●株主様ご優待のお知らせ

1,000株以上ご所有（毎年3月31日現在及び毎年9月30日現在）の株主様に対し、「全国共通花とみどりのギフト券」を年2回一律3,000円分を贈呈します。

利用方法　「花とみどりのギフト券」のご使用に制限はなく、花とみどりのお支払いとして現金との併用、または花とみどりのギフト券のみのご利用ができます。（但し、本券による返金、お釣銭は換金できません）
有効期限　ギフト券に有効期限が印字されております。
取扱店舗　花とみどりのギフト券取扱店（全国共通）

当社ホームページの「投資家の皆様へ」のコーナーでも、株主様・投資家様向けの情報を掲載しております。
インターネットをご利用の方は、ぜひ下記URLをご参照ください。
http://otakaki.co.jp/ir_new/

●株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
基準日	毎年3月31日
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社　証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL 0120-232-711（通話料無料）
特別口座の 口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
同連絡先	三井住友信託銀行株式会社　証券代行部 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 TEL 0120-782-031（通話料無料）
上場証券取引所	東京証券取引所　JASDAQ（スタンダード）
公告の方法	日本経済新聞

・住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申出先について
各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行株式会社）ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三井住友信託銀行株式会社が特別口座の口座管理機関となっておりますので、三井住友信託銀行株式会社にお問合せください。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行株式会社）ではお手続きできませんので、ご注意ください。

・未払配当金のお支払いについて
株主名簿管理人である三菱UFJ信託銀行株式会社にお申出ください。

・「配当金計算書」について
配当金お支払いの際にご送付しております「配当金計算書」は、租税特別措置法の規定に基づく「支払通知書」を兼ねております。確定申告を行う際は、その添付資料としてご使用いただくことができます。
但し、株式数比例配分方式をご選択いただいている株主様につきましては源泉徴収税額の計算は証券会社等にて行われます。確定申告を行う際の添付資料につきましては、お取引の証券会社等にご確認をお願いします。
なお、配当金領収証にて配当金をお受取りの株主様につきましても、配当金のお支払いの都度「配当金計算書」を同封させていただいております。確定申告をなされる株主様は大切に保管してください。

お問合せ先
株式会社　大田花き
〒143-0001　東京都大田区東海２－２－１
TEL:03(3799)5571　FAX:03(3799)1100

JPX 東証JASDAQ上場
東京証券取引所
JASDAQ（スタンダード）
証券コード 7555

EDINETコード E02871

FSC www.fsc.org ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C013080
VEGETABLE OIL INK

本紙『Flower Message』は、発行日現在において入手可能な情報に基づいておりますが、今後の経済情勢、事業運営における様々な状況によって、記載内容が変更される可能性があります。

Flower Message

29th | 2016年4月１日から 2017年3月31日まで

OTA

NFアンティークピンク
トルコギキョウ　鈴木明典様（静岡県）

アンティーク感が漂う優しいピンク色と豪華な花弁が魅力です。品種名の“NF”とはこの品種を生み出した育種家の中曽根健様（長野県）のイニシャルNと花弁のフリンジ（フリル）のFとで、「中曽根フリンジ」を意味します。難しい栽培品種ながら鈴木様の作りは最上級。トレンドの指標となるフラワー・オブ・ザ・イヤーOTA2016で最優秀賞受賞、その功績が称えられ静岡県知事にも表彰されました。

Top Message

トップメッセージ

代表執行役社長　磯村 信夫

東京都出身。成城大学経済学部卒。京都生花㈱を経て㈱大森園芸市場入社。同社専務取締役就任後、1989年㈱大田花き設立。1994年同社代表取締役社長に就任（現在代表執行役社長）。（一社）日本花き卸売市場協会会長、東京都花き市場協同組合理事長、東京都中央卸売市場大田市場協会副会長、（一社）花の国日本協議会副理事長、全国花き振興協議会会長を務める一方、NHKテレビ「ひるまえ ほっと」内「いま旬市場」の解説者としても活躍中。

企業理念

“事業を通して
暮らしにうるおいを提供し、
豊かな社会文化を創造します”

変化への対応：Just Solution

2016年度を振り返って

2016年度の日本経済は、輸出関連企業を中心に業績は回復してきているものの、国内においては景気回復をなかなか実感できず、特に個人消費には慎重さがみられました。

しかし、花の需要をみると、団塊ジュニアが社会の中軸となり、彼らが花を家庭で楽しむようになるなどしたため、都市部においては堅調でした。都市では緑の必要性が見直され、心の癒しを自然に求める傾向が高まり、壁面緑化や観葉植物が人気となり、特に働く女性も多いことから、手間のかからないサボテンや多肉植物などの需要も実感した年でした。

一方で、地方においては仏花が需要の中心だったので、地域の人口減少などに伴い、販売は縮小しています。また、生花店を営まれている方自身も高齢化し、店を畳む人も増えています。加えて物流面では、ドライバー不足などを背景に運賃が上昇し、地方へ十分に花を供給することが難しくなってきました。この傾向は2014年頃からみられ、年を追うごとに運賃面で採算の合う都市部に商品が集中しています。

このような花き業界の現状から、当社は長期的な視点でロジスティクスが今、最も重要であると考え、様々な布石を打ったのが2016年度でした。

「OTA花ステーション」の完成

2016年12月の完成をめざし、2015年4月から子会社（株）大田ウィングスによって建設をしていた新物流施設「OTA花ステーション（以下、花ステ）」が予定通り稼働しました。

花は、お盆やお彼岸など需要のある時とそうでない時の取扱量に差があります。当社は今後、この需要期と平常時の差がますます大きくなると判断し、花き流通のインフラとして、鮮度保持機能を持った施設が必要だと考えました。

なぜ差が広がるかというと、スーパーマーケットや量販店での花の取扱いが増えたからです。従来は、町の生花店が販売の中心でしたので、需要期に取扱いが増えると言っても、せいぜい平常時の3倍ほどです。店舗面積に限りがありますので5倍、10倍にはなりません。しかしスーパーマーケットは、需要期になると特設コーナーを設け、何倍にも売場面積を広げます。そして需要期が終わると一気に売場面積を狭めます。

OTA花ステーション

このようにスーパーマーケットや量販店のシェアが高まれば高まるほど、需要期には取扱量が増え、平常時との差は大きくなります。当社は大消費地である東京を含む首都圏において、これらに対応しなくてはなりません。そこで花ステの2階、3階は鮮度保持フロアを広く造り、「自動仕分け装置」を導入し、作業力を高めました。

委託手数料率の改定

卸売市場には商流、物流、情報、決済と大きく4つの機能があります。

今までは、これらの業務すべてを一括りにして一律9.5％頂いておりましたが、2017年4月からは「委託手数料8％＋荷扱い料1口当たり100円（但し、苗物は値が張らず、かさばらないことから例外的に50円）」とし、卸売市場のコストの透明化を図るべく、まずは物流にかかる料金を明確にしました。この目的のひとつは、花のサプライチェーン全体の物流コストを意識して削減することにあります。

切花・鉢物を合わせた花きの流通形態は様々です。例えば、横型のダンボール箱入り切花、縦型のダンボール箱入り切花、バケツや桶に入った枝物や草花、トレー入りの鉢物、直径30cm以上の尺鉢など、サイズも形状も異なります。そのため市場内外の積み込みに苦労したり、積載効率が落ちるなどしています。

このうち切花の輸送に関して、一般社団法人日本花き卸売市場協会は、流通の効率化のために、出荷箱の標準化を提案しています。これは日本で広く利用されているJIS規格11型パレットのサイズを基準に作られた横型のダンボール箱です。

標準化されたダンボール箱での流通が増えれば、積載効率の向上に加え、機械化の推進、パレット流通の実施など、さらなる合理化が実現するでしょう。

（一社）日本花き卸売市場協会提案ダンボール箱

当社の自動仕分け装置は、これらの規格に準じています。そこで自動仕分け装置が対応できる形態で出荷された場合には、インセンティブとして1口当たりの荷扱い料100円を50円としました。

確実なパスワークをめざして

前述した通り、卸売市場には大きく4つの機能があります。

1つめは商流機能です。需給を反映し、生鮮品の価格形成をします。せりや相対などの販売方法により、公正な評価を行います。また、「卸売市場法」では「差別的取扱いの禁止」、「受託拒否の禁止」が定められています。これにより、きちんと料金を支払い、ルールを守れば、誰でも市場を利用することができ、どの商品も適切に評価をします。

2つめは物流機能です。多くの生産者から商品を集荷

し、それを多くの仲卸・小売業者に引き渡します。ただ商品を渡すだけではなく、時間通り商品を受け取り、買い手ごとにまとめ、納期に間に合うように搬出します。その間、鮮度保持は欠かせません。

3つめは情報機能です。卸売市場は生産者へ価格などを通じて、それぞれの商品の評価や消費者ニーズを伝え、生産に際してその情報を生かしてもらいます。一方、仲卸・小売業者には、生産状況に関する情報を提供し、価格決定の参考にしてもらいます。

最後は決済機能です。これが最も重要で、代金が支払われなければ、生産者は困ります。卸売市場は、仲卸・小売業者から代金回収をし、生産者に出荷代金を支払います。生鮮品は在庫期間が短いものが多いことから、支払いサイトは他業界に比べて短くなっています。

これらの機能をしっかり果たしつないでいく「確実なパスワーク」、これは卸売市場としての当社が最も大切にしていることです。そして、花ステの運用を開始以降、これは確実に実現できています。

パスの最後の受け手は消費者ですが、その消費者から花の日持ちを求める声は強くあります。当社では以前より、日持ちを決めるのに最も重要なのは「品温×時間＝温度時間」としていたため、鮮度管理と時間管理を徹底していました。

「品温」については、鮮度保持機能を備えた花ステが完成し、今まで以上の温度管理を実践することができるようになりました。「時間」は、自動仕分け装置が花き棟から花ステまでつながったこと、物流導線を考えたプラットフォームを配置したことで、ドライバーの待ち時間・荷降ろし時間の減少、効率的な分荷、早期引き渡しなどが実現しました。

自動仕分け装置

物流から考える花業界が今やるべきこと

日本では1999年から所得が下がるとともに、花の単価も下がり始めました。2004年頃まではガーデニングブームにより、苗や鉢物の園芸品は好調でしたが、以降は切花同様に需要が減り単価が下がってきました。

そのため、流通現場では単価を維持すべく、次第にロットが小さくなっていきました。これはロスを出したくない小売店のニーズに生産者が応えたものです。

しかしロットを小さくし、1口当たりの本数を減らしたことで、総生産本数が同じでも、流通する箱の数や販売単位は増加し、物流にかかるコストは増えてしまっています。

定額の荷扱い料を新設したのは、不透明な流通コストを可視化することで、ロットが見直され、物流面での負荷がカイゼンされるようにしたいからです。

また、単価を下げないようにロットを小さくしているのは、マーケティングが機能していないことにも原因があると考えています。

小ロットにすると、たくさんの品種を少しずつ生産し、販売することになります。少ししかないので単価が下がりにくくなります。多種多様な品種があることが花の魅力でもありますが、中にはすでにトレンドから外れ、売れ筋ではなくなった品種も出回り続けることで、競争が働かずに品種数がどんどん増えていきます。品種数を増やすのは、安定して事業を行うためのリスク回避でもありますが、多すぎる品種はかえって生産・流通コストの増加を招きます。

適正な品種構成にするために、マーケティングに力を入れ、消費者が求める売れ筋の花に絞って生産することが大切です。売れ筋であれば量が増えても単価を維持できます。全体の8割を売れ筋に、そして2割は次のトレンドを生み出すための商品開発とするのが、理想的なバランスだと考えています。当社もアドバイザーとして、生産者の方々とともにマーケティングに取り組みます。

そして消費者に接する小売店の店頭には、小ロットでたくさんの品種を並べるのではなく、消費者が求める売れ筋を中心としたおすすめの花を並べてもらいたいと考えています。当社はそれを支えるリテールサポートもしていきます。

委託手数料率の改定は、前述の物流面での課題に加え、定額の荷扱い料を設定することで、ロットを見直し、ロットが大きくても単価が維持されるように、花き業界全体でマーケティングに対する意識を高めていきたいという考えから実施しました。

消費者に花が選ばれない限り、生花店も生産者も潤いません。消費者にもっと花を楽しんでもらえるように、物流からイノベーションを進めています。

これからの卸売市場に求められている役割

農林水産省の「農業競争力強化プログラム（以下、プログラム）」が動きだし、様々な変化が始まろうとしています。プログラムは13項目ありますが、いずれも農業者の所得を今よりも増やすことが目的で、農業者自身の経営努力だけでは解決することができない弊害や構造上の問題を政治的に取り除こうとしています。

プログラムのひとつが「流通・加工の構造改革」です。ここでは農業者が自ら作ったものを自分の責任で売りなさい、としています。全農による農家からの買い取り、直接販売も検討されています。

このとき我々中間流通である卸売市場はどうしたら良いのか。

結論から言えば、生産者と消費者、消費者と接する小売店の役に立てるかどうかです。

プログラムは、農業者の所得を増やし、消費者が金額に見合った価値あるものを買える卸売市場を掲げています。つまり卸売市場は商取引の場所としてだけではなく、鮮度管理、物流、そして決済まですべての機能を高め、生産者・消費者双方の役に立たなければいけません。それに向けて当社は準備しています。

今後、商流はさらに多岐にわたるでしょう。当社では委託手数料率の改定により、卸売市場の4つの機能のうち、まず物流にかかるコストを分けました。4つの機能それぞれのコストを明確にしておけば、今後、産地と実需者が直接取引する機会が増えた場合でも、消費地のデポとして、当社の物流機能だけをご利用いただくことができます。

物流は各拠点にデポを持つことで合理的になりますが、花の場合、取扱い規模が他業種に比べて小さいこともあり、産地・実需者それぞれが自前でデポを造るのは現実的ではありません。その時、当社を消費地のデポとして利用していただければ、より合理的なサプライチェーンを構築することができるでしょう。

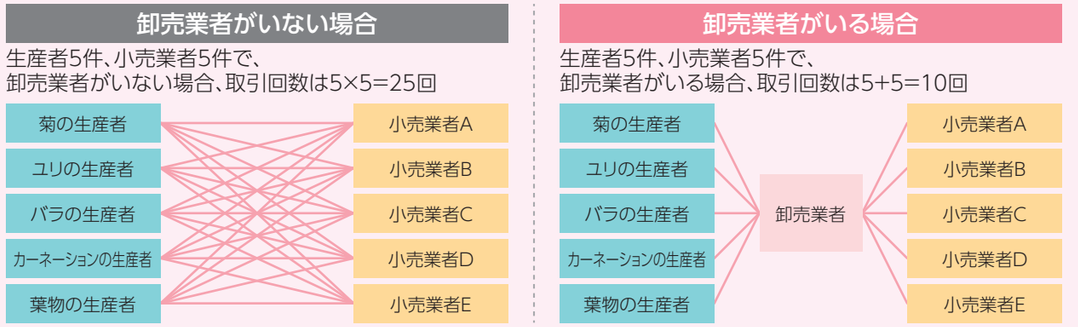
消費地に立つ卸売市場が果たすべき最も大切な役割は、消費地にある鮮度保持デポとしての仕事であり、当社はそれをやっていくということです。

一般的には、中間流通は無い方がいいと言われますが、本当にそうでしょうか。

マーガレット・ホールが提唱した「取引数量最小化の原理」にあるように、例えば5件の花農家、5件の生

取引数量最小化の原理

流通取引においては、中間に卸売業者が介在することで、全体の取引回数が減少する。



花店があり、中間流通が存在しなかった場合、それぞれ5件の生花店は品揃えのために、それぞれ5件の花農家と取引しなくてはいけません。その結果、5×5で25回取引が発生します。

しかし中間流通があれば、5件の花農家は市場へ1回ずつ、5件の生花店も市場に1回ずつ行けば済むので、5+5＝10回の取引で済みます。

つまり中間流通があれば取引回数は減り、取引コストが下がります。生産者にとっても消費者にとっても合理的なのは、中間流通がある場合です。

ただ、少子化・人口減少の中で、整理・統合は必要です。日本のあらゆる制度がそのような局面にあり、卸売市場もそのひとつと言えます。

大田花きがめざすこと

今、社会で起こっているあらゆることは「生活者革命」とも言えるでしょう。働き方改革もそのうちのひとつで、生活者がもっと素晴らしい生活をしたいと思うことから始まっています。

都市部であれば、子育てをしながら社会で働き続けたい女性が増え、保育所のニーズが高まっています。

今の若い人たちであれば、自分の生まれ育った場所で学び、就職し、地域のために役立ちながら一生を終えたいと考えています。グローバルな社会であるほど、地元を大切にしていく動きが加速していきます。

また、シェアリングビジネスが盛んですが、これは物を持つことに価値を見出さない新しい価値観です。

このように、あらゆるところで経済ばかりではなく、幸福度を大切にする生活者革命が起こっています。

この中で大田花きグループは、生産者に対しても小売店に対しても中間流通を基軸としたアドバイザーとして、役に立っていきたいと考えています。その一環で、物流に投資をしています。

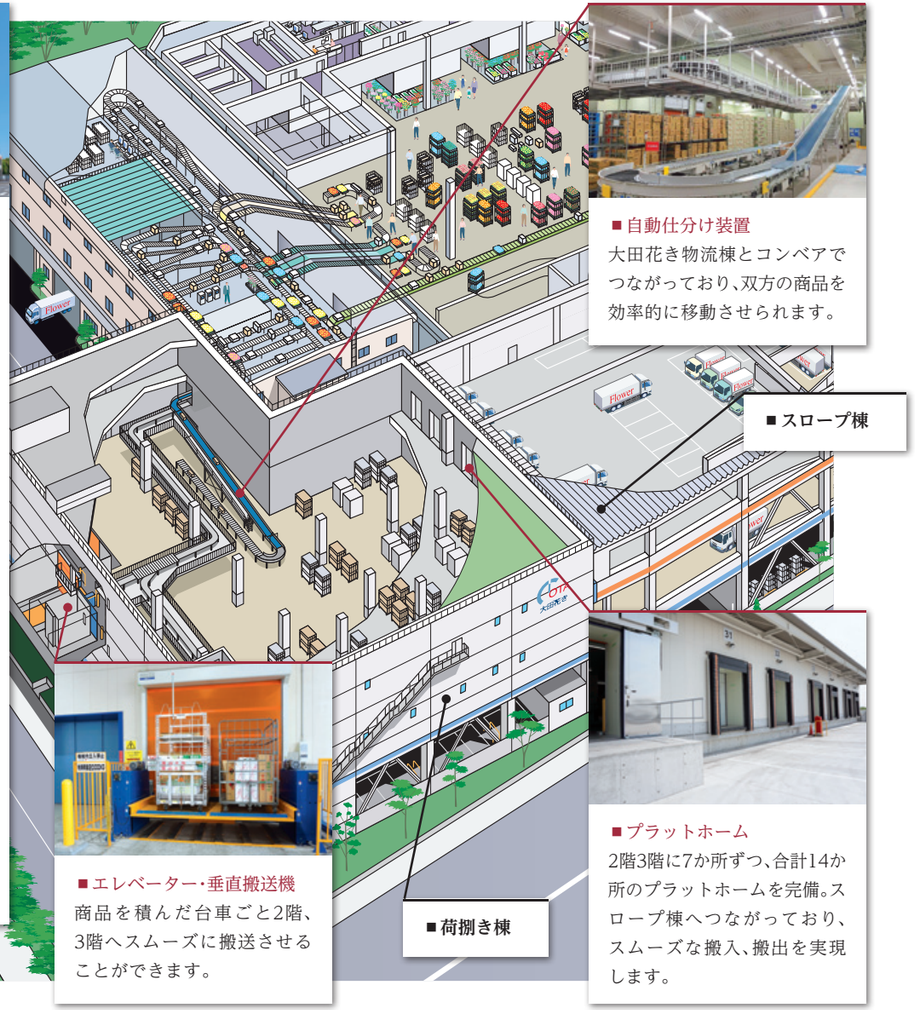
物流はただ物を動かすだけではありません。物が分岐するところには情報があります。これを知ることで、生産者にも小売店にも適切なアドバイスをすることができます。最適なサプライチェーンを構築すれば、それに関わるすべての人の幸福度は上がります。

当社は役立つ中間流通は何かを考え、卸売市場の役割をこれからも果たし続けていく、その覚悟を持って事業に取り組んでいきたいと考えています。

新施設紹介「OTA花ステーション」

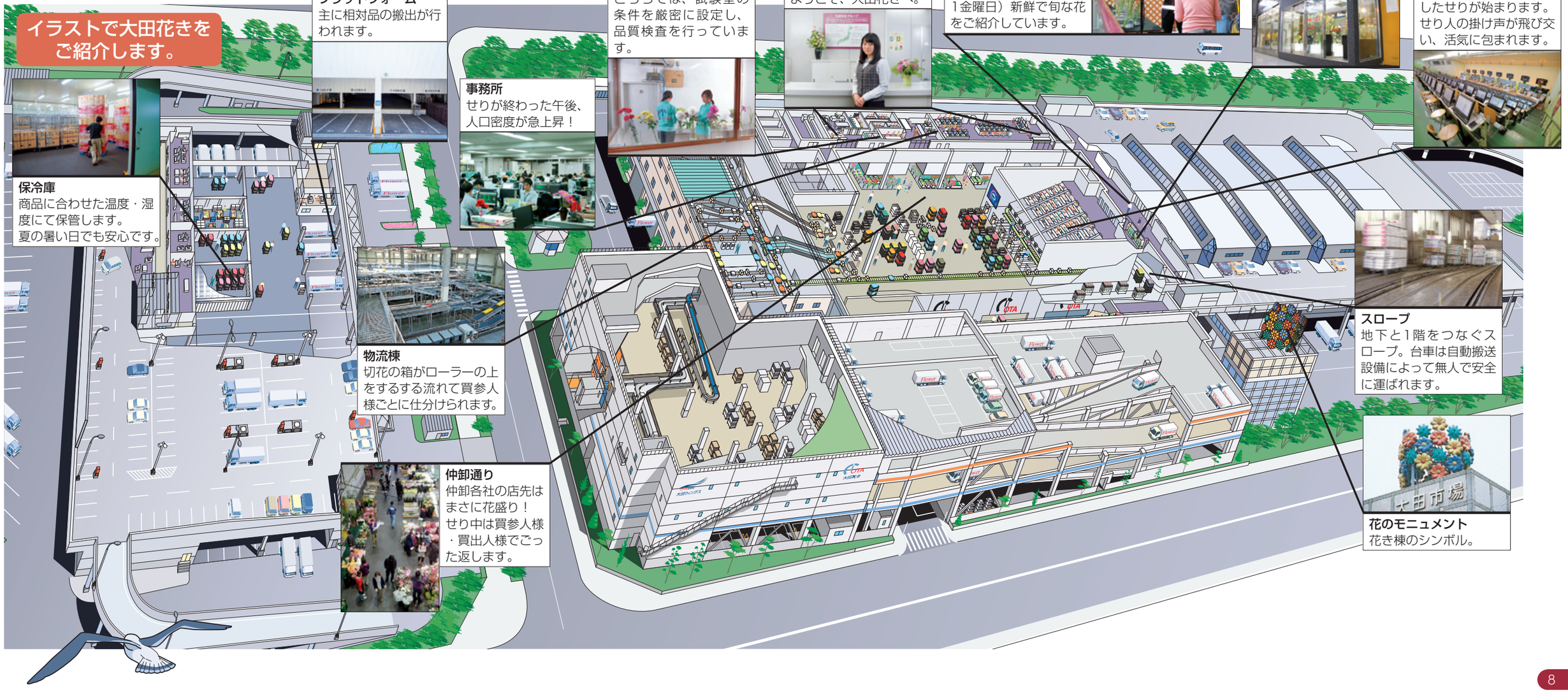
【施設概要】
名　　称：OTA花ステーション
延床面積：約11,500㎡
保冷施設面積（2階、3階）：
約4,000㎡

生産者、消費者のニーズに応えるため、2015年4月から建設が始まった「OTA花ステーション」が、2016年12月に完成しました。これにより、従来の取扱量の約1.4倍となる年間約1,000万ケースを取り扱うことができるようになります。この「OTA花ステーション」は大田花きに隣接し2階、3階にそれぞれ約2,000㎡の保冷庫が整備され、12℃～18℃の定温・低温で花き類を管理することができます。最新の設備により鮮度保持機能のさらなる強化と合理的物流を実現し、当社グループのハブ機能をさらに強化いたします。



Welcome to 大田花き

イラストで大田花きをご紹介します。



保冷庫
商品に合わせた温度・湿度にて保管します。
夏の暑い日でも安心です。

プラットフォーム
主に相対品の搬出が行われます。

事務所
せりが終わった午後、人口密度が急上昇！

物流棟
切花の箱がローラーの上をするする流れて買参人様ごとに仕分けられます。

仲卸通り
仲卸各社の店先はまさに花盛り！
せり中は買参人様・買出人様でごった返します。

花保ち試験室
こちらでは、試験室の条件を厳密に設定し、品質検査を行っています。

受付
ようこそ、大田花きへ。

NHKテレビ「ひるまえほっといま旬市場」
この場所から「いま旬市場」として毎月1回（第1金曜日）新鮮で旬な花をご紹介しています。

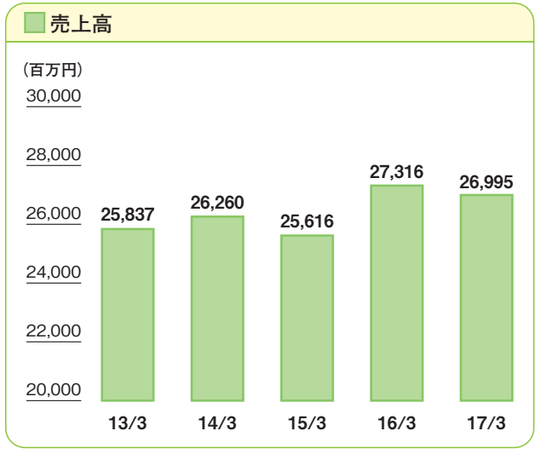
ショーケース
季節商材と新品種の紹介を行っています。

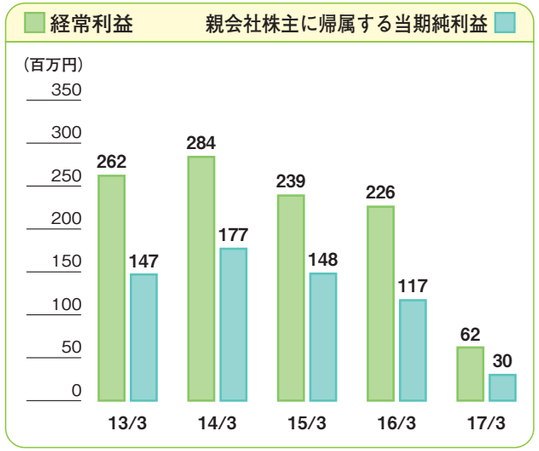
せり場
月・水・金曜日の午前7時からは切花を中心に、火・木・土曜日の午前7時半からは鉢物を中心としたせりが始まります。せり人の掛け声が飛び交い、活気に包まれます。

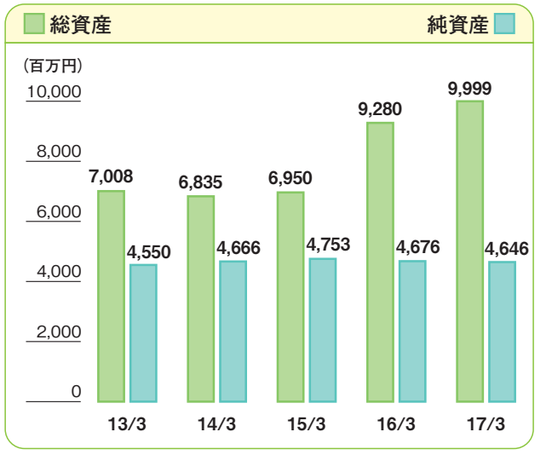
スロープ
地下と1階をつなぐスロープ。台車は自動搬送設備によって無人で安全に運ばれます。

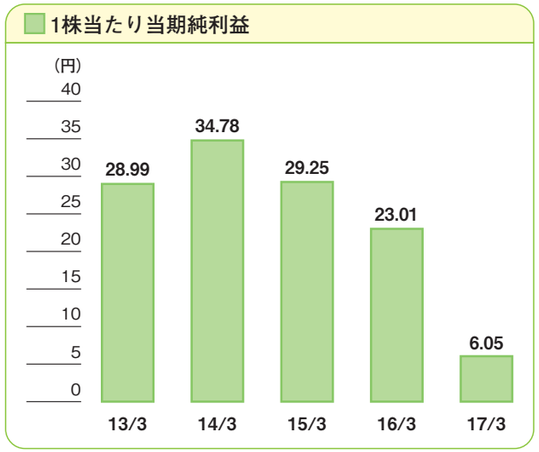
花のモニュメント
花き棟のシンボル。

連結業績ハイライト









※2016年3月期より連結財務諸表を作成しております。以前の各数値につきましては、単体の数値を記載しております。

連結財務諸表（要約）

(単位：百万円)

連結貸借対照表	当期末 2017年3月31日	前期末 2016年3月31日
資産の部		
流動資産	4,343	4,441
固定資産	5,656	4,838
有形固定資産	3,977	3,099
無形固定資産	32	73
投資その他の資産	1,646	1,666
資産合計	9,999	9,280
負債の部		
流動負債	1,953	2,509
固定負債	3,400	2,094
負債合計	5,353	4,603
純資産の部		
株主資本	4,646	4,676
資本金	551	551
資本剰余金	402	402
利益剰余金	4,042	4,072
自己株式	△ 350	△ 349
純資産合計	4,646	4,676
負債純資産合計	9,999	9,280

(単位：百万円)

連結損益計算書	当期 2016年4月1日から 2017年3月31日まで	前期 2015年4月1日から 2016年3月31日まで
売上高	26,995	27,316
売上原価	24,368	24,672
売上総利益	2,627	2,644
販売費及び一般管理費	2,610	2,460
営業利益	16	184
営業外収益	55	44
営業外費用	9	1
経常利益	62	226
税金等調整前当期純利益	62	226
法人税、住民税及び事業税	18	83
法人税等調整額	13	26
当期純利益	30	117
非支配株主に帰属する当期純利益	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	30	117

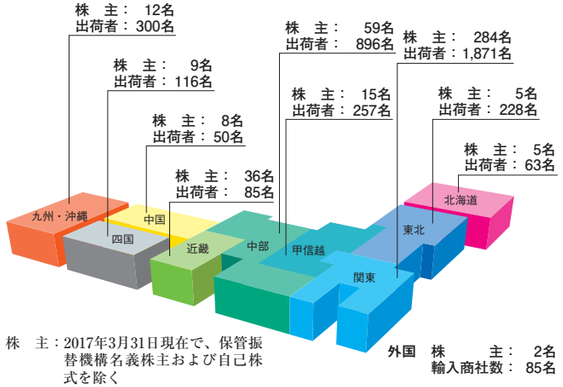
(単位：百万円)

連結キャッシュ・フロー計算書	当期 2016年4月1日から 2017年3月31日まで	前期 2015年4月1日から 2016年3月31日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	462	234
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,525	△2,391
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,186	1,567
現金及び現金同等物の増減額	123	△ 590
現金及び現金同等物の期首残高	2,034	2,624
現金及び現金同等物の期末残高	2,158	2,034

※詳細な財務情報は、当社ホームページ「投資家の皆様へ」をご覧ください。http://otakaki.co.jp/ir_new/

株式の状況／利益配分の基本方針

●株主分布及び出荷者分布



株　主：2017年3月31日現在で、保管振替機構名義株主および自己株式を除く
出荷者：2016年4月1日から2017年3月31日までの間に出荷があった出荷者数

利益配分の基本方針

当社の利益配分に対する考えは、株主価値を重視した経営方針の重要課題のひとつと考え、株主の皆様が長期的かつ安定して保有していただくために、安定した配当を継続的に行っていきたいと考えております。そのうえで事業年度の収益状況や今後の見通し、配当性向、キャッシュ・フローを勘案して適切な配当を実施してまいります。

併せて企業体質の強化並びに競争力を増強するための戦略的投資に備えるため内部留保金を継続して確保してまいります。

なお、当期の剰余金の配当につきまして、1株当たり普通配当を12円とし、次期につきましても同水準の配当を予定しております。

当社の剰余金の配当は、期末配当の年1回を基本的な方針としております。配当の決定機関は取締役会であります。なお、当社は中間配当を行うことができる旨を定めております。

2017年3月31日現在

発行可能株式総数	**20,000,000株**
発行済株式の総数	**5,500,000株**
	（自己株式411,826株を含む。）
株主数	**436名**

●株主構成

2017年3月31日現在

所有者区分	株主数（名）	所有株式数（株）	株式数比率（%）
役員	7	683,000	12.42
金融機関	1	20,000	0.36
個人	401	1,270,825	23.11
国内法人	20	3,106,000	56.47
その他	6	8,349	0.15
自己株式	1	411,826	7.49
合計	436	5,500,000	100.00

●大株主の状況

2017年3月31日現在

氏名または名称	持株数（千株）	持株比率（%）
㈱大森園芸ホールディングス	1,640	32.23
東京青果㈱	500	9.82
小杉圭一	480	9.43
㈱大森園芸	400	7.86
柴崎太喜一	209	4.10
磯村信夫	160	3.14
大田花き従業員持株会	156	3.06
㈱都立コーポレーション	156	3.06
野田祐子	144	2.83
大田花き共栄会	106	2.09

※自己株式411,826株を保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
※持株比率は自己株式（411,826株）を控除して計算しております。

POST CARDとしてお使いください。

2017年はバラ切花生産100周年

1917年（大正6年）、大阪で猿棒忠恕氏によってアメリカ式温室栽培が行われたのが、日本におけるバラ切花の営利栽培の始まりと言われています。

100年前、小さな温室から始まったバラ切花生産は、現在では1年に約3億本も生産・流通されるまでに成長しました。日本人ならではの感性で選ばれた多様なバラたちが、日々国内生産者の皆さんによって生産されています。

写真はいずれも斉藤武様（栃木県）によって生産されたバラです。

アンケート

『Flower Message』をお読みいただきありがとうございます。
アンケートにご協力ください。
以下の質問の該当の番号に○をしてください。

Q1. 当社とのご関係についてお聞かせください。

a. 株主　b. 生産者・出荷者　c. 買参人
d. その他（　　）

Q2. 株主様にお尋ねします。大田花きの株式に投資した理由は何でしょうか？（複数回答可）

a. 事業内容　b. 経営方針　c. 安定性　d. 将来性　e. 独自性
f. 1株当たりの配当金　g. 株主優待　h. 証券会社の勧誘
i. その他（　　）

Q3. 株式投資に際しての情報源はどこからでしょうか？（複数回答可）

a. 証券会社店頭　b. 新聞・雑誌の記事
c. 四季報・日経会社情報
d. その他（　　）

Q4. 情報提供の手段として、どのようなものを希望されますか？（複数回答可）

a. 投資家説明会　b. インターネット・ホームページの充実
c. IR広告等
d. その他（　　）

Q5. 当社に対するご意見がございましたらご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

アンケートのお願い

当社は『Flower Message』を皆様とのコミュニケーションの場として充実させていきたいと考えております。
お手数とは存じますが、上記のアンケートにご意見、ご感想をおよせください。（切手を貼らずにご投函ください。）
なお、個人情報保護に配慮し、ご記入いただいた個人情報は当社のIR活動向上のために統計資料として活用させていただくためにのみ使用し、その他の目的に利用することはありません。

郵便はがき

料金受取人払郵便

大森局
承　認

第103号

差出有効期間
H29.6.26～
H30.6.30

143-8790

東京都大田区東海2丁目2番1号
株式会社 大田花き
経理ティーム 行

下欄につきましては、**可能**な範囲でご記入ください。

住所　〒　　都道府県　　市区郡

お名前　フリガナ

男／女　　歳

Eメールアドレス

TEL　　（　　）

POST CARD

花の催事 Calendar（予定）

- 2017.07 七夕、ハス市、法月市、盆、お中元
- 2017.08 盆、大田花きバラ会議
- 2017.09 重陽の節句（菊の節句）、敬老の日、秋の彼岸
- 2017.10 カボチャ大市、十五夜、ハロウィン
- 2017.11 いいマムの日、七五三、いい夫婦の日、ツリー市
- 2017.12 松市、ダズンローズデー、千両市、クリスマス、お歳暮
- 2018.01 初市、人日の節句（七草）、成人式、スイートピーの日、愛妻の日
- 2018.02 節分、関東東海花の展覧会、フラワーバレンタイン、世界らん展日本大賞
- 2018.03 桃の節句、ミモザの日、ホワイトデー、卒業式、春の彼岸
- 2018.04 イースター、入学式、花祭り（釈迦）、ガーベラ記念日、サン・ジョルディの日
- 2018.05 スズランの日、端午の節句、母の日、国際バラとガーデニングショウ
- 2018.06 いけばなの日、父の日、サマーギフト

会社情報

会社概要

2017年4月1日現在

●商号	株式会社大田花き
●英文商号	Ota Floriculture Auction Co., Ltd.
●本店所在地	〒143-0001 東京都大田区東海二丁目２番１号 TEL.03-3799-5000 FAX.03-3799-1871
●設立	平成元年１月
●代表者	代表執行役社長　磯村信夫
●資本金	5億5,150万円
●決算期	3月31日
●従業員数	連結204名、単体196名
●事業内容	花きおよびその加工品の受託販売 並びに購入販売

取締役会

2017年6月24日現在

取締役会会長（指・報）	磯村　信夫
取締役（指・報）	(※1) 川田　一光
取締役（指・監）	(※1) 須田畯一郎
取締役（指・報）	(※1) 中山　俊博
取締役（指・報）	(※1) 奥野　義博
取締役（監）	(※1)(※2) 内田　善昭
取締役（報・監）	磯村　隆夫
取締役（指・報）	(※1) 菊田　一郎

指：指名委員、　報：報酬委員
監：監査委員
※1 会社法第2条第15号に定める社外取締役
※2 東京証券取引所が定める独立役員

執行役体制

2017年6月24日現在

代表執行役社長	磯村　信夫
執行役副社長	小杉　圭一
執行役常務 ロジスティック本部長	吉武　利秀
執行役 管理本部長	金子　和彦
執行役 営業本部長	淺沼　建夫
執行役 情報システム本部長	平野　俊雄
執行役兼㈱九州大田花き代表取締役社長	萩原　正臣
執行役 社長室長	加藤　了嗣

グループの概要

株式会社大田花き（花き卸売事業）

- 株主総会
- 取締役会
  - 指名委員会
  - 報酬委員会
  - 監査委員会
- 執行役会
  - 社長室
  - 内部監査室
  - 営業本部
  - ロジスティック本部
  - 情報システム本部
  - 管理本部

連結子会社

- ㈱九州大田花き（花き卸売・問屋業）
- ㈱大田ウィングス（不動産賃貸業）

持分法適用関連会社

- 花き施設整備㈲（不動産賃貸業）
- ㈱ディーオーシー（種苗・花き小売業）
- ㈱とうほくフラワーサポート（花き・関連資材問屋業）

非連結子会社

- ㈱大田花き花の生活研究所（シンクタンク）