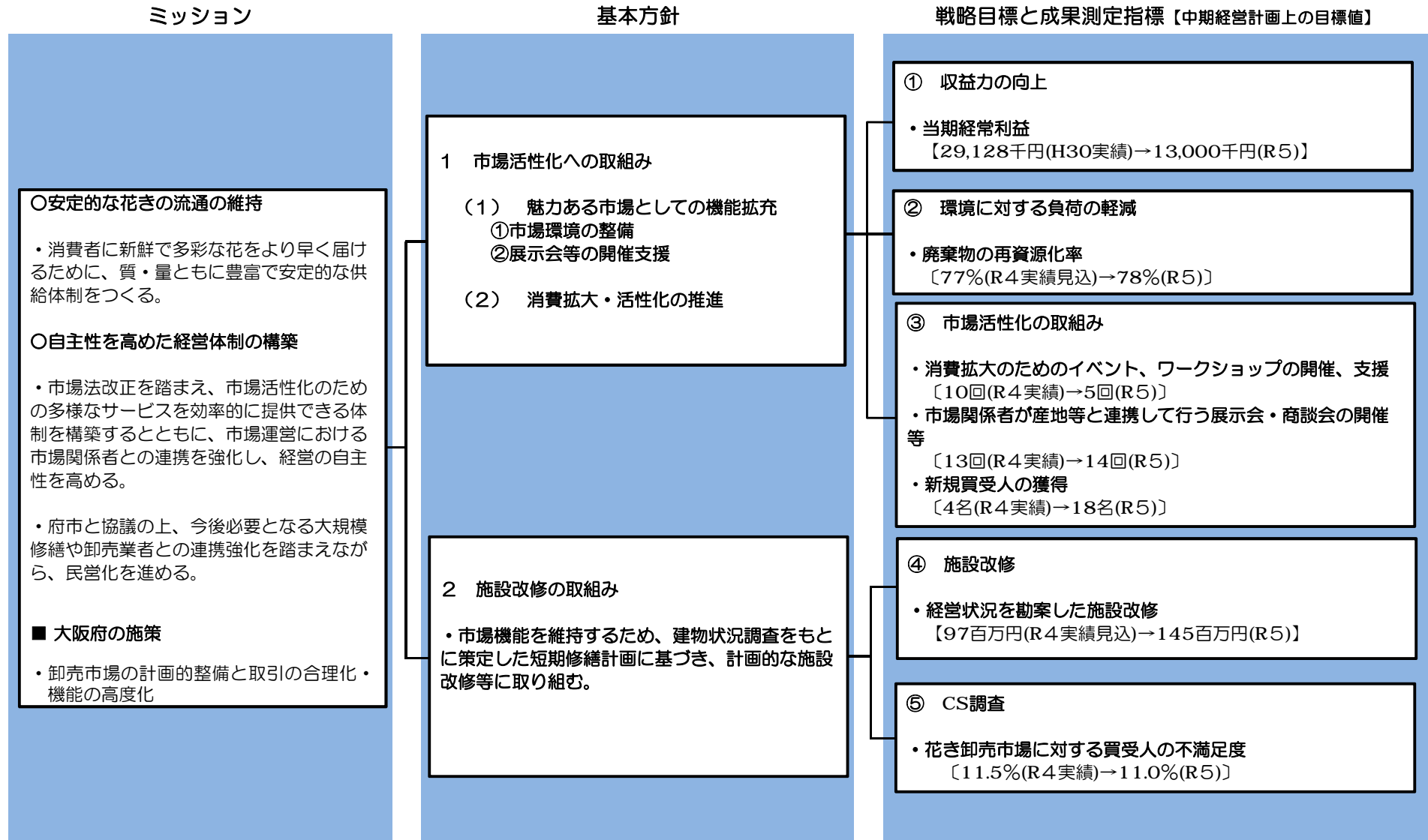


法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
作成（所管課）	環境農林水産部 流通対策室

○ 経営目標設定の考え方



○ 令和4年度の経営目標達成状況及び令和5年度経営目標設定表

I. 最重要目標(成果測定指標)

戦略目標	成果測定指標	新規	単位	R4 ウエイト	R3 実績値	R4 目標値	R4 実績値 【見込値】	R5 目標値	R5 ウエイト	中期経営計画 (R1~R5)		R5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	
										R5 目標値	最終年度 目標値		
① 収益力の向上	当期経常利益		千円	40	33,606	29,834	[54,056]	↓ 13,786	40	13,000	13,000	<ul style="list-style-type: none"> ・R4年度の花き業界については、新型コロナの影響により花きの生産量は減少傾向となっており、繁忙期においては入荷商品が不足気味なため、花き市場での卸売単価が上昇し、取扱金額としては前年比約110%となった。また、支出も精査した結果、施設改修費について最低限の予算執行としたことにより、目標達成することができた。 ・R4年度末で、懸案である大阪市との土地賃貸借契約、朝日生命との交流施設部分の土地賃貸借契約がともにR4年度末で満了するため、R5年2月には朝日生命から、契約に基づく交流施設の譲渡の申出があった。これに伴う交流施設の管理費(警備、保守)・建物取得経費等の増及び燃料調整費の価格改定による光熱水費の増が見込まれることなどから、R5目標値を13,786千円と設定した。 ・市場競争力を考慮すれば、施設の改修を実施したいが、建物全体の方向性が未定であるため、R5年度も必要最小限の範囲で対応する。 	
法人経営者の考え方(取組姿勢・決意)											戦略目標達成のための活動事項		
最重要とする理由、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、株式の売却時期について、企業価値を見極めた上で判断する。 											<ul style="list-style-type: none"> ・今後の市場機能の強化のため、交流施設に関しては、譲渡の可否を想定して、改修等の対策を検討する。 	
最重要目標達成のための組織の課題、改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・交流施設所有者である朝日生命と、賃貸契約書に基づく「建物の譲渡」の取扱いについて、関係者と早期の合意形成を目指す。 ・市場内システムの次期更新の準備が円滑に行えるよう、関係者と調整を進めていく。 ・企業価値を高めるために、使用していない旧せり室の階段状買参人座席部分の改修工事を進め、商品の定温保管スペースの拡充を行い、市場機能強化のための事業実施を行う。 											<ul style="list-style-type: none"> [収益確保] ・市場取扱高の増加支援のため、場内環境の改善や新規買受人の獲得、繁忙期の市場外での荷受けや引き渡し場所の安定的確保に努める。 [経費削減] ・電灯の間引きの継続や一部蛍光灯のLED化による光熱水費の抑制に努める。 	
活動方針	<ul style="list-style-type: none"> ・朝日生命との交渉にあたっては、大阪市、監査役及び顧問弁護士からの意見をいただきながら、実施する。 ・市場を取り巻く厳しい環境を踏まえて、取扱高の増加に資する市場機能の強化を検討し、引き続き経費削減を行い、効率的な運営を図る。 											<ul style="list-style-type: none"> [施設整備と機能向上] ・市場内施設の修繕、更新については、交流施設の動向も考慮しつつ、必要最小限で実施 ・花きの品質保持のため、定温スペースの拡充 ・市場機能強化のための検討 	

法人名	株式会社大阪鶴見フラーセンター
-----	-----------------

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	R4 R4 ウエイト	R3 実績値	R4 目標値	R4 実績値 〔見込値〕	R5 目標値	R5 ウエイト	中期経営計画 (R1~R5)		R5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
										R5 目標値	最終年度 目標値		
③ 市場活性化の取組み	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	6	9	10	↓5	10	-	-	消費拡大のため、市場関係者とともに、商業施設等と連携し、より広範囲に実施する。なお、市場外で実施するにあたっては、会場費等のコストや関係者との連絡調整等様々な課題があるため、前年度の市場外の商業施設で行った実績数5回を維持することを目標とする。	大規模な集客が見込める商業施設と連携し、効果的なイベントやワークショップの開催を支援する
	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	12	13	13	14	5	-	-	市場内ギャラリーの活用等により、生産地と買受人との情報交換の場を提供する。(毎月実施(昨年よりも多く実施するという目標のもと、14と設定))	市場内ギャラリーで各産地の開発商品を展示するとともに、ズームなどWEBも活用して、買受人へ多彩な商品を紹介する場を設ける
	新規買受人の獲得		人	15	10	18	×4	18	15	-	-	小売業の商環境が厳しく、買受人総数が減少しているが、意欲ある新規買受人を確保し、消費拡大につなげる。(昨年達成できなかった目標数を設定)	「西日本一の花きの品揃え」や「WEBせり」など当市場の魅力について広くPRし、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	10	134	145	〔×97〕	145	10	-	-	資産増加額と修繕費を足した額を目標値とする。但し、借入金により対応したものは、その償還額を含むとする。	経営状況等を勘案しながら計画的な施設改修と設備投資を行う。但し、交流施設の取扱いが未定のため、現時点では交流施設も含めた建物全体に係る新規工事は精査の上実施 ・エレベータ更新工事 ・スチールシャッター更新工事
⑤ CS調査	花き卸売市場に対する買受人の満足度		%	10	12.0	11.5	11.5	11.0	10	-	-	利用者の不満度が高く、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、R4年度目標より0.5%削減を目指す。	以下のような場内環境の改善を行う。 ・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

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)

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(t)／廃棄物総量(t))		%	10	76	77	〔77〕	78	10	-	-	更なる分別を徹底し、環境への負担軽減に貢献する。	花き包装容器等の廃棄物を大量に排出することから、環境に対する負荷の軽減に向けて取り組んでいく
---------------	-----------------------------------	--	---	----	----	----	------	----	----	---	---	--------------------------	--

【凡例】

- ・☆はR5年度からの新規項目
- ・×は目標値未達成
- ・↓は前年度実績比マイナスの目標値
- ・〔 〕内の数値は、参考として記入した実績見込値
- ・()内の数値は、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
-----	------------------

C S 調査の実施概要

○令和4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	655名	令和5年1月

実施結果の主な内容	実施結果を踏まえた取組
不満足度の高い項目（「やや不満足」+「不満足」） ・ネット予約は利用しやすい（20.6%→17.6%） ・WEBせり・端末は操作しやすい（23.1%→20.5%） ・WEBせり・表示画面は分かりやすい（23.1%→21.1%） ・駐車券は買いやすく利用しやすい（15.6%→10.5%） ・荷物の積込をスムーズにできる（21.9%→19.7%）	（結果を踏まえ実施した取組） ・WEBシステムに関する卸売会社との意見交換会の実施 ・場内混雑緩和のため、駐車券の時間制限と無料時間帯の導入 （今後実施予定の取組） ・車の入場規制、誘導方法、市場内物流の更なる改善（スムーズな荷物の積み込みなど）

○令和5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	645名	令和6年2月

・C S 調査に関する令和5年度目標（再掲）【※ 成果測定指標の場合】

戦略目標	成果測定指標	単位	R3 実績値	R4 目標値	R4 実績値 〔見込値〕	R5 目標値	C S 調査の数値を成果測定指標に 設定した理由及び目標値の根拠
CS調査	花き小売業者を対象にした不満足度	%	12.0	11.5	11.5	11.0	（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） ・買受人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、R4年度目標より0.5%削減を目指す。

・C S 調査に関する令和5年度目標（再掲）【※ プロセス測定指標の場合】

戦略目標	成果測定指標	単位	R3 実績値	R4 目標値	R4 実績値 〔見込値〕	R5 目標値	C S 調査の数値をプロセス測定指標に 設定した理由及び目標値の根拠
							（設定した理由） （何をめざすのか） （目標値の根拠）

該当なし

■ 目標値未達成の要因について

法人名 株式会社大阪鶴見フラワーセンター

[1]

成果測定指標	単位	R4年度目標値	R4年度実績値	目標値との差
新規買受人の獲得	人	18	4	▲ 14

未達成の要因		要因分析（要因と考える根拠）				要因分析を踏まえた今後の対応			
①	新型コロナの影響による出店控え	<ul style="list-style-type: none"> 令和4年度においては、新規買受人4人のうち、3人が、新しく小売店として出店した者（以下「新規出店者」という）、残りの1人が、他市場から仕入れている既存の花き業者（当市場から仕入れるために、当市場において登録手続きを行った買受人）となっている。 令和4年度の目標18人については約8割の14人を新規出店者、4人を他市場から仕入れている既存の花き業者と見込んでいたが、実績は上記のとおりであった。 新規買受人登録が伸び悩んだ主な原因としては、新規買受人獲得のため計画していた各種イベント等（当市場の魅力発信）は計画どおり実施できたものの、新型コロナの影響に起因する生産地の縮小と生産量の減少が市場での相場の単価高を招き、それに伴う仕入価格の上昇により小売店の苦境が続き、新規出店を断念する者が多かつたことが挙げられる。また、新規出店者が伸び悩んだことにより、花き業者の取引先の拡大も進まなかつたため、新規買受人登録が伸び悩んだ。（市場関係者からの聞き取りによると、8人程度が新規出店を見合わせたとの情報あり） 				<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナの影響を払しょくすることや法人が新規出店を志す者を把握して直接働きかけることにより新規出店者を増やすことは困難である。このため、新規出店する者はもとより、既存の買受人の仕入先が当市場となるよう、「西日本一の花きの品揃え」や「どこからでも参加でき、時間的な制約が少ないWEBせり」など当市場の魅力について、卸売業者等と連携しながら、さらにSNS等を活用し広くPRしていく。 また、卸売業者に対して花きの生産地への出荷働きかけの強化を依頼し、当市場を仕入れ先とする新規出店環境が改善されるように努めていく。 			
	関連項目名	新規出店者	単位	人	R4当初想定値	14	R4実績値	3	差

■ 目標値未達成の要因について

[2]

成果測定指標	単位	R 4 年度目標値	R 4 年度実績値	目標値との差
経営状況を勘案した施設改修	百万円	145	[97]	▲ 48

未達成の要因		要因分析（要因と考える根拠）			要因分析を踏まえた今後の対応		
①	交流施設の「建物の譲渡」の取扱いが未定であることを踏まえた工費の見直し	<p>・交流施設所有者である朝日生命と、賃貸契約書に基づく「建物の譲渡」の取扱いについて、未定であり、これに伴い、令和 4 年度当初に計画していた施設整備については、建物全体の活用の方向性も検討する必要があったため、必要最小限の整備とした。</p> <p>・整備計画の内容（定温スペース拡充工事と 1 階荷捌き場の空調設備の新設工事）は変更していませんが、工法や資材を必要最小限のものに見直したことにより工費を圧縮しました。</p>			<p>・当市場は市場として使いづらい縦型の建物の影響で、狭隘な側面が目立っているという問題を抱えており、将来にわたる市場機能充実に向け、場内事業者とも連携しながら、市場機能の強化を図るための施設整備を実施する。</p> <p>・但し、交流施設の活用方策等については、未定のため、建物全体に関わる工事等について精査する。</p>		
	関連項目名	単位	R4当初想定値	R4実績値	差		

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ 令和5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	R4年度の実績値(見込値)	R5年度の目標値
当期経常利益	千円	[54,056]	13,786

マイナス (現状維持) 目標の考え方	<p>・大阪市との土地賃貸借契約、朝日生命との交流施設部分の土地賃貸借契約がともにR4年度末で満了するため、R5年2月には朝日生命から、契約に基づく交流施設の譲渡の申出があり、これに伴う交流施設の管理費（警備、保守）・建物取得経費等の増及び燃料調整費の価格改定による光熱水費の増が見込まれることなどから、R5目標値を13,786千円と設定した。</p>
--------------------------	--

〔2〕

成果測定指標	単位	R4年度の実績値(見込値)	R5年度の目標値
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	5

マイナス (現状維持) 目標の考え方	<p>・消費拡大のための、花きを活用したイベント、ワークショップ等は、一般の消費者を対象に、R4年度は、月1回程度（市場繁忙期の9、12、3月を除く）年間9回の開催計画であった。実績は、市場に併設する交流施設において5回、市場外の商業施設において5回の計10回の実施であった。</p> <p>・交流施設でのイベントは、法人と場内事業者の協力によって運営していたが、当該施設が令和5年3月12日をもって閉館となった。市場外で実施するにあたっては、新たに会場を探す必要があり、会場費、その他運搬費等の負担増となることに加え、関係者との連絡調整等に時間を要する。また、当日は鶴見フラワーセンターのスタッフがイベント運営にあたっているが、マンパワー不足の状況であり、市場外では場内事業者の協力を得ることも難しいことから、昨年度以上に実施回数を増やすことは困難であり、令和5年度の目標値設定においては、前年度に市場外の商業施設で行ったイベント数5回を維持する目標を設定した。</p>
--------------------------	--