

バロー、ペット事業強化

新規出店、年20店ペース目標

バローホールディングス(HD)はペットショップ事業を拡大する。プライベートブランド(PB)の拡充や物流網の構築などで競争力を高めながら、全国で年20店ペースで新規出店する。ペットショップ事業の売上高は2031年3月期に24年3月期の約2倍となる600億円を目指す。(松浦健司)

しついで高付加価値

4ブランドを運営し、昨年12月末時点で計180店舗を展開する。アミーゴは年10店ペースで出店する計画で先月25日には多治見市に新店がオープンした。昨年9月にグループのペット事業を統合し、メーカーからの仕入れを一本化して利益率を改善したほか、PBの拡大で独自性を高める。トリミングやしつけ、医療のノウハウをグループで共有し、専門店としての高付加価値につなげる。物流網も全国展開を視野に構築し、効率化とコスト削減を図る。

「ペットショップ事業を成長ドライバーとして強化していく」。小池孝幸社長は力を込める。24年9月中間連結決算からペットショップ事業を独立したセグメントとし、昨年12月にはペットショップを運営する犬の家(愛知県春日井市)を企業の合併・買収(M&A)で子会社化した。

現在は全国展開する「ペットワールドアミーゴ」、東京と神奈川中心の「ペットフォレスト」、首都圏中心の「ジョーカー」、東名阪に店舗を持つ「ペットショップ犬の家&猫の里」の



4月25日にオープンしたペットワールドアミーゴ光ヶ丘店。多治見市光ヶ丘。ペット市場は犬猫の生体販売頭数が減少しているものの、プレミアムフードや冷凍フードなど主力の犬猫フードの売れ行きは好調。トリミングやドッグトレーニングなど従来のサービスに加え、美容効果を推奨するプレミアムスパコースや犬の幼稚園など付加価値サービスの利用が増加している。24年4〜12月のペットショップ事業の売上高は前年同期比1・5%増の214億4700万円だった。ペットショップはイオンペット(千葉県市川市)が売上高で国内首位、バローグループは2位に位置する。小池社長は「ペット市場は成熟期だが、大きな会社が少ない。ゆりかごから墓場までをキーワードにしっかりと寄り添って消費者との接点を増やしていく」と話す。