



### 特集 花のWEB取引新時代

今年1月より花きネットの市場一買参人間取引を利用し、ネット取引を開始した京都生花市場 (<http://www.kyotoseika.co.jp/>)。買参人へのサービス向上の一環として、市場の1割弱をネット取引に移した。導入後6ヶ月程経過するが、ネットを利用する買参人も着々と増えているという。

以前はFAXで行っていた先取りの受付であったが、花きネットを導入後、社内の事務処理が簡素化し、取引が迅速しているのは確実だ。また「業務にネットを導入することで、社員の相対取引に対する意識が高まり刺激を受け、最終的にセリにもよい影響が出ている」と京都生花市場の村山室長は言う。ネットを利用した取引は、取引の迅速化、需要の拡大といった流通面としてのメリットだけではなく、社員の意識向上にもつながっているようだ。

市場が遠方の買参人を新たに獲得しようとするれば、遠方への配達が必要となってくる。花きネットには商品のデリバリーまでの物流システムができていないのが現状。花きネットにおいて物流システムが導入されれば、今後参加する市場も増え、活性化しもっと利用しやすくなるのではないか、という意見もあがっている。

ネット導入で高まった  
相対取引に対する意識

京都生花市場