

株式会社東京国際フォーラム

経営改革プラン改訂版（2019 年度）

1. 経営情報

1 基礎情報

平成30年8月1日現在

団体名	株式会社東京国際フォーラム		
所管局	産業労働局		
設立年月日	平成15年(2003年)4月4日		
設立後の主な沿革	<p>平成15年(2003年)7月 財団法人東京国際交流財団から事業譲渡 平成17年(2005年) 新規主催事業 ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン「熱狂の日」音楽祭開催(以降継続開催) 平成19年(2007年) 開館10周年記念事業実施 ※新規主催事業 丸の内KIDSフェスタ開催(以降継続開催) 平成23年(2011年)3月 東日本大震災において帰宅困難者受入れを実施 平成29年(2017年) 開館20周年記念事業実施 ※新規主催事業 J-CULTURE FEST開催(以降継続開催)</p>		
所在地	東京都千代田区丸の内三丁目5番1号		
発行株式数	9,800 株	資本金	490,000 千円
都持株数	5,000 株		
都持株比率	51.0 %		
他の出資団体の持株数	東日本旅客鉄道株式会社	1,000	株
	三菱地所株式会社	1,000	株
	サントリーホールディングス株式会社	1,000	株
	その他 4 団体	1,800	株
その他資産	なし		
役員員数			
常勤役員数	3 人 (うち都派遣職員 1 人、都退職者 1 人)		
常勤職員数	62 人 (うち都派遣職員 7 人、都退職者 3 人)		
非常勤職員数	0 人		
団体の使命	<p>○ 「世界をリードする都心型MICE施設」として、首都東京に相応しい催事を積極的に誘致・開催し、東京における更なる産業振興を図るとともに、企業として独立採算による強固な経営基盤を確立すること。</p> <p>○ 「都の政策連携団体」として、都民の貴重な財産である東京国際フォーラムを有効活用し、魅力あるイベントを自らが主催開催することを通じて、東京の顔である「大手町・丸の内・有楽町地区」をはじめとする近隣地域の賑わいを創出するとともに、東京の魅力を発信する拠点となること。</p>		
事業概要	<p>○ 東京国際フォーラムのホール・会議室等の管理運営 ○ 東京国際フォーラムのサービス施設の管理運営 ○ 国際交流促進等のための催事の企画、制作、実施及びその受託 ○ その他上記に附帯する一切の業務 ※「株式会社東京国際フォーラム定款第2条」より抜粋</p>		

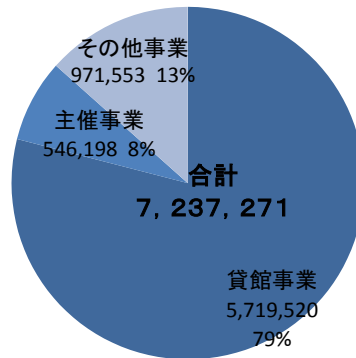
主要事業全体像 (平成29年度決算) (単位:千円)	区 分	売上高	構成割合	営業費用	構成割合
	事業全体	7,237,271	100%	7,270,839	100%
	貸館事業	5,719,520	79.0%	4,754,251	65.4%
	主催事業	546,198	7.5%	925,686	12.7%
	その他	971,553	13.4%	1,590,902	21.9%

平成29年度 決算情報

売上高 内訳

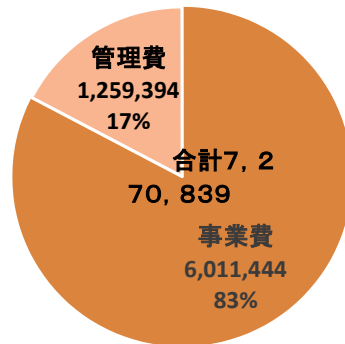
(単位:千円)

店舗管理手数料収入
駐車場収入 など



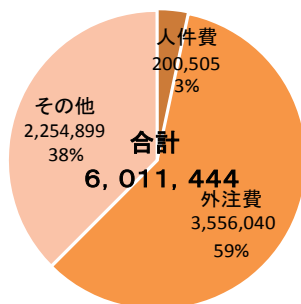
営業費用内訳

(単位:千円)



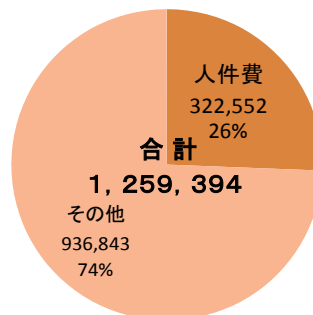
(単位:千円)

事業費 内訳



管理費 内訳

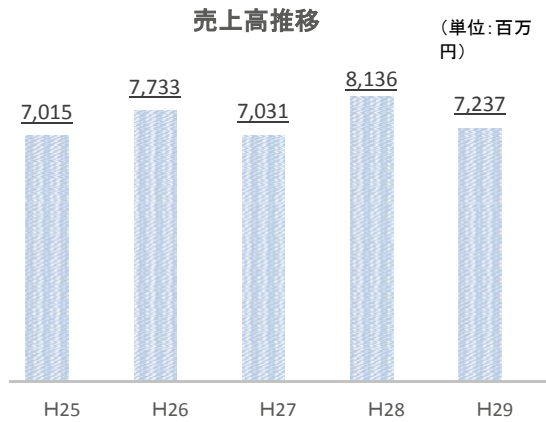
(単位:千円)



2 平成25年度以降の事業実施状況

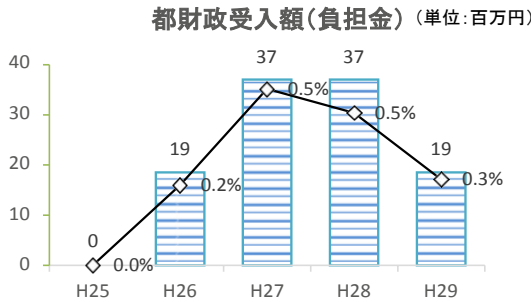
《「売上高」、「都財政受入額」、「職員数」の推移からの分析》

2-1 売上高から見る事業動向



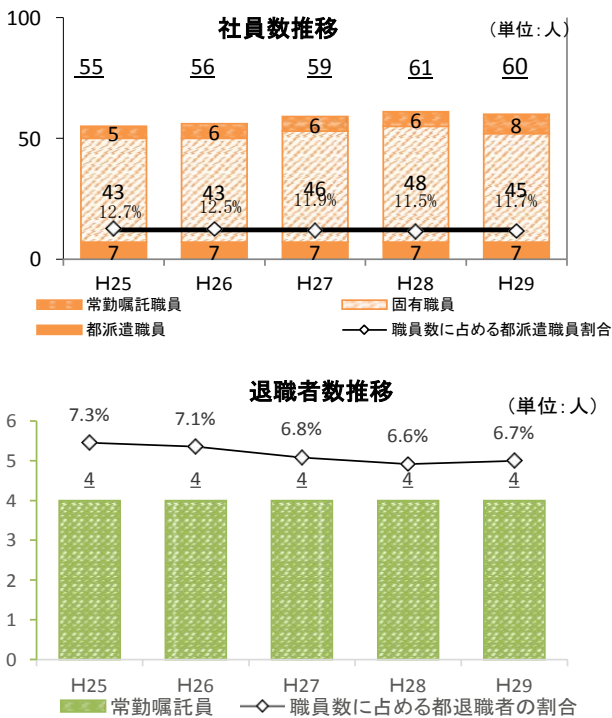
- 売上高は、毎年度70億円超で推移している。
- 売上高の約8割は、貸館事業におけるホール・会議室等の施設使用料収入であり、大規模修繕工事に伴う休館に大きく左右される。H29年度は、ホールAをはじめとした、大規模修繕工事により、延べ403日間の休館を余儀なくされたが、利用可能な施設の組み合わせによる代替提案など、きめ細かな営業活動に取り組み、通年水準の売上高を維持した。
- 主催事業による売上は、経年において売上全体の1割未満(約7~8%)であり、また事業趣旨として営利目的事業ではないため、売上管理については、貸館事業を軸に戦略等を検討していく。
- 修繕実施においては、MICEやイベント業界動向、また催事特性に応じた開催時期傾向に注視しつつ時期を設定し、売上への影響が最小限となるよう計画していく。

2-2 都財政受入額の推移から見る都施策との連動性

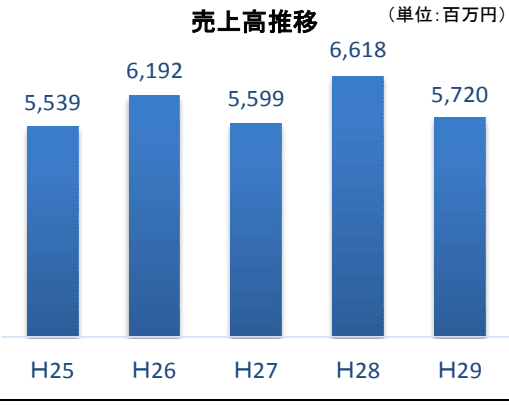
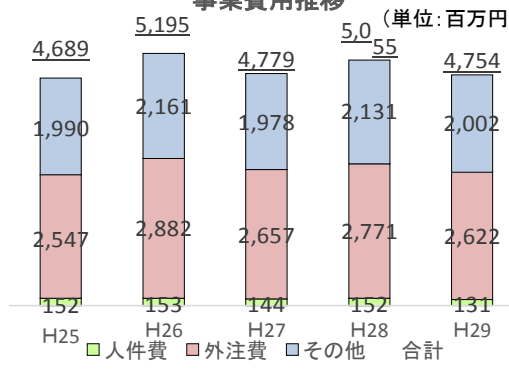
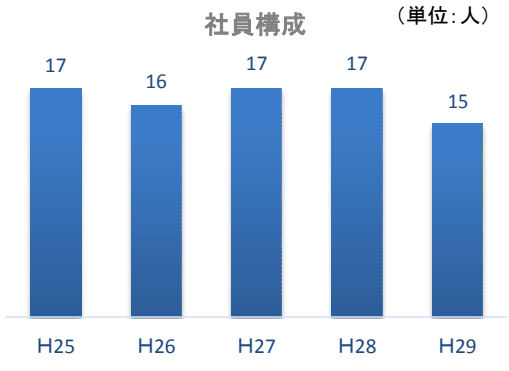


- 東京の新進気鋭のファッションブランドを積極的にPRし、東京発のクールジャパンを発信する一般消費者向けイベント「TOKYO FANTASHION」をH26年度より実施している。(H26年度は年1回、H27、28年度は年2回、H29年度は年1回開催)
- 本イベントは、都との連携事業であり、実施にあたり都(産業労働局)と協定を締結し、負担金を受け入れている。全売上高に占める都財政受入額(負担金)の割合は、H29年度決算ベースで約0.3%であり、負担金の内容に変化はない。

2-3 職員数の推移から見る経営状況



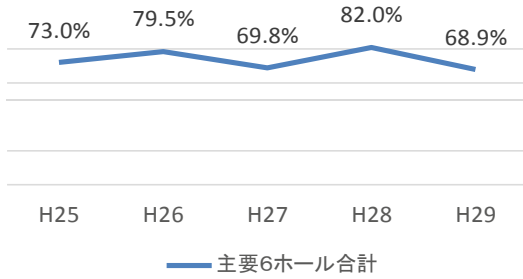
- 社員数は、H25年度から5名増加している。この要因は、大きくは当館における近年の主催事業数の増加に伴う主催事業実施部門における増員である。
- 都派遣職員は、経年による増減はなく7名(10%前半)で推移しており、管理部門及び施設維持管理部門に配置している。
- 都退職職員は、近年4名(5~7%台)で推移しており、その内訳は、警視庁、消防庁OB及び都技術職OBなどの専門職であり、管理部門や施設維持管理部門などに配置し、都、警察、消防との円滑な連絡調整業務を行うなど、当館の安全・安心の提供において重要な業務を担っている。
- 非常勤職員は、経年で在籍していない。

事業分野	貸館事業																															
事業概要	<p>「貸館事業」では、東京都の産業力強化、プレゼンス向上及び高い経済波及効果に資する国際会議、企業系会議、展示会等に代表されるMICEやコンサート等を誘致、開催しており、施設の稼働率向上に向け、積極的な営業活動を推進している。</p>																															
各指標に基づく分析																																
売上高	<p style="text-align: center;">売上高推移 (単位: 百万円)</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上高 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H25</td> <td>5,539</td> </tr> <tr> <td>H26</td> <td>6,192</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>5,599</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>6,618</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>5,720</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上高 (百万円)	H25	5,539	H26	6,192	H27	5,599	H28	6,618	H29	5,720	<ul style="list-style-type: none"> ○ 売上高は、経年で50億円後半～60億円台で安定的、堅調に推移している。 ○ 年度毎の大規模修繕工事に伴う休館日数が、売上高に大きく影響する構造となっている。 ○ H25、H27、H29年度の売上高が60億に届かなかったのは、休館を伴う大規模修繕工事の影響 <ul style="list-style-type: none"> ※ H25年度: ホールA長期休館(109日) ※ H27年度: 主要6ホールのべ休館日数 368日 ※ H29年度: 主要6ホールのべ休館日数 403日 ○ 堅調な売上実績に満足することなく、内外の環境変化に迅速に適応し、社会動向を踏まえた注目業界、成長産業をターゲットに販促活動を進める。 																		
年度	売上高 (百万円)																															
H25	5,539																															
H26	6,192																															
H27	5,599																															
H28	6,618																															
H29	5,720																															
事業費用	<p style="text-align: center;">事業費用推移 (単位: 百万円)</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>人件費</th> <th>外注費</th> <th>その他</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H25</td> <td>152</td> <td>2,547</td> <td>1,990</td> <td>4,689</td> </tr> <tr> <td>H26</td> <td>153</td> <td>2,882</td> <td>2,161</td> <td>5,195</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>144</td> <td>2,657</td> <td>1,978</td> <td>4,779</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>152</td> <td>2,771</td> <td>2,131</td> <td>5,055</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>131</td> <td>2,622</td> <td>2,002</td> <td>4,754</td> </tr> </tbody> </table>	年度	人件費	外注費	その他	合計	H25	152	2,547	1,990	4,689	H26	153	2,882	2,161	5,195	H27	144	2,657	1,978	4,779	H28	152	2,771	2,131	5,055	H29	131	2,622	2,002	4,754	<ul style="list-style-type: none"> ○ 事業費用は、ホールや会議室の運営と連動した委託費用(会場設営、舞台技術、ケータリングサービス、案内スタッフ費用等)や光熱水費が主な内訳であるため、上記売上高に連動し推移する構造となっている。 ○ こうした費用構造のため、大幅な経費縮減は困難であるが、引き続き、適正な経費管理を行っていく。
年度	人件費	外注費	その他	合計																												
H25	152	2,547	1,990	4,689																												
H26	153	2,882	2,161	5,195																												
H27	144	2,657	1,978	4,779																												
H28	152	2,771	2,131	5,055																												
H29	131	2,622	2,002	4,754																												
再委託費	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">該当なし</div>																															
職員構成	<p style="text-align: center;">社員構成 (単位: 人)</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>社員数 (人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H25</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>H26</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>15</td> </tr> </tbody> </table>	年度	社員数 (人)	H25	17	H26	16	H27	17	H28	17	H29	15	<ul style="list-style-type: none"> ○ 社員は、催事誘致にかかる営業活動をはじめ、他催事との日程調整、催事運営に係る主催者及び常駐会社との調整、催事開催日における不測の事態への対応など、非常に専門性の高い業務を行っており、経年において、固有社員で構成されている。 ○ 技術職は在籍せず、全員が事務職である。 ○ 社員数は、年度により多少の増減があるものの経年においてほぼ同数で推移している。 ○ 現在の売上高を維持していくためには、現状の人員数の確保が必要である。 																		
年度	社員数 (人)																															
H25	17																															
H26	16																															
H27	17																															
H28	17																															
H29	15																															

主な事業成果

事業成果①

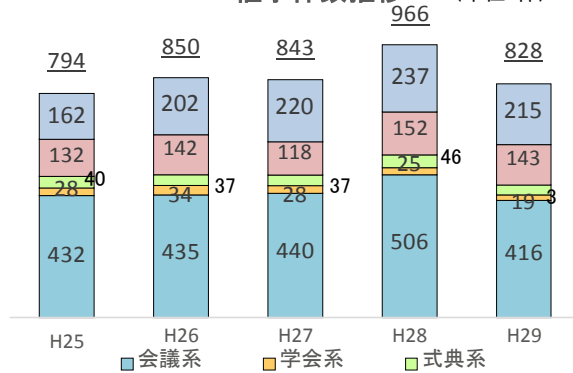
通年稼働率推移



- 経年の主要6ホール平均通年稼働率は70%であり、施設の高稼働により、営業収益の確保や周辺地域の賑わい創出に寄与している。
- ※ 通年稼働率は、大規模修繕工事に伴う休館日数を控除せず算出したものである。
- 過去最大規模の大規模修繕工事(主要6ホールのべ休館日数 403日)を実施した H29年度の主要6ホール通年稼働率は、経年平均に満たなかったものの、修繕休館日数を控除すると85.8%であった。
- 販売制約の中、施設利用収入確保に努めた。

事業成果②

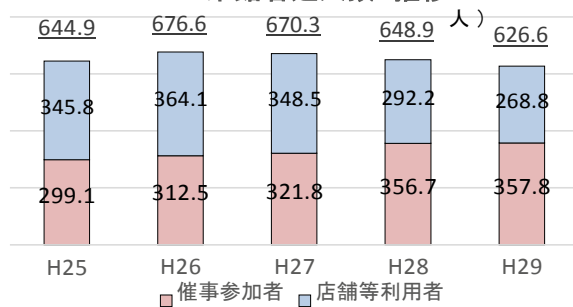
催事件数推移 (単位:件)



- 経年の主要6ホール等の合計催事件数は平均850件/年間であり、会議系をはじめ、多様な催事の開催により、文化・賑わいの発信拠点としての役割を発揮している。
- (会議系) 国際会議、企業セミナー
- (学会系) 学術会議
- (式典系) 企業周年行事、卒業・入学式
- (展示系) 見本市、物販、就職説明会
- (文科系) コンサート、演劇 など

事業成果③

来館者延人数 推移 (単位:万人)

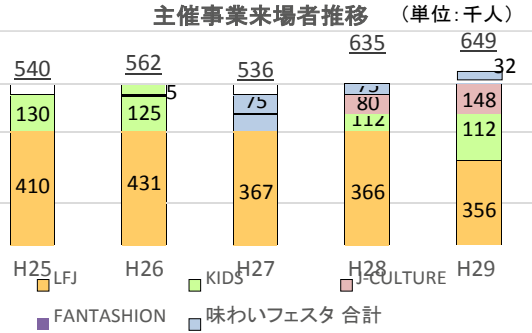


- 近年は、年間約300万人を超える催事参加者があり、店舗等利用者数を含めると年間約600万人を超える来館者数が、周辺地域の賑わい創出や経済波及効果をもたらしている。
- H29年度は、2店舗が新規に開店したほか、2店舗がリニューアルオープンし、話題性と集客力の高い店舗の出店を促進している。
- 多数の来館者がある中、引き続き安全・安心の提供に万全を期すべく施設運営を着実に実施していく。

事業分野	主催事業																															
事業概要	<p>「主催事業」では、日本最大級のクラシック音楽祭「ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン」(以下「LFJ」という。)や子供たちに未来の夢を育む感動・発見・驚きを届ける「丸の内キッズジャンボリー」に代表されるように、魅力あるまちづくりの核として、また、文化の創造と発信の拠点として、地域や社会、都民への貢献に資するイベントを実施している。</p>																															
各指標に基づく分析																																
売上高	<p style="text-align: center;">売上高推移 (単位:百万円)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上高 (百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H25</td> <td>559</td> </tr> <tr> <td>H26</td> <td>606</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>512</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>564</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>546</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上高 (百万円)	H25	559	H26	606	H27	512	H28	564	H29	546	<ul style="list-style-type: none"> ○ 当社の自主事業は、都民への還元等を意図していることから、LFJやH28年度に新規追加したJ-CULTURE FESTを除き概ね無料で参加できる催事を開催している。売上の内訳は、概ねLFJチケット収入と協賛金収入等である。 ○ 主催事業においては、当社が監理団体として期待される役割(地域や社会、都民への貢献)を踏まえ、収支バランスを考慮しながらチケット価格等を検討、設定するとともに、より発信力と魅力ある催事開催を目指していく必要がある。 																		
年度	売上高 (百万円)																															
H25	559																															
H26	606																															
H27	512																															
H28	564																															
H29	546																															
事業費用	<p style="text-align: center;">事業費用推移 (単位:百万円)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>人件費</th> <th>外注費</th> <th>その他</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H25</td> <td>45</td> <td>95</td> <td>557</td> <td>696</td> </tr> <tr> <td>H26</td> <td>40</td> <td>91</td> <td>669</td> <td>807</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>31</td> <td>92</td> <td>624</td> <td>766</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>72</td> <td>104</td> <td>796</td> <td>972</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>70</td> <td>91</td> <td>765</td> <td>926</td> </tr> </tbody> </table>	年度	人件費	外注費	その他	合計	H25	45	95	557	696	H26	40	91	669	807	H27	31	92	624	766	H28	72	104	796	972	H29	70	91	765	926	<ul style="list-style-type: none"> ○ 事業費用の大部分は、催事開催に係る委託費(会場設営費、広報費、チケット販売手数料等)が占める。 ○ 主催事業における収支差(売上高-事業費用)は、近年の主催事業数の増加に相関し増加傾向であり、事業の意義や効果等を踏まえた全体の見直しを検討している。 ○ なお、H29年度に事業スキームを再構築したLFJをはじめとし、主催事業全体経費の適正化に向けた取組を推進している。
年度	人件費	外注費	その他	合計																												
H25	45	95	557	696																												
H26	40	91	669	807																												
H27	31	92	624	766																												
H28	72	104	796	972																												
H29	70	91	765	926																												
再委託費	該当なし																															
職員構成	<p style="text-align: center;">社員構成 (単位:人)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>固有職員</th> <th>その他常勤職員</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H25</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>H26</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>6</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>8</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>8</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	年度	固有職員	その他常勤職員	H25	5	0	H26	5	0	H27	6	0	H28	8	0	H29	8	0	<ul style="list-style-type: none"> ○ 社員は、主催事業の企画、運営業務を行っており、過去、民間からの出向を受け入れていたが、近年は固有職員で構成されている。 ○ 近年の主催事業数の増加に伴い、経年で職員数は増加している。 ※ 主催事業の新規開催年度H <ul style="list-style-type: none"> H28～ J-CULTURE FEST H27～ 月曜シネサロントーク H26～ FANTASHION、味わいフェスタ H19～ 丸の内KIDSフェスタ (現:丸の内キッズ・ジャンボリー) H17～ ラ・フォル・ジュルネ音楽祭 												
年度	固有職員	その他常勤職員																														
H25	5	0																														
H26	5	0																														
H27	6	0																														
H28	8	0																														
H29	8	0																														

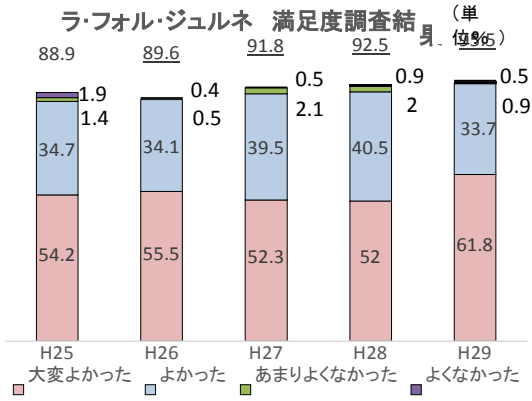
主な事業成果

事業成果
①



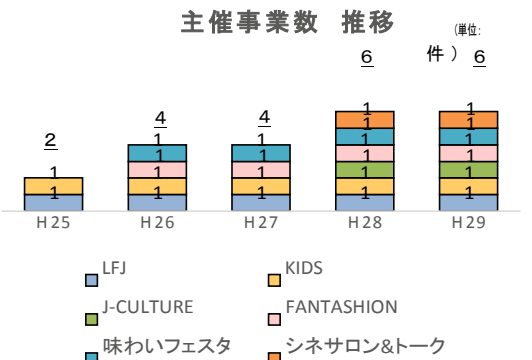
- 年間50万人を超える来場者がある催事を主催することを通じ、地域の賑わい創出、都民への還元、近隣商業地域への経済波及効果等に寄与している。
- 開館20周年記念事業としてH28年度に実施した日本文化の多彩な魅力を体験・発見できる新規主催事業「J-CULTURE FEST」をH29年度も1月に継続開催し、外国人を含む約15万人の来場者を獲得したことにより、来場者数を延ばした。

事業成果
②



- 経年で平均約38万人以上が来場するLFJの満足度調査結果では、「大変よかった」と「よかった」の合計は増加傾向となっており、近年は9割のポジティブ評価を得ている。
- H17年の初回開催より10年以上が経過しているにもかかわらず、毎回趣向を凝らした企画内容により、今日では日本最大級のクラシック音楽祭として成長させ、東京のゴールデンウィークの風物詩として定着するに至っている。
- H30年度は事業スキームを見直し、名称も新たに展開した。

事業成果
③



- H26年度より主催事業開催件数を増加させており、年間を通じた主催事業の展開により、更なる賑わい創出と話題性向上に努めている。
- ※ H29年度開催実績
 - ・J-CULTURE FEST (1月開催)
 - ・ラ・フォル・ジュルネ音楽祭(5月連休開催)
 - ・FANTASHION(5月開催)
 - ・月曜シネサロン&トーク (7月、9月、12月、3月開催)
 - ・丸の内キッズ・ジャンボリー(8月開催)
 - ・味わいフェスタ(10月開催)

2. 団体経営に関する現状分析・評価

【SWOT分析】

	機会（ニーズの増加・役割の増大）	脅威（ニーズの減少・役割の縮小）
外部環境	<p>（国、東京都）</p> <p>○ 国、東京都による MICE 開催・誘致施策の推進 MICE 推進は、「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」（H25 年 6 月閣議決定）や「明日の日本を支える観光ビジョン」（H28 年 3 月明日の日本を支える観光ビジョン構想会議策定）、「都民ファーストでつくる『新しい東京』～2020 年に向けた実行プラン」（H28 年 12 月）、「東京都 MICE 誘致戦略」（H27 年 7 月）等において取り組むべき重要課題とされており、積極的な誘致活動の推進が期待されている。</p> <p>（競合他社）</p> <p>○ 東京 2020 大会競技会場としての知名度向上 競技会場のひとつとして当館に世界中から注目が集まるとともに、オリンピック・パラリンピックを契機に国内外から多くの人々が訪れる。</p> <p>（社会変化）</p> <p>○ 訪都外国人旅行者数増加基調 訪都外国人旅行者は、東京の観光 PR や受入環境整備の推進等により、H28 年は過去最高を記録した。（約 1,310 万人、対前年比 10.2%増） 国や都の観光政策の推進はもとより、諸外国における経済成長、H26 年度以降の中国及び東南アジア諸国の査証発給要件の大幅緩和措置等の影響が続くことを踏まえ、今後も増加基調が見込まれる。</p>	<p>（競合他社）</p> <p>○ 競合都市による積極的な MICE 誘致活動の展開 近隣アジア諸国をはじめとした世界の主要国は、MICE 誘致を経済発展及び知の集積促進のためのツールと捉え戦略的な誘致活動を進めている。2016 年の ICCA（国際会議協会）統計では、日本の国際会議開催件数は前年比 15.5%増の 410 件で過去最高となったものの、中国と同率で世界 7 位である。また都市別では、東京は世界 21 位、アジア・大洋州で 6 位であり、アジア・大洋州では、上海、ソウル、バンコク、北京などの都市が直近で大きく開催件数を伸ばしている。</p> <p>○ MICE 規模大型化による収容力不足に伴う競争力の低下 近年、国際会議の規模拡大が進んでおり、収容力不足や機能不足等により今後当館において大規模な国際会議が開催困難となる可能性がある。近隣諸国においては、施設拡充や MICE 分野の人材育成などによる機能強化が行われている。</p> <p>○ 近隣地域における貸会議室の増加 ビル建築における容積率緩和の適用や事業への参入障壁が低いこと等から、近年、貸会議室が増加しており、当館周辺の大丸有地域においても競争が激化している。</p> <p>（東京都施策）</p> <p>○ 東京 2020 大会及びプレ大会開催に伴う休館 プレ大会及び東京 2020 大会開催時には全館を休館し対応することとなり、その間の収益減少とともに、リピーター顧客の流出が懸念される。</p>
	内部環境	<p>（物的資源）</p> <p>○ 他施設と比しての立地優位性、高規格な施設 世界有数のビジネス街と商業エリアが集積する大丸有地区に位置し、日本各地から新幹線が集結する東京駅に隣接するとともに、羽田国際空港から最短 30 分という高い交通利便性を誇る。 また、世界有数の 5,012 席を擁するホール A をはじめとした大小 7 つの多目的に利用可能なホール、5,000 m²の展示場、会議室（31 室）を備える。</p> <p>（人的資源）</p> <p>○ 知識・経験豊富な人材が在籍 前身の（財）東京国際交流財団を含め、設立から 20 年あまりとなるが、平均勤続年数は 15 年 7 ヶ月であり、離職率が低く、蓄積された経験の流出が少ない企業である。</p> <p>（財務的資源）</p> <p>○ 借入金の無い健全な財務体質 施設利用料金を催事開催前にお客様より申し受ける（事前入金）ため、運転資金が確保される。</p> <p>（ブランド資源）</p> <p>○ 魅力ある主催事業の展開 地域や社会に貢献し賑わいをもたらす魅力ある主催事業を展開し、年間約 50 万人を超える来場者がある。</p> <p>○ 高い顧客サービス水準 H28 年度お客様（主催者）アンケートでは満足度 96.1%を獲得している。</p>
強み		弱み

3. 自己分析を踏まえた経営課題

① 会社を支える組織力の強化

当社では、これまで、仕事と生活の調和（ライフ・ワーク・バランス）の実現に向け、妊娠・出産・育児期や家族の介護が必要な時期における就業環境の充実に向けた制度改正や変則勤務の導入等を実施してきたところであるが、さらなるライフ・ワーク・バランスの推進に向け、国や都において取組が進められている「働き方改革」とも連動した、多様で柔軟な働き方の検討が必要である。

また、今後、社員の高齢化が想定されることから、昨年度大幅な見直し・拡充を実施した社員研修を活用しつつ、会社運営、事業運営に有用な社員の人材育成に引き続き取り組んでいく必要がある。

② 東京2020大会競技会場としての万全の準備

東京2020大会及び前年に開催されるプレ大会では、当館はウェイトリフティング及びパワーリフティングの競技会場となる。当館は、大規模な集客施設であること、また竣工から20年が経過し施設の老朽化が進行していること等を踏まえ、これまで各種修繕工事等によりお客様の安全の確保と安心の提供に向けた取組を推進しているところであるが、大会競技会場の1つとして世界から注目が集まるなか、競技会場として引き続き万全の準備を進めていく必要がある。

③ 東京の産業力強化等に資するMICEの誘致促進

当館は、劇場型ホールや平土間型ホール、展示ホール、会議室、地上広場など多様な形式のホール、会議室等で構成され多彩な催事に利用されており、営業収益の確保に向け、各施設もしくは複合利用等の用途に適した顧客（催事主催者）へ営業活動を推進しているが、とりわけ、国、都による開催・誘致施策の推進に寄与し、東京の産業力強化（ビジネス・イノベーション機会の創出）、プレゼンス向上及び周辺地域への高い経済波及効果等に資するMICE開催は、当館のみならず開催都市にも様々な恩恵をもたらすため、当館として重点的に誘致促進に向けた取組を推進していく必要がある。

【劇場型ホール】 ホールA〔5, 012席〕、ホールC〔1, 502席〕

【平土間型ホール】 ホールB7〔1, 400㎡〕、ホールB5〔600㎡〕、ホールD7〔340㎡〕、ホールD5〔285㎡〕、ホールD1〔137㎡〕

【展示ホール】 ホールE〔5, 000㎡〕

【会議室】 ガラス棟31室〔206～26㎡〕 ※下線は主要6ホール

④ 主要6ホールの稼働率向上

平成28年度の大規模修繕工事日等を除いた主要6ホールの日数稼働率は84.5%であり引き続き高稼働を維持しているが、国際会議、学会、コンサート等、様々な催事が開催されるホールの日数稼働率は、営業収益の確保（営業収益の約8割がホールの施設使用料等）や賑わいの創出、館内店舗等サービス施設への波及効果に大きな影響を与えるため、引き続き稼働率の向上に向けた取組の推進が必要である。

⑤ 主催事業の意義や効果等を踏まえた事業の見直し

主催事業の実施については、都との契約において、魅力ある主催事業の展開を行うこととされており、現在、魅力あるまちづくりの核として、また、文化の創造と発信の拠点として、地域や社会、都民への貢献に資する主催事業を実施し、これらの来場者数は年間約50万人にのぼるが、近年、主催事業数及び予算規模は拡大しており、東京2020大会後の将来像を見据え、主催事業の意義や効果等を踏まえた今後のあり方を検討していく必要がある。

⑥ お客様への訴求力やお客様満足度を高める広報の実現

当社では、これまで、ホームページやSNS、紙媒体等の様々な広報ツールや広報ネットワークを通じて、それぞれの広報ターゲットに向け、施設案内、会社情報、主催事業をはじめとするイベント案内、館内店舗情報、催事主催者への貸出施設をはじめとする利用案内等を発信しているところであるが、さらなるお客様への訴求力、お客様満足度を高める広報を実現していく必要がある。

4. 経営課題解決のための戦略

① 組織力強化に資する働き方改革及び人材育成の推進

現在、当社では、女性社員の比率が高く（女性社員割合：約50%）、また催事等の対応により勤務時間が不規則となる営業職が多数在籍する（営業職割合：約25%）実態を踏まえ、さらなる多様で柔軟な働き方の実現に向け、フレックスタイム制の導入やテレワークの現状について、先進導入企業の取組事例、当社の業務実態を踏まえた制度のあり方検討や調査研究を実施していく。また、今後、社員の高齢化（現時点の50歳以上社員の割合：約35%）が見込まれることから、これまで断続的に実施していた都等への外部派遣研修や受入研修について、研修実施による効果の検証や高い研修効果が期待できる新規研修先候補等の検討を踏まえ、計画的な人材交流を推進していく。

② 東京2020大会競技会場の着実な整備

現在、東京2020大会競技会場の整備については、所管局（産業労働局）、オリンピック・パラリンピック準備局（公財）東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（以下「組織委員会」という。）等と連携し各種調整を進めている。競技会場にかかる仮設施設（オーバーレイ）については組織委員会の所管となるが、恒久施設にかかる整備は当館の所管となり、これらの施設整備は当館のオリンピック・パラリンピックレガシーともなることから、引き続き関係者との調整を踏まえ、各種施設ガイドラインの遵守に向けた対応など万全の準備を着実に実施していく。

③ MICEの積極的誘致に向けた取組の推進

MICE（注）の誘致にあたっては、当館が持つ高い交通利便性（立地条件）や高規格な施設・設備等とともに、グローバル企業だけでなく多様な産業や高度な技術力を有する企業、学術・研究機関の集積や魅力的な観光資源など、東京が持つ強みを最大限に活用した活動を推進していくことが重要であり、受入環境の充実とともに、こうした誘致活動や開催運営を担う人材の育成、誘致に有益な海外主催者との接点確保に資する海外商談会や見本市への出展等について、都や（公財）東京観光財団等とも連携し取組を実施していく。

（注）ビジネスに関連して開催される各種イベントの総称

④ 稼働率向上及び施設利用料金体系の最適化に向けた取組の推進

過去3か年の大規模修繕工事日を除いた主要6ホールの日数稼働率は、84.5%（平成28年度）、85.1%（平成27年度）、80.1%（平成26年度）であり、各年度とも80%を超えほぼフル稼働に近い状態に達しているが、こうしたなか、稼働率の向上に向けては、各ホールの詳細な稼働率分析を踏まえ、ホール形式の特性を活かした催事の誘致（業界動向を見据えた旬な催事の誘致等）や新規顧客の開拓（社会動向等を踏まえた注目業界、成長産業へのアプローチやホールの特性を活かした新たな利用方法の提案によるアプローチ等）などによる積極的な営業活動を実施していく。あわせて、施設利用料金体系の最適化による料金の適正性の確保及び顧客満足度向上を推進していく。

⑤ 主催事業の新たな展開

現在、地域や社会に貢献し賑わいをもたらす5つの主要な主催事業（ラ・フォル・ジュルネ音楽祭、丸の内キッズ・ジャンボリー、J-CULTURE FEST、東京味わいフェスタ、TOKYO FANTASHON）を展開しているが、2020年、19年は、東京2020大会及びプレ大会等による休館のため、一部事業が例年と同時期に開催困難となること、また平成28年度から新規大型主催事業を実施（日本文化の多彩な魅力を発信し東京2020大会文化プログラムにも貢献するイベント「J-CULTURE FEST」：beyond2020プログラム認証）したことにより総事業費が増大していること等を踏まえ、主催事業全体の枠組（ラインナップ）の再構築、経費項目の点検及び協賛金獲得策の検討をはじめとする予算適正化を実施していく。

⑥ 効果的・効率的な広報による情報発信力の強化

これまで、当社の広報は、広報目的に合わせ、広報ターゲットとなるお客様に向けて最適の広報ツールや広報ネットワークを選択・活用し各種の広報を実施してきたところであるが、お客様への訴求力、お客様満足度をより一層高める広報を実現していくため、当社ホームページをはじめとする広報ツールの見直し・最適化、社内各部署との連携推進による積極的な広報展開、メディアリレーション（PR活動を支えるテレビ、新聞、雑誌、WEBといったメディアとの良好な関係構築）の強化やこれまで構築した地域・業界との広報ネットワークのさらなる連携促進等を行い、情報発信力の強化を推進していく。

5. 2020 年までの 3 年間の取組事項

① 組織力強化に資する働き方改革及び人材育成の推進

【3年後の到達目標】

- フレックスタイム制の導入検討やテレワークの調査研究を行い、より多様で柔軟な働き方を実現していく。
- 長期的視点に立った発展性ある人材交流計画を策定し、会社運営、事業運営に有用な人材の育成を推進していく。

個別取組事項	2018 年度		2019 年度	2020 年度	改訂の考え方
	計画	実績値(11月末時点)			
フレックスタイム制の導入検討	<ul style="list-style-type: none"> ・類似施設へのヒアリング及び先進導入企業の取組事例調査 ・現行就業規則における就労状況確認 ・外部研修等の受講 ・導入における課題整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・各課の管理職へヒアリングを行い、課題を抽出 ・民間企業及び東京都へヒアリングを行い、先行事例を研究 ・当社勤務実態に鑑みた導入のメリット・デメリット整理 ・10月から社内において、フレックスタイム制度を試行的に実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・当社の勤務特性に鑑みた柔軟で効率的な就業制度を全社的に試行 ・導入に伴う就業規則の改正等、整備を要する規程類の確認 	<ul style="list-style-type: none"> ・導入に伴う現出退職システムの仕様変更検討 ・効果測定、課題の再整理 ・2021年度からの試行導入開始可否について判断 	<ul style="list-style-type: none"> ・「前倒しできる取組がないか十分に精査し、よりスピード感を持つべき」との評価委員の意見に基づき、2019年度に予定していた「フレックスタイム制度導入のメリット・デメリットの整理」を前倒しで実施 ・2019年度計画を「当社勤務特性に鑑みた柔軟で効率的な就業制度を全社的に試行」に変更
テレワークの調査研究	<ul style="list-style-type: none"> ・類似施設へのヒアリング及び先進導入企業の取組事例調査 ・テレワーク推進センター主催研修及び各種勉強会等への参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・各課の管理職へヒアリングを行い、課題を抽出 ・民間企業へヒアリングを行い、先行事例を研究 ・テレワーク推進センター主催の研修等へ参加することにより、テレワークの体系的知識を習得 ・テレワーク導入に向けたシステム等検討PT立ち上げ ・無償トライアルソフト(チャットワーク)を社内一部にて試 	<ul style="list-style-type: none"> ・部署及び個人ごとにテレワーク診断を実施 ※テレワーク診断：テレワークの活用が効果的な業務や個人環境の洗い出し ・テレワーク導入に向けたインフラ環境整備に着手 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種テレワーク(在宅・モバイル・サテライト)トライアルに対する社員からのフィードバック、課題整理、効果測定 	<ul style="list-style-type: none"> ・上記同様、評価委員の意見に基づき、スピード感を高めた計画に変更
人材育成に資する人材の交流 【期待する人材像】 会社および業務を取り巻く環境の変化に迅速に対応し、社内外の調整を円滑に進めることができる人材 将来的には当社経営の強化を図れる人材 【派遣先(案)】 東京 2020 組織委員会 東京都 MICE 関連団体 民間企業など	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで実施してきた人材交流(外部派遣、受入)の効果検証 ・類似施設への人材交流取組実績ヒアリングの実施 ・新たな人材交流先の検討 ・人材交流計画(案)策定 	<ul style="list-style-type: none"> 行実施 ・人材交流経験社員からのヒアリングを実施 ・過去の人材交流実績の確認及び効果検証を行い、多様な人材交流先を検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・人材交流実施に伴う規程、労使協定等整備事項整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・人事交流先との交流条件、契約内容等の確認 ・関係規程類の改正 ・2021年度からの人事交流開始に向けた準備 	<ul style="list-style-type: none"> ・期待する人材像とその育成に向けた人材交流先(案)を明記 ・専門性を高めるための取組を行いながらも、当社は比較的小規模な組織体制であるため、広範囲にわたる業務を遂行できる幅広い知識、経験、スキルと柔軟な思考、調整力を身につけるための人材交流を推進する

② 東京2020大会競技会場の着実な整備

【3年後の到達目標】

- 東京2020大会までに、アクセシビリティ・ガイドライン及びクリーンベニュー原則ガイドラインへの完全対応、仮設オーバーレイ計画への協力など万全の準備を進め、競技会場として大会の成功に向け積極的に貢献していく。
 - ※ アクセシビリティ・ガイドライン：バリアフリー対策に関する大会基準
 - ※ クリーンベニュー原則ガイドライン：会場内の広告、サイン、その他の営業行為などに関する大会基準
 - ※ 仮設オーバーレイ計画：競技大会の運営、会場セキュリティ等に関する施設の部分改修・仮設の計画
- 大会開催を契機として生み出されるハード・ソフト両面にわたる有形・無形の持続的な効果（オリンピック・パラリンピックレガシー）の創出に取り組み、大会開催後に継承し活用していく。
 - ※ ハード面 全館バリアフリー化推進（エレベータの多言語放送案内、段差解消リフト改修、ホール2階席手すり設置、誘導ブロック）
 - ソフト面 バリアフリー情報発信の拡充（パンフレット改訂、HPリニューアル）、ホスピタリティに対する社員の意識啓発・向上（サービス介助士資格取得）

個別取組事項	2018年度		2019年度	2020年度	改訂の考え方
	計画	実績値(11月末時点)			
アクセシビリティ・ガイドラインを上回るバリアフリー化の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・トイレのバリアフリー化（全便器の洋式化、国際基準の男子小便器の採用、オットマトの設置等）実施 ・その他、要望等を踏まえ、優先的に、部分改修等を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・A, B, C, D, G 棟のトイレの改修を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・引続き、バリアフリー推進に関する取組を推進 ・改修や改善された箇所も含め、様々な媒体を通じ、当館がバリアフリーに優れた施設であることを発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・大会開催前後において、来館者に対し当館のバリアフリーをPR 	—
クリーンベニュー原則ガイドラインへの完全対応	<ul style="list-style-type: none"> ・組織委員会からの説明や基準提示に対する社内対応 ・他会場との情報交換による施設、館内店舗や常駐会社等への影響や対策の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・組織委員会が実施する調査等への積極的な協力 	<ul style="list-style-type: none"> ・広告やサイン、館内店舗や駐車場等の営業に関するガイドライン対応手法の検討 ・他会場との情報交換による施設、館内店舗や常駐会社等への影響や対策の検討（前年度より継続） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドライン対応措置の実施 ・大会開催後の速やかな復旧の実施 	—
仮設オーバーレイ計画への協力	<ul style="list-style-type: none"> ・組織委員会による実施設計策定への協力 ・年度末の大規模修繕工事に合わせた仮設・部分改修工事の着実な実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・組織委員会が実施する調査等への積極的な関与、協力 	<ul style="list-style-type: none"> ・7～9月の閉館期を活用した仮設設備の動作や観客・選手導線の確認（支障があった場合には、速やかな期間内の是正措置の実施） 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京2020大会開催時点での仮設物の完成、9月30日時点での原状回復の実現 ・期間中における、東京2020大会競技運営への協力 	—

③ MICEの積極的誘致に向けた取組の推進

【3年後の到達目標】

- 東京国際フォーラムはアクセス至便な東京都心に位置し、2012年IMF/世界銀行総会開催を契機に、日本を代表する都心型MICE施設として認知度が向上している。当館におけるその特異性は、5,000席を擁する劇場はじめ、平土間ホール、展示場、会議室を同時に複合利用し催事を展開できる点にある。当社はその特性と優位性を活かし、国内外におけるMICE誘致活動を推進する。
- 東京の産業力強化、プレゼンス向上及び周辺地域への高い経済波及効果等に資するMICEについて、新規案件を2件/年獲得し、将来的なMICE開催件数の増加を目指していく。
- ※ MICE案件の基準：日本政府観光局(JNTO)国際会議統計基準 ①国際機関・国際団体又は国家機関・国内団体が主催、②参加者総数50名以上、③日本を含む3カ国以上参加、④開催期間1日以上を満たし(C以外は①を除く)かつ I. 全館利用、II. 参加者総数1,000名以上、III. 発信性の高い催事 のいずれかを満たすもの

個別取組事項	2018年度		2019年度	2020年度	改訂の考え方
	計画	実績値(11月末時点)			
長期的視点に立った誘致活動の推進	・将来にわたり誘致すべきMICEを調査、分析(調査、分析にあたっては、(公財)東京観光財団(TCVB)と強力で連携)	・東京都MICE誘致戦略に基づき、TCVBが主管となり設置した「東京都MICE連携推進協議会」に参画し、長期的視点に立ったMICE誘致を推進 ・「DMO東京丸の内」の本格稼動に伴い、地域協力・連携を一層強化	・調査、分析を踏まえ、MICE主催者キーパーソン等へアプローチ(訪問、情報収集、信頼関係構築、関係の深化等) ・調査、分析の継続実施 ・定期的な「DMO東京丸の内」連絡会の開催によるMICE関連情報や地区内イベント情報の共有	・当館独自のアプローチに加え、「東京都MICE連携推進協議会」及び「DMO東京丸の内」との連携強化により、MICE誘致・獲得	・DMO東京丸の内の2018年11月に都心型MICE誘致促進を目的としたプロモーション施設「Marketing Suite」をオープンしたことに伴い、エリア全体での機能連携による大型MICE誘致に向けた取組がさらに重要となることから、2019年度及び2020年度取組にDMO東京丸の内との連携強化に関する事項を追加
海外主催者に向けたMICE誘致強化	・海外展示商談会への出展回数増加を検討 ・出展すべき海外展示商談会の調査、選択	・海外展示商談会や見本市、観光プロモーションについて、東京都観光部/TCVBとの共同出展により参加 ・日本政府観光局JNTOが出展募集している専門見本市や旅行博等も含め、広く情報を収集	・海外展示商談会への出展計画策定	・計画に基づく海外展示商談会への出展開始	—
MICE誘致・開催運営にかかる人材育成の推進	・MICE誘致・開催運営ノウハウの習得に資する専門研修への社員派遣の検討、計画策定、実施例) ○JNTO/観光庁等主催研修 ・MICEセミナー ・国際会議誘致セミナー ・グローバルMICEセミナー ○TCVB主催講座 ・MICEグローバル人材育成講座 ○ICCA主催セミナー ・Forum for Young Professionals等	・高度な専門性の習得に資する実践的な研修に社員を派遣し、MICE誘致推進に係る人材を育成 ・長期的な視点で成長を促進できる人材を研修内容に合わせて選抜	・専門研修への社員派遣	・専門研修への社員派遣	—

④ 稼働率向上及び施設利用料金体系の最適化に向けた取組の推進

【3年後の到達目標】

- 主要6ホールの日数稼働率について、各年度とも過去3か年（2014～2016年）平均値である83.2%以上を目標とし、営業収益の確保、賑わいの創出や館内店舗等サービス施設への波及効果に繋げていく。
- ※ 日数稼働率の積算においては、定期点検、大規模修繕、東京2020大会及びプレ大会による休館の影響を除く
- ※ [参考日数稼働率] 2014年：80.1%、2015年：85.1%、2016年：84.5%

個別取組事項	2018年度		2019年度	2020年度	改訂の考え方
	計画	実績値(11月末時点)			
ホール形式の特性を活かした催事誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・前年実績分析（各ホールの詳細分析）と当該年度計画の策定 ・業界動向等を見据えた旬な催事の誘致 	<ul style="list-style-type: none"> ・11月末時点の主要6ホールの日数稼働率は84.0%（年間目標値：83.2%） ・各ホールの特性を活かし、時流の変化や業界動向及び経年実績の調査・分析を踏まえた年度計画を策定 ・旬な催事の誘致については、次項参照 	<ul style="list-style-type: none"> ・前年実績分析（各ホールの詳細分析）と当該年度計画の策定 ・業界動向等を見据えた旬な催事の誘致 	<ul style="list-style-type: none"> ・前年実績分析（各ホールの詳細分析）と当該年度計画の策定 ・業界動向等を見据えた旬な催事の誘致 	—
新規顧客の開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・前年実績分析（各ホールの詳細分析）と当該年度計画の策定例） ○注目業界、成長産業へのアプローチ ○ゴルフ、スポーツ関連催事へのアプローチ ○ホールの特性を活かした新たな利用方法の提案によるアプローチ 	<ul style="list-style-type: none"> ・年度計画に基づき、以下の活動を展開 ・新たな分野として、金融IT系（フィンテック、ブロックチェーン）、興行物販系（アイドル系グッズ販売）を開拓 ・ホールD7においては、新番組発表会、新製品発表会、記者発表会としての提案を積極的に実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・前年実績分析（各ホールの詳細分析）と当該年度計画の策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・前年実績分析（各ホールの詳細分析）と当該年度計画の策定 	—
施設利用料金体系の最適化	<ul style="list-style-type: none"> ・現行施設利用料金体系の課題抽出 ・施設利用料金体系最適化方針の策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・現行施設利用料金体系の課題抽出と施設利用料金体系最適化方針の策定に向け、外部専門調査会社を選定 ・専門的知見による分析に向けた事前準備として、実績データ等の整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・類似及び競合施設調査 ・収益シミュレーション実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・最適化案策定 	—

⑤ 主催事業の新たな展開

【3年後の到達目標】

- 現在実施している5つの主要な主催事業について、主催事業の意義、効果や今後のあり方等の検証を踏まえた既存の枠組（ラインナップ）の再構築を実施し、より魅力的で地域や社会へ貢献し賑わいをもたらす事業を展開していく。
※ ラ・フォル・ジュルネ音楽祭については、新たな事業スキームを平成29年度に構築（先行実施）
- 経費項目の点検、業務委託の見直しや協賛金等収入確保策を実施し、主催事業経費の適正化を推進していく。

個別取組事項	2018 年度		2019 年度	2020 年度	改訂の考え方
	計画	実績値(11 月末時点)			
主催事業ラインナップの再構築	<ul style="list-style-type: none"> ・主要主催事業の再構築検討（事業統廃合、他イベントとの連携可能性の検証等） ・再構築方針及びスケジュール策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度に向けての検証に着手し、LFJ 音楽祭、キッズジャンボリーについて開催の方向性で調整中 ・年度末にかけて予算規模を含めた主催事業展開計画を策定予定 	<ul style="list-style-type: none"> ・再構築方針に基づき事業実施 ・LFJ 音楽祭については、幅広い世代に訴求力のある曲目の採用や若い世代をターゲットとしたプログラムなどを実施 ・キッズジャンボリーについては、東京 2020 関連プログラム等を拡充して実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・再構築方針に基づき事業実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・主要主催事業の再構築検討内容について具体的に明記
事業経費の適正化推進	<ul style="list-style-type: none"> （支出） ・事務局運営業務経費など経費項目を適正性、透明性の観点から抽出、点検実施 ・業務委託内容の見直し検討、実施 （収入） ・企画制作会社や出展者等との調整を踏まえ、各主催事業の特性に応じた新たな協賛金収入獲得策の検討・実施 	<ul style="list-style-type: none"> （支出） ・ LFJ 音楽祭、J-CULTURE において事務局業務仕様の点検を行い、一部業務内製化等による経費削減を実施 （収入） ・ LFJ、キッズジャンボリーにおいて新業態の出展者を開拓 	<ul style="list-style-type: none"> （支出） ・経費縮減取組の効果検証 ・経費項目の点検実施は必要に応じ次年度以降継続実施 （収入） ・企画制作会社や出展者等との調整を踏まえ、各主催事業の特性に応じた新たな協賛金収入獲得策の検討・実施（継続実施） 	<ul style="list-style-type: none"> （支出） ・経費縮減取組の効果検証 ・経費項目の点検実施は必要に応じ次年度以降継続実施 （収入） ・新たな協賛金収入獲得策の効果検証 ・必要に応じ次年度以降継続実施 	—
ラ・フォル・ジュルネ音楽祭の事業スキーム再構築（先行実施）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2017 年度に構築した新たな事業スキームにて初開催 ・ 新事業スキームの効果検証 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社負担金を有責任化するという新たな事業スキームにより、LFJ2018 を開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・ LFJ2019 についても、再構築した事業スキームにより、引き続き開催し、必要に応じて効果検証を踏まえた事業スキームの見直しを実施 ・ また、より訴求力を高める曲目の採用やターゲットを明確にしたプログラムなどを展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 必要に応じて事業スキームの見直しを実施 	—

⑥ 効果的・効率的な広報による情報発信力の強化

【3年後の到達目標】

- ホームページをはじめとする広報ツールの見直し・最適化、情報の見える化による社内連携の推進、メディアリレーションの強化や地域・業界との広報ネットワークの連携推進により情報発信力を強化し、お客様への訴求力、お客様満足度を高める広報を実現していく。

個別取組事項	2018 年度		2019 年度	2020 年度	改訂の考え方
	計画	実績値(11 月末時点)			
公式ホームページの見直し	①社内横断的PT を設置し、現行ホームページの課題等を整理 ②ホームページリニューアルプランの策定 ③企画コンペによる委託先選定 ④新ホームページ設計、構築、運用開始	・社内横断的PT (リ ニューアル PT)等により 現行ホームページの課 題等を整理し、リニ ュープランを策定。 ・PT によるリニ ュープランを企画募集 要項・仕様書・評 価基準等に反映し たことにより、的 を射た企画と優良 な委託先の選定に 成功 ・現在、新ホーム ページの設計、構 築作業を実施中	・新ホームページの多 言語化拡充 ・英文ページの内 容充実を図るとと もに、東京 2020 大 会を契機とした、 世界中の人々から のアクセスに対応 できるよう、自動 翻訳機能を追加	・新ホームページにつ いて、社内アンケート実 施 ・改善点の検証に よる修正	—
広報ツール (媒 体) のあり方検 討・最適化	①社内ヒアリング を実施し、現在 活用している 全広報ツールを洗 い出し ②広報ツールのあ り方検討 ③情報内容や 用途に応じた 広報ツールの最適 化	・社内ヒアリング を実施し、現在活 用している全広報 ツール (紙媒体) の洗い出し、内容 検証、あり方を検 討 ・検討結果を踏ま え、ツールの統廃 合や新規作成、デ ザイントーンの統 一といった具体案 を策定	・最適化に基づく 広報ツールの活用	・最適化に基づく 広報ツールの活用	—
情報の見える 化による社内 連携の推進	・「広報計画カ レンダー」(社内や 地域の活動予 定等の情報を見 える化)の導入 検討、構築	「広報カレンダー」 (名称変更) 及 び写真データ一元 管理システムを導入し、情報の見える 化による社内連 携を推進	・導入効果検証及 び効果的な運用方 法の検証	・広報活動へのフ ィードバック	—
メディアリレ ーションの強 化及び地域・業 界との広報ネ ットワークの 連携推進	・専門コンサルを 活用した効果的 メディアアプローチ 手法の検討、実施 ・地域、業界ネ ットワークとの連 携強化による広 報活動へのフ ィードバック	・専門コンサルを 活用し、新たにメ ディア向けシズナ ルターの発信を 開始するなど、 効果的メディア アプローチ 手 法を検討、実施 ・大丸有や、首 都圏大型MICE 施設関係者と 連携強化を図 り、そこで得ら れた知見・情報 を広報活動へ フィードバック	・メディアアプロ ーチ手法 や地域・業界ネ ットワークの活 用による広報 活動へのフ ィードバック ・東京都との連 携によるスポ ーツの魅力発 信と地域のに ぎわい創出を 展開	・メディアアプロ ーチ手法 や地域・業界ネ ットワークの活 用による広報 活動へのフ ィードバック	・地域・業界との ネットワーク を通じた情報 発信も、当社 に求められる 役割のひとつ と考え、具体 的取組を追記