

## ミッション

- 安定的な花き流通の維持
  - ・消費者に新鮮で多彩な花をより早く消費者に届けるため、質量ともに豊富で安定した供給体制をつくる
- 累積赤字解消後の民営化
  - ・卸売会社が開設業務も一体的に行う

## 対応方針

1. 市場活性化事業の取り組み  
卸売会社や仲卸業者と協働で市場活性化に取り組み、売上高の増大を目指す。

2. 市場運営の効率的・効果的な経営  
経営改善に取り組み、効率的に収益力をあげ、単年度黒字を継続し、早期の累積赤字解消を目指す。

## 戦略目標【参考：中期経営計画の目標値】

- ① CS調査
  - ・花き小売業者に対する満足度  
〔60%(H24見込)→61%(H25)〕
- ② 花き卸売市場運営事業の活性化
  - ・市場取扱高  
〔270億円(H21)→280億円(H26)〕

- ③花き卸売市場運営事業の効率的実施
  - ・売上高営業利益率  
〔1.5%(H24見込)→1.54%(H25)〕
- ④収益力の向上
  - ・当期純利益  
〔27,397千円(H21)  
→75,888千円(H26)〕

中期経営計画に基づく基本方針(目標設定の考え方)

中期経営計画の概要

<p>中期ビジョン (法人が目指す中期の到達点)</p>	<p>当市場の設立趣旨に則り機能維持を図るとともに、市場の活性化を計画的に進め、当市場が我が国の中核的花き卸売市場とし安定的な花き流通に寄与するとともに、単年度黒字を継続しながら累積赤字を平成28年度末までに解消し、民営化を目指す。</p>	<p>中期経営計画名称 (計画期間) 公表先URL</p>	<p>(株)大阪鶴見フラワーセンター中期経営計画 (平成22年度～平成26年度) <a href="http://www.tsurumi-wfm.jp/">http://www.tsurumi-wfm.jp/</a></p>
----------------------------------	--	---------------------------------------	--

(参考)H25経営目標

I. CS(利用者満足度)、事業効果(設立目的と事業内容の適合性)

戦略	成果測定指標	単位	最終年度の到達目標	目標達成のための活動事項
②花き卸売市場運営事業の活性化	市場取扱高	千円	28,000,000	市場関係者が開催する商談につながる展示会等において協働実施するなど支援を行い、取扱高の増加に努める。
④収益力の向上	当期純利益	千円	75,888	市場活性化事業の取組により、売上高の増と支出の削減に一層努める。

戦略	成果測定指標	単位	H25目標値	中期計画H25目標値	H25目標値設定の考え方 (数値の根拠)
①CS調査	花き小売業者を対象とした満足度	%	61	-	H23、H24結果をもとに設定
	生産・流通情報の収集提供の実施(プロセス)	件	7	-	H24結果をもとに設定
②花き卸売市場運営事業の活性化	市場取扱高	千円	27,800,000	27,800,000	中期経営計画のH25目標値を設定
	市場活性化のため即売会社等と連携しイベント等の開催支援(プロセス)	回	6	-	H23、H24結果をもとに設定
	若手買参人の育成を図るため研修会等を開催(プロセス)	回	4	-	H23、H24結果をもとに設定

II. 財務(健全性・採算性)・効率性(コスト抑制と経営資源の有効活用、自立性の向上)

戦略	成果測定指標	単位	H25目標値	中期計画H25目標値	H25目標値設定の考え方 (数値の根拠)
③花き卸売市場運営事業の効率的実施	売上高営業利益率 <small>花き卸売市場運営事業 営業利益 / 花き卸売市場運営事業売上高</small>	%	15	-	中期経営計画記載の平成25年度(営業利益/営業収益)により設定
④収益力の向上	当期純利益	千円	56,674	56,674	中期経営計画のH25目標値を設定

## 24年度の経営目標達成状況及び25年度目標設定表

<b>法人経営者の考え方</b> (平成25年度の課題と重点目標)	当市場がわが国の中核的2大市場として安定的な花き流通に寄与するとともに、より競争力のある市場をめざし、現行の『せり』システムの更新と在宅『せり』の導入にむけた市場内の合意を図る。 また、当社は早期に累積赤字を解消し民営化を行うことが喫緊の課題となっており、民営化に向け、卸売会社と十分に協議を行ないながら準備を進める。
--------------------------------------	--

## I. CS(利用者満足度)、事業効果(設立目的と事業内容の適合性)

戦略目標	成果測定指標	新 規	単 位	ウエ イト (H24)	H23実績	H24目標	ウエ イト (H25)	H25目標	戦略目標達成のための活動事項
						実績(見込)			
① CS調査	花き小売業者を対象とした満足度		%	20	58.2	60 60.0	20	61	卸売会社や仲卸業者と一体となって改善に取り組む。
	生産・流通情報の収集提供の実施(プロセス)		件	5	4	6 6	5	7	卸会社と一体となって産地と消費者ニーズをつなぐため、生産・流通情報の収集提供を行う。(卸会社からは産地の生育、被害状況や出荷(量、時期)状況を、買受人からは、小売業者から得られる消費者ニーズについて情報収集と提供を行う。)
② 花き卸売市場運営事業の活性化	市場取扱高		千円	20	26,669,905	27,600,000 ×26,000,000	20	27,800,000	市場関係者が開催する商談につながる展示会等において協働実施するなど支援を行い、取扱高の増加を見込む。
	市場活性化のため卸売会社等と連携イベント等の開催支援(プロセス)		回	10	5	5 5	10	6	関西花消費拡大委員会として市場関係者と一体となって取り組む。
	若手買受人の育成を図るため研修会等を開催(プロセス)		回	5	2	3 3	5	4	・若手買受人の育成を図るため、レベルアップのためのセミナーや市場動向等についての研修会を開催する。 ・毎月定期的に開催されている若手買受人独自の勉強会についても講師紹介やテーマ設定の相談等の支援を行う。 ・今後、消費者に訴えかけるストーリーを作り、市場取扱高の向上を目指すプロセスを検討していく。

## II. 財務(健全性・採算性)・効率性(コスト抑制と経営資源の有効活用、自立性の向上)

③ 花き卸売市場運営事業の効率的実施	売上高営業利益率 花き卸売市場運営事業 営業利益 ／花き卸売市場運営事業売上高		%	20	11.9	13.3 14	20	15	市場活性化事業の取組により、売上高の増と支出の削減に一層努める。
④ 収益力の向上	当期純利益		千円	20	36,587	46,940 50,000	20	56,674	市場活性化事業の取組により、売上高の増と支出の削減に一層努める。

## 【凡例】

- ・☆はH25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H25から目標とするため、参考として記入した実績値

CS調査の実施概要

○平成24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	200名	平成25年3月

CS調査実施後の改善事例
<p>日々の情報に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産・流通情報の収集提供の実施(集中豪雨の被害状況等の速報)</li> <li>・市場活性化目的も兼ね、卸売会社とともに産地へのトップセールスを行い、産地状況を把握し市場反映に努めている</li> <li>・小売店舗へのモニター実施(のぼり、ポスターの試行実施)し小売店舗での効果を確認</li> </ul>

○平成25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	200名	平成26年1月

・CS調査 平成25年度目標(再掲)

戦略目標	成果測定指標	単位	H23実績	H24目標	H25目標値	H25目標値設定の考え方 (数値の根拠)
				実績(見込)		
CS調査	花き小売業者を対象にした満足度	%	58.2	60	61	平成23、24年度結果をもとに目標値設定
				60.0		
	生産・流通情報の収集提供の実施(プロセス)	回	4	6	7	平成24年度結果をもとに目標値設定
				6		

「大阪鶴見花き地方卸売市場」ご利用者アンケート

平成24年度

Q1 あなた(回答者)についてお聞かせください		(該当項目を○で囲む)
あなたについて	1 あなたの年齢は？	30歳未満・30～50歳・51歳～70歳・70歳超
	2 あなたの店舗の所在地は？	大阪市内・大阪府内(大阪市内を除く)・大阪府外

Q2 次の設問についてあなたの満足度をお聞かせください		(該当数字を○で囲む)					満足度指標 (①+②+③/2)	満足度平均評価 60.0%
設	問	①大変満足	②満足	③どちらとも いえない	④やや不満足	⑤不満足		
セリ室に関すること	1 セリ表示盤は分かりやすい	5.2%	56.3%	22.9%	13.5%	2.1%	72.9%	73.0%
	2 買参人端末機は操作しやすい	8.3%	57.3%	27.1%	6.3%	1.0%	79.2%	
	3 セリ室の空調は快適である	2.1%	41.1%	30.5%	20.0%	6.3%	58.4%	
	4 セリ室の照明は適切である	9.4%	60.4%	21.9%	8.3%	0.0%	80.7%	
	5 セリ室の禁煙対策はよくできている	20.8%	51.0%	14.6%	6.3%	7.3%	79.2%	
	6 セリ室やトイレは清潔である	10.4%	46.9%	20.8%	14.6%	7.3%	67.7%	
日々の情報に関すること	7 毎日の「セリ予定量」はわかりやすい	2.1%	16.8%	47.4%	23.2%	10.5%	42.6%	51.7%
	8 館内放送は聞き取りやすい	0.0%	43.6%	37.2%	14.9%	4.3%	62.2%	
	9 お知らせ等の表示はわかりやすい	0.0%	37.6%	43.0%	15.1%	4.3%	59.1%	
	10 花の生育や出荷情報が豊富である	1.1%	21.0%	41.7%	25.3%	11.0%	42.9%	
駐車に関すること	11 駐車場は利用しやすい	2.1%	18.9%	17.9%	34.7%	26.3%	30.0%	49.5%
	12 ガードマンによる車の誘導は適切である	5.2%	41.7%	31.3%	12.5%	9.4%	62.5%	
	13 駐車券は買いやすく利用しやすい	5.4%	49.5%	20.4%	12.9%	11.8%	65.1%	
	14 周辺の迷惑駐車防止に力を入れている	2.3%	22.7%	58.0%	12.5%	4.5%	54.0%	
	15 荷物の積み込みをスムーズにできる	2.1%	21.9%	24.0%	33.3%	18.8%	35.9%	
センター職員に関すること	16 職員のあいさつや態度はよい	7.4%	33.7%	35.8%	14.7%	8.4%	58.9%	59.3%
	17 職員は質問等に親切かつ適切に答えてくれる	7.5%	31.2%	41.9%	14.0%	5.4%	59.7%	
その他	18 飲物の自動販売機の台数や品揃えはよい	1.0%	47.9%	31.3%	14.6%	5.2%	64.6%	64.7%
	19 ペットボトルなどのゴミの分別に力を入れている	4.2%	32.6%	55.8%	5.3%	2.1%	64.7%	

その他お気づきの点について、ご自由にご記入ください。

㈱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】

法人名	株式会社 大阪鶴見フラワーセンター
24年度の成果測定指標	市場取扱高
24年度の目標値	27,600,000千円
24年度目標の達成状況	26,000,000千円 (見込)
未達成の要因	<p>平成23年3月の東日本大震災の影響、急速な円高による先行き不透明感から個人消費が伸び悩み、消費者の購買意欲や法人需要も低迷が続いている、全国的に卸売市場の花き取扱高が対前年比(未確定)%減少しているなか、卸売会社、市場関係者一体となって、市場活性化の活動や卸売会社と産地が連携し展示会等を開催するなど取扱高の回復に努めている。</p> <p>平成24年度当市場取扱高は、23年度と比べ約2.5%の減が見込まれる。</p> <p>○平成23年度と平成24年度との取扱高比較 平成23年度 26,669,905千円 対前年度比△0.8%</p> <p>平成24年度 26,000,000千円(見込) 対前年度比△2.5%</p> <p>○平成23年度と平成24年度との数量比較 平成23年度 456,662 千本 対前年度比△1.2%</p> <p>平成24年度 未確定</p> <p>参考 ■全国市場取扱高(日本花き卸売市場協会調査)年間表示 平成20年 41,825,886万円 対前年比 △8.6%</p> <p>平成21年 40,500,882万円 対前年比 △3.2%</p> <p>平成22年 40,859,917万円 対前年比 +0.9%</p> <p>平成23年 38,037,917万円 対前年比 △6.9%</p> <p>平成24年 未確定(前年H240510 日本農業新聞発表)</p>
今後の改善方策	<p>花きの消費拡大を図るため、卸売会社、仲卸業者、買受人など市場関係者が一体となり、府民への花き購買意欲を促進するための啓発事業に取り組むとともに、産地に対しては、大阪府・大阪市の協力も得ながら卸売会社と協働で出荷量の拡大を働きかけ取扱量の増加に努める。</p>