

知的資産經營報告書

2011



HANSHIN TRADING CO.,LTD.

目次

1. 社長から皆様へ・・・・・・・・・・・・・・・・・・P3
2. 経営哲学・・・・・・・・・・・・・・・・・・P4
3. 会社概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・P5
4. 事業内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・P7
5. 過去から現在・・・・・・・・・・・・・・・・・・P19
 - ◇沿革
 - ◇業績
6. 当社の知的資産・・・・・・・・・・・・・・・・・・P22
 - 知的資産①集荷力・・・・・・・・・・・・・・・・・・P23
 - 知的資産②仕入れ目利き力・・・・・・・・・・・・・・・・・・P26
 - 知的資産③組織力・・・・・・・・・・・・・・・・・・P29
7. 将来展望・・・・・・・・・・・・・・・・・・P33
8. 連絡先・・・・・・・・・・・・・・・・・・P34



1. 社長から皆様へ

例えば、何の変哲もないカーネーションをお客様に満足して購入してもらうには、必ず『理由』が必要となります。この『理由』とは、売り手の営業力であったり、アレンジメントする事により素材の価値を上げる事など、付加価値を付けるという事です。

阪神トレーディング全従業員は、この『理由』や『付加価値』を常に追求し、それを阪神トレーディングオリジナル商品としてお客様に提供する事を使命として従事してほしいと思っています。

また、固定観念にとらわれず、主観に基づくユニークで斬新な感性と、客観的で冷静で正確なマーケティングを駆使し、阪神トレーディングならではの商品として、時代の一步先を見たトレンドの創出を第一に考えてもらいたいと思っています。

このコンセプトを基本に、常に『阪神トレーディングらしさ』を胸に秘め日々の業務に携わってほしいと感じています。



代表取締役
山本 真司

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

2. 経営哲学

◆ 経営理念

[イノベーション(革新)を第一に考え、日常に満足する事無く、より良いサービス、消費者の暮らしに役立つビジネスの追求を日々実践する。]



◆ 変革に対応し成長を続ける企業

阪神トレーディングは、2000年12月、信用、経験、実績が無いまま、西宮市内に建つ6畳一間の狭い借家を事務所にして、花業界の新顔として産声を上げました。その「三無い企業」が、グループ会社総数で従業員100名を抱え、営業規模は全国に及ぶまでに広がり、創業10年を迎えました。これはひとえにお客さま、お取引先さま、従業員とその家族の皆様のお陰と心から感謝しております。

私共は、売り買いの営業関係だけでなく、社会全体の幸せにつながる企業活動でなければならないと考えております。売り手よし、買い手よし、世間よしの「三方よし」のトライアングルを構築、さらに経験を積み重ねて、消費者の生活レベル向上に貢献できる企業活動に取り組んでまいります。

経営拡大のアイデアには、従来どおりインターネット販売の強化に努め、海外へ花を輸出する方策のほか、今の会社を総合商社化する夢も描かれています。

深刻な不況が長く続き、その影響は世界中を巻き込んでいます。これを試練と考え、変革のチャンスと位置づけて、全社挙げて新しい営業活動の展開を模索しています。世の中が激しく変わるときこそビジネスチャンス。時代の変化に敏感に対応し、常に変革を念頭に置いて事業活動に励んでまいります。

創業当初より支えて頂いたお客様、お取引先さまに良いサービスを提供することを経営理念に掲げ、地域に貢献していく所存です。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

3. 会社概要

◆ 会社情報



会社名	株式会社阪神トレーディング (HANSHIN TRADING CO.,LTD.)
本社	〒662-0927 兵庫県西宮市久保町15-16 TEL:0798-39-1187(代)FAX:0798-39-0187
資本金	2000万円
従業員	115名(パート含める)2011年3月15日
代表取締役	山本 真司
事業内容	生花卸売業 生花輸入業 フラワーガーデンショップ「ワイルドベリー」の運営、 ジュエリーの販売 ジュエリーショップ「ワイルドベリー」の運営
主要取引先	(株)イトヨーカドー、コーナン商事(株)、(株)コメリ、(株)ワールド、明治屋商事 (株)、全国冠婚葬祭業者、(株)大田花卉、(株)世田谷き、(株)浜松生花地方卸 売市場、(株)なにわ花いちば、(株)鶴見花卉、兵庫県生花(株)梅田生花市場、 西日本花卉(株)、(株)花満、福岡県花卉農業協同組合、国内外生産者 他
自社ホームページ	http://www.hanshin-trading.co.jp/
営業所	株式会社阪神フラワーサポート(東京営業所) 〒143-0001 東京都大田区東海2-2-1 東京都中央卸売市場大田市場花卉部仲卸 TEL:03-5492-4147(代)FAX:03-5492-4144 広島営業所 〒733-0832 広島県広島市西区草津港1-2-25 TEL:082-277-4187(代)FAX:072-277-4186 大阪鶴見花ぼ〜とブロッサム営業所 〒538-0031 大阪府大阪市鶴見区茨田大宮2-7-70 TEL:06-6915-4187(代)FAX:06-6915-4186 本社加工場 〒662-0934 兵庫県西宮市西宮浜3-2-4(久保倉庫内 2F) 西宮営業所 苦楽園店舗(WILD BERRY本店) 〒662-0027 兵庫県西宮市神園町1-4 TEL:0798-75-1187(代)FAX:0798-75-1197 三宮店舗(WILD BERRY三宮店) 〒651-0097 兵庫県神戸市中央区布引町4-3-6 TEL:078-252-8788(代)FAX:078-252-8799

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

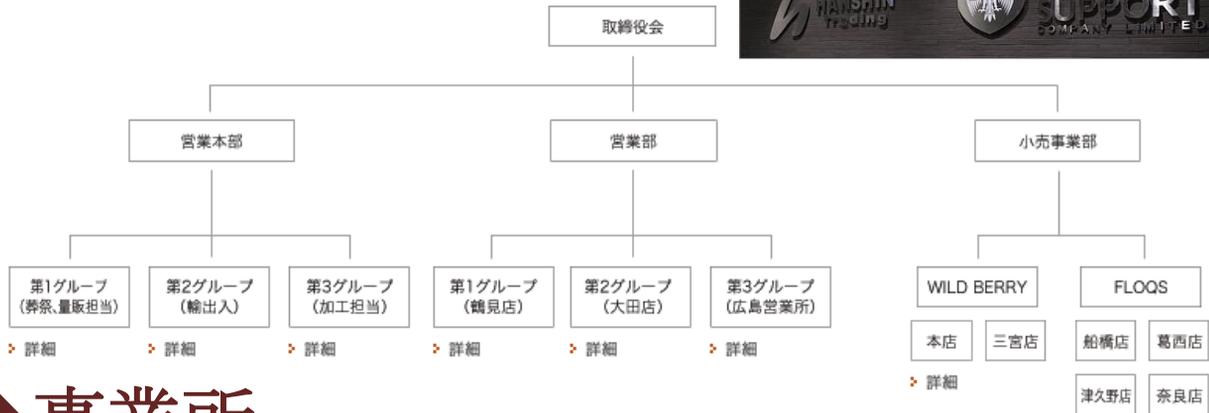
事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

3. 会社概要

組織図



事業所

事業部	グループ名称	業務内容
営業本部	第1グループ (葬祭、量販担当)	主に葬祭業や量販店のお客様の心強いパートナーとして、海外の産地を含め、全国の市場からのスケールメリットを生かした仕入と航空便も多用した独自のロジスティクス構築により、より早く、よりリーズナブルな価格で、安定して、お客様にお花をお届けすることができます。
	第2グループ (輸出入)	テーマは“高品質とマーケティング”。世界各国から弊社のマーケティングにより厳選された花を輸入し、日本産の高品質な花を輸出しています。
	第3グループ (加工担当)	営業本部第3グループでは、量販店様向けのバック、加工などのサービスをご提供しています。
営業部	第1グループ 大阪鶴見花ぼ 〜とプロッサム	営業第1グループ/なにお花市場/仲卸として運営。冠婚葬祭から小売店様、アレンジレッスンまで、様々なお客様のパートナーとして、仕入れは、なにお花市場をメインに、大田・FAJの東京市場・梅田生花、福岡、広島、札幌にまで取引市場を展開しています。スタッフがどの品目にも精通しており、トレンドになりうる花材の提案や、ブライダルに欠かせないバラの対応には、他と比べ圧倒できる、自信とこだわりがあります。
	第2グループ (東京 阪神フ ラワーサポート)	阪神フラワーサポートは、大田花卉市場初となる2社分スペースでの場内仲卸店舗を展開しております。2ブースの内、1ブースは洋花を主体に、全国からめずらしい個性的なものを集め、旬の花材は1品目で常時20～30品種を取り扱っております。もう1ブースでは枝物・葉物を中心にこだわりの厳選商品に力を入れております。またカジュアルフラワーなどの花材も取り揃え、東京での様々なニーズ(ブライダル・小売・葬祭・加工業等)に応えるべく営業いたしております。大田市場はもちろん日本全国から新しい商材を見つけ出しお客様へご提案いたします。
	第3グループ (広島営業所)	阪神トレーディングの西日本の拠点として広島市場外の場外仲卸として2009年8月にオープンしました。広島、山口県をメインに中四国・九州の小売店、冠婚葬祭業、加工業など生花に関わるあらゆるお客様のニーズに答える事を考え営業いたしております。広島営業所の強みは地方市場なのに中央市場の商品が当日購入できる事や市場内仲卸と同じ条件でお客様に直接販売することが中国地方で唯一出来る仲卸です。バイヤーとしても経験豊富で商品知識もあり安心して購入できる店舗になっております。
小売事業部	WILD BERRY	ワイルドベリーは花を視覚的に楽しむだけでなく、花を味わうその時に生まれる「心の余裕」を楽しんでいただきたいと考えるフラワーショップです。
	FLOOS	フロックス・トーキョーは現在、関東、関西のイトーヨーカドー店内に4店舗を展開しているカジュアルスタイルのフラワーショップです。仲卸である強みを最大限に生かし、季節にピッタリ、安心長持ち品質、適正価格の商品を常時とり揃えています。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

4. 事業内容

営業本部

営業部

小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

◆ 営業本部 - 冠婚葬祭・量販事業 -



お客様の抱える悩み

- ・葬儀の仕事は、とにかく急に入ってきて、供花の量なんかも不規則なため、一日のお花の仕入れ量を把握しにくい。
- ・生花市場は、月、水、金、の3日(表日)しか仕入れできないため、それ以外の日に仕事が入ったら場合、仕入先の確保に困る
- ・ほしい花が、少なかったり、急に値段が跳ね上がったりすることが多々ある。

当社が
解決!



提供サービスの紹介

- 品揃えが充実しており、葬儀関連の需要、全て対応できる
- 365日注文対応をしており、急な追加注文に対して、スピーディーに対応できる
- 電解水の使用や品種ごとに3つの冷蔵庫で温度管理しており、安定した商品を提供できる
- 配達用の保冷用生鮮トラックを有し、迅速な配送ができる
- 各営業所間で、細かい注文にも対応できる
- 当社が在庫を抱えることで、お客さんが保有する在庫を削減できる
- 仕入れ面を当社に任せることによって、お客様は自社の業務に集中できる
- 輸入部門を有することで、量販店向けのマレーシア スプレーマムの品揃えできる

4. 事業内容

営業本部

営業部

小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

◆営業本部-輸出入-

輸出入業務
importing/exporting

お客様の抱える悩み

- ・日本の優れた品質の生花がほしいが、航空運賃も高く、時間もかかりすぎ、なかなか思うように手に入らない。
- ・為替の変動で、現在のような円高では仕入れ値段が高くなってしまい、思うように外国で流通出来る価格にならない。



当社が
解決！

提供サービスの紹介

輸入については従来の輸入商社ではなく、全く新しい形の輸入商社を目指します。

- 市場、小売店に一番近い仲卸であること、小売店を展開している弊社だからこそ、マーケットのニーズに合った商品提供が可能
- 商品構成では、マレーシアから最高品質のスプレーマムを、中国からは日本の生産者が指導した高品質な白菊を輸入することが可能

輸出については、オランダを中心にヨーロッパに向けて日本産の優れた花、例えば、グロリオサ、スイートピーなどを輸出しています。

- 香港をはじめとするアジア各国へ日本産花卉を輸出。
- 農林水産省の特認団体を持ち、日本産花卉の普及活動を実施。例えば、オランダ、香港、北京、台北、モスクワ、での花卉国際展示会で、日本産花卉の展示を行い、各花卉展において、日本人デザイナーによる、日本産花卉を使ったデモンストレーションなどを実施している。



世界最大のフラワー
ショー「ホルティフェア」に出展



ホルティフェアにて
日本の花の展示



マレーシア
アグロサポート社
の広大な農園



マレーシア
アグロサポート社
のSPマム集荷場

4. 事業内容

営業本部

営業部

小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

◆営業本部-第3加工グループ-



お客様が抱える悩み

- ・発注してから納品までに時間がかかり、急な対応が難しい。
- ・季節、相場により、価格、品質が安定しない。



当社が
解決！！

提供サービスの紹介

- 量販店様向けのパック、加工などのサービスをご提供できる
- 西宮本社近隣にフラワー加工ライン2基を有する大型加工場（約1000㎡）を配し、日量10000束以上の生産が可能
- 繁忙期や天候などの影響による出荷量の減少に対しても、日量5000ケース以上を取り扱う仲卸ならではのスケールメリットを生かし、商品の安定供給が可能
- 国内の大田と鶴見の中卸であることと、海外からトップブランドの商品を直接輸入できる集荷力を活かし、商品の品揃えロスを解消できる
- 西宮という立地により、阪神、名神高速道路などへのアクセスが良く、ロジスティック面での問題も解消し、加工から納品までの時間を短縮することで、販売店舗様のチャンスロスを削減出来る。30分圏内で阪神間のお客さまに商品をお届けすることができ、チャンスロスを防ぐことができる
- 大田、鶴見市場の国内トップ2の場内仲卸である集荷力を生かし、他市場に比べ、より確実に商品の確保ができる
- また、輸入商社としての機能を生かし、最高品質のスプレーマムを直接輸入し、より確実に商品の確保ができる



加工専門スタッフ①



加工専門スタッフ②



加工ライン



加工資材

4. 事業内容

営業本部
営業部
小売事業部

社
長
か
ら
皆
様
へ

経
営
哲
学

会
社
概
要

事
業
内
容

過
去
か
ら
現
在

当
社
の
知
的
資
産

現
在
か
ら
未
来

連
絡
先

◆営業部-第1グループ-大阪鶴見市場内仲卸



お客様の抱える悩み

- ・なにわ・鶴見だけの商品では物足りない。
- ・流行の花、新品種など詳しくない。
- ・必要な花が少量多品種のため、ケースではロットが多い。

当社が
解決！！

提供サービスの紹介

- 関西主要市場のほか東京(大田・FAJ・世田谷)・広島・福岡・北海道にわたり取引を行い、東京大田・なにわ鶴見・梅田市場の相対WEB配信も可能
- 季節にあった商品、他の仲卸ではあまり扱わない商品、低価格商品等を常時取り揃え、提供することができる
- 各スタッフがどの品目にも精通しており即時対応が可能
- 電解水を取り入れることにより安定した品質の商品を提供できる
- 他社と比べ、商品量が豊富でなおかつ、トレンドに沿った商品を提供できる
- ブライダル・ブーケ商材等の細かい小量ロットでの対応が可能
- 品種のプロデュースを行っており、新品種のPRができる



常時60~70品種のバラを仕入れている



荷分け作業スペース



電解水

4. 事業内容

営業本部
営業部
小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

◆ 営業部-第2グループ-東京大田市場内仲卸



お客様が抱える悩み

- ・日本一のメガ市場であり買参人も約1300名と多いため、20数社ある場内仲卸店舗への相対販売が優先のため、一般買参人が優先的に購入できない。
- ・地方市場への販売数も羽田空港の利便性を生かしWEB相対中心の販売数が全体の約80%になっている。そのため、良い商材や入荷の少ないアイテム等がセリ販売に出てこないで購入できない。



当社が
解決！！

提供サービスの紹介

- 産地と連携した商材の販売が可能
- 大田市場に無い商材を他営業所から仕入れ販売可能
- 単価差や全国相場を比べながら販売を行うことが可能
- 行商のかなめである羽田空港に隣接しているという地の利を生かし、国内外問わず、迅速な入出荷が可能
- 希少性の高い商材を販売することが可能
- 大田市場では当社だけ2ブースで敷地面積126.2㎡の広大な売場があり、豊富な品ぞろえの中から商品を提供することが可能
- 電解水を取り入れることにより安定した品質の商品を提供できる
- 商談スペースやレセプションルームなど設備充実しており、ゆっくりと商談をすることが可能



レセプションルーム



ゆったり商談スペース



126.2㎡の売場



大田市場で唯一の
2ブースの売場

4. 事業内容

営業本部
営業部
小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

◆営業部-第3グループ-広島営業所



お客様が抱える悩み

- ・広島市場だけの仕入チャンネルでは満足した品揃えが出来ない。
- ・卸、仲卸、他県の仲卸を含めた業者の差別化が明確に見えていないため、お客様が選ぶ基準が曖昧になってきている。



当社が
解決！！

提供サービスの紹介

- 東京、大阪、など他市場をメインにした商材の品揃えと表日の当日販売が可能
- 長年のバイヤーとしての経験で希少価値の高い商材の買い付け、販売で顧客を満足させる事ができ、市場に対しての単価交渉などでも可能
- お客様に商品を比べられる環境を整備しており、お客様目線での接客が可能
- 広島市場内での販売、集荷、取り扱いの出来ない商材を販売できる
- 広島市市場内の状況を把握しており、細かい要望にも対応できる

その他の訴求ポイント

- 広島市場に隣接していること
- 広い駐車スペースがあること
- 販売スペースが広いこと



大容量を収納できる
冷蔵庫スペース



広々と使える
作業スペース



電解水の設置



普通車20台を駐車できる
広いスペース

4. 事業内容

営業本部

営業部

小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

◆小売事業部-自社ブランド店 ワイルドベリー-



お客様の抱える悩み

- ・希望通りの商品(花のアレンジなど)にならない
- ・品揃えが豊富でなく希望の花・商品の入手が困難
- ・価格が高く日常的に利用出来ない



当社が
解決!!

提供サービスの紹介

- 当社が東京大田市場と大阪鶴見市場で仲卸をしているため、豊富な商品からの提案、価格の安定性、流行の花材の仕入れ等が可能
- 丁寧で細やかな接客により、お客様の要望をカタチにすることができる
→P.15.スタッフの声を参照
- 高級感のある店の外観・内装により、ゆったりとした気分で商品を選ぶことができる
- 店のオリジナルギフトバック・リボン・シール・BOX・パンフレット・インターネットでの注文などお客様視点でのサービスができる
- 電解水を利用しており、安定した品質の商品を提供できる
- ブライダルや開店花など大規模な法人事業への対応ができる

4. 事業内容

営業本部
営業部
小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

◆高級感溢れる癒しの空間

ゆったりとした時間の流れる店内(フラワーサロン)で、ゆっくりとお花を選んで頂くことができます。



苦樂園本店

阪急甲陽線の苦樂園口駅から続く、四季折々の花の名所として知られる遊歩道、その先にある大きなヨーロッパ風の洋館がワイルドベリー苦樂園本店。

三宮店

三宮駅からすぐ、フラワーロード沿いにあるシックでモダンな雰囲気が印象的なワイルドベリー三宮店。

大切な人に贈るものだから

用途、時間、お渡しされる方の年齢、雰囲気、イメージカラーなど、お伺い出来る情報を全て聞いた上で、お客様の持たれているイメージを具体的にカタチにします。

また、アレンジメント以外でもプリザーブドフラワー、観葉植物などの幅広い商品をご提案させて頂くことが出来ます。

◆法人のお客様へのご提案

季節感を大事にし、顧客様のご要望を取り入れた上でワイルドベリーらしさを出すように心がけています。

ブライダル事業や大規模な開店お祝いなどに対応しています。



4. 事業内容

営業本部

営業部

小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

◆お客様の声

退職される方へ、「お疲れ様でした」の意を込めてお贈りしました。その方のお勤め先にアレンジを届けていただくので、ご自宅に持って返っていただきやすい形態のものをお願いいたしましたところ、快くお引き受けくださいました。

センスよくシックなアレンジで、とっても気に入っていただけました。お願いすると出荷前に実物の写真を送ってくださるのも嬉しいです。何度もリピートしていますが、今後もまたお願いしたいと思っています。



「鉄板焼 十河」のオーナー
十河展史(そごうのりふみ)様

お客様にインタビュー

問:1当店の利用目的は？

「週に2、3回、お店のディスプレイ用切花を求めて利用する」
「知り合いの方へのお誕生日や開店御祝いなど利用する」

問:2数ある花屋さんの中で、当社を選んで頂いている理由は？

「花のバリエーションが多いので、料理の色彩感覚に活かされる」
「スタッフの対応が素晴らしい」
「自分の好みに合う花が多いので、行くと楽しい」
「急な注文や要求の多い注文にも対応してくれる」

インタビューへのご協力ありがとうございます！



◆スタッフの声

スタッフに聞く

問:お客様対応で心がけていることは？

「品揃えを多くし、希望はなるべく細かく聞き、対応することで希望のもの(それ以上)を届けるように心がけています」

「高級感を出しながらも手の届く価格で提案することによって、他店で購入するよりもボリュームが良く、花の鮮度(品質)を保てるようにしています」



4. 事業内容

営業本部
営業部
小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

◆ 雑誌掲載例

- 2003.winter 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2003.Autumn 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2004.Spring 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2004.06 「SAVVY」
- 2004.Summer 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2004.Autumn 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2004.Winter 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2005 「宝塚おとめ」
- 2005.Spring 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2005.Spring 「DRaMa vol.002」
- 2005.Summer 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2005.7 「花時間」
- 2005.Winter 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2005-2006 「花時間 ブーケ&花飾り vol.12」
- 2006 「PreFla vol.6」
- 2006.Summer 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2006.Autumn 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2006.Winter 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2007.Autumn 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2007.12 「けっこんぴあ 関西版 特別付録」
- 2008.Spring 「BEST FLOWER ARRANGEMENT」
- 2008.6 「関西ゼクシィ」
- 2008 「ステ*ハナ！ 素敵な花屋さん vol.6」
- 2011.6 「婦人画報」
- 2011.6 「25ans」
- 2011.6 「EQUUS」



4. 事業内容

営業本部
営業部
小売事業部

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

◆小売事業部—カジュアル店舗 フロックス・トーキョー—



お客様が抱える悩み

- ・欲しいものがない
- ・花が長持ちがしない
- ・センスが悪い



当社が
解決！！

提供サービスの紹介

- 季節にピッタリ、安心長持ち品質、適正価格の商品の常時取り揃えができる
- ワイルドベリーのスタッフやスーパーバイザーの協力による最新のスタイルの提供や幅広い知識を持ったスタッフによる対応ができる
- 電解ショーケース(電解水)を使用しているため、品質保持が可能
- 低価格だけを追い求めたサービスではなく、量販スーパー内でありながらも、季節ごとにピッタリの提案をし、最新のトレンドを安心品質、適正価格で提供できる
- 仲卸であるメリットを生かし、店頭受注からコチョウラン、観葉などの商品を産地から直接フレッシュな状態でお客様にお届けすることができる



店舗外観①



店舗外観②



電解水ショーケース

5. 過去から現在

◆ 2000年創業のベンチャー企業 株阪神トレーディング。約10年間の成長 の軌跡を取締役3名が振り返る！



年月日 (西暦)	出来事	
2000年12月	有限会社 阪神トレーディング 資本金300万円で兵庫県西宮市で 生花仲卸として設立。	東証・大証一部上場 (株)公益社生花部との取引始まる
2003年	業務拡大につき、東京営業所設立。	公益社東京営業所設立
2003年	小売店 ワイルドベリー 西宮市 に第1号店オープン。	「神戸スタイル」をコンセプトに 通販業務開始
2003年4月	資本金1000万に増資 それに伴い 株式会社 阪神 トレーディングに組織変更。	葬祭業を重点的に販路を広げる
2005年12月	兵庫県西宮市神園町に本社移転。	ワイルドベリーがヤフー・楽天に出店(年間一万件を越える)
2006年7月	東京都中央卸売市場生花仲卸 有限会社 コスギの 全株式取得。株式会社 阪神トレーディングの100% 子会社化とともに資本金を2000万円の増資。	常務 中井研入社に伴い阪神間中心に販路を展開 売上高世界二位、アジア最大規模を誇る大田花卉市場に入 場により関東・東北に販路拡大
2006年10月	有限会社 コスギを株式会社 阪神フラワーサポート に名称変更。	阪神フラワーサポートがブライダル業務に着手
2007年3月	東京都中央卸売市場仲卸 ベル株式会社の全営業 権を取得。	隣接するベル取得にあたり大田市場内一の売り場面積とな る
2007年5月	小売店 ワイルドベリー 神戸市三宮駅前に第2号店 オープン	ワイルドベリー 売り上げ15,000万円を越える
2007年12月	兵庫県西宮市久保町に事務所機能付き集配セン ターを開設。	大田市場入場に基づき関西において販売を始める それに伴い西日本唯一大田市場WEB配信サービスを展開 (兵庫県経営革新計画取得)
2008年6月	全日本生花輸出振興協会発足 理事長に株式会社 阪神トレーディング代表取締役 山本真司 就任。	
2008年8月	全日本生花振興協会 農林水産省認定補助金交 付決定。	従業員50名を越える
2008年8月	香港、マカオ向け生花輸出開始。	
2008年10月	オランダ向け生花輸出開始。	
2008年11月	資本金 2000万円の増資	売上高15億円・切花取扱量2600万本を越える
2009年4月	カジュアルフラワー向け作業所 西宮浜に開設。	コーナン商事・マルハチ・コメリなどGMS向けに販路を展開
2009年6月	大阪鶴見市場 場内仲卸として入場。	切花取扱高国内二位市場での一般小売向けに販路展開
2009年8月	中国地方及び西日本営業拠点として広島営業所 開設。	中国・四国地方にも販路拡大
2009年9月	イトーヨーカドー内カジュアルフラワーショップとして フロックス東京を全国4店舗同時に開設。	4店開店に伴い従業員100名を越える
2010年3月	中国より 菊の自社輸入開始。	大田・なにわ・梅田に市場出荷始まる
2010年10月	フェアトレードを活用した輸入販売計画が「兵庫県 経営革新計画」に承認	

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

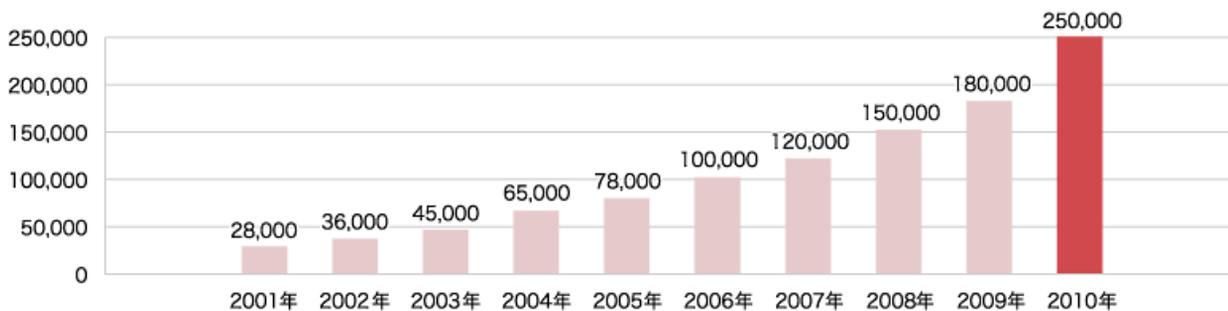
現在
過去から当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

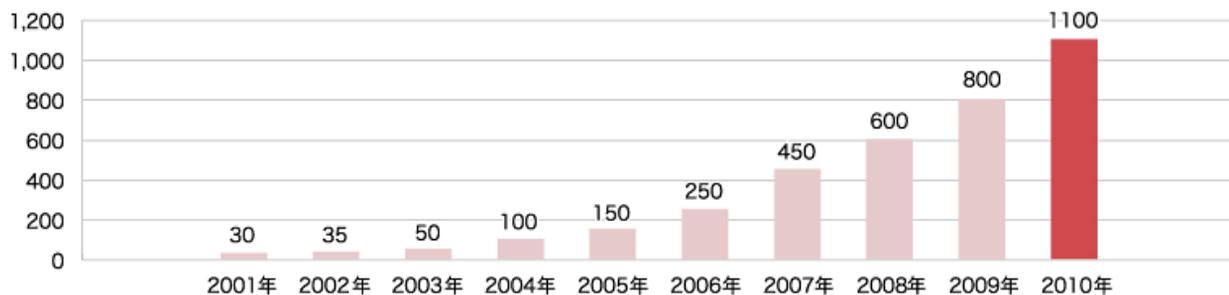
5. 過去から現在

◆業績ハイライト

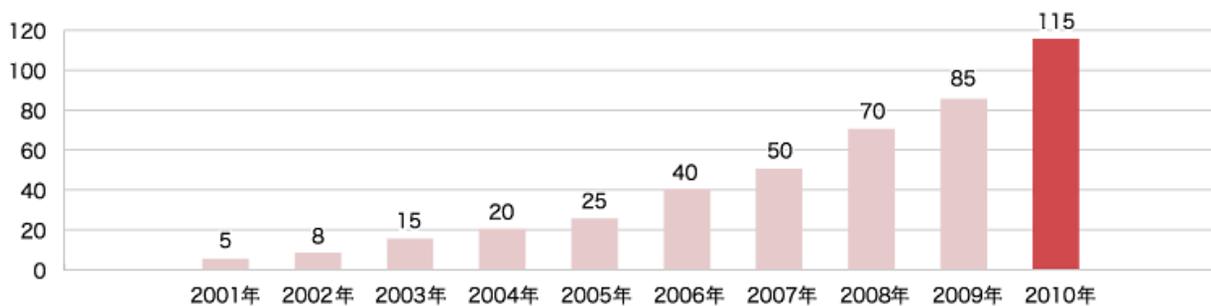
◆売上(万円)



◆取引先数(件)



◆従業員数(人)

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

5. 過去から現在

◆ 花卉業界の流通について

現在、花卉業界はインターネットの普及によりWeb取引が主流で市場の入荷の8割はセリ前に取引されます。セリにおける取引は、参加する事による時間効率、人件費を考慮すれば、必ずしも安いという概念は今や昔の話です。そのような中における仲卸は、品質・価格面でも安定した提供ができる位置づけだと考えます。

従来の花卉流通

セリ取引が主流。

仕入担当者は、市場で商品を購入する必要があった

メリット

- ・現物を見て仕入れることができる

デメリット

- ・少量仕入によりコスト高になる
- ・仕入担当者の人件費がかかる
- ・市場に出向くため、時間を要する
- ・仕入担当者の能力差によって左右される



セリ取引の様子

朝早くから市場に来てセリ台に並んでる商品を品定めて本日仕入れたい商品を確認。セリ子が持つてる商品を見ながらボタンを押して購入

現在の花卉流通

現在、市場ではセリ前の取引が約8割を占める。

Webを活用した相対取引が主流。

メリット

- ・仲卸が大量に仕入れるため、仕入単価を抑えることができる
- ・事前に価格を提示し、交渉を行うことができる
- ・仕入に要していた人件費を削減できる
- ・仕入に要する時間が削減するため、重点業務に専念できる

デメリット

- ・ネットで購入する場合は、現物に触れることができない



本社でのWEBを活用した相対取引の様子

相対取引は、売立日の当日、市場に行かなくても前日のWEB販売でほとんどの商品の購入が可能

当社では、花卉流通の変革をチャンス捉え、WEB環境の整備は勿論のこと、東京大田市場や大阪鶴見市場等での品揃えや接客サービスの充実により、お客様の要望にお応えいたします！

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容



現在
過去から

当社の
知的資産

現在
未来から

連絡先

6. 知的資産

◆ 知的資産の全体像

当社が過去から現在にかけて蓄積した根源的な強み、すなわち知的資産は、以下の3つです。

集荷力、仕入れ目利き力、組織の価値観

これら3つの知的資産が有機的に結合することにより、こだわり抜いた商品・サービスの提供ができています。次ページ以降では、各知的資産の内容について詳述いたします。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

6. 知的資産① 集荷力

◆ 特長 集荷力。それは、花の総合商社としてのこだわり

東西2か所のメガ市場とその他全国の地方卸市場の商品を全て取扱えるので、集荷力は国内トップの実力を持ち合わせています。アイテム力、安定供給力に加えて、国内外のブランド産地との取引で培った価格競争力を持ち、商社機能にも優れています。従来市場仲卸の枠を超えた次世代型の『花の総合商社』です。



具体的には

- ・東京、大阪、広島に営業所があり、それぞれの市場のほか福岡・札幌にまで取引市場を展開。
- ・東京・大阪(大田・なにわ鶴見・梅田)のインターネットによる相対取引が可能。
- ・関西仲卸では唯一大田市場のオリーブを配信でき当日商品を届ける事が可能。
- ・中国やマレーシアから菊やスプレーマムを直接輸入し、安定した価格で商品を提供できる。
- ・葬祭需要に対しても、必要とする物の安定した在庫を持ち365日対応可能。

◆ 取組み

①仕入網を駆使

商品が少ない時期、高騰期は常時全国から安い商品を仕入。

②陸路、空路、航路をフル活用

東京大阪間を常時航空便によるスピード輸送。

③専門人材を配置

品目ごとに担当者がおり、専門的な市場担当者との繋がりがあり、希少価値の高い品揃えが可能である。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

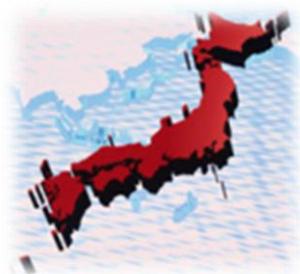
連絡先

6. 知的資産① 集荷力

◆事例

『市場取引みより、安定供給』

昨今の異常気象等により切花も不安定な出荷が目立つなか、大手スーパーへの欠品が出る入手困難な時期でも我が社における全国展開による市場取引により常に安定した供給でお客様に問題なく納品しました。



◆お客様の声

『一番信頼できるバイヤー』

広島市 フラワーショップ なかむら オーナー 中村 敦様

広島市の老舗花店から独立して15年、当初は生花仕入れも困る事がありました。今では信頼して生花仕入れを頼めるのでとても助かっています。自分の好みも十分把握してより良い商材を的確に選び納品してもらいとても助かっています。

地元市場では品質の不安や相場の乱高下により不安定だった。商材などが簡単に入手出来るのが阪神の強みです！



『入手困難な品種でも安心』

広島市 (有)うえだ生花店 専務取締役 上田 修史様

冠婚葬祭業をメインの仕事としているため、特に洋花、ラン類の需要が多く地元市場では全く対応しきれない状況を解消してくれてとても助かっている。地方市場では大量に仕入れすればするほど商品の単価も高騰するが、大阪市場をメインとする阪神トレーディングでは、良い商品が適正な価格でしかも商品量も質も充実しており、仕入れには非常に助かっています。



クローブコノリー様 (尼崎市)

以前は、他の場所での仕入れでしたが、こちらに来ると思いがけずお花を買いたくなります。スタッフの気遣いもありがたいです。



アンソフィールド様 (生駒市)

他の仲卸にない花が多く、ありがたい。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

(株)フラワーサービス

ホソタニ(西宮市)細谷昌弘様
仕入を任せることで、必ず欲しい商品を集めてくれる。さらに値段、品質面でも安心できる。そして、急な注文にも365日スピーディーに対応してくれる。信頼おけるベストパートナーです。



BFT様(八尾市)

可愛い花が多く、男性が仕入れされているのに驚きました。



花のお城様 (生駒市)

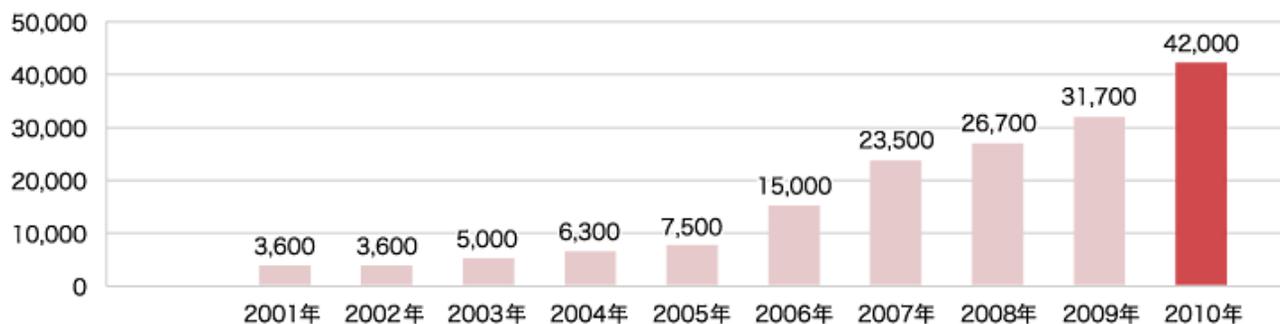
品質の良い花を楽しみに来ています。

6. 知的資産① 集荷力

◆重要評価指標

- ・年間切花取扱量4000万本
- ・市場内取引高
大阪1位、東京10位、全国3位
2011年現在

◆取扱本数(千本)



社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在



当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

6. 知的資産② 仕入れ目利き力

◆ 特長 仕入れ目利き力。それは、顧客の創造へのこだわり

各分野のトップレベルの仕入担当者を有することで、安定した品質や価格は勿論のこと、最新のトレンドに合った希少品種の仕入が可能です。

◆ 取組み

① 自社仕入の目利き力を活かし
商品を選定

② お客様や東京や大阪の有名デザイナーに商品
を提案し、客観的な意見を聞く

③ データの分析

④ “主観”と“客観”をベースにした
需要を創造できる品種を選定

⑤ 市場、産地などが開催するセミナーや、勉強会で
生産者へ情報提供

⑥ 生産者から仕入れた商品の販売

⑦ 販売結果をもとに評価

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

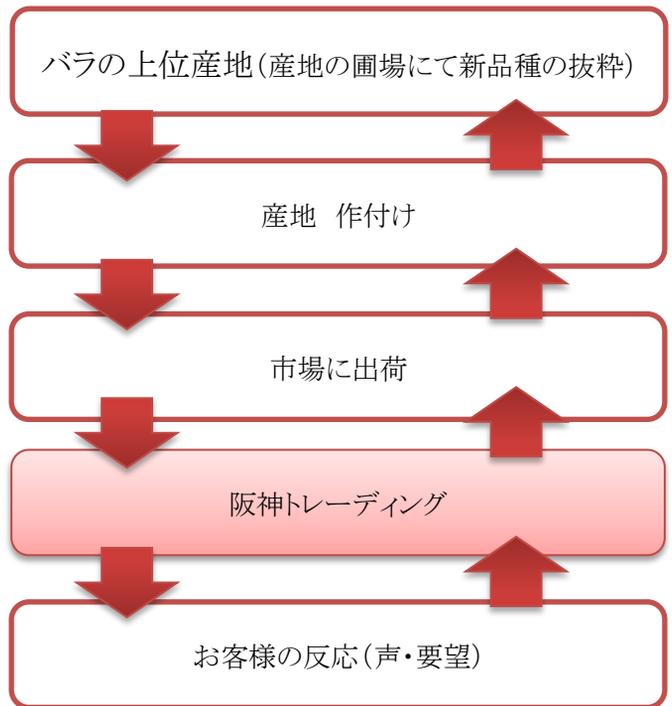
6. 知的資産② 仕入れ目利き力

◆事例

「バラの新品種の販売支援」

左図のフローチャートのサイクルで、阪神トレーディング独特のバラの提案をしています。現在、鶴見店では市場の協力により、バラに関して上位産地の新品種・オリジナル品種を数多く販売し、お客様からの生の声を産地に届け、品質向上・先立ったトレンドの提供を行っています。生産者と末端のお客様が繋がるパイプを持つ事の重要性、花卉業界の活性化に繋がる信念です。

阪神トレーディングのオリジナルカラーを生み出す事で、協力市場の売上・信頼・お客様の満足度を高め、仲卸の位置付けを超えた仕入れ・販売を実現化しています。



◆お客様の声

「需要情報を得られることが嬉しい」

花屋さん(消費者)が必要としている物は何なのか?それは産地(JA)にとっては、永遠のテーマです。その情報を的確に得る事ができるのが最大のメリットです。花形や色目、必要な時期、品質と価格帯などの情報を密に取り合う事で、生産者のリスクが確実に低減されるようになりました。このような情報交換により、生産者の『無駄な物を作らないで済む』というコスト削減になっています。また、よくテレビ番組などで使われる事が多く、その情報を生産者に伝えると非常に喜び生産意欲が増すとのも事でした。今後は、阪神フラワーサポートさんだけに出荷する花を栽培し、お互いのブランド力が高まって行けばいいと考えております。



酒田市袖浦農業協同組合
営農販売部 園特販売係
庄子 知之様

JA袖浦様と情報交換し、販売したダリア生産品種の成功事例

品種名 アトム

成功例① 夏場は前処理を万全に行っても花散りが目立つが秋口からは問題が無いため、人気品種として広く認知された。

品種名 黒い稲妻

成功例② 夏場は前処理を万全に行っても花の色が変色するが秋口からは問題無く販売単価も高値で取引される成果を上げた。

品種名 浮気心

成功例③ 市場での評価や販売状況が良く通期で売れ筋になる品種のため生産量を増やした。

品種名 アジタート、純愛の君

成功例④ 赤色の大輪品種で他産地よりも早く売れ筋として作付を増やし生産量を確保し販売に成功した。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

6. 知的資産② 仕入れ目利き力

◆ 事例



成功事例 枝もの 花宇

①世界的に珍しい植物を、日本で栽培し全国に発信していく。

現在、東南アジア、南国系の珍しい植物を、沖縄で栽培して全国のお花屋さんへ販売していこうと考えています。

②あまり市場に流通していない珍しい枝物、グリーンを紹介していく。

③花宇さんが、ある長野県の過疎の村で桜の木を栽培してもらって、都会で販売していく。“村おこし”の一環として40年も前から取り組んでいます。この“桜の木”をもっともっと広げていこうと考えています。ただ桜の木を販売するのではなく、こういった“ストーリー性”のあるこだわった商品販売していく。

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在当社の
知的資産現在から
未来

連絡先

品種改良事例 沖縄ファッションマム

太陽の花オリジナルマム大田セレクション

太陽の花沖縄県花卉園芸農業協同組合と大田花卉と一緒に4年前から取り組んで、今までにない、ファッション性に富んだオリジナルマムの品種選定を行い、これまでのマムのジャンルに無かった新しいジャンル“ファッションマム”を作り世の中に広げていきたいと考えている。



◆ 重要評価指標

取扱い品種数100品種以上(ダリア、マム)

10品種以上が来期リリース予定(ダリア、マム)

東京、大阪で500件以上の小売、ブライダル等の現場で使用されている。

6. 知的資産③ 組織力

◆ 特長 組織力。それはイノベーションを実現する原動力

経営理念を理解した若き人材がユニークな発想で組織を動かしています！



◆ 取組み

①採用と評価

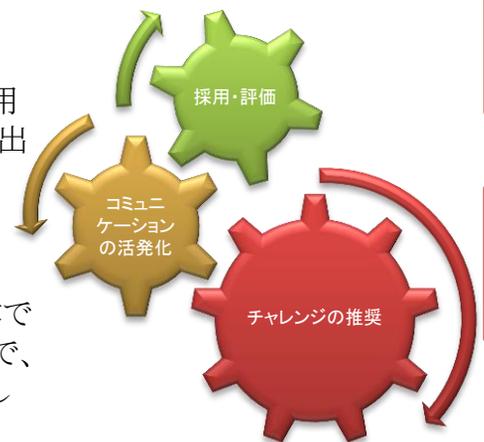
社内でも育てるが良い人材であれば外部からも積極的に採用すると共に、年齢や性別に関係なく、仕事への情熱と成果を出せる人材を評価しています。

②コミュニケーションしやすい場づくり

問題が発生すれば、ただちにトップに報告し、社内部署全体で解決策に取り組んでいます。意見の交流などを随時行うことで、離れた営業所間でもコミュニケーションが行える環境を整備しています。

③ユニークさと創意工夫

新しいことにチャレンジと従来の発想にとらわれない取組みを会社として奨励しています。



社長から皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から現在

当社の知的資産

現在から未来

連絡先

6. 知的資産③ 組織力

◆事例

若手の登用 事例①

まさか自分がこんな大きなお店の店長に指名されるとは夢にも思いませんでした。でも、不安よりもこれからが楽しみだ、と思ったのが正直な気持ちでした。

社長にも「楽しんでやってね」と声をかけて頂いたことをよく覚えています。日々の店長業務に責任を持ちつつ、それ以上に自分自身が楽しんで取り組ませて頂いております。



WILDBERRY 苦楽園本店
店長 井原 有美

背番号制の導入事例②

スタッフが成長し永久欠番を作ってほしいとの想いで始まった背番号制の導入。従業員にもお客様にもとても好評頂いています。



仲卸として新しい取り組み事例③

照明や包装紙など業界の常識にとらわれない様々な取り組みを行っています。

＜仲卸店舗の照明にハロゲン電球を使用＞

輝度が非常に高く、点光源と言えるような光の性質を持っているハロゲン電球を使用。スポットライトやダウンライトとして、光に指向性を持たせることが出来るので、店舗内の花をより綺麗見せる事を演出をしています。

＜包装紙に英字新聞の使用＞

ヨーロッパの市場を意識して生花を包むのに英字新聞を使用。花とイメージが合うため、お客様にも非常に好評を得ています。



◆第3者評価



2010年兵庫県から成長企業期待企業に認定されました。



当社の取り組みが公益財産法人ひょうご産業活性化センターの会報誌で紹介されました。



社長から皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から現在

当社の知的資産

現在から未来

連絡先

6. 知的資産③ 組織力

◆ 専門人材の紹介



常務取締役 中井 研

①得意分野の紹介

冠婚葬祭業、デザイナーショップ、大手量販店などへの企画販売や全国の卸売り市場とのネットワークを生かしての販売、取引産地とのオリジナル商材の企画販売などを得意としています。

②仕事へのこだわり

花卉業界に入って23年のキャリアを生かし、さまざまなお客様のニーズに対応出来るよう努力しています。特定の生産者と一緒に、今まであまり市場流通していなかった商材を提案して行く。

①得意分社の紹介

花材全般の調達力と、市場や顧客に対しての交渉力が強みです。

②仕事へのこだわり

いろいろな顧客のニーズに答えられるよう新しい素材の知識など誰よりも早く知ろうとする事が顧客のためになると思い日頃から心がけてます。また現在の花卉業界の情報をよりスピーディーに収集し顧客に発信しウィンウィンの関係をすべての顧客と築いていけるように努力しています。



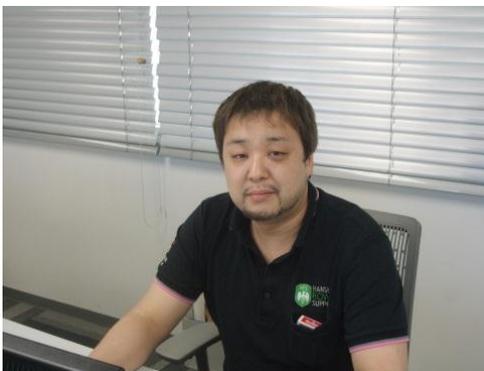
営業部統括部長兼広島営業所所長 瀬戸 浩二

①得意分野の紹介

某仲卸で11年の勤務を経て2009年に入社しました。鶴見店の仕入れを全般的に行っていますが、主にバラ・カーネーション・ユリ等の球根類の仕入れに長年携わった。

②仕事へのこだわり

仕入れを活かし、阪神トレーディングの強みとして展開しています。



営業部第1グループ 鶴見店店長 竹田 知弘

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在



当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

6. 知的資産③ 組織力

◆ 専門人材の紹介



WILDBERRY 苦楽園本店
店長 井原 有美

①得意分野の紹介

スタッフを統率し、1人1人を適材適所へ配置し、明確な指示を出すことです。

②仕事へのこだわり

お花が好きだということです。簡単な言葉のようですが、好きだからという気持ちは何よりも強い原動力になると思っています。その純粋な気持ちを忘れず、花以外のことにも好奇心を持ち、仕事に活かせるよう取り組んでいます。

①得意分野の紹介

仲卸での仕入経験を生かした幅広い商品知識、仕入知識が強みです。

②仕事へのこだわり

エンドユーザーのお客様に”新鮮”と”安心”、”驚き”と”感動”をお伝えできるよう努力しています。



営業本部第3グループ
グループリーダー 野村 龍史

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

7. 将来展望

今後のビジョン

市場仲卸の強みを活かし、それをベースに各部門をハイブリッド化する

強気な営業攻勢ならび異業種とのコラボなどで新しい需要を作れる会社を目指す

2013年11月期

全社売上高	40億円
卸部	25億円
小売	5億円
加工	5億円
輸出入	5億円

今後の方向性

小売り部門 ワイルドベリー

さらなる高級ブランド化を目指しつつ、営業部門を強化する。
特に法人向け営業部の強化で、一般の花屋との差別化を図る

小売り部門 フロックス・トーキョー

電解水ショーケースなど、未来のカジュアル店のモデルとなる店作りを目指す。
特に営業面ではカジュアル店ではこれまで難しいとされていた提案型営業を展開する

卸部門

本来持ち味であるユニークな商品のライナップで、新しいトレンドを追求する。
一般の仲卸の違い、国内外の産地開拓などで市場仲卸の側面だけでなく、市場外取引の充実でコスト的にも他社よりリードする

輸出入部門

仲卸の目利き力を最大限にはっきりして、マーケットのニーズに合う商品構成と、
新しいトレンドを発信できる商品構成で従来の輸入商社との差別化を図る

加工部門

東京、大阪のメガ市場仲卸のメリットを活かしつつ、輸入商社の集荷力も合わせ国内屈指の集荷力を源泉に加工部分での独走を目指す。また、物流面でも専門の物流業者とタイアップして新しい流通の仕組みを作り出す

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先

8. 連絡先

知的資産経営報告書に関する問い合わせ先

担当者:代表取締役 山本 真司

電話: 0798-39-1187

FAX:0798-39-0187

メールアドレス:yamamoto@hanshin-trading.co.jp



①知的資産とは

「知的資産」とは、従来のバランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産(特許・ブランドなど)、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。

「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、すなわち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー(利害関係者)に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動(価値創造戦略)として目に見える形で分かりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠して作成しております。

②知的資産経営報告書とは

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘り当社を取り巻く経営環境(内部環境及び外部環境)の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には、本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、ご了承願います。

③作成支援・監修専門家

本知的資産経営報告書の作成にあたっては、本書記載内容につき、その客観性を維持・向上させる趣旨から、次に掲げる専門家のご支援・ご監修を賜りました。

公益財団法人ひょうご産業活性化センター 中小企業応援センター事業 登録専門家

中小企業診断士 青木宏人

社長から
皆様へ

経営哲学

会社概要

事業内容

過去から
現在

当社の
知的資産

現在から
未来

連絡先





<http://www.hanshin-trading.co.jp/>