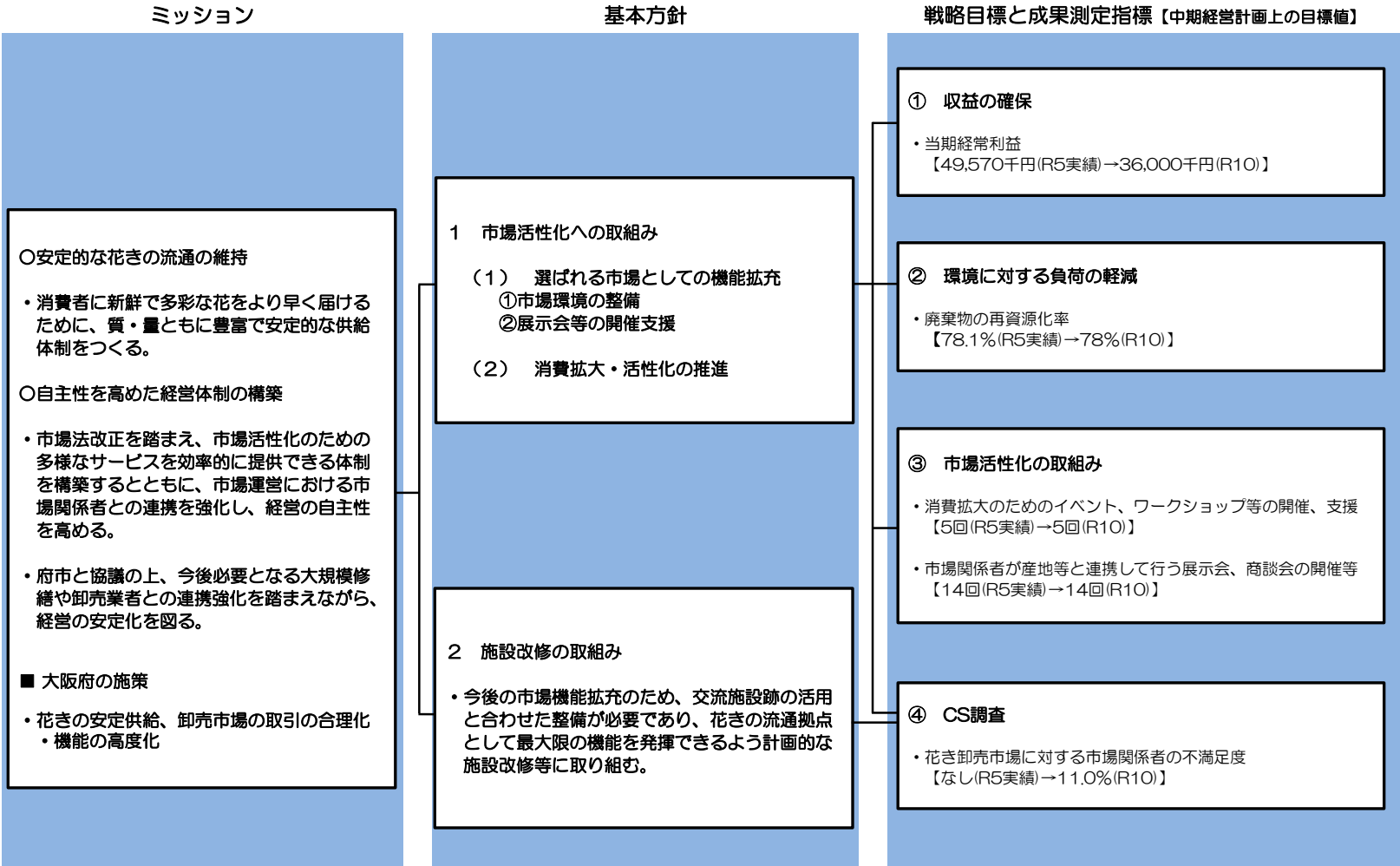


法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
作成（所管課）	環境農林水産部 流通対策室 市場・検査指導課

○ 経営目標設定の考え方



○ 令和6年度の経営目標達成状況及び令和7年度経営目標設定表

I. 最重要点目標(成果測定指標)													
戦略目標	成果測定指標	新規	単位	R6 ウエイト	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 〔見込値〕	R7 目標値	R7 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R7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	
										R7 目標値	最終年度 目標値		
① 収益の確保	当期経常利益		千円	45	49,570	30,000	×〔17,700〕	23,000	45	28,000	36,000	・中期経営計画策定時のR7売上高に対して、花き市場の取扱高に応じて収入する使用料は増収見込であるものの、市場内の基幹システムを当社が整備しなくなったことでシステム賃料収入が大きく減少することなどにより、売上高全体で約1億9,600万円の減少となる見込である。一方、中期経営計画策定時のR7営業費用に対しては、上記基幹システムを当社が整備しなくなったことにより、当初見込んでいた減価償却費が大きく減少するものの、施設管理にかかる業務委託費や交流施設跡部分の改良工事に伴う減価償却費等が増加見込であり、営業費用全体で約1億9,000万円強の減少見込であることなどを勘案し、R7年度経常収益の目標値は23,000千円を設定する。 ・施設の改修については、交流施設跡を市場施設として使用するための整備計画を勘案し、優先順位を決めて対応する。	
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		
最重要点とする理由、 経営上の位置付け	・当市場が我が国の中核的三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、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。 ・流通量の減少等、花きを取り巻く厳しい状況の中でも単年度黒字を維持し、経営の自主性を高め、確保した収益を施設の維持や機能拡充のための投資にあてる。 ・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。											・今後の市場機能の強化のため、交流施設跡の整備活用を進める。	
最重要目標達成のための 組織の課題、改善点	・交流施設跡を活用し、市場内での荷捌きエリア拡大や定温保冷スペースの増設により、場内物流の再整備を図る。 ・再整備を進めるにあたっては、法令上の基準、年間改修用経費、業務遂行可能規模の面を考慮する必要がある。 ・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、将来的な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。											{環境整備} ・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	・荷捌きエリアの拡大、場内物流の再整備にあたっては、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。											{施設整備と機能向上} ・市場内施設の修繕、更新については、交流施設跡の整備計画も踏まえ、優先順位を決めて実施 ・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	R6 ウエイト	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 〔見込値〕	R7 目標値	R7 ウエイト	中期経営計画 (R6～R10)		R7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
										R7 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	15	5	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	10	14	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。	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。
④ CS調査	花き卸売市場に対する市場関係者の不満足度		%	15	-	11.0	10.9	↓ 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毎年改善しており、今後もさらなる場内環境の改善を図り、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。	引き続き以下のような場内環境の改善を行う。 ・車の入場規制、誘導方法、市場内物流の更なる改善 ・繁忙期の駐車場でのご案内の配置 ・繁忙期の駐車場所、駐車時間に関する周知 ・場内照明等の不具合に適宜対応

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))		%	15	78.1	78	× 75.4	78	15	78	78	再資源化率は6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年度実績値)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R7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ラワーセンター
-----	------------------

CS調査の実施概要

○令和6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	卸売市場を利用する卸、仕分け業者、仲卸、買受人の代表者	2 4 5名	令和7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(不満) ・市場内の環境・活動に要する広さ (22.3%) ・市場内の環境・温度 (19.6%) ・駐車場の利用・誘導などの警備 (17.9%) ・花き取引に関して・引き渡し時間 (24.4%)	(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 ・繁忙期の駐車場でのガードマンの配置 ・繁忙期の駐車場所、駐車時間に関する周知 (今後実施予定の取組) ・場内照明等の不具合に適宜対応

○令和7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	卸売市場を利用する卸、仕分け業者、仲卸、買受人の代表者	2 4 5名	令和8年 2 月

・CS調査に関する令和7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	R5 実績値	R6 目標値	R6 実績値 【見込値】	R7 目標値	CS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	花き卸売市場に対する市場関係者の 不満足度	%	-	11.0	10.9	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毎年改善しており、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	R6年度目標値	R6年度実績値	目標値との差
当期経常利益	千円	30,000	[17,700]	△12,300

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	売上高の減少			R6年度目標値に対して、売上高については、花き市場の取扱高に応じて収入する使用料は増収となったものの、市場内の基幹システムを当社が整備しなくなったことでシステム賃貸料収入が大きく減少したことなどにより、売上高全体として約1億3千万円の減少となった。 一方、費用面については、上記基幹システムを当社が整備しなくなったことにより、当初見込んでいた減価償却費が大きく減少したが、交流施設跡の施設管理や改良工事のための設計等にかかる業務委託費が当初見込みより増加したことなどにより、費用面全体として約1億1,700万円の減少に留まり、経常利益は目標値未達となったもの。						引き続き、費用面において可能な限り経費の節減に努めるとともに、交流施設跡を卸売市場の一部として活用できるよう整備することで、将来的な当市場の取扱高の増加による売上高増加を目指す。
	関連項目名	売上高	単位	千円	R6当初想定値	755,000	R6実績値	[625,000]	差	△130,000

■ 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

〔2〕

成果測定指標	単位	R6年度目標値	R6年度実績値	目標値との差
廃棄物の再資源化率 (再資源廃棄物(t)／廃棄物総量(t))	%	78	75.4	△ 2.6

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	再資源化の難しい廃棄物の総量増加				R6年度は再資源化の難しい廃棄物が計画192tに対して実績222.4t(計画比15.8%の増)となり、結果として再資源化率が3%程度低下した。 再資源化の難しい廃棄物の大部分は市場取扱の花き類であるが、特に昨年は酷暑等により品質のばらつきが顕著であったことから、場内事業者の廃棄ロスが増加したものとみている。					再資源化の難しい花き類の廃棄ロス発生については商流上の様々な原因があり当社で完全に管理するのは難しいが、市場開設者として可能な取組みとして、定温保管が可能な区画の整備等、廃棄ロスの削減に資する環境整備に努めるとともに、当社としては引き続き再生資源(紙類、プラスチックなど)について場内事業者、廃棄業者と密に連携して処理を徹底する。
	関連項目名	廃棄物総量	単位	トン	R6当初想定値	880	R6実績値	903	差	33

法人名

株式会社大阪鶴見フラワーセンター

■ 令和6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	R6年度の実績値〔見込値〕	R7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

マイナス (現状維持) 目標の考え方	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たっているが、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。
--------------------------	--

〔2〕

成果測定指標	単位	R6年度の実績値〔見込値〕	R7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

マイナス (現状維持) 目標の考え方	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。
--------------------------	--

■ 令和6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	R6年度の実績値〔見込値〕	R7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	%	10.9	11.0

マイナス (現状維持) 目標の考え方	これまでは買受人を対象に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6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。 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、買受人の代表者まで対象者を拡大してCS調査を実施しており、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。
--------------------------	--

〔4〕

成果測定指標	単位	R6年度の実績値〔見込値〕	R7年度の目標値

マイナス (現状維持) 目標の考え方	
--------------------------	--