



# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

ペットゴー株式会社  
(証券コード：7140)

2023年5月





# ペットたちが 行き着く「未来」

日本では約2割の世帯が  
犬猫と共に暮らしています

ペットは、私たちにとって家族と同じ  
「かけがえのない存在」です

愛するペットがいつまでも健康で  
そして長生きでいられるように

テクノロジーを駆使して  
ペットの健康寿命を最大化していくことが  
私たちの使命です

**1.** 企業概要

**2.** 事業コンセプト

**3.** 市場環境

**4.** 強みと特徴

**5.** 成長戦略

**6.** 事業リスク

Appendix

# 1



## 1. 企業概要

2. 事業コンセプト

3. 市場環境

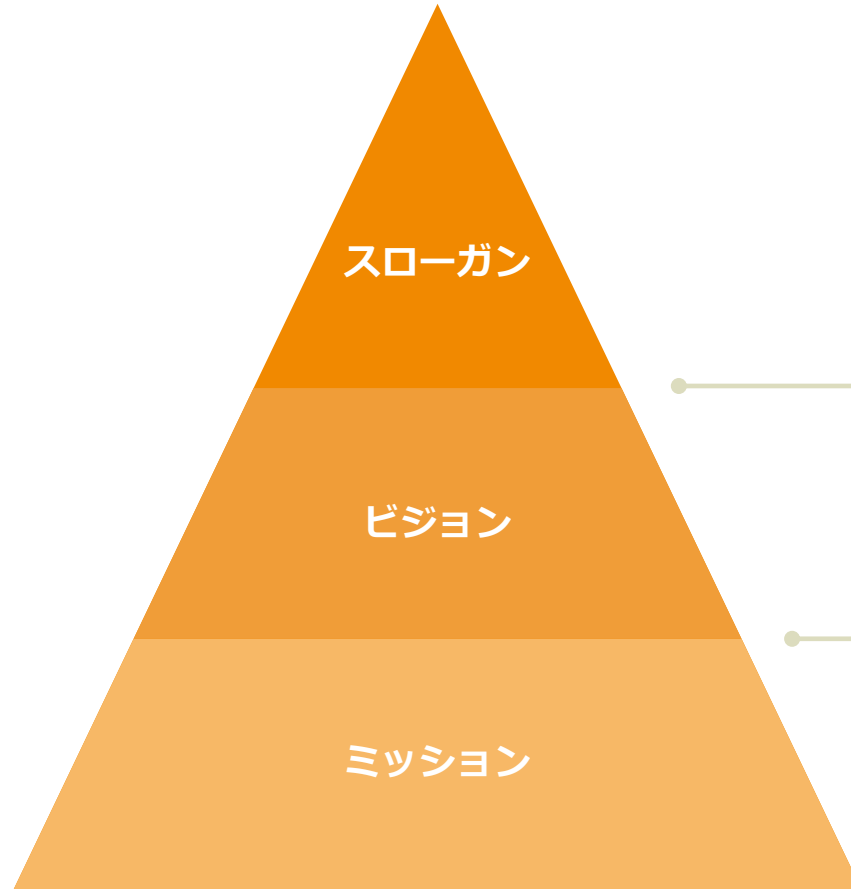
4. 強みと特徴

5. 成長戦略

6. 事業リスク

Appendix

# 私たちの思い



“ハッピーペットライフ・ハッピーワールド”  
ペットライフを幸せに・世の中を幸せに

ペットのQOL※1向上

テクノロジーを駆使して  
ペットの健康寿命※2を最大化していくこと

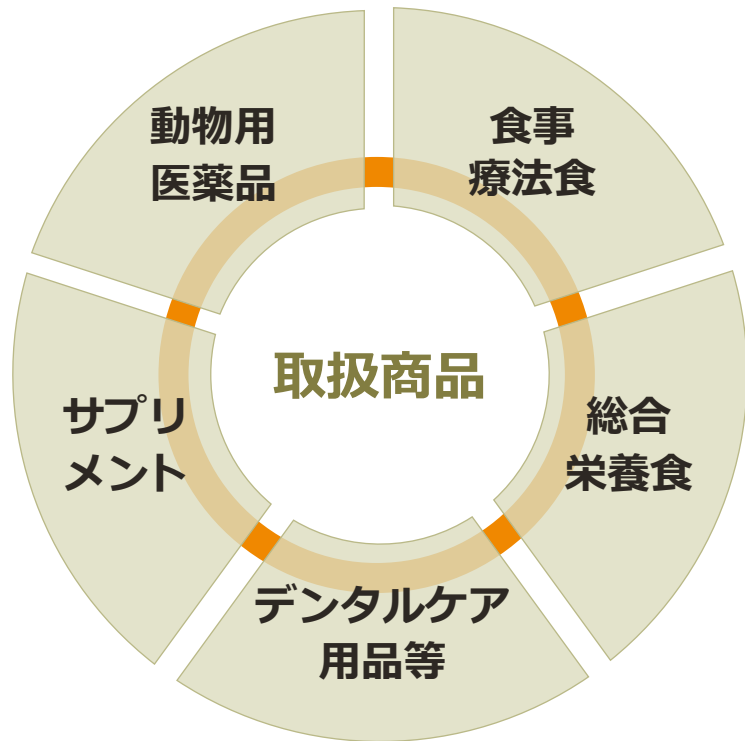


## 会社概要

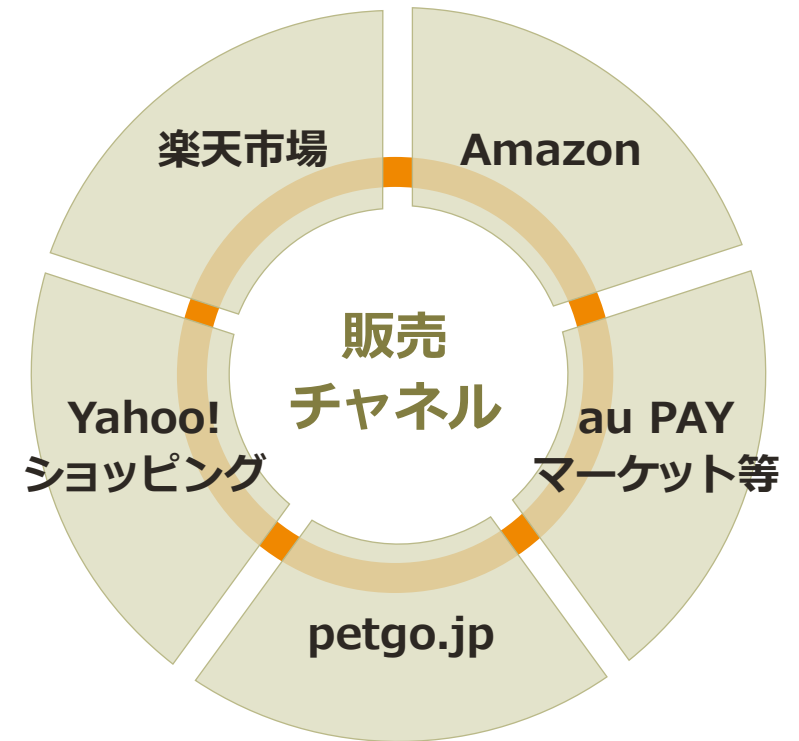
会社名	ペットゴー株式会社	事業内容	ペットヘルスケア事業
所在地	東京都中野区本町1-32-2	代表者	代表取締役社長 黒澤 弘
設立	2004年11月17日	従業員数	52名（2023年3月末時点）



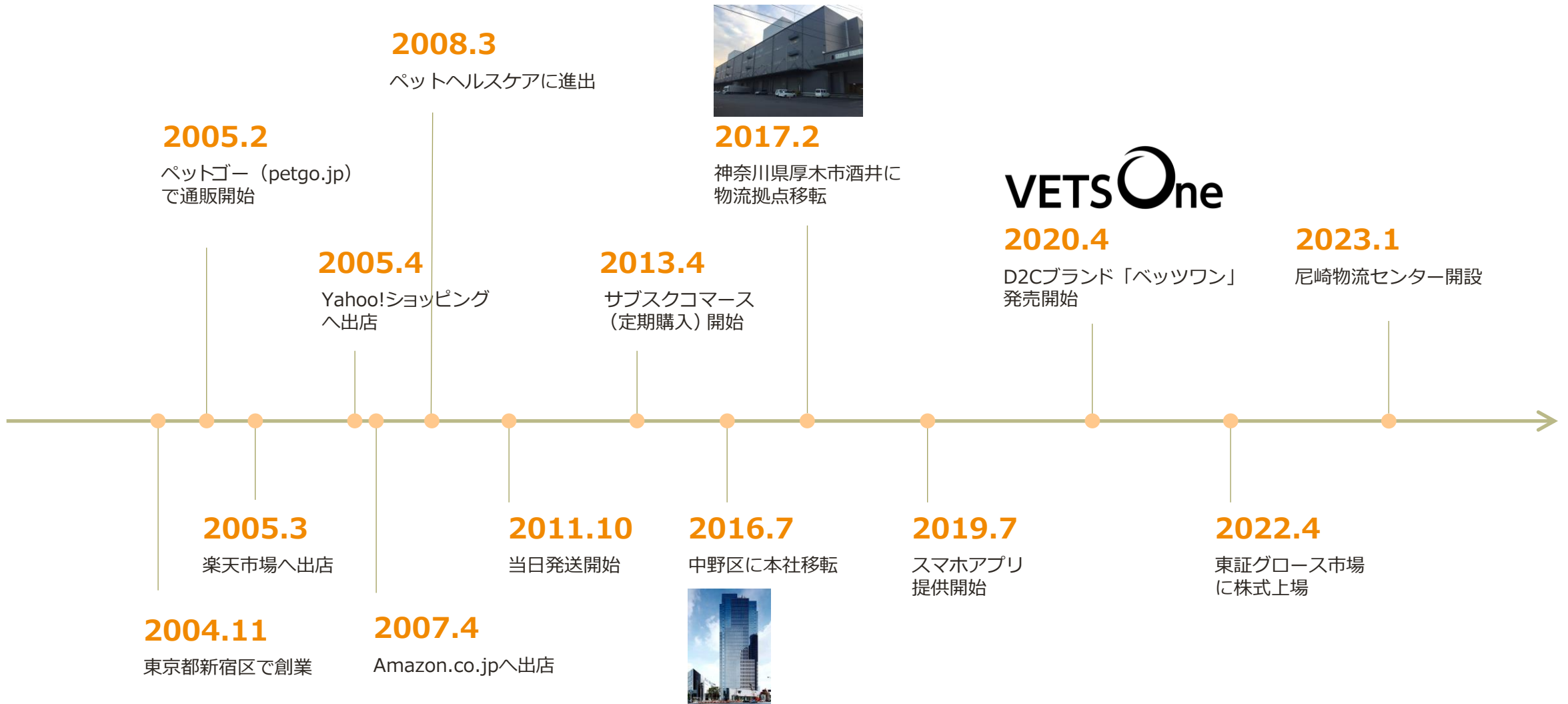
## ペットヘルスケア ※1



## デジタル（Eコマース）

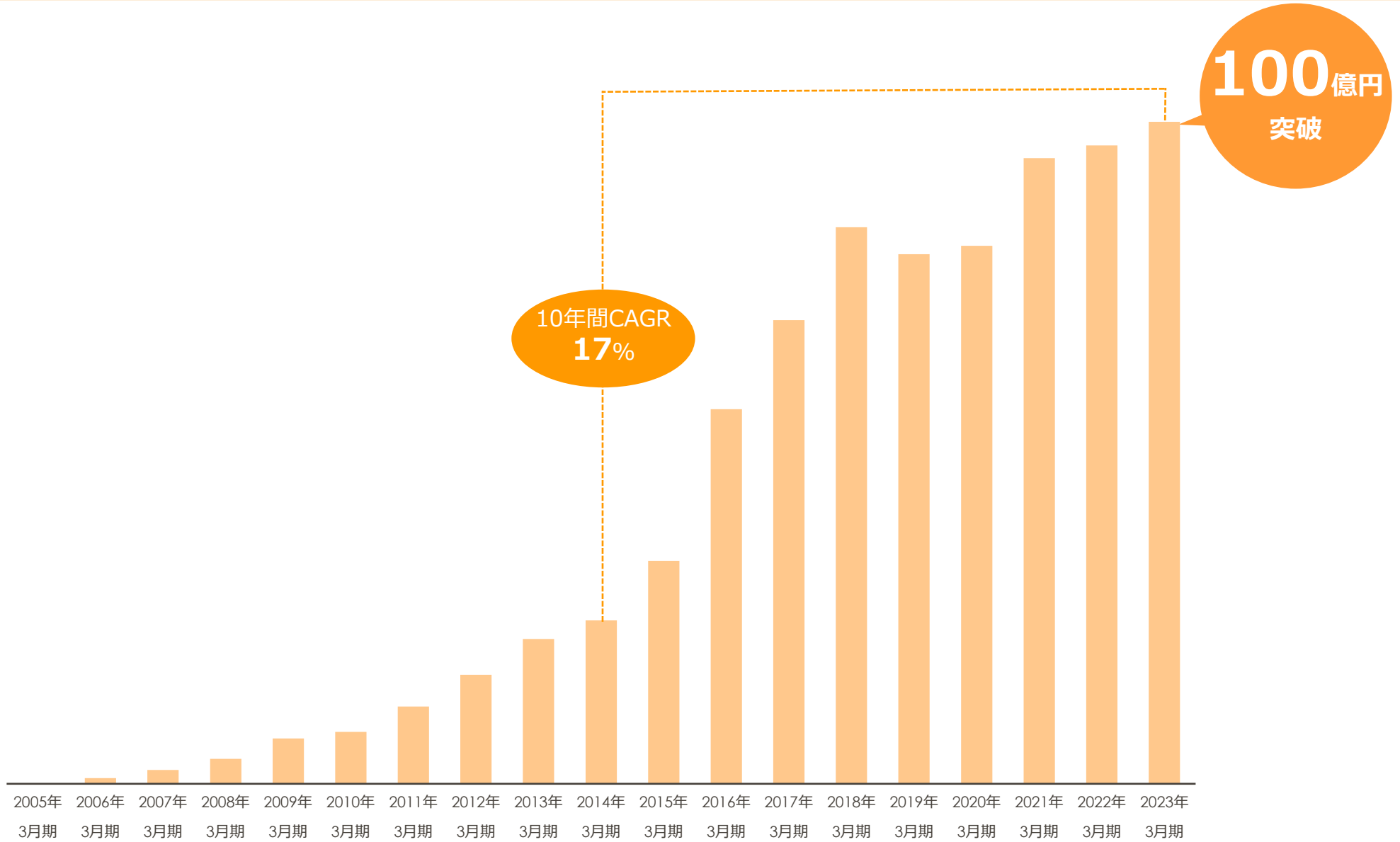


# 沿革





# 売上高推移



# 経営陣



**黒澤 弘** / 代表取締役社長(CEO)

- 1971年 忠犬ハチ公の生まれ故郷である秋田県大館市に生まれる
- 1994年 住友商事(株)入社
- 2000年 McKinsey&Company入社
- 2004年 ペットゴー株式会社設立



**小出 文彦** / 取締役(CTO)

- 2001年 (株)アルファシステムズ入社
- 2005年 楽天(株)入社
- 2006年 当社入社
- 2008年 当社取締役就任

**百田 功** / 取締役 (監査等委員)

- 1970年 住友商事(株)入社
- 2004年 IIJ America Inc. President& CEO就任
- 2007年 (株)ハイホー代表取締役就任
- 2016年 当社社外監査役就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任

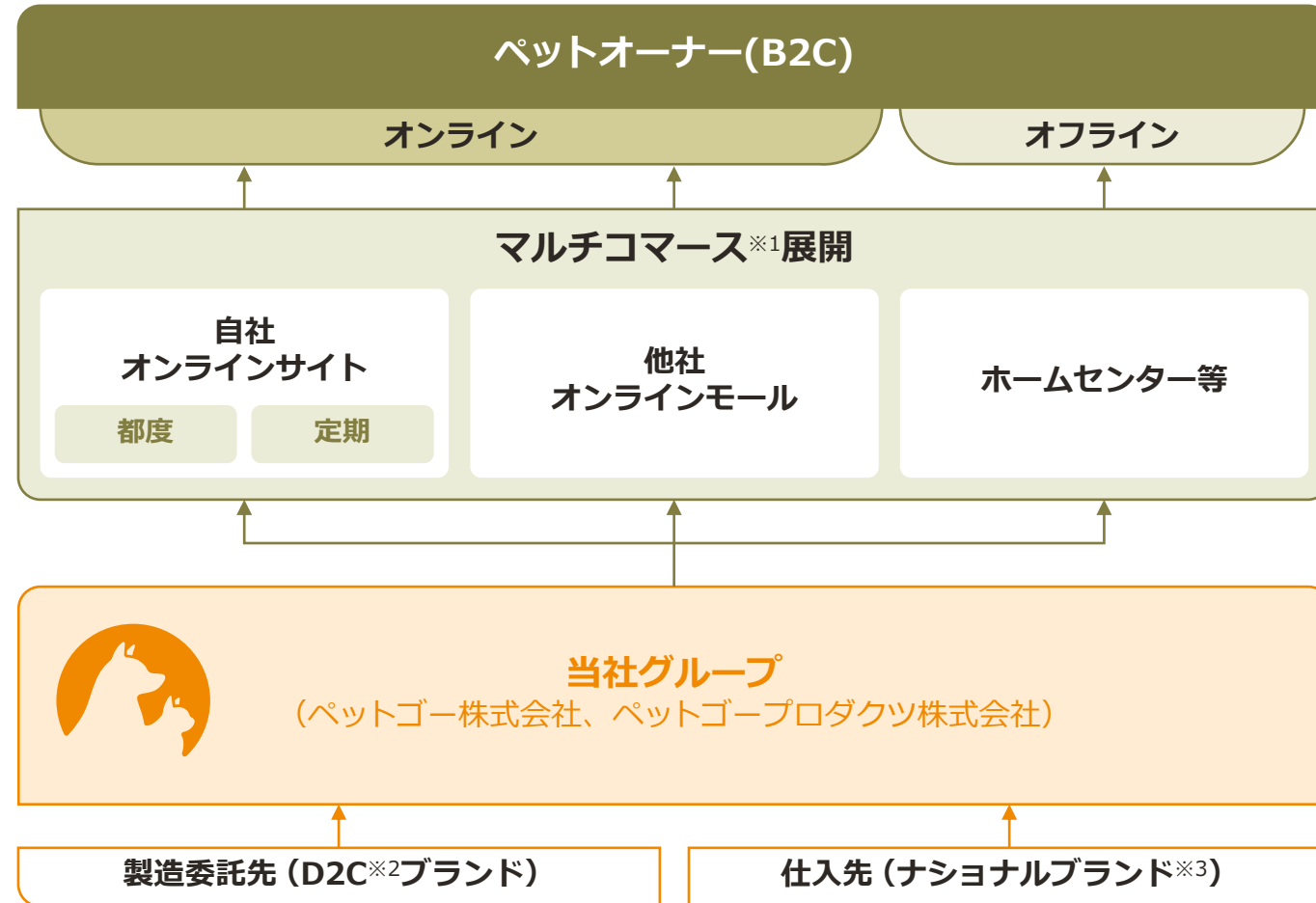
**藤池 智則** / 取締役 (監査等委員)

- 2000年 堀総合法律事務所入所
- 2008年 当社社外監査役就任
- 2017年 (株)エディア社外取締役監査等委員就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2019年 (株)ベネフィット・ワン社外取締役監査等委員就任

**伊藤 章子** / 取締役 (監査等委員)

- 2004年 EY新日本有限責任監査法人入所
- 2015年 当社社外監査役就任
- 2017年 伊藤章子公認会計士事務所代表就任
- 2019年 ピクシーダストテクノロジーズ(株)社外監査役就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2019年 (株)アイスタイル社外監査役就任
- 2020年 (株)コンヴァノ社外取締役就任
- 2023年 合同会社アコット代表社員就任

# 事業系統図



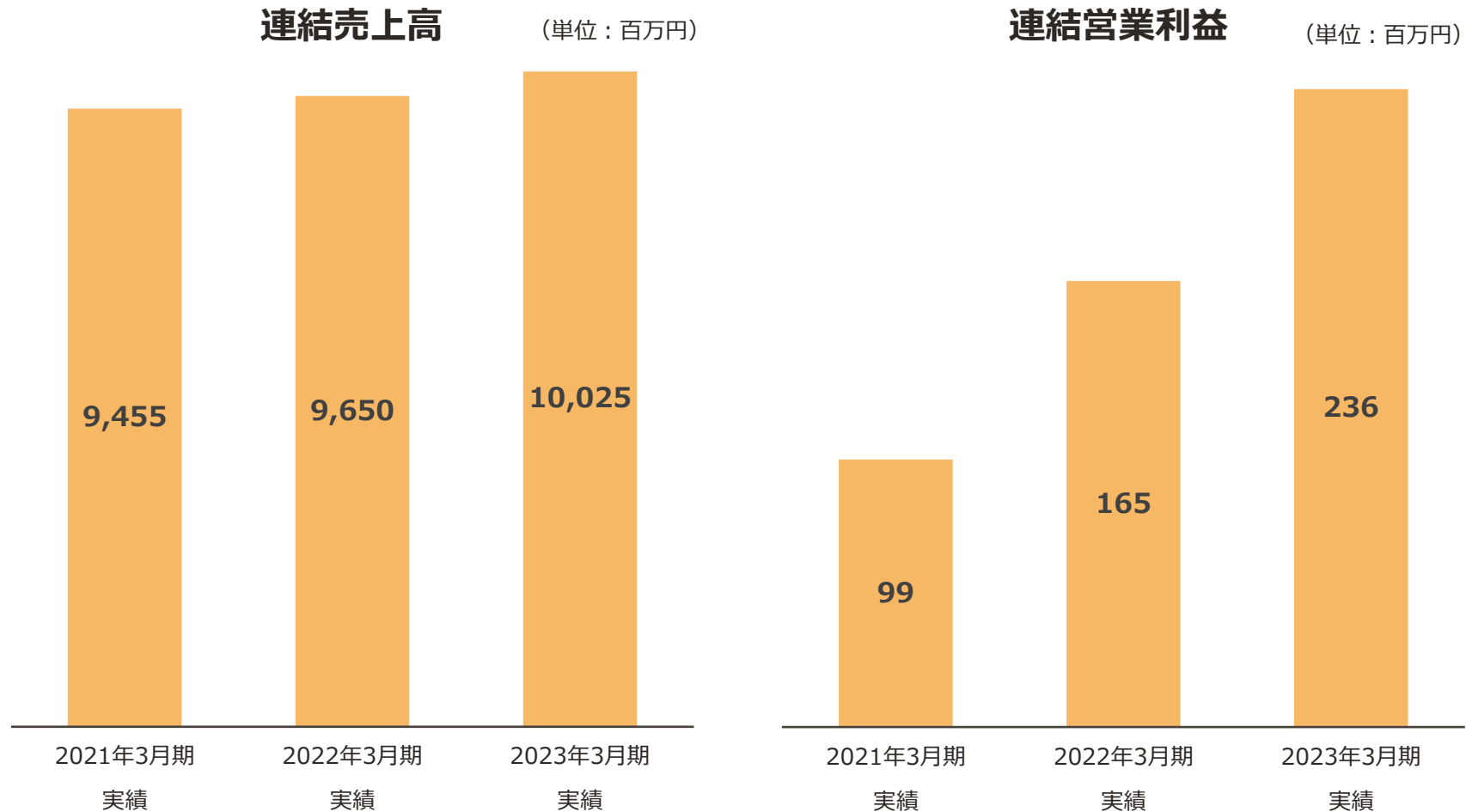
※1 自社オンラインサイトだけではなく、複数の大手モールやオフラインを横断した販売形態の総称

※2 Direct to Consumerの略。自ら企画、生産した商品を自社オンラインサイト等を通じて消費者に直接販売すること

※3 大手メーカーが全国規模で展開するブランド

# 主要な経営指標（業績推移）

売上高、営業利益ともに過去最高を記録

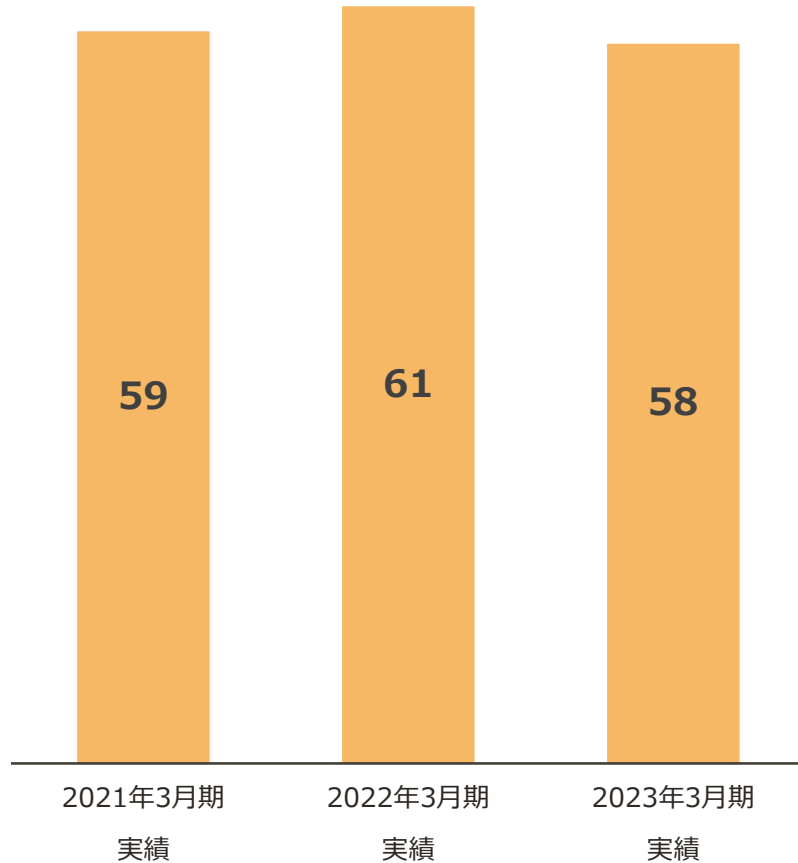




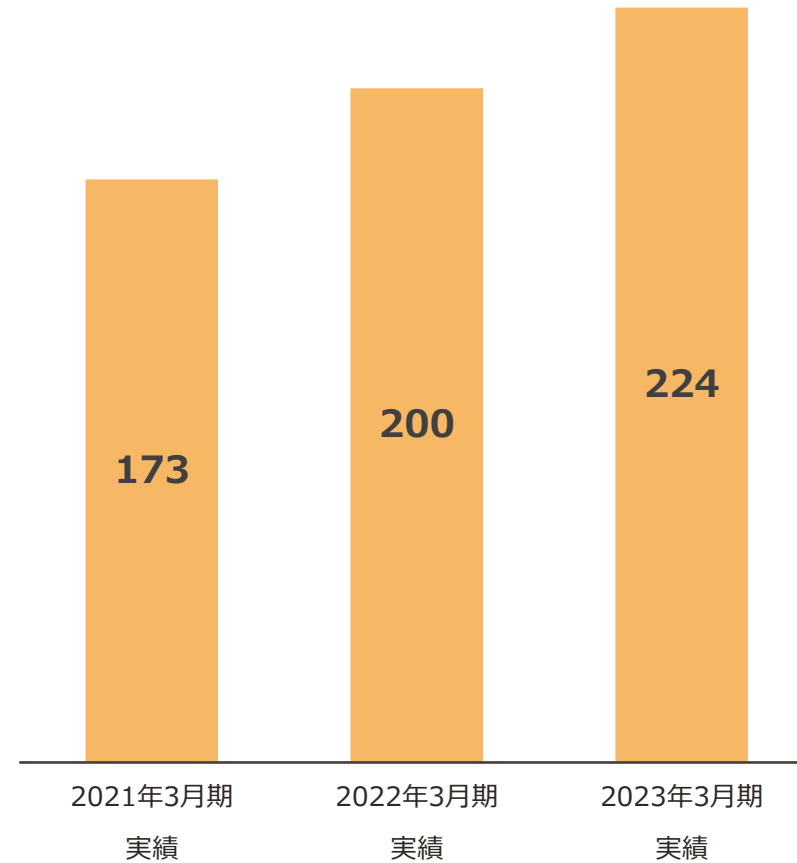
# 主要な経営指標（購入者数推移）

## 累計ユニーク購入者は224万人と堅調に推移

アクティブ購入者数<sup>※1</sup> (単位：万人)



累計ユニーク購入者数<sup>※2</sup> (単位：万人)



※1 過去1年間において当社のいずれかのオンライン店舗を1回以上利用した顧客数

※2 当社をいずれかのオンライン店舗で利用した顧客数のこと。同じ顧客が年もしくは累計で期間内に何度購入されても、また複数の店舗を併用してもカウント数は1

# 2 .

1. 企業概要

## 2. 事業コンセプト

3. 市場環境

4. 強みと特徴

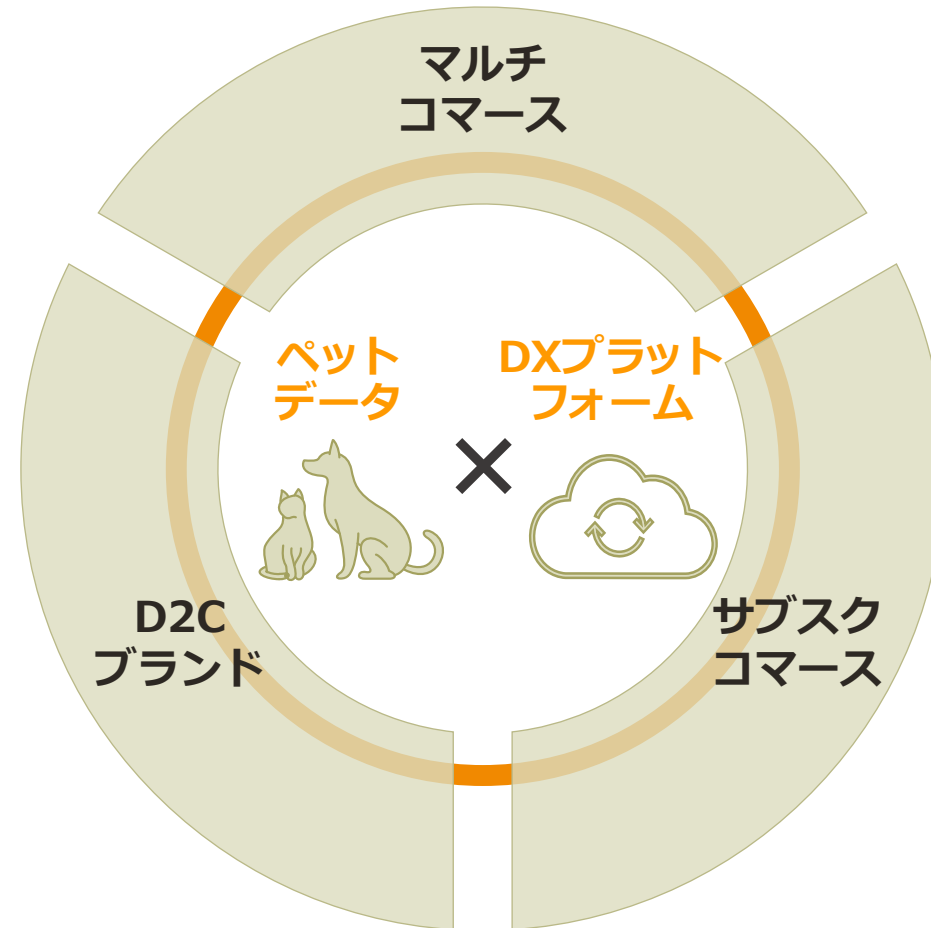
5. 成長戦略

6. 事業リスク

Appendix

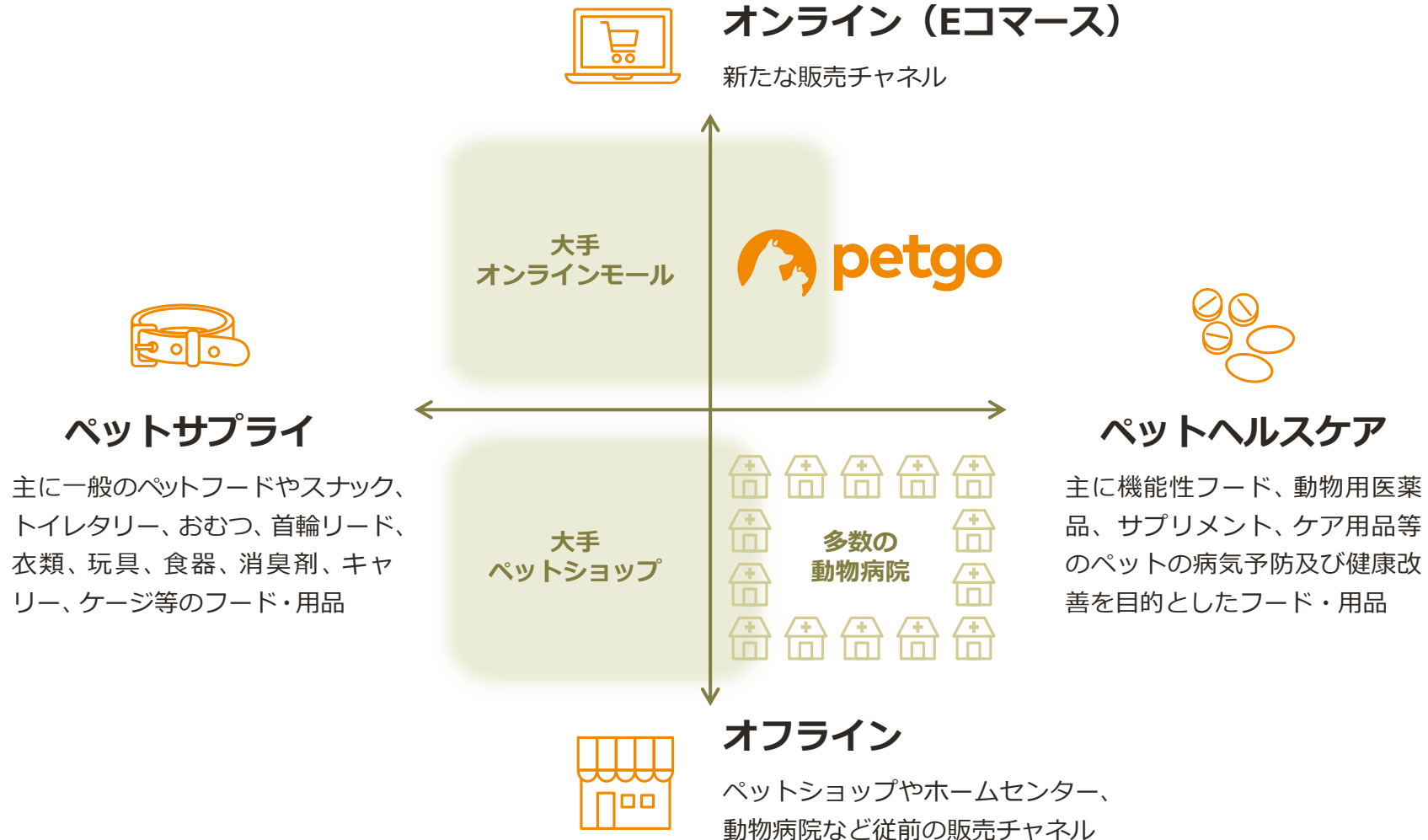
# 事業コンセプト

ペット×DX<sup>※1</sup>をコンセプトに、テクノロジーを駆使してペットデータ<sup>※2</sup>を蓄積・活用し、  
ペットヘルスケア分野で圧倒的地位を確立



# ポジショニング

ペットヘルスケア×Eコマースが現在の当社事業領域



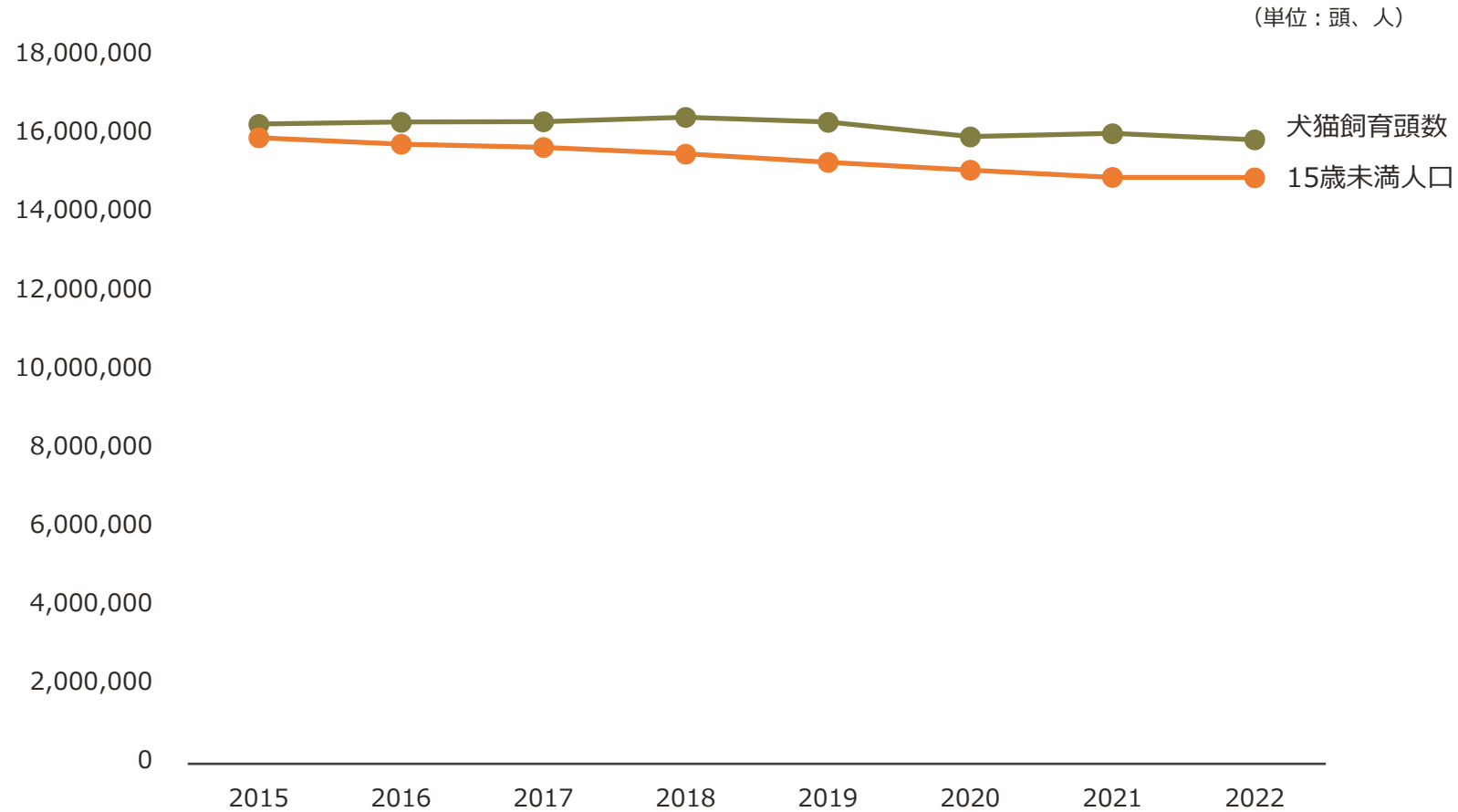


# 3.

1. 企業概要
  2. 事業コンセプト
  - 3. 市場環境**
  4. 強みと特徴
  5. 成長戦略
  6. 事業リスク
- Appendix

# 犬猫飼育頭数推移

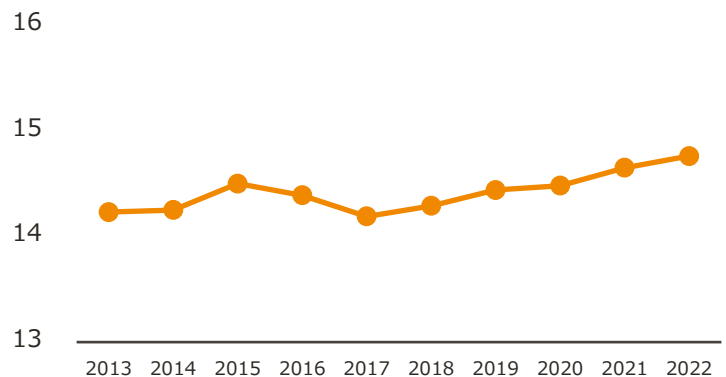
犬猫の総数は、子供の数を上回って推移



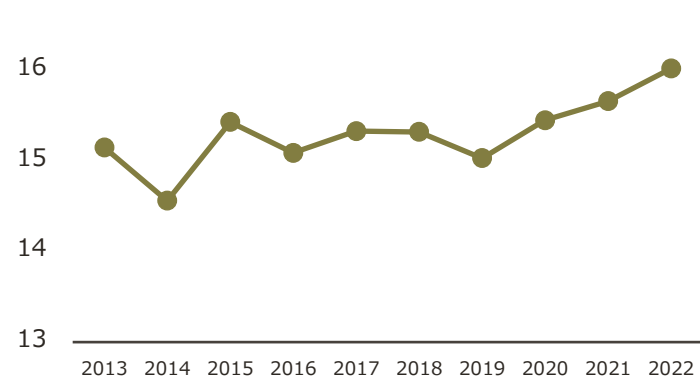
# 犬猫の平均寿命と年齢別疾患増加傾向

## 犬猫の寿命が延び、年齢が経つに連れて疾患リスクも上昇

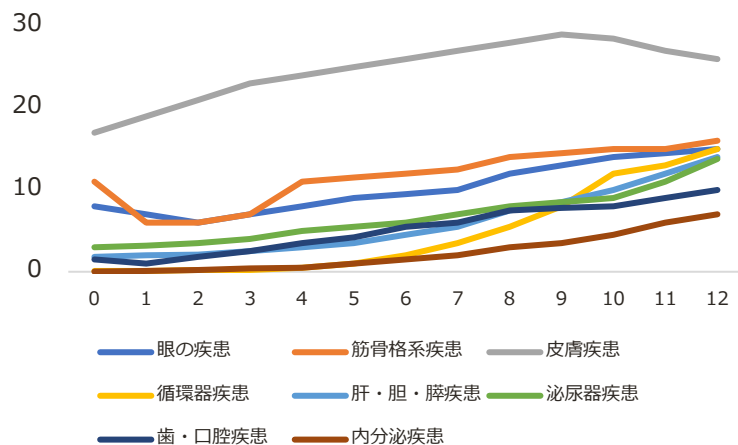
犬の平均寿命 (単位：歳)



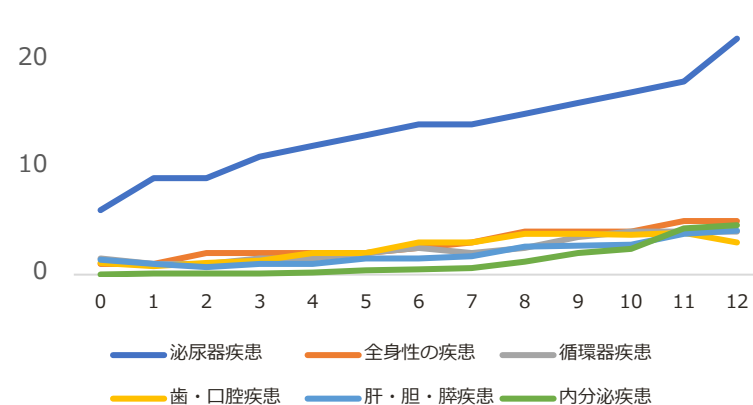
猫の平均寿命 (単位：歳)



犬の年齢別疾患増加傾向 (単位：%)

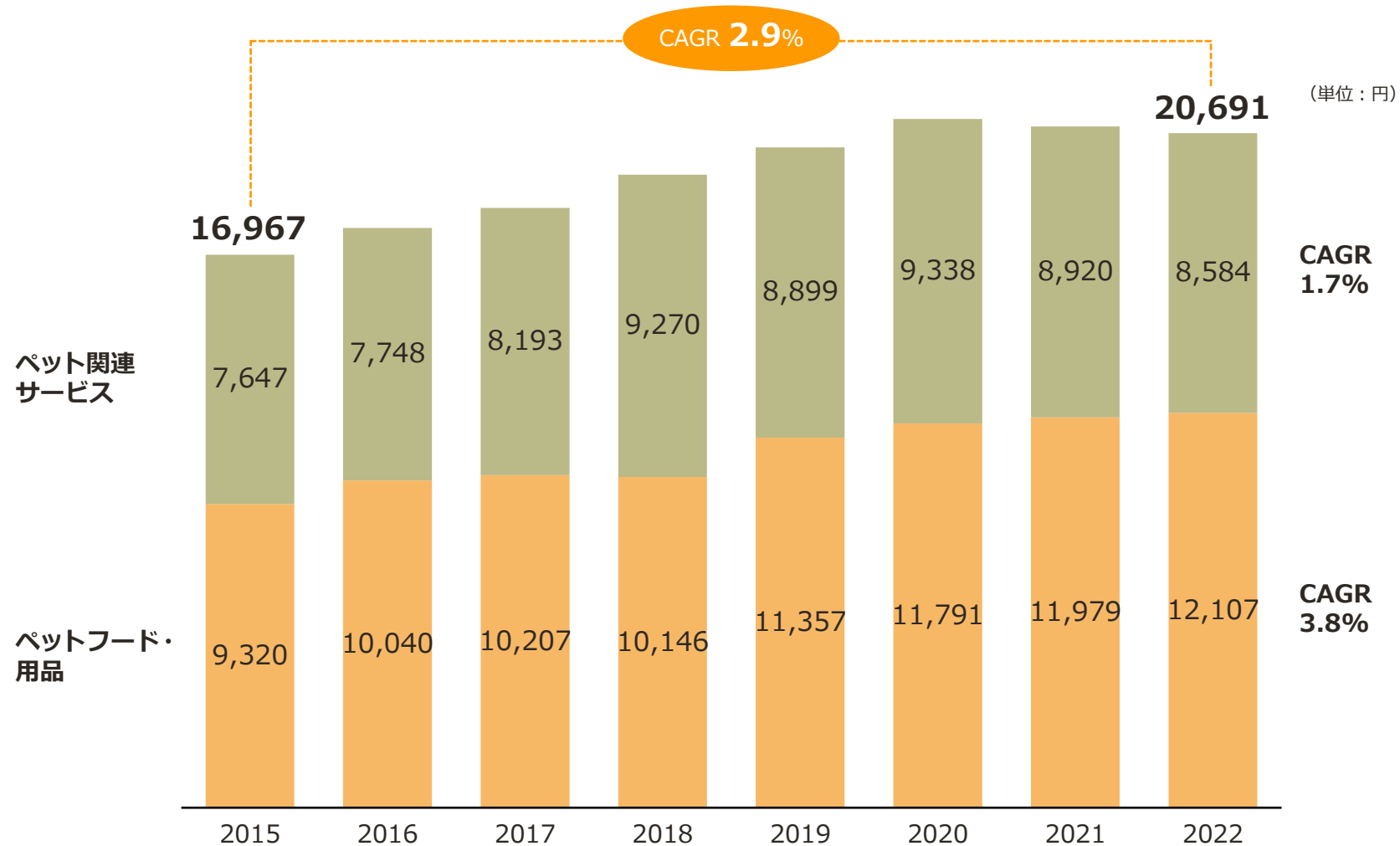


猫の年齢別疾患増加傾向 (単位：%)



# 世帯平均ペット関連支出額

付加価値の高い商品・サービスのニーズが拡大し、1世帯あたりのペット関連消費額が増加

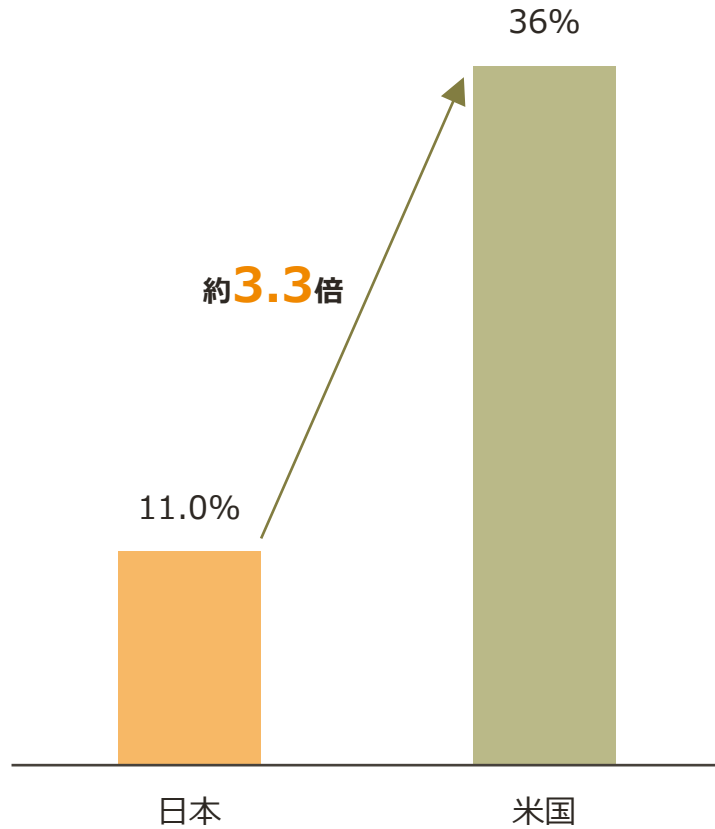




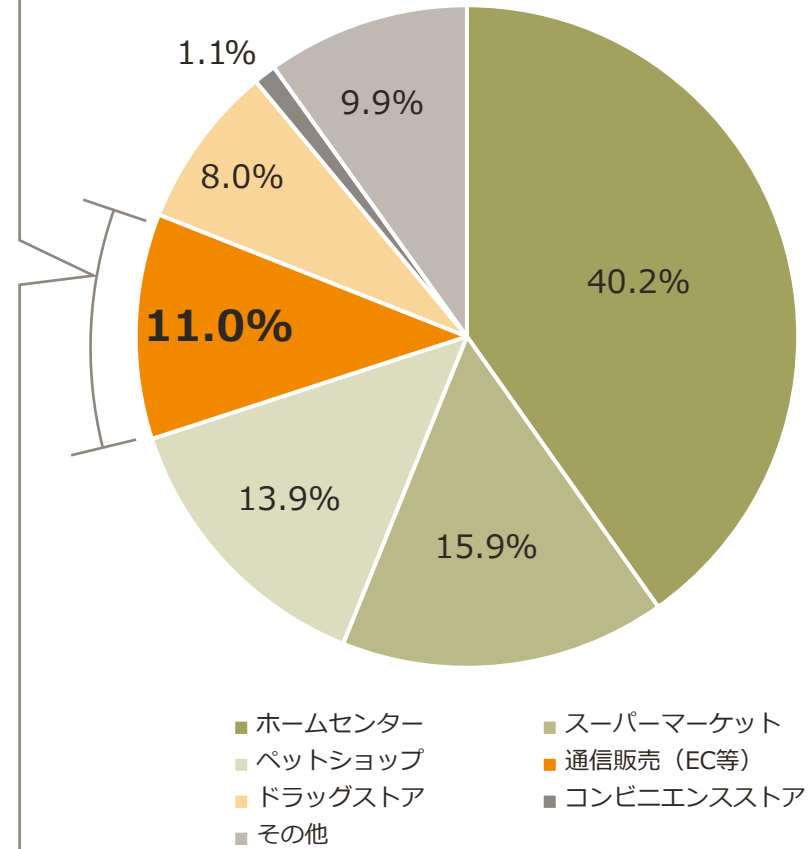
# ペットフード・用品EC化率

日本のEC化率は米国に比べるとまだまだ低くポテンシャル大

日米における2022年の  
ペットフード・用品EC化率

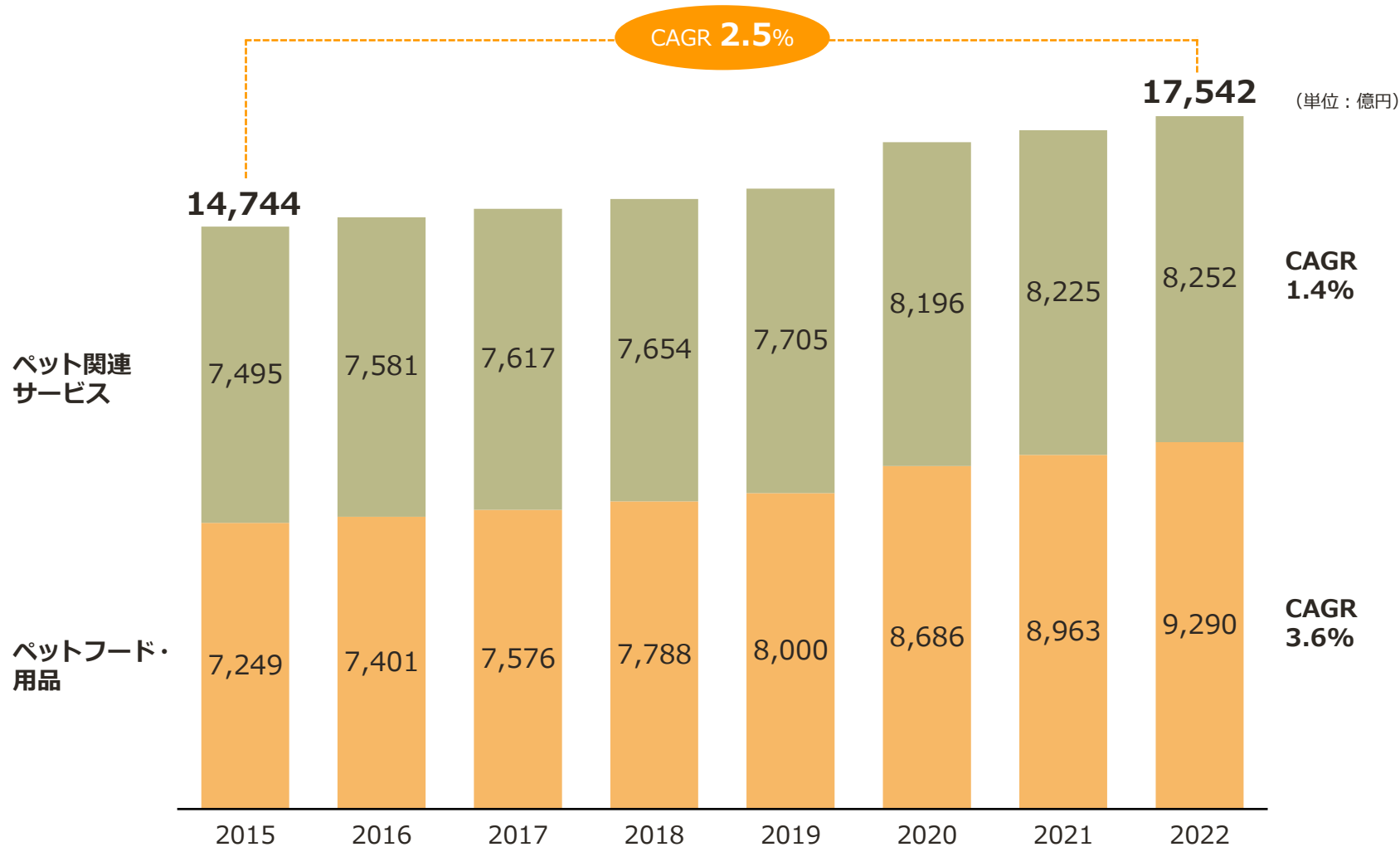


2022年の国内ペットフード・  
用品販売チャンネル別構成比



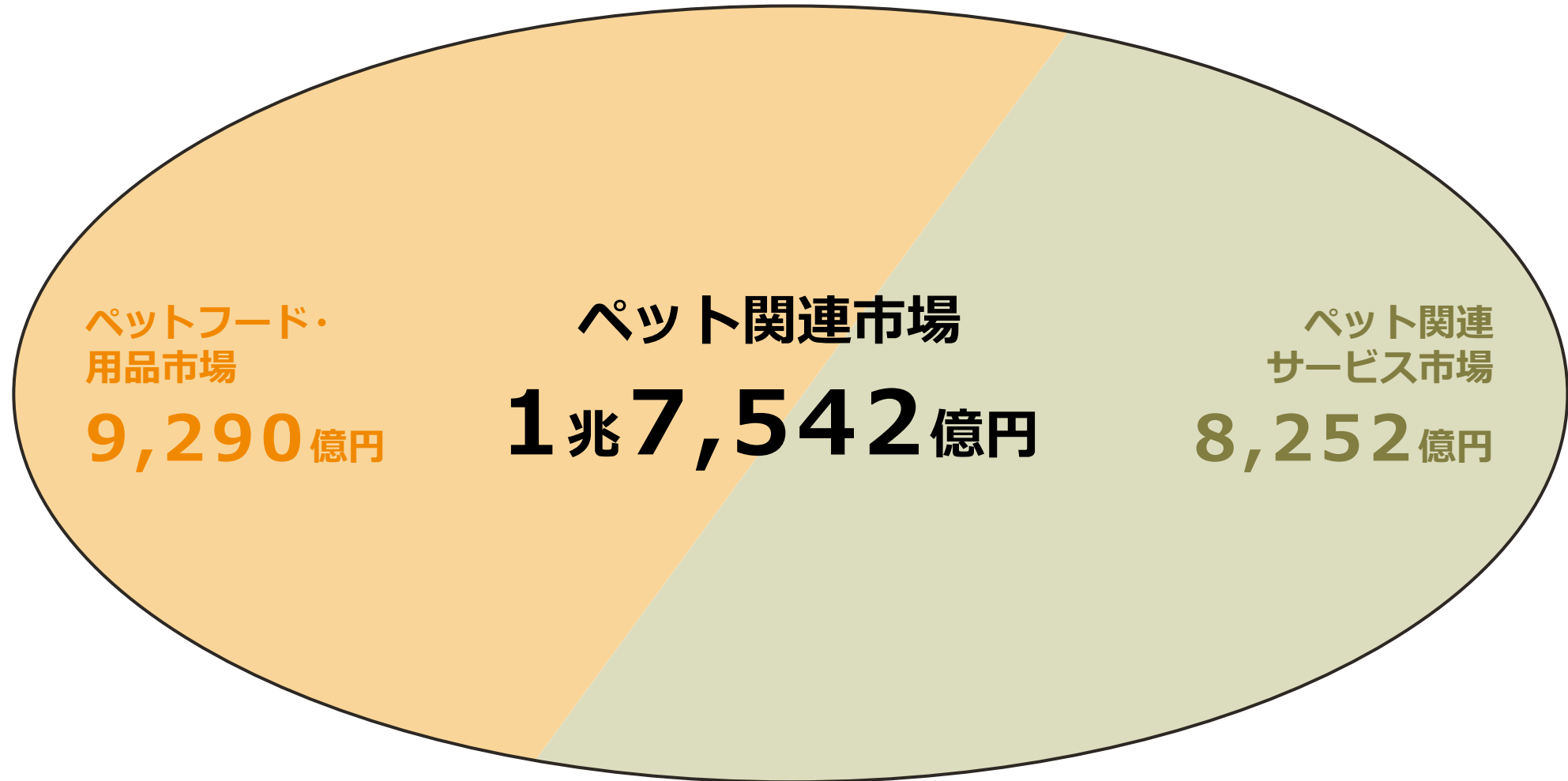
# 国内ペット関連市場規模推移

国内ペット関連市場は、緩やかながら継続的に拡大



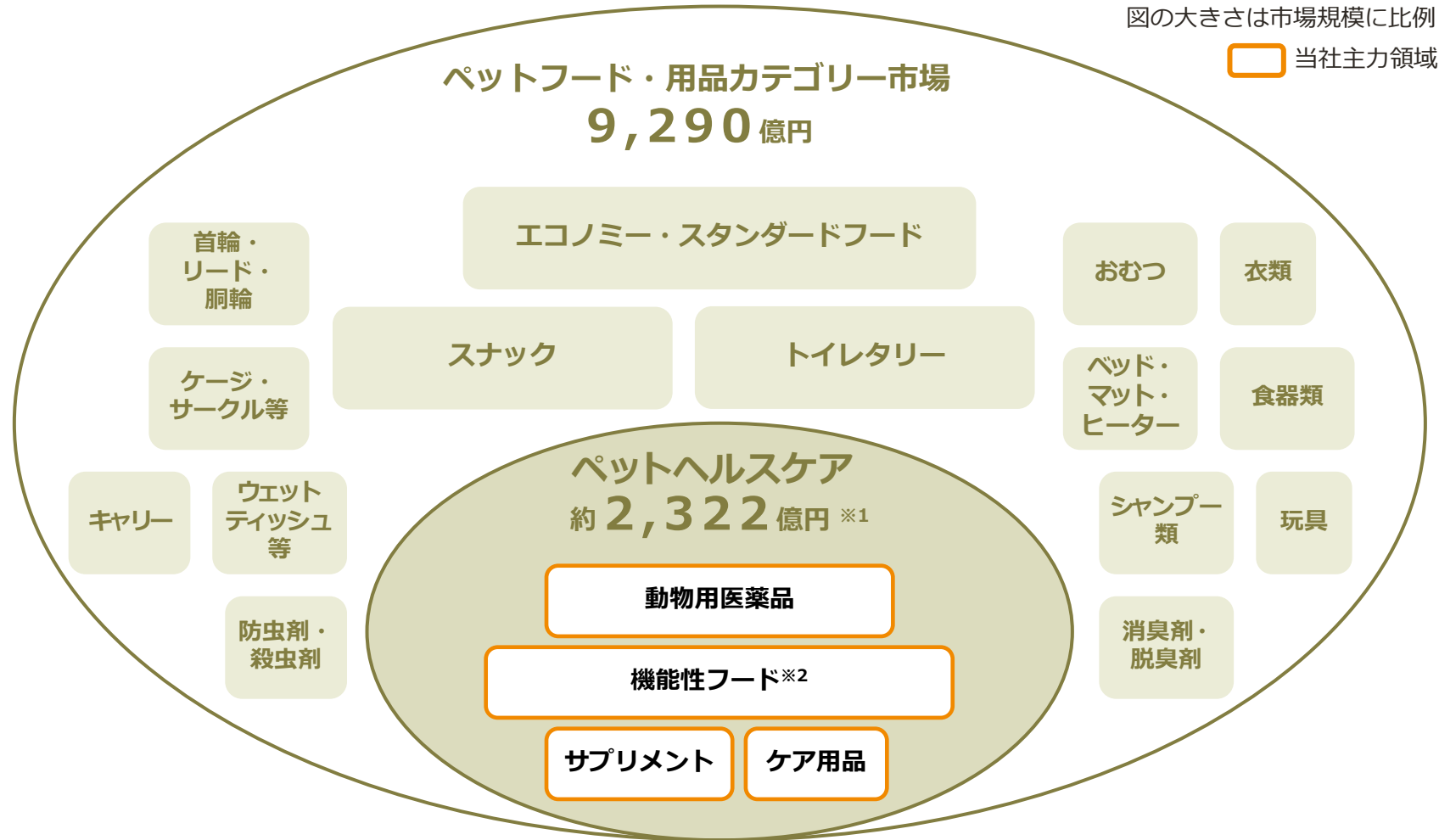
# 国内ペット関連市場規模

2022年度の国内ペット関連市場は、全体で約1.7兆円



# ペットフード・用品カテゴリー別市場規模

## ペットヘルスケアが現在の当社主力領域





# 4 .

1. 企業概要
2. 事業コンセプト
3. 市場環境

## 4. 強みと特徴

5. 成長戦略
  6. 事業リスク
- Appendix

## 強みと特徴

### 当社の強み（競争力の源泉）

その1

膨大な量の  
付加価値の高い  
ペットデータ

その2

業務の大半を  
デジタル化する  
DXプラットフォーム

特徴 ①

マルチコマース

特徴 ②

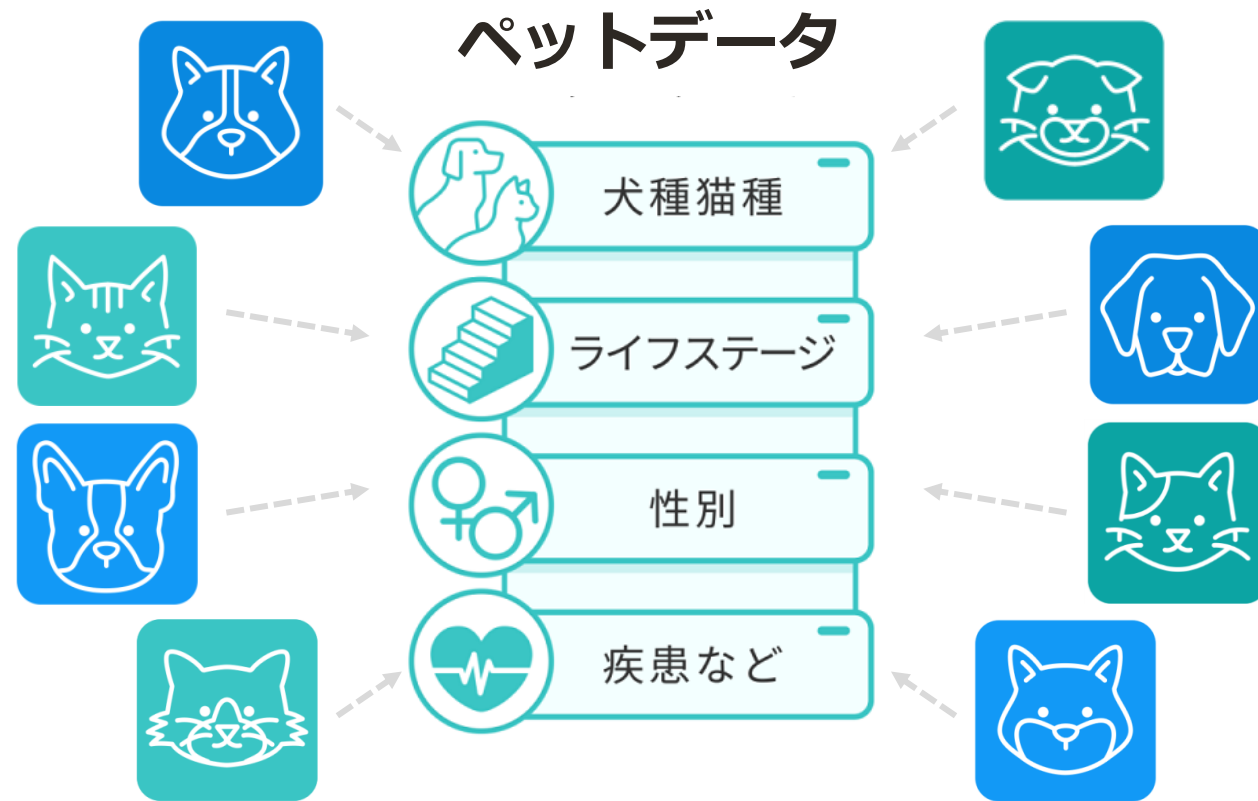
サブスクコマース

特徴 ③

D2Cブランド

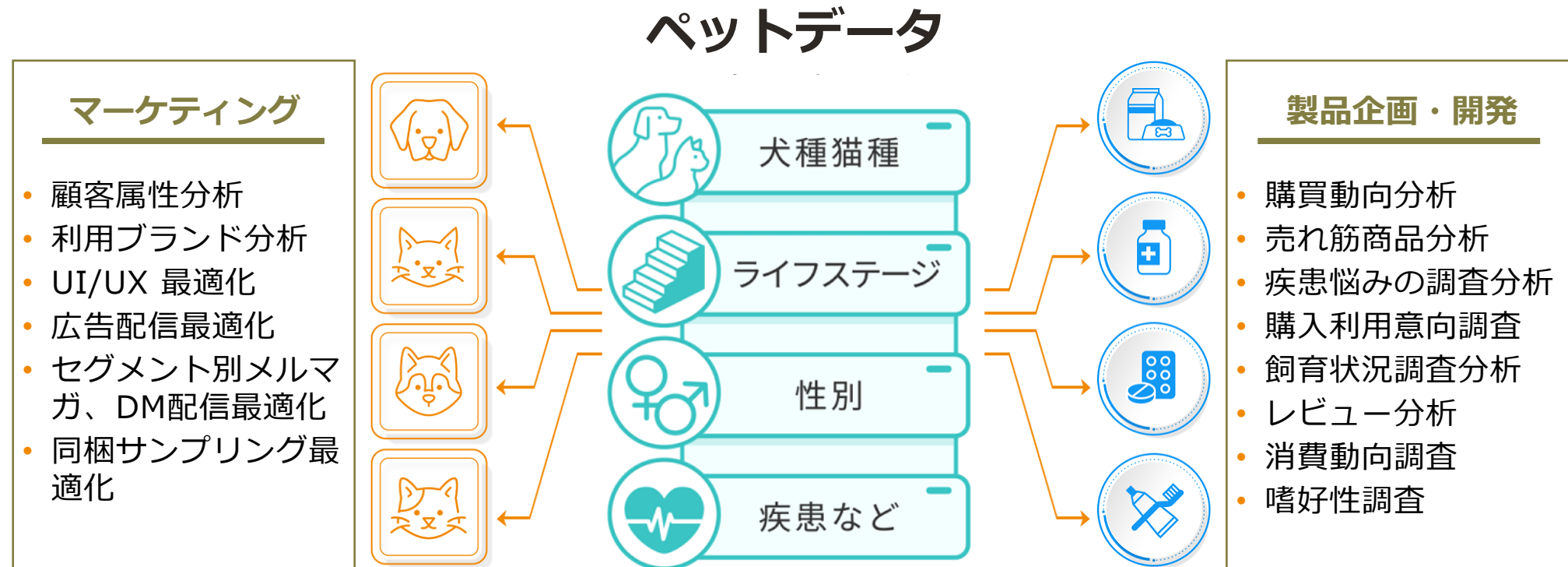
# 当社の強み その1 ペットデータ

膨大な量の付加価値の高い「ペットデータ」を長年に渡り蓄積



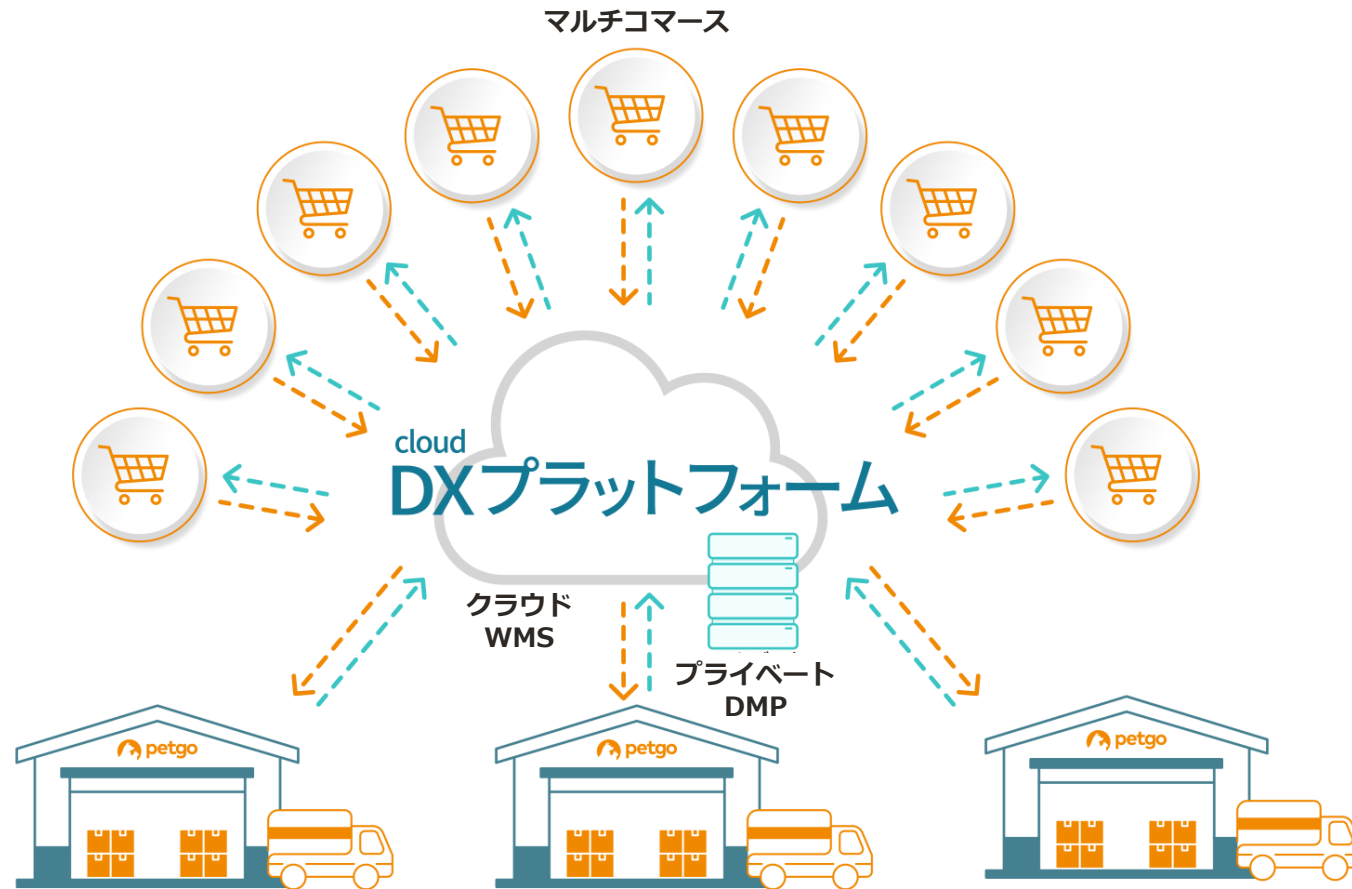
# 当社の強み その1 ペットデータ

「ペットデータ」を自社の競争優位として収益向上に活用



## 当社の強み その2 DXプラットフォーム

業務プロセスをデジタル化する「DXプラットフォーム」により低コスト運営を実現



# 事業の特徴① マルチコマース

ペットヘルスケアEコマースで圧倒的な存在感

## 楽天市場

🏆 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2019  
ペットフード・ペット用品 ジャンル賞 受賞

🏆 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2020  
ペットフード・ペット用品 ジャンル賞 受賞

楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー計 5 回受賞

## Yahoo!ショッピング

🌿 ヤフーショッピング・ベストストアアワード2021  
ペット用品部門第1位 受賞

🌿 ヤフーショッピング・ベストストアアワード2022  
ペット用品部門第1位 受賞

ヤフーショッピング・ベストストアアワード計 7 回受賞



## Amazon

🏆 Amazonマケプレアワード2016  
最優秀セラー賞をはじめ3部門 受賞

🏆 Amazonマケプレアワード2017  
最優秀セラー賞をはじめ3部門 受賞

Amazonマケプレアワード計 2 回受賞

## au PAYマーケット

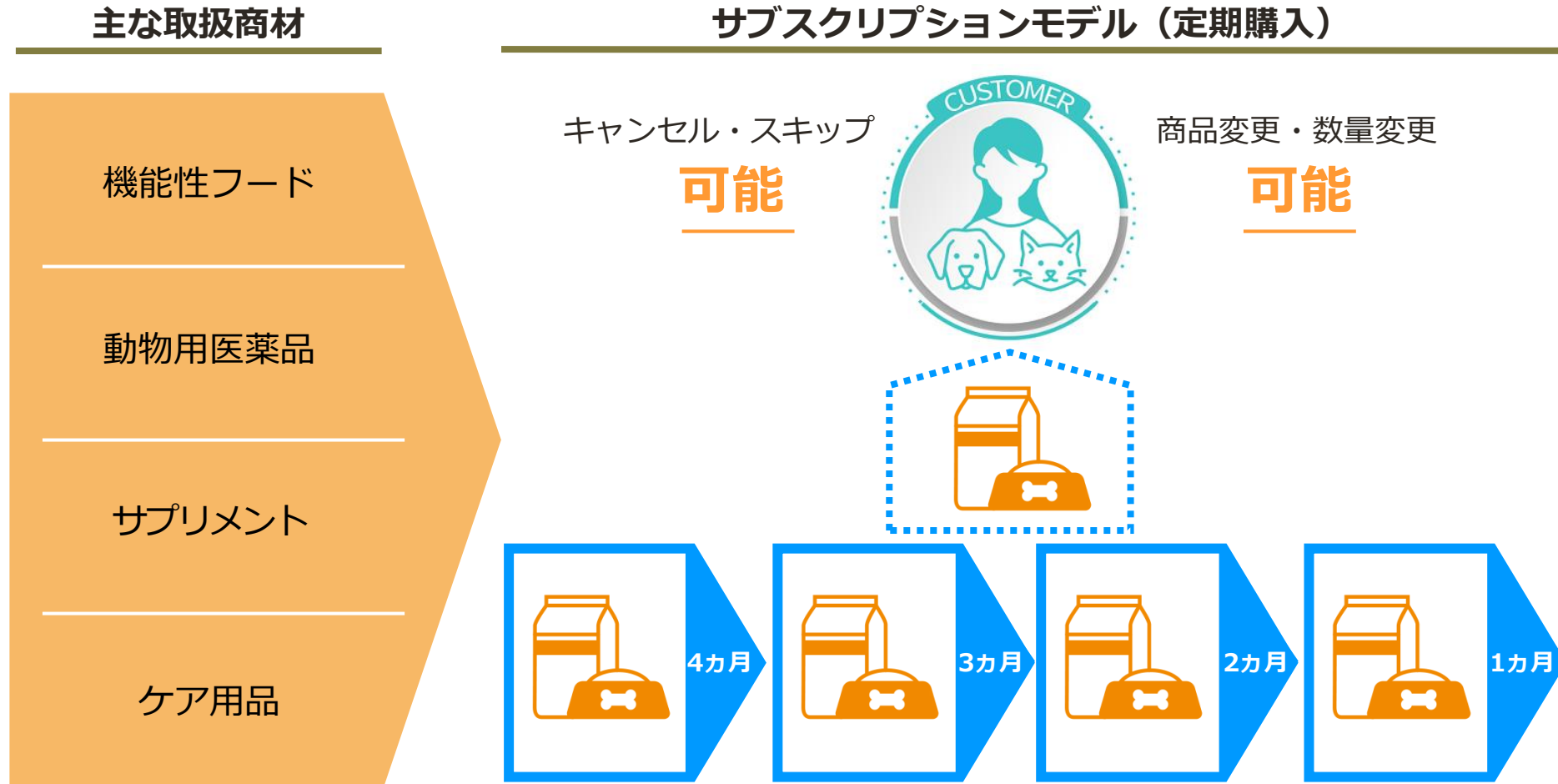
🏆 au PAYマーケットBEST SHOP AWARD 2021  
ペットグッズカテゴリ大賞 受賞

🏆 au PAYマーケットBEST SHOP AWARD 2022  
ペットグッズカテゴリ賞 受賞

au PAY マーケットBEST SHOP AWARD計 4 回受賞

## 事業の特徴② サブスクコマース

定期購入と相性が高い商材 × 自由度・利便性の高い仕組み





## 事業の特徴③ D2Cブランド

ペットデータの徹底的な分析から企画開発されたD2Cブランド「ベッツワン」を2020年4月に上市



# VETS One



### Your Health, My Happiness.

あなたの健康、わたしの幸せ。

### Healthy Everyday For Beloved Family.

愛する家族の毎日を、健康に。

愛する家族に、いつまでも健康でいてほしい。

その想いから生まれた日本発のトータルペットヘルスケアブランド“ベッツワン”  
“ベッツワン”は、テクノロジーを活かして、膨大な量のペットデータを分析し、  
愛する家族の日々の健康のために最適なペットヘルスケア製品を開発します。

いつまでも一緒にいて欲しいから。“ベッツワン”は、毎日健康で快適な暮らしを送れることを願い、  
それぞれの健康にあわせた食事から、サプリメント、デンタルケア、そして動物用医薬品まで。  
幅広いラインナップでトータルペットヘルスケアソリューションを提供します。

テクノロジーのチカラで。そして、ヘルスケアのチカラで。  
日本発のトータルペットヘルスケアブランドを世界に。

## 事業の特徴③ D2Cブランド

# VETS One

---

## V E T E R I N A R Y



## 事業の特徴③ D2Cブランド

# VETS One プロテクトプラス



## 事業の特徴③ D2Cブランド

ノミ・マダニ駆除薬「プロテクトプラス」の認知度向上を目的に、TBSにて2023年3月～9月までTVCM放映中(※1)



Youtubeでも配信中



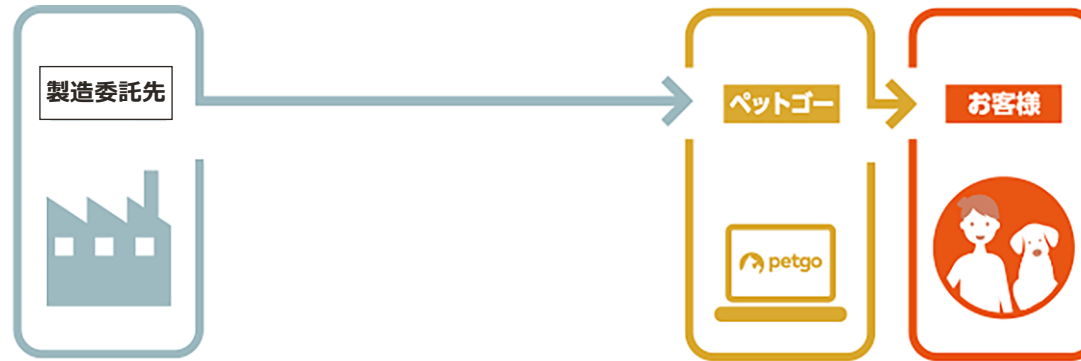
## 事業の特徴③ D2Cブランド

OEMパートナーを活用したファブレス<sup>(※1)</sup>での製造体制を構築し、お求めやすい価格を実現

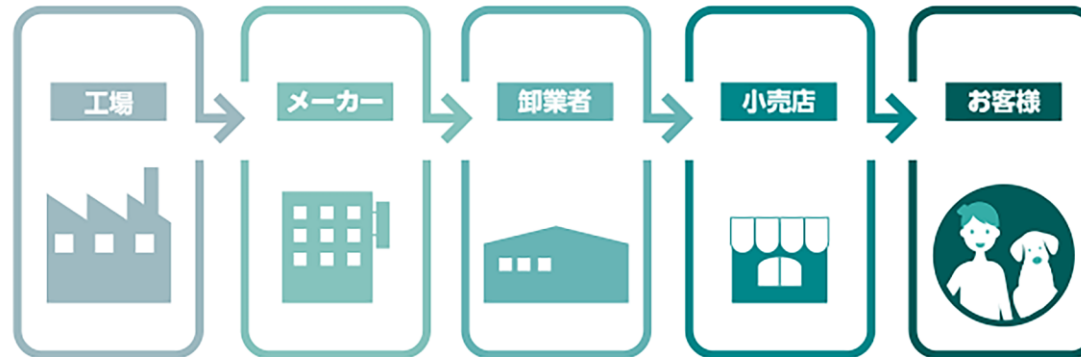
### ファブレス製造を可能とするOEMパートナー群

OEMパートナー群

- 製造委託先
- 製造委託先
- 製造委託先
- 製造委託先



通常の流通





# 5.

1. 企業概要
2. 事業コンセプト
3. 市場環境
4. 強みと特徴

## 5. 成長戦略

6. 事業リスク

Appendix

## 外部環境の変化とその影響

- 当社の売上成長モデルは、他社オンラインモール等に依存した売上成長から、自社オンラインサイトにおけるサブスクコマースとD2Cブランドによる売上成長への質的転換が着実に進展しております。
- 一方、以下の外部要因により、他社オンラインモール等売上高が前年同期比を下回ったことが、当社売上高業績予想を達成できなかった主な要因となっております。
  - ① **NB商品における原材料価格の高騰や円安等を起因とした度重なる値上げ**
  - ② **一部NB商品におけるコロナ禍の影響による欠品が継続**
- これらの外部要因による影響が未だ収束していないことに加え、2024年3月期はD2Cブランドにおける原材料価格の高騰や円安等を起因とした値上げもあり、外部環境の変化によって、中期計画数値が予測しにくい状況となっております。
- そのため、前回開示している事業計画及び成長可能性に関する資料に記載した計画数値を取り下げ、外部環境が安定するまでは翌期の計画数値のみを開示することといたします。

## 2023年3月期の戦略振り返り

当社の売上成長モデルは、他社オンラインモール等に依存した売上成長から、  
自社オンラインサイトにおけるサブスクコマースとD2Cブランドによる売上成長への質的転換が着実に進展

(単位：百万円)

	2023/3 計画	2023/3 実績	計画比	達成率	結果
マルチコマース戦略 (全社売上高)	10,442	10,025	△417	96.0%	△
サブスクコマース戦略 (サブスク売上高)	1,299	1,587	+288	122.1%	◎
D2Cブランド戦略 (D2Cブランド売上高)	821	1,020	+198	124.2%	◎



# 2023年3月期における戦略的取り組みの進捗状況

— 実施済

		1Q	2Q	3Q	4Q
マルチ コマース	<ul style="list-style-type: none"> <li>• D2Cブランドを中心とした広告販促投資</li> <li>• 自社オンラインサイトの決済方法拡充</li> <li>• 自社オンラインサイトの新機能追加</li> <li>• DXプラットフォーム機能強化（モール連携等）</li> <li>• 他社オンラインモールへの新規出店</li> </ul>	—	—	—	—
		—	—	—	—
サブスク コマース	<ul style="list-style-type: none"> <li>• サブスクスイッチを促進する広告販促投資</li> <li>• 定期対象商品の拡充</li> </ul>	—	—	—	—
		—	—	—	—
D2C ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>• D2Cブランドの継続的な広告販促投資</li> <li>• 製品ポートフォリオ拡充に向けた新製品上市</li> <li>• 製品在庫増加に対する物流スペース拡大</li> <li>• （追加戦略投資）来期以降の製品ラインナップ拡充を目的とした研究開発投資強化</li> <li>• （追加戦略投資）ブランド強化を目的としたブランディング投資強化</li> </ul>	—	—	—	—
		—	—	—	—

## 中期成長戦略の基本方針

---

- 1 2022年の国内ペット関連市場規模は、モノ（ペットフード・用品）、ペット関連サービス含め、**1.7兆円を超え、将来の成長ポテンシャルは大きい**
- 2 強みである「ペットデータ」と「DXプラットフォーム」を活用し、引き続き「マルチコマース」「サブスクコマース」「D2Cブランド」による成長戦略を実行
- 3 顧客基盤をさらに拡大し、蓄積したペットデータを活用していくことで、将来的に**モノだけでなくサービス領域にも展開し、**ペットライフのDXを推進していく

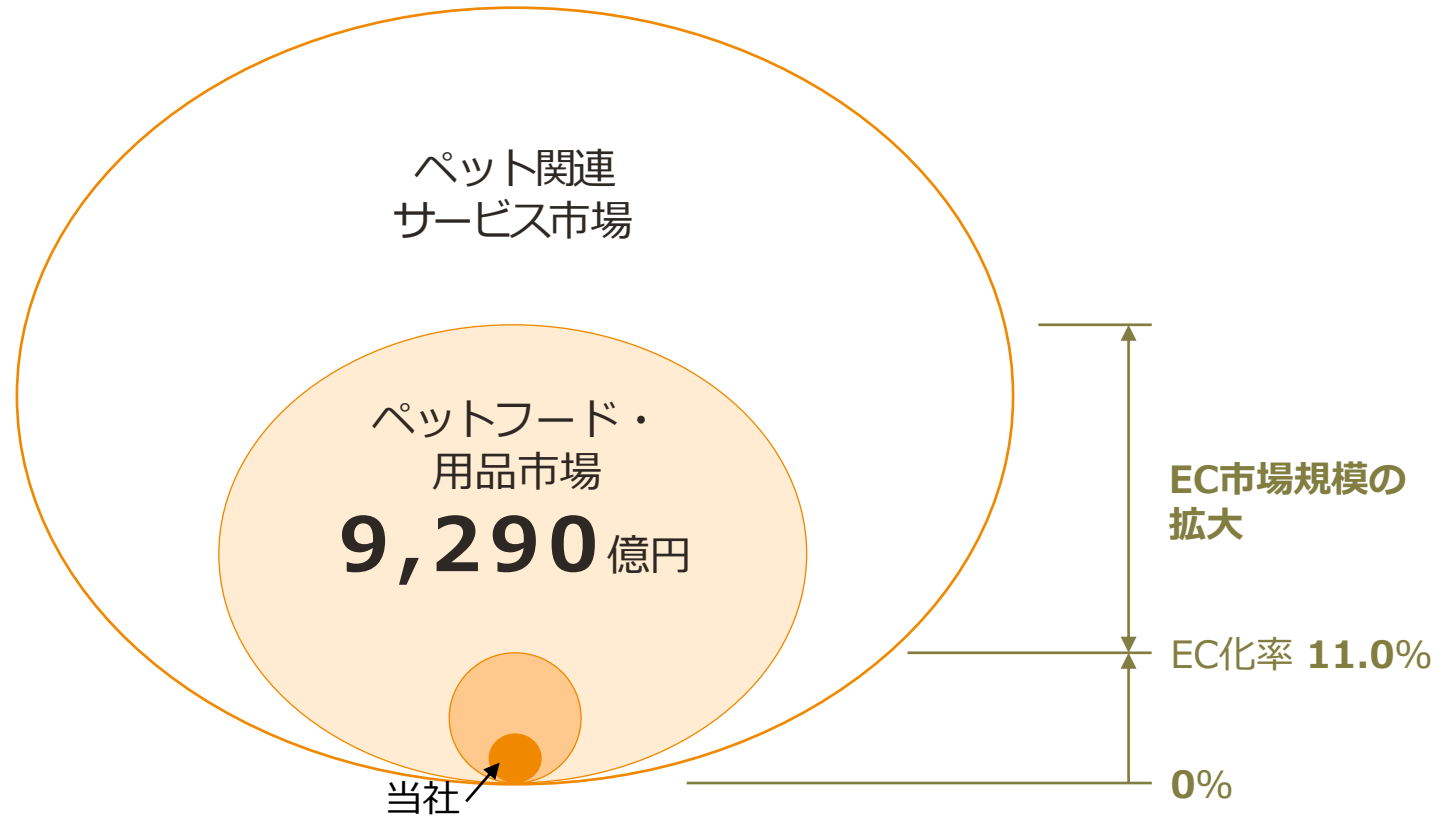
# TAMとEC化率

## 将来の伸びしろが大きい市場ポテンシャル

当社が対峙するTAM (Total Addressable Market) ※1

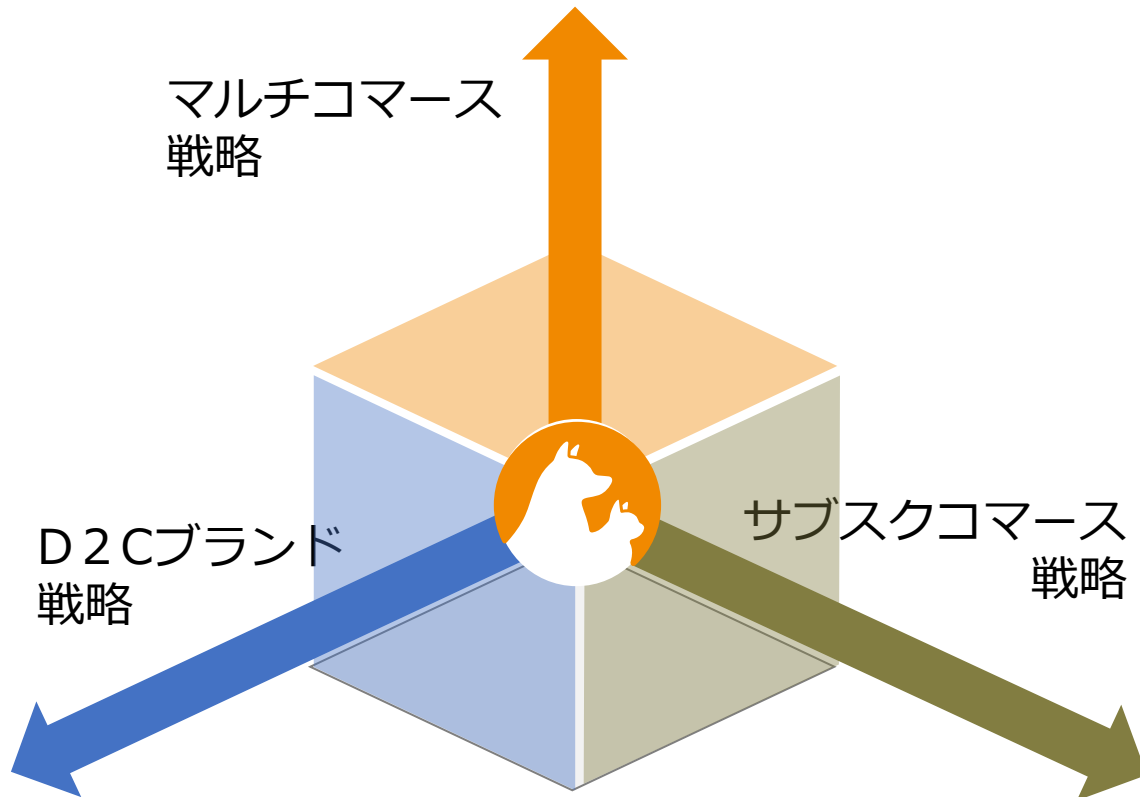
国内ペット関連市場

1兆7,542億円



# 成長戦略：基本的な考え方

当社の強みである「ペットデータ」と「DXプラットフォーム」を活用し、「マルチコマース」「サブスクコマース」「D2Cブランド」の3つの方向性で強化していくことで持続的な成長を志向



## 1 マルチコマース戦略（市場シェア拡大）

継続的な広告販促投資により、各店舗を成長させながら、店舗数を増やし、面を拡大

## 2 サブスクコマース戦略（リカーリング※1収益拡大）

効果的な販促施策を継続していくことで、都度購入からサブスクへのスイッチを促進

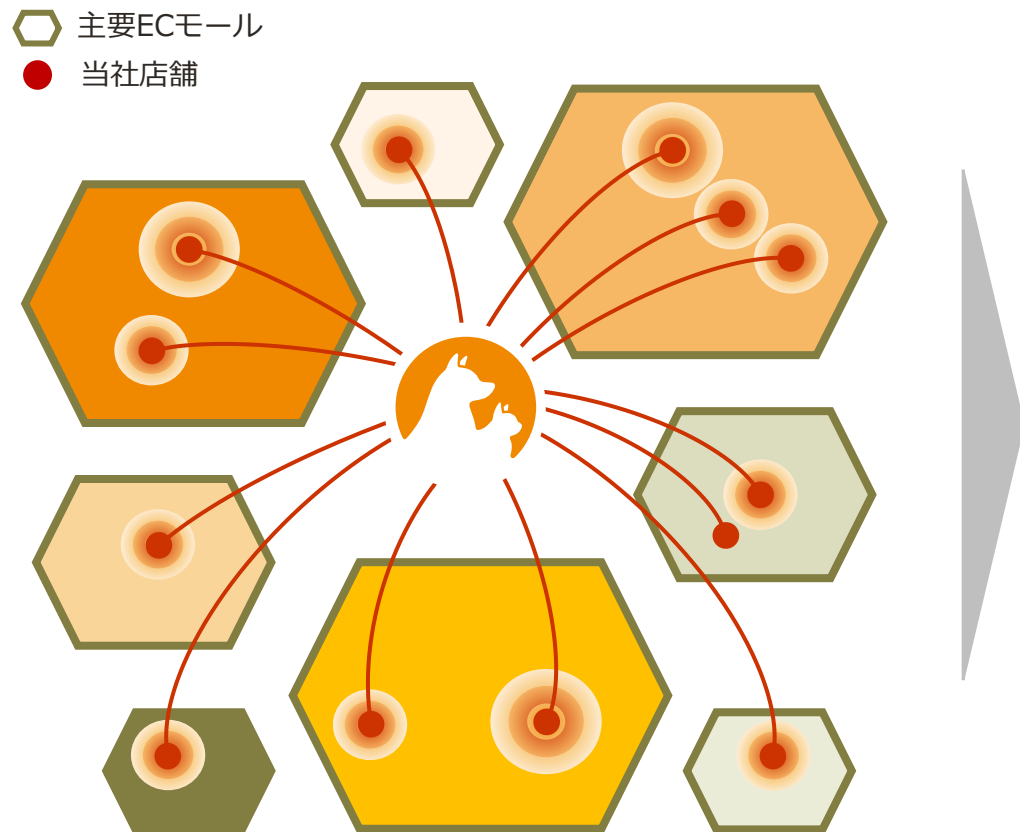
## 3 D2Cブランド戦略（粗利率向上）

既製品の広告販促投資を強化し、新製品を継続的に上市していくことで成長を加速

# 1 マルチコマースでの成長

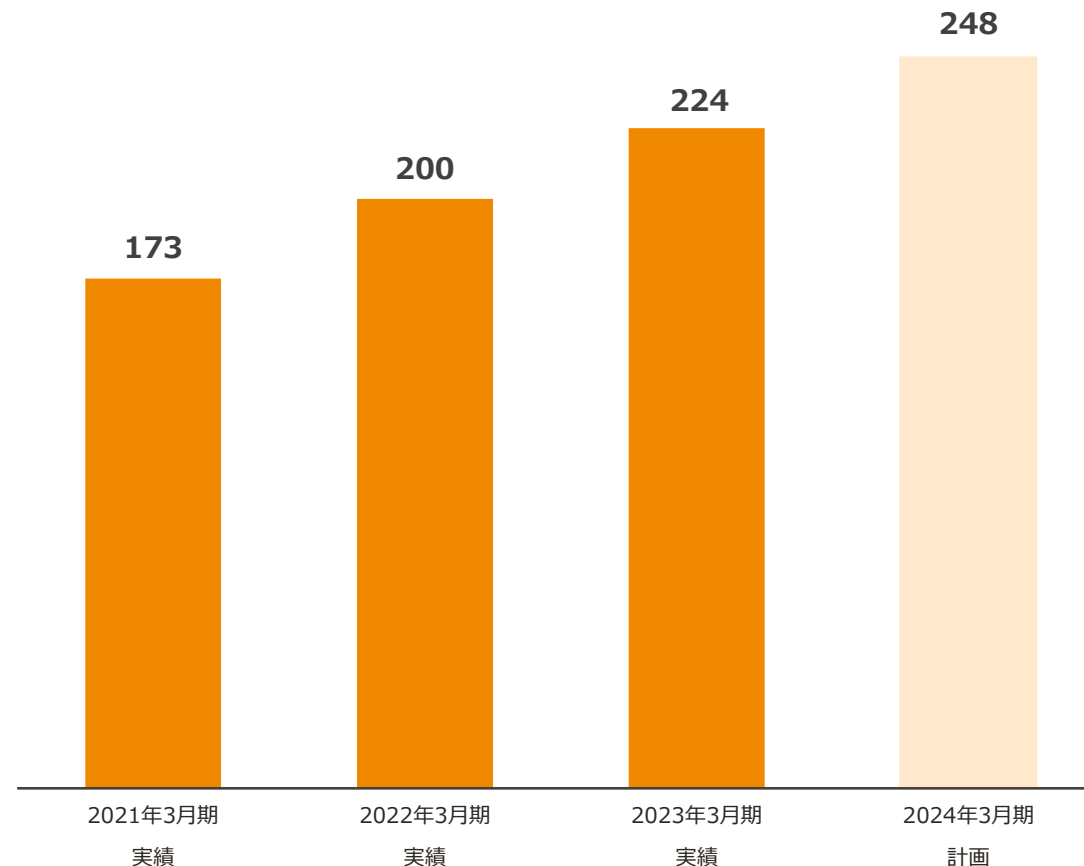
マルチコマース展開により主要ECモールへの出店を継続し、ユニーク顧客数を拡大

## マルチコマースの展開イメージ



## 累計ユニーク購入者数

(単位：万人)



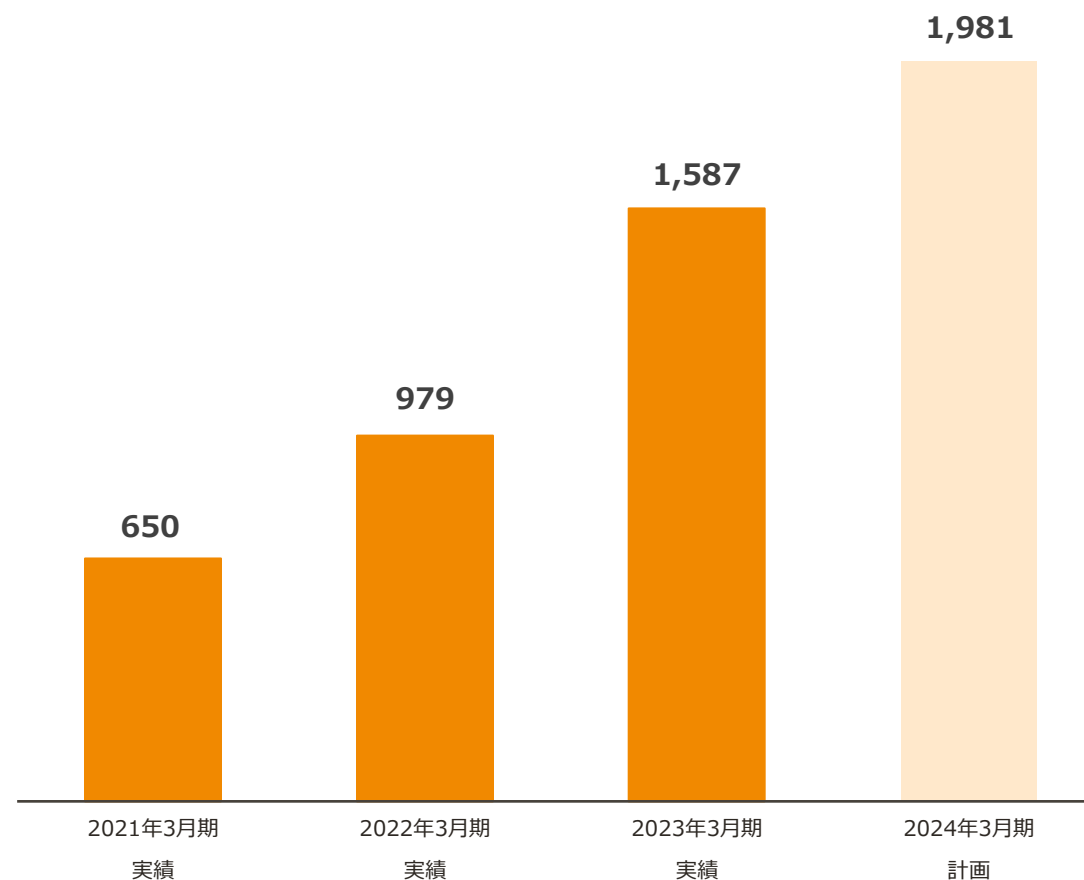
## 2 サブスクコマースでの成長

効果的な販促施策により、サブスクコマース（定期購入）へのスイッチを促進

サブスクコマースの販促イメージ

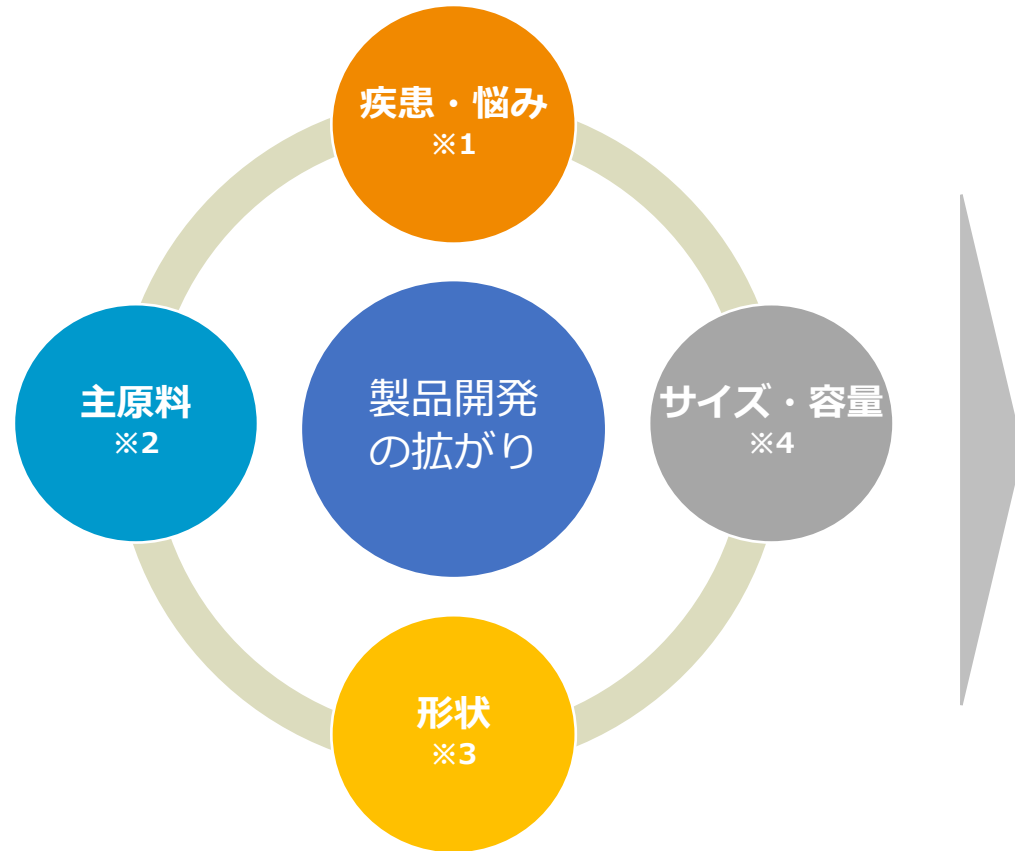


サブスクコマース売上高 (単位：百万円)



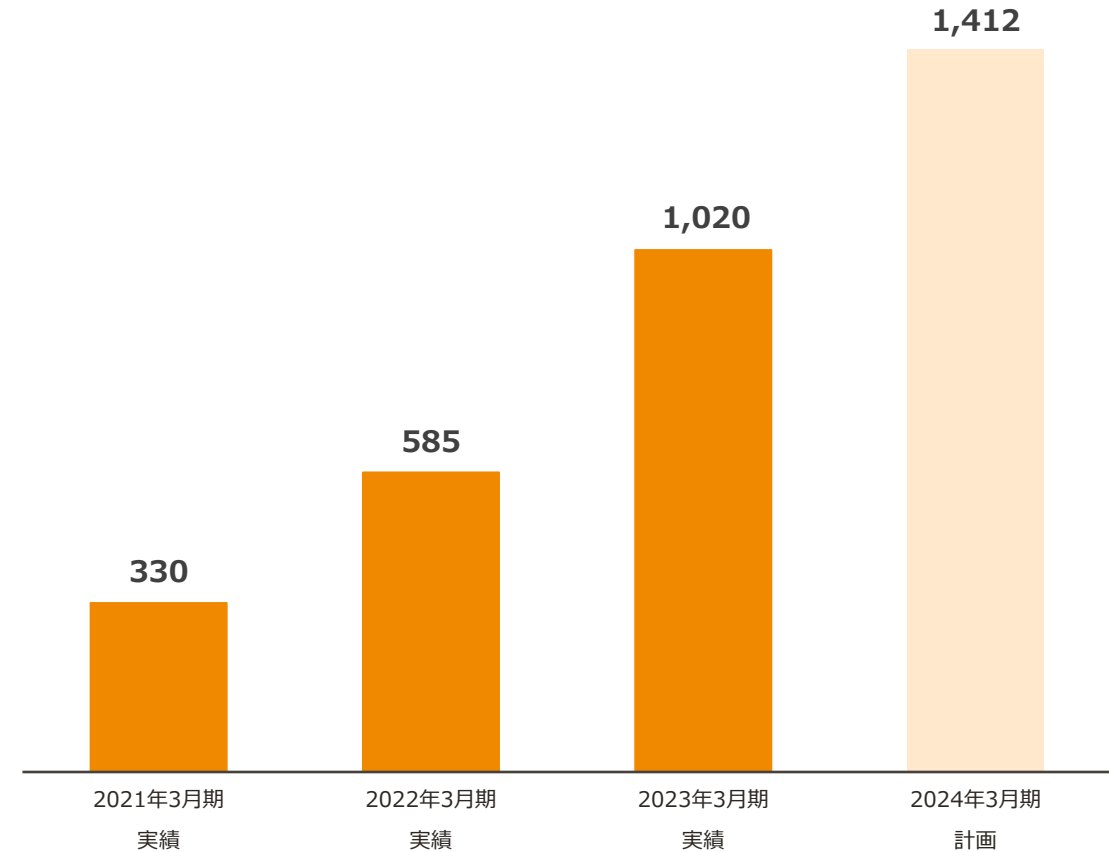
ペットデータの徹底的な分析から、顧客ニーズに沿った製品開発を推進

### D2Cブランド製品拡充のイメージ



### D2Cブランド売上高

(単位：百万円)

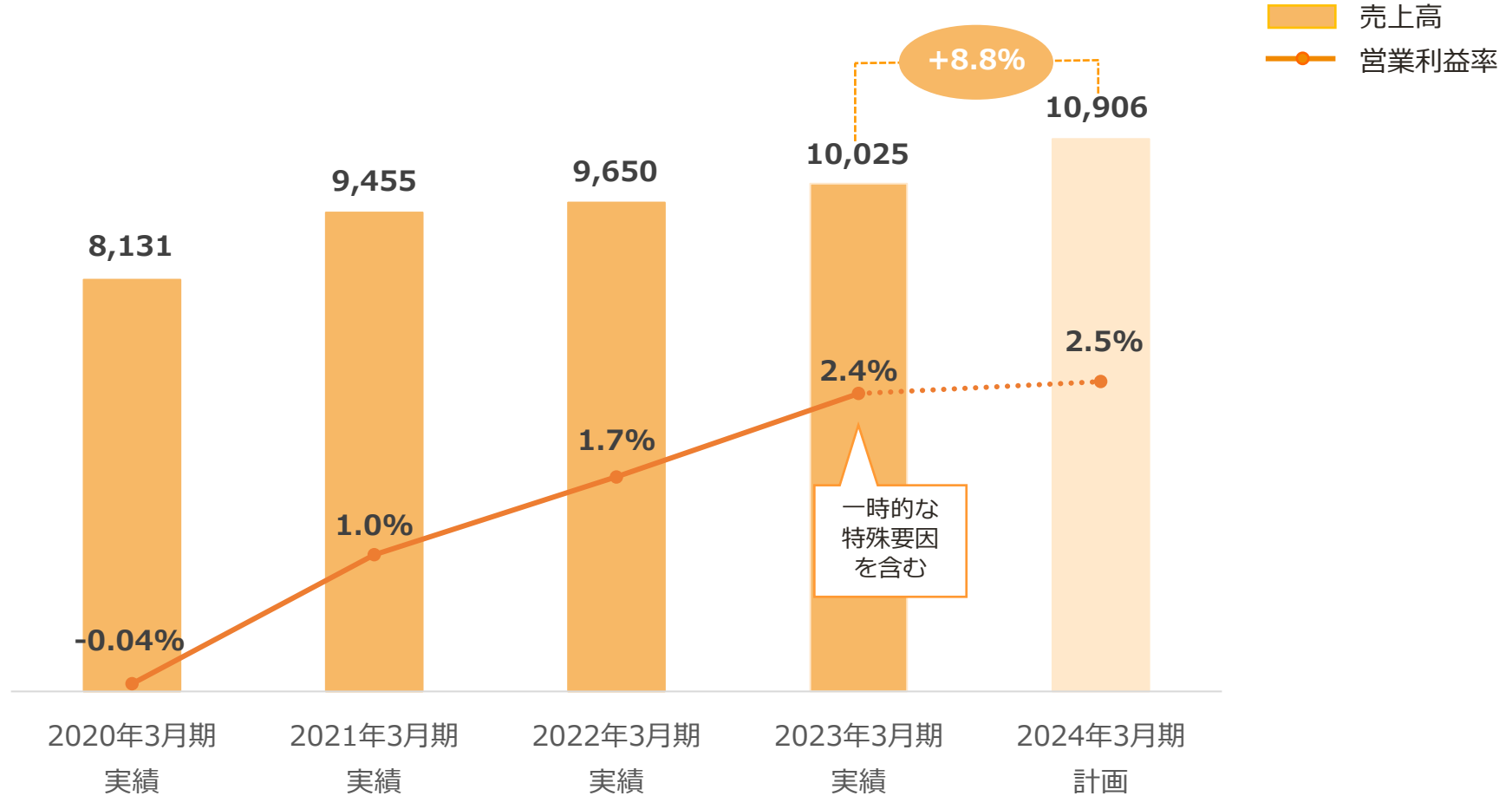


# 計画数値

2024年3月期は、売上高前期比8.8%の伸びを計画。  
営業利益率については将来的に3%を目指す

## 売上高と営業利益率の成長イメージ

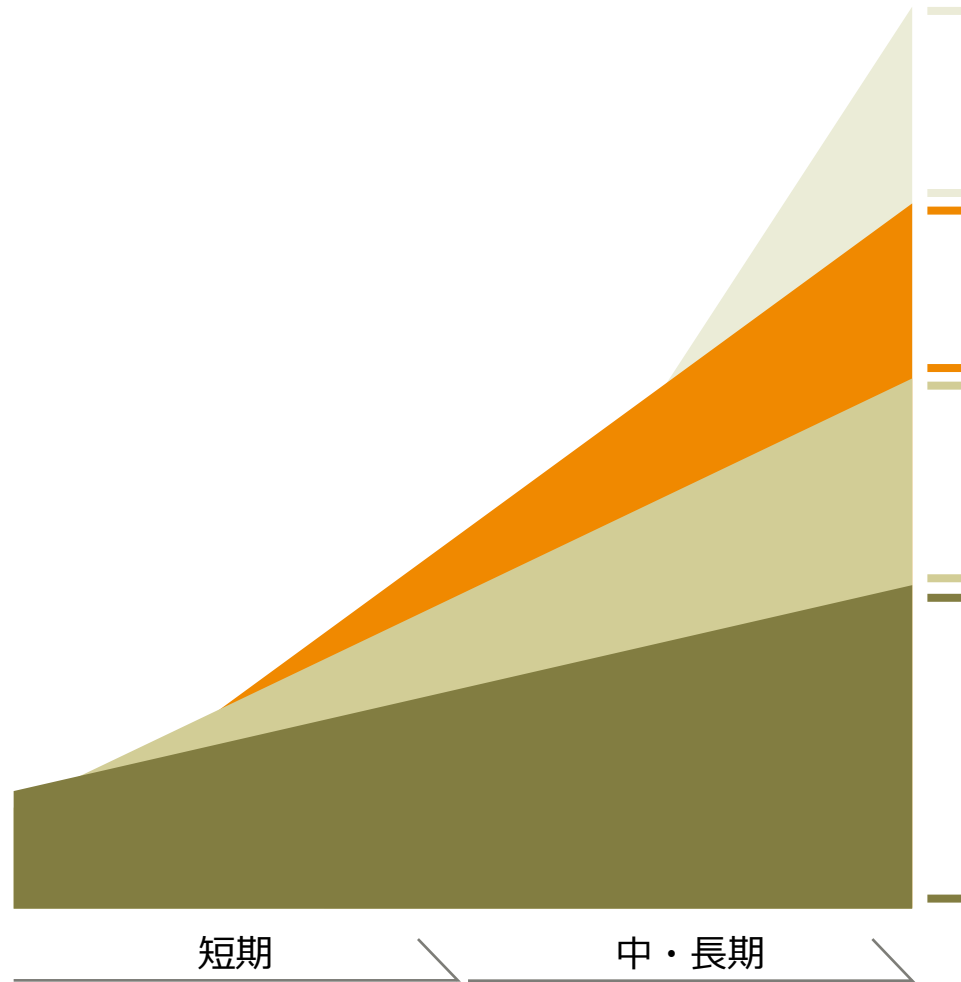
(単位：百万円)





# 成長イメージ

顧客基盤を拡大し、蓄積したペットデータを活用していくことで、ペットライフのDXを推進



## 新規サービスでの成長

顧客基盤とペットデータを活用し、テクノロジーを駆使した新規ペット関連サービスを展開（ペットライフのDXを推進）

## D2Cブランド戦略による粗利率向上

ペットデータを活用し、ファブレス製造による品揃えを拡充し、ブランドのファンを拡大

## サブスクコマース戦略によるリカーリング収益拡大

サブスクコマースの認知度と利便性をより一層高め、リカーリング収益を拡大

## マルチコマース戦略による市場シェア拡大

マルチコマース展開推進により、顧客基盤をさらに拡大し、リピート売上比率の高い安定した事業基盤を強化

# 上場時の調達資金による主な資金使途

上場時における調達資金は、D2Cブランドへの投資に計画通り実行済み



# 6



1. 企業概要
2. 事業コンセプト
3. 市場環境
4. 強みと特徴
5. 成長戦略

## 6. 事業リスク

Appendix

# 重要リスク

主なリスク要因	主なリスク	発生可能性	時期	影響度	対応策
NB商品	当社グループの商品売上のうち、特定の製造業者のNB商品による売上が大部分を占めております。当該製造業者の商品供給に係る事情や方針の変更等により、当該商品の長期欠品や大幅な値上げ等が発生した場合には、当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性があります。	高	短～長期	大	当社グループでは、NB商品の適切な在庫量の確保を行うことで、顧客に商品を安定供給できるように取り組んでおります。また、引き続きD2Cブランド製品の開発を進め、顧客に商品を安定供給できるように努めてまいります。
システムトラブル	当社グループは、Eコマースにかかる多くの業務を当社が開発、運用するDXプラットフォームに依存しております。地震、台風等の自然災害、事故、停電など予期せぬ事象の発生や想定を超えたアクセスの急激な増加、コンピュータウィルスの侵入、構築したアプリケーション内の不具合等の要因によってシステムの障害又は通信ネットワークに障害が発生した場合、当社事業の運営が困難になるとともに、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	短～長期	大	当社システムは、クラウド上で構築しており、それぞれ予備システムや予備データの保有機能等の二重化措置やファイアウォール、ウィルスチェック等、外部からの攻撃を回避するための対策を講じ、セキュリティ対策の強化に努めております。また、ネットワークについては、定期メンテナンスを実施し、本社と物流センターのどちらか一方がインターネットに接続されていれば業務停止を回避できるよう、ネットワークの2重化対策を行っております。
物流機能	当社グループは、神奈川県厚木市に自社が運営する物流拠点を構え、兵庫県尼崎市にて3PL(3 <sup>rd</sup> Party Logistics)を活用し、商品の検品・保管・仕分・梱包といった物流関連業務を行っております。これらを適時に行えず、物流関連業務に滞りが発生した場合、また、物流拠点を設置している地域において、地震、台風等の自然災害が発生したことにより物流拠点が被害を受けた場合には、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	短～長期	大	当社グループは、商品取扱高の増加に応じて、倉庫面積の拡大や物流スタッフの採用、及びシステム化等を通じた物流機能の強化に取り組んでおります。また、リスク分散の観点から、他社が運営する物流拠点も活用し、リスク回避に努めてまいります。
個人情報の漏洩	当社グループは、Eコマースによる商品販売に際し、多くの個人情報を保有しております。外部からの不正なアクセスや想定していない事態によって個人情報の外部流出が発生した場合、新規顧客獲得、定期購入の解約等、当社事業の運営が困難になるとともに、社会的信用が失われ、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	低	短～長期	大	個人情報にかかる取り組みとして、データの暗号化、厳格なアクセスコントロール、不正アクセス対策に努めているほか、個人情報保護方針、個人情報保護規程及び情報セキュリティ管理規程を制定し、個人情報保護マニュアルによる社内運用ルールの周知徹底、個人情報資産の台帳管理とリスク評価の定期実施、全従業員を対象とした定期研修の実施、個人情報保護監査の実施と不適合の是正及び予防等により、個人情報の適切な取扱いに努めております。

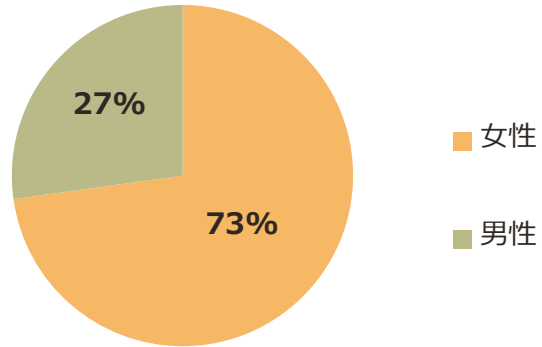
上記は、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、当社にとって、成長の実現や事業計画に重要な影響を与える可能性があるものと認識する主要なリスクを抜粋しております。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください

1. 企業概要
2. 事業コンセプト
3. 市場環境
4. 強みと特徴
5. 成長戦略
6. 事業リスク

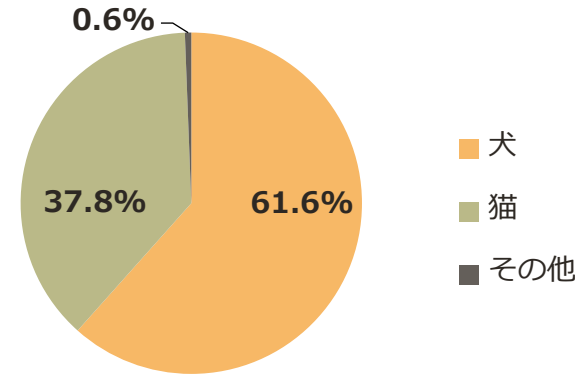
## Appendix

# 顧客属性

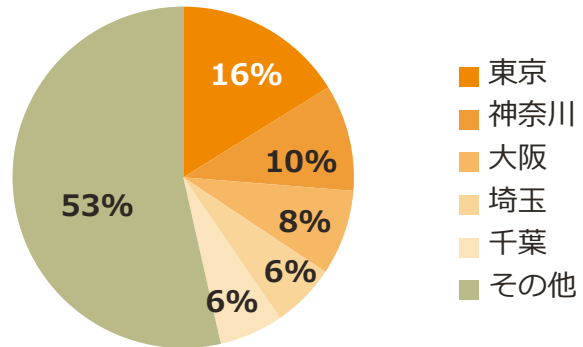
## 顧客の性別



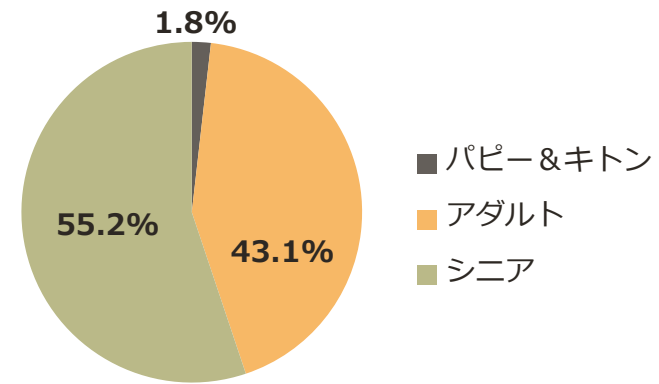
## 犬猫の比率



## 顧客の居住地



## ライフステージ別犬猫比率



# サステナビリティへの取り組み

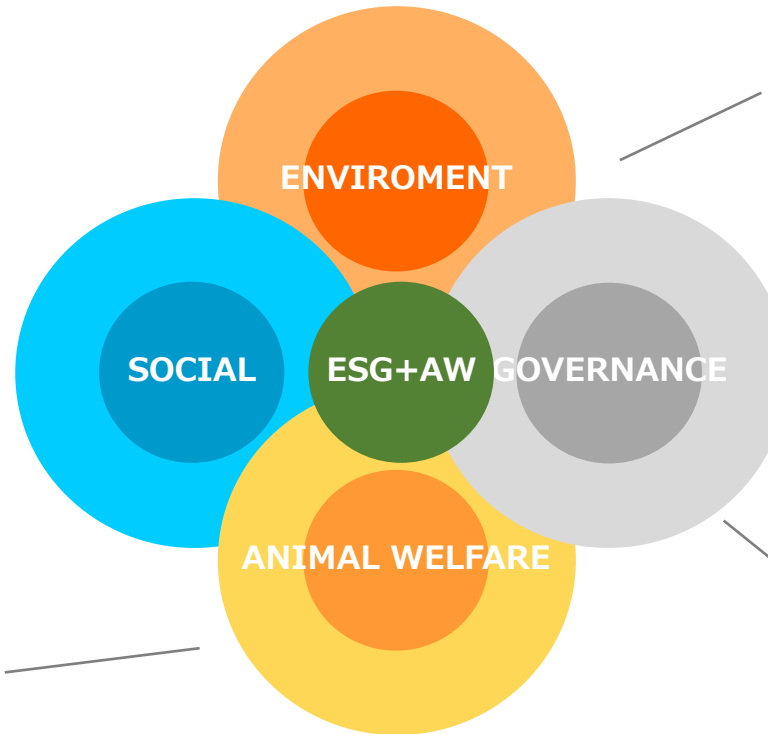
当社は、「ハッピーペットライフ・ハッピーワールド」を実現するため、動物福祉（Animal welfare）とESGを軸とした経営に注力し、SDGsもふまえ、企業の持続的成長を図るとともに、経営基盤の強化に継続的に取り組んでいます。

多様性を尊重し、社員一人ひとりが働きやすい環境を

- ・女性活躍の推進
- ・オンラインによる従業員教育の充実
- ・ペット飼育補助（ペット手当・ペット弔慰休暇・ペット弔慰金）

ペットに快適な環境を整えることでペットのQOLを向上

- ・保護犬猫団体への物資支援
- ・保護犬猫マッチングサイトを通じた新たな飼い主への支援
- ・保護犬猫への支援
- ・飼い主エデュケーション
- ・セルフメディケーション推進



サステナブルな社会を目指して、できることから1つずつ

- ・DXによる通販納品書ペーパーレスの推進
- ・D2Cブランド製品へのFSC認証紙の採用
- ・犬猫保護団体への物資寄付による廃棄フード・用品の削減

コンプライアンス重視経営を目指し、企業価値を最大化

- ・ガバナンス報告書

# 本資料の取扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しております。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予測に関する記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。
- 当資料のアップデートは今後、年度決算発表のタイミング（2024年5月予定）で開示していく予定です。

## お問い合わせ先

経営企画部

Email : [ir@petgo.co.jp](mailto:ir@petgo.co.jp)

IR情報 : <https://corp.petgo.jp/ir>





