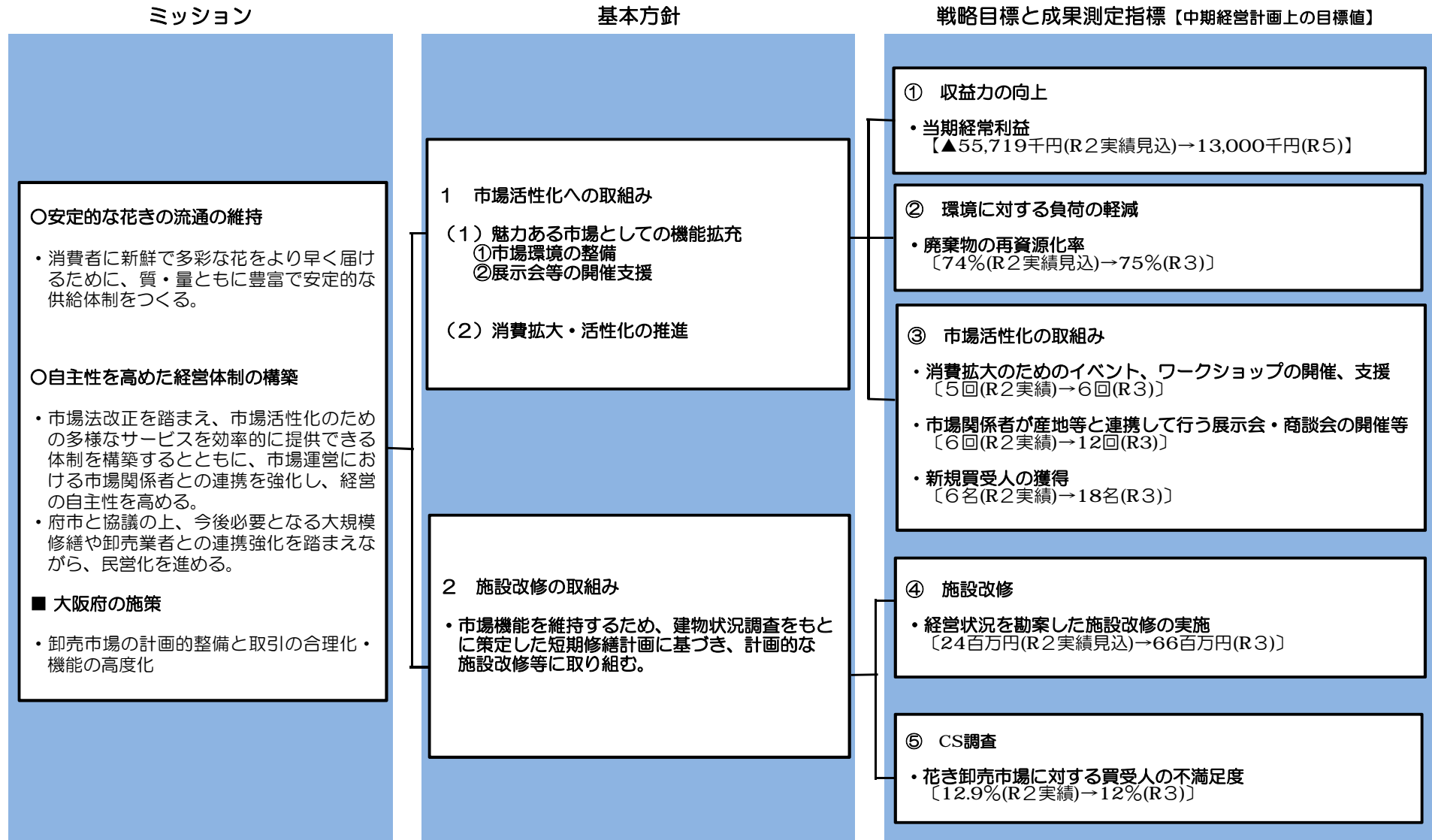


法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
作成（所管課）	環境農林水産部 流通対策室

## ○ 経営目標設定の考え方



## ○ 令和2年度の経営目標達成状況及び令和3年度経営目標設定表

## I. 最重点目標(成果測定指標)

戦略目標	成果測定指標	新規	単位	ウエイト (R2)	R1実績値	目標値		R3目標値	ウエイト (R3)	中期経営計画 (R1～R5)		R3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	
						R2 実績値 [見込値]				R3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	2,260	▲13,456		17,000	40	8,000	13,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R2年度において、新型コロナウイルスの影響により、緊急事態宣言が発出され、卒業式や入学式、イベント等が中止となったことで4月5月の売上高が前年比で約60%と大幅に減少したため、卸、仲卸等に対する使用料の減額措置を行った。また、緊急事態宣言再発令に加え、1月の寒波の影響で産地からの供給量が落ち込んだこともあり、目標を大きく下回る結果となった。</li> <li>・昨年は中止であった卒業式や入学式がリモートなど形を変えてではあるが実施しており、また、ホームユースによる花きの需要も増えてきているため、3月の取扱高はR元年度を上回る状況であった。また、5月の母の日、6月のブライダルの予約も増加傾向であるため、卸売業者等市場関係者が一体となって、取扱高や消費拡大に向けて、収益力の向上に努めていく。</li> <li>・開場後26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時期に直面しているが、今後の市場のあり方を検討しながら、設備投資を実施していく。</li> <li>・システム整備に伴う金融機関からの借入に対する返済相当額に伴う売上高(使用料)増加が見込まれることを踏まえ、目標値に反映。</li> </ul>	
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		
最重点とする理由、 経営上の位置付け	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、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。</li> <li>・民営化を進めるため、株式の売却時期については、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上で判断する。</li> </ul>											<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	
最重点目標達成のための 組織の課題、改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開場26年を超えており、短期修繕計画を踏まえ、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。</li> <li>・新型コロナウイルスによる収支への影響を勘案して、経営状況を見極めながら精査し、実施していく。</li> <li>・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。</li> <li>・業務委託料及び人件費の節減、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さらなる削減を図る。</li> </ul>											<ul style="list-style-type: none"> <li>【収益確保】</li> <li>・新型コロナ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</li> <li>【経費削減】</li> <li>・業務委託費及び人件費のさらなる削減</li> <li>・ごみの分別を徹底する等、廃棄物処理費を削減</li> <li>・電灯の間引きや消灯の徹底など、光熱費を削減</li> <li>【施設整備と機能向上】</li> <li>・セリシステム等の機能向上</li> <li>・市場内施設の修繕、更新の優先度をつけて実施</li> <li>・場内環境の整備</li> </ul>	
活動方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナ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。</li> <li>・市場を取り巻く厳しい環境を踏まえて、一層の経費削減を図る。</li> </ul>												

## 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 (R2)	R1実績値	R2		R3目標値	ウエイト (R3)	中期経営計画 (R1~R5)		R3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
						目標値	実績値 [見込値]			R3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	20	12	×	6	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。下半期に集中して実施(10月から毎月1回予定)	新型コロナウイルスの状況を見据えながら、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を支援する
	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	15	10	×	12	5	-	-	産地等と買受人との情報交換の場を提供していく。(毎月1回予定)	ズームなどWEBを活用して、展示会や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	18	18	×	18	15	-	-	買受人総数が減少しているが、意欲ある新規買受人の獲得し、花きの消費拡大を図る	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	80	×	66	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 ・セリスシステム更新
⑤ CS調査	花き卸売市場に対する買受人の不満足度		%	10	14	13		12	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で、R2年度より1%削減を目指す	・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 ・セリスシステムの機能向上
						12.9							

## 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	73	74	75	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棄物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
						[74]						

- 【凡例】
- ・☆はR3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

法人名

株式会社大阪鶴見フワーセンター

## C S 調査の実施概要

## ○令和 2 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	600名	令和3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」+「不満」の合計） ・荷物の積み込みをスムーズにできる（40.7%→25.0%） ・毎日の「セリ予定量」はわかりやすい（21.2%→10.3%） ・お知らせ等の表示がわかりやすい（19.6%→11.6%） ・職員のあいさつや態度はよい（10.7%→9.1%） ・WEBセリに関すること・端末は操作しやすい（27.8% 新規） ・WEBセリに関すること・表示画面はわかりやすい（25.3% 新規）	（結果を踏まえ実施した取組） ・セリシステムの新規開発及び更新の実施 （今後実施予定の取組） ・車の入場規制・誘導方法、市場内物流の更なる改善 ・掲示機能の更なる充実 ・買受人により快適な機能向上のためのシステム改修予定

## ○令和 3 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4年2月

## ・C S 調査に関する令和 3 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	R1実績値	R2目標値	R3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
				実績値(見込値)		
CS調査	花き小売業者を対象にした不満足度	%	14.0	13.0	12.0	（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） ・買受人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、R2年度目標より1%削減を目指す。
				12.9		

## ・C S 調査に関する令和 3 年度目標（再掲）【※ プロセス測定指標の場合】

戦略目標	成果測定指標	単位	R1実績値	R2目標値	R3目標値	C S 調査の数値をプロセス測定指標に設定した理由及び目標値の根拠
				実績値(見込値)		
						（設定した理由）  （何をめざすのか）  （目標値の根拠）

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

〔1〕

R2年度の 成果測定指標	単位	R2年度の 目標値	R2年度の 実績値(見込値)
当期経常利益	千円	▲13,456	▲55,719

未達成の 要因と分析	<p>・R2年度において、新型コロナウイルスの影響により、緊急事態宣言が発出され、卒業式や入学式、イベント等が中止となったことで、4月5月の売上高が前年比で約60%と大幅に減少したため、卸、仲卸等に対する使用料の減額措置を行った。また、取扱の主力であるキクでみると、1月の寒波の影響で産地からの供給量が落ち込んだこと、また、緊急事態宣言再発令を受け、業務や仏花で使う切り花の相場が大きく下落し、年明けから軟調であったが、平年の半値近くとなった。このようなこともあり、目標を大きく下回る結果となった。</p> <p style="text-align: right;">単位(千円)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R1</th> <th>R2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>取扱高</td> <td>24,493,901</td> <td>21,674,543</td> </tr> <tr> <td>売上高</td> <td>562,321</td> <td>482,908</td> </tr> <tr> <td>売上高原価等</td> <td>560,061</td> <td>538,627</td> </tr> <tr> <td>経常利益</td> <td>2,260</td> <td>▲55,719</td> </tr> </tbody> </table>		R1	R2	取扱高	24,493,901	21,674,543	売上高	562,321	482,908	売上高原価等	560,061	538,627	経常利益	2,260	▲55,719
		R1	R2													
取扱高	24,493,901	21,674,543														
売上高	562,321	482,908														
売上高原価等	560,061	538,627														
経常利益	2,260	▲55,719														
今後の 改善方策	<p>・新型コロナウイルスの影響により花きの需要が減少した昨年、ウイズコロナを踏まえた対策（WEBによるセリ方式への変更）により、安定的な花きの取引を実現し、徐々に花きの需要も回復傾向になっている。引き続き、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、消費者の花き購買意欲を促進するなど、積極的な連携を進めていく。</p>															

〔2〕

R2年度の 成果測定指標	単位	R2年度の 目標値	R2年度の 実績値(見込値)
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	12	5

未達成の 要因と分析	<p>・R2年度において、当初は、8月に1回、9月に1回、下半期に10回の開催を予定していたが、新型コロナウイルスの影響により、緊急事態宣言等の期間や感染増加時期などがあり、年間を通じてイベント、ワークショップの多くが中止となったため、目標を大きく下回る結果となった。</p> <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・9月「親子見学体験ワークショップ」（親子参加型）</li> <li>・10月「花高合戦」（高校生のフラワーアレンジメントバトル）</li> <li>・10月「花生けバトル」（デモンストレーション）</li> <li>・11月「花のデザイン祭り」（フラワーマーケット及びオークション）</li> <li>・2月「フラワーバレンタイン」（花の販売）</li> </ul> <p>【中止】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・8月「親子見学体験ワークショップ」（親子参加型）</li> <li>・12月「フラワーアレンジメントワークショップ」2回</li> <li>・1月「フラワーアレンジメントワークショップ」2回</li> <li>・2月「フラワーアレンジメントワークショップ」</li> <li>・3月「フラワーアレンジメントワークショップ」</li> </ul>
	今後の 改善方策

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〕

R2年度の 成果測定指標	単位	R2年度の 目標値	R2年度の 実績値(見込値)
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	10	6

未達成の 要因と分析	<p>・R2年度において、当初は7月以降に10回の開催を予定していたが、新型コロナウイルスの影響により、感染防止や人流抑制の観点から従来のイベント的な展示会や地方産地との往来もある商談会については開催ができず、目標を大きく下回る結果となった。</p> <p>【実績】商談会のみ ・8月（1回）11月（3回）12月（2回）</p> <p>【中止】 ・7月以降の展示会（2回）、1月2月の商談会（2回）を中止</p>
---------------	--

今後の 改善方策	<p>・従来の対面式のセリからWEBセリへと移行したことで、対面による展示会や商談会から、オンライン上での開催を実施することで、新型コロナウイルスの影響を受けずに、開催が可能となるため、花きの取引増加に結びつくよう、取り組みを進めていく。</p>
-------------	---

〔4〕

R2年度の 成果測定指標	単位	R2年度の 目標値	R2年度の 実績値(見込値)
新規買受人の獲得	人	18	6

未達成の 要因と分析	<p>・R2年度において、新型コロナウイルスの影響により、緊急事態宣言が発出され、卒業式や入学式等イベントの中止、結婚式や葬儀の縮小など、花きの小売業にも大きな影響があり、新たな新規出店を控える傾向があったため、目標を大きく下回る結果となった。</p>
---------------	--

今後の 改善方策	<p>・卸会社と連携しながら、WEBセリに参加の買受人に対して、魅力ある市場であることをPRするとともに、買受人に呼びかけを行うことで、新たな買受人獲得に向けての取り組みを進めていく。</p>
-------------	--

■ 目標値未達成の要因について

〔5〕

R2年度の 成果測定指標	単位	R2年度の 目標値	R2年度の 実績値〔見込値〕
施設改修	百万円	80	〔24〕

未達成の 要因と分析	<p>・R2年度において、新型コロナウイルスの影響による花きの取扱高減少に伴い、売上高賃料が減少したため、施設改修の項目の見直しを行い、経費削減を行ったことで、目標を大きく下回る結果となった。</p> <p>(主な施設改修)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場内空調機新設、更新関係【4,800千円】</li> <li>・場内換気扇修繕関係【2,796千円】</li> <li>・その他減価償却対象工事【11,972千円】 <ul style="list-style-type: none"> <li>コンセント等電源設置工事 (330千円)、ソフトウェア (1,769千円)、</li> <li>監視カメラ移設等工事 (255千円)、出口通路整備工事 (6,898千円)、</li> <li>防火シャッター更新等工事 (2,400千円)、</li> <li>バッテリー及びファン設置工事 (320千円)</li> </ul> </li> <li>・修繕費【4,254千円】</li> </ul>
---------------	--

今後の 改善方策	<p>・経営状況を見ながらではあるが、市場機能を維持するために、短期修繕計画及び建物状況調査を基に、場内事業者とも連携しながら施設改修に取り組んでいく。</p>
-------------	--

〔6〕

R2年度の 成果測定指標	単位	R2年度の 目標値	R2年度の 実績値〔見込値〕

未達成の 要因と分析	
---------------	--

今後の 改善方策	
-------------	--