



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

2022年4月

1. 企業概要

- 私たちの想い
- 会社概要
- 取扱商品と販売チャネル
- 沿革
- 経営陣
- 事業系統図
- 業績推移
- 購入者数推移

2. 事業コンセプト

- 事業コンセプト
- ポジショニング

3. 市場環境

- 犬猫平均寿命と年齢別疾患増加傾向
- 世帯平均ペット関連支出額
- ペットフード用品EC化率
- 国内ペット関連市場規模
- ペットフード用品カテゴリー別市場規模

4. 強みと特徴

- 強みと特徴
- ペットデータ
- DXプラットフォーム
- ①マルチコマース
- ②サブスクコマース
- ③D2Cブランド

5. 成長戦略

- 大きなTAMと低いEC化率
- 成長戦略
- 成長イメージ
- 調達資金の使途

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



ペットたちが 行き着くところ

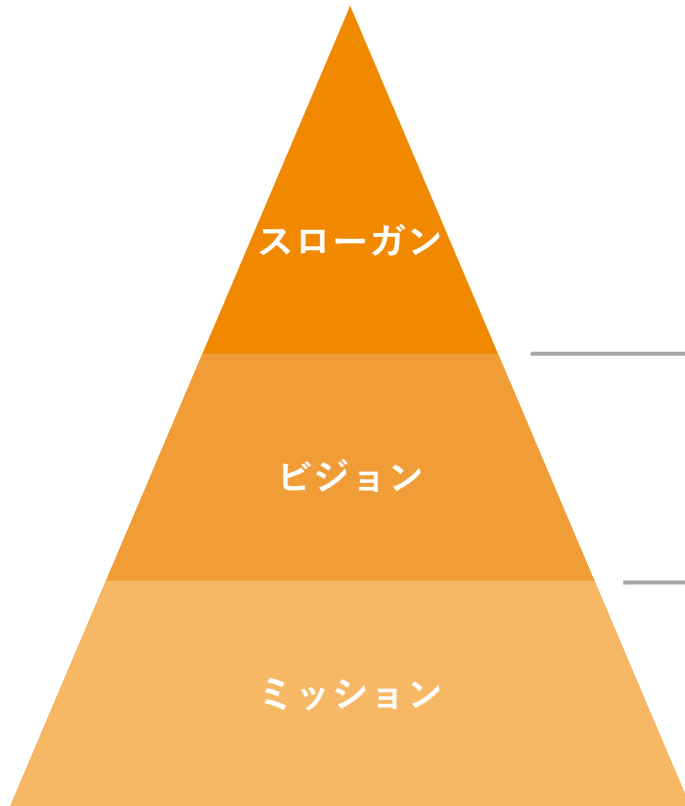
日本では約2割の世帯が
犬猫と共に暮らしています

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
そして長生きでいてほしい

そんな飼い主の皆様の想いに応えるべく
ペットゴー株式会社は設立されました

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

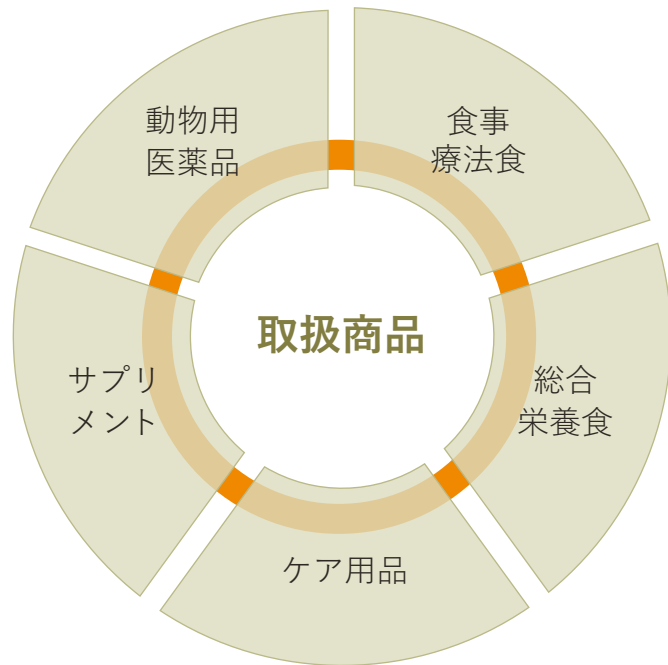
会社概要

会社名	ペットゴー株式会社	代表者	代表取締役社長 黒澤 弘
所在地	東京都中野区本町1-32-2	資本金	2億7,974万円（2021年3月末時点）
設立	2004年11月17日	従業員数	54名（2021年3月末時点）
事業内容	ペットヘルスケア事業	決算期	3月



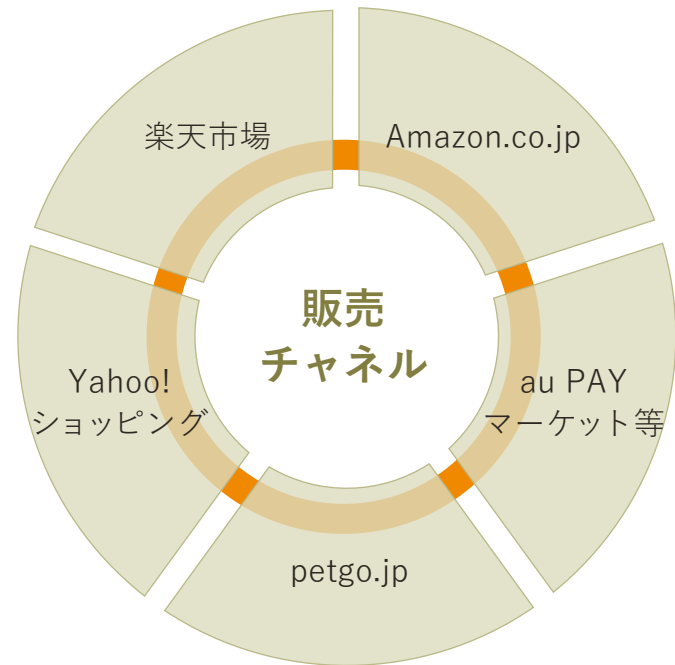
主な取扱商品と販売チャネル

ペットヘルスケア※1



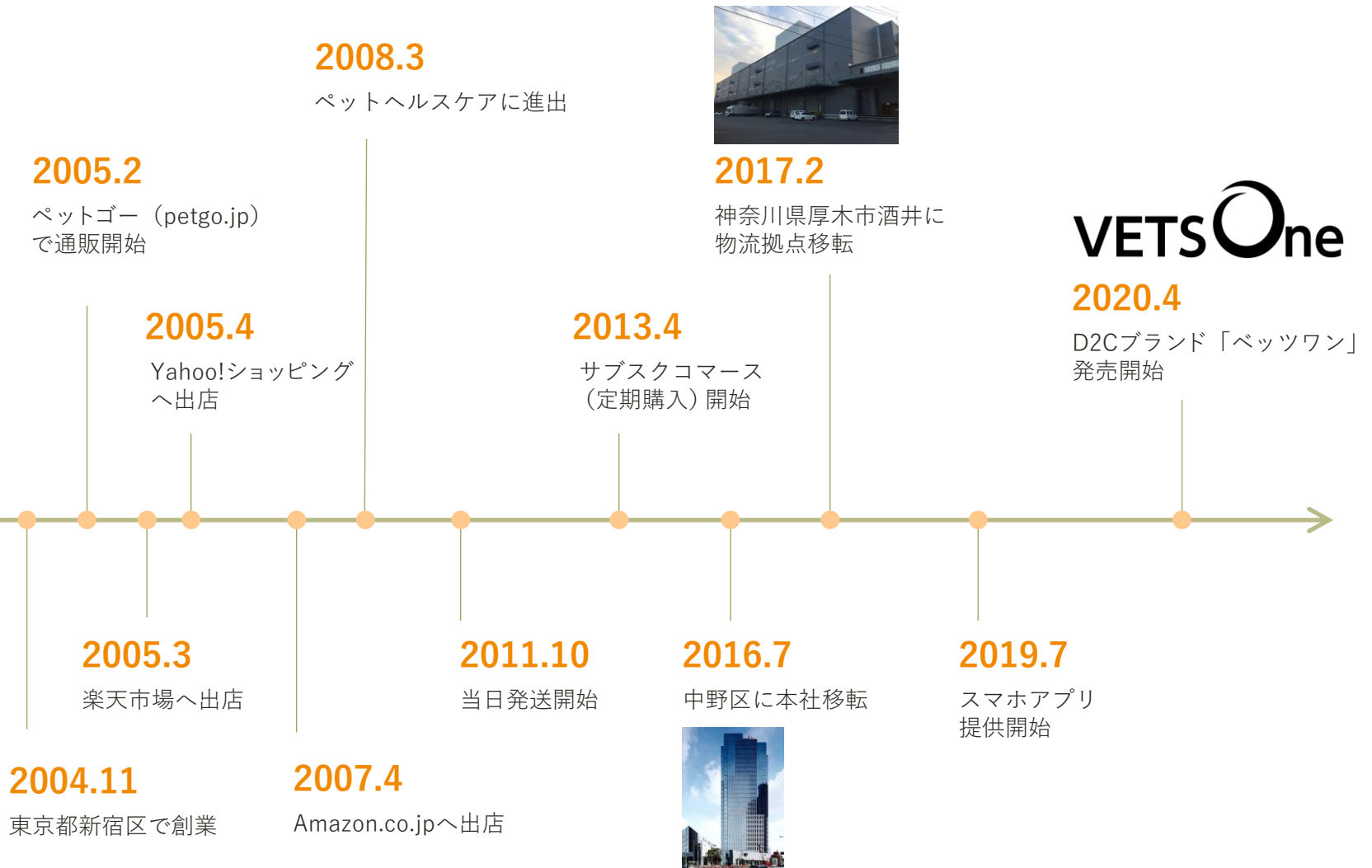
- 動物用医薬品：
ノミ・マダニ駆除薬、目薬、皮膚薬、外耳炎薬、胃腸薬等
- 食事療法食：
栄養成分の量や比率などを調節することによって、
特定の疾病等に対して使用されることを意図したペットフード
- その他：
総合栄養食、サプリメント(栄養補助食)、デンタルケアなどのケア用品

デジタル (Eコマース)



- 自社オンラインサイト：
「petgo (ペットゴー)」
- 他社オンラインモール：
楽天市場支店、楽天市場支店2号館、楽天市場支店3号館、
Yahoo!ショッピング支店、Yahoo!ショッピング支店2号館、
Amazon支店、auPayマーケット支店、Qoo10支店
- 2021年3月期におけるEコマースの売上高構成比は約90%

沿革



経営陣



黒澤 弘 / 代表取締役社長

- 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

- 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 IJ America Inc. President& CEO就任
- 2007年 (株)ハイホー代表取締役就任
- 2016年 当社監査役就任
- 2019年 当社取締役(監査等委員)就任

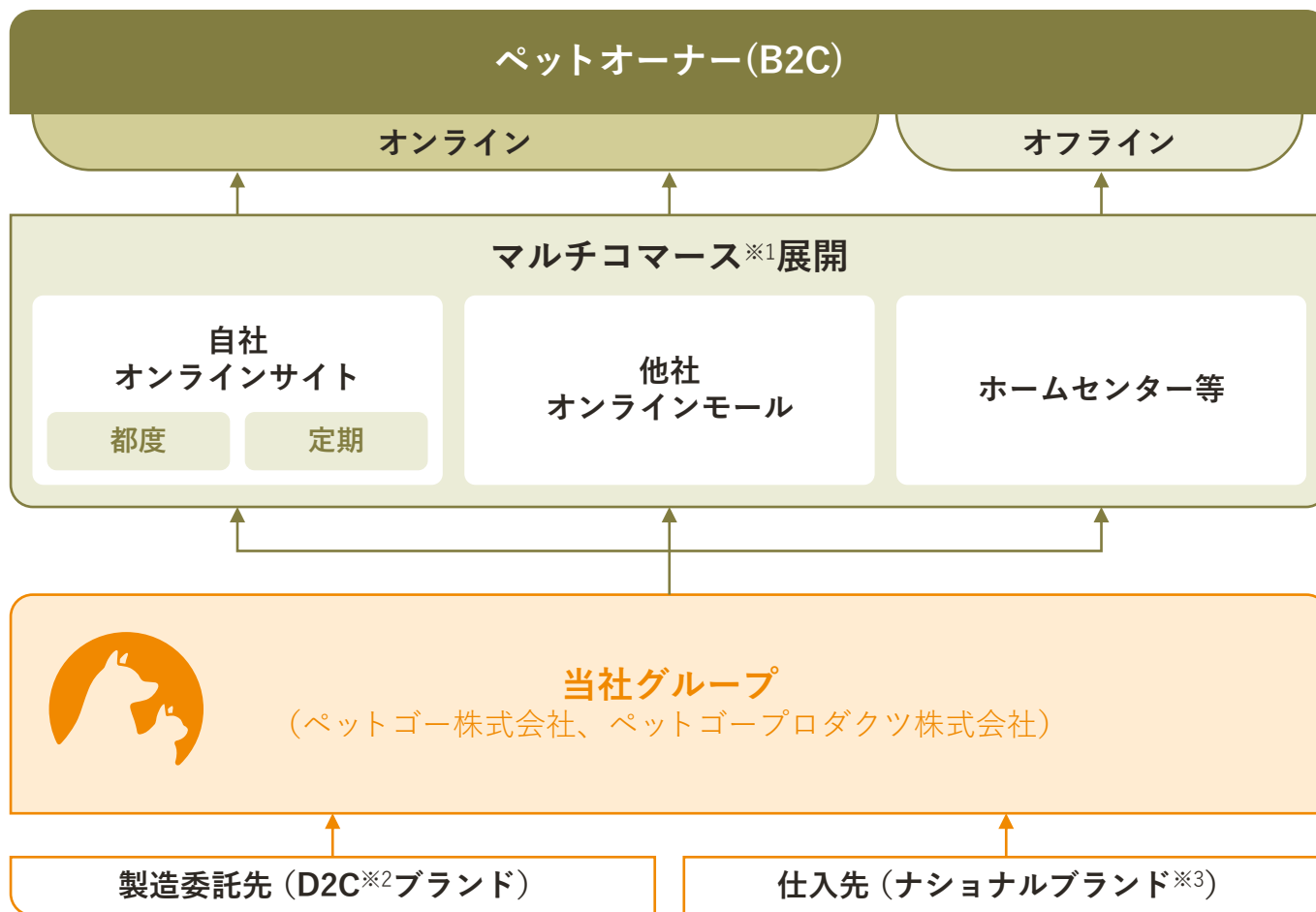
藤池 智則 / 取締役（監査等委員）

- 2000年 堀総合法律事務所入所
- 2008年 当社監査役就任
- 2012年 (株)ベネフィット・ワン社外監査役就任
- 2017年 (株)エディア社外取締役監査等委員就任
- 2019年 当社取締役(監査等委員)就任

伊藤 章子 / 取締役（監査等委員）

- 2004年 新日本監査法人入所
- 2015年 当社監査役就任
- 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 当社取締役（監査等委員）
- 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

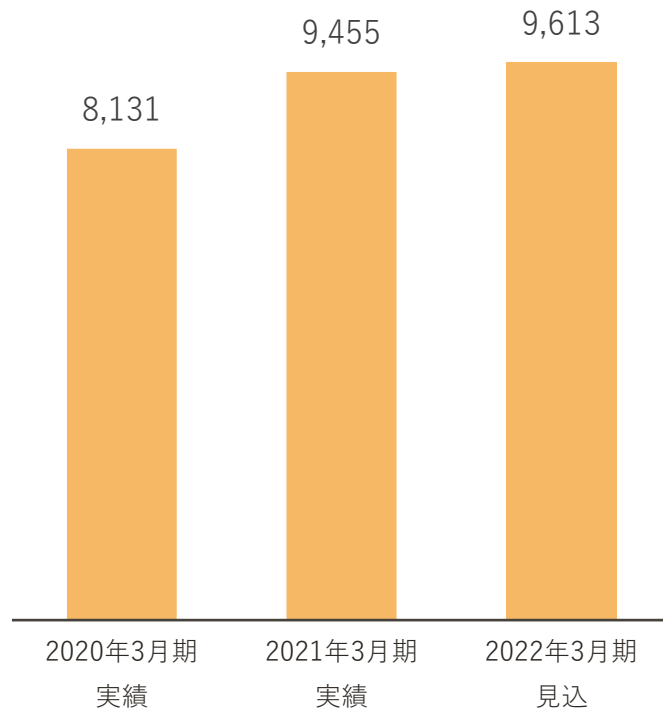
事業系統図



業績推移

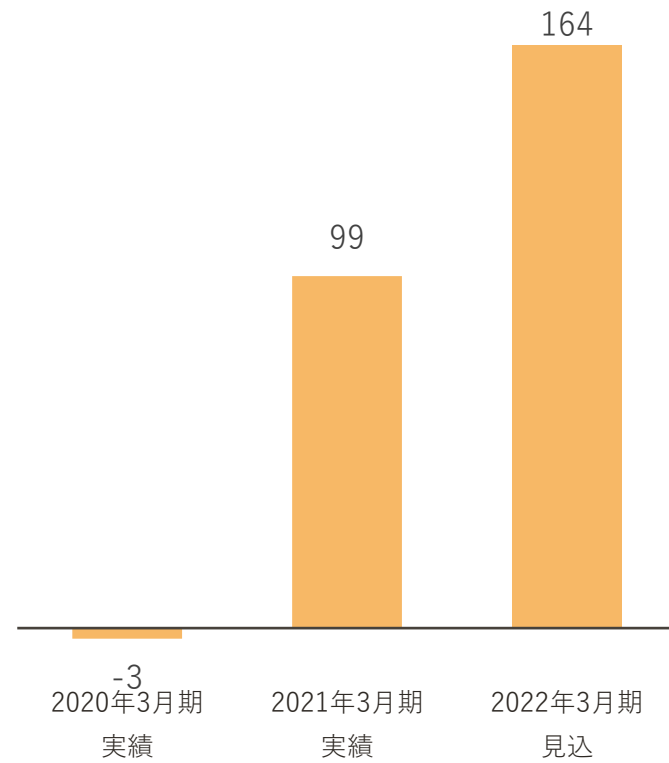
連結売上高

(単位：百万円)



連結営業利益

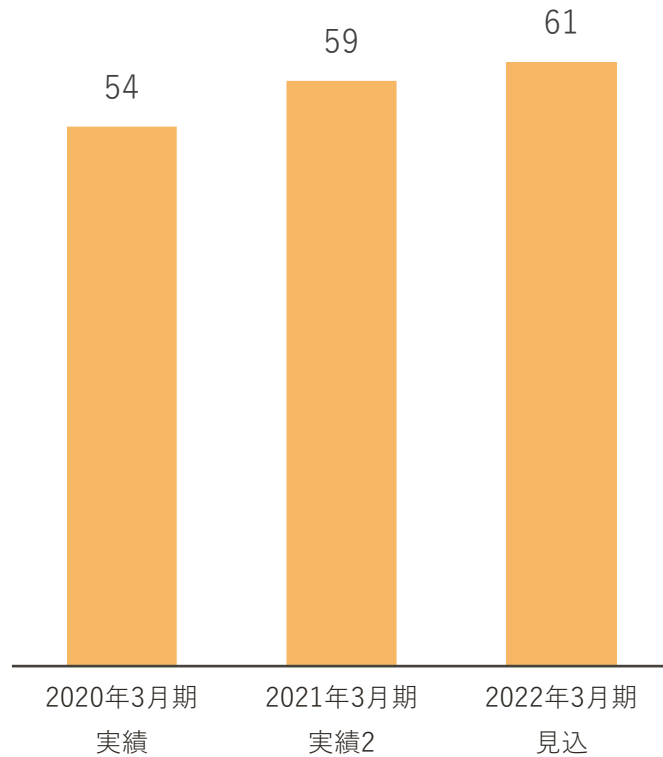
(単位：百万円)



購入者数推移

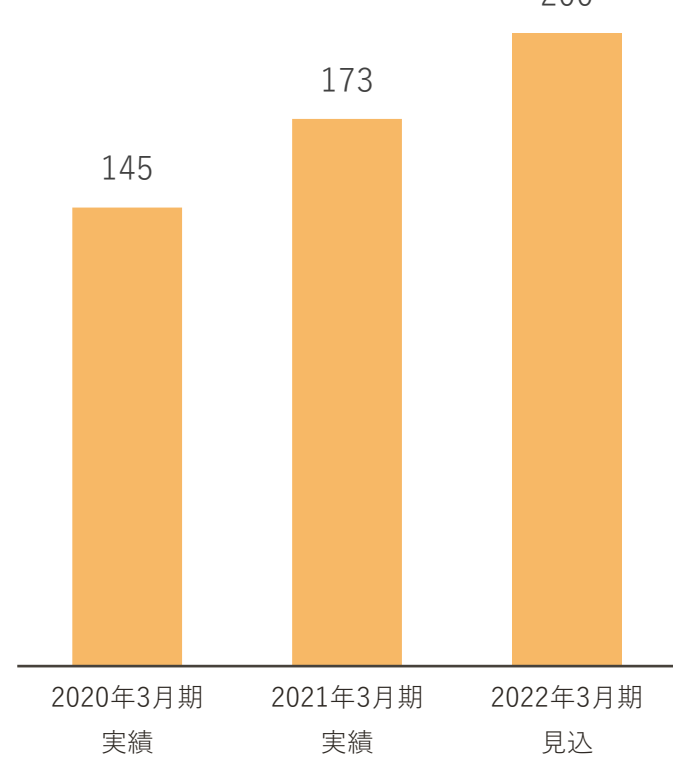
アクティブ購入者数※1

(単位：万人)



累計ユニーク購入者数※2

(単位：万人)
200



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

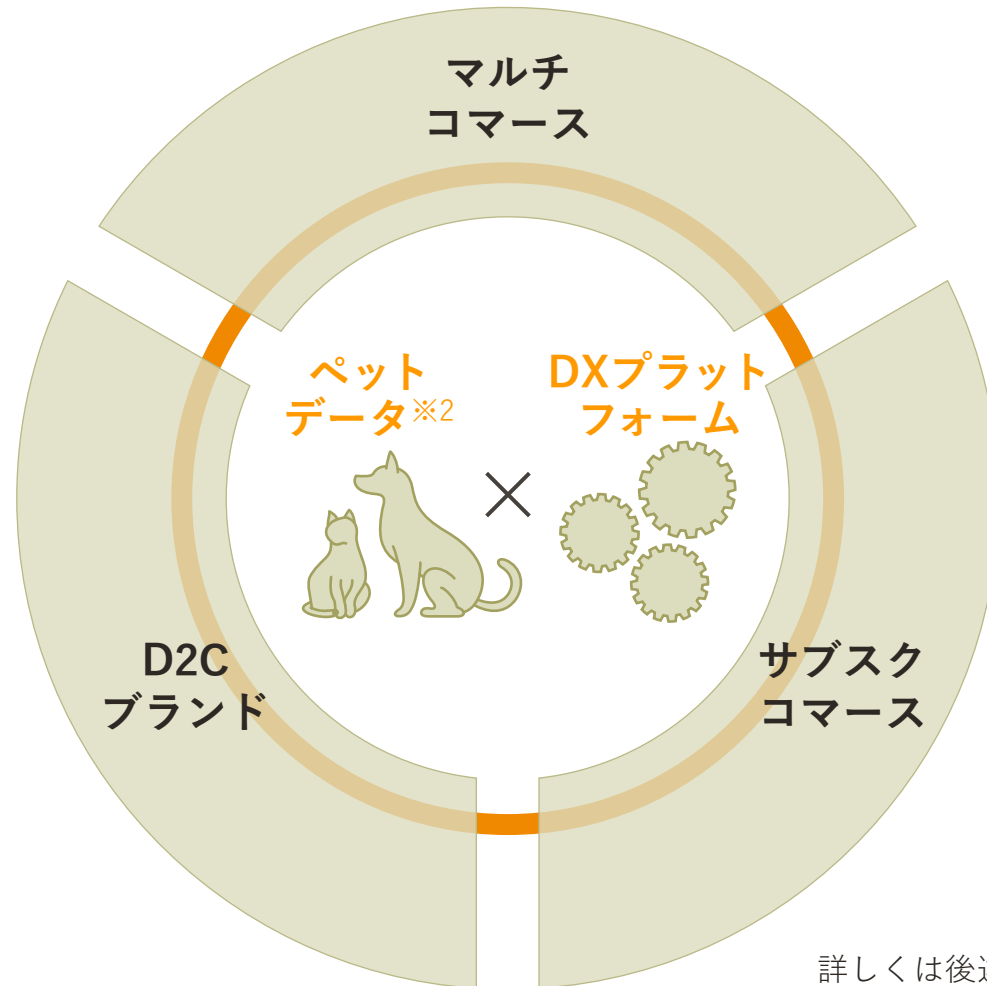
5. 成長戦略

6. 事業リスク

Appendix

事業コンセプト

ペット×DX^{※1}をコンセプトに、テクノロジーを駆使してペットデータを蓄積・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



オンライン (Eコマース)

新たな販売チャネル

大手
オンラインモール



ペットサプライ

主に一般のペットフードやスナック、トイレタリー、おむつ、首輪リード、衣類、玩具、食器、消臭剤、キャリー、ケージ等のフード・用品



ペットヘルスケア

主に機能性フード、動物用医薬品、サプリメント、ケア用品等のペットの病気予防及び健康改善を目的としたフード・用品

大手
ペットショップ



多数の
動物病院



オフライン

ペットショップやホームセンター、動物病院など従前の販売チャネル

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

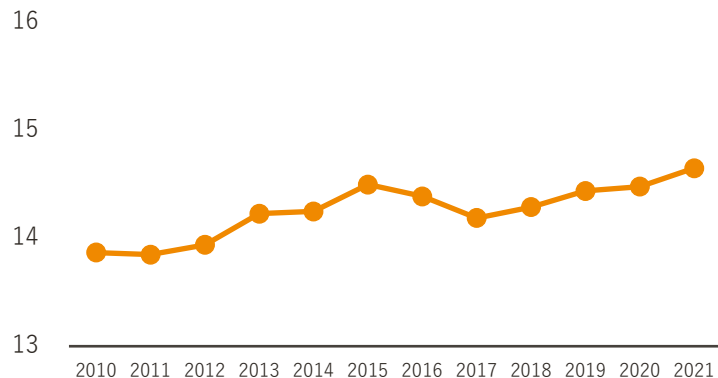
6. 事業リスク

Appendix

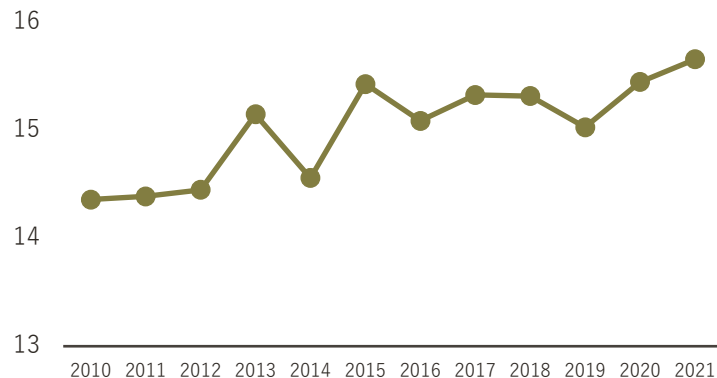
犬猫の平均寿命と年齢別疾患増加傾向

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

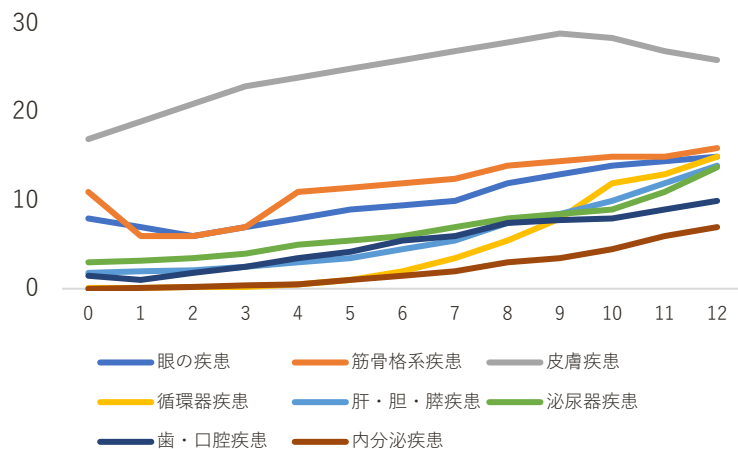
犬の平均寿命 (単位：歳)



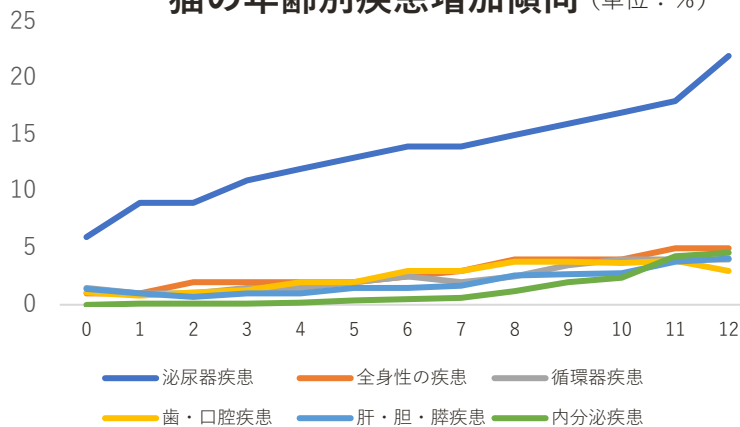
猫の平均寿命 (単位：歳)



犬の年齢別疾患増加傾向 (単位：%)

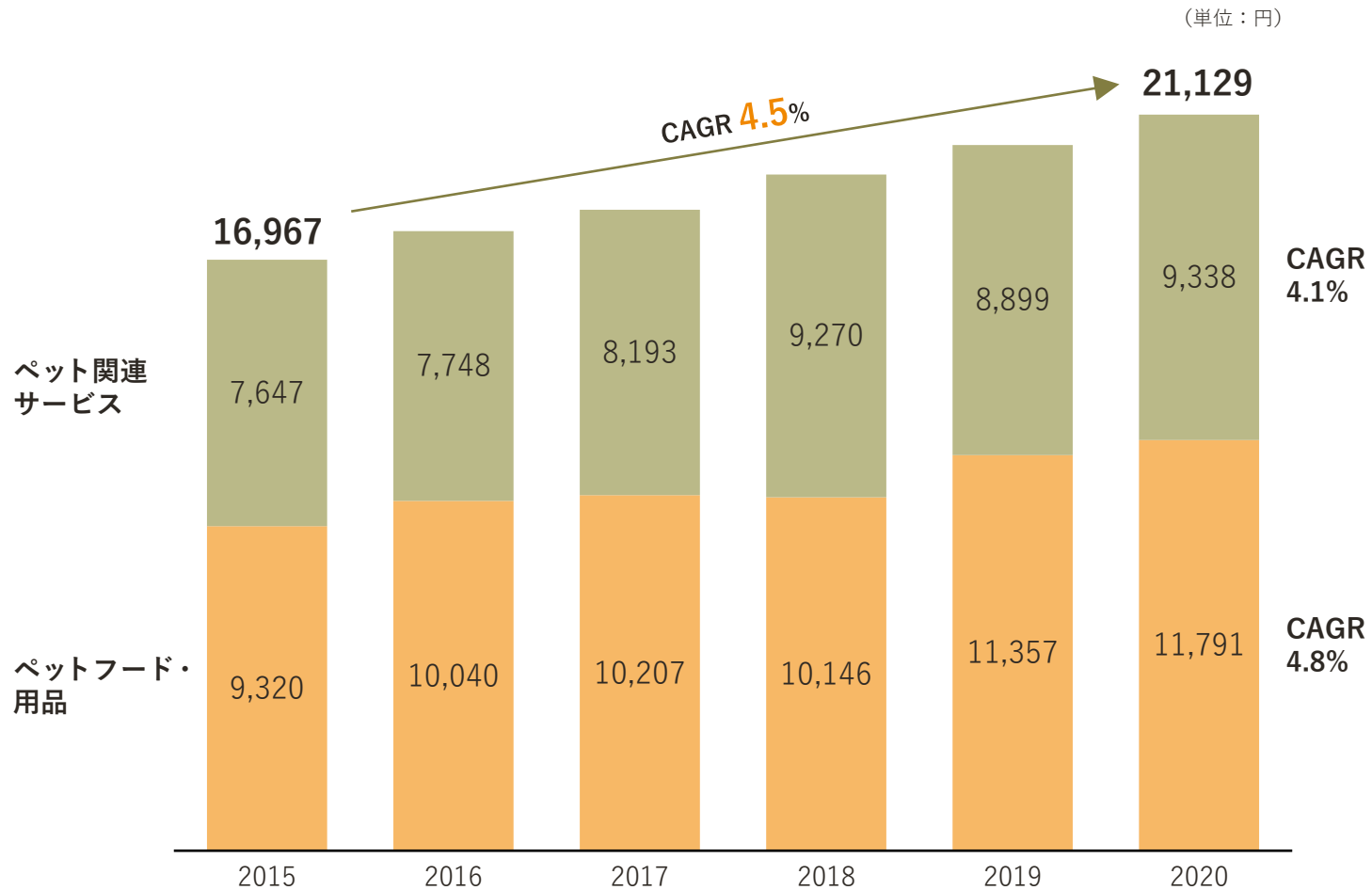


猫の年齢別疾患増加傾向 (単位：%)



世帯平均ペット関連支出額

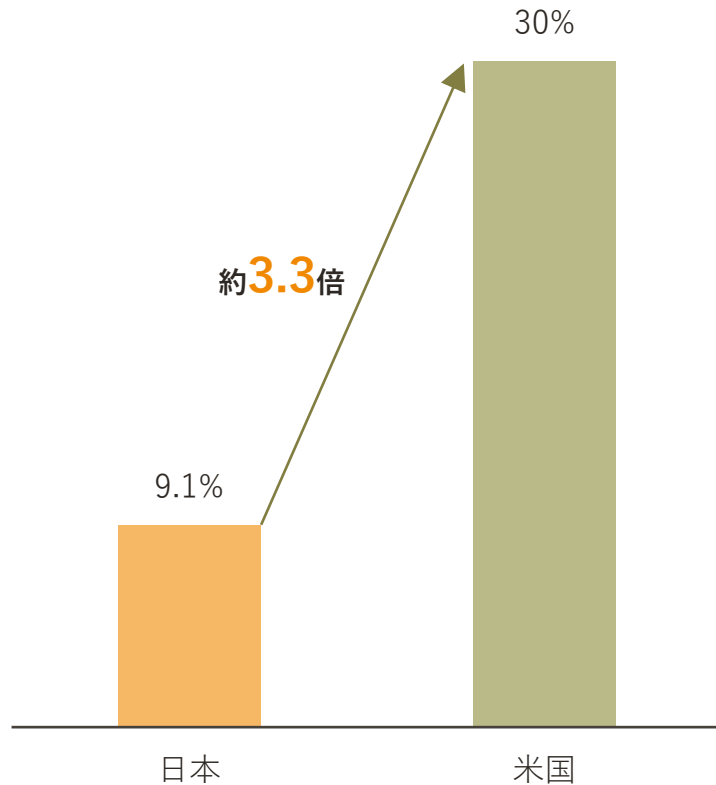
付加価値の高い商品・サービスのニーズが拡大し、1世帯あたりのペット関連消費額が増加



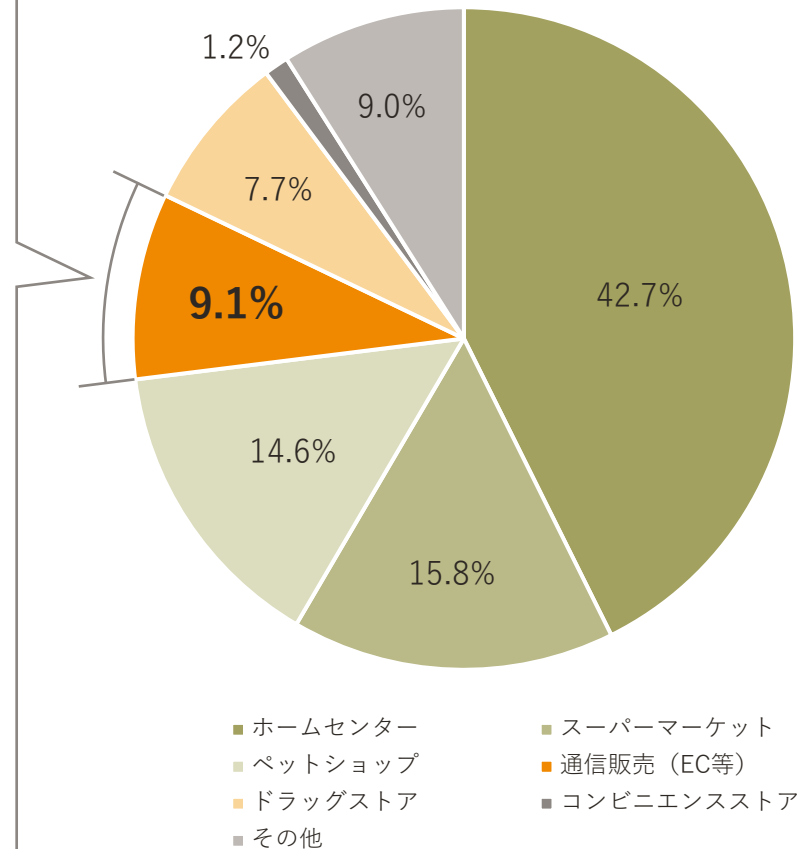
ペットフード・用品EC化率

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2020年の
ペットフード・用品EC化率

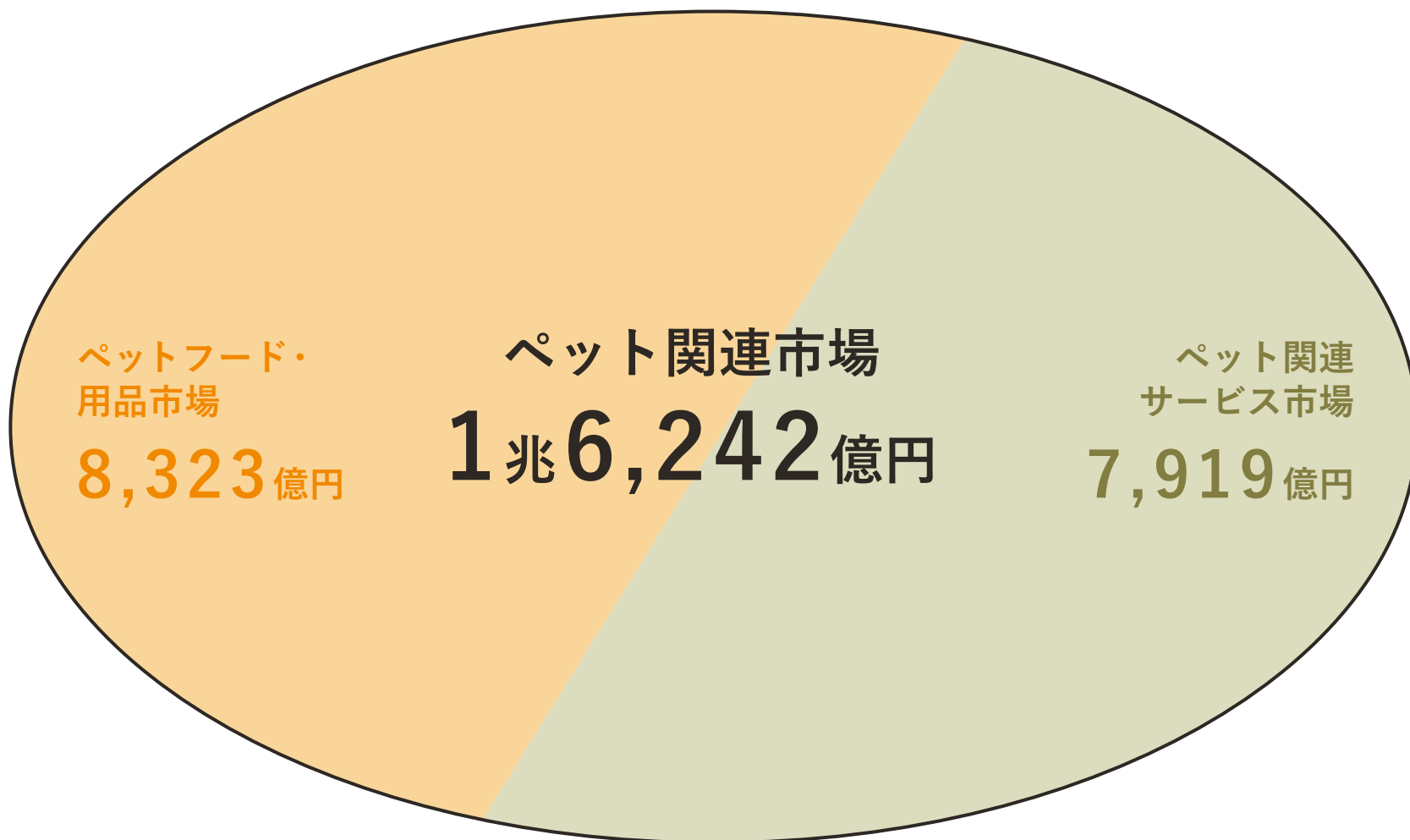


2020年の国内ペットフード・
用品販売チャンネル別構成比



国内ペット関連市場規模

2020年の国内ペット関連市場は、全体で約1.6兆円

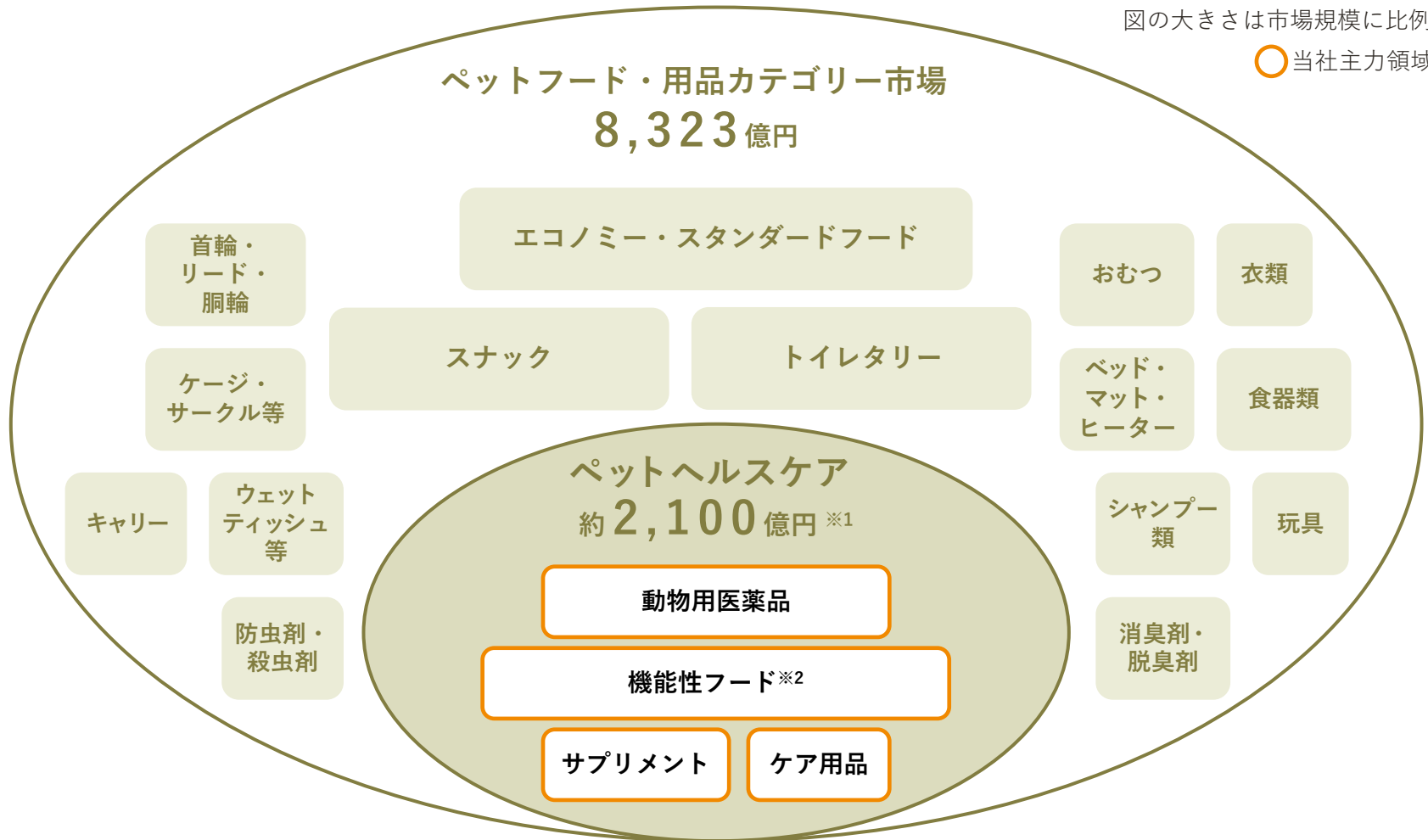


ペットフード・用品カテゴリ別市場規模

ペットヘルスケアが主力領域

図の大きさは市場規模に比例

○ 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

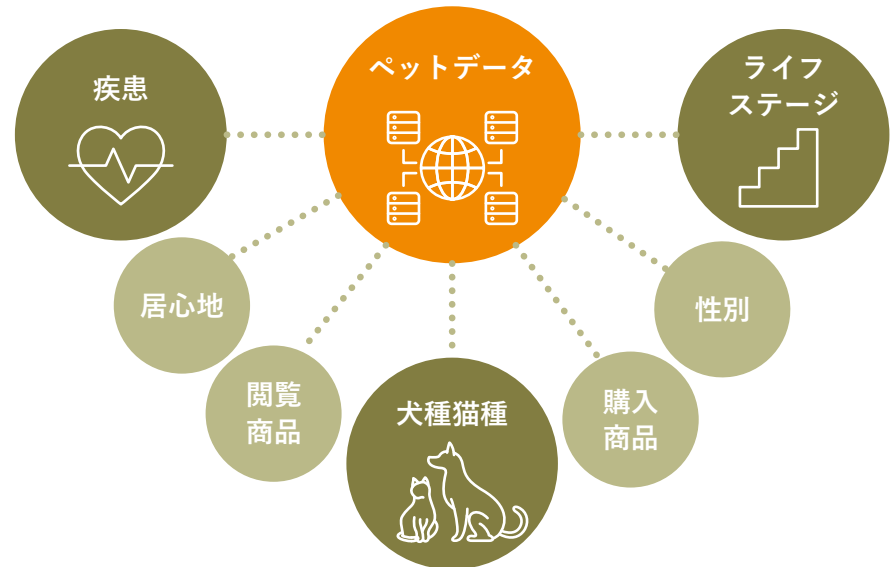
競争力の源泉 その1 ペットデータ

膨大な量の付加価値の高いペットデータを蓄積し活用

当社グループは、創業以来、膨大な量の付加価値の高いペットデータを蓄積し、事業に活用しております。

テクノロジーを駆使し、マルチコマース展開によって収集されたペットデータを自社が開発、運用するプライベートDMP^(※1)に蓄積し、それらのペットデータをマーケティングやD2Cブランド製品の企画に活用しております。

特に、犬か猫か、小型犬か大型犬か、幼犬幼猫か高齢か、避妊去勢済か、どのような疾患や悩みか等のペットに関する付加価値の高い情報は、当社がペットヘルスケア事業を展開するにあたり、それぞれの顧客を識別し、最適な商品提供と製品企画を行う上で、重要な情報リソースとなっております。



具体的な活用事例

- 購買動向分析
- 顧客属性分析
- ブランドスイッチ分析
- ブランドや商品等の売れ筋分析
- 疾患悩み分析
- 顧客調査やモニター募集
- UI/UX^(※2)最適化（レコメンド等）
- 広告販促ターゲティング最適化

競争力の源泉 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プラットフォームを開発し運用

当社グループでは、自社で開発・運用するDXプラットフォームによって、業務運営の大部分をデジタル化された仕組みにより完結しております。

マルチコマース機能では、自社オンラインサイト及び他社オンラインモールの運営で必要となる各業務（発注・仕入・商品登録・受注・出荷・売上管理・在庫管理・顧客対応・顧客管理等）を自動化しており、業務の正確性の確保と効率化を実現しております。また、プライベートDMP機能による膨大なペットデータ等の管理、クラウドWMS機能での物流業務効率化を行っております。

DXプラットフォームの主な機能

1. マルチコマース機能

複数のコマースに跨る各種データをリアルタイムで一元管理し、受発注処理、在庫引当、商品データ更新、販売価格設定、在庫調整等の一連のフローを自動化

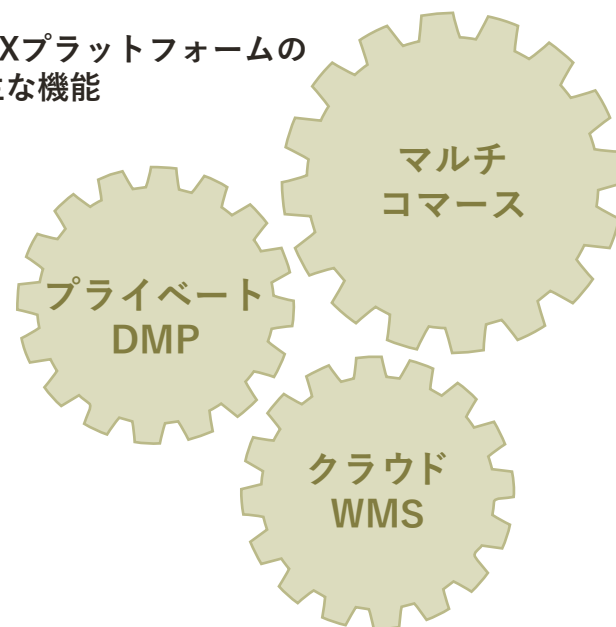
2. プライベートDMP機能

ペットデータを含めマルチコマース機能で収集された複数のコマースに跨る各種データを一元管理

3. クラウドWMS機能^(※1)

リアルタイムでデータ連携を行い、複数拠点の入出荷データや在庫データをクラウド上で一元管理

DXプラットフォームの 主な機能

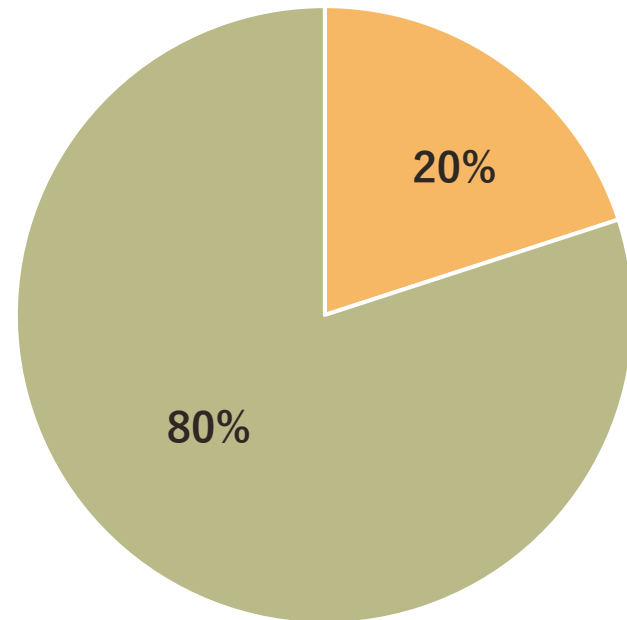


事業の特徴① マルチコマース

自社オンラインサイトに加え、他社オンラインモールにも展開することで幅広い顧客を獲得



販売チャネル別売上構成比

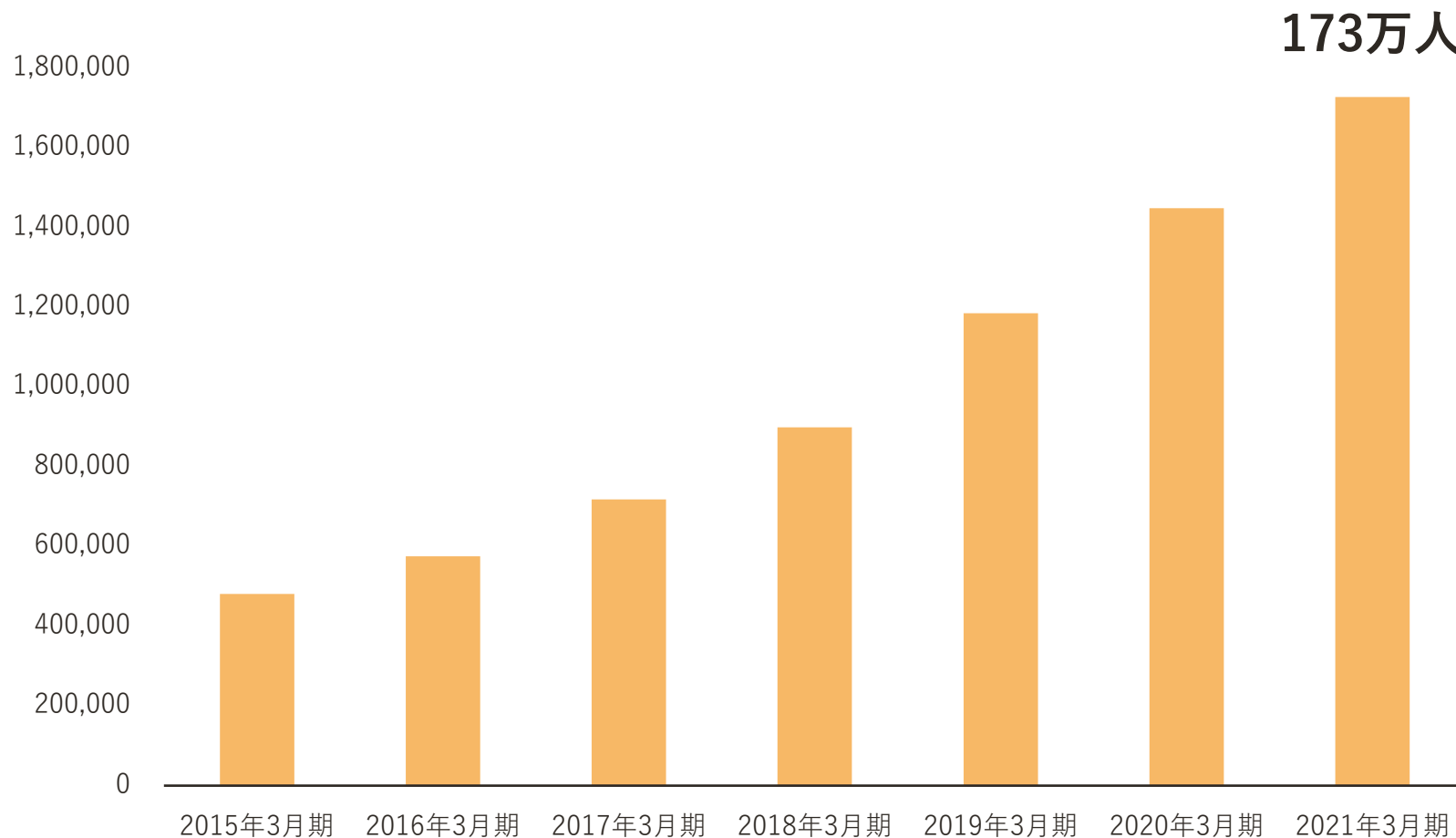


■ 自社オンラインサイト ■ 他社オンラインモール

事業の特徴① マルチコマース 累計ユニーク購入者数

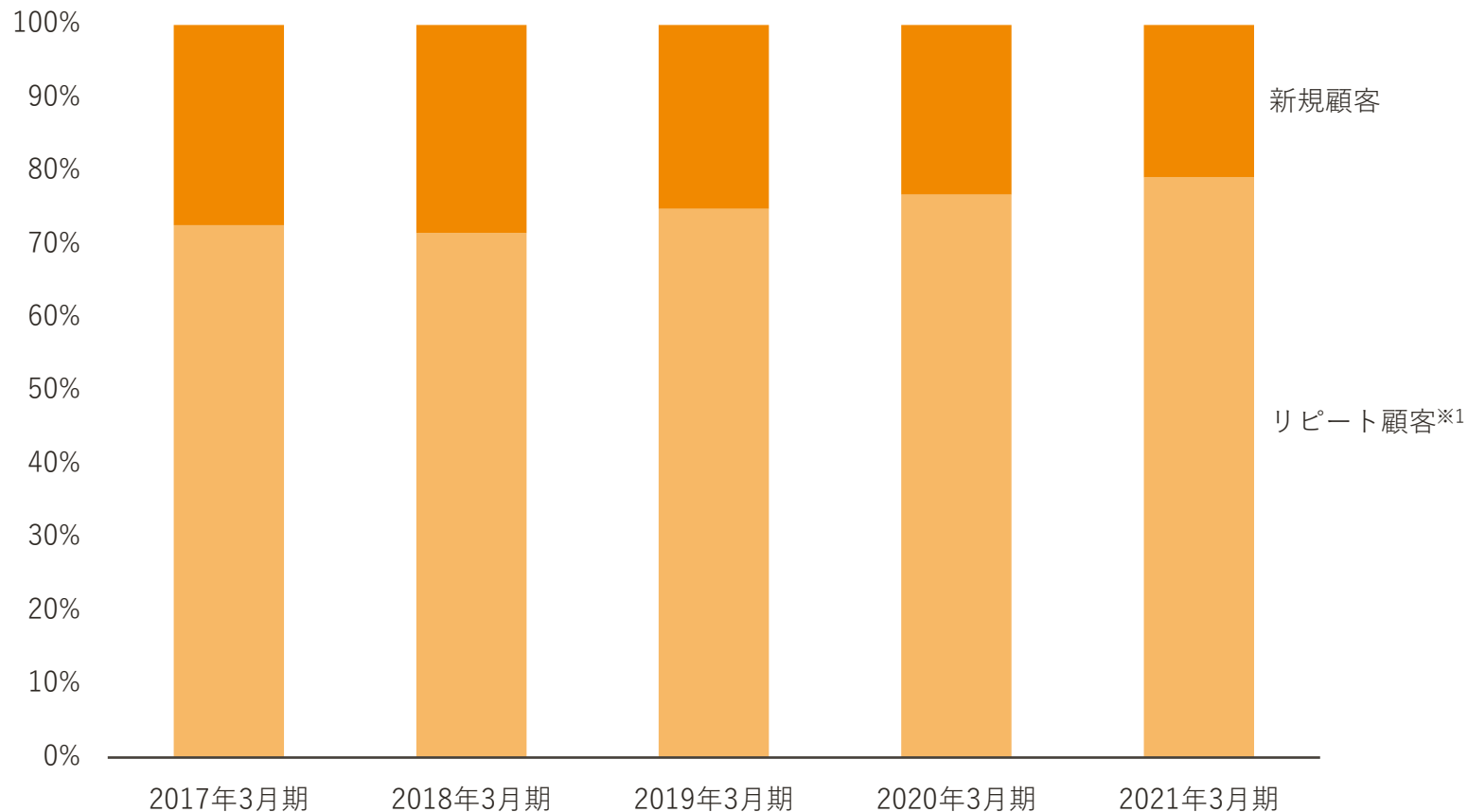
累計ユニーク購入者数は約170万人を突破

(単位：人)



事業の特徴① マルチコマース 顧客別売上高構成比

売上高の約8割がリピート顧客

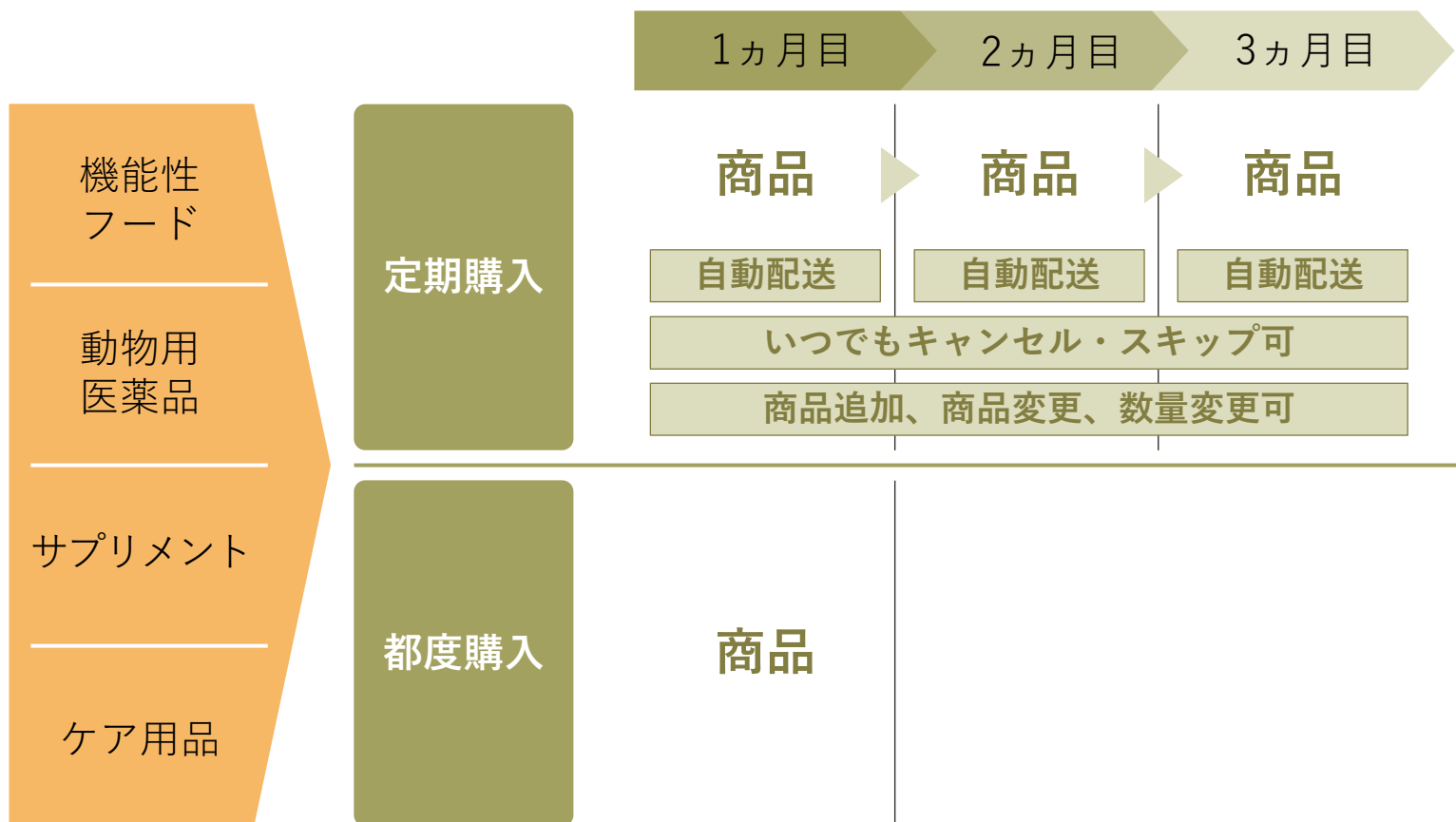


事業の特徴② サブスクコマース（定期購入）

定期購入と相性が高い商材と、自由度・利便性の高いサブスクコマース

主な取扱商材

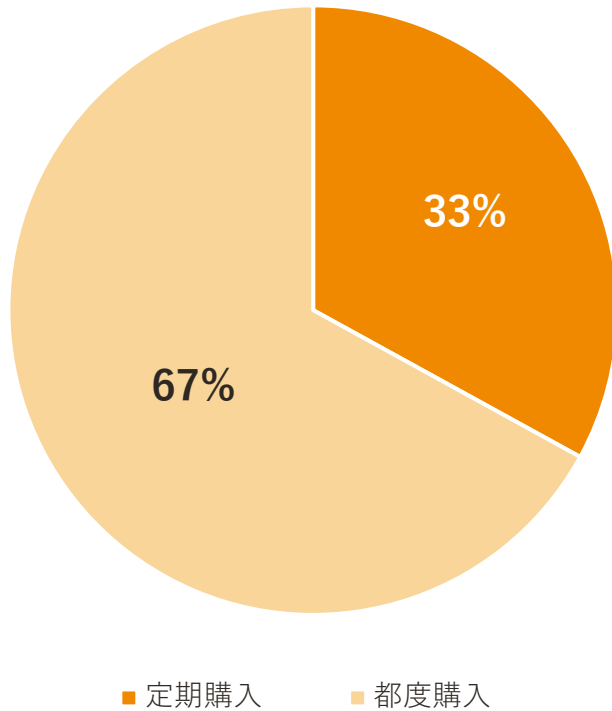
サブスクリプションモデル



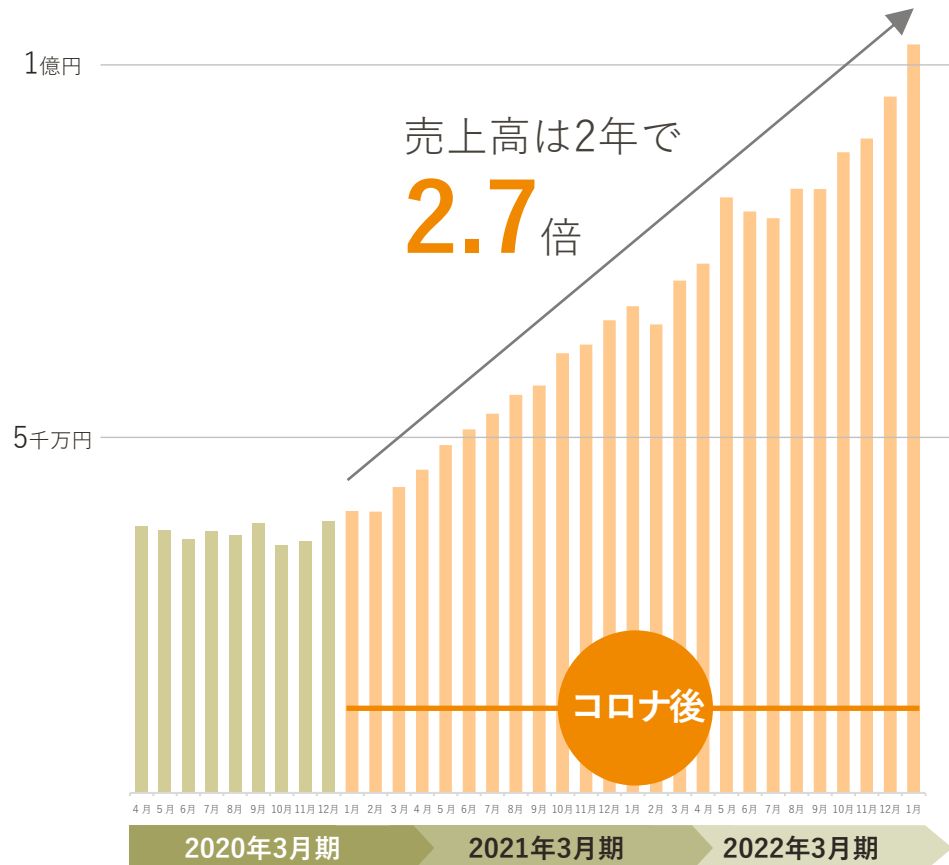
事業の特徴② サブスクコマース 成長推移

コロナ禍により新しい購入形態が浸透

自社オンラインサイトに占める
サブスク（定期購入）化率※1



サブスクの売上高推移



事業の特徴③ D2Cブランド 製品ラインナップ

ペットデータの徹底的な分析から企画開発されたD2Cブランド製品を展開

ベッツワンベテリナリー



犬猫の疾患に対応した食事療法食

ベッツワンプロテクトプラス (ジェネリック動物用医薬品)



犬猫のノミ・マダニ駆除薬

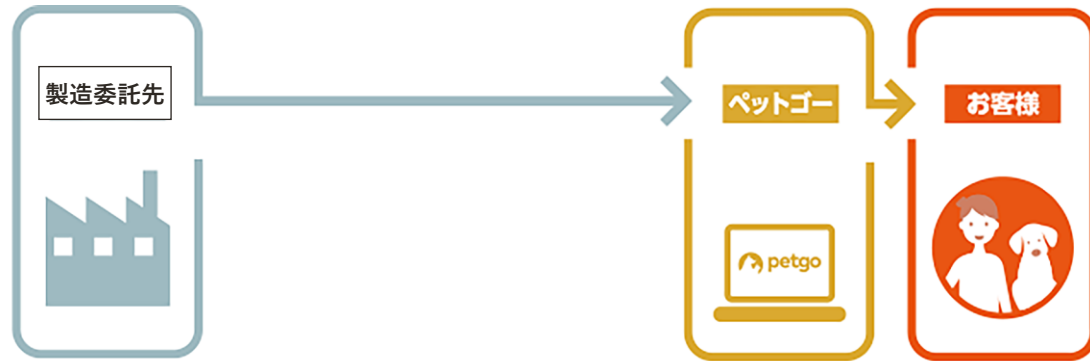
事業の特徴③ D2Cブランド OEMパートナー群

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

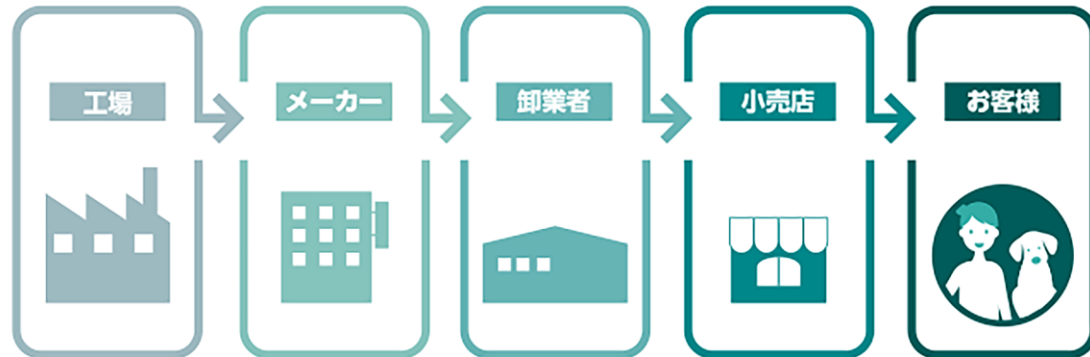
ファブレス製造を可能とするOEMパートナー群

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

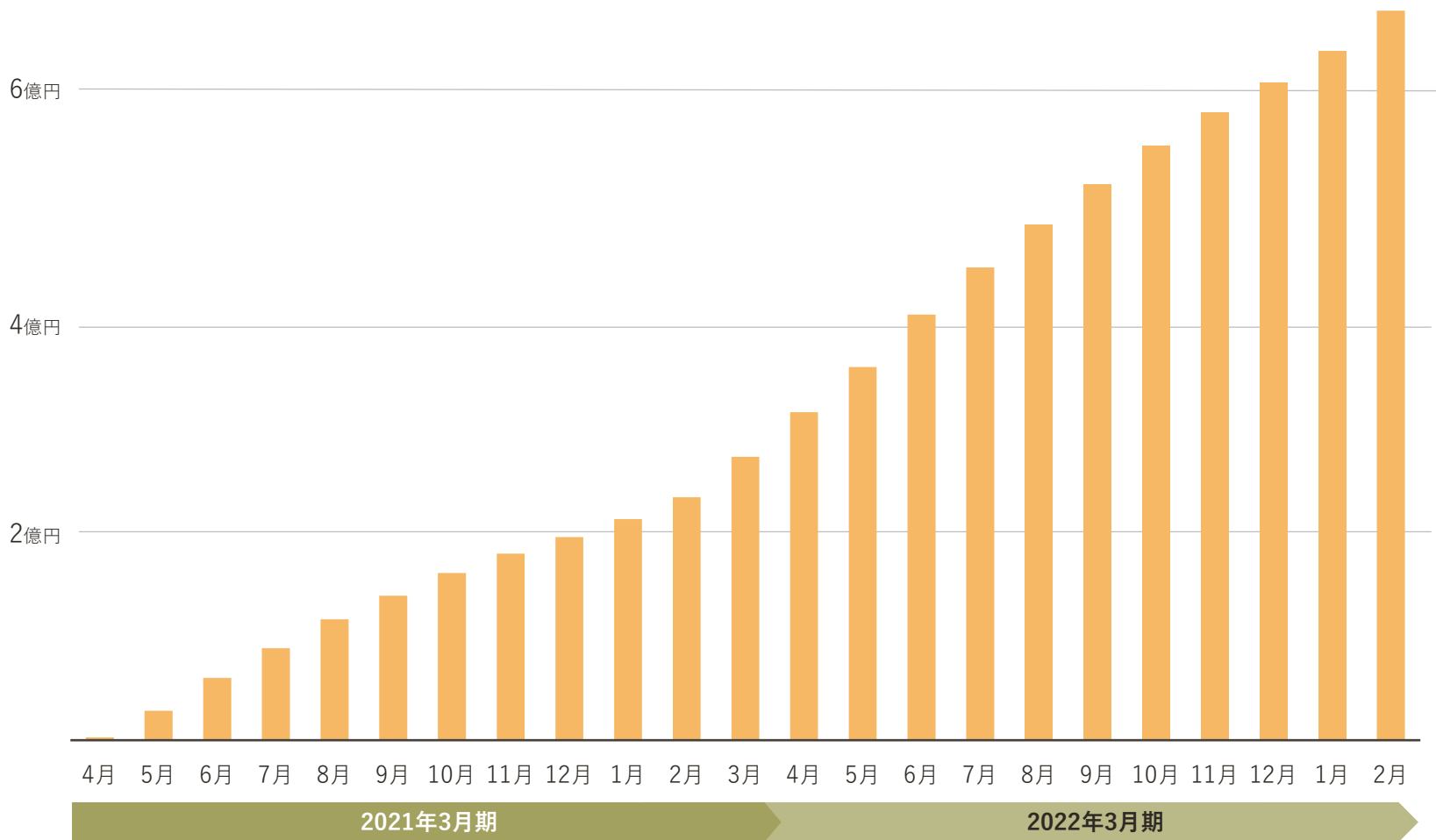


通常の流通



事業の特徴③ D2Cブランド 累積売上高※1

発売開始から順調に成長



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

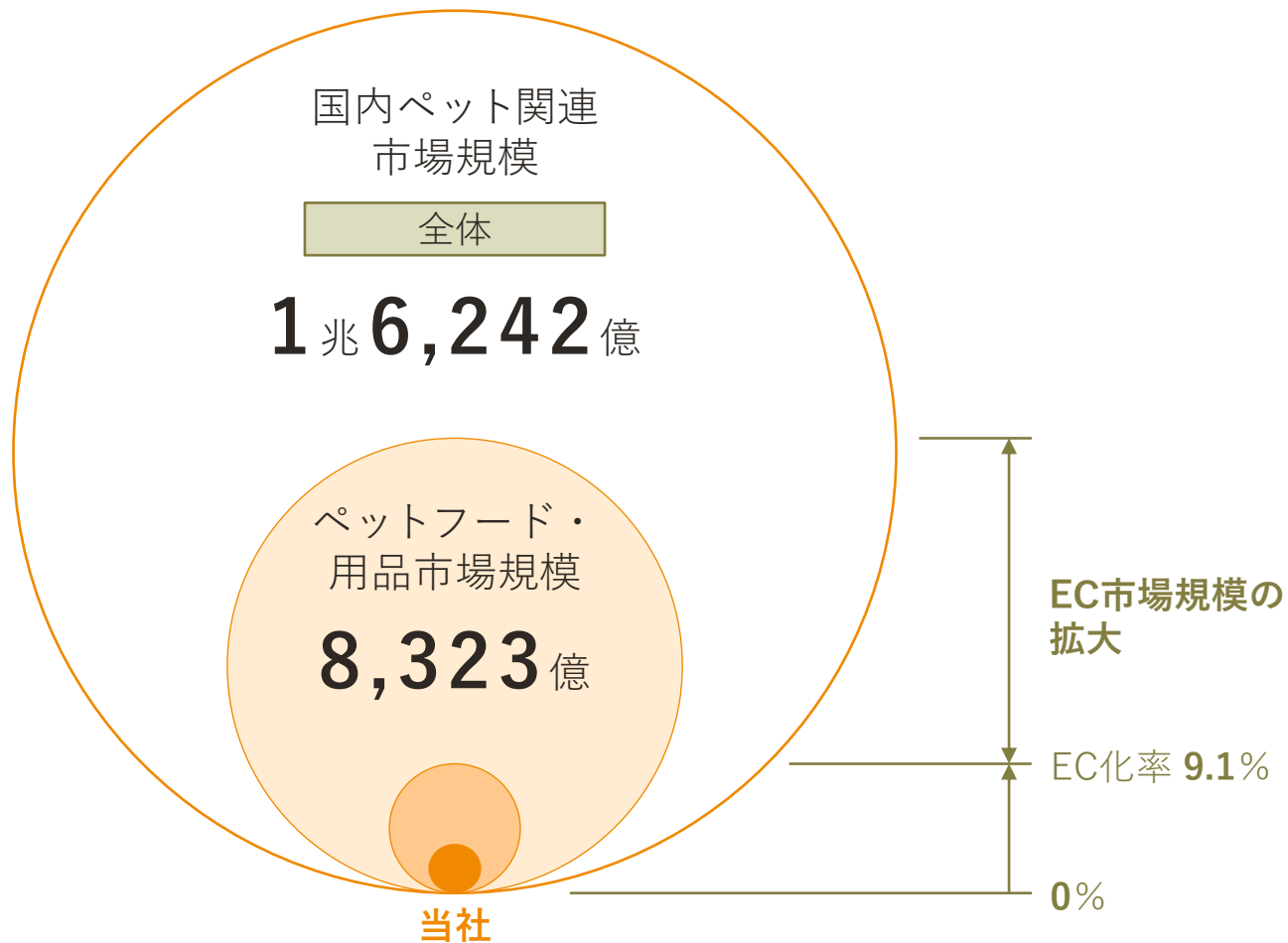
6. 事業リスク

Appendix

大きなTAMと低い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



※1 TAMとは当社グループの事業が展開可能な、想定される最大の市場規模を意味する用語であり、実際の市場規模はかかる推計値と異なる可能性があります。
出所：矢野経済研究所「ペットビジネスマーケティング総覧2021年版」、株式会社富士経済「2020年ペット関連市場マーケティング総覧」

成長戦略

当社の強みであるペットデータの活用、そして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」をそれぞれ強化することで持続的な成長を志向

マルチコマース戦略 による市場シェア拡大

アクティブ購入者数を拡大し、市場シェア拡大を図るため、広告販促投資による認知度向上、自社オンラインサイトへの新機能追加及び決済方法拡充、新規出店の継続を実施

サブスクコマース戦略 によるリカーリング^{※1}収益拡大

定期購入の利便性を高め、リカーリング収益を拡大。広告販促投資による認知度向上、定期購入の新機能追加、定期対象商品の拡充を実施

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、継続的に新製品を上市することによって、D2Cブランドの品揃えを拡充し、粗利率を向上。また、広告販促投資による認知度向上、ブランド価値向上に取り組む

現在

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

新規ペットヘルスケアサービスでの成長

顧客基盤、ペットデータ活用による新たなペットヘルスケアサービスを展開（ペットライフのDXを推進）

D2Cブランドでの成長

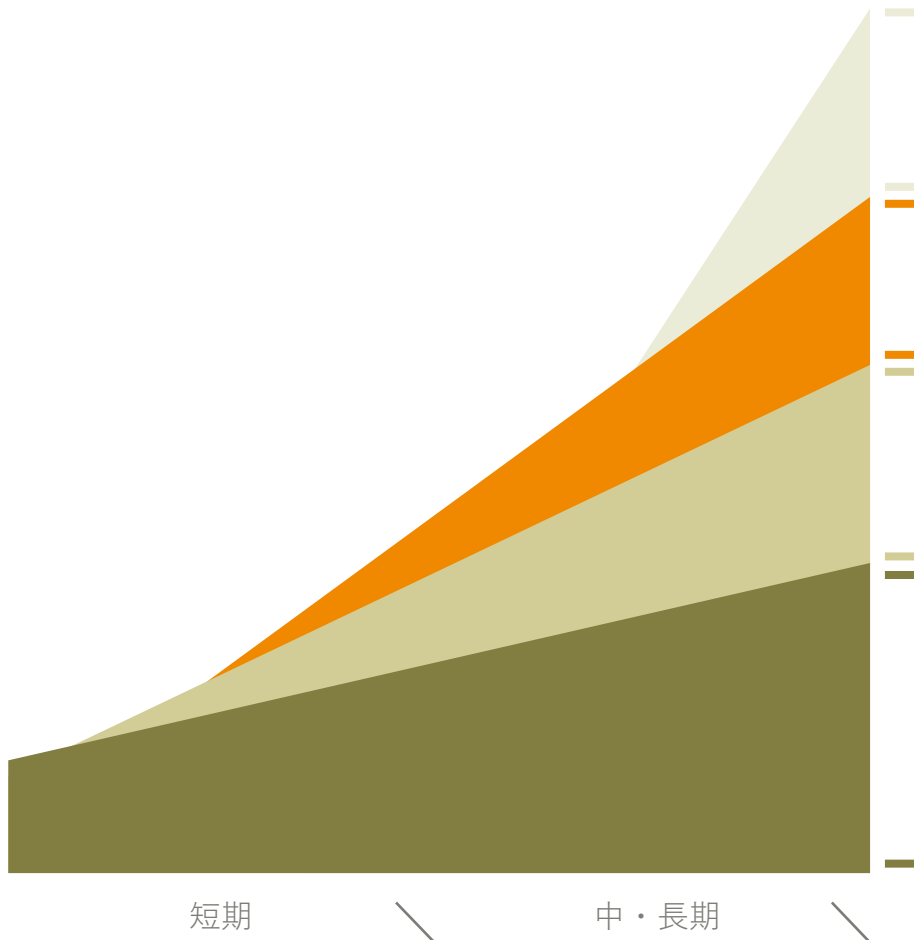
ペットデータを活用し、ファブレス製造による品揃えを拡充し、ブランドのファンを拡大

サブスクコマースでの成長

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

マルチコマースでの成長

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

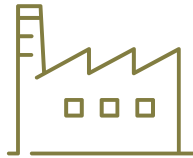


上場時の調達資金による主な資金使途

上場時における調達資金は、D2Cブランドへの投資を予定

VETSOne

D2Cブランドへの投資



製造委託費用

2億6百万円



広告販促費用

1億円



物流関連費用

10百万円

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

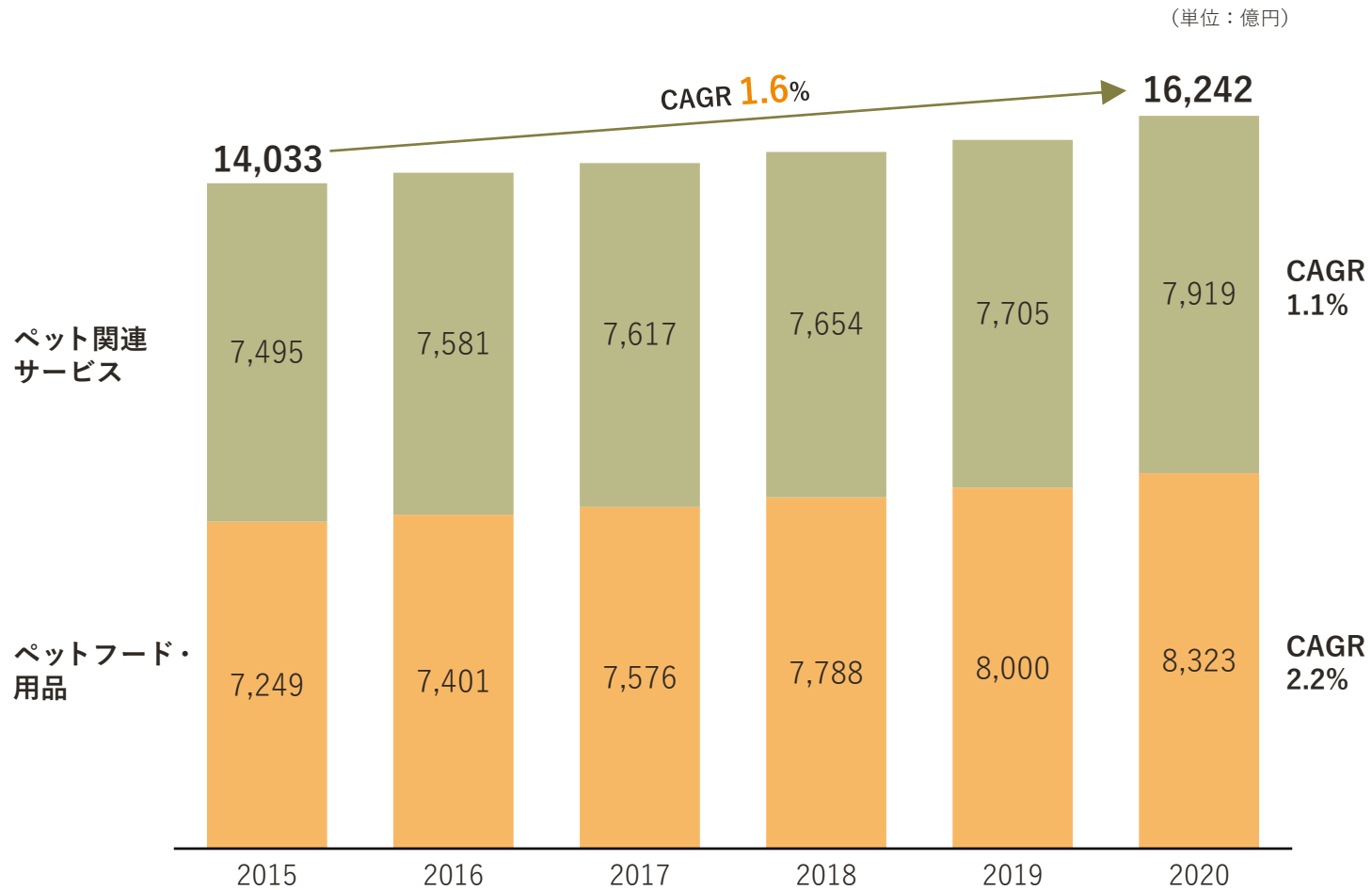
主なリスク要因	主なリスク	発生可能性	時期	影響度	対応策
D2Cブランド製品	当社グループは、D2Cブランド製品について、製造委託先企業と共同で製品開発を行い、当社グループが保有するブランド名称の下、製造委託先企業にて製造を行っております。製品開発に際して、意図せず第三者の知的財産権の侵害が生じた場合や、法規制に反した表示を行った際には、当社が損害賠償責任を追及されたり、商品販売を制限されることで、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	低	短～長期	中	第三者の知的財産権を侵害しないことを確認する体制（ツールを利用した調査、顧問弁護士等への相談等）、製造委託先企業とともに法規制に乗った表示内容を確認する体制を構築し、必要に応じて各種知的財産権の取得を行っており、当該体制の適切な運用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、それぞれ予備系統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、ウイルスチェック等、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。
物流機能について	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、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として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. 市場環境
3. 当社の事業
4. 当社の強み
5. 今後の成長
6. 事業リスク

Appendix

国内ペット関連市場規模推移









受賞歴


楽天市場

-  楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2016
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2017
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2018
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

Yahoo!ショッピング

-  ヤフーショッピング・エリアアワード2017
生活ジャンル部門賞 受賞
-  ヤフーショッピング・ベストストアアワード2017
ペット用品部門第2位 受賞
-  ヤフーショッピング・ベストストアアワード2018
ペット用品部門第2位 受賞
-  ヤフーショッピング・ベストストアアワード2019
ペット用品部門第2位 受賞
-  ヤフーショッピング・ベストストアアワード2020
ペット用品部門第1位・総合賞4位 受賞
-  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・カスタマーケア賞 受賞

au PAY マーケット

-  au Wowma!・BEST SHOP AWARD 2019
ペットグッズカテゴリ賞 受賞
-  au PAYマーケット・BEST SHOP AWARD 2020
ペットグッズカテゴリ賞 受賞
-  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

社会貢献活動

当社は、以下の活動を通じて、ペットの命を大切にする世の中の実現を目指しています



犬猫の保護団体等へのサポート



保健所から引き取られた犬猫を收容する保護団体や、保護団体に引き取られた犬猫を一時的に預かって飼育する一時預かりボランティアの認知度向上を図ることを目的としたアンケート調査、保護団体への送客サポート等を通じた新たな飼い主を増やす取組みを実施

里親マッチングサイトとの連携



保護団体等に保護された犬猫と新たな飼い主とのマッチングをインターネット上で行う里親マッチングサイトと連携し、新たに里親になった飼い主に対してペットフード等を支援することにより、新たな飼い主を増やす取組みを実施

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ございます。
- 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（2022年6月予定）で開示していく予定です。

