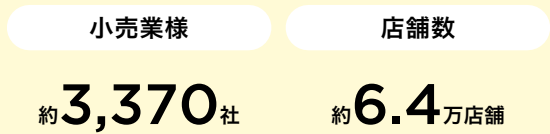


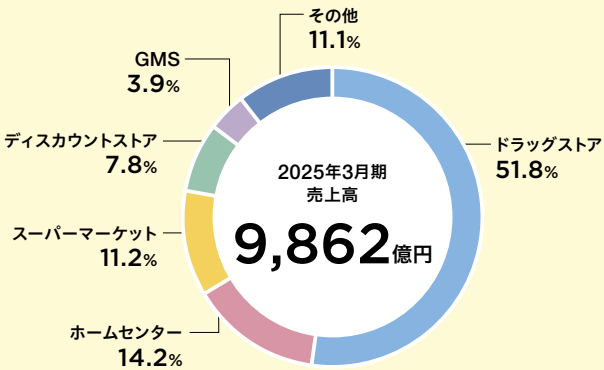
Sales

営業

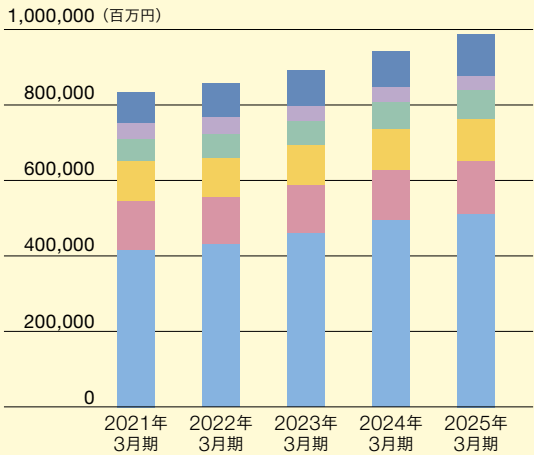
全国約3,370社(約6.4万店舗)の小売業様との
お取引によりすべての人の暮らしに寄り添う



業態別 売上高構成比



業態別 売上高推移



営業部門の強み

■ コア事業である国内における卸売業を支える
実現力のある人材

当社は、約3,370社の様々な業態の小売業様と幅広いお取引があり、それぞれの業態やエリア特性を活かした提案を行い、「売れる売場」を実現し、さらなる事業拡大を目指します。



■ 「売れるを創る」SNSでのアプローチ

当社は、市場におけるソーシャルメディアの影響力増大に対応するため、2024年1月にSNS推進課を新設しました。現在3つのアカウントを運用しています。それぞれのターゲット層に合わせ、「暮らしを豊かに」をテーマにデザインと投稿内容を刷新。メーカー様や社外イベントとの協業も積極的に行い、卸商社ならではの幅広い提案が可能になりました。SNSと連動した売場提案を強化することで、オンラインとオフラインの連携をさらに深め、お客様に新たな価値を提供していきます。

X (旧Twitter)

@ARATA_lifestyle
全取り扱いカテゴリ

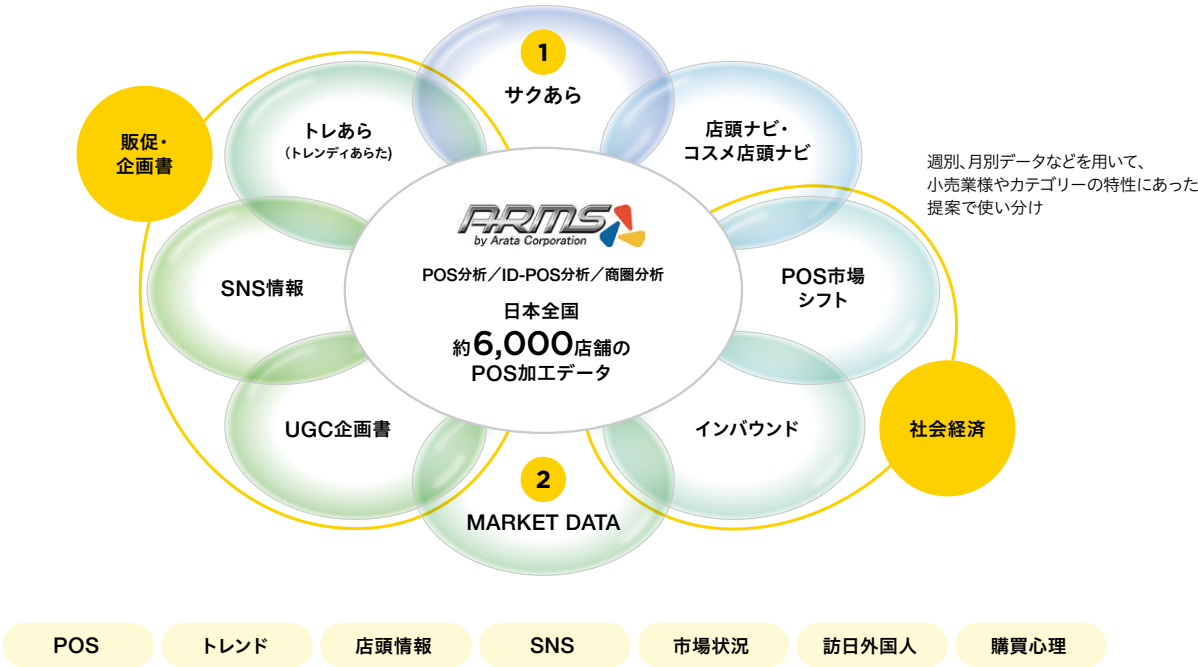
Instagram

@arata_media_jp
日用品・家庭用品

@hibiplus_arata
最新コスメ情報

■ あらたセールスの提案力を支える強力な武器

小売業様の売上向上に貢献するため、当社は独自の分析ツール「ARMS(アームス)」を活用した多角的な提案を行っています。「ARMS」は、日本全国約6,000店舗のPOS加工データをもとに、カテゴリ・業態・ブランド別のPOS分析からID-POS性年代別分析までカバーしております。



1 毎月10分でサクッとインプット「サクあら」

毎月10分で市場動向を把握できる、独自の分析資料です。「ARMS」を核に、POS市場シフト、インバウンド情報、季節品売上推移、業態別市場状況、免税レジPOS売上推移、販売切り口提案・SNS注目情報、過去の投稿からの予測、販売ヒントなどをまとめた資料。



2 提案の裏付け使用に活用「MARKET DATA」

カテゴリごとの市場情報を掲載。ARMSデータ約6,000店、SOO約1,300店、ID-POS約700万人をもとに分析。年2回(1月・6月)更新し、棚割提案へ結びつけます。



「情報提供」を通して卸売の新たな価値を創造する

卸売業は、メーカー様と小売業様の間に立つことで、業界全体での成功事例や失敗事例、市場と消費者の変化を捉えることができます。私たちはその知見と独自の市場データ「ARMS」を組み合わせた情報「サクあら」を得意先様に提供しています。不確実性が高いと言われている今の時代、情報は必ず武器になります。

情報提供をすることで、得意先様に成功事例やチャンスを分かち合い、時には失敗事例を共有しリスク回避をすることで市場の活性化を実現する。「サクあら」を通して卸売に新たな価値を創造することが私たちの使命です。

戸塚 香輔
営業本部 営業管理部 営業推進課
マネージャー



営業部門の取り組み

■ コンビニエンスストアとの取引開始

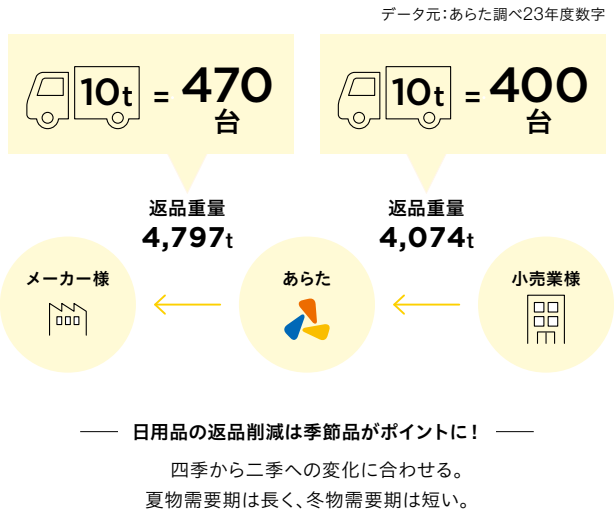
消費者のライフスタイルが多様化し、日用品の購入場所も多岐にわたる中、私たちは新たな販路として、コンビニエンスストアとの取引を2024年に開始しました。これは、新しい顧客層の開拓、事業の拡大、そしてブランド力の向上を同時に実現するための重要な一歩です。今後は、コンビニの顧客層に合わせた商品ラインナップの最適化を進めるとともに、ブランド価値を最大限に引き出すための戦略的な提案を行ってまいります。

■ 潜在需要の掘り起こしと
人口減少社会における価値創造

日用品市場の深層にある潜在需要を掘り起こし、サブカテゴリごとの買上率分析などを通じてマーケットを拡大しています。同時に、人口減少社会においては、販売の切り口やポテンシャルを徹底的に調査し、未来を見据えた新たな価値創造に取り組むことで、持続的な成長を実現していきます。

■ 季節品の定番化による返品削減

近年の長引く猛暑や暖冬の影響もあり、日焼け止めや虫ケア用品など季節品の需要が年々長期化しています。そのような環境変化の中、消費者の需要に応える売場づくりとして季節品の定番化を小売業様へご提案しています。小売業様にとっては返品作業の軽減になり、輸送の削減、廃棄物削減にもつながる取り組みです。サプライチェーン全体の効率化に向け、その中核である卸として新しい定番のあり方を拡げ、製・配・販の協働を実現することで、返品を削減してまいります。



特集

あらたCollection2025の支社開催



■ 東京開催から各支社開催へ

2024年3月には、全社規模の総合展示会として「あらたCollection2024」を東京で開催し、多くの取引先様にご来場いただきました。この経験を踏まえ、地域ごとの多様なニーズに対応するため、2025年は、全国各支社での分散開催といたしました。各支社がそれぞれの地域特性や市場動向に基づいた独自のテーマを設定し、展示会を企画・実施いたしました。

支社展示会の大きな特色として、全国の支社に蓄積された営業の現場知識と、各支社のMD(マーチャンダイザー)による最新の市場動向や商品知識を結集した提案体制を構築しております。地域に根差したきめ細やかな対応力と、全国規模で培われた幅広い知見、この二つを融合させ、より深く多様な視点からの提案を行い、独自の強みを確立しております。

■ 販促工房による視覚的な訴求

各展示会の実施にあたっては、視覚的な訴求力と統一感にも配慮いたしました。グループ会社である「(株)インストアマーケティング」が運営する「販促工房」のノウハウを活用し、売場での展開を意識した統一感のあるオリジナル販促物(商品ボード、POP)を制作・使用いたしました。今後もこの全国ネットワークを最大限に活用し、地域ごとの特性に合わせた最適なソリューションを提供することで、お客様との強固なパートナーシップを構築し、共に持続的な発展を目指してまいります。



2025春夏開催概要

2025年1月から3月にかけて春夏の新商品と、既存商品を絡めた売り方をご提案しました。



株式会社インストアマーケティング[®] による店頭支援

インストアマーケティングは、2007年にあらたグループ子会社として生まれた店頭マーケティング会社で、流通業界における知見とノウハウ、蓄積されたデータを活用した店頭販促ソリューションサービスをご提供します。



フィールドソリューション

全国5,000店舗以上の小売業様の店頭サポート、年間120,000コールの豊富なラウンド実績。



SPソリューション

店頭を熟知し、小売業様・メーカー様の両社の求める販促ツール・施策の企画制作。



リアル×デジタル販促ソリューション

マス媒体やWEB媒体を活用し、リアル×デジタルでの店頭送客・購買支援。

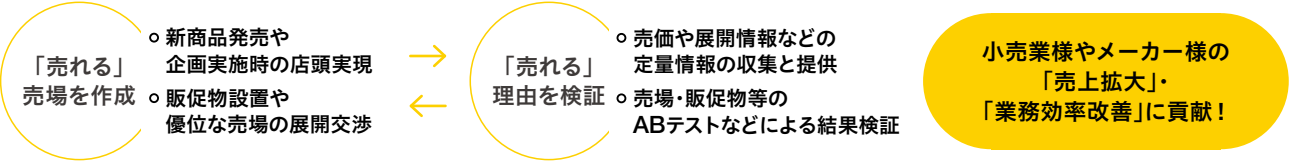
定期的に決まった担当者が決まった店舗へ訪問し、店頭フォローや売場メンテナンスを実施。店頭実現力強化による「売上拡大」「機会ロス削減」「返品削減」に寄与しています。また、店頭管理・調査システムの活用により、タイムリーな売場状況の報告、そして売場分析による定量情報の共有を行うことで、商品の動向をすばやく察知し、よりよい売場提案につなげています。

定期稼働人員 月間のべ**3,600**名

スポット対応人員 約**3,000**名



小売業様・メーカー様・あらたとの協働



■ インストアプロモーション

店頭を熟知し、小売業様とメーカー様、消費者に対しても効果のある販促ツール・施策の企画制作を行っています。また、店頭での購買につながるオリジナルキャンペーンの企画から店頭化、効果測定まで一気通貫で行い、売上向上に貢献。単一メーカー様のキャンペーンから卸商社グループだからこそ可能なメーカー様との共同キャンペーンなど、幅広く実施しています。

店頭用販促物 TOPボード



大切な資源を未来へつなぐために、日々のお買い物で3Rを実現しよう！

ポスター



地球にやさしいお買い物

3Rキャンペーン実施中!!

対象商品を買ってエコな賞品を当てよう!

合計1,000名様

さらに

3R行動履歴または環境取組事例を写真で当選確率が2倍!!

海外 中国・タイ・ベトナム、そして日本をつなぐネットワークによるアジア市場への着実な進出

海外事業は、現在、中国・タイ・ベトナムで事業を展開しています。商習慣の異なる海外においては日本型の卸事業をそのまま展開することは非常に困難であり、各国の事情を考慮してそれぞれの国に合う事業展開を進めてまいりました。言語・文化の違いや物流の複雑化など、克服すべき課題も

存在しますが、テクノロジーの進化や顧客体験の向上に向けたマーケティング戦略、新規ビジネスモデルの創出等により、長期経営ビジョン2030における成長戦略の要として、3か国と日本を双方向でつなぎ、ダイナミックな事業展開を進めてまいります。

グループシナジーを活かしたグローバル展開

海外3か国の拠点から周辺国の情報を収集・共有し、アジア・ASEAN市場での事業拡大を図っています。

また、近年、アジア各国で注目が高まっているペット市場へのアプローチとして、グループ会社のジャペルとの連携も強化しています。

2012 中国(上海) 凱繞泰(上海)貿易有限公司
中国(香港) JAPELL (HONG KONG) CO., LIMITED

2013 タイ(バンコク) ARATA(THAILAND) CO., LTD.

2015 タイ(バンコク) SIAM ARATA CO., LTD.

2020 ベトナム(ホーチミン) ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED

2024 中国(広州) 新樂華(広州)国際貿易有限公司



■ 中国

生活の質が向上し続ける14億人市場を優先国として捉え、2024年1月、広州に新会社「新樂華(広州)国際貿易有限公司」を設立。現地法人を構えることで、変化の激しい市場・現地の商習慣に対応。また、中国国内でのメーカー様、得意先様とのネットワークを強化。日本で培ったMD力を武器に、オンライン・オフライン双方で新しいビジネスを展開していきます。



■ ベトナム

ASEANの中でも経済成長率が高く親日国であり、今後も大きな成長が見込めるベトナムに2020年「ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED」を設立。日本のメーカー様や、現地小売業様との商談を進めており、現地に密着した営業活動を進めています。



■ タイ

輸入元として「ARATA(THAILAND) CO., LTD.」、販売元として「SIAM ARATA CO., LTD.」が運営しています。タイでは日本製品の人気が高く、大きなチャンスがある市場です。

カテゴリーおよび取り扱い商品の幅を広げつつ、当社優先販売商品を増やす活動をしています。タイ国内における販路も広がっており、ASEAN施策における重要なポイントとなっています。

■ 日本からの輸出

海外事業本部では、アジアを中心に世界各国への輸出業務を実施。国ごとに異なる環境、法規に対しての知見を高めながら、販路の拡大を図っています。

また、国境を越えて商品を販売する越境ECビジネスについても、アジア地域の人口増加とスマートフォンの普及率の上昇により越境EC市場全体の成長を牽引しています。

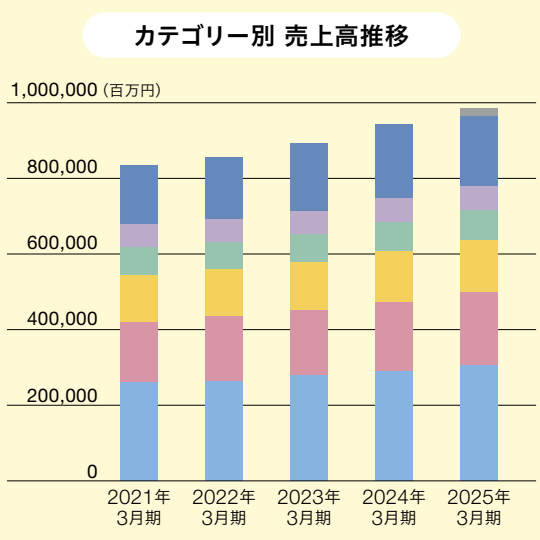
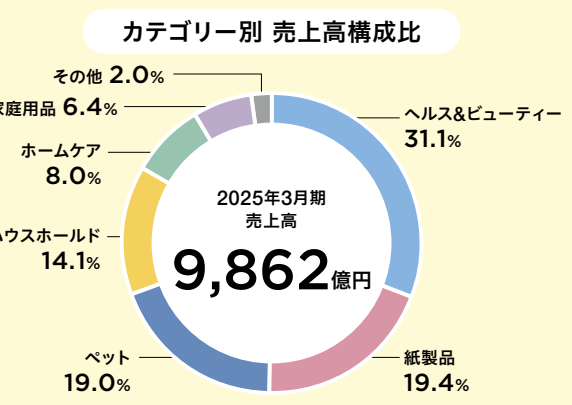
変化が激しい海外ビジネスにおいて、環境の変化やニーズの変化にスピード感を持って対応できるような組織体制を構築することで、海外事業全体の底上げを図っています。



Products

商 品

人々の快適な暮らしのための商品を調達
あらたな需要を創造する



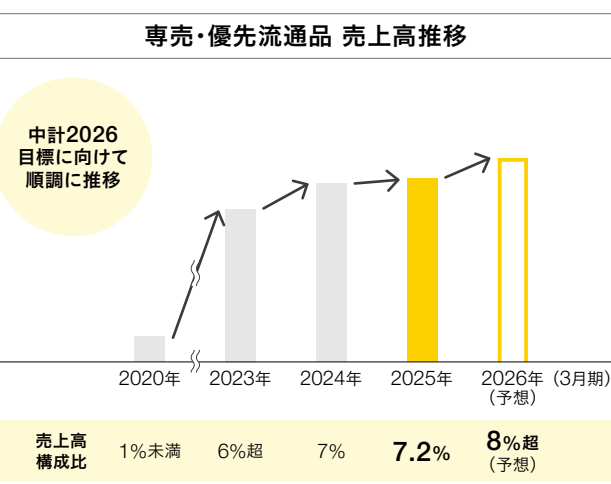
※2025年3月期よりペットとその他を分けて開示しております。

商品部門の強み

- **取り扱い商品**
大手メーカー様はもちろんのこと、個性ある商品を取り扱うメーカー様とのお取引、そして専売・優先流通品、自社開発商品などの魅力的な品揃えが当社の強みです。また、紙製品・家庭用品・ペットにおいても業界内で大きなシェアがあります。このカテゴリーバランスが、コロナ禍のような大きな需要変化に柔軟にお応えできる理由となっています。
- **高精度な商品マスタ管理**
約9.5万アイテムの商品情報マスタの正確な管理が、当社の流通機能の根幹を支えています。価格等の基本情報だけでなく、「下請法対応の管理項目」などもシステムで管理し、法制度対応へのチェック体制を整えています。

- **企画立案**
販売企画については、本社が主導するものだけでも年間300件以上を立案。営業本部や支社との連携によるスピーディな店頭実現、そして着実な販売実績により、小売業様からの支持を得ています。

- **専売・優先流通品**
当社は、独自性の強化と収益性の向上を目指し、専売・優先流通品の拡充に注力しております。2026年3月期までに、売上高構成比を8%超まで引き上げることを目標としております。他社との差別化を図り、価格競争に陥ることなく、お客様に新たな価値を提供することにつながります。今後も、市場ニーズを的確に捉えた魅力的な専売品の開発と販売を強化することで、お客様とのエンゲージメントを高め、持続的な成長を実現してまいります。



商品部門の取り組み

- **ヘルス&ビューティーカテゴリーの強化**
全国規模の物流ネットワークを活かし、化粧品の流通を拡大しております。日本のブランドだけではなく、韓国コスメを中心とした「アジアンコスメ」が継続して注目されています。当社ではアジアンコスメにおいて人気のあるブランドを専売・優先流通品として有しており、今後もその取り扱いを増やし独自性を強化することで、化粧品カテゴリーの全体の活性化につなげてまいります。
当社では、「JAPANドラッグストアショー」の出席において、新しいブランドや専売・優先流通品のPRとして、コスメに特化したブースで毎年出展を行っております。
- **D-Neeコスメティックによる化粧品の品揃え強化**
化粧品カテゴリー強化のひとつとして、2021年10月にメーカー機能をもつ子会社の「(株)D-Neeコスメティック」を設立しました。当社の全国規模の物流ネットワークを活用して、ブランドの運営、商品企画、製造、広告戦略、流通、販売までをワンストップで担っています。「新しい価値を生み出し、価値を高める。」をミッションとし、化粧品トータルプロデュースを強みに時代のニーズに合わせて消費者の皆さまに魅力的な商品を提供してまいります。

- **大容量品や高付加価値商品の戦略的な拡大**
経済状況や物流2024年問題に対応するため、当社は生活必需品である洗剤などの大容量品の販売を強化し、消費者のニーズに応えるとともに物流効率化を図ります。また、独自性の高い高付加価値商品の戦略的な展開により、価格競争に左右されにくい収益性の確保と新たな価値提供を目指します。変化する市場環境に対応し、戦略的な商品政策で持続的な成長を目指します。

香害問題への取り組みによる社会的責任と大容量化戦略

近年、香料に対する消費者の意識は大きく変化しており、強い香りが原因で体調不良を訴える「香害」という社会問題が顕在化し、化学物質過敏症の方だけでなく、子育て中のご家庭、医療・介護の現場、学校など、多くの場所で香りが配慮されるようになりました。ファブラッシュは、この社会の変化と消費者ニーズに応えるために、特定の香りを否定するのではなく、「無香」という新たな価値を提供し、香りに悩みを抱える方が、

日々の生活をより快適に送れるよう貢献したいと考えております。また物流2024年問題にも向き合い、詰替用パッケージの大容量化というアプローチで、輸送効率の向上、環境負荷の低減を実現し社会課題の解決に貢献します。

黒島 勝
商品本部 商品開発部 開発課
チームリーダー



第24回JAPANドラッグストアショー出展ブース

3650 (san roku go zero)

2023年6月に第一弾アイテムとして「アイライナー」を発売、10月には第二弾アイテムとして「マスカラ」を発売。2025年3月に一部リニューアル。ブランド名には365日を10倍楽しんでほしいという願いが込められています。

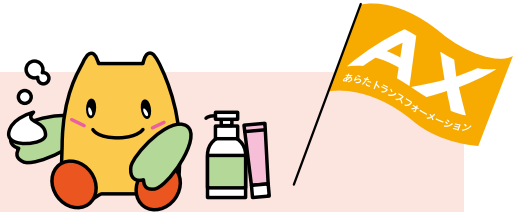
消費者ニーズをおさえた開発品の販売

fabrush-ファブラッシュ-無香料シリーズ
2025年4月リニューアル
フレグランスの香りに邪魔されたくない方や、合成香料(化学物質)が苦手な方向けの無香料の洗剤

特集

フェムケア市場への挑戦

ーフェムケアで未来を拓く、新しい選択をー

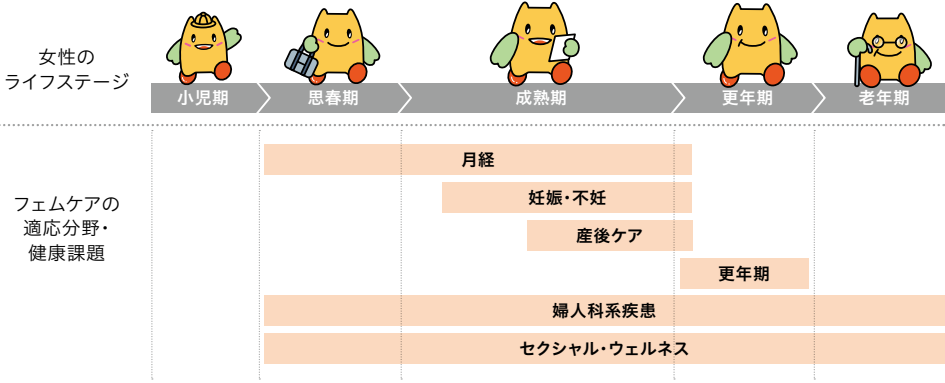


■ フェムケアとは？

Feminine × Care
||
Femcare

「Feminine」と「Care」を掛け合わせた造語。女性の健康や体のケアに焦点を当てた製品・サービス

※「フェムテック」はAI等テクノロジーを活用したアプローチを指す事が多い



女性特有の悩みを解決する「フェムケア」が大きな注目を集めています。経済産業省の試算によると、月経や更年期などによる女性特有の健康課題による労働損失等の経済損失は、社会全体で年間約3.4兆円に上るといわれており、近年、月経や妊娠、更年期といったライフステージごとの女性の身体の悩みに対応する商品やサービスへの注目が高まっています。

当社は、この成長市場にいち早く着目し、2020年を「フェムケア元年」と位置づけ、積極的に事業を展開してまいりました。お客様の潜在的なニーズに応えるため、従来の枠組みを超え、

日用品、化粧品、軽衣料、紙製品など、多岐にわたるカテゴリーを扱う卸商社としての強みを最大限に活かしています。これらの幅広い商品を組み合わせる「クロスMD(マーチャングイジング)」を通じて、多様化するニーズに対応する提案を行っております。人口減少による市場縮小が懸念される中、当社は市場の活性化と拡大を目指し、「使用率・買上率の向上」「使用量の増加」「単価の上昇」という3つの軸で事業を推進しています。今後も、フェムケア市場の可能性を最大限に引き出し、社会貢献と事業成長の両立を目指してまいります。

■ あらたのフェムケアの歩み

2020年
あらたフェムケア元年

2022年
自社デリケートゾーンケアブランド
「MOIDITE-モアディーテ-」の発売を開始

モアディーテ
配荷店舗数

5,100
店舗

7,300
店舗

2021年度 2022年度 2023年度 2024年度



商品政策に「フェムケア」を追加。関連商品の収集、意見交換を実施。



理解推進に向け大規模な社内勉強会・ワークショップを複数回実施。全国500名以上の社員が参加。



第23回JAPANドラッグストアショーのフェムケアゾーンやフェムテックフェスなどの各種展示会に初出展。



第24回JAPANドラッグストアショーのフェムケアゾーンに2年連続出展。セミナーや対談も実施。



日本フェムテック協会主催のフェムテックサミットにサポート企業として参加。

未来の「あたりまえ」を、今つくる



飯淵 真理
東北支社 営業推進部 商品企画課
チームリーダー

あらたは、女性のライフステージに寄り添う商品をより身近に手に取っていただける売場を目指し、フェムケアカテゴリーを強化しています。
日本では「何を選べばいいかわからない」というお悩

みが根深くあり、実績に結びつくまで時間が掛かったりと試行錯誤の日々です。しかし、フェムケア推進に関わった人々が女性として長い人生を歩むうえで必要なリテラシーを習得できていることは大きな効果と感じます。今後は、消費者がどんなフェムケアを求めているかなどを探りながら、商品だけでなく、正しい知識や選択肢など情報発信ができる存在を目指していきます。

■ 女性に寄り添う提案を

女性に寄り添った「共感型」売場づくりの提案をするとともに、生活者への啓発や、バリューチェーン全体で女性を後押しできるよう、以下の重要課題に取り組んでいます。

商品開発

提 案

フェムケア事業振興支援

社内リテラシー向上

当社グループは、事業活動を通じて商品やサービスを提供し、それらを通じて社会の課題や私たちの取り組みを発信していきます。多くの生活者にフェムケアに関する気づきの機会を提供するとともに、社会全体で課題を考え、解決していく土壌を築いていくことを目指します。

商品開発

自社デリケートゾーンケアブランド
MOIDITE-モアディーテ-



受賞歴(日本フェムテック協会)

2024年4月 第12回フェムテック銘柄認定・製品サービスに登録

2025年2月 フェムテックビジョナリー賞 あらたグループ

提 案

第24回JAPANドラッグストアショー・フェムケアゾーン出展
ブースコンセプト「Connection-つながりー」

※フェムテック協会が認定する「フェムテックエキスパート」は、フェムテックに関する体系的な知識を持つ専門家です。この資格は、フェムテック協会認定資格2級「認定フェムテックエキスパート講座」を受講・修了することで取得できます。

メインの4ブランドと新規取引を含めた16ブランドを陳列し、新しい商品との出会いの場所を提供。フェムテックエキスパート※の資格を持つ社員が、来場者にフェムケアの必要性を伝えました。



■ ドラッグストアショーから提案している「防災×フェムケア」

非常時は大変ストレスがかかるので、トラブルがおりやすくなります。普段から使い慣れたフェムケアアイテムを備えておく心安いということをブース内で講演し、フェムケア防災についての提案を行いました。またSNS推進課によるSNSでも連動させた発信を行い重要性を伝えております。

フェムケア
事業振興支援

パートナー企業や関連団体との連携を強化し、
業界全体の発展に貢献

社内リテラシー
向上

社内での女性の健康課題への理解を周知する
生理痛VR体験セミナーの開催



2024年11月15日
OZモール「わたしの保健室」出展
モアディーテの商品特長を実際に参加された方に直接説明し、販売いたしました。

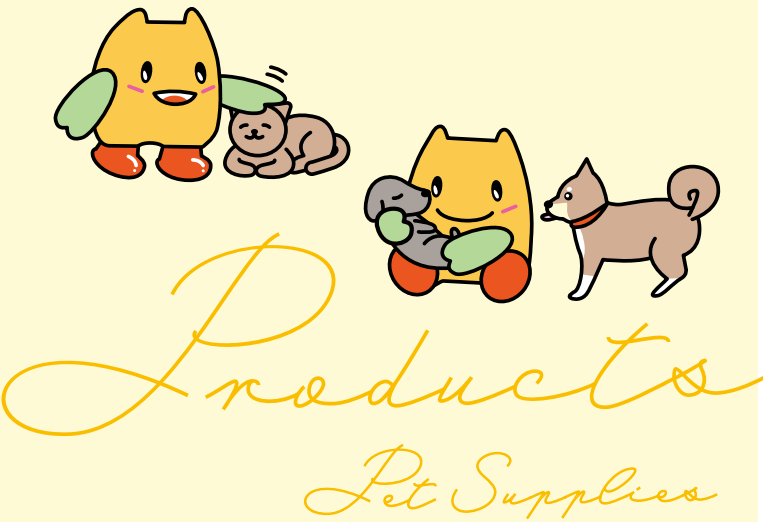


2025年2月19日
「JAPAN FEMTECH SUMMIT 2025」の
サポート企業として参加



2025年7月15日
フェムケアを推進する企業、女性が活躍する企業として、本社で各本部長や女性社員が多い部署の管理職約20名に生理痛体験を実施し、今後の働き方への意見交換を実施しました。

▶ P52 生理痛VR体験セミナーの開催



商品 ペット

生活に彩りを与えるペットたちとの 出会いから毎日の暮らしまでをサポート

当社の大きな強みであるペットカテゴリーは、2019年にグループ会社の「ジャペル(株)」に集約され、その専門性を発揮して成長を続けています。近年のペットの長寿化や飼い主様の健康意識の高まりから、ペット市場は今後もさらなる成長が見込まれています。ジャペルは、50年以上の歴史を持つ「ペットと人の生活をより豊かにする」をモットーに成長を続ける、業界No.1のペット総合商社です。長年の経験で培われた全国規模の物流ネットワークと、専門知識を強みに、メーカー様と小売業様、そして最終的にはペットと飼い主様をつなぐ重要な役割を担っています。これにより、お客様に最適な製品を提供し、ペットと共にある豊かな暮らしの実現に貢献しています。



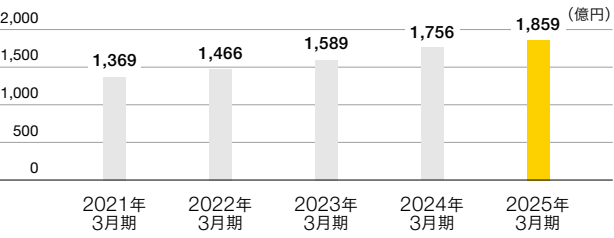
社名の由来は、“Japan Pet Life Library”ペットに関するすべてが集まる図書館のような存在でありたいという想いが込められています。

ジャペルの事業

■ 商社コア事業

ペットフードを中心にペット関連用品、犬や猫に加え、各種生体に関するアイテムを卸販売しています。さらに国内商品開発力、システムを駆使した分析・提案力、スムーズな受発注の仕組み、国内外の拠点を結びすばやく対応できる物流ネットワークなど、様々なリクエストにも柔軟に対応し、ご支援できる組織を構築しています。

ジャペル単体 売上高の推移



■ 店舗事業

子会社の「ジャペルパートナーシップサービス(株)」は親会社であるジャペルがペット総合商社として培ってきたノウハウを活かし、店舗開発事業を運営。インショップを中心に約300店舗を展開することで、地域のお客様が身近に高品質なペット関連商品や専門的なサービスにアクセスできる機会を創出しています。

■ EC事業

EC事業では、全国約2.5万店舗のペット美容室向けECサイト「ペットワゴン」で専門用品を提供。また、一般の飼い主様向けには、情報アプリとオンラインストア「あにまるキャンパス」を展開し、プロから一般ユーザーまで、ペットと人の豊かな暮らしを包括的に支援しています。

■ 海外事業

ASEAN地域を中心にペット関連商品の輸出入、越境ECを展開。2024年には凱饒泰(上海)貿易有限公司を親会社であるあらたからの譲渡により、子会社として展開することで、中国市場を含むグローバル市場での事業基盤をさらに強化しました。



ペット総合展示会



2025年3月18日・19日に、ジャペル主催の「2025ペット総合展示会」を開催しました。「ココロとカラダの健康は、ペットとの幸せな暮らしから。」をテーマに、大きな変化の中にあるペットと人との暮らしが、今よりもさらに笑顔あふれる豊かなものに成長できるよう、「笑顔×成長」をサブテーマに掲げました。

本展示会では、約200社のメーカー様ブースに加え、ジャペル独自のオリジナルブースでは、ワンちゃんの健康を考えるスキンケアコーナーや、犬の視点を体験することで犬目線の商品選択を考える体験コーナーなど、5つのテーマで企画提案を行いました。

展示会を通じ、ペット業界全体の活性化に大きく貢献するとともに、ペットと人との生活をより豊かにするための新たな価値創造につながる場となりました。



「あにまるケアハウス」を通じた社会貢献

昨今、ペットの高齢化は社会的な問題となっています。ペットの寿命が延びるにつれ、介護の必要性が高まる一方で、飼い主様の高齢化・病気・入院などにより、ペットのケアに関する負担が一層深刻化しています。

このような社会課題の解決のため、私たちは長年ペットの様々な事業に携わってきたノウハウをもとに、ペットケアハウス事業として、老犬・老猫ホーム「あにまるケアハウス」を展開しています。

あにまるケアハウスは、高齢や病気により特別なケアが必要な老犬・老猫に、専門的な知識と経験を持つスタッフが、獣医師と連携しながら、それぞれの状態に合わせたきめ細やかな医療ケアと介護、そして安心できる快適な環境を提供します。

どんなワンちゃん、ネコちゃんにも飼い主様と変わらぬ想いで寄り添う

「どんなワンちゃん、ネコちゃんにも飼い主様と変わらぬ想いで寄り添う」という理念のもと、あにまるケアハウスは動物たちが安心して穏やかに過ごせる環境の提供に日々取り組んでおります。おかげさまで、開設から5年目を迎え、多くのお客様より、お預かりや施設見学に関するお問い合わせをいただくようになりました。

近年、動物愛護法の改訂に伴い、収容頭数の制限や一頭あたりの収容面積、運動時間などの基準が厳格化されております。こうした変化に対応するため、当施設は

法令遵守を徹底し、動物たちが安全かつ快適に過ごせる環境づくりに努めております。

今後は、施設の魅力、そして従業員一人ひとりの思い、さらには老犬・老猫たちが穏やかに過ごす日々様子を丁寧に発信していくことで、当施設の取り組みに対するご理解とご支援の輪をさらに広げていく所存です。

田附 里紗
あにまるケアハウス
シニアリーダー

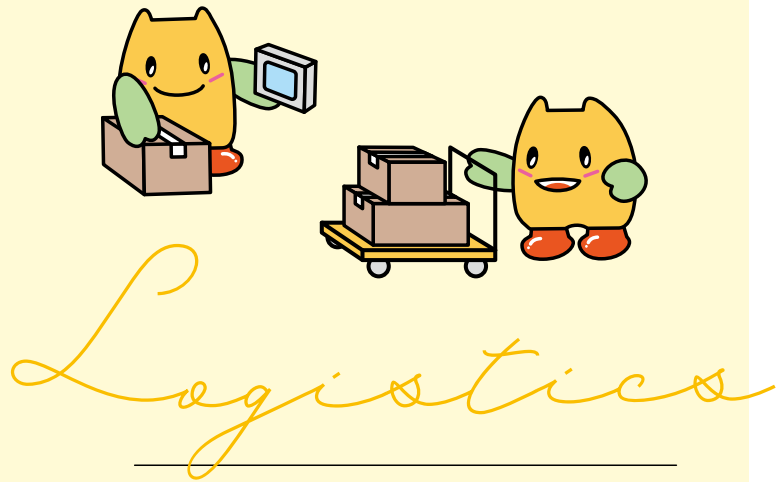


ワンワン運動会

地域社会の活性化、ペットと飼い主様の健康促進を目指し、毎年「ワンワン運動会」を開催しています。愛知県では2024年で25回目の開催を迎え、長年にわたり地域に親しまれてきました。また、関東でも2回目の開催を成功させ、その輪を広げています。

このイベントは、飼い主様と愛犬と一緒に楽しめる運動の場を提供するだけでなく、運動会を通じて地域の皆さまに健康的なライフスタイルを提案する機会として、毎年盛況を博しています。さらに、飼い主様同士の交流を促進することで、地域コミュニティの結束を強化する重要な役割も果たしています。



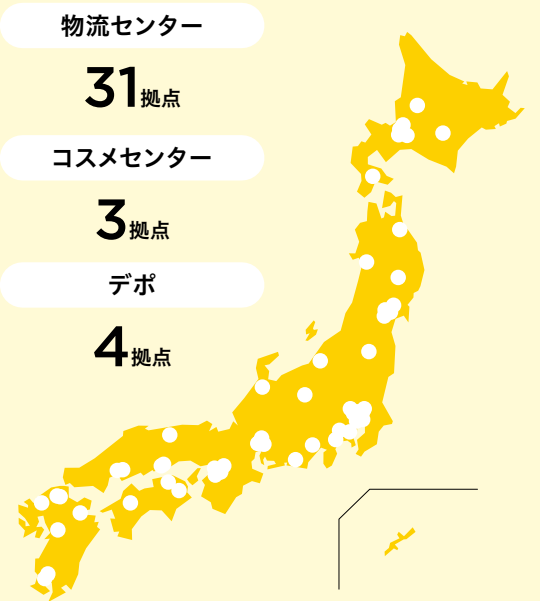


物 流

大型センター12拠点を含む日本全国の 物流拠点でサプライチェーン全体を効率化

1,100社ものメーカー様からの商品を日本全国の各小売業様へ、安定かつ的確にお届けする卸としての根幹の機能を担う当社の物流センターは、年間出荷額200～500億円の大型センター12か所を含む31拠点のLCと、4拠点のデポ、3拠点のコスメセンター、そして需要の増減に柔軟に対応する100件を超える契約倉庫で全国ネットワーク基盤を確立しています。大・中・小のセンターを日本全国に持ち、BCP観点のリスク分散にもなっています。中間流通としての高度な物流機能の発揮により、サプライチェーン全体を効率化・最適化することを目指し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

あらた物流拠点ネットワーク



高効率な物流センター

当社は、物流ニーズの異なる多種多様な商品を高効率にお届けするため、物流センターに各種マテハン(物流機器)を導入し、効率的な運営を図っています。人手不足という長期的なリスクや、コロナ禍のようなパンデミック時においても供給を滞らせることなくセンターを稼働させるため、今後も自動化を含む物流への投資を強化していく方針です。

現在開発構想中の新センターのみならず、既存センターの物流生産性向上を目指し、AGV(無人搬送車)の導入を進めています。今後は様々な用途での活用も検討しながら他拠点への展開を積極的に推進してまいります。

物流センターで稼働しているマテハンの紹介



パレット自動倉庫

高中低の棚段設定で効率的な格納を実現
自動で搬送・格納・出庫・在庫管理を行う



AiMAS(アイマス)

「商品違い」「数量違い」「納品先違い」を防ぎ、誤配送率10万分の1未満の超高精度な出荷を実現



オリコン自動倉庫

ピッキングが完了したオリコンを一時保管し、ランダムに搬送されたオリコンを企業・店舗・ルート別に荷揃え



Aiデパライスロボット

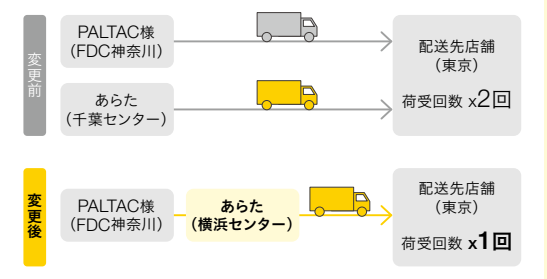
自動でケース補充を可能にし、ケース荷役(重作業)の軽減、夜間作業を可能に

TOPICS

株式会社PALTAC様との 物流における協働取り組みを開始

当社は、株式会社PALTAC様と持続可能な流通インフラの「共創」を目指し、「非競争領域」における協働を推進することとし、2025年7月より、西関東エリアにおける共同配送を開始しました。これにより、トラック台数と必要ドライバー数の削減、積載効率の向上、走行距離短縮によるCO₂排出量の削減、物流コストの最適化、そして荷受回数の減少による店舗作業負担の軽減が期待されています。今後は他地域や配送先への共同配送を拡大し、サプライチェーン全体での持続可能な物流インフラの共創を進めていく方針です。

本取り組みのスキーム図

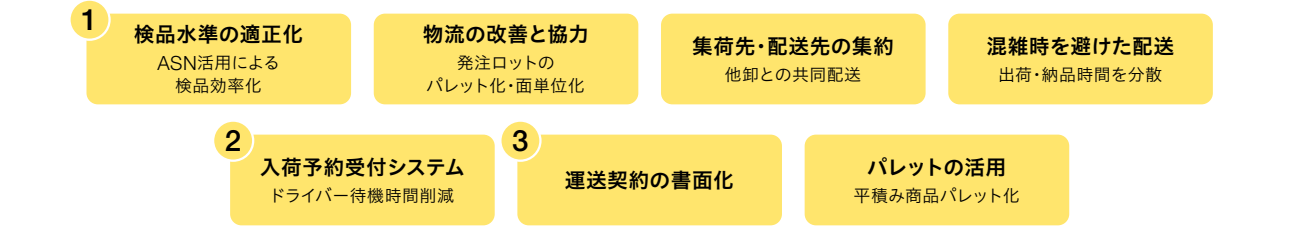


物流の2024年問題に向けたホワイト物流の推進

「物流2024年問題」の影響が顕在化する中、当社は物流の労働環境改善と生産性向上を目的とした「ホワイト物流」の推進に注力しています。国土交通省・経済産業省・農林水産省が推奨する「ホワイト物流」推進運動に対し、当社は卸としていち早く賛同し、持続可能なサプライチェーン物流の

効率化、およびトラックドライバーの待機・荷役時間の削減に向けた各種取り組みを積極的に推進しています。この取り組みは、配送車両の削減による環境負荷の軽減にも貢献しており、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

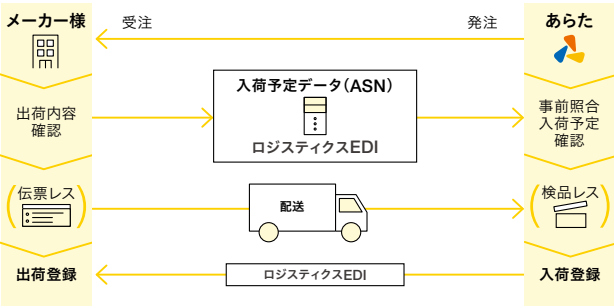
■ あらたの取り組み



1 入荷予定データ(ASN)活用による検品レス

サプライチェーン全体での効率化に向けて、入荷予定データ(ASN)活用の重要性が増大しています。当社では、この流れに対応し、株式会社プラネット様、メーカー様との連携によるASNデータの実運用を2023年8月より開始しています。ASNデータの活用により、発注・納品精度を事前に照合することで、荷受け時の検品を簡素化。事前に入手したASNデータと実際に入荷する商品情報を照合することで、スムーズな入庫を実現しています。これにより、伝票の電子化によるペーパーレス化など、生産性向上に大きく貢献しております。また、より広範な効率化を目指し、現在も対象メーカー数を積極的に拡大しています。

ASN運用の業務モデル



トラック待機時間削減や庫内生産性向上により、 コストダウン・環境・ドライバー就労環境改善への貢献

2 入荷予約受付システム

2019年より入荷予約システム「Telesa-reserve」の導入を開始しました。現在では33拠点(2025年8月時点)で運用されています。このシステム導入により、従来との比較で30%から70%の待機時間削減を実現しました。また、事前にメーカー様や物量、積み方などの情報が把握できるため、作業の段取りが組みやすくなり、作業計画の効率化が図れています。



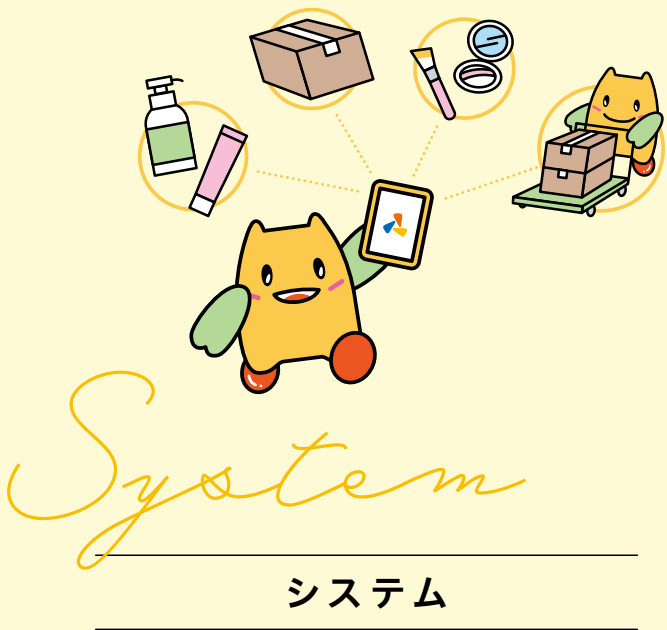
持続可能な物流社会への貢献を目指して

当社は、物流業界が直面する「2024年問題」への対応策の一つとして、トラックドライバーの待機時間と荷役時間の削減に取り組んでいます。これらの効率化は、ドライバーの労働環境改善だけでなく、配送車両の削減による環境負荷の軽減にもつながるため、持続可能な物流の実現に向けて推進しています。今後は、長期休暇後の物量増加への対応強化、パレット化のさらなる推進

による荷役作業の効率化、そしてシステム連携の強化によるサプライチェーン全体の最適化を課題とし、物流の効率化と持続可能な物流社会の実現に一層注力してまいります。これらの取り組みを通じて、社会課題の解決に寄与してまいります。

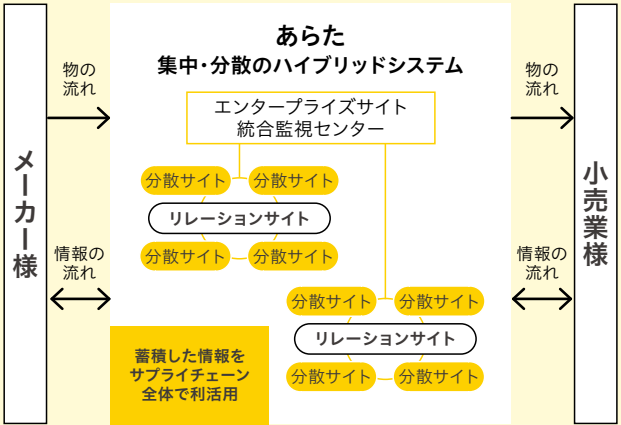
久保田 博
ロジスティクス本部 物流企画部
統括マネージャー





安定的な流通を支えるシステム機能と
環境変化に対応するDX推進

安定的な商品流通には高度なシステム機能が欠かせません。当社のシステムは、合併前の各旧会社の優れた機能を活かしながら新たに構築した、「集中・分散」のハイブリッドで全国をカバーするオープンシステムです。小売業様とメーカー様との中間に位置する当社には、様々な情報が集まってきます。蓄積した情報を、自社のみならずサプライチェーン全体で有効活用できる情報基盤の構築に向け、営業や物流などの現場の声から環境変化を的確に捉えながら、全社業務を最適化する戦略的な情報システム・情報ネットワークの構築を推進しております。



また、地震や水害などの大規模災害時でも安定的な流通を支えるシステム環境を維持すべく、東西2か所のデータセンターにて大規模データベースを構築。また、別途バックアップセンターも構築し、万が一の災害にも備えています。

最新技術の研究と業務への活用

■ AI活用

― 発注の自動化

AIが小売業様からの受注情報を学習し、将来の受注数を予測します。その予測に基づき、必要な在庫を確保するための発注数を、発注管理システム「ALICE」が自動で算出。これにより、発注業務の精度と効率を向上させています。

― AI-OCR

手書きを含む請求書や伝票などをAIが認識・学習し、自動でデータベースへ登録します。これにより、バックオフィス業務の省力化に貢献しています。

― 生成AI

2023年より段階的に生成AIの活用を開始しました。文章や資料作成といった業務に生成AIを導入することで、作業時間を大幅に短縮。創出された時間は、より付加価値の高い業務に充てることで、組織全体の生産性向上を目指しています。また、当社専用の生成AIシステムを構築しているため、情報漏洩のリスクを最小限に抑えつつ、営業や管理部門だけでなく、物流部門を含む全社的な活用を進めています。

生成AIの社内活用と浸透への取り組み

◆ Gemini・NotebookLM

基本機能と活用例についてご紹介

- ✓各ツールの特徴
- ✓起動方法
- ✓GeminixMeet 活用例
 - > Meet会議の議事録メモ自動作成
- ✓NotebookLM 活用例
 - > 資料の内容をチャット・音声概要で理解する

生成AIの利活用を広めるため、活用事例や具体的な活用方法を社内発信し、全社員が効果的な活用方法を学ぶ機会を提供しています。

― RPA推進

当社では、IT改革DX推進本部が主導し、全社各部門にRPA担当者を配置することで、ルーティン業務や小さな課題をRPAでスピーディーに解決しています。

2024年3月期には、業務部門を中心に約6,500時間分の作業時間を削減。今後はRPA未導入の支社や部門へも横展開し、さらなる効率化と効果獲得を目指します。

この取り組みは、生産性の改善に貢献するだけでなく、RPA開発に携わる人材を増やすことで、将来に向けたデジタル人材の育成にもつながっています。

IT中計

当社のIT中計は、中期経営計画2026における「基盤強化」戦略を強力に推進するものです。IT中計の各取り組みが生産性向上を実現することで、各部門の業務効率を向上

させ、企業全体の競争力強化と持続的な成長基盤の確立を目指してまいります。

各部門の業務効率化と働き方改革により中計2026の「基盤強化」の戦略を推進

成長戦略を支える 生産性の向上	経営	BIツール導入・指標ダッシュボード化 ● 経営状況をリアルタイムで把握 ● 意思決定の迅速性と質が向上	→	経営判断の迅速化による 競争力強化
	人事	人事システム刷新・情報データ化 ● 個々人のスキルやキャリアパス可視化 ● 戦略的な人材育成の策定と実行	→	タレントマネジメント強化による 組織力向上
	システム	Google Workspace導入 ● コミュニケーションの活性化 ● 多様な働き方を支えるデジタル基盤の確立	→	情報連携強化による 業務効率の向上
	営業	営業支援システム刷新・構築 ● 営業業務の効率化・簡略化による作業時間の削減 ● 営業提案活動の強化	→	営業生産性向上による 売上貢献
	商品	AIを活用した発注の効率化 ● 欠品リスクの最小化と在庫の適正化 ● 発注プロセスの効率化	→	在庫最適化と収益性向上
	業務	受注業務システムの構築 ● 業務負担の軽減 ● ヒューマンエラーの削減	→	オペレーション効率化 取引先様との連携強化
生産性の向上	ロジスティクス	ASN活用・データ管理システム導入 ● ASN活用による庫内作業効率化 ● データ管理システムを活用した物流生産性向上	→	サプライチェーン最適化 コスト競争力強化

「変えよう」とする意思が、DXを実現する

Google Workspaceを推進していく中で私たちが感じたのは、DXが単に「新しいツールの導入」や「業務のデジタル化」に留まらないということです。最も重要なのは、長年培われてきた「働き方そのもの」を見直し、変化を受け入れる姿勢を育むことだと痛感しています。もちろん、過去のやり方に慣れ親しんだ方々が新しい働き方に馴染むまでには時間がかかり、まだ課題も多く残っています。しかし、その一方で、新しい働き方に前向きに取り組んでくれる社員も着実に増えています。私たちは、こうした先進的なマインドを持つ社員をさらに増やし、全社的な変革のうねりを生み出すべく、引き続き粘り強く推進していきたいと考えています。



中出 拓希
IT改革DX推進本部
チームリーダー

小田 聖良
IT改革DX推進本部
チームリーダー

情報セキュリティへの取り組み

取引先様との重要な情報を守るため、社内規程に「機密管理規程」・「情報セキュリティ管理規程」を定めています。変化するデジタルリスクへの対策を検討し、決定事項については

システム本部で新規開発・外部ツールの利用検討など技術的な対応を行い、事業やプロジェクトを安全・安心かつ効率的に推進できる情報セキュリティ基盤を構築・運用しています。