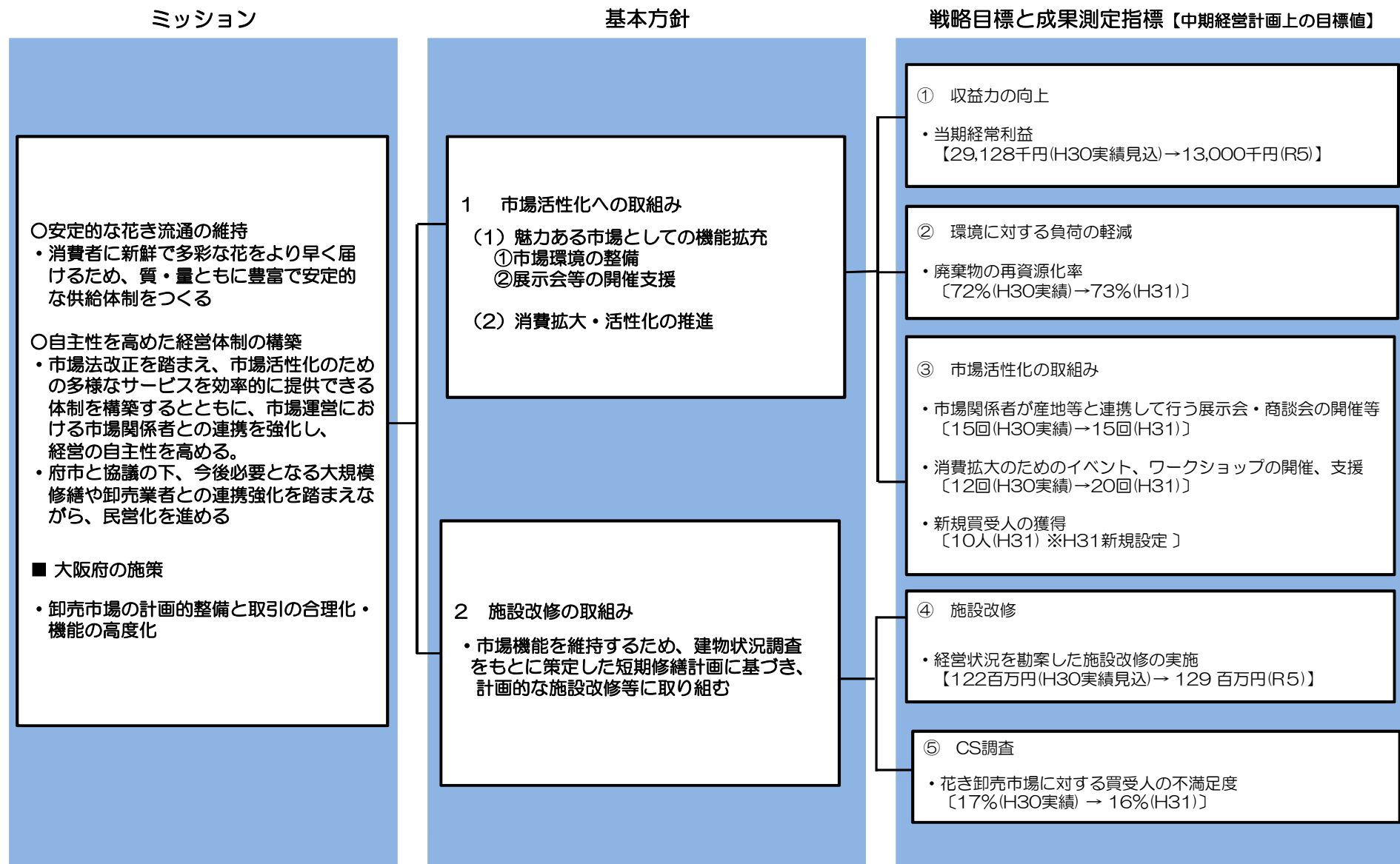


| | |
|----------|------------------|
| 法人名 | 株式会社大阪鶴見フラワーセンター |
| 作成 (所管課) | 環境農林水産部 流通対策室 |

○ 経営目標設定の考え方



○ H30年度の経営目標達成状況及びH31年度目標設定表

I. 最重点目標(成果測定指標)

| 戦略目標 | 成果測定指標 | 新規 | 単位 | ウエイト (H30) | H29実績 | H30目標 | H31目標 | ウエイト (H31) | 中期経営計画 (H31～R5) | | H31目標設定の考え方 (数値の根拠) ※累積数値による目標設定の場合は、その理由も記載 |
|----------------------------------|--|----|----|---------------|----------|---------------|----------|---------------|--------------------|--------|---|
| | | | | | | 実績[見込] | | | H31目標 | 最終年度目標 | |
| ① 収益力の向上 | 当期純利益 | | 千円 | 30 | 42,139 | 34,873 | - | - | - | - | <p>・30年度は7月から売上高使用料の減額(切花1.7%→1.4%)や大型台風や地震等自然災害の影響があり、目標を大きく下回ることになった。</p> <p>・花きについては個人消費が伸び悩み、法人需要も低迷している中で、卸売業者等市場関係者が一体になって、取扱高や消費拡大を図り、収益力の向上に努めていく。</p> <p>・開場後24年が経過し、施設の老朽化対応及び市場競争力強化のための改修を進めており、設備投資に伴う減価償却費が増加している。</p> <p>・今後、大規模修繕等による特別損失等の発生も予想されることから、より法人の経営実態を示す経常利益を指標とする。</p> |
| | 当期経常利益 | ☆ | 千円 | - | (79,739) | - 〔29,128〕 | ↓ 10,000 | 30 | 10,000 | 13,000 | |
| 法人経営者の考え方(取組姿勢・決意) | | | | | | | | | | | 具体的活動事項 |
| 最重点とする理由、 経営上の位置付け | <ul style="list-style-type: none"> ・当市場が我が国の中核的二十大市場の一翼として安定的な花き流通に寄与するとともに、市場運営の車の両輪である卸売業者との連携強化(取組み支援)を通じ、魅力ある市場としての機能拡充を図り、より競争力のある市場を目指す。 ・民営化を進めるため、株式の売却については、今後必要となる大規模修繕等を踏まえ、企業価値を見極めたうえで判断する。 | | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・市場施設の設備と機能向上を図り、優先順位を付けた投資判断を行う。 取扱高の増加につながる企画立案を行い、収益の確保を行う。 |
| 最重点目標達成のための 組織の課題、改善点 | <ul style="list-style-type: none"> ・開場24年を超えており、長期修繕計画等を踏まえ、優先度・緊急度・財務状況等を勘案し計画的に施設改修や設備更新を図り、より一層、市場機能の向上に向けた投資にも取り組み、市場価値を向上していく。 ・収支バランスの取れた投資判断を行うとともに、収益力の向上を目指す。 ・人件費の節減、ごみの分別排出を徹底し処理量を減らすこと等による市場内の維持管理経費の削減などにより、支出の削減を図る。 | | | | | | | | | | <p>【経費削減】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費の節減 ・ごみの分別を徹底する等、廃棄物処理費を節減 <p>【施設整備と機能向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セリシステム等更改の検討 ・市場内施設の修繕、更新の優先度をつけて実施 |
| 活動方針 | <ul style="list-style-type: none"> ・市場を取り巻く厳しい環境を踏まえて、一層の経費節減を図る。 | | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・場内環境の整備 |

Ⅱ. 設立目的と事業内容の適合性(事業効果、業績、CS)

| 戦略目標 | 成果測定指標 | 新規 | 単位 | ウエイト (H30) | H29実績 | H30目標 | H31目標 | ウエイト (H31) | 中期経営計画 (H31～R5) | | H31目標設定の考え方 (数値の根拠) ※累積数値による目標設定 の場合は、その理由も記載 | 戦略目標達成のための活動事項 |
|-------------|-----------------------------|----|-----|---------------|-------|--------------|-------|---------------|--------------------|--------|--|--|
| | | | | | | 実績[見込] | | | H31目標 | 最終年度目標 | | |
| ③ 市場活性化の取組み | 市場取扱高 | | 億円 | 15 | 250 | 260 × 248 | - | - | - | - | - | - |
| | 消費拡大のためのイベント、ワークショップ等の開催、支援 | | 回 | 10 | 8 | 8 12 | 20 | 15 | - | - | 消費拡大のため、市場関係者のみならず商業施設等の異業種と連携してイベント等を開催していく | 31年度からは、卸売業者に限らず他の市場関係者や、商業施設とも連携したイベントやワークショップの開催支援する |
| | 若手買受人の育成を図るため研修会等を開催 | | 回 | 5 | 5 | 5 7 | - | - | - | - | - | - |
| | 市場関係者が産地等と連携して行う展示会・商談会の開催等 | ☆ | 回 | - | (5) | - (11) | 15 | 10 | - | - | 産地等と買受人との情報交換の場を提供していく | リニューアルした展示コーナー等を活用して、展示会・商談会を行うことにより、買受人の購買意欲を高め、消費拡大につなげていく |
| | 新規買受人の獲得 | ☆ | 人 | - | (15) | - (19) | ↓ 10 | 5 | - | - | 買受人総数が減少しているが、意欲のある新規買受人の獲得し花の消費拡大を図る | 登録している買受人数が減少している中で、魅力ある市場機能の向上に努め、新規買受人を獲得する |
| ④ 施設改修 | 経営状況を勘案した施設改修 | ☆ | 百万円 | - | - | - - | 127 | 15 | 127 | 129 | 減価償却費+計画修繕費の範囲内で行う(借入金返済額を含む) | 経営状況を勘案して、計画的な施設改修と設備投資を行う |
| ⑤ CS調査 | 花き小売業者を対象とした不満足度 | | % | 20 | 21 | 18 17 | 16 | 10 | - | - | CS調査の不満足度が高く、かつ法人が早急に取り組める項目から優先的に対策を実施することにより、30年度より1%削減を目指す。 | ・館内放送の改善 ・車の入場規制・誘導方法、市場内物流の改善 ・掲示機能の充実 |
| | 生産・流通情報の収集提供の実施(プロセス) | | 件 | 5 | 10 | 10 15 | - | - | - | - | - | - |

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

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------|--|---|---|----|------|--------------|-----------|----|----|---|---|--------------------------|
| 花き卸売市場運営事業の効率の実施 | 売上高営業利益率 (花き卸売市場運営事業 営業利益 /花き卸売市場運営事業 売上高) | | % | 15 | 11.6 | 8.5 × 4.5 | - | - | - | - | - | - |
| | ② 環境に対する負荷の軽減 | 廃棄物の再資源化率 (再資源廃棄物(トン) /廃棄物総量(トン)) | ☆ | % | - | (69) | - (72) | 73 | 15 | - | - | 分別を徹底する等、廃棄物の再資源化率を高めていく |

- ・☆はH30からの新規項目
- ・×は目標値未達成
- ・↓は前年度実績比マイナスの目標値
- ・()は当該年度の経営目標として設定していないため、参考として記入した実績値

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

CS調査の実施概要

○ 平成30年度の実施結果

| 調査内容 | 実施方法 | アンケート等対象者 | 対象者数 | 実施時期 |
|------------------|------------------------|-----------|------|------------|
| 卸売市場の利用に関する満足度調査 | 「大阪鶴見花き地方卸売市場」利用者アンケート | 買受人 | 576名 | 平成31年2月～3月 |

| 実施結果の主な内容 | 実施結果を踏まえた取組 | 平成31年度にめざす状態 |
|---|---|--|
| 不満足度の高い項目（「やや不満」+「不満」の合計） ・荷物の積み込みをスムーズにできる（51.2%⇒38.3%） ・毎日の「セリ予定量」はわかりやすい（33.7%⇒28.1%） ・館内放送は聞き取りやすい。（28.8%⇒25.0%） ・セリ室の空調は快適である（27.6%⇒25.9%） ・職員のあいさつや態度はよい（24.0%⇒21.9%） ・お知らせ等の表示はわかりやすい（23.1%⇒24.2%） ・セリ室やトイレは清潔である（23.0%⇒5.8%） | 29年度と比べて不満足度が減少しているものの、31年度においても、引き続き不満足度が高く、かつ法人が早急に取り組めるものから優先的に対策を実施。 ・館内放送の改善 ・車の入場規制・誘導方法、市場内物流の改善 ・掲示機能の充実 等 | アンケートの内容を踏まえた場内環境を整備することで、入場する買受人が快適に利用してもらえる市場を目指す。 |

○ 平成31年度の実施方針

| 調査内容 | 実施方法 | アンケート等対象者 | 対象者数 | 実施時期 |
|------------------|------------------------|-----------|------|--------|
| 卸売市場の利用に関する満足度調査 | 「大阪鶴見花き地方卸売市場」利用者アンケート | 買受人 | 600名 | 令和2年2月 |

・CSに関する平成31年度目標（再掲）【※ 戦略目標の場合】

| 戦略目標 | 成果測定指標 | 単位 | H29実績 | H30目標 | H31目標値 | CS調査の数値を戦略目標に設定した理由及び目標値の根拠 |
|------|------------------|----|-------|--------|--------|--|
| | | | | 実績（見込） | | |
| CS調査 | 花き小売業者を対象にした不満足度 | % | 21 | 18 | 16 | （設定した理由） 魅力ある市場にするため、買受人の実態を把握する必要がある。 （何をめざすのか） 来場者にとって魅力ある市場にする。 （目標値の根拠） 利用者の不満足度が高く、かつ法人が早急に取り組める項目から優先的に対策を実施することにより、30年度より1%削減を目指す。 |
| | | | | 17 | | |

■ 目標値未達成の要因について

〔1〕

| 30年度の 成果測定指標 | 単位 | 30年度の目標値 | 30年度の実績値 (見込) |
|-----------------|----|----------|------------------|
| 当期純利益 | 千円 | 34,873 | 9,265 |

| | |
|------------------|--|
| 未達成の要因と分析 | 30年度は市場環境の悪化のため両卸会社共に苦しい財務状況の中で、今後の取扱高増加のため積極的に卸会社に取り組んでもらうため、7月から切花の売上高使用料を1.7%から1.4%引き下げたため、30年予算と比較して営業費用で38百万円削減したものの、営業収益で年間約76百万円の減収となり、当期純利益(見込み)で約30百万円の減となった。 |
|------------------|--|

| | |
|----------------|---|
| 今後の改善方策 | 産地に対しては、大阪府・大阪市の協力も得ながら卸売業者と共同で出荷量の拡大を働き掛け取扱量の増加に努めるとともに、花きの消費拡大を図るため、卸売業者、仲卸売業者、買受人など市場関係者が一体となって、消費者に花き購買意欲を促進するための啓発活動に取り組む。 |
|----------------|---|

〔2〕

| 30年度の 成果測定指標 | 単位 | 30年度の目標値 | 30年度の実績値 (見込) |
|-----------------|----|----------|------------------|
| 市場取扱高 | 億円 | 260 | 248 |

| | |
|------------------|---|
| 未達成の要因と分析 | 花きについては、個人消費が伸び悩み、法人需要も低迷が続いている中で、30年度は大型台風や地震等自然災害による影響で入荷時期のズレと価格低迷の影響もあり、取扱量が対前年約1.6%減、取扱高が対前年で約0.5%減となった。 |
|------------------|---|

| | |
|----------------|---|
| 今後の改善方策 | 産地に対しては、大阪府・大阪市の協力も得ながら卸売業者と共同で出荷量の拡大を働き掛け取扱量の増加に努めるとともに、花きの消費拡大を図るため、卸売業者、仲卸売業者、買受人など市場関係者が一体となって、消費者に花き購買意欲を促進するための啓発活動に取り組む。 |
|----------------|---|

■ 目標値未達成の要因について

〔3〕

| 30年度の 成果測定指標 | 単位 | 30年度の目標値 | 30年度の実績値 (見込) |
|-----------------|----|----------|------------------|
| 売上高営業利益率 | % | 8.5 | 4.5 |

| | |
|------------------|--|
| 未達成の要因と分析 | 30年度は市場環境の悪化のため両卸会社共に苦しい財務状況の中で、今後の取扱高増加のため積極的に卸会社に取り組んでもらうため、7月から切花の売上高使用料を1.7%から1.4%引き下げたため、30年予算と比較して営業費用で38百万円削減したものの、営業収益で年間約76百万円の減収となり、当期純利益(見込み)で約30百万円の減となった。 |
| 今後の改善方策 | 産地に対しては、大阪府・大阪市の協力も得ながら卸売業者と共同で出荷量の拡大を働き掛け取扱量の増加に努めるとともに、花きの消費拡大を図るため、卸売業者、仲卸売業者、買受人など市場関係者が一体となって、消費者に花き購買意欲を促進するための啓発活動に取り組む。 |

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ 成果測定指標変更（廃止）希望の理由について

（※大阪府から成果測定指標の変更を提示した場合は除く）

〔1〕

●変更前

| H30年度の成果測定指標 | 単位 | H30年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| 当期純利益 | 千円 | 34,873 |

●変更後

| H31年度の成果測定指標 | 単位 | H31年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| 当期経常利益 | 千円 | 10,000 |

成果測定指標の変更（廃止）を希望する理由

今後、大規模修繕等による特別損失等の発生も予想されることから、より法人の経営実態を示す経常利益を指標とする。

〔2〕

●変更前

| H30年度の成果測定指標 | 単位 | H30年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| 市場取扱高 | 億円 | 260 |

●変更後

| H31年度の成果測定指標 | 単位 | H31年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| — | — | — |

成果測定指標の変更（廃止）を希望する理由

市場取扱高は、卸売業者の経営努力により増加することができるもので、当社の成果測定指標にはふさわしくないと判断した。

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ 成果測定指標変更（廃止）希望の理由について

（※大阪府から成果測定指標の変更を提示した場合は除く）

〔3〕

●変更前

| H30年度の成果測定指標 | 単位 | H30年度の目標値 |
|----------------------|----|-----------|
| 若手買受人の育成を図るため研修会等を開催 | 回 | 5 |

●変更後

| H31年度の成果測定指標 | 単位 | H31年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| 新規買受人の獲得 | 人 | 10 |

成果測定指標の変更（廃止）を希望する理由

花き産業が衰退している状況で、高齢化や後継者不足等のため廃業していく買受人が増加している。市場機能を充実すること等により、新たな買受人を増加させることを指標とする。

〔4〕

●変更前

| H30年度の成果測定指標 | 単位 | H30年度の目標値 |
|-----------------------|----|-----------|
| 生産・流通情報の収集提供の実施(プロセス) | 回 | 10 |

●変更後

| H31年度の成果測定指標 | 単位 | H31年度の目標値 |
|-----------------------------|----|-----------|
| 市場関係者が産地等と連携して行う展示会・商談会の開催等 | 回 | 15 |

成果測定指標の変更（廃止）を希望する理由

リニューアルした展示コーナー等を使い展示会や商談会を開催する方がより消費拡大に繋がる。

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ 成果測定指標変更（廃止）希望の理由について

（※大阪府から成果測定指標の変更を提示した場合は除く）

〔5〕

●変更前

| H30年度の成果測定指標 | 単位 | H30年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| 売上高営業利益率 | % | 8.5 |

●変更後

| H31年度の成果測定指標 | 単位 | H31年度の目標値 |
|--------------|----|-----------|
| 廃棄物の再資源化率 | % | 73 |

成果測定指標の変更（廃止）を
希望する理由

従来から、指標が収益力の向上と類似していると指摘されており、今回
中期経営計画の策定に合わせ、指標を廃棄物の再資源化率に変更し
た。

■ H30年度実績比 マイナス（現状維持）目標の考え方について

〔1〕

| 成果測定指標 | 単位 | 30年度の実績値 (見込) | 31年度の目標値 |
|--------|----|------------------|----------|
| 当期経常利益 | 千円 | 29,128 | 10,000 |

| | |
|-------------------------|--|
| マイナス（現状維持）目標の考え方 | <p>取扱高シェア拡大に向け卸売業者に積極的に取り組んでもらうため、平成30年7月分から売上高使用料を減額(切花1.7%→1.4%)した。</p> <p>一方、開場後24年が経過し、施設の老朽化対応及び市場競争力強化のための改善を進めており、設備投資に伴う減価償却費が増加してくる。</p> <p>このような状況のなか、施設整備や市場運営については、優先度、緊急度、財務状況等を総合的に勘案して進め、31年度の目標値を達成していく。</p> |
|-------------------------|--|

〔2〕

| 成果測定指標 | 単位 | 30年度の実績値 (見込) | 31年度の目標値 |
|----------|----|------------------|----------|
| 新規買受人の獲得 | 人 | 19 | 10 |

| | |
|-------------------------|---|
| マイナス（現状維持）目標の考え方 | <p>新規買受人の登録は景気や他県の花き市場の動向により年によって差異が大きく受動的な側面がある、そういった中で卸会社とも連携して魅力ある市場としての機能拡充を図ることで、全買受人の登録数の約1%に当たる10人の獲得を目標とした。</p> |
|-------------------------|---|