

令和 5 年度

事業計画書

令和 5 年度事業計画

1 基本方針

公益財団法人として、大阪市内の中小企業勤労者等の福祉の向上を図り、中小企業の振興に寄与するため、慶弔給付事業、健康管理事業、厚生事業を大きな柱として総合的な福利厚生事業を実施していく。

令和 4 年度は、会員企業の利便性の向上と職員の業務の効率化の観点から、「収納代行サービス」と「インターネットバンキング」の導入をおこない、サービスの向上と事務改善を図ってきた。また、情報発信として、新たに SNS を活用し、LINE や Instagram の投稿から、会員のサービス利用状況をツイートすることで、会員や会員外の人にも情報発信ができる「ハッシュタグ収集システム」を取り入れ、より多くの方にホームページを見て頂けるように努めてきたところである。

令和 5 年度は、2 年後の設立 50 周年(昭和 50 年設立)に向けて、会員の皆様に満足していただける OCS センターをめざし、新たな福利厚生サービスが提供できるように、業務の再構築をおこない、その実現に向けて進めていく。

そのためにも、引き続き、会員企業、並びに、会員皆様の利便性の向上と業務の効率化に取り組むとともに、この間コロナ禍で十分な取り組みができていない状況であった会員拡大について、令和 5 年度は、最重要課題として重点的に営業活動に取り組む。

2 主な取り組み

(1) 会員拡大等の取り組み

- ・大阪市工業会連合会、各区の工、産業会

引続き団体との連携を深め、チラシの同梱などの協力をいただくとともに電話等によるアプローチを行い、未加入企業の加入促進に努める。

- ・大阪卸商連合会

関係団体や協同組合等について、各事務局に説明を行い、チラシの同梱などの協力をいただき、認知度の向上を図るとともに加入促進に努める。

- ・情報発信

引き続き、LINE や Instagram、ホームページ等を活用した情報発信をおこなうことにより、会員外への認知度の向上や福利厚生事業についての関心を高め、加入促進に繋げて行く。

- ・その他

ビジネスマッチングや大阪勧業展などに出展し、認知度の向上を図る活動をおこないながら加入推進に努める。

- ・退会防止

会員企業の利用状況の把握を常に行い、サービスの利用率が低い会員企業を訪問するなど、退会に繋がらないようにアプローチを積極的におこなう。

(2) 魅力ある福利厚生サービス事業の展開

- ・コロナ禍で実施できていないソフトボールやボウリング大会などの大規模イベントについて、他市サービスセンターとの共催実施に向けて検討をおこなう。
- ・イベント等に会員が参加しやすくなるよう、日時の選択ができる日帰りツアーや体験イベントなどの企画事業を計画する。
- ・人気のあるビアガーデンチケットやグルメギフトカードなど、より多くの会員が利用できるチケットを販売する。
- ・昨年も好評であった物資斡旋については、手軽に利用でき、季節に合わせた商品の斡旋をおこなう。
- ・引き続き、会員の他種多様なニーズに対応した全国的なサービスの導入を検討する。
- ・毎年好評の新入社員研修や会計セミナーに加えて DX(デジタルトランスフォーメーション)関係のセミナーなど開催する。

(3) 積極的な情報発信

- ・2023年度版ガイドブックを制作する。
- ・ホームページを活用し、会員のサービス利用状況を写真等で紹介することで、会員外への認知度を高め、新たな会員の加入につながるよう、積極的な情報発信に努める。
- ・LINEを活用し、タイムリーでスピード感のある情報の発信をおこない、サービスの利用促進に努める。
- ・OCS ニュースの充実と QR コードを活用したホームページとの効果的な連携を図る。

(4) 業務の効率化や効果的運用

- ・会員の利便性向上の観点から、デジタル技術を利用したサービス向上策を検討する。
- ・業務量が多い事務について、作業内容を点検し、職員にとっても、利用者にとっても、効率的・効果的な方策への転換を進めていく。
- ・職員相互において、各種システムの連携を図るとともに、サービスの利用状況の分析などが容易に行え、事業運営に反映できるように職員の知識を高める。

(5) 特定退職金共済制度事業の円滑な運営

- ・総合的な福利厚生サービスの一端を担う特定退職金制度は、従業員の退職後の生活安定をになう重要な制度であり、企業にとっても将来を担う人材確保の一助となる制度であることから、福利厚生制度の加入推進とともに退職金制度に関心をもつ企業への情報発信を積極的に行う。

I. 会員数の動向及び拡大について

令和4年度は、当センターの認知度の向上を図る観点から、SNSを活用した広報活動と共に、ハッシュタグ収集システム（SNSの投稿がホームページに反映する仕組み）を導入し情報発信に努めた。

令和5年2月の会員数は、940社14,073名となっている。

令和5年度は、工・産業会、関係団体等に当団体の理解を深めていただけるように、引き続き団体事務局と連携協力を図りながら、今までアプローチができていない団体等についても情報提供をおこない、当センターの認知度の向上を図っていく。

引き続き、第一生命が実施するビジネスマッチングに参加するとともに、大阪府下の他市サービスセンターと共同で大阪勧業展に出展し、サービスセンターの認知度向上に加え、加入に結びつく企業を増やしていくなど、様々な観点から会員拡大策を講じていき、令和5年度は会員数15,000名をめざす。

項目	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度 計画
年度当初 企業数	1,036 社	995 社	987 社	会員数 15,000 名
年度当初 会員数	14,279 名	13,936 名	14,261 名	
年度末 企業数	998 社	986 社	※ 940 社	
年度末 会員数	13,916 名	13,939 名	※ 14,073 名	
入会者数（新規・追加）	1,454 名	1,481 名	※ 1,743 名	
退会者数（取消・退会）	2,118 名	1,458 名	※ 1,365 名	
純増減	-664 名	23 名	134 名	
入会企業数	8 社	22 社	※ 18 社	
退会企業数	64 社	34 社	※ 64 社	

※令和4年度は2月までの実績

II 福利厚生事業

1.生活安定事業

① 慶弔給付事業 ※令和4年度は、1月末までの実績に2・3月見込での件数

令和5年度は、会員の管理データで該当事者が予測される項目は実数をもとにし、その他の項目については過去5年分の平均をもとに件数を勘案した計画とする。

給付項目	給付金額	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	
		実績	実績	実績	計画	
A. 二十歳祝金	¥10,000	21件	19件	27件	27件	270,000円
B. 卒業祝金	¥10,000	2件	2件	6件	4件	40,000円
C. 結婚祝金	¥20,000	173件	185件	166件	193件	3,860,000円
D. 出産祝金	¥10,000	256件	272件	261件	275件	2,750,000円
E. 入学祝金	¥10,000	589件	590件	572件	610件	6,100,000円
F. 永年勤続慰労金	勤続40年	¥30,000	72件	55件	65件	1,680,000円
	勤続30年	¥20,000	139件	116件	159件	3,620,000円
	勤続20年	¥15,000	228件	219件	221件	4,320,000円
	勤続15年	¥10,000	366件	337件	326件	3,640,000円
	勤続10年	¥5,000	429件	415件	357件	2,010,000円
G. 還暦祝金	¥10,000	229件	217件	258件	254件	2,540,000円
H. 銀婚祝金	¥20,000	75件	82件	76件	85件	1,700,000円
I. 金婚祝金	¥30,000	12件	12件	14件	10件	300,000円
J. 傷病見舞金	¥10,000	84件	86件	74件	78件	780,000円
K. 災害見舞金	¥20,000	0件	0件	0件	1件	20,000円
L. 死亡弔慰金	本人	¥50,000	12件	16件	13件	750,000円
	配偶者	¥25,000	7件	6件	7件	200,000円
	一親等	¥10,000	312件	323件	314件	3,270,000円
	死産	¥10,000	2件	2件	0件	20,000円
合計件数		3,008件	2,954件	2,916件		
支払額		34,440,000円	33,840,000円	34,695,000円		
予算件数		2,922件	3,067件	3,139件	3,180件	
予算額		34,320,000円	36,090,000円	37,450,000円	37,870,000円	

会員管理データで検索予測できる項目

② 物資斡旋事業

令和4年度は、昨年度に引き続きコロナ禍によるおうち需要へ応えるべく、北海道や各地方の特産品などの季節に合わせた物資のあっせんを行った。令和5年度に関しては、令和4年度も非常に好評であった年末の海鮮物のあっせんを始めとした季節商品に加え、食品や生活必需品の値上がりが続いていることから、お米や生鮮食品などのなくてはならない商品に補助を行うなどの工夫を行い、LINE や Instagram などの SNS を活用することで関心を集め、利用率の向上に注力することとする。

購入方法については、これまで以上に申込みが簡易になるように、申込手順の簡略化や QR コードを活用することにより申込フォームの明確化に努める。

【年間予定】

予定事業	掲載予定	令和4年度	令和5年度
		実績	計画
八尾のえだまめ	4・5・6月号	47件	50件
春の味覚（トマト、イチゴなど）・日用品		23件	30件
夏の味覚（もも、そうめんなど）・日用品	7・8・9月号	40件	40件
秋の味覚（りんご、梨など）・米	10月号	10件	20件
年末あっせん(カニ、ふぐなど）・米	11・12月号	112件	120件
ミキハウス新春福袋		3件	10件
冬の味覚（せとか・デコボンなど）・日用品	1・2・3月号	31件	30件
合計		266件	300件

予定事業	掲載予定	令和4年度	令和5年度
		実績	計画
家庭常備薬	年2回	179件	200件

2.健康維持増進事業

令和5年度の計画については、平成30年から令和3年の平均値を計画数としている。

また、健診機関との提携による人間ドックについては、令和5年度より持続可能な健診事業とするため補助額の見直しをおこなう。また、より多くの会員が制度を利用できるように、健康診断の受診後の申請方法や補助額について引き続き内容の検討を進めていく。

さらに、事業主にも関心をもっていただけるよう健康経営やメンタルヘルスなどのセミナーの開催もおこなう。

補助項目	補助額	平成30年度 実績	平成31年度 実績	令和2年度 実績	令和3年度 実績	令和4年度(1月現在) 実績	令和5年度	
							計画	
一般健診(本人)	1,600円	3,613件	3,595件	3,487件	3,655件	3,048件	3,000件	4,800,000円
一般健診(35才未満)	1,000円	978件	940件	932件	937件	848件	927件	927,000円
付加健診(本人)	3,200円	532件	452件	590件	675件	701件	1,070件	3,424,000円
人間ドック	3,600円	148件	132件	126件	132件	140件	136件	489,600円
合計		5,271件	5,119件	5,135件	5,399件	4,737件	5,133件	9,640,600円

OCS 健診・婦人健診は一般健診に含む

令和4年度は、1月末までの実績

3.自己啓発事業

令和5年度は、社会のウィズコロナに向けた取組みが活発化すると予測されることから、従来の会場参加型セミナーの開催も積極的に行いつつ、時間や場所にとらわれない利便性に富むオンラインセミナーの開催も随時行うこととする。

内容としては、例年好評である新入社員研修や、日本公認会計士協会近畿会による会計セミナーなどを実施するとともに、需要が高まるDX（デジタルトランスフォーメーション）についてのセミナー等を実施する。

また、個々のスキルアップや、趣味の充実に役立ててもらうため、イング・ライセンスアカデミー、産経学園、資格の学校TAC、生涯学習のユーキャンとの提携を継続する。

事業名称	掲載予定	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
		実績	実績	実績	実績	計画
新入社員研修	3・4月	24名	—	18名	13名	25名
退職準備セミナー	11・12月	6回	—	6回	2回	1回
会計セミナー	11・12月	25名	24名	10名	13名	20名
その他セミナー	未定	—	—	—	3名	20名
合計		49名	24名	28名	29名	65名

4.余暇活動事業

【企画事業】

- ① ウィズコロナにより、これまでとは余暇の過ごし方に変化が表れていることから、ソフトボール大会やボウリング大会などの大規模イベントは他市サービスセンターと共催で行う方向で、開催に向けた検討を進める。
- ② 価格の高騰や生活様式の変化により、従来の日帰りバスツアーや体験イベントの参加率が低いため、参加者が日時を選択できるようなツアーや、複数日程を設定した体験イベント、親子で比較的安価に参加できるイベントなど、参加しやすい企画事業を計画する。
- ③ レッドホースコーポレーション株式会社が運営するeスポーツ施設「REDEE」と連携し、会員のお子様を対象にデジタル分野のセミナーや体験イベントを計画する。
- ④ より多くの会員が利用できるよう、今年度好評であったビアガーデンチケットや、クリスマスグルメギフトカードのような様々な年齢層・地域に対応した事業を実施する。

【宿泊・レジャー】

- ① 宿泊利用補助について、令和４年度に関しては、コロナ渦以前の利用数（平成３１年度 会員利用 256泊 家族 450泊）までとはいかないものの、見込みどおり利用数が回復していることから、令和５年度は会員 220泊、家族 350泊の計画とする。

施設名称	種別	補助額	平成 31 年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度
			実績	実績	実績	実績※	計画
JTB	会員	2000 円	34 泊	5 泊	11 泊	22 泊	30 泊
かんぽの宿			38 泊	9 泊	10 泊	14 泊	35 泊
休暇村			62 泊	30 泊	42 泊	38 泊	55 泊
湯快リゾート			120 泊	29 泊	38 泊	77 泊	100 泊
合計			254 泊	73 泊	101 泊	151 泊	220 泊
JTB	家族	1000 円	38 泊	12 泊	18 泊	21 泊	35 泊
かんぽの宿			58 泊	17 泊	15 泊	21 泊	40 泊
休暇村			111 泊	43 泊	79 泊	67 泊	85 泊
湯快リゾート			241 泊	68 泊	86 泊	164 泊	190 泊
合計			448 泊	140 泊	198 泊	273 泊	350 泊

※令和４年度は、１月末までの実績

- ② 会員１人につき利用回数 10 回までの補助があるディズニーリゾートや、人気がある施設(海遊館・ニフレル・ナガシマリゾート)などの利用に加え、阪神甲子園球場年間指定席 8 席・ガンバスタジアム 4 席などの利用として、ウィズコロナの状態ではあるものの、利用数が回復してきていることから、今年度利用実績（2023 年 1 月末時点 1,823 枚）を参考に 2,130 枚の計画とする。

事業名称	平成 31 年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度
	実績	実績	実績	実績※	計画
東京ディズニーリゾート (特別利用券)	461 枚	91 枚	164 枚	452 枚	500 枚
海遊館	155 枚	31 枚	95 枚	158 枚	210 枚
天保山大観覧車	37 枚	7 枚	16 枚	34 枚	45 枚
アドベンチャーワールド	203 枚	25 枚	62 枚	142 枚	185 枚
ナガシマスパーランド	233 枚	70 枚	160 枚	232 枚	265 枚
志摩スペイン村	22 枚	14 枚	15 枚	—	—
ニフレル	—	—	129 枚	82 枚	135 枚
ひらかたパーク	353 枚	90 枚	195 枚	261 枚	310 枚
阪神甲子園球場年間指定席	424 枚	—	439 枚	414 枚	420 枚
ガンバ大阪年間シート	66 枚	—	—	48 枚	60 枚
合計	1,888 枚	319 枚	1,275 枚	1,823 枚	2130 枚

※令和４年度は１月末まで

【チケット】

- ① 映画チケットについては、コロナ禍により映画館の利用率の減少がみられるが、TOHO シネマズパスポートチケットに関しては依然人気が高いことから、会報誌発行毎に斡旋を行うこととする。

チケット名称	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	実績	実績	実績	実績	計画
東宝シネマズパスポート共通	387 枚	400 枚	472 枚	363 枚	400 枚
松竹 特別団体鑑賞券A共通	31 枚	30 枚	19 枚	—	—
松竹 特別団体鑑賞券B共通	60 枚	82 枚	73 枚	—	—
合計	478 枚	512 枚	564 枚	363 枚	400 枚

- ② 日帰り温泉チケットについては、太平の湯(なんば店、忠岡店)・上方温泉一休・おゆば・水春(箕面、鶴見、東香里)・万葉倶楽部(神戸ハーバーランド)・湯快のゆ(門真、寝屋川)の計10施設の利用として、今年度利用実績(2023年1月末時点 656 枚)を参考に 840 枚の計画とする。

事業名称	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	実績	実績	実績	実績※	計画
湯源郷 太平のゆ(なんば店)	489 枚	337 枚	379 枚	338 枚	400 枚
湯源郷 太平のゆ(忠岡店)	115 枚	127 枚	93 枚	34 枚	60 枚
湧出天然温泉くつろぎの郷 湯楽	192 枚	124 枚	38 枚	—	—
街の湯治場 上方温泉一休	264 枚	186 枚	280 枚	200 枚	250 枚
源気温泉 おゆば	13 枚	22 枚	22 枚	14 枚	20 枚
箕面湯元 水春	4 枚	0 枚	10 枚	14 枚	20 枚
鶴見緑地湯元水春	15 枚	17 枚	28 枚	28 枚	35 枚
東香里湯本水春	—	—	—	10 枚	15 枚
湯快のゆ 門真店	—	—	—	11 枚	15 枚
湯快のゆ 寝屋川店	—	—	—	0 枚	10 枚
万葉倶楽部(神戸ハーバーランド)	28 枚	11 枚	22 枚	7 枚	15 枚
合計	1,120 枚	824 枚	872 枚	656 枚	840 枚

※令和4年度は1月末まで

5.情報提供事業

ホームページにおいて、ハッシュタグ収集システムを引き続き活用し、会員の利用状況やサービス内容を写真や画像で紹介することにより、視覚的にわかりやすく、会員拡大のツールとしても活用できるホームページ作りに努める。

また、SNS（Instagram、Facebook）を積極的に活用し、会員外への認知度向上に努める。

LINE は、強力無比な情報提供手段であることから、様々な媒体を用いて登録者数の増加に努める。配信のタイミングについては、常に新しい配信を継続的に行うことを心掛け、会員にとってメリットのあるホットなニュースを届けられるように情報提供を行うこととする。

ガイドブック及び会報誌においては、時流に乗った表現方法を取り入れることで、サービス利用のハードルを下げ、利用率向上に寄与する紙面づくりに努める。

項目	掲載内容	取組み
ホームページ	【プル型情報提供】 事業内容、最新情報、 事業周知、利用申込	・ハッシュタグ収集システムの活用により、利用者の声が会員、会員外に届くホームページとする。 ・視認性を高め、わかりやすいホームページ作りに努める。
LINE	【プル型情報提供】 利用申込や問い合わせなどホームページへの誘導 【プッシュ型情報提供】 会報誌発行通知、事業周知、	・チケットやイベント情報を継続的に配信し、サービスの利用率向上に努める。 ・LINE 限定の情報発信、キャンペーンの開催、ガイドブックや会報誌でのアプローチを行うことで、登録者数の増加に努める。
Instagram Facebook	会員の声、事業内容	・会員から、サービスを利用した感想を写真とともに募り、代理投稿を行う。 ・サービス内容の情報を投稿し、未加入企業の関心を高め、認知度向上に努める。
OCS ニュース	イベントやセミナー等の主催事業、各種チケットあつ旋、商品あつ旋、新提携施設 (年 5 回発行、1 回 web 版)	・紙面では伝えきれない情報は QR コードから SNS や専用ホームページにリンクさせることで、多くの情報を提供し、見やすさと利用しやすさの向上に努める。
OCS ガイドブック	モデルプラン、提携施設一覧、健診補助事業、提携医療機関、慶弔給付事業、特定退職金共済制度など	・活用事例を用いて、具体的な利用法の提案を行う。 ・ホームページと連動させることにより、タイムリーな情報を得られるようにする。

Ⅲ 退職金共済事業（公２）

退職後の生活基盤の安定を図るため、所得税法施行令第 73 条に基づく「特定退職金共済団体」として、特定退職金共済事業を引き続き実施する。

令和 5 年度は、コロナの収束を見据えて、会員拡大のツールの一つとして特定退職金共済事業を活用していく。