

我が人生、 我が事業

第百三十四話 ◆ 第二回 (三回連載)

全国エリア対応の 広域ネットワークを構築

ラブリー・ペット商事(株)は、一九七〇(昭和四十五)年に橋本商店として創業した。その後、一九七五(昭和五十)年にラブリー・ペットフード(株)と合併、同年に現社名に変更し、ペット用品・フードの専門卸問屋として事業を継続している。シペットブームによる市場の拡大とともに業績は右肩上がりで伸び、一九九七(平成九)年には売上高が百億円台の大会に乗った。

この時期になると、ホームセンター、スーパーマーケット、ドラッグストアなどの大手小売業の出店ペースが加速して、オーパreshoppingとなり、小売間の競争の激化から利益が確保しにくくなった。問屋も



橋本 馨

ラブリー・ペット商事株式会社取締役会長
株式会社ペットプロジャパン取締役会長
一般社団法人全国ペットフード・用品卸商協会元監事

同様で経営環境が厳しくなり、全国規模の問屋と地域の問屋の力の差が目立ってきた。設立当初は関西圏に絞って営業を展開していたが、九〇年代に大手小売業のニーズに合わせ西日本にエリアを拡大した。しかし、西日本の市場が成熟し、このままでは当社の成長戦略は厳しくなると予想された。

そこで、関東にエリアを拡大しようと、二〇〇六(平成十八)年に横浜市に現社長**の兵頭正基**が、東京営業所(現東京支店)を開設した。小さな会社だったので、営業畑の彼が一人で行き、人を募集するところから始めた。関東に進出した関西の大手小売業の店舗への商品の納入を始めるとともに、新しい取引先を次々に開拓していった。関西と関東ではビジネスの慣習に少し違いがあつて、とまどいもあったようだが、どんどん売上を伸ばしていった。

その後、二〇一〇(平成二十二)年に福島出張所、二〇一五(平成二十七)年に名古屋営業所(現名古屋支店)、二〇二一(令和三)年に仙台営業所を開設した。現在、本社・大阪支店、東京支店、岡山支店、名古屋支店、仙台営業所の五カ所の営業拠点があり、本州を中心とした広域エリアをカバーしている。

当社は、地域の小規模なペットショップを取引先としてスタートした。しかし、大型店との取引が拡大するにつれ、営業担当者が小規模なペットショップを訪問する頻度が減ってきた。小規模店に情報提供をしようとして、二〇一四(平成二十六)年にB to B(仕入れ)サイト「PETポチット」を立ち上げた。これにより、新商品などの情報を随時発信し、簡単な操作で、いつでも商品の注文ができるようになった。

企業データ

ラブリー・ペット商事(株)

本 社	大阪府門真市松生町6-20 ☎ 06-6905-9700 ㊚ 06-6905-9706 https://www.lovelypet.co.jp/
事業内容	ペット(犬・猫・小鳥・観賞魚・小動物)に関するフードおよび用品等の総合卸商社
創 業	1970(昭和45)年8月
設 立	1975(昭和50)年9月
資本金	9900万円
年 商	328億1332万円(2022年6月度)
従業員数	291名(うちパート151名)

また、B to B事業の一環として、近年市場が拡大しているネット通販向けのビジネスサポートも始めた。大手物流事業者と提携し、ネット通販企業の悩みを解決できる物流代行システムをローコストで提供している。

ネット通販向けの物流センターとしては、昨年二月に大阪府摂津市にL L C（ラブリ・ペットロジスティックセンター）西日本、十月に千葉県市川市にL L C東日本が稼働を開始した。

現在、大阪府守口市の関西物流センター、L L C西日本、名古屋市の中部物流センター、兵庫県加古川市の兵庫物流センター、岡山市の中四国岡山物流センター、さいたま市の関東物流センターなど七カ所の物流拠点があり、全国エリア対応の広域ネットワークを構築している。前述の営業拠点と合わせて、地域の取引先により密接したサービスを提供している。

この間も取引先、仕入れ先の増加が続き、現在の取引先数はペットショップ、ホームセンター、ドラッグストアなど三千社余り、仕入れ先数は三百社余りである。

取引先のニーズに応えた卸売事業を展開

当社は、ペットを取り巻く環境・ニーズの変化に敏感に対応し、常に新鮮な情報・

商品を提供して、取引先のニーズに応えられるよう努めている。取引先に信頼してもらえる「ビジネスパートナー」を目指している。

卸売事業の「原点」といえるのが、リテールサポートである。取引先を定期的に訪問し、新商品の紹介や売れ筋商品の推奨コーナーを提案する、春秋の新商品発表のタイミングでは棚割り作成の提案をするといったことも行う。これらを通じて、取引先の売上拡大のお手伝いをしている。

また、創業以来培ったノウハウと情報を基に、新規開業を考えている企業・個人に開業までのサポートを行っている。これは二十年ほど前から専門学校「ドッグビュートイースクール」が開設され始め、その卒業生を支援しようと始めたものだ。現在ペットショップ、ペットサロン（ペット美容室）などの開業に対して、営業担当者が細かなサポートを行っている。

通販業態には、専門部署を設けて営業を強化している。リアル店舗ならお客様は商品の現物を見られるが、通販は画像しか見られないので、立体的にいろいろな角度から撮影するなど、ひと目で商品の特徴がわかる画像をつくらなければならない。そういうノウハウが非常に大事だと思う。



2023年春の「ペット用品・フード総合展示会」

一方、商品の品揃えについては、社員がアメリカやドイツ、中国など海外の展示会に出向いて新商品の発掘に力を入れている。また、当社ホームページを見た他業界の方が、「こういう商品はどうか」と売り込みに来ることも多く、「これは！」と思う商品を仕入れている。

近年は、栄養バランスのよいペットフードや感染症の予防注射の普及により、かつて七〜八年だった犬の寿命が十三〜十四年へと延びている。こうしたペットの長寿化に対応して、健康に配慮した商品の品揃えも充実させている。

当社では、新商品や話題商品の情報提供のため、年二回「ペット用品・フード総合展示会」を開催しており、これは西日本の業者向けの展示会として、最大規模である。当社の提案コーナー、出展メーカーの一押しコーナーを設け、メーカーと小売店をマッチングさせる場として、実りあるものにするよう努めている。また、四半期ごとに新商品やニュースを掲載した『ラブリーニュース』を発刊し、取引先に配布している。

多くの商品を取り扱っている中で、社員は商品知識の勉強が大変だ。昔は、どのメーカーも新商品を出すと、当社に社員を派遣して説明会を開催していた。今は、新

商品の画像や情報がネットで簡単に入手できるもので、社員はそれをいち早く入手し、一生懸命に勉強している。

顧客対応で社員によくいうのは、「何よりお客様に信用してもらえ」ということだ。当社には、「経営理念の四原則」と「行動指針」があり、その中に、「信用とは第一印象が良い事。挨拶ができる。清潔である。笑顔である。約束事が守れる事。いやな事／難しいことほど大切にする。相手に儲けてもらい、自分もよしとする。相手のためになる事をする」とある。こういうことをしつかりやって基礎をつくらないといけない。テクニックだけではビジネスは成長しない。

オリジナル商品の開発に取り組む

私ども問屋は、もともと収益率は低く同業者が多いため価格競争になりやすい。何とかしようと考え、一九八八（昭和六十三）年に関連会社（株）ペットプロジャパンを設立し、オリジナル商品の開発を始めた。

問屋の強みは、今小売店でどんな商品が売れているかを把握できることで、それらを収集・分析して商品開発を行い、お客様のニーズにいち早く応えることを



「Happy Days®」の犬用総合栄養食「オッティモ」

合栄養食「オッティモ」は、グルテンアレルギーの犬に配慮して、グルテンを使用していない。健康に良い植物性乳酸菌、オリゴ糖、タウリン、Lカルニチンを配

目指している。

現在当社では、犬、猫を中心としたペットの「衣・食・住・遊」の商品開発を行っている。とくに力を入れているのは、「食」で、最近では、ペットの健康に配慮した商品の開発を強化している。

ブランドは大小四つあり、大きなブランドは「Pet Pro」「Happy Days」の二つで、前者はホームセンターなど量販店向け、後者はペットショップ向けを中心にしたブランドだ。このほかに、小さなブランドとして「Homey」「ねこがくれ」の二つのブランドがある。

最近の新商品の例としては、水分と野菜が取れるペーストが簡単につくれる「素材100%野菜フレークじゃがいも」、犬用おやつ「国産おやつ おいしいクッキー」、猫用おやつ「お魚おやつ ちりめんじゃこ」「同小魚ミックス」、ふわもち感覚のおもちや「ぶんぶんはむはむトースト」、「同メロンパン」、ペットの出し入れがしやすいリュック「ペット用サステナブルリュックキヤリグリーン」などがある。

ヒット商品も多く生まれている。犬用総

合している。半生タイプなので、あごの力が弱い小型犬やかむ力の衰えた高齢犬でも食べやすい。スモークの香りが聞いたジャーキータイプで、嗜好性は抜群である。

苦労したのは、問屋の営業担当者は、自社商品売り込むのが上手ではないということだ。「メーカーのA社の商品が売れなかったら、B社の商品を買えばよい」「売れ筋商品さえ持つていけばよい」という意識があるので、「自社商品を買わなければ」と思っても、お客様に十分な説明がしにくい。これを克服するのに時間がかかった。

プライベートブランドの商品開発が軌道に乗った頃、得意先から「当社のプライベートブランドでOEM開発をしてほしい」という依頼がきた。それがきっかけで、得意先のOEM開発を行うようになった。現在では得意先のお客様の声を直接聞き、その要望に合った商品開発を手伝っている。

私はペットプロジャパンの社長もずっと務めてきたが、現在は会長に就任し、ラブリ・ペット商事で長く営業に携わってきた江見正雄（えみ まさお）が社長を務めている。

当社の企業理念・方針の一つは、「ペットの事を一番に考えた商品開発をし、市場に提供する」「ペット、社会に安心・安全な商品を提供し続ける」である。これからペットのために、ペットの目線で、安心できる商品、欲しいと思ってもらえる商品を開発していきたい。

（つづく）

