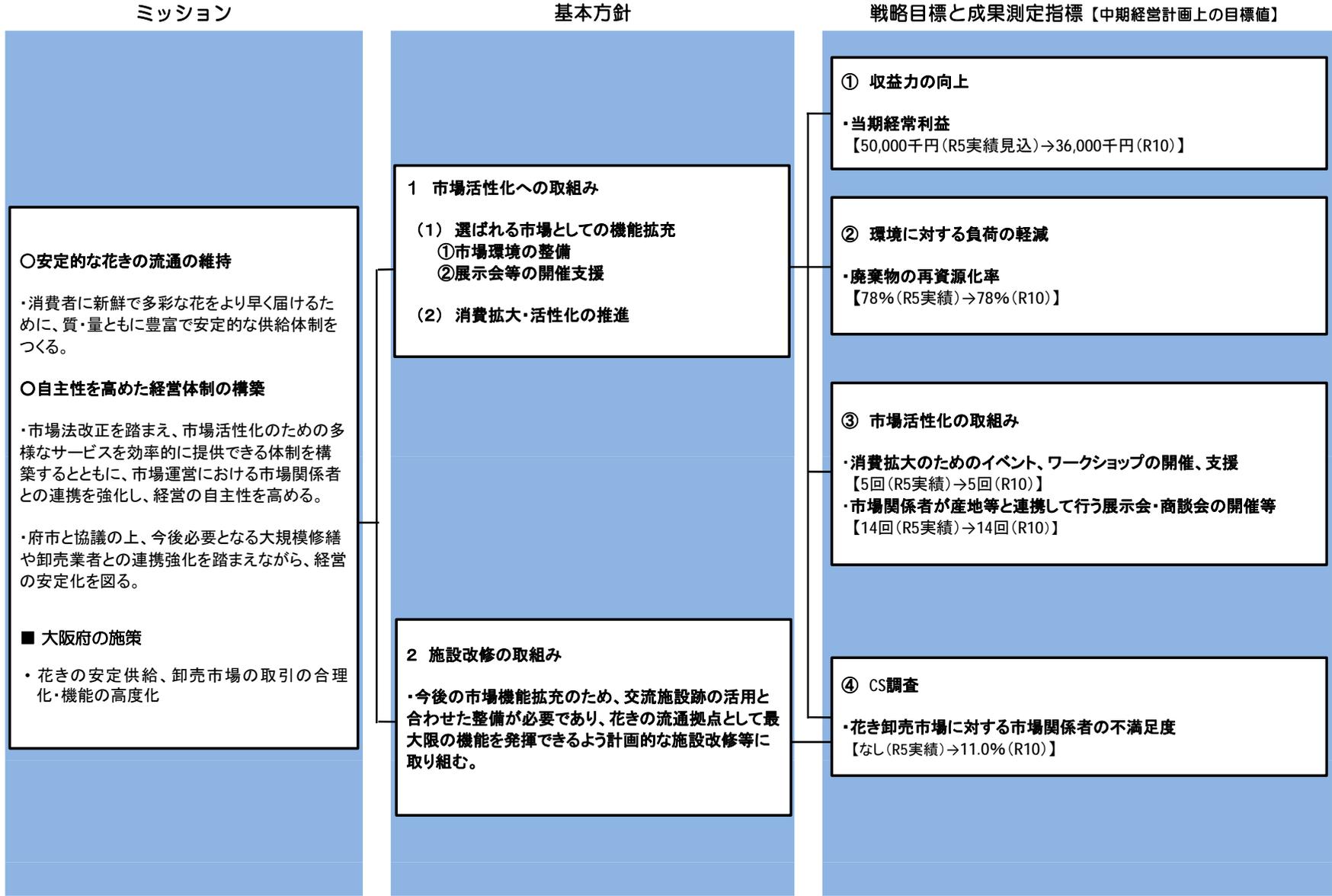


法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
作成（所管課）	環境農林水産部 流通対策室 市場・検査指導課

○ 経営目標設定の考え方



○ 令和5年度の経営目標達成状況及び令和6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	R5 ウエイト	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 〔見込値〕	R6 目標値	R6 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R6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	
										R6 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	61,323	13,786	[50,000]	↓ 30,000	45	30,000	36,000	<ul style="list-style-type: none"> ・経常利益については、基幹システムにかかるシステム貸付使用料収入や交流施設跡にかかる光熱水費、業務委託費、固定資産税、また基幹システム及び改修工事費に係る減価償却費等を増額要素として策定した中期経営計画のR6年度目標値である30,000千円とする。 ・朝日生命から無償譲渡を受けた交流施設跡の活用方法も含め、R6年度末までに市場の機能向上のための整備方針をまとめていく。 ・施設の改修については、交流施設跡の活用方法を含め検討する必要があるため、R6年度も優先順位を決め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次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、選ばれ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、交流施設跡の活用と合わせた施設改修を検討する。 	
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"> ・R6年度末までに朝日生命から無償譲渡を受けた交流施設跡の活用方法を決定する。 ・交流施設跡の活用と合わせた流通拠点としての整備を進めることにより、当市場の取扱高の増加による収益向上と企業価値の向上を図る。 ・市場内基幹システムの更新については、場内関係者と調整しながら、2024年度から2年間をかけて開発、導入を進めていく。 											<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、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"> ・交流施設跡の活用方法の決定にあたっては、卸売業者等場内関係者と協議しながら進める。 ・市場を取り巻く新たな課題や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、交流施設跡の活用も踏まえ、優先順位を決め必要最小限で実施 ・市場機能強化のための整備検討 	

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

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	R5 ウエイト	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 〔見込値〕	R6 目標値	R6 ウエイト	中期経営計画 (R6~R10)		R6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
										R6 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	10	5	5	5	15	5	5	他の商業施設等でイベントを実施するにあたり、場内関係者との調整に時間を要することや費用面等の課題があることから、引き続き年間5回の実施を維持することとして策定した中期経営計画の目標値とする。	他団体との連携や地域に密着したイベントへの参加等、実施に際しては費用面や内容等も工夫し実施する。
	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	13	14	14	14	10	14	14	準備期間等を踏まえ、年間12回(月1回)に花きの需要の多い時期に2回程度を加えたこれまでの最大値(R5年度目標値)を目標値として策定した中期経営計画の目標値とする。	市場内ギャラリーで各産地の開発商品を展示するなど、展示会や商談会が、卸売業者や産地にとって最適な時期に必要な回数実施できるよう支援していく。
	新規買受人の獲得		人	15	4	18	×14	—	—	—	—	—	—
施設改修	経営状況を勘案した施設改修		百万円	10	121	145	[150]	—	—	—	—	—	—
④ CS調査	花き卸売市場に対する市場関係者の不満足度	☆	%	—	—	—	—	11.0	15	11.0	11.0	これまでの調査結果を踏まえた場内環境の改善により不満足度は5年前の14%から11%(R5年度実績見込み値)まで毎年改善した。今後もさらなる場内環境の改善を図るため、これまでの最大値を参考として策定した中期経営計画の目標値とする。	以下のような場内環境の改善を行う。 ・繁忙期の駐車場でガードマンの配置 ・繁忙期の駐車場所、駐車時間に関する周知
	花き卸売市場に対する買受人の不満足度		%	10	11.5	11.0	11.0	—	—	—	—	—	—

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	77	78	78	78	15	78	78	再資源化率は5年前の73%から78%まで向上したが、再資源化が難しいものも一定量あるため、この間の努力により到達したこれまでの最大値(R5年度目標値)を維持していくことを目標値として策定した中期経営計画の目標値とする。	花き包装容器等の廃棄物を大量に排出することから、引き続き、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R6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

C S 調査の実施概要

○令和 5 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	645名	令和6年2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（17.6%→15.8%） ・WEBせり・端末は操作しやすい（20.5%→19.1%） ・WEBせり・表示画面は分かりやすい（21.1%→17.7%） ・駐車券は買いやすく利用しやすい（10.5%→6.5%） ・荷物の積込をスムーズにできる（19.7%→15.8%）	（結果を踏まえ実施した取組） ・車の入場規制、誘導方法、市場内物流の更なる改善 （今後実施予定の取組） ・繁忙期の駐車場でガードマンの配置 ・繁忙期の駐車場所、駐車時間に関する周知

○令和 6 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	市場関係者	245名	令和7年2月

・C S 調査に関する令和 6 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	R4 実績値	R5 目標値	R5 実績値 〔見込値〕	R6 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	市場関係者を対象とした不満足度	%	-	-	-	11.0	（設定した理由） ・魅力ある市場にするため、市場関係者の実態を把握する必要がある。 （何をめざすのか） ・市場関係者にとって魅力ある市場にする。 （目標値の根拠） ・これまでの調査結果を踏まえた場内環境の改善により不満足度は5年前の14%から11%（R5年度実績見込み値）まで毎年改善した。今後もさらなる場内環境の改善を図るため、これまでの最大値を参考に目標値とする。

■ 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	R5年度目標値	R5年度実績値	目標値との差
新規買受人の獲得	人	18	14	△ 4

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	小売店等の出店控え			<p>・令和5年度については、新規買受人登録を18人と見込んでいたが、実績は新しく小売店として出店した者(新規出店者)が14人であった。</p> <p>・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の各種イベント等（当市場の魅力発信）は計画どおり実施できたものの、花き需要の減少と昨今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いていることにより、新規出店を断念するケースが多かったことが挙げられる。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ったため、新規買受人登録が伸び悩んだ。</p>				<p>・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が、新規出店する者、既存の買受人に「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、SNS等を活用しPRしていく。</p>	
	関連項目名	新規出店者	単位	人	R5当初想定値	18	R5実績値	14	差

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

〔1〕

●変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
新規買受人の獲得	人	18

●変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
—	—	—

成果測定指標の
変更（廃止）を
希望する理由

・新規買受人の獲得については、できる限り多くの花きを扱う事業者
に市場の買受人として登録してもらうために数値目標としてきた。新規
買受人の候補としては、主に新規に出店する小売業者が想定され
るが、当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り、法人の成果測定指標
とすることにはなじまないと判断したため、廃止することとする。なお、
成果測定指標としては廃止するものの、新規買受人を獲得するた
め法人として引き続き当市場のPR強化や買受人にとって魅力ある
市場環境の整備に努めていく。

〔2〕

●変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
経営状況を勘案した施 設改修	百万円	145

●変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
—	—	—

成果測定指標の
変更（廃止）を
希望する理由

・施設改修については、交流施設跡の活用方法が決定するまでの
間、最低限必要な改修を行う予定であるが、今後活用方法を検
討する過程で変更が生じる可能性が大きいため、現時点では成果
測定指標としては設定しない。ただし、交流施設跡の活用方法が
決定し、それに伴う施設改修の計画見直しを行ったのちに成果測
定指標に設定することを検討する。

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

〔3〕

●変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値
花き卸売市場に対する買受人の不満足度	%	11.0

●変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値
花き卸売市場に対する市場関係者の不満足度	%	11.0

成果測定指標の変更（廃止）を希望する理由	<p>・ R 5 年度までのCS調査は対象を買受人に限定し、買受人にとっての満足度を調査する内容となっていた。一方、市場の構成員は買受人に限るものではなく、買受人を含めたそれぞれの構成員にとって満足度の高い市場運営に努める必要があると考えられることから、R 6 年度よりCS調査の対象を、卸売市場を利用する卸、仕分け業者、仲卸、買受人の代表者に変更する。</p>
----------------------	---

〔4〕

●変更前

R5年度の 成果測定指標	単位	R5年度の 目標値

●変更後

R6年度の 成果測定指標	単位	R6年度の 目標値

成果測定指標の変更（廃止）を希望する理由	
----------------------	--

■ 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	R5年度の実績値〔見込値〕	R6年度の目標値
当期経常利益	千円	〔50,000〕	30,000

<p>マイナス （現状維持） 目標の考え方</p>	<p>・R5年度は、目標値に対して、交流施設跡の無償譲渡に係る朝日生命からの一時金（2,000万円：退去時復旧費用）による増や地代の減免等により実績見込みは大幅に上回った。</p> <p>・R6年度については、基幹システムにかかるシステム貸付使用料収入、交流施設跡にかかる光熱水費、固定資産税、また基幹システム及び改修工事費に係る減価償却費等を増額要素として策定した中期経営計画の目標値である30,000千円とする。</p>
--	--

〔2〕

成果測定指標	単位	R5年度の実績値〔見込値〕	R6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	5	5

<p>マイナス （現状維持） 目標の考え方</p>	<p>他の商業施設等でイベントを実施するにあたっては、場内関係者との調整に時間を要し、会場費や運搬費等の費用面でも課題がある。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っているが、マンパワー不足の状況であり、引き続き年間5回の実施を維持することとして策定した中期経営計画の目標値とする。</p>
--	--

■ 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

[3]

成果測定指標	単位	R5年度の実績値(見込値)	R6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	14	14

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>場内関係者との調整等、準備に要する期間などを踏まえると、年間12回（月1回）に花きの需要の多い時期に2回程度を加えた年間14回（これまでの最大値であるR5年度実績値）を目標値として策定した中期経営計画の目標値とする。</p>
--	---

[4]

成果測定指標	単位	R5年度の実績値(見込値)	R6年度の目標値
花き卸売市場に対する市場関係者の不満足度	%	11.0	11.0

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>これまでは全買受人を対象にCS調査を実施しており、調査結果を踏まえた場内環境の改善により不満足度は5年前（R元年度）の14%から11%（R5年度実績値）まで毎年改善した。今後もさらなる場内環境の改善を図るため、R6年度以降は卸、仕分け業者、仲卸、買受人の代表者を対象者としてCS調査を実施することとし、不満足度についてはこれまでの最大値を参考に策定した中期経営計画の目標値とする。</p>
--	---

■ 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

[5]

成果測定指標	単位	R5年度の実績値(見込値)	R6年度の目標値
廃棄物の再資源化率 (再資源廃棄物 (t) / 廃棄物総量 (t))	%	78	78

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>H 2 2 年度から廃棄物の分別に取り組んでおり、市場関係者の意識改革により、再資源化率は5年前 (R 元年度) の7 3 %から7 8 % (R 5 年度実績見込み値) まで向上したが、再資源化が難しいものも一定量あるため、この間の努力により到達したこれまでの最大値 (R 5 年度目標値) を維持していくことを目標値として策定した中期経営計画の目標値とする。</p>
-----------------------------------	--

[6]

成果測定指標	単位	R5年度の実績値(見込値)	R6年度の目標値

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	
-----------------------------------	--