

## 2 ベストプラクティス事業

事業名称		市営交通 110 周年記念事業の実施	
(1) 目標達成状況・取組実績			
業績目標 (チャレンジ目標)	市営交通 110 周年を期に、現場と本局が一体となって様々なイベントの実施等により、増客及びブランド力アップを図る。 (実施予定イベント) ・市営交通シンポジウム ・市電霞町線開業 100 周年記念イベント ・地下鉄開業 80 周年記念イベント ・バスまつり&市バスまつり ・おおさか市営交通フェスティバル	達成 状況	取組実績どおり、目標以上のイベント等を実施。
		評価 結果 (※1)	①(i)
取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>市電霞町線開業 100 周年記念イベント</li> <li>中百舌鳥駅での記念イベント</li> <li>中百舌鳥車両基地見学会</li> <li>検車場内で実際の車両を使用した車掌体験</li> <li>「地下鉄コレクション」(御堂筋線車内でのファッションショー)</li> <li>四つ橋線フェスティバル</li> <li>ツール・ド・おおさか FunRun! 共催</li> <li>復刻ラッピング列車の運行</li> <li>第 16 回図書館フェスティバル共催</li> <li>復刻ラッピングバス(ゼブラバス)の運行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地下鉄開業 80 周年記念式典</li> <li>駅見学会</li> <li>大阪市営交通の 110 (いいお話) の募集</li> <li>大阪市営交通 110 周年記念式典</li> <li>さよなら 30 系関連イベント</li> <li>おおさか市営交通フェスティバル</li> <li>「クーボウ・宇宙の音色」展</li> <li>イベント列車「体験!リニア連絡線」を実施した。</li> </ul>	
創意工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>あらゆる機会をとらえて、集客施策を展開した。</li> <li>「地下鉄コレクション」のように、斬新なアイデアを実現した。</li> <li>現場職員・若手職員自らが発案・実施し、それを、全局でバックアップできるような体制が構築出来た。</li> </ul> (局長をはじめ、幹部職員が現場に出向くなど、風通しの良い職場を目指す取り組みを進めてきた結果、現業職場に事業に参画しているという意識が醸成されてきた。)		
(2) 戦略に対する有効性(アウトカムの実現への貢献度)			
アウトカム	地下鉄本体事業の収益力向上のため、集客施策を実施し、700 万人の増客をめざす(運輸収入(定期外、23 年度比)1%増相当の 12 億円増)	達成 状況	運輸収入(定期外、23 年度比)3.8%増の 42 億円増(見込み)
		評価 結果 (※2)	A
戦略	お客さまの利便向上を図りながら、地下鉄本体事業の収益や附帯事業収入等を確保し、集客に努めるとともに、国内外からのお客様に地下鉄をご利用いただけるよう取り組むことにより、大阪・関西圏の街の活性化に寄与する。		
貢献内容	市営交通 110 周年記念事業を実施し、さらに乗客誘致の推進を実施したことで、地下鉄本体事業の収益力向上のための集客施策は順調に推移しており、戦略はアウトカムに対して有効であると認識している。		
(3) 汎用性			
<ul style="list-style-type: none"> <li>斬新なアイデアの提案に対し、全局をあげて実現を図ることを前提とした思考が出来る風土を醸成することによって、職場が活性化出来ると考えている。</li> </ul>			

※1) 具体的取組の業績目標の達成状況

- ①: 目標達成  
 (i) 取組は予定どおり実施  
 (ii) 取組を予定どおり実施しなかった  
 ②: 目標未達成  
 (i) 取組は予定どおり実施  
 (ii) 取組を予定どおり実施しなかった  
 ③: 撤退基準未達成

※2) アウトカムの達成状況

- A: 順調  
 B: 順調でない