

■ 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

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

{ 2 }

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
経営状況を勘案した施設改修	百万円	145	121	▲ 24

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			<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、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。 ・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。 				<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 	
	関連項目名	-	単位	-	R4当初想定値	-	R4実績値		