

■ 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 |
|-----------------|----|----------|----------|
| 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 |
|-----------------|----|----------|----------|
| 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。 |
|---------|---|

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ 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 |
|-----------------|----|----------|----------|
| 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。 |