中期経営計画の目標値(6回)を上回る12回に設定する。</p>
----------------------	--

団 体 が 考 え る 目 標 困 難 度	同じ
--------------------------------	----

補足説明資料1

前年度実績より高い目標を設定できない理由について

団 体 名	(公財)大阪国際平和センター	所 管 局 名	教育委員会事務局
-------	----------------	---------	----------

経営目標⑤

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H28 実績	H29 実績	H30 目標	ウェイト	前年度 実績比較
3. その他	自主財源の確保	平和寄付金収入	千円	1,247	1,430	1,050	15	低い

前年度実績より高い目標を設定できない理由	<p>○H29年度はピースおおさかを支援する強い意思を持った篤志家の方から高額寄附が複数あり、目標(中期経営計画のとおり)を達成することができた。</p> <p>H30年度以降も中期経営計画の目標を達成できるよう、呼びかけの工夫等を図っていく。</p> <p>①各種広報手段による寄附の呼びかけ、税優遇措置のPR (HP・館報掲載、チラシ配布、平和祈念事業等での呼びかけ) 併せて、寄附金が企画事業、特別展等の原資であることの周知</p> <p>②高額寄附への誘引となり得るグッズの検討</p> <p>③賛助会員への寄附依頼</p>
----------------------	--

団 体 が 考 え る 目 標 困 難 度	同じ
-----------------------------	----

補足説明資料2

成果測定指標の変更(廃止)理由について

団 体 名	(公財)大阪国際平和センター	所 管 局 名	教育委員会事務局
-------	----------------	---------	----------

経営目標①

追加

平成29年度経営目標

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H27 実績	H28 実績	H29 実績	ウェイト	変更(廃止)理由
								「1.CS・事業効果」の「入館者数」増達成に向け従前より重要視。入館者の更なる増加を目指し、学校等団体に着目しPRする成果測定指標を新設（「入館者数」のウェイト30のうち10を本成果測定指標のウェイトとする）。



平成30年度経営目標

視点	戦略目標	成果測定指標	単位	H28 実績	H29 実績	H30 目標	ウェイト	変更(廃止)理由
1. CS、事業効果	施設(ピースおおさか)の利用促進	市町村教育委員会・校長会等・企業へのPR	回	28	35	31	10	