

経営改善計画

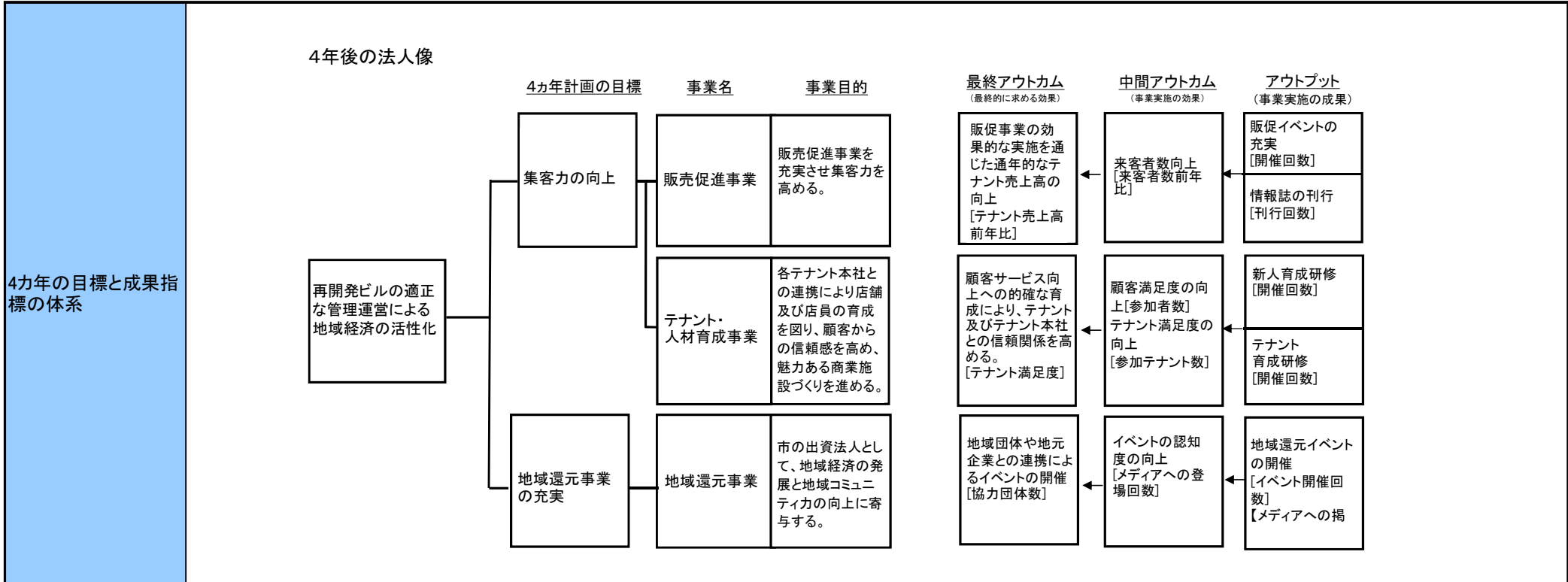
| | | | |
|-----|--------------|------|--------------|
| 法人名 | みぞのくち新都市株式会社 | 所管部署 | まちづくり局総務部庶務課 |
|-----|--------------|------|--------------|

【1: 経営の基本的考え方】

| | |
|-----------------|---|
| 川崎市が期待する役割と経営改革 | <p>①期待する役割 市施行による溝口駅北口地区第一種市街地再開発事業により、整備された再開発ビル(ノクティ)の適正・公正な管理運営や、的確なテナントの選定等により、溝口駅周辺地区の商業振興及び地域コミュニティの発展に寄与することを期待している。</p> <p>②経営改革項目 ・集客力とテナント売上高の向上による再開発ビル(ノクティ)の発展、資産価値の向上及び地域への貢献 ・当社売上高の向上による財務状況の維持</p> |
| 法人のミッション | ノクティの適正・的確・公正な管理運営を行い、溝口駅周辺地区の商業振興及び地域コミュニティの発展に寄与する。 |
| 現状及び課題の分析 | <p>①先行き不透明な経済状況、特に小売業の置かれた厳しい環境、また、JR並びに私鉄沿線に大型商業施設が進出しつつある中で、ミッションを果たすため、増加する商圏人口の消費者ニーズの的確な把握、地域にマッチしたリーシングにより集客効果の高いテナントの集積を推進する。また、顧客サービスの充実や販売促進事業に積極的に取り組むとともに、併せて、地域コミュニティの活性化のために、その一員としての企業市民に課せられた役割を果たし、地域の期待に応える。</p> <p>②丸井が中核テナントであることにより周辺地域のショッピングセンターとの差別化が図れ安定した経営が維持されていることに加え、同社より継続的に出向者を受け入れていることにより、大規模商業施設の運営ノウハウの蓄積がなされる等の効果を得ることができている。</p> |
| 経営ビジョン | 地勢的な変化や社会ニーズに的確に対応し、再開発事業の成果を着実に発展させ、地域消費者の満足度を高める魅力ある商業施設の管理運営の一層の推進 |

経営改善計画

| | | | |
|-----|--------------|------|--------------|
| 法人名 | みぞのくち新都市株式会社 | 所管部署 | まちづくり局総務部庶務課 |
|-----|--------------|------|--------------|



経営改善計画

| | | | |
|-----|--------------|------|--------------|
| 法人名 | みぞのくち新都市株式会社 | 所管部署 | まちづくり局総務部庶務課 |
|-----|--------------|------|--------------|

| | | |
|-------------------------------------|-----------------|--|
| 4か年の経営課題 (必ず財務の視点と業務の効率化の視点を含める) | A事業:販売促進事業 | 季節や時宜に応じた販売促進事業を効果的に配置し、商圈へのPRを展開し、通年の来客数とテナント売上高を向上させる。 |
| | B事業:テナント・人材育成事業 | ノクティ全体の集客力を高める基盤となる各テナント及びテナント店員の接客力を一層向上させる取組みにより、各テナントとの信頼関係を深めることで、顧客にとって魅力ある商業施設づくりを進める。 |
| | C事業:地域還元事業 | 再開発事業の意義をより高め確かなものとするために、地元地域団体や企業との連携協力関係を維持発展させながら、各種の地域還元イベント行事等を展開し、地域経済の発展と地域コミュニティカの向上に寄与する。 |
| | 財務改善 | 市から委託や補助を受ける業務は行っていないので、引き続き、当社業務による収益の着実な確保のための財務改善に取り組む。 |
| | 業務・組織の改革 | マクロ及びミクロの経営環境の変化に的確に対応するための情報収集と、出向元民間企業と連携した人材確保に努め、効率的・効果的な業務運営を図る。 |

経営改善計画

| | | | |
|-----|--------------|------|--------------|
| 法人名 | みぞのくち新都市株式会社 | 所管部署 | まちづくり局総務部庶務課 |
|-----|--------------|------|--------------|

| 指標と目標値の設定根拠 | 項目 | 指標の種類 | 指標 | 指標の選定理由 | 目標値(単位) | 目標値の設定根拠 |
|-------------|-----------------|--------------|---|--|---|--|
| | A事業:販売促進事業 | アウトプット | 販促イベント開催回数 | 販促取組の基礎的数値であるため。 | 5回 | 季節や時宜を前提とした開催となるため、これまでと同数を設定した。 |
| | | アウトプット | 情報誌刊行回数 | 情報誌は販促企画の実施に伴うPRの中心であるため。 | 9回 | 季節や時宜を前提としたイベント開催に伴う刊行のため、これまでと同程度で設定した。 |
| | | 中間アウトカム | 来客者数(前年比) | 年間来客者数の動向は、販促の通年的効果を測るのに相応しい数値であるため。 | 100% | 厳しい消費動向の中、近隣に新たな商業施設が開業するが、新住民を含め、地域に密着した販促策を企画・展開することによる、通年的な集客動向を測ることができる。 |
| | | 最終アウトカム | テナント売上高(前年比) | 年間売上高の上昇は、小売業にとっての目標値であるため。 | 100% | 厳しい消費動向の中、近隣に新たな商業施設が開業するが、地域に密着した販促企画の効果により売上高の確保に確実に結びついたかを測ることができる。 |
| | B事業:テナント・人材育成事業 | アウトプット | 新人育成研修開催回数 | 各テナントの新人職員が基本的な接客術とノクティの一員としての自覚を持つことは全ての出発点であるため。 | 30回 | 各テナントの新人職員数に応じて開催回数は変わってくるが、各テナントと調整しながら概ね月2~3回開催している。 |
| | | アウトプット | テナント育成研修開催回数 | 各テナントの責任の高い職員が、高度な接客術とマネジメント力を持つことは、支援策として重要であるため。 | 20回 | 各回を丁寧に、かつ充実させることにより、研修の効果を高めることが求められている。 |
| | | 中間アウトカム | 参加者数 | 各テナントの基礎的な戦力である職員を高めることは重要であるため。 | 250人 | 年によって新人数は変動するが、例年の傾向から設定した。 |
| | | 中間アウトカム | 参加延べテナント数 | 個々のテナント力及びテナント同士の相乗効果が重要であるため。 | 210テナント | 各回を丁寧に、かつ充実させることにより、研修の効果を高めることが求められている。 |
| | | 最終アウトカム | テナント満足度 | 接客術の習得等の成果に比例して各テナントの満足度も高まると考えられることに加え、結果的に顧客満足度にもつながるため。 | 80% | テナント店長会議等においてアンケートをとり、多くのテナントに満足してもらえることを前提とし設定。 |
| C事業:地域還元事業 | アウトプット | 地域還元イベント開催回数 | 地域還元の基礎的数値であるため。 | 3回 | 季節や時宜を前提とした開催となるため、平成25年度開催実績を踏まえて設定。 | |
| | アウトプット | メディアへの掲載依頼回数 | メディアへの掲載依頼は、地域へのPRの基本である。 | 15回 | 前計画での達成レベルを基本とする。 | |
| | 中間アウトカム | メディアへの登場回数 | 地域へのPR効果を測る基本であり、またそのイベントのレベルを客観的に測ることができるため。 | 15回 | 前計画での達成レベルを基本とする。 | |
| | 最終アウトカム | 協力団体数 | 地域との協力信頼関係の密度を測るのに相応しい数値であると共に、協賛数に比例してイベント内容が充実することから参加者の満足度に直結するため。 | 60団体 | 前計画での達成レベルを基本とする。 | |
| 財務改善 | | 当社売上高の向上 | 当社経営の基盤である。 | 100% | テナントサポートを継続的にを行い、固定、歩合賃料を安定して得ていく。 | |
| 業務・組織の改革 | | 組織内協力体制の強化 | 組織の能力を最大限に引き出すため、組織内の協力体制を高める工夫に引き続き取り組む。 | 検討・実施 | ローテーション勤務の中では困難な面もあるが、組織横断的な検討を深め、実践に生かす。 | |

経営改善計画

| | | | |
|-----|--------------|------|--------------|
| 法人名 | みぞのくち新都市株式会社 | 所管部署 | まちづくり局総務部庶務課 |
|-----|--------------|------|--------------|

【2: 行動計画】

| | |
|------|--|
| 計画期間 | 平成 26 年 4 月 1 日 ~ 平成 30 年 3 月 31 日 (4 カ 年) |
|------|--|

(1) A事業: 販売促進事業

| 目標項目 | 現 状 | 行動計画 | スケジュール | | | |
|------------|----------------------------------|--|--------|-------|-------|-------|
| | | | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 |
| 販促イベント開催回数 | 販促イベント開催時のテナント売上増に確実に結び着けている。 | 販促イベントを効果的に開催し、集客力向上と、店内滞留の長時間化に繋げる。 | 5回 | 5回 | 5回 | 5回 |
| 情報誌刊行回数 | 店舗改装など様々な機会を捉えて、機動的に情報誌を刊行している。 | より伝達力のあるデザインと内容の充実を図る。 | 9回 | 9回 | 9回 | 9回 |
| 来客者数前年比 | 販促イベント開催時の集客効果は十分に確認されている。 | 厳しい消費動向の中、近隣に新たな商業施設が開業するが、新住民を含め、地域に密着した販促策を企画・展開し、通年的な集客を確保する。 | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 売上高前年比 | 来客者数の増加が必ずしもテナント売上高の増加に結びついていない。 | デフレ傾向の中で、地域に密着した販促企画の効果を生徒売上高の確保に着実に結びつける。 | 100% | 100% | 100% | 100% |

(2) B事業: テナント・人材育成事業

| 目標項目 | 現 状 | 行動計画 | スケジュール | | | |
|--------------|--|--|---------|---------|---------|---------|
| | | | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 |
| 新人育成研修開催回数 | 各テナントの基礎戦力の維持向上に役立っている。 | 各テナントの少数精鋭化に対応して、研修内容を工夫して開催する。 | 30回 | 30回 | 30回 | 30回 |
| テナント育成研修開催回数 | 各テナントの戦力の底上げに役立っている。 | 各テナントの少数精鋭化に対応して、研修内容を工夫して開催する。 | 20回 | 20回 | 20回 | 20回 |
| 参加者数 | 各テナントの新人を着実に新戦力として育てている。 | 各テナントの少数精鋭化の中で、顧客満足度を高める新戦力として定着させる。 | 250人 | 250人 | 250人 | 250人 |
| 参加延べテナント数 | 各テナントの実情に即した内容で受け入れられている。 | 各テナントの切実な課題を研修内容に反映できるよう工夫し開催することで、参加増につなげる。 | 210テナント | 210テナント | 210テナント | 210テナント |
| テナント満足度 | 各テナントから研修に対して概ね好評を得ているが、客観的な評価を得ることは実施していない。 | 各テナントの切実な課題を研修内容に反映できるよう工夫し開催することで、各テナントが概ね満足することを目標とする。 | 80% | 80% | 80% | 80% |

経営改善計画

| | | | |
|-----|--------------|------|--------------|
| 法人名 | みぞのくち新都市株式会社 | 所管部署 | まちづくり局総務部庶務課 |
|-----|--------------|------|--------------|

(3)C事業: 地域還元事業

| 目標項目 | 現 状 | 行動計画 | スケジュール | | | |
|--------------|--|--|--------|-------|-------|-------|
| | | | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 |
| 地域還元イベント開催回数 | 季節や時宜を踏まえて、年3回(市民コンサート、盆踊り、イルミネーション)を開催している。 | 地域と一体となった企業活動を進めるという当社の理念を堅持して進める。 | 3回 | 3回 | 3回 | 3回 |
| メディアに対する依頼件数 | 様々な媒体へアクセスし、事業効果に影響の大きいPR機会を増やす努力をしている。 | 広報の質を高め、メディアに取り上げられやすい工夫をする。 | 15回 | 15回 | 15回 | 15回 |
| メディアへの登場回数 | 様々な媒体へアクセスし、事業効果に影響の大きいPR機会を増やす努力をしている。 | 広報の質を高め、メディアに取り上げられやすい工夫をする。 | 15回 | 15回 | 15回 | 15回 |
| 協力団体数 | 地元企業からの協賛・協力を得ることは、景気低迷の中では、新規開拓は困難に直面している。 | 当社の理念をより理解してもらえるよう努力し、協賛・協力数の確保を図ることで内容の充実を図り、多くの参加者が満足できるイベントとする。 | 60団体 | 60団体 | 60団体 | 60団体 |

(4)財務の改善

| 目標項目 | 現 状 | 行動計画 | スケジュール | | | |
|----------|--|---|--------|-------|-------|-------|
| | | | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 |
| 当社売上高の増加 | 景気の低迷と先行きの不透明感による消費の低迷の中で、当社売上高の増加に向けて努力をしている。 | 販促企画の効果をテナント売上高の増加に繋げ、さらに当社売上高を向上させることにより、当社の基盤を強化する。 | 100% | 100% | 100% | 100% |

(5)業務・組織の改革

| 目標項目 | 現 状 | 行動計画 | スケジュール | | | |
|------------|---|---|--------|-------|-------|-------|
| | | | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 |
| 組織内協力体制の強化 | 開業以来、民間出向者と行政経験者が互いの実績と長所を共有しあい、相乗効果による事業の発展に努めている。 | 既存の事務の流れの点検と見直しを進め、地域の変化や経済状況の変動に対応し、より競争力のある組織づくりを効果的に進める。 | 検討・実施 | 検討・実施 | 検討・実施 | 検討・実施 |

資金計画表

[平成26年度～平成29年度]

法人名: みぞのくち新都市株式会社

(単位:千円)

| 項目 | | | 平成26年度 | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 |
|---------------|------------|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 経常収支 | 収入 | 賃料収入 | 1,163,860 | 1,163,860 | 1,163,860 | |
| | | 受託収入 | 39,890 | 39,890 | 39,890 | |
| | | 管理料収入 | 650,920 | 650,920 | 650,920 | |
| | | 付帯収入 | 315,850 | 315,850 | 315,850 | |
| | | クレジット収入 | 61,540 | 61,540 | 61,540 | |
| | | 受取利息 | 1,700 | 1,700 | 1,700 | |
| | | 雑収入 | 12,350 | 12,350 | 12,350 | |
| | | 経常収入合計 | | 2,246,110 | 2,246,110 | 2,246,110 |
| | 支出 | 支払賃料 | 931,090 | 931,090 | 931,090 | |
| | | 委託料 | 504,070 | 504,070 | 504,070 | |
| | | 事業費 | 562,410 | 556,810 | 547,670 | |
| | | クレジット手数料 | 36,650 | 36,650 | 36,650 | |
| | | 販売費及び一般管理費 | 131,020 | 133,320 | 134,710 | |
| | | 固定資産除却損 | 2,000 | | | |
| | | 法人税・住民税及び事業税 | 31,550 | 33,670 | 36,770 | |
| 経常支出合計 | | 2,198,790 | 2,195,610 | 2,190,960 | 0 | |
| 経常収支 | | 47,320 | 50,500 | 55,150 | 0 | |
| 投資収支 | 固定資産取得支出 | △ 100,000 | △ 40,000 | △ 5,000 | | |
| | 減価償却費 | 75,730 | 76,030 | 70,680 | | |
| | ... | | | | | |
| 投資等収支 | | △ 24,270 | 36,030 | 65,680 | 0 | |
| 財務収支 | 借入れによる収入 | 311,400 | 311,400 | 311,400 | | |
| | 借入金償還による支出 | △ 290,100 | △ 290,100 | △ 290,100 | | |
| | 利息/配当金の支払 | | | | | |
| 財務収支 | | 21,300 | 21,300 | 21,300 | 0 | |
| 現金預金増加高 | | 44,350 | 107,830 | 142,130 | 0 | |
| 期首現金預金 | | 747,810 | 792,160 | 900,000 | | |
| 期末現金預金 | | 792,160 | 900,000 | 1,042,130 | 0 | |

※平成27年度の期末現金預金は端数処理の関係で1万円調整し、899,990+10=900,000とする。