



～世界を花で笑顔にする～

株式会社大田花き
Ota Floriculture Auction Co.,Ltd.

中期経営計画 2024.4～2027.3

- ✿ 会社概要 パーパス・企業理念・将来ビジョン
- ✿ 会社概要 経営目標・行動指標
- ✿ SDGs重点目標項目
- ✿ SDGs達成に向けた将来ビジョン
- ✿ 事業ポートフォリオ戦略
- ✿ 中期経営計画 方針
- ✿ 中期経営計画 重点戦略
- ✿ 中期経営計画 数値目標
- ✿ 中期経営計画 資本計画

✿ パーパス

- 世界を花で笑顔にする

✿ 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。
- 事業を通して利益を伸ばし全社員の豊かでゆとりある生活を実現します。

✿ 将来ビジョン

私たちの仕事は花のソリューションビジネスです。

- ① 花文化の創造企業として、社会に親しまれ愛される企業を目指します。
- ② 花きの国際貿易をリードするグローバル企業を目指します。
- ③ ESG経営の一環として環境に配慮したエネルギー削減型サプライチェーンの構築と生活者に必要とされるバリューサイクルの構築を目指します。

✿ 経営目標

業界のリーダーとして花き流通の円滑化と活性化を図り、花きの普及と業界の繁栄に貢献します。

OTAグループ

- ① 私たちは花きの生産、販売、流通のコンサルタントとして、作付けアドバイザー・仕入れ代理人・最適なロジスティクスを追求し、生活者に必要とされるバリューサイクルの構築を目指します。
- ② 自社の利益だけでなく業界の発展を目指します。花き産業発展のため携わる全ての企業が力を合わせるシーンが沢山あります。私たちは、業界全体の発展を考えながらグループのSDGsに取り組みます。そのためにも率先して商流、物流、情報流の改革・刷新に努めます。

行動指標

私たちは一人一人が、

- ① 業界のイノベーターである。
- ② 信頼されるプロである。
- ③ フェアプレイヤーである。
- ④ 愛されるパートナーである。
- ⑤ 自分を磨く学習者である。
- ⑥ チャレンジする開拓者である。
- ⑦ 自然を愛する地球人である。



自然災害に対する強靱性強化
と気候変動対策の戦略化

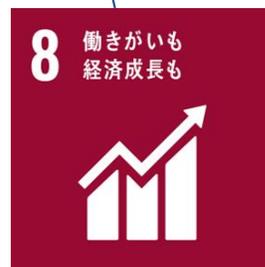


花育活動の実施



女性の活躍、全社員の職業
生活と家庭生活との両立に
資する雇用環境の整備

廃棄物削減と
サプライチェーンにおける
ロスの減少



働きがいのある
職場環境の整備

都市部の良好なつながりを支援



バリューチェーンへの
アクセス拡大

- ✿ 社会・環境にも配慮した、花と緑の物流・サービスを提供します。
- ✿ 花と緑のある生活文化を支え、人々のクオリティ・オブ・ライフ向上に尽くします。
- ✿ 花き生産技術・風土の持続的な発展に貢献します。
- ✿ 花き業界全体および地域社会の繁栄のために、公平・公正な経営を行います。
- ✿ 全社員が互いに個性と多様性を尊重し、自己の成長機会を得られる職場にします。

「創って作って売る」の基本方針

強化拡大

新常態下での
購買層 ごとに対応

- ・購買層の変化に合わせたマーケットゾーン対応
- ・積極的な新商品の提案

安定成長

重点カテゴリー
 への対応

- ・重点カテゴリー
 ～エリア・業態・品目～で
 当社の強みを活かす

再構築

既存カテゴリー
 の変化対応

- ・業態：業務需要関連
- ・商品：品目ごとの取り組み

経営資源

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

経営企画室

成長戦略 >> 消費者イン・ユーザーインの発想で需要を創造する

サプライチェーンの再構築と物流DXへの取組

- 地域市場・仲卸と連携-
- 効率化とコスト削減のための物流DX-を検討-

花きの国内生産拡大への取組

- 冠婚葬祭需要の回復を支援-
- フラワーロスの削減-
- 生産者のモチベーション維持-

多様化する消費動向への取組

- アフターコロナで売上増加-
- 消費スタイル、チャネルの変化への対応-

<< 外部環境の変化 >>

運送業界規制強化

2024年問題

- ➔ 物流コストインフレ
(物流コスト上昇、労働力不足)

市場規模

- 国内生産の縮小
(経営不振、高齢化、後継者不足)
- 卸売市場法の改正で取引の変化

アフターコロナ

- 消費スタイル・チャネルの変化
- 消費の主流を団塊ジュニアとミレニアル、Z世代へシフト

取扱高

営業利益

(単位：百万円)	2024年3月	2027年3月	2024年3月	2027年3月
	OTA単体	28,923	30,274	162
OTAグループ	29,947	31,610	220	246

【重点戦略】

- ・強みを伸ばし、活かす
創って作って売る
サプライチェーンの構築
バリューサイクルの構築
- ・スピード、効率アップ
商流、物流、情報流、資金流の連携
- ・次世代の人財育成

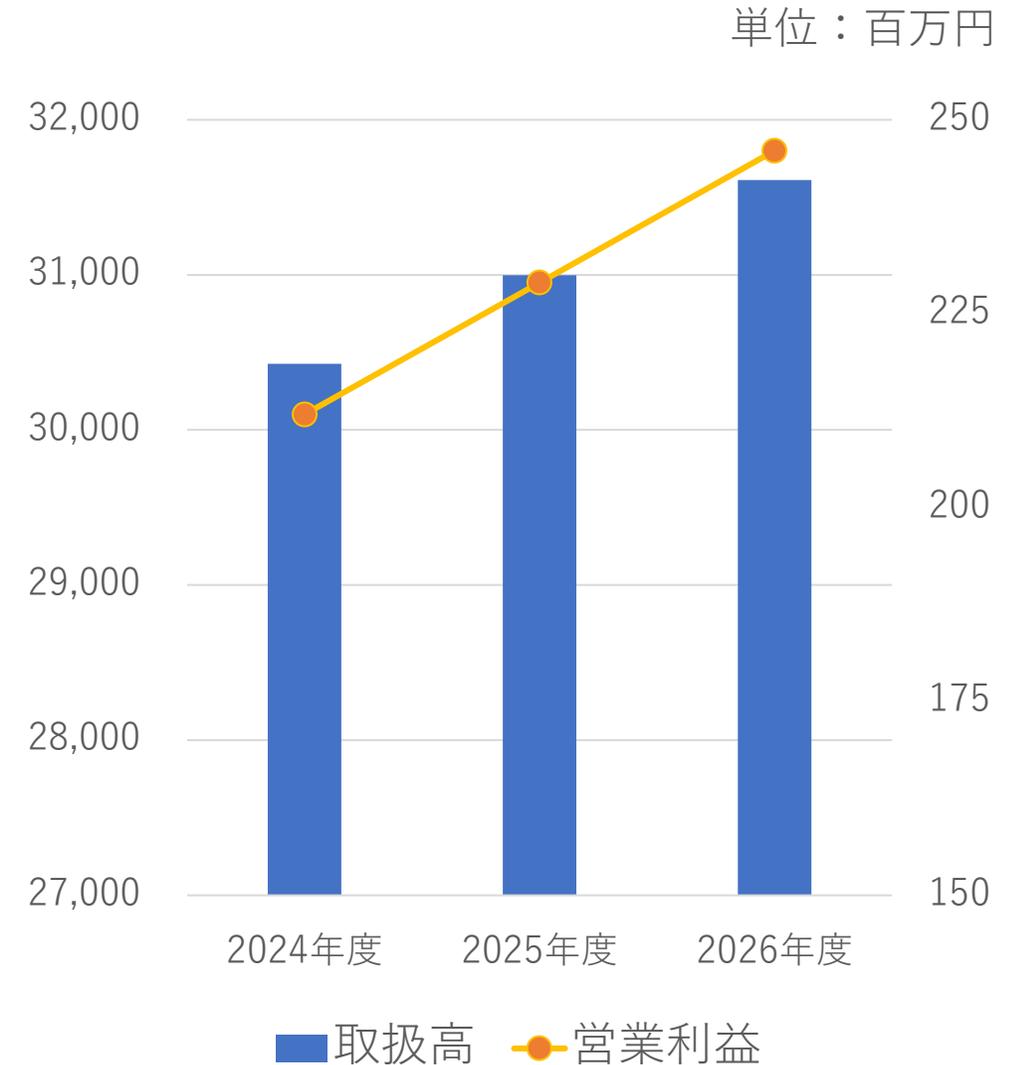
【具体的な施策】

- ・消費者ニーズに合う商品の取り扱いシェアを高めていく。(国産、輸入品ともに)
- ・東京都（開設者）が承認した小売店等と会員契約を締結し、取引内容を厳格化すると同時に最適な提案、対応を行ない個々の満足度を高めていく。
- ・取引先の利便性を高めるためDXを推進していく。
- ・コスト削減も意識し、全体最適になる事務合理化・効率化を図っていく。



3か年計画

(単位：百万円)	2025年 3月計画	2026年 3月計画	2027年 3月計画
取扱高	30,427	30,998	31,610
売上高	4,193	4,303	4,454
営業利益	212	229	246
取扱高 営業利益率	0.70%	0.74%	0.78%
当期純利益	203	206	224
自己資本比率	61.7%	64.1%	65.5%

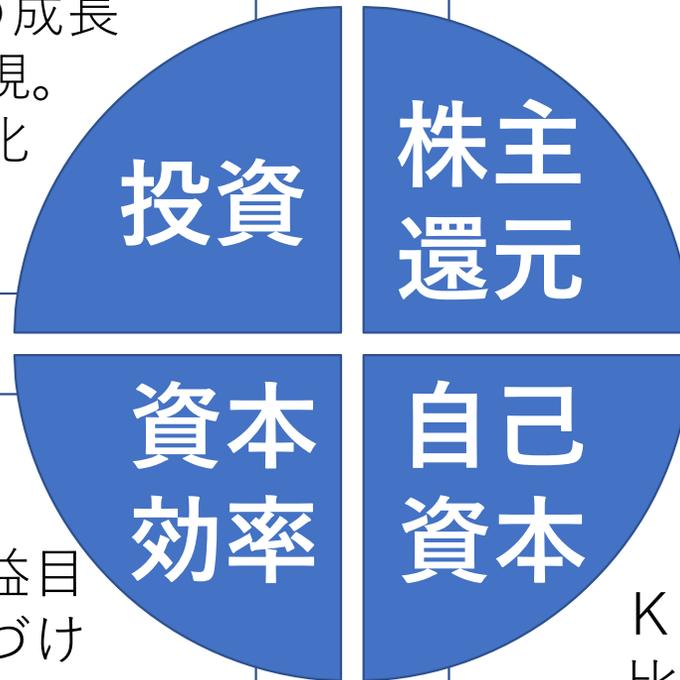


設備・人財

安定した雇用の推進
 全社員が互いに個性と多様性を尊重し、主体性をもって自己の成長機会を得られる職場環境の実現。
 設備能力維持、経営環境の変化に対応するための投資を行う。

配当

内部留保による資本充実を図るとともに、収益の動向を勘案しながら、安定した利益還元を行うことを基本方針とする。



経営管理

中期経営計画最終年度の利益目標達成を最重要指標と位置づけておりますが、投資による信用の確保と成長性を追求し、資本効率を意識した経営管理を行う。

財務基盤の充実

KPIとして定める自己資本比率を目指し、計画的に有利子負債の圧縮を進めていく。同時に財務基盤の充実も図る。

免責事項

本資料に記載されている将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社が約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性がありますので予めご了承ください。