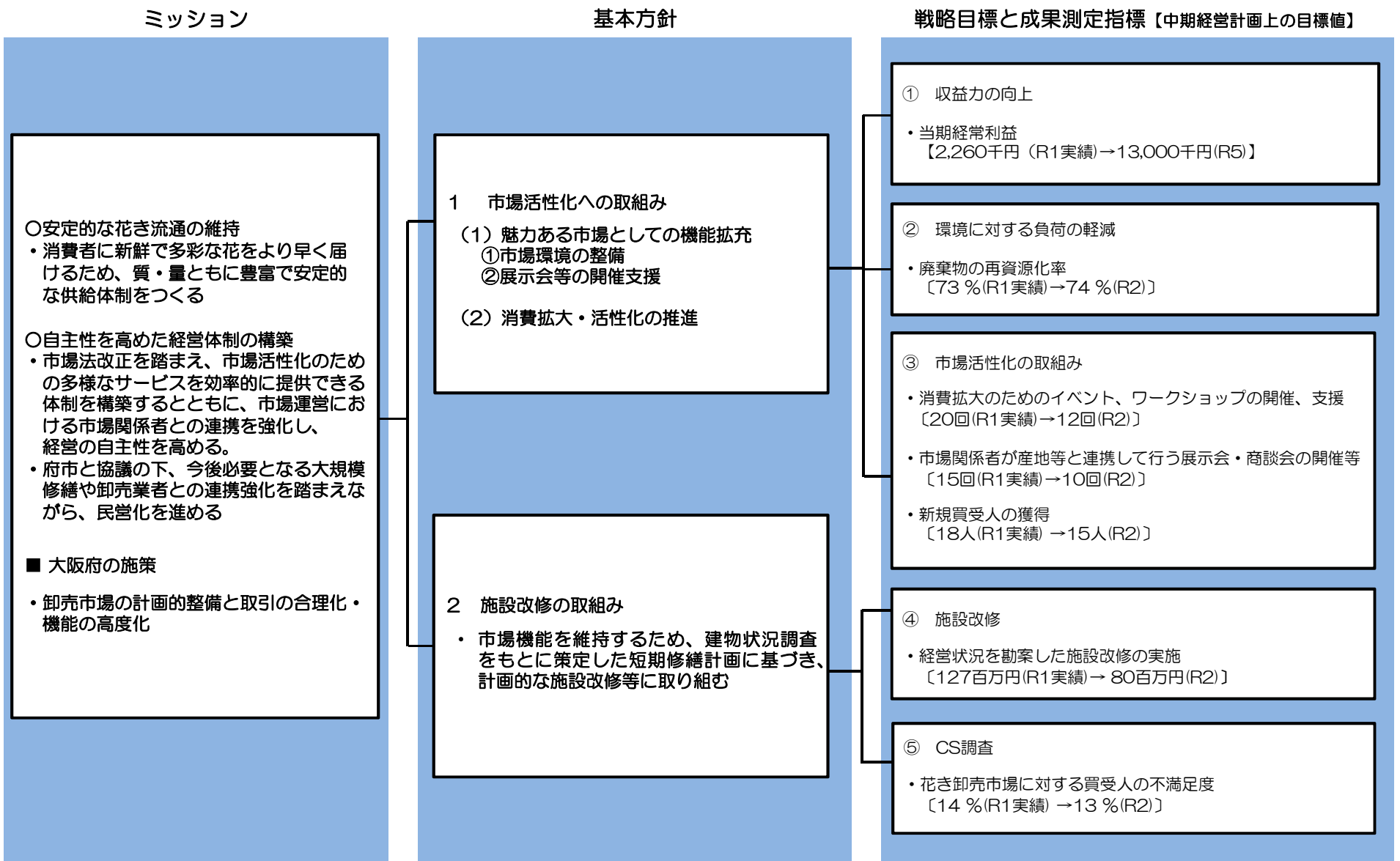


法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
作成 (所管課)	環境農林水産部 流通対策室

○ 経営目標設定の考え方



法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

○令和元年度の経営目標達成状況及び令和2年度目標設定表

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	ウエイト (R1)	H30実績	R1目標	R2目標	ウエイト (R2)	中期経営計画 (H31～R5)		R2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
						実績[見込]			R2目標	最終年度目標	
① 収益力の向上	当期経常利益		千円	40	29,128	10,000 × 2,260	↓ △13,456	40	12,000	13,000	<ul style="list-style-type: none"> 元年度について、6月から10月までは需要に対して市場における供給量が大きく、商品単価が下落したため、売上高が大幅に減少した。また、3月には新型コロナウイルスの影響により、花きを利用する卒業式等のイベントのほとんどが中止または自粛となり、取扱高が激減したため、目標を大きく下回る結果となった。 花きについては個人消費が伸び悩み、法人需要も低迷している中で、卸売業者等市場関係者が一体になって、取扱高や消費拡大を図り、収益力の向上に努めていく。 開場後25年が経過し、施設の老朽化対応及び市場競争力強化のための改修を進めており、設備投資に伴う減価償却費が増加してくる。
法人経営者の考え方(取組姿勢・決意)											具体的活動事項
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、株式の売却については、今後必要となる大規模修繕等を踏まえ、企業価値を見極めたうえで判断する。 										<ul style="list-style-type: none"> 市場施設の設備と機能向上を図るため、優先順位を付けた投資判断を行う。 収益確保のため、取扱高の増加につながる事業等を検討。
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"> 開場25年を超えており、短期修繕計画等を踏まえ、優先度・緊急度・財務状況等を勘案し計画的に維持管理を行っていく。 新型コロナウイルスによる収支への影響も勘案して経営状況を見極めながら精査し実施していく。 セリシステムを含む市場内システムの更新が円滑に行えるよう、関係者と調整を進めていく。 人件費の節減、ごみの分別排出を徹底し処理量を減らすこと等による市場内の維持管理経費の削減などにより、支出の削減を図る。 										<ul style="list-style-type: none"> 【収益確保】 <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス対策のための国支援事業の活用など、収益確保に資する事業等について検討 【経費削減】 <ul style="list-style-type: none"> 人件費の節減 ごみの分別を徹底する等、廃棄物処理費を節減 【施設整備と機能向上】 <ul style="list-style-type: none"> セリシステム等更改の検討
活動方針	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスによる影響を見極めながら、取扱高の増加に資する事業等を検討。 市場を取り巻く厳しい環境を踏まえて、一層の経費節減を図る。 										<ul style="list-style-type: none"> 市場内施設の修繕、更新の優先度をつけて実施 場内環境の整備

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	ウエイト (R1)	H30実績	R1目標	R2目標	ウエイト (R2)	中期経営計画 (H31~H35)		R2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
						実績[見込]			R2目標	最終年度目標		
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	12	20 20	↓ 12	10	-	-	消費拡大のため、市場関係者のみならず商業施設等の異業種と連携してイベント等を開催していく	卸売業者に限らず他の市場関係者や、商業施設とも連携したイベントやワークショップの開催支援する
	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	(11)	15 15	↓ 10	5	-	-	産地等と買受人との情報交換の場を提供していく	リニューアルした展示コーナー等を活用して、展示会・商談会を行うことにより、買受人の購買意欲を高め、消費拡大につなげていく
	新規買受人の獲得		人	15	(19)	15 18	↓ 15	15	-	-	買受人総数が減少しているが、意欲のある新規買受人の獲得し花の消費拡大を図る	登録している買受人数が減少している中で、魅力ある市場機能の向上に努め、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	-	127 127	↓ 80	10	-	-	資産増加額+修繕費(ただし、借入金により対応したものは、その償還額を含む)	経営状況を勘案して、減価償却費+修繕費の範囲内で計画的な施設改修と設備投資を行う ・防火シャッター更新 ・セリ室照明更新 ・1階送風機設置工事
⑤ CS調査	花き小売業者を対象とした不満足度		%	10	17	16 14	13	10	-	-	CS調査の不満足度が高く、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、元年度より1%削減を目指す。	・館内放送の改善 ・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(トン) ／廃棄物総量(トン))		%	10	(72)	73 73	74	10	-	-	分別を徹底する等、廃棄物の再資源化率を高めていく	花き包装容器等の廃容器など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。
---------------	---	--	---	----	------	----------	----	----	---	---	--------------------------	---

- ・☆はR2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
- ・()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

CS調査の実施概要

○ 令和元年度の実施結果

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	578名	令和2年3月

実施結果の主な内容	実施結果を踏まえた取組	R2年度にめざす状態
不満足度の高い項目（「やや不満」+「不満」の合計） ・荷物の積み込みをスムーズにできる（38.3%⇒40.7%） ・毎日の「セリ予定量」はわかりやすい（28.1%⇒21.2%） ・セリ室の空調は快適である（25.9%⇒24.3%） ・館内放送は聞き取りやすい。（25.0%⇒17.4%） ・お知らせ等の表示がわかりやすい（24.2%⇒19.6%） ・職員のあいさつや態度はよい（21.9%⇒10.7%）	R1年度と比べて不満足度が概ね減少しているものの、R2年度においても、引き続き不満足度が高く、かつ法人が早急に取り組めるものから優先的に対策を実施。 ・車の入場規制・誘導方法、市場内物流の改善 ・館内放送の改善 ・掲示機能の充実 等	アンケートの内容を踏まえた場内環境を整備することで、入場する買受人が快適に利用してもらえる市場を目指す。

○ 令和2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	600名	令和3年2月

・ CSに関する令和2年度目標（再掲）【※ 戦略目標の場合】

戦略目標	成果測定指標	単位	H30実績	R1目標	R2目標値	CS調査の数値を戦略目標に設定した理由及び目標値の根拠
				実績（見込）		
CS調査	花き小売業者を対象にした不満足度	%	17	16	13	（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） 来場者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、元年度より1%削減を目指す。
				14		

■ 目標値未達成の要因について

〔1〕

元年度の 成果測定指標	単位	R元年度の目標値	R元年度の実績値 (見込)
当期経常利益	千円	10,000	2,260

未達成の要因と分析	<p>・元年度について、6月から10月までは需要に対して市場においての供給量が大きく、商品単価が下落したため、売上高が大幅に減少した。また、3月には新型コロナの影響により、花きを利用する卒業式等のイベントのほとんどが中止または自粛となり、取扱高が激減したため、目標を大きく下回る結果となった。元年度について、6月から10月までは需要に対して市場における供給量が大きく、商品単価が下落したため、売上高が大幅に減少した。</p>
今後の改善方策	<p>全世界的な新型コロナの影響により全国的に花の需要が急落する中、国内の産地に対しては、卸売業者と共同で働き掛け出荷量（＝取扱量）の維持に努めるとともに、花きの消費を喚起するため、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、国の支援策を活用するなど消費者の花き購買意欲を促進するための啓発活動に取り組む。</p>

■ R元年度実績比 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	R元年度の実績値 (見込)	R2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	20	12

マイナス（現状維持）目標の考え方

当初、年間20回のイベント等の開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響で令和2年4～6月に予定していた4回及び7月以降の予定していたイベント4回（開催場所（JR大阪駅）から使用中止の連絡有等）については開催することが難しいと予想。

また、秋頃のイベント中止も発表される中、最重点目標達成のため、7月以降については、三井アウトレット大阪鶴見でのイベントを7回〔7月(1回)・10月(1回)・11月(2回)・12月(1回)・2月(1回)・3月(1回)〕とワークショップを5回（計12回）開催することを前提に取り組んでまいります。

〔2〕

成果測定指標	単位	R元年度の実績値 (見込)	R2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	15	10

マイナス（現状維持）目標の考え方

当初、年間15回の展示会等の開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により展示スペースに訪れる買受人がほとんどいない状況の中、感染症対策の一環として4月15日以降オンラインによる在宅せりを実施。

新型コロナの影響を踏まえ、令和2年4～6月に予定していた3回及びその後の展示会2回については開催することが困難な状況であるため、令和2年度の目標を10回としました。

また、7月以降については、卸売業者・仲卸業者等市場関係者と調整し、新型コロナ対策を講じたうえで、展示会・商談会を少なくとも10回は開催したいと考えています。

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ R元年度実績比 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	R元年度の実績値 (見込)	R2年度の目標値
新規買受人の獲得	人	18	15

マイナス（現状維持） 目標の考え方	<p>新規買受人の登録については、景気や他県の花き市場の動向により年によって差異が大きく受動的な側面があります。</p> <p>このような中、施設見学や展示会を通じて新規買受人の獲得を能動的に行っていく必要があると考えていますが、現況下においては、新型コロナウイルスの影響によりそれらの開催が困難な状況です。</p> <p>しかしながら、オンラインによる在宅せりの活用を周知するなど卸会社とも連携し魅力ある市場づくりを進めることで、R元年度の目標と同数の15人を獲得目標としました。</p>
----------------------	---

〔4〕

成果測定指標	単位	R元年度の実績値 (見込)	R2年度の目標値
当期経常利益	千円	2,260	△13,456

マイナス（現状維持） 目標の考え方	<p>急落している状況です。</p> <p>鶴見 F 昨においても4月～5月の取扱高は昨年同月比の約5割から6割程度となっている状況であり、今後の取扱高の回復の見通しも不透明な状況です。</p> <p>しかしながら、花き市場開設者として、市場関係者と一丸となって花きの需要回復に取り組み、安定的な市場運営を継続する必要があると考えています。</p> <p>5月には、コロナ蔓延防止を図りつつ、仲卸業者が安心して花きの購入が出来るようインターネット取引を開始するとともに、需要回復策として、卸売業者と連携し、国の支援策である公共施設等に花きを飾り付けるなどの需要喚起策の取組みや、ホームページを活用した情報発信に取り組んでまいります。</p> <p>また、本来は計画的に取り組んでいく予定であった施設整備について先送りするなど、経費節減の徹底に取り組むことにより財務状況の立て直しを進めていきたいと考えています。</p>																									
	(単位: 千円)																									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H29</th> <th>H30</th> <th>R1</th> <th>R2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>取扱高</td> <td>24,950,150</td> <td>24,833,433</td> <td>24,493,901</td> <td>21,631,414</td> </tr> <tr> <td>売上高</td> <td>649,020</td> <td>587,776</td> <td>562,321</td> <td>496,605</td> </tr> <tr> <td>売上高原価等</td> <td>569,282</td> <td>558,647</td> <td>560,061</td> <td>510,061</td> </tr> <tr> <td>経常利益</td> <td>79,739</td> <td>29,128</td> <td>2,260</td> <td>▲ 13,456</td> </tr> </tbody> </table>		H29	H30	R1	R2	取扱高	24,950,150	24,833,433	24,493,901	21,631,414	売上高	649,020	587,776	562,321	496,605	売上高原価等	569,282	558,647	560,061	510,061	経常利益	79,739	29,128	2,260	▲ 13,456
	H29	H30	R1	R2																						
取扱高	24,950,150	24,833,433	24,493,901	21,631,414																						
売上高	649,020	587,776	562,321	496,605																						
売上高原価等	569,282	558,647	560,061	510,061																						
経常利益	79,739	29,128	2,260	▲ 13,456																						

■ R元年度実績比 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	R元年度の実績値 (見込)	R2年度の目標値
施設改修	百万円	127	80

マイナス（現状維持）目標の考え方	<p>R2年度の施設改修費（目標値）については、当初、修繕費を約25百万円・資産増加額を元年度実績(約105百万円)と同額、合わせて130百万円と見込んでいましたが、新型コロナの影響により花き市場が全国的に落ち込む中、弊社の経営状況も悪化し、資金繰りも厳しい状況となったため、R2年度に予定していたセリシステムの更新(約50百万円)をR3年度以降に先送りすることにし、その分を資産増加額から差引くことにしました。</p> <p>したがって、資産増加額55百万円(105百万円－50百万円)＋修繕費25百万円＝80百万円を、R2年度の目標値としました。</p>
------------------	---