

R5 経営目標にかかる委員意見

	法人名	委員意見	部局・法人回答
5 月 17 日	千里ライフサイエンス振興財団	<p>「千里ライフサイエンスセミナー広域参加者率(京阪神以遠参加者数/総参加者数)」</p> <p>中期経営計画 30%と過去実績 40%の中間値を目標値としているが、参加者率という新指標を設定するのであれば、単純に中間値とするのではなく、性質にあった数値を検討すべきである。</p> <p>また、目標値を超えること、目標値の±何パーセント以内であること、前年度より目標値に近づけること等、何を以て目標達成とするのか、整理が必要である。</p> <p>「岸本基金助成件数 広域からの応募(近畿圏以外) (近畿圏以外応募件数/総応募件数)」</p> <p>財団は近畿圏以外の割合について60%が適正水準と考えているとのことだが、過去5年の数値を見ても常に60%を上回っており、60%は適切なものか。性質に沿った目標値とすべきである。</p> <p>また、目標値を超えること、目標値の±何パーセント以内であること、前年度より目標値に近づけること等、何を以て目標達成とするのか、整理が必要である。</p>	<p>・広域参加率の過去の実績はH29 [21%]、H30 [19.6%]、R1 [21.8%]、R2 [37.7%]、R3 [40.3%]、R4 [47.1%] となっており、H29からR1まではリアル開催 [平均 20.8%]、R2からR4はコロナの影響によりWeb開催 [41.7%] となっている。</p> <p>・5年間(R4～R8)の中期経営計画策定時には、リアル開催とWeb開催とのハイブリッド開催の方針の下、広域参加率の目標を、リアル開催の実績 [平均 20.8%] とR3途中のWeb開催の実績をもとに30%と設定した。</p> <p>・R5からはハイブリッド開催としていることから、リアル参加者が増加することが想定される(リアル参加後には講師との懇談の場も設けられる)が、ハイブリッド開催の目標値については実績がないため、Web開催の平均実績 [41.7%] を踏まえ、R5の目標値は中期経営計画の目標値 [30%] とWeb開催の平均実績 [約 40%] との中間値 [35%] とした。</p> <p>・なお、現在はハイブリッド開催の実績がない過渡期であるため、R6はR5の実績を踏まえ適正な目標値を設定する。</p> <p>様式2について、以下に基づく目標値に修正する。また、これに伴い様式6の考え方についても修正する。(別紙1)</p> <p>・当財団は、大阪北部地区を中心に「知の交流拠点」として活動してきたが、研究助成についても、近畿圏を中心に案内し50%程度が大阪府を中心とする近畿圏からの応募であった。ここ数年は知名度が上がるとともに、全国的に案内を開始することで近畿圏以外の申し込みが増加(R1年108件→R2年112件→R4年139件)した一方、近畿圏からの応募数が半減している(ピーク時(H27年)111件がR4年度は52件)。</p> <p>・財団としては、近畿圏で一定の応募者数を確保した上で、全国展開を図ることを目標としていることから、近畿圏以外からの応募件数割合60～70%を目標値と設定する。</p>

	法人名	委員意見	部局・法人回答
	大阪産業局	<p>「経営力強化件数」</p> <p>直近の実績を踏まえると、目標値を機械的に過去3カ年平均で算出するのは違和感があるので、再検討すべきである。</p>	<p>様式2について、以下に基づく目標値に修正する。また、これに伴い様式6の考え方についても修正する。(別紙2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本指標については、その時々々の社会情勢により求められる支援が異なるため、各年度において実績値の増減に影響を及ぼす支援ニーズの多寡を予測することは困難である。 ・実際、コロナ禍の影響により減少したのもあれば、増加したニーズもあることから、好不調の波も含めて押しなべて捉えることとし、コロナ禍の影響を受けた令和2年度も含めた過去3か年平均を採用し設定した。 ・今回、委員のご指摘を踏まえ、改めて個別の事業での実績について確認したところ、令和2年度については、「コロナ禍」という特殊事情の影響が、当初確認できていた範囲よりも大きいことが分かった。 ・そのため、令和2年度の実績を除いた直近2か年の平均値を採用。 $(R3 \text{ 実績値} : 2,216 \text{ 件} + R4 \text{ 実績値} : 2,681 \text{ 件}) \div 2 \text{ 年} = 2,449 \text{ 件}$ となることから、令和5年度の目標値は2,450件とする。

	法人名	委員意見	部局・法人回答
5 月 19 日	一般財団法人 大阪府みどり公 社	<p>「研修・活動を支援する推進員の延べ人数」</p> <p>・研修・活動を支援する推進員の指標であるため、研修を受講した推進員の延べ人数は、実績から除くべきではないか。</p> <p>・令和3年度、令和4年度とも目標値を達成しており、また、今後イベントや出前講座等が増えていくことも考えられるので、令和5年度目標値はもう少し高めの設定にすべきではないか。</p>	<p>○推進員は、「地球温暖化対策推進法」に基づき、温暖化対策に係る知識の普及や活動の推進に熱意と識見を有する方の中から、知事が委嘱するもので、令和4年度末時点で54人の方が住民への普及啓発や住民活動の支援等に自ら取り組んでいただいている。</p> <p>○公社としては、府との協議に基づき、推進員の資質向上と活動支援に取り組んでおり、府と連携して推進員向けの研修会の開催や推進員への活動機会の提供などを行っている。</p> <p>○本指標はこれら取組に基づくものであり、カウント方法は次の①②の合計としている。</p> <p>①推進員向けのスキルアップ等の研修会の参加人数（府や公社が主催するもの） （研修の実施により温暖化対策に関する最新の情報や取組事例、府民啓発の手法など、推進員の資質向上・スキルアップにつながる支援）</p> <p>②府や公社が実施する出前講座での講師やイベントでの府民啓発など活動機会の提供により支援した人数</p> <p>○①②とも、令和5年度は、令和4年度と同程度の実施回数を予定しており、支援する推進員延べ人数についても令和4年度と同程度以上を維持することを目標としている。</p> <p>○そのため、令和5年度目標値は中期経営計画の目標値（150人）及び令和4年度実績（154人）を上回る155人として設定している。</p> <p>○なお、活動内容を明確に表現するため、成果測定指標の項目名を「研修・活動機会の提供により支援した推進員の延べ人数」に改める。</p>
		<p>「一般正味財産増減額」</p> <p>・令和4年度からマイナス収支が拡大しているが、今後、どのように収支差額の解消を図っていくのか。</p>	<p>令和4年度から収支差額のマイナスが増加しているが、これは、従来、指定管理者として管理していた大阪府民の森（北河内・中河内地区）の令和4年度以降の指定管理者に指定されず、指定管理料で137,895千円の収入減となったことが大きな要因である。</p> <p>今後、公益目的支出計画を着実に進めながら、公社の有する自然環境保全分野に関するノウハウを発揮できるような指定管理業務の獲得を引き続き目指すとともに、農政、環境、森林整備・木材利用の各分野において、国や市町村、民間等を含めた業務の獲得に取り組む。</p> <p>また、今後の事務事業の変化に対し、事業に見合った柔軟な組織・人員体制をとるなど、経費を抑制する。</p>

	法人名	委員意見	部局・法人回答																				
5 月 19 日	堺泉北埠頭株式会社	売上高と売上高営業利益率について、中期経営計画と差が出ている理由を追記いただきたい。	<p>様式2のR5目標設定の考え方に中期経営計画との差について追記。 (別紙3) 詳細については、以下の通り。</p> <p>【売上高】(対中計比△164) ※以下単位：百万 ○中古車保管ヤード事業について、国直轄事業の工事ヤード確定により新規ヤードの賃貸面積が中期経営計画策定時の想定よりも減少したことや、舗装方法をアスファルト舗装から砕石舗装へと変更することに伴う貸付単価の減少等が見込まれるため(対中計比△132) ○青果事業について、円安や海上輸送費の上昇、世界的な物流の乱れなどの要因によりR4売上高は前年度比で大幅に減少した。R5も引き続き状況の好転が見込めないことに加え、一部卸売業者のバナナ取り扱い停止等の要因によるため(対中計比△27) ○上屋事業については、R4年度に賃料見直しによる貸付料金の減額を行っており、R5年度も引き続き見直し後の料金で貸し付けを行っていくため、売上高の減少を見込んでいる(対中計比△16) ○なお、埠頭運営事業については、当港コンテナ主力貨物である輸入日用品が、円安の影響により減少となり、同取扱量が若干予想より下回るものの、一方で中古車取扱量は、自動車運搬船の寄港数が増加することにより、予想を上回ることから、若干の増加を見込んでいる(対中計比11)。</p> <p>【売上高営業利益率】(対中計比△0.7%) ※以下単位：百万 ○費用については、 (増加要因)…電気代の高騰、広告宣伝費(50周年記念誌)、事業拡大に伴う人件費の増等 (減少要因)…埠頭再編に伴う検査施設の移転費用や災害対策費用の減、 中古車保管ヤード整備面積の減等 (差引)…対中計比△114 よって、売上高営業利益率は、上記の通り対中計比△0.7%となります。 【参考】中計とR5目標 数値まとめ</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>中計</th> <th>R5目標</th> <th>差異</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上</td> <td>2,861</td> <td>2,697</td> <td>△164</td> </tr> <tr> <td>費用</td> <td>2,332</td> <td>2,218</td> <td>△114</td> </tr> <tr> <td>営業利益</td> <td>529</td> <td>479</td> <td>△50</td> </tr> <tr> <td>営業利益率</td> <td>18.5%</td> <td>17.8%</td> <td>△0.7%</td> </tr> </tbody> </table>		中計	R5目標	差異	売上	2,861	2,697	△164	費用	2,332	2,218	△114	営業利益	529	479	△50	営業利益率	18.5%	17.8%	△0.7%
	中計	R5目標	差異																				
売上	2,861	2,697	△164																				
費用	2,332	2,218	△114																				
営業利益	529	479	△50																				
営業利益率	18.5%	17.8%	△0.7%																				

法人名		委員意見	部局・法人回答																																															
5 月 31 日	大阪府道路公社	<p>「利用促進策等の効果的な情報発信」</p> <p>指標の単位が『項目』ということで、項目の入れ替わりを把握するためにも、目標とする7項目を様式に記載いただきたい。</p>	<p>○様式2に令和5年度の目標7項目を記載いたしました。(別紙4)</p> <p>○また様式6に令和4年度と令和5年度の各項目について、記載いたしました。</p> <p>■「利用促進策の効果的な情報発信」項目</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>路線</th> <th>内容</th> <th>R4実績</th> <th>R5目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">鳥飼仁和 寺大橋</td> <td>ETCX利用促進チラシ配布</td> <td>①</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>ETCX登録キャンペーン実施</td> <td>②</td> <td>①</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">箕面</td> <td>ドライブマップ配布 (観光施設との連携)</td> <td>③</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>月1クイズ実施 (観光施設との連携)</td> <td>④</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>利便性PRチラシ配布</td> <td>⑤</td> <td>②</td> </tr> <tr> <td>観光スポットのInstagram発信 (観光協会との連携)</td> <td>—</td> <td>③</td> </tr> <tr> <td>箕面市商工会議所と連携した イベント開催</td> <td>—</td> <td>④</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">2路線</td> <td>カードラリーキャンペーン実施 (近畿圏内5道路公社との連携)</td> <td>⑥</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>YouTubeによる情報発信</td> <td>⑦</td> <td>⑤</td> </tr> <tr> <td>Twitterによる情報発信</td> <td></td> <td>⑥</td> </tr> <tr> <td>道路公社40周年記念イベント 開催</td> <td>—</td> <td>⑦</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>7項目</td> <td>7項目</td> </tr> </tbody> </table>				路線	内容	R4実績	R5目標	鳥飼仁和 寺大橋	ETCX利用促進チラシ配布	①	—	ETCX登録キャンペーン実施	②	①	箕面	ドライブマップ配布 (観光施設との連携)	③	—	月1クイズ実施 (観光施設との連携)	④	—	利便性PRチラシ配布	⑤	②	観光スポットのInstagram発信 (観光協会との連携)	—	③	箕面市商工会議所と連携した イベント開催	—	④	2路線	カードラリーキャンペーン実施 (近畿圏内5道路公社との連携)	⑥	—	YouTubeによる情報発信	⑦	⑤	Twitterによる情報発信		⑥	道路公社40周年記念イベント 開催	—	⑦			7項目	7項目
		路線	内容	R4実績	R5目標																																													
鳥飼仁和 寺大橋	ETCX利用促進チラシ配布	①	—																																															
	ETCX登録キャンペーン実施	②	①																																															
箕面	ドライブマップ配布 (観光施設との連携)	③	—																																															
	月1クイズ実施 (観光施設との連携)	④	—																																															
	利便性PRチラシ配布	⑤	②																																															
	観光スポットのInstagram発信 (観光協会との連携)	—	③																																															
	箕面市商工会議所と連携した イベント開催	—	④																																															
2路線	カードラリーキャンペーン実施 (近畿圏内5道路公社との連携)	⑥	—																																															
	YouTubeによる情報発信	⑦	⑤																																															
	Twitterによる情報発信		⑥																																															
	道路公社40周年記念イベント 開催	—	⑦																																															
		7項目	7項目																																															

	法人名	委員意見	部局・法人回答
5 月 31 日	大阪府土地開発 公社	<p>「用地取得に係る人件費比率（新名神高速道路事業を除く）」</p> <p>数字だけを見ると、令和5年度目標を下げているように見えてしまうので、令和4年度の用地取得額実績が突出して高かったということであれば、その理由がわかるように、注意書き等で様式に落とし込んでいただきたい。</p>	<p>様式6について、理由として以下の内容を追記。（別紙5）</p> <p>○ 人件費率（人件費／用地取得額）は令和2年度、3年度は未達成。令和4年度において実績値（7.81%）が目標値（11.98%）を達成したのは、人件費がほぼ同額で推移している中で、4年度の用地取得額（分母）が前年、前々年に比して突出して増加したことが原因である。</p> <p>R2 人件費 347,092千円 用地取得額 3,060,045千円</p> <p>R3 人件費 341,209千円 用地取得額 2,655,669千円</p> <p>R4 人件費 367,206千円 用地取得額 4,699,460千円</p> <p>令和4年度に用地取得額が増加した主な要因は、買収が終息段階を迎えている路線に残っていた大型物件2件（約11億円）の契約成立が用地取得額を押し上げたことにある。</p> <p>○ R2実績は11.34%、R3実績は12.85%であり、毎年の人件費がほぼ3.5億円前後で推移していること、令和5年度には特別な用地取得額の増加要因がないことから、R5目標の10.67%は特段低いものではないと受け止めている。</p>