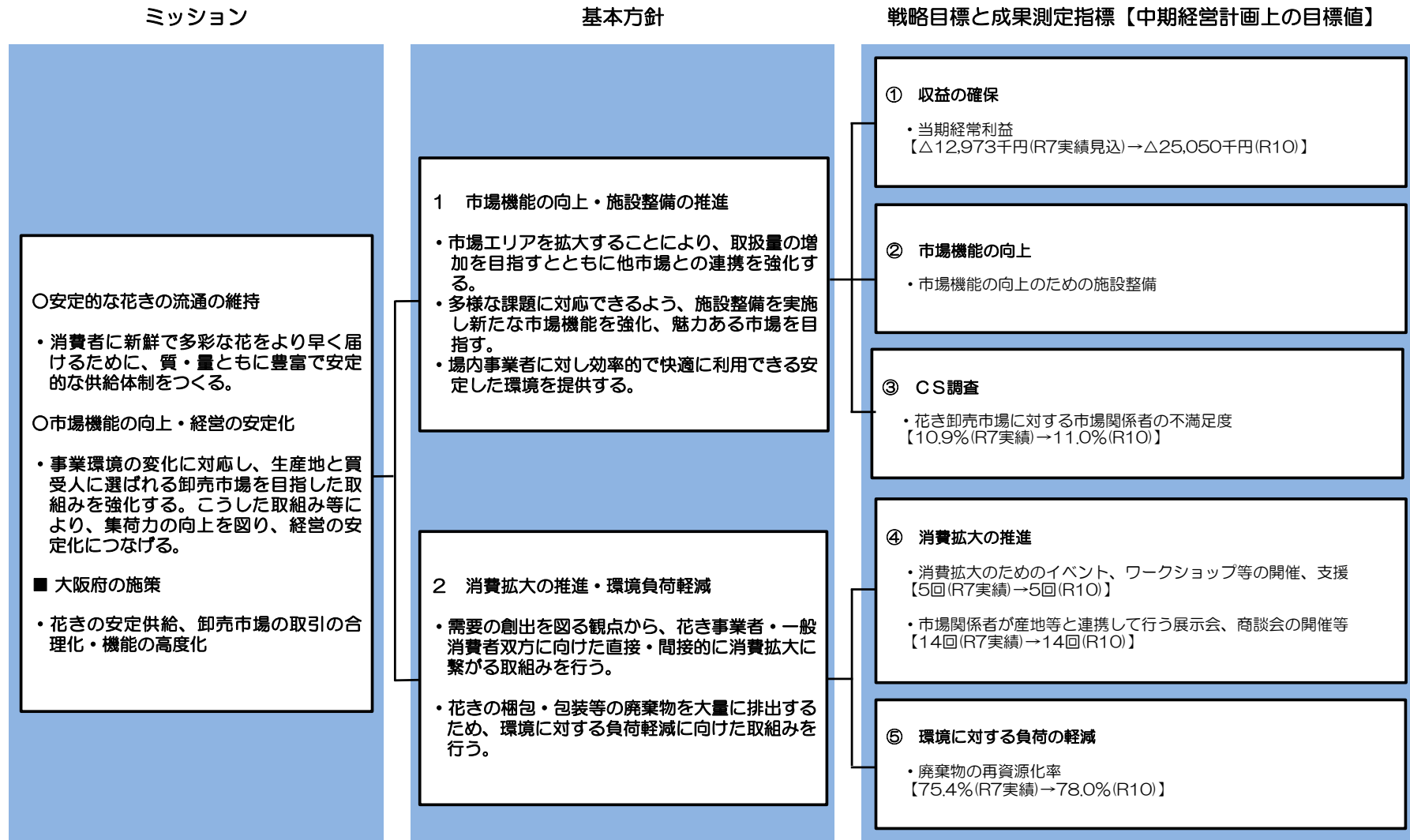


法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
作成(所管課)	環境農林水産部 流通対策室 市場・検査指導課

○ 経営目標設定の考え方



法人名	株式会社大阪鶴見フラワーセンター
-----	------------------

○ 令和7年度の経営目標達成状況及び令和8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	R6実績値	R7目標値	R7実績値 〔見込値〕	R7 ウエイト	R7 得点	R8 目標値	R8 ウエイト	中期経営計画 (R6~R10)		R8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	
											R8 目標値	最終年度 目標値		
① 収益の確保	当期経常利益		千円	15,335	23,000	×〔△12,973〕	45	0	△12,889	35	△29,110	△25,050	R8年度目標については、R7年度の見込み額を踏まえ設定。 ・収入:収入の大半を占める売上高使用料について、R7年度実績見込を踏まえ、中期経営計画策定時からは2,000千円の増加を図る。天候不順や猛暑による花きの品質低下、物価高による買い控え等のため、R7年度は特に切花の単価・取扱量が減少し、「売上高使用料」がR6年度に比べて約5,000万円減少する見込み。天候や景気動向に大きく左右される花きの単価・取扱量の今後の増減見込みを現時点で正確に予測することは困難であり、実績見込を踏まえた設定とする。 ・費用:直近のR7年度実績見込を踏まえ設定。 ※なお、R8年度より設計委託料の会計処理を変更(費用計上から資産計上)したことに伴い、中期経営計画策定時からは14,000千円減となっている。	
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			
最重点とする理由、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や他市場との連携強化(取組み支援)を通じ、生産地と買受人に選ばれる市場としての機能向上を図り、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もと、国の交付金を活用し、単年度当期純利益は黒字を確保しつつ、交流施設跡を卸売市場として活用するための施設整備を進めることにより市場運営の効率化とハブ市場への進化を図る。 ・建設資材の高騰や人手不足の影響により、費用を抑えながら適切な施工業者を確保することはますます困難となっており、当社の収支も厳しい状況ではあるが、設備投資を行いながらも効率的な経営に努め、経常損失の抑制を最重点とする。 											<ul style="list-style-type: none"> ・花き消費減少、物流課題、交流施設の閉館といった事業環境の変化に対応し、3階交流施設跡のフラット化工事(2期)による荷捌きスペースの拡充、1階市場部分と3階を繋ぐ垂直搬送機の設置による3階での入出荷の拡大により、集荷分荷力の向上を図り、生産地と買受人に選ばれる市場としての取組みを強化する。 		
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"> ・交流施設跡は、共用部は広場(プラザ)となっており、スキップフロアに花壇跡や観客席跡など様々な段差、中央に大きな鉄塔が存在するなど独特な構造となっており、また、卸売市場の稼働を止めずに施設整備を行う必要があり、整備計画を慎重に行う必要がある。 ・荷分け設備(コンベア)が1階にあり、入庫や荷捌きも1階で行っているが、3階交流施設跡への物流動線が整備されていないことから、取扱高の増加が見込めない。 ・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。 											<ul style="list-style-type: none"> ・交流施設跡3階の改修をR10年度に終える予定をしており、当該整備による市場機能の向上により市場取扱高の増加を図る。 ・経費削減に努めるとともに、他市場との連携拡大、使用料のあり方の検討や交流施設跡4・5階の活用(賃貸)等の取組みを進め、R11年度以降の経常利益黒字化を図る。 		
活動方針	<ul style="list-style-type: none"> ・再整備を進めるにあたっては、法令上の基準、年間改修費用、業務遂行可能時期や時間帯の面を考慮し計画的に推進する。 ・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。 													

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実績値	R7目標値	R7実績値 【見込値】	R7 ウエイト	R7 得点	R8 目標値	R8 ウエイト	中期経営計画 (R6~R10)		R8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
											R8 目標値	最終年度 目標値		
② 市場機能の向上	市場機能の向上のための施設整備	☆	件	施設整備項目 0件	-	施設整備項目 2件	-	-	施設整備項目 2件	15	-	-	<p>中期経営計画に示した施設改修計画にもとづき、以下の施設整備を実施する。</p> <p>・3階交流施設跡フラット化(2期) ・垂直搬送機設置</p>	<p>【3階交流施設跡フラット化(2期)】 交流施設跡3階広場部分のフラット化により、荷捌きスペースの拡充、駐車場から店舗跡への台車走行の円滑化を行う。</p> <p>【垂直搬送機設置】 1階卸売市場部分と交流施設跡3階を繋ぐ垂直搬送機を設置することにより、3階での入出荷の拡大を図る。</p>
③ CS調査	花き卸売市場に対する市場関係者の不満足度		%	10.9	11.0	10.9	15	15	↓11.0	15	11.0	11.0	<p>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。</p>	<p>以下のような場内環境の改善を行う。</p> <p>・3階交流施設跡フラット化による荷捌き場としての利用 ・繁忙期の駐車場でガードマンの配置 ・繁忙期の駐車場所、駐車時間に関する周知 ・1階卸売市場部分と交流施設跡3階を繋ぐ垂直搬送機の設置による場内物流の効率化と引き渡し時間の短縮</p>
④ 消費拡大の推進	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	5	15	15	5	15	5	5	<p>他の商業施設等でイベントを実施するに当たり、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。</p>	<p>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。</p>
	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	14	10	10	14	10	14	14	<p>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。</p>	<p>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。</p>

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)

⑤ 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))		%	75.4	78.0	×75.4	15	0	75.4	10	78.0	78.0	<p>近年の酷暑や2024年問題による出荷から商品の引き渡しまでの長時間化等が、再資源化の難しい花き類の品質保持に影響し廃棄ロスが増加していると考えられるため、直近2年の数値の平均を目標値とする。</p>	<p>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。</p>
---------------	-----------------------------------	--	---	------	------	-------	----	---	------	----	------	------	--	---

R7得点合計
【見込得点合計】

40

【凡例】

- ・☆はR8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7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	247	令和8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 (21.5%) ・市場内の環境・温度 (18.8%) ・駐車場の利用・誘導などの警備 (18.8%) ・花き取引に関して・引き渡し時間 (34.1%)	(結果を踏まえ実施した取組) ・3階交流施設跡一部フラット化による荷捌き場としての利用 ・繁忙期の駐車場でガードマンの配置 ・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) ・3階交流施設跡の区割再編・保管庫整備による定温保管エリアの拡大 ・1階卸売市場部分と交流施設跡3階を繋ぐ垂直搬送機の設置による場内物流の効率化と引き渡し時間の短縮

○令和8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	247	令和9年2月

・CS調査に関する令和8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	R6実績値	R7目標値	R7実績値【見込値】	R8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	%	10.9	11.0	10.9	11.0	(設定した理由) ・魅力ある市場を目指すため、市場関係者の当市場に対する不満足度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として策定した中期経営計画の目標値とする。

■ 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	R7年度目標値	R7年度実績値	目標値との差
当期経常利益	千円	23,000	[△12,973]	△ 35,973

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	<p>天候不順や猛暑による花きの品質低下、物価高による買い控え等のため、R7年度は特に、卸売会社の売上高の9割以上を占める切花の単価・取扱量が減少し、卸売市場での取扱高に応じて場内事業者から徴収する「売上高使用料」が当初想定に比べて約5,300万円減少した。</p> <p><切花の単価・取扱量> ・R7目標設定時 単価:70.8円、取扱量355,599千本 ・R7実績見込 単価:63.8円、取扱量339,306千本</p> <p>令和7年度の目標設定時に、垂直搬送機設計業務の委託料を委託期間が令和8年6月末までであるところ、令和7年度費用として計上していた。そのため、目標設定時よりも費用が減少している。当該費用については、令和8年度から会計処理方法を変更し、令和8年度の垂直搬送機の固定資産計上に含めることとする。</p>				<p>近年の気象状況や社会情勢を踏まえると、猛暑による花きの品質低下への懸念や、物価高による買い控えの傾向が継続することなどが見込まれる。</p> <p>交流施設跡の改修による市場機能向上や他市場との連携拡大、交流施設跡4・5階の活用等の取組みを進め、より安定的な収益構造の構築を目指す。</p>			
		関連項目名	売上高使用料	単位	千円	R7当初想定値	375,500	R7実績値	[321,946]

■ 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	R7年度目標値	R7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))	%	78.0	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	再資源化が困難な廃棄物の構成比の上昇	<p>R7年度目標値は、中期経営計画に基づき、これまでの実績の最大値(R5年度実績値)である78.0%をめざし設定。</p> <p>令和7年度は、酷暑や物流の長時間化(2024年問題)などが花き類の品質保持に影響し、廃棄ロスが増加した。花き類は再資源化が困難で一般廃棄物として処理されるため、一般廃棄物の構成比が上昇した。</p> <p>【廃棄物総量に占める一般廃棄物の割合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R5年度実績: 20.4%(183t／総量897t) ・R7年度実績: 22.9%(191t／総量832t) ※R5年度比 +2.5% <p>また、再資源化が可能な廃棄物の大半が段ボールである中、R7年度は廃棄物総量に占める段ボールの割合が低下した。</p> <p>【廃棄物総量に占める段ボールの割合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R5年度実績: 66.1%(593t／総量897t) ・R7年度実績: 64.4%(536t／総量832t) ※R5年度比 ▲1.7% <p>こうした結果、R7年度の廃棄物の再資源化率は目標値から2.6%低下した。</p>				<p>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、再資源化の難しい花きの廃棄ロスの削減に資する環境整備を計画している。また引き続き再生資源(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。</p>			
	関連項目名	廃棄物総量に占める一般廃棄物の割合	単位	%	R7当初想定値	20.4(R5実績)	R7実績値	22.9	差

■ 令和7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	R7年度の実績値[見込値]	R8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

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>R5年度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7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。</p>
--	--

[2]

成果測定指標	単位	R7年度の実績値[見込値]	R8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

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>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。</p>
--	---

■ 令和7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	R7年度の実績値〔見込値〕	R8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

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>場内関係者との調整等、準備に要する期間などを踏まえ、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。</p>
--	---

[4]

成果測定指標	単位	R7年度の実績値〔見込値〕	R8年度の目標値
廃棄物の再資源化率 (再資源廃棄物(t)／廃棄物総量(t))	%	75.4	75.4

<p>マイナス (現状維持) 目標の考え方</p>	<p>本指標については、中期経営計画に基づき、これまでの実績の最大値(R5年度実績値)である78.0%を目標値として設定してきたが、近年、酷暑や物流の長時間化(2024年問題)などが花き類の品質保持に影響し、再資源化が困難な一般廃棄物の構成比が上昇している状況。</p> <p>【廃棄物総量に占める一般廃棄物の割合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R5年度実績：20.4% (183t／総量897t) ・R6年度実績：23.1% (209t／総量905t) ・R7年度実績：22.9% (191t／総量832t) <p>また、再資源化が可能な廃棄物である段ボールについては、廃棄物総量に占める割合が低下してきている。</p> <p>【廃棄物総量に占める段ボールの割合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R5年度実績：66.1% (593t／総量897t) ・R6年度実績：64.3% (582t／総量905t) ・R7年度実績：64.4% (536t／総量832t) <p>こうした状況を踏まえ、R8年度は直近2年の数値【R6実績：75.4%、R7実績：75.4%】の平均を踏まえ、75.4%を目標値とする。</p>
--	---