



**2023年3月期  
通期決算説明資料**

**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. エグゼクティブサマリー
3. 2023年3月期業績
4. 中期成長戦略
5. 2024年3月期業績予想

Appendix

# 1

## 1. 企業概要

2. エグゼクティブサマリー

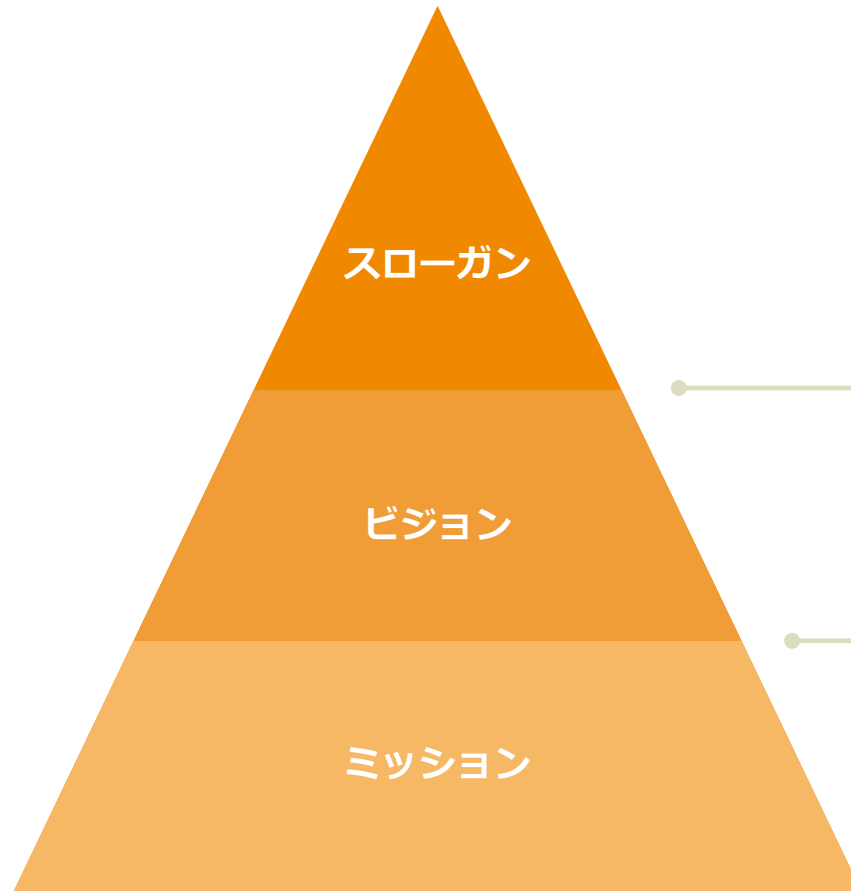
3. 2023年3月期業績

4. 中期成長戦略

5. 2024年3月期業績予想

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

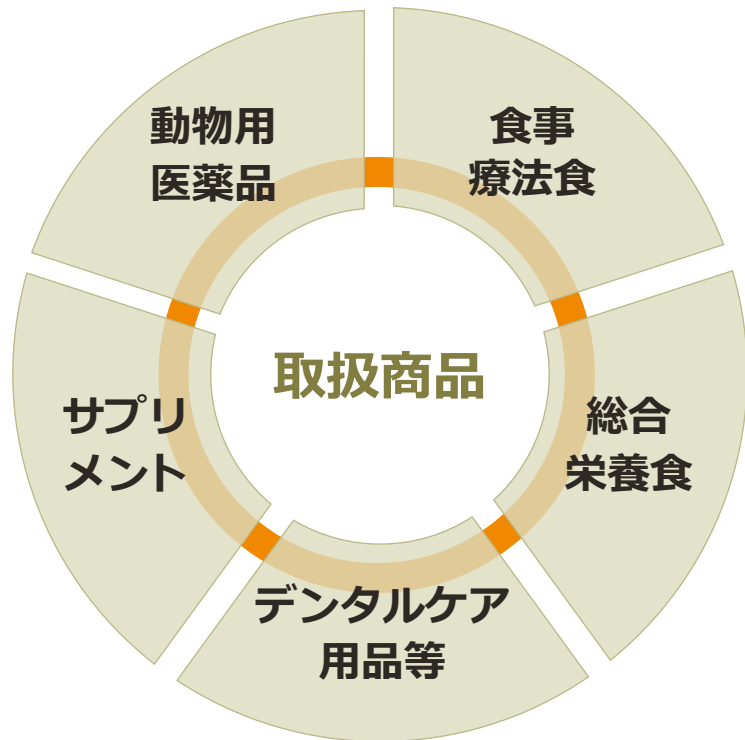


## 会社概要

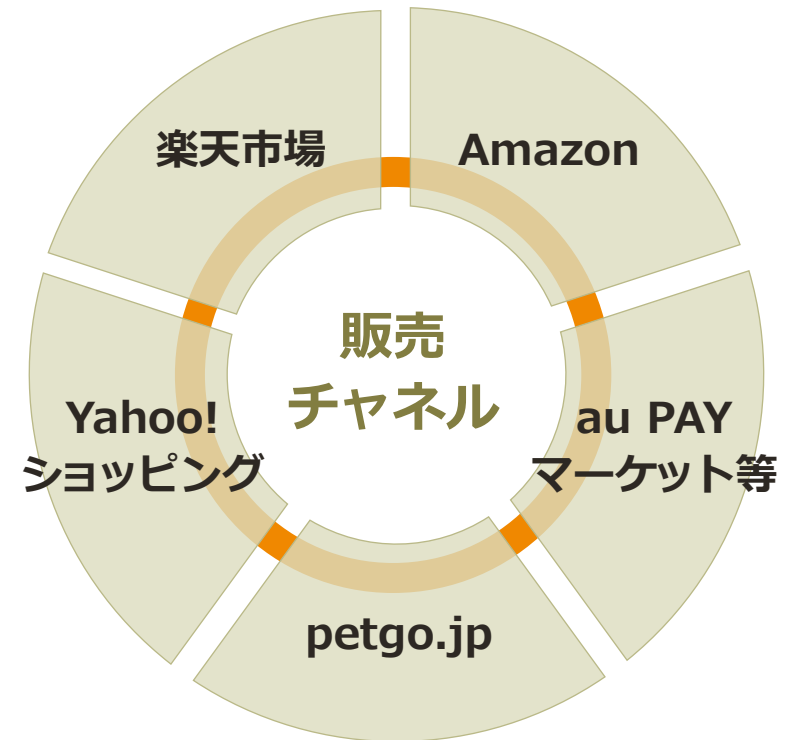
会社名	ペットゴー株式会社	事業内容	ペットヘルスケア事業
所在地	東京都中野区本町1-32-2	代表者	代表取締役社長 黒澤 弘
設立	2004年11月17日	従業員数	52名（2023年3月末時点）



## ペットヘルスケア ※1

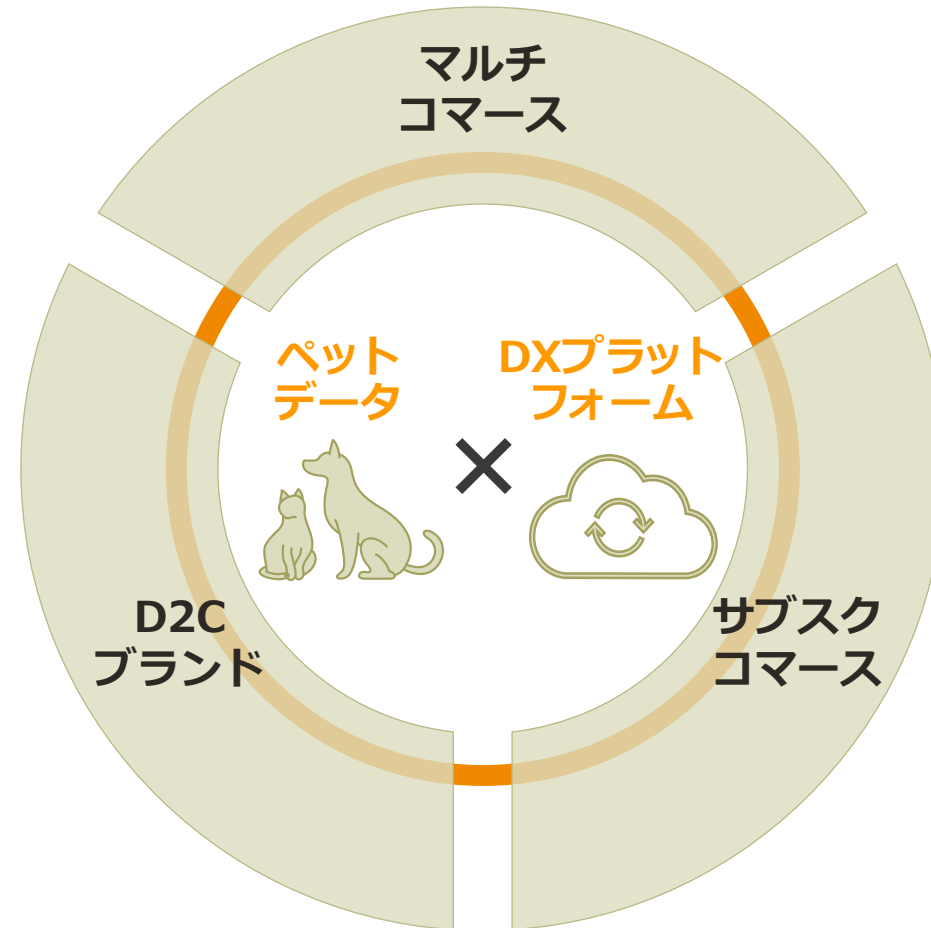


## デジタル（Eコマース）



# 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





# 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

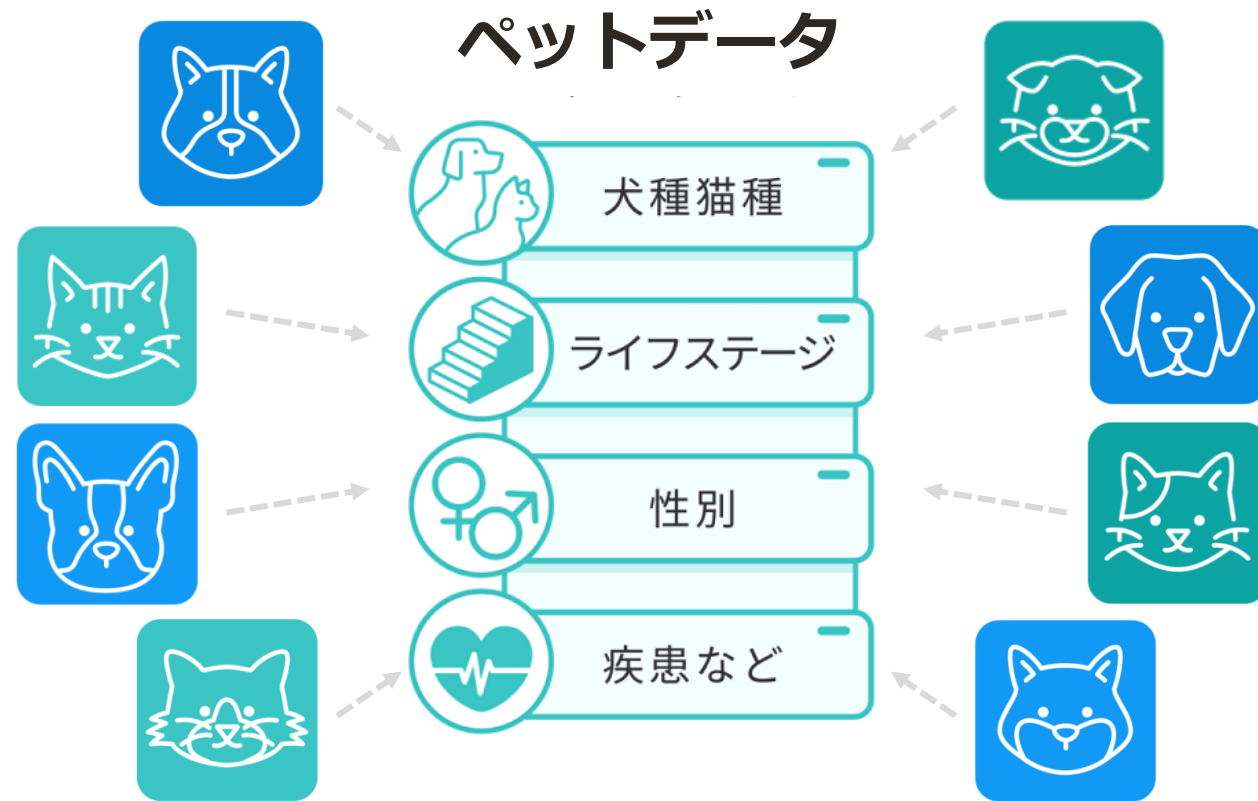
サブスクコマース

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



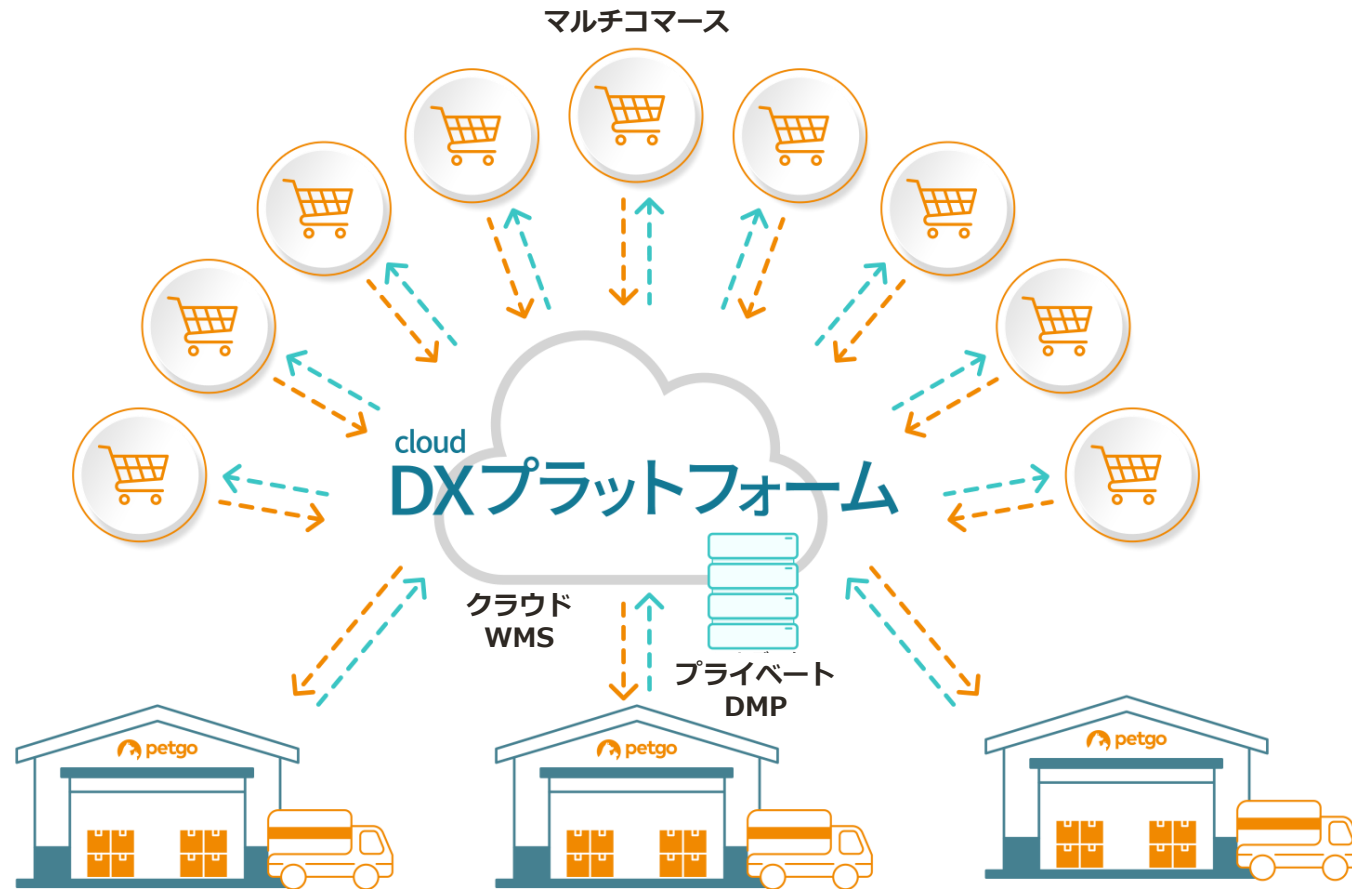
# 当社の強み その1 ペットデータ

「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

### 主な取扱商材

機能性フード

動物用医薬品

サプリメント

ケア用品

### サブスクリプションモデル（定期購入）

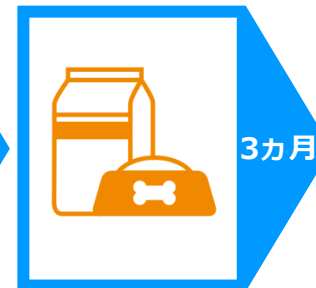
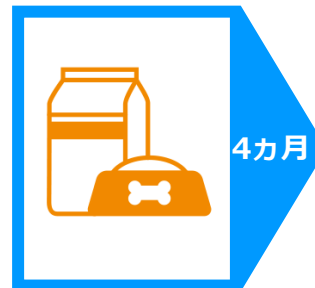
キャンセル・スキップ

**可能**



商品変更・数量変更

**可能**



## 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。

その思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





# 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



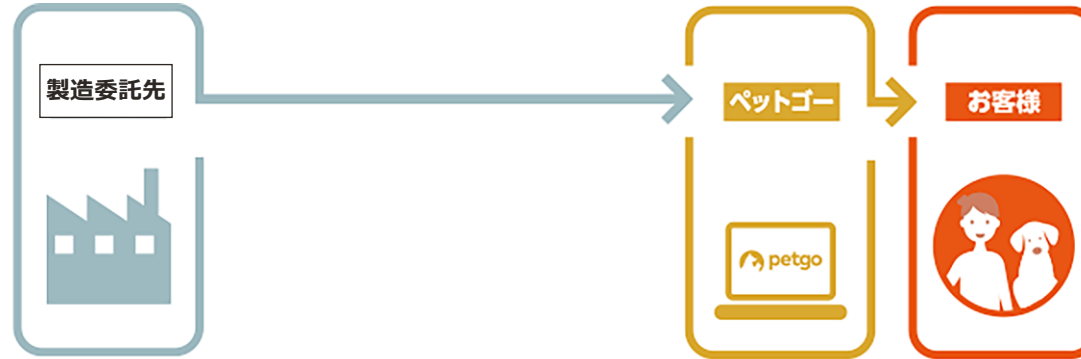
## 事業の特徴③ D2Cブランド

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

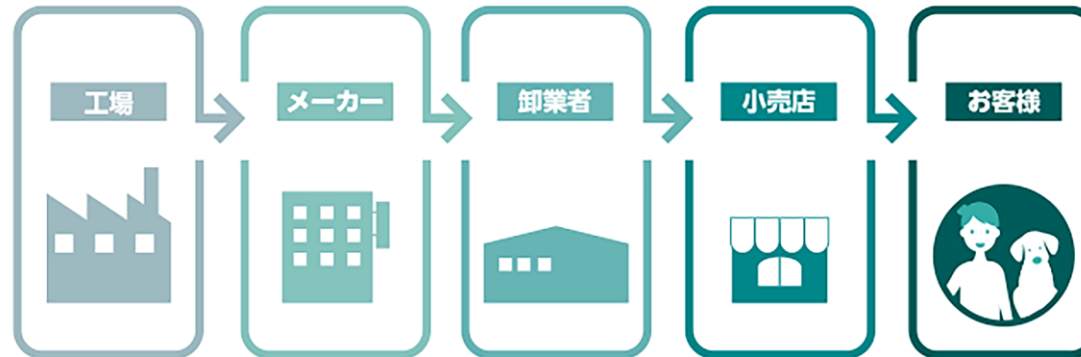
### ファブレス製造を可能とするOEMパートナー群

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



# 2.

1. 企業概要

## 2. エグゼクティブサマリー

3. 2023年3月期業績

4. 中期成長戦略

5. 2024年3月期業績予想

Appendix



## エグゼクティブサマリー

### 2023年3月期 実績

サブスクコマース、D2Cブランドが大きく伸長し、売上高、営業利益ともに過去最高を記録  
(営業利益については第2四半期以降の一時的な特殊要因<sup>(※1)</sup>による売上総利益率上昇が影響)

売上高 **10,025**百万円 (前期比 +3.9% 修正計画比  $\Delta$ 4.0%)

営業利益 **236**百万円 (前期比 +43.0% 修正計画比 +2.7% 営業利益率 2.4%)

※1 NB商品の欠品リスクを避けるため、当初より多めに在庫を確保してまいりました。

今回の一時的な特殊要因は、値上げ前の在庫価格と値上げ後の販売価格との間に利益差が生じたものです

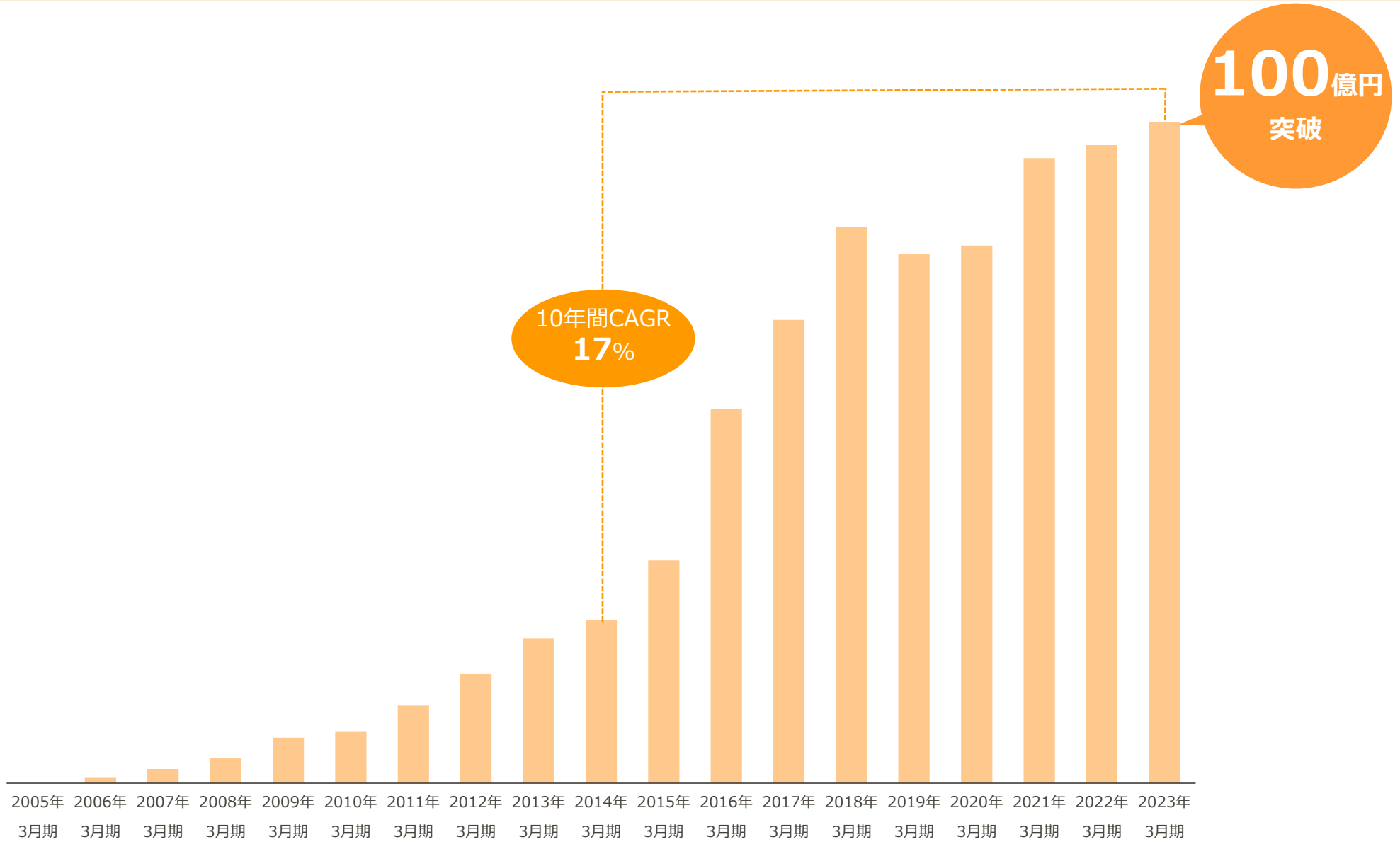
### 2024年3月期 計画

引き続き、サブスクコマース、D2Cブランドへの継続的な投資を行い、増収増益を計画

売上高 **10,906**百万円 (前期比 +8.8%)

営業利益 **269**百万円 (前期比 +14.1% 営業利益率 2.5%)

# 売上高推移



## 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%	◎

# 3.

1. 企業概要

2. エグゼクティブサマリー

**3. 2023年3月期業績**

4. 中期成長戦略

5. 2024年3月期業績予想

Appendix

# 2023年3月期 業績ハイライト

## 全体サマリー

- 2023年3月期の売上高は10,025百万円（前年同期比104%）、営業利益236百万円（同143%）となり、前年同期を大幅に上回るレベルで着地
- 売上高は、原材料価格の高騰や円安等を起因としたNB商品の値上げがあったものの、サブスクコマース、D2Cブランドが好調に推移し、対前年同期比で増加
- 営業利益は、D2Cブランド成長による売上総利益率の上昇に加え、NB商品の販売価格値上げによる売上総利益率の上昇によって、将来の成長に向けた戦略投資も吸収し、対前年同期比で大きく増加

## 事業サマリー

### マルチ コマース

- 自社オンラインサイト売上高は、継続した広告販促投資とサブスクコマースの成長により、3,182百万円（前年同期比133%）と堅調に成長
- 他社オンラインモール等売上高は、一部NB商品の値上げが影響し、6,842百万円（前年同期比94%）

### サブスク コマース

- サブスクコマース売上高は、定期対象商品の拡充と継続した広告販促投資により、1,587百万円（前年同期比162%）と大きく成長

### D2C ブランド

- D2Cブランド売上高は、継続した広告販促投資により前期に上市した新製品が好調に推移し、1,020百万円（前年同期比175%）と大きく成長



## 2023年3月期業績

### 連結損益計算書（前年同期比）

- 売上高は前年同期比104%、営業利益は前年同期比143%となり、ともに過去最高を達成
- 営業利益と営業利益率は、修正計画を上回って着地

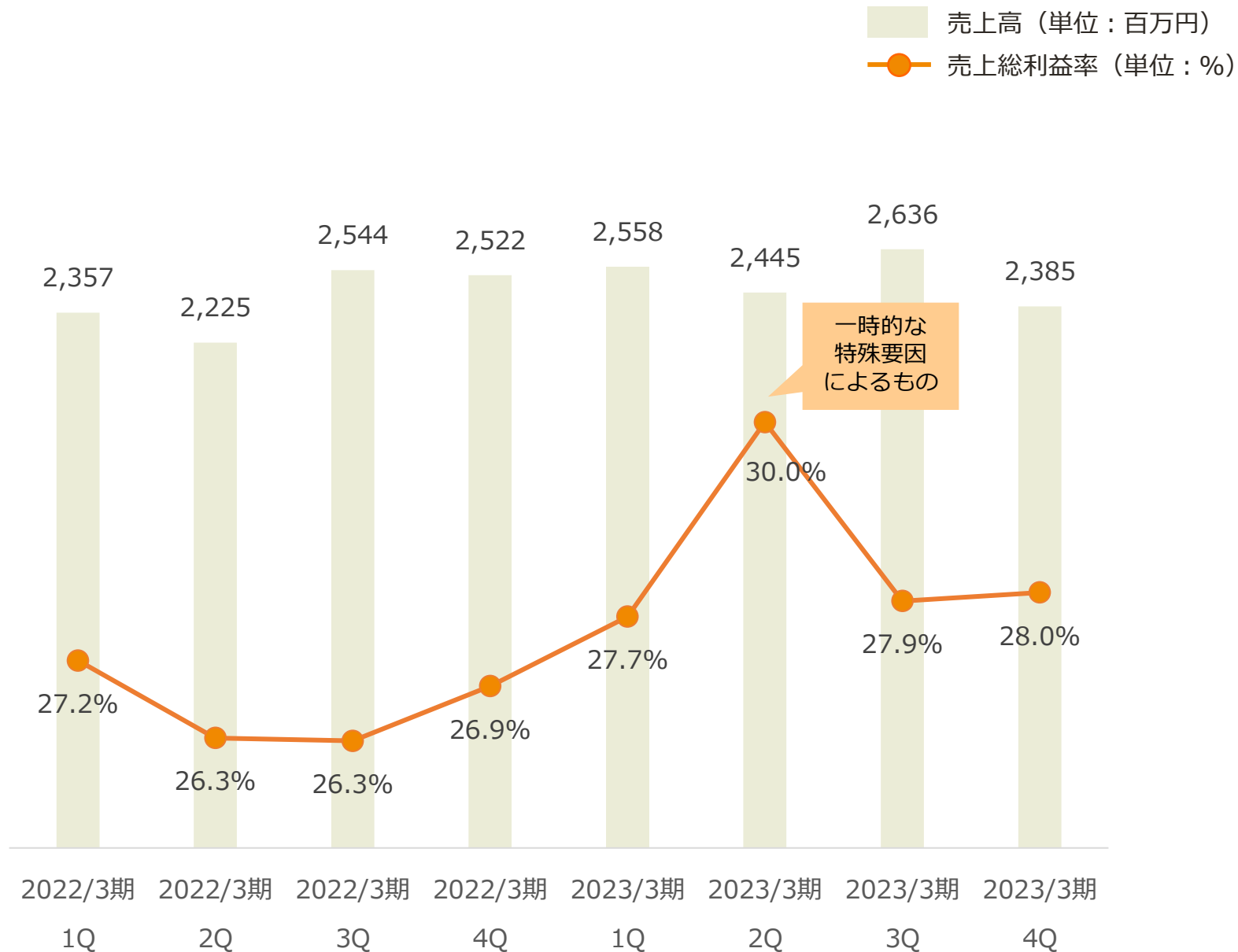
（単位：百万円）

	2022/3期 通期累計	2023/3期 通期累計	増減額	前年同期比	2023/3期 修正計画
売上高	9,650	10,025	375	104%	10,442
売上総利益	2,573	2,847	273	111%	2,896
売上総利益率	26.7%	28.4%	+1.7pt		27.7%
営業利益	165	236	70	143%	230
営業利益率	1.7%	2.4%	+0.6pt		2.2%
経常利益	152	230	77	151%	222
当期純利益	105	153	48	146%	154

## 2023年3月期 第4四半期業績

### 売上高・売上総利益率 四半期推移

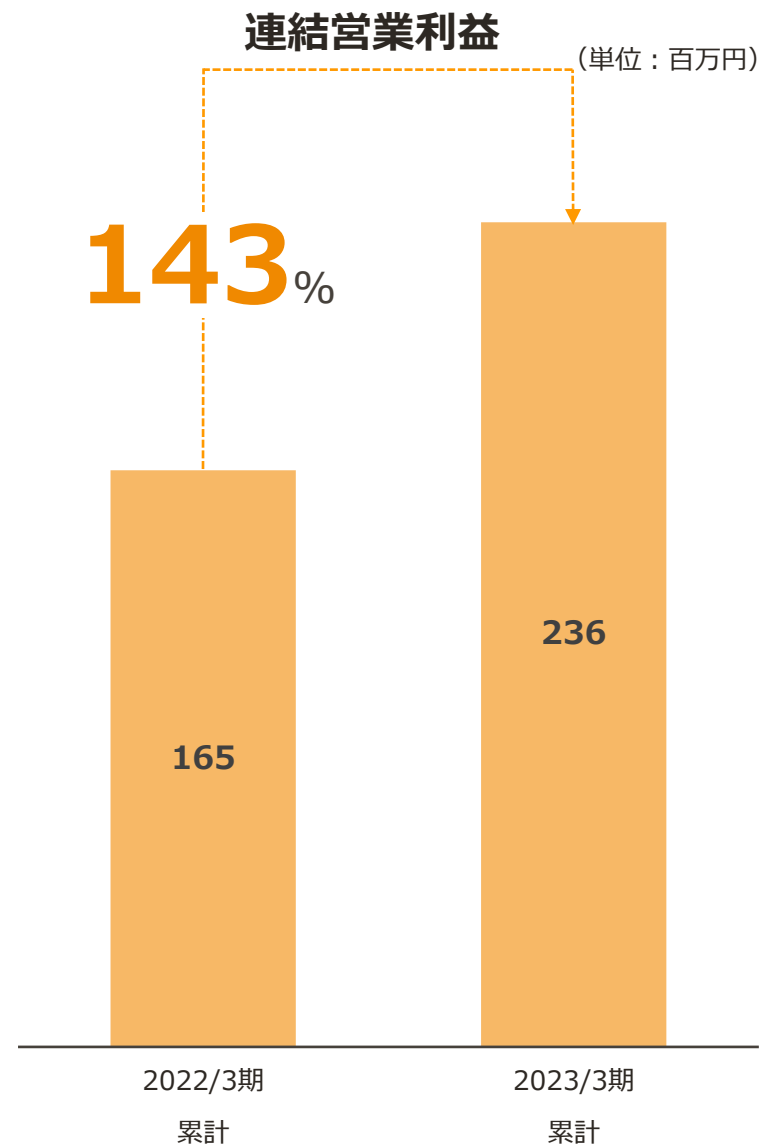
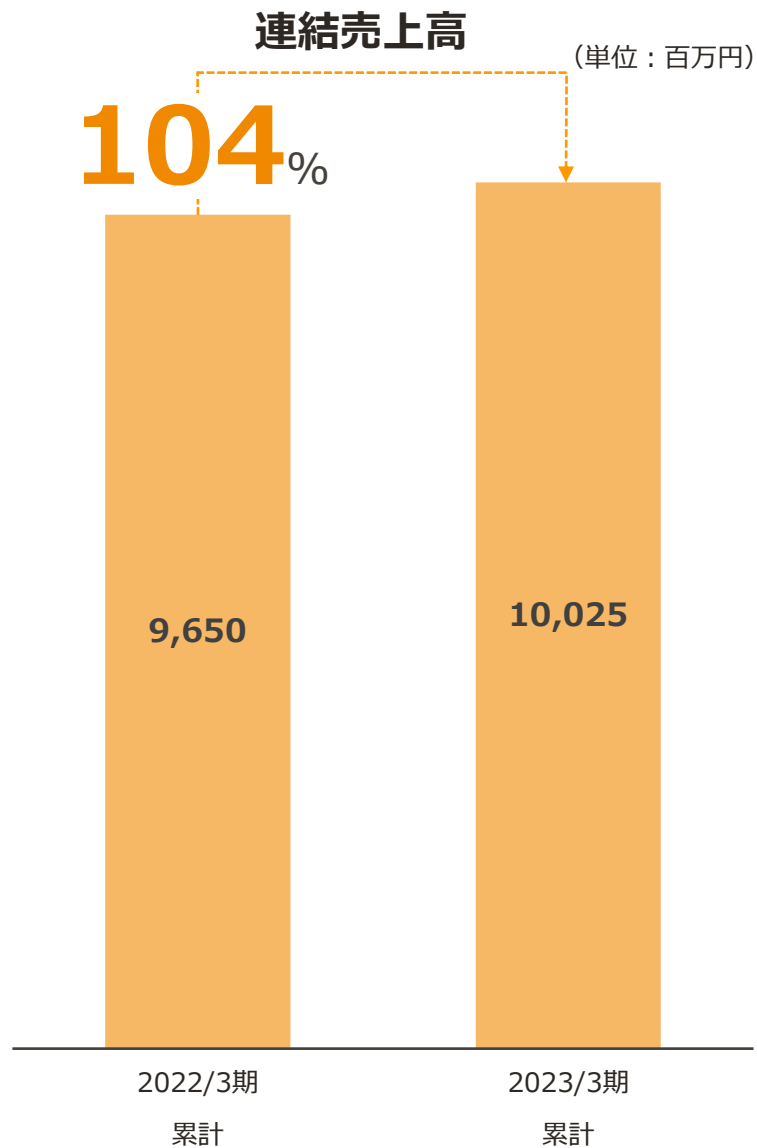
- 売上高は、2,385百万円（前年同四半期会計期間比95%）、売上総利益率は、28.0%（同1.1ポイント上昇）
- 売上総利益率は、D2Cブランド成長があった一方で、新たに値上げのあったNB商品の影響によって、前四半期と同水準で推移



## 2023年3月期業績

### 売上高・営業利益

- 売上高は、自社オンラインサイト（特にサブスクコマース）とD2Cブランドが好調に推移。一部NB商品のコロナ禍の影響による欠品が回復基調にあること、また販売価格の値上げにより、全体としては前年同期を上回るレベルで着地（前年同期比104%）
- 営業利益は、D2Cブランド成長による売上総利益率の上昇に加え、NB商品の販売価格値上げによる売上総利益率の上昇によって、将来の成長に向けた戦略投資も吸収し、対前年同期比で大きく増加（同143%）

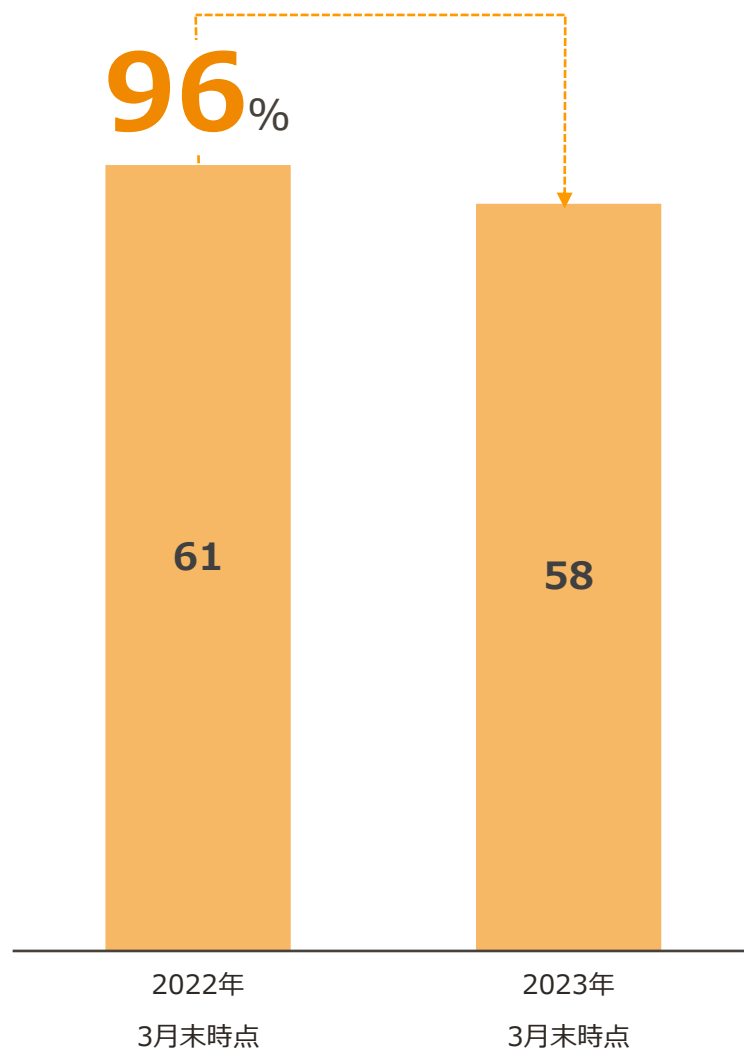


## 2023年3月期業績

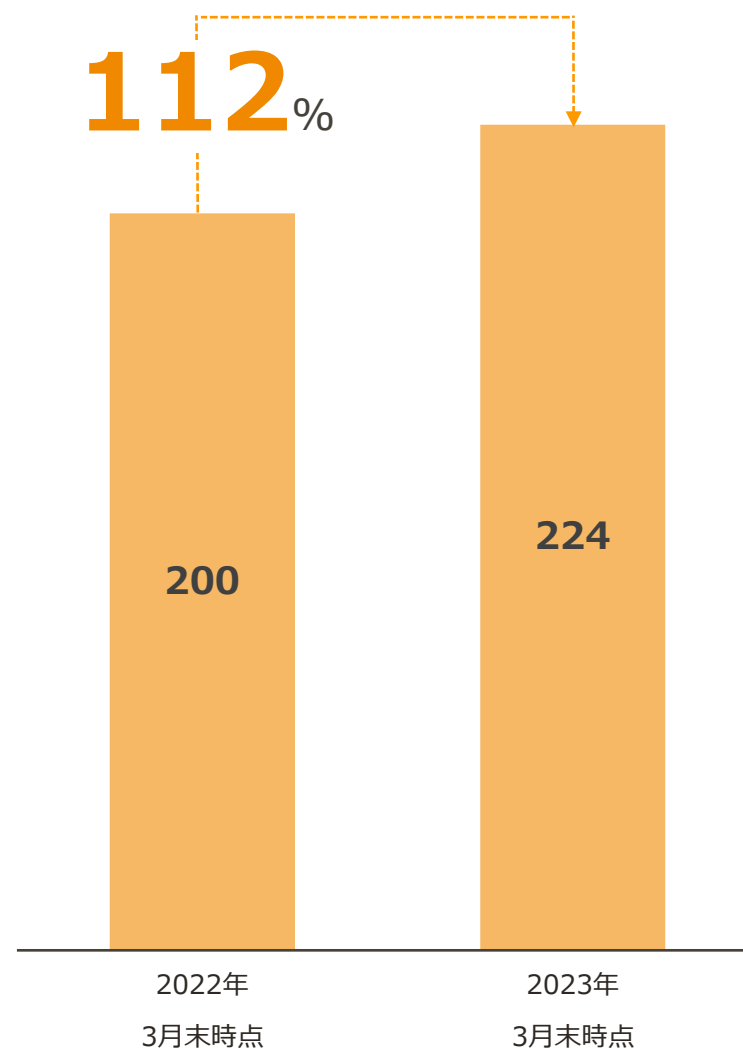
### 購入者数

- アクティブ購入者数は、58万人（前年3月末比96%）とNB商品の値上げの影響により他社オンラインモール等で減少
- 累計ユニーク購入者数は、224万人（同112%）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のこと

※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となります

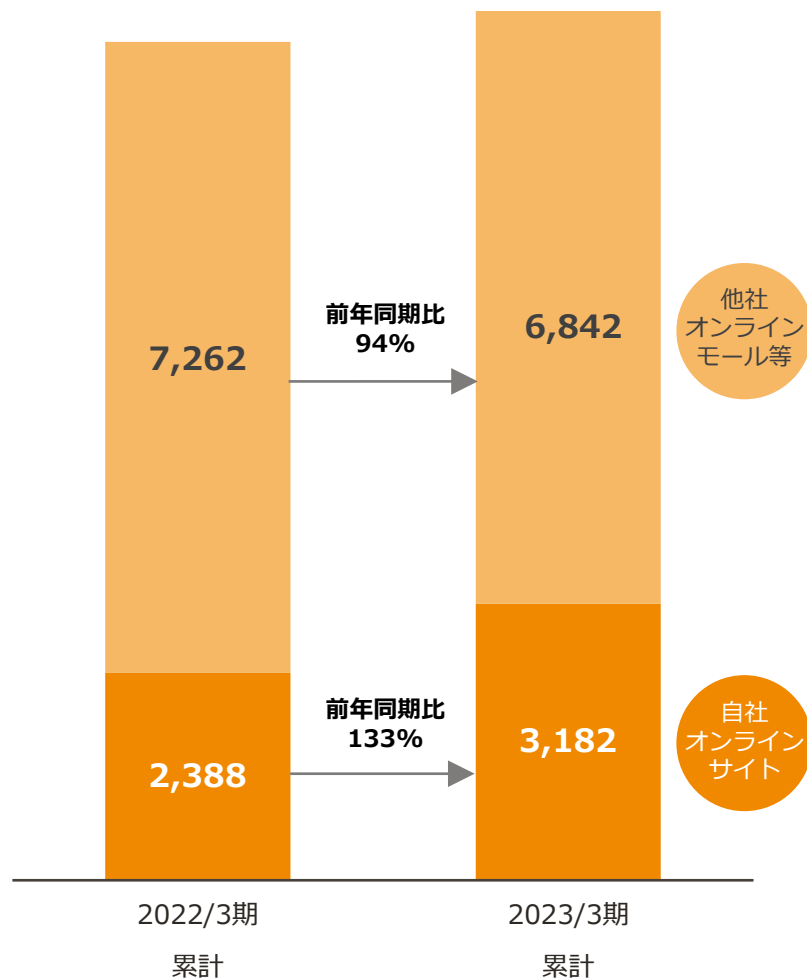
# 2023年3月期業績

## マルチコマース

- 自社オンラインサイト売上高は、サブスクコマースが好調に推移し、前年同期比133%と堅調に成長
- 他社オンラインモール等売上高は、一部NB商品の値上げが影響し、前年同期比94%
- 全社売上高に占める自社オンラインサイト比率は、32%まで拡大

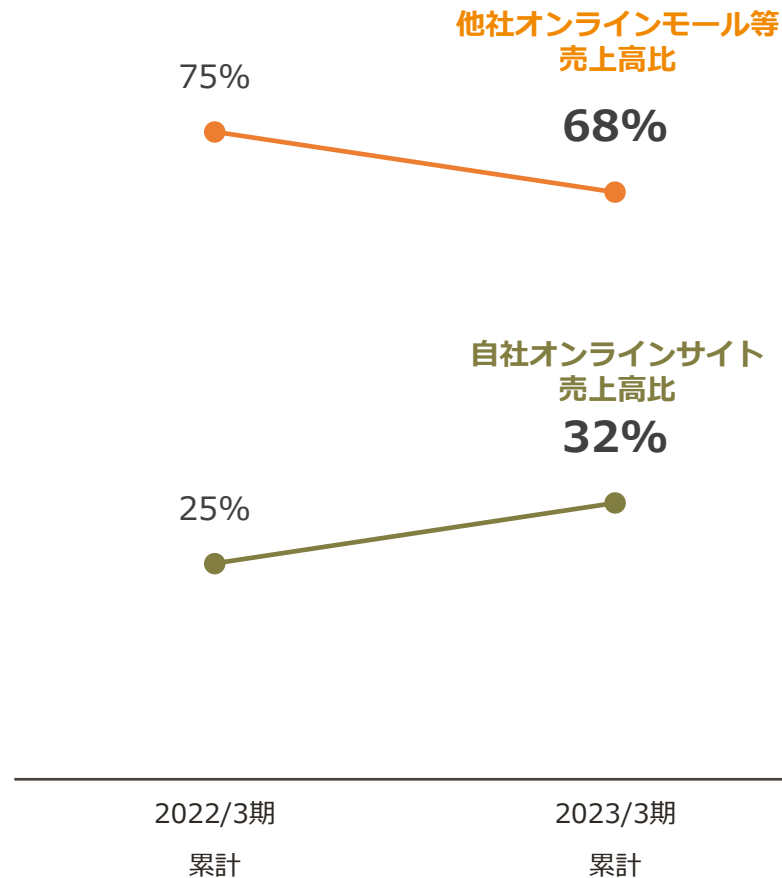
### 販売チャネル別売上高

(単位：百万円)



### 販売チャネル別売上高比率

(単位：%)





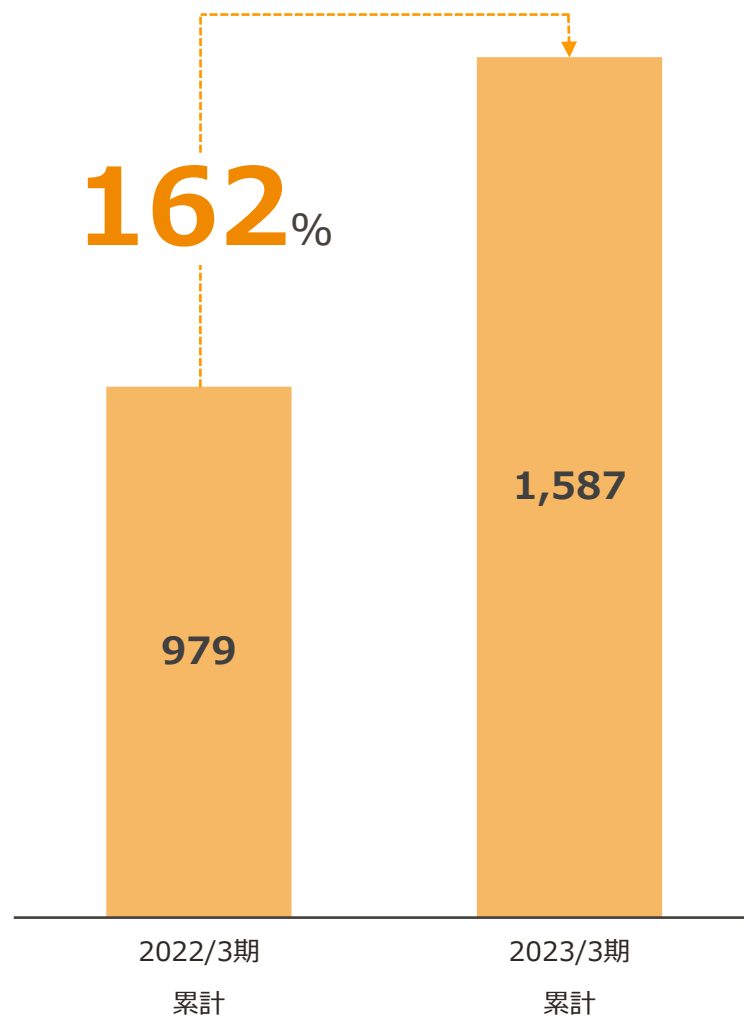
## 2023年3月期業績

### サブスクコマース

- サブスクコマース売上高は、都度購入からのスイッチを促進するための積極的な広告販促投資を実施した結果、前年同期比162%と大きく成長
- 全社売上高に占めるサブスクコマース売上高比率は、16%まで拡大
- 自社オンラインサイト売上高に占めるサブスクコマース売上高比率は、50%まで拡大

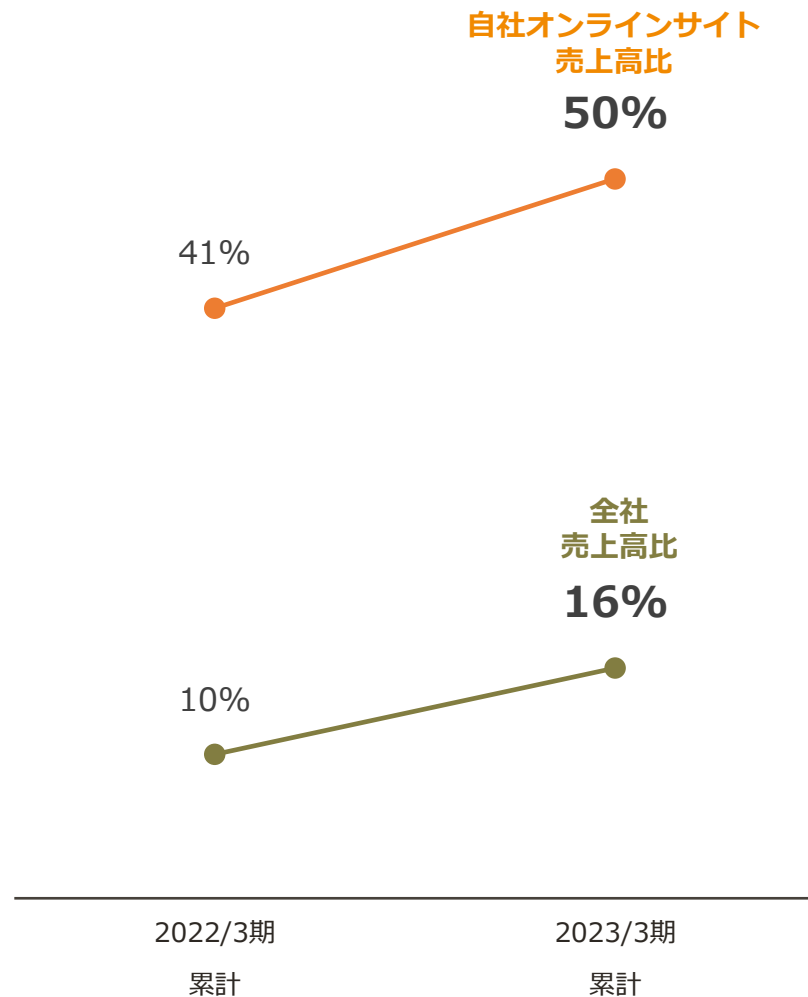
### サブスクコマース売上高

(単位：百万円)



### サブスクコマース売上高比率

(単位：%)



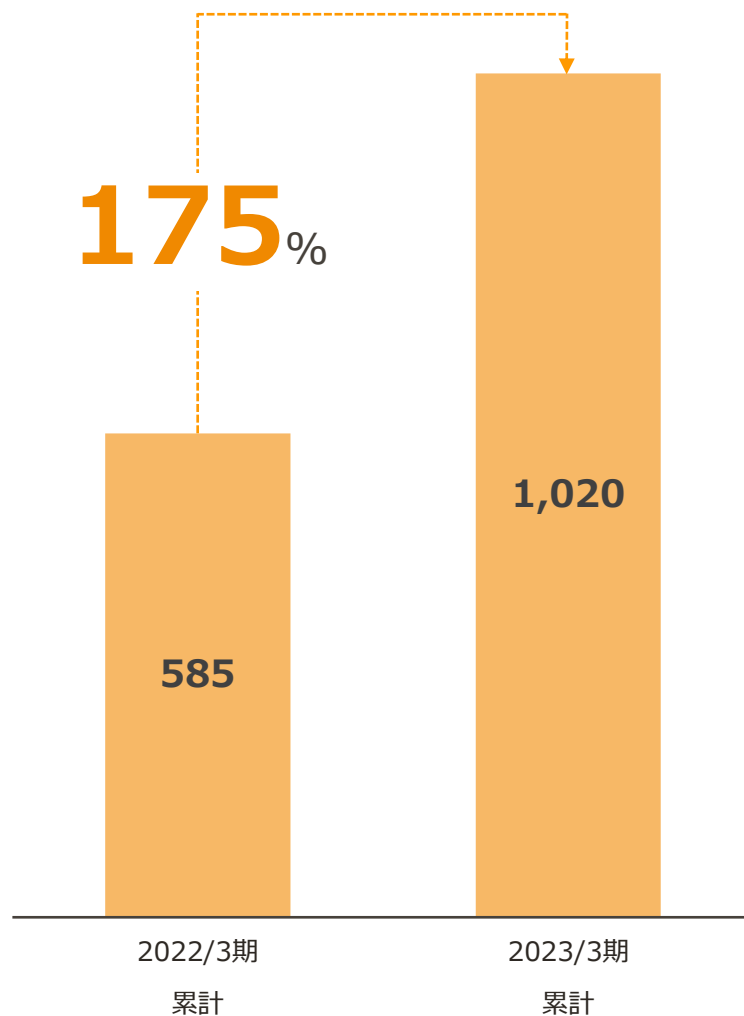
## 2023年3月期業績

### D2Cブランド

- D2Cブランドへの積極的な広告販促投資継続により、前期に上市した新製品が好調に推移し、売上高は1,020百万円（前年同期比175%）と大きく成長
- 全社売上高に占めるD2Cブランド売上高比率は、10%まで拡大

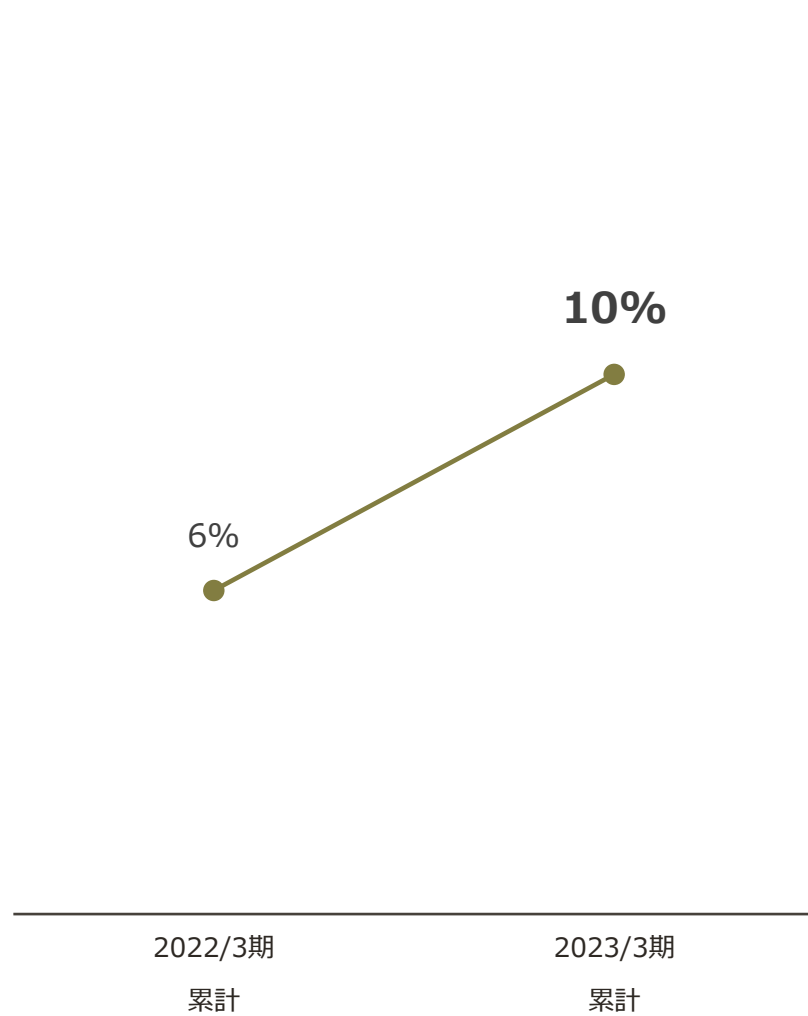
### D2Cブランド売上高

(単位：百万円)



### D2Cブランド全社売上高比率

(単位：%)



(単位：百万円)

## 2023年3月期業績

### 販売費及び一般管理費 (前年同期比)

- サブスクコマースとD2Cブランドの成長に向け、積極的な販売促進投資（クーポン・ポイント施策）を実施
- 第4四半期にD2Cブランドの将来の成長に向けた戦略投資として、研究開発投資とブランディング投資を大きく実施

	2022/3期	2023/3期	増減額	前年同期比
<b>販売費及び一般管理費</b>	2,408	2,611	202	108%
<b>変動費</b>	1,562	1,545	△17	99%
運賃等	849	856	6	101%
販売手数料	463	412	△51	89%
決済手数料	248	276	28	111%
<b>投資費用</b>	160	238	77	148%
広告宣伝費	134	185	50	138%
販売促進費	14	28	13	191%
研究開発費	11	24	13	221%
<b>固定費</b>	686	828	141	121%

### 売上高から差し引いている投資費用

クーポン・ポイント費用	207	325	118	157%
-------------	-----	-----	-----	------

## 2023年3月期業績

### 貸借対照表（前期末比）

- 固定資産の割合が低いアセットライトな経営を継続

（単位：百万円）

	2022/3期	2023/3期	増減額	前期末比
<b>資産合計</b>	2,488	3,075	587	124%
L 流動資産	2,411	2,993	581	124%
L 固定資産	76	82	5	108%
<b>負債合計</b>	2,033	2,140	107	105%
L 流動負債	1,789	2,049	260	115%
L 固定負債	243	90	△153	37%
<b>純資産合計</b>	454	935	480	206%
<b>負債純資産合計</b>	2,488	3,075	587	124%
<b>自己資本比率</b>	18.3%	30.4%	+12.1pt	

# 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>	→			
		→			→
				→	→
				→	→



# 4 .

1. 企業概要
  2. エグゼクティブサマリー
  3. 2023年3月期業績
  - 4. 中期成長戦略**
  5. 2024年3月期業績予想
- Appendix

## 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

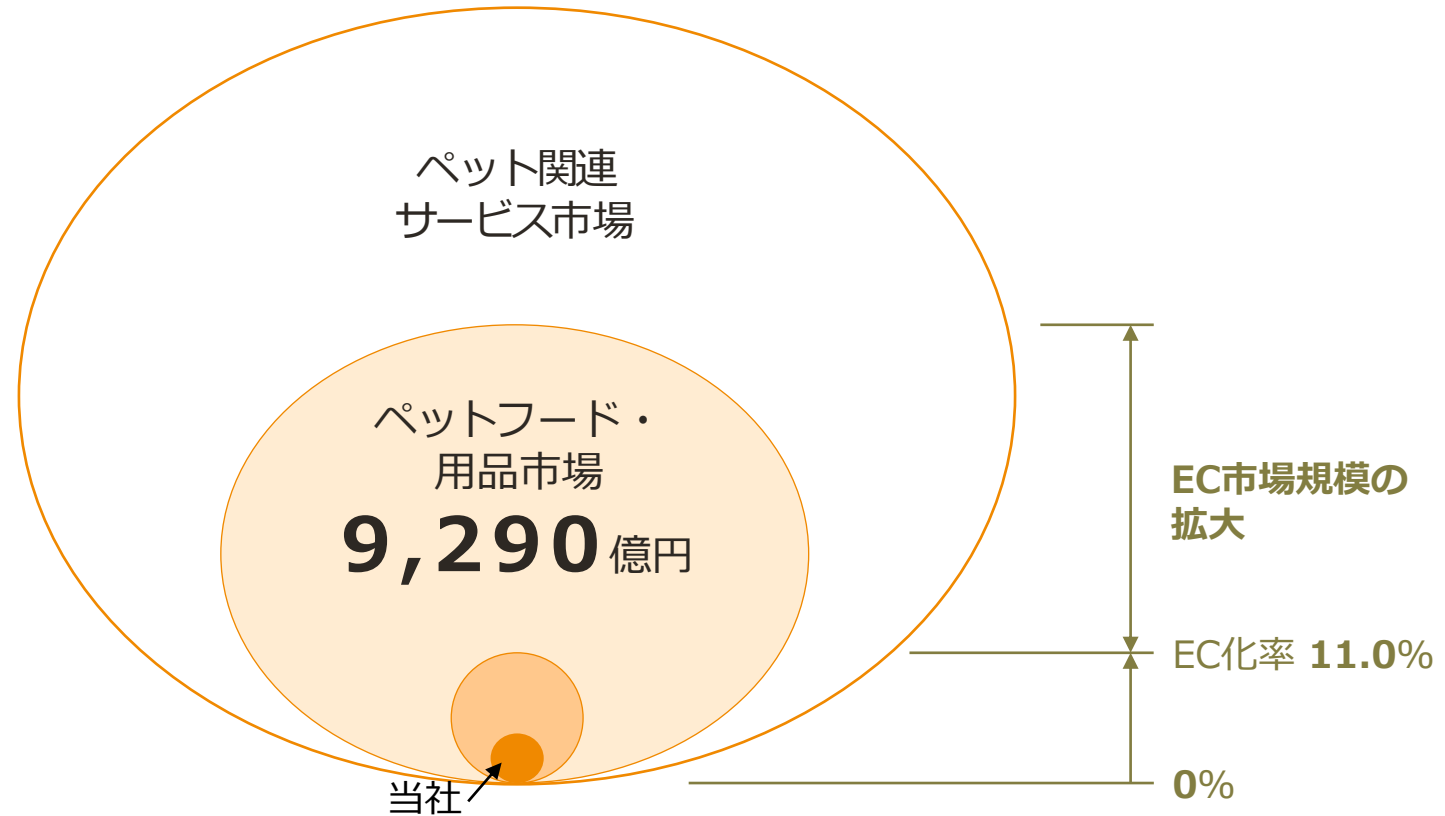
# TAMとEC化率

## 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

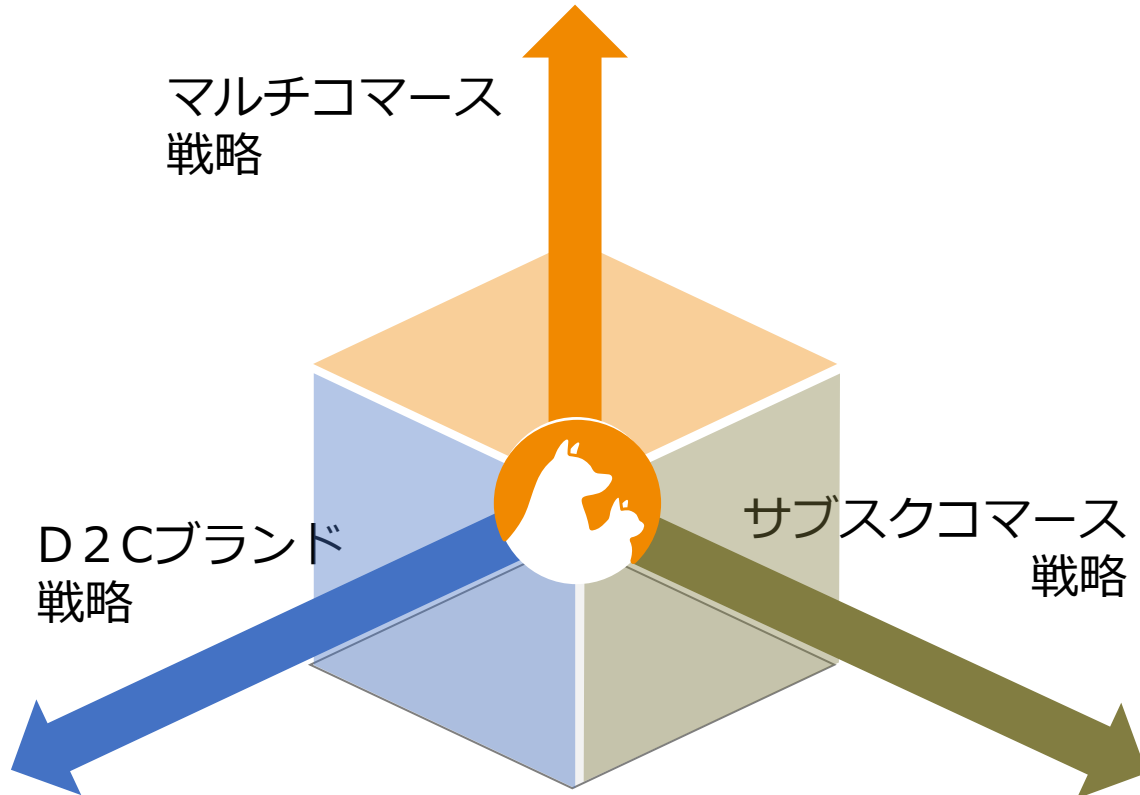
国内ペット関連市場

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

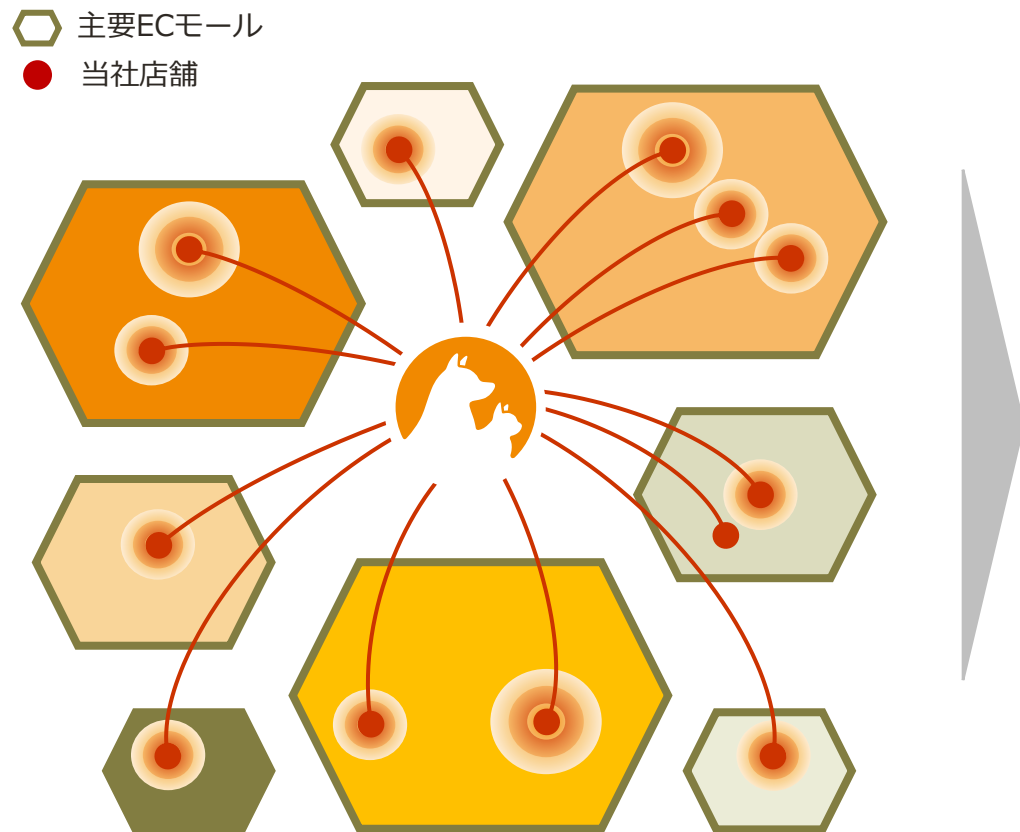
## 3 D2Cブランド戦略（粗利率向上）

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

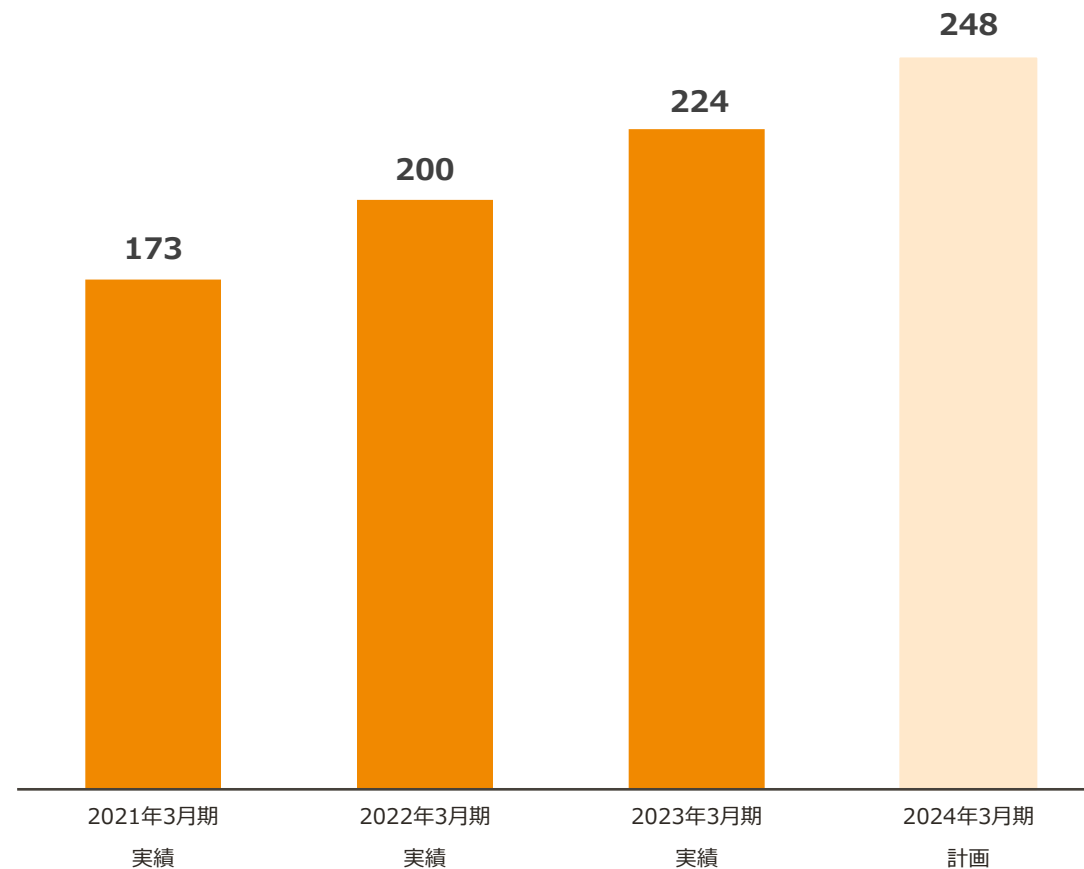
マルチコマース展開により主要ECモールへの出店を継続し、ユニーク顧客数を拡大

## 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)





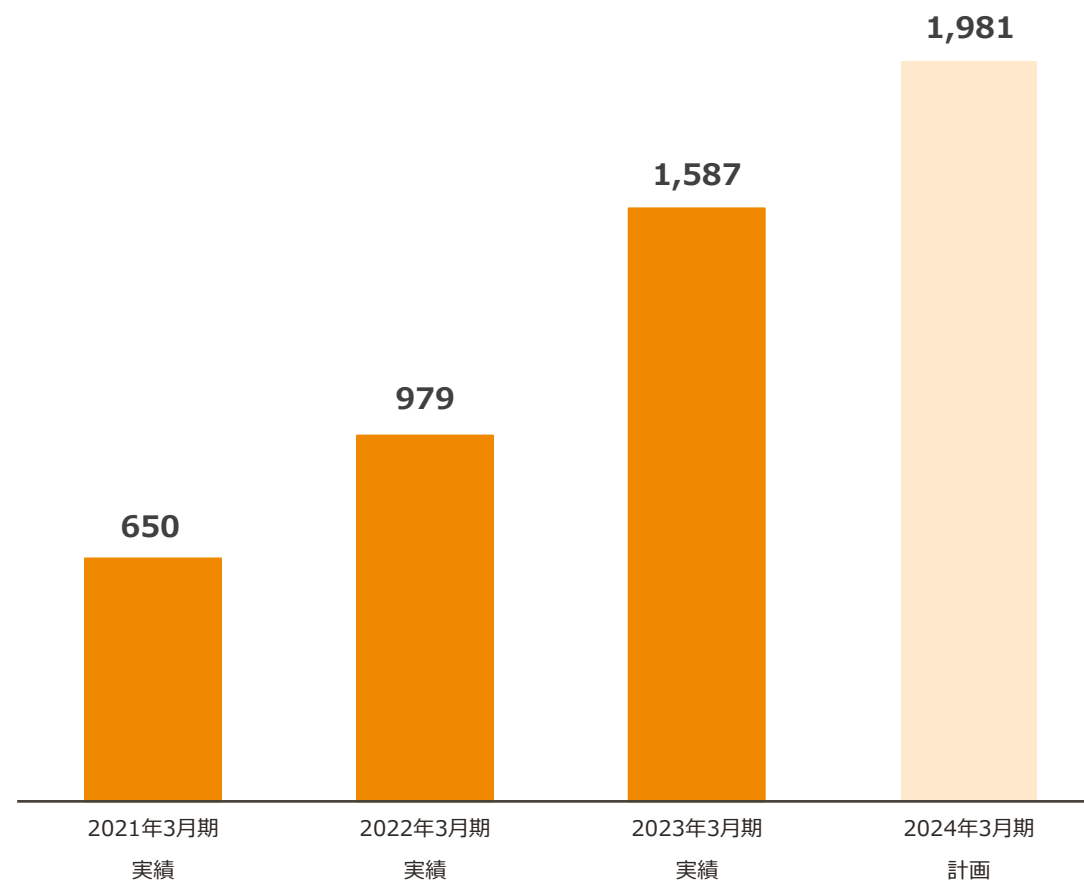
## 2 サブスクコマースでの成長

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

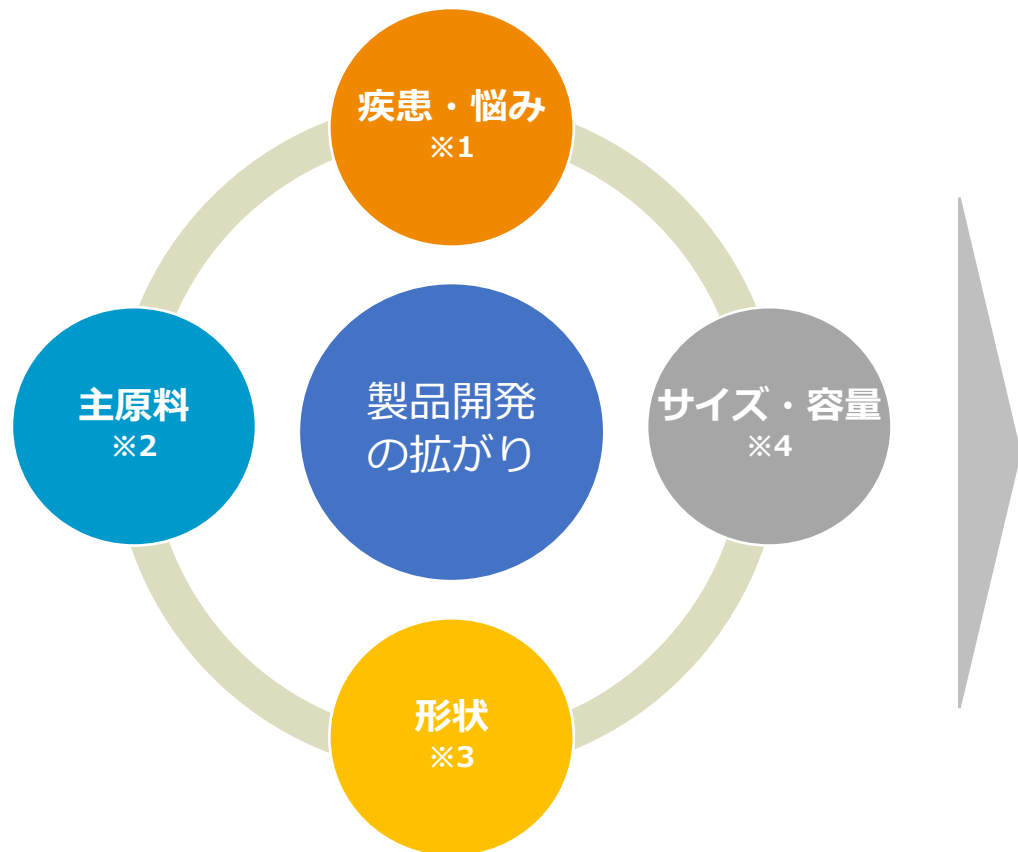


サブスクコマース売上高 (単位：百万円)



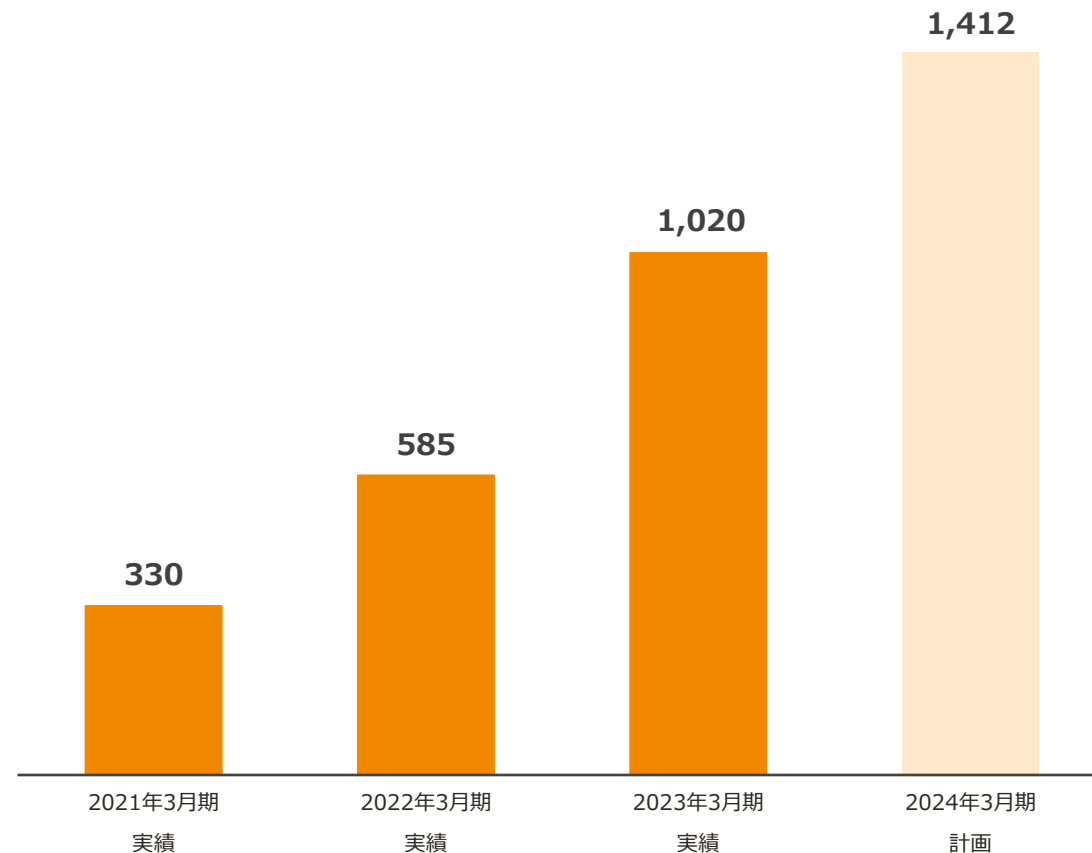
ペットデータの徹底的な分析から、顧客ニーズに沿った製品開発を推進

### D2Cブランド製品拡充のイメージ



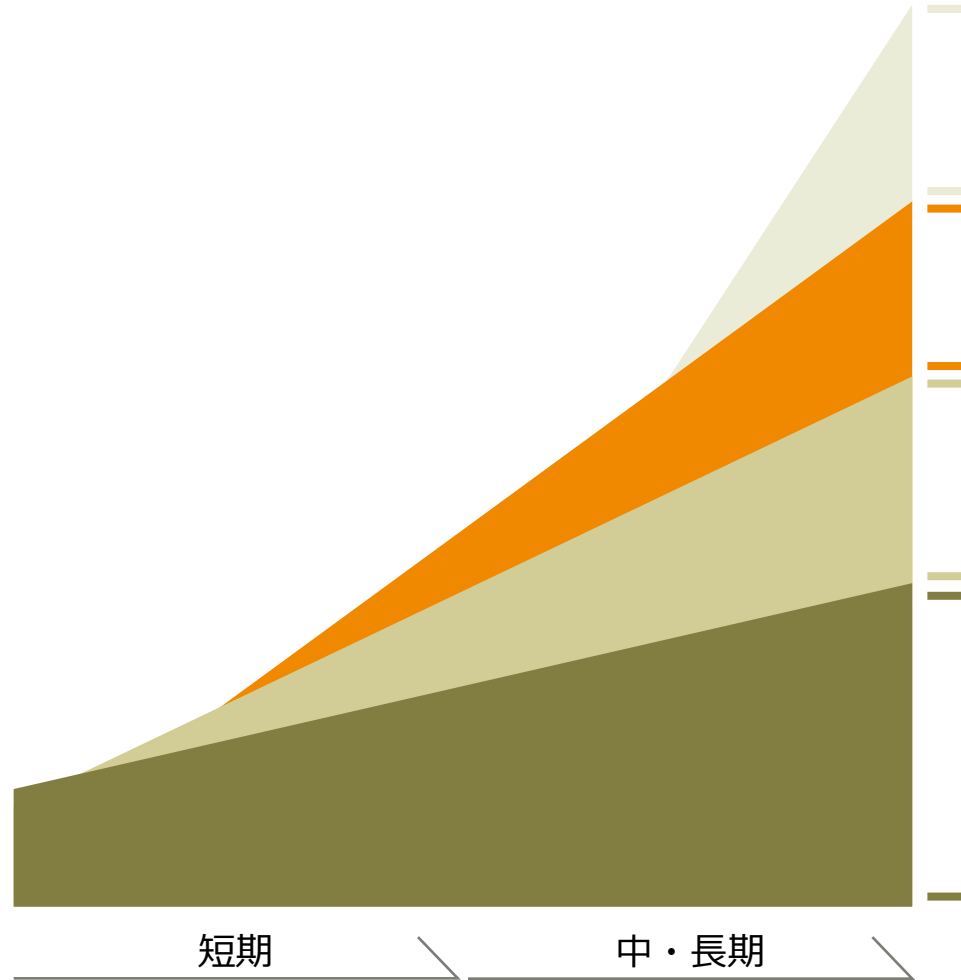
### D2Cブランド売上高

(単位：百万円)



# 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

# 5 .

1. 企業概要
2. エグゼクティブサマリー
3. 2023年3月期業績
4. 中期成長戦略

## 5. 2024年3月期業績予想

Appendix

## 2024年3月期業績予想

引き続き、サブスクコマース、D2Cブランドへの継続的な投資を行い、増収増益を計画

(単位：百万円)

	2023/3期	2024/3期	増減額	前期比
売上高	10,025	10,906	881	109%
売上総利益	2,847	2,956	108	104%
売上総利益率	28.4%	27.1%	△1.3pt	
営業利益	236	269	33	114%
営業利益率	2.4%	2.5%	+0.1pt	
経常利益	230	261	30	113%
当期純利益	153	182	29	119%

# 2024年3月期：戦略的取り組み

—— 実施予定

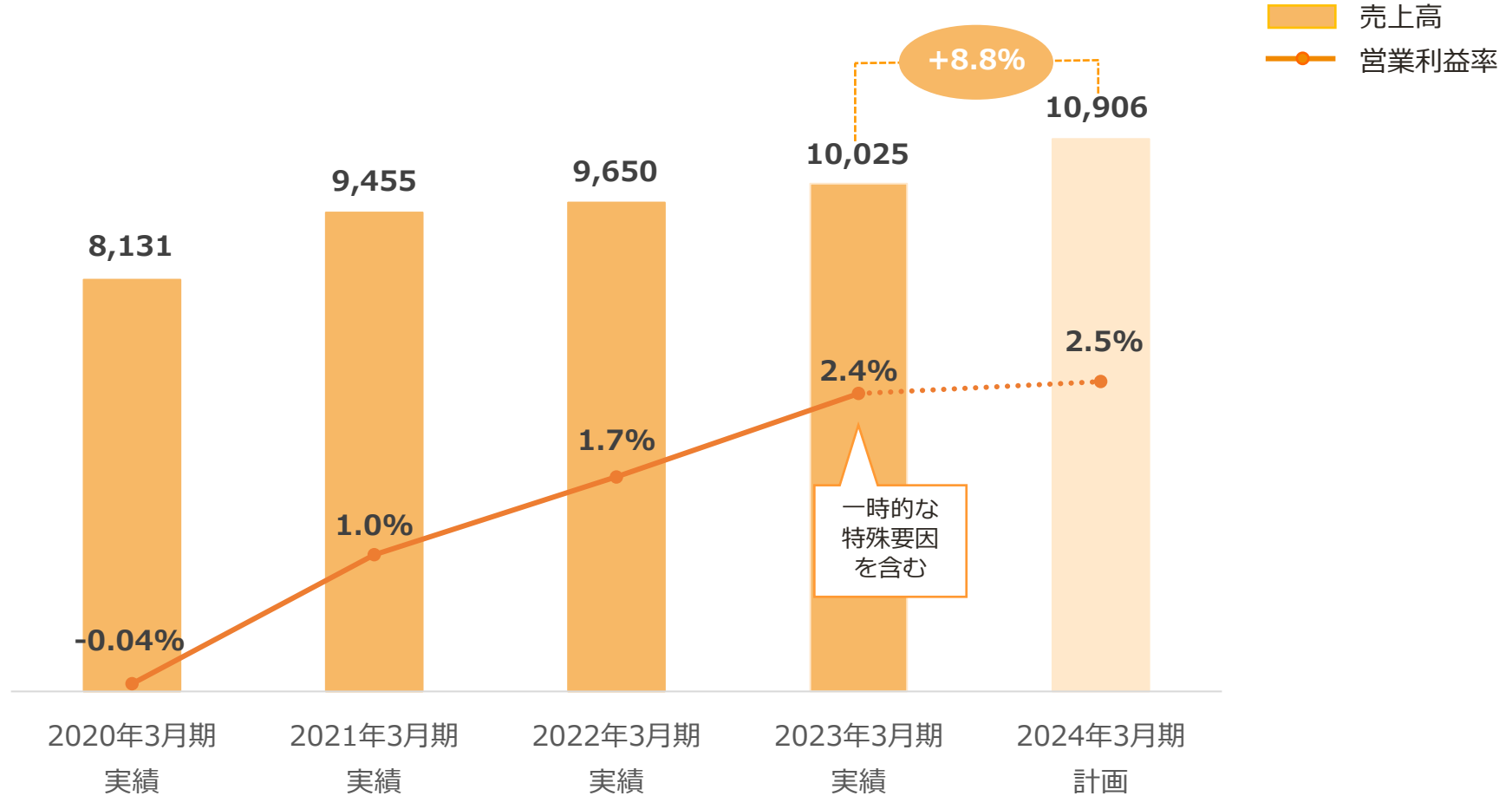
		1Q	2Q	3Q	4Q
<p>マルチ コマース</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• D2Cブランドを中心とした広告販促投資</li> <li>• 自社オンラインサイトの複数店舗化</li> <li>• DXプラットフォーム機能強化</li> <li>• 他社オンラインモールへの新規出店</li> </ul>				
<p>サブスク コマース</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• サブスクスイッチを促進する広告販促投資</li> <li>• 定期対象商品の拡充</li> </ul>				
<p>D2C ブランド</p>	<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> </ul>				

# 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)

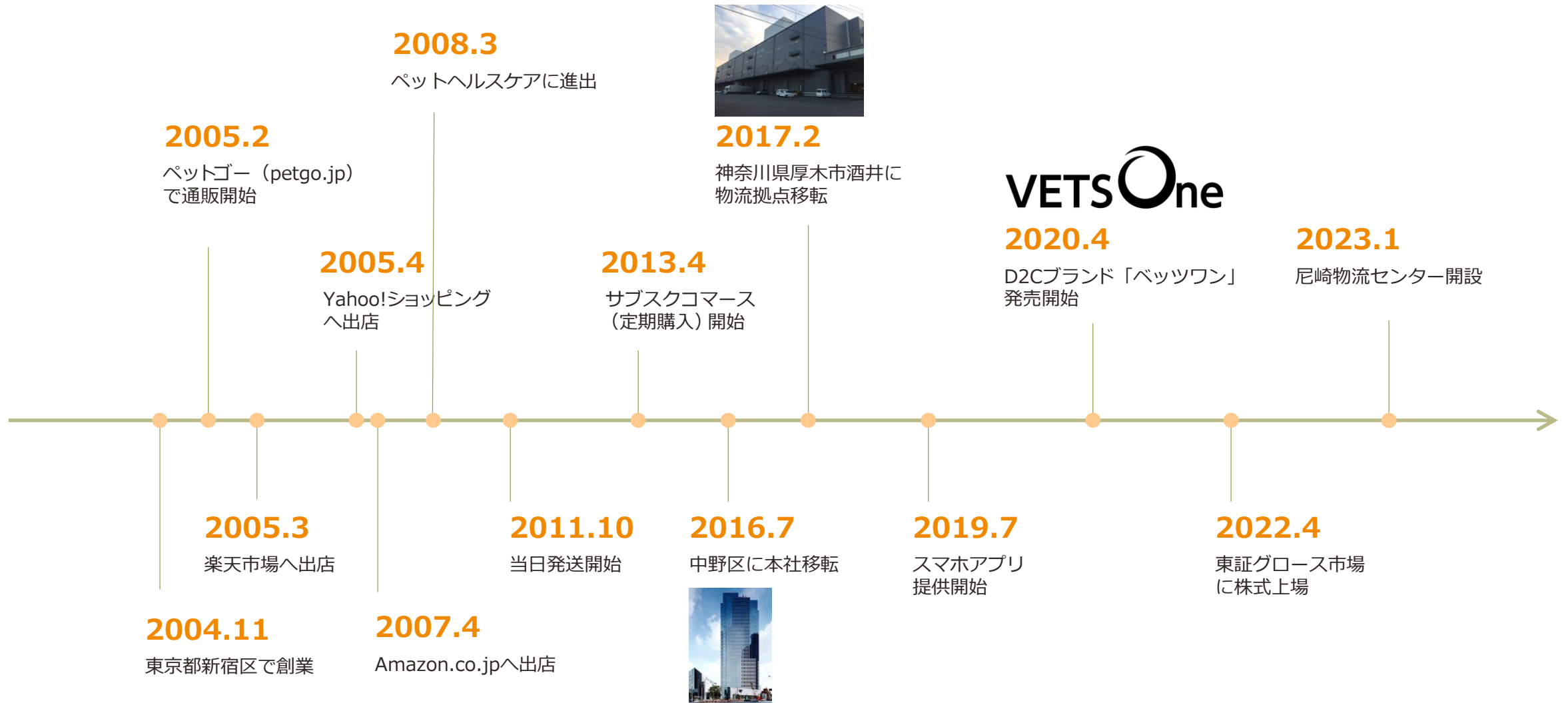




1. 企業概要
2. エグゼクティブサマリー
3. 2023年3月期業績
4. 中期成長戦略
5. 2024年3月期業績予想

## Appendix

# 沿革



# 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

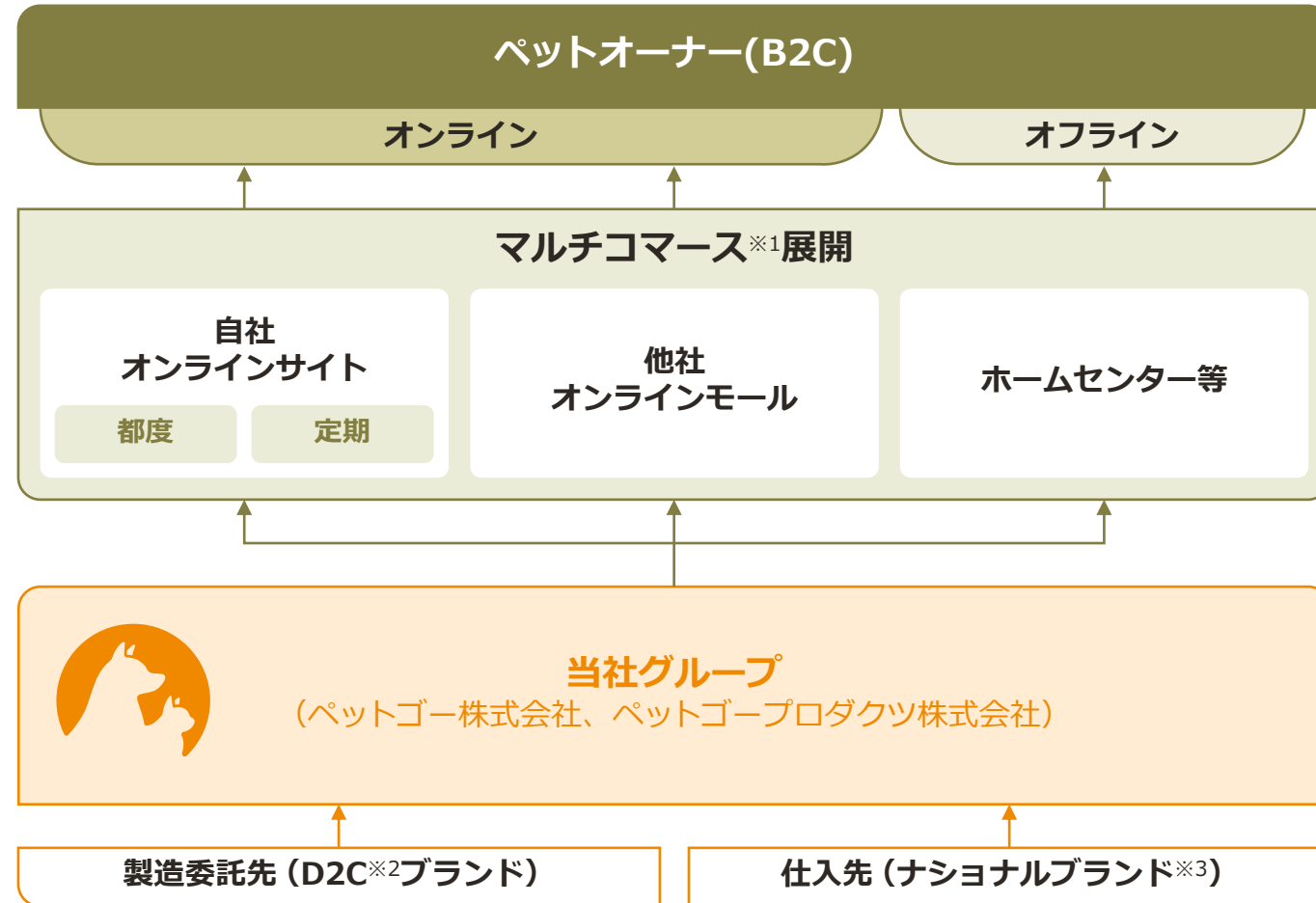
**藤池 智則** / 取締役 (監査等委員)

- 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



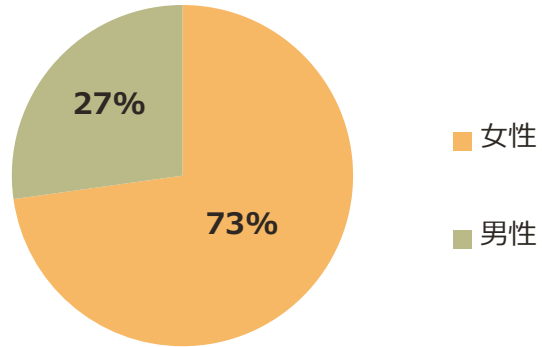
※1 自社オンラインサイトだけではなく、複数の大手モールやオフラインを横断した販売形態の総称

※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

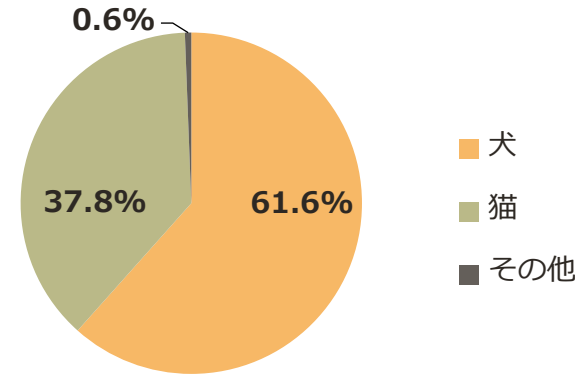
※3 大手メーカーが全国規模で展開するブランド

# 顧客属性

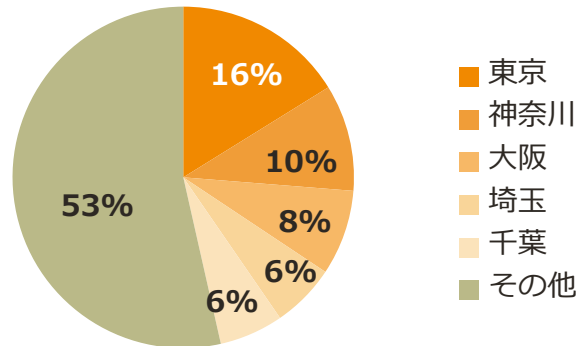
## 顧客の性別



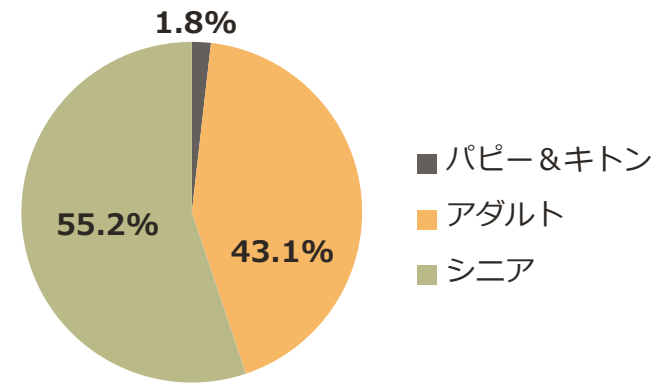
## 犬猫の比率



## 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

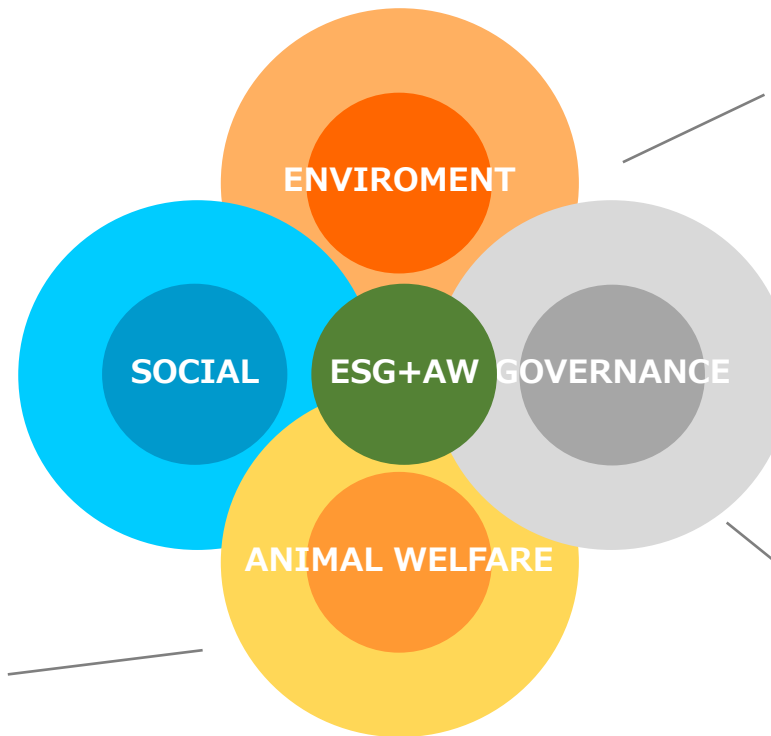
当社は、「ハッピーペットライフ・ハッピーワールド」を実現するため、動物福祉（Animal welfare）とESGを軸とした経営に注力し、SDGsもふまえ、企業の持続的成長を図るとともに、経営基盤の強化に継続的に取り組んでいます。

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

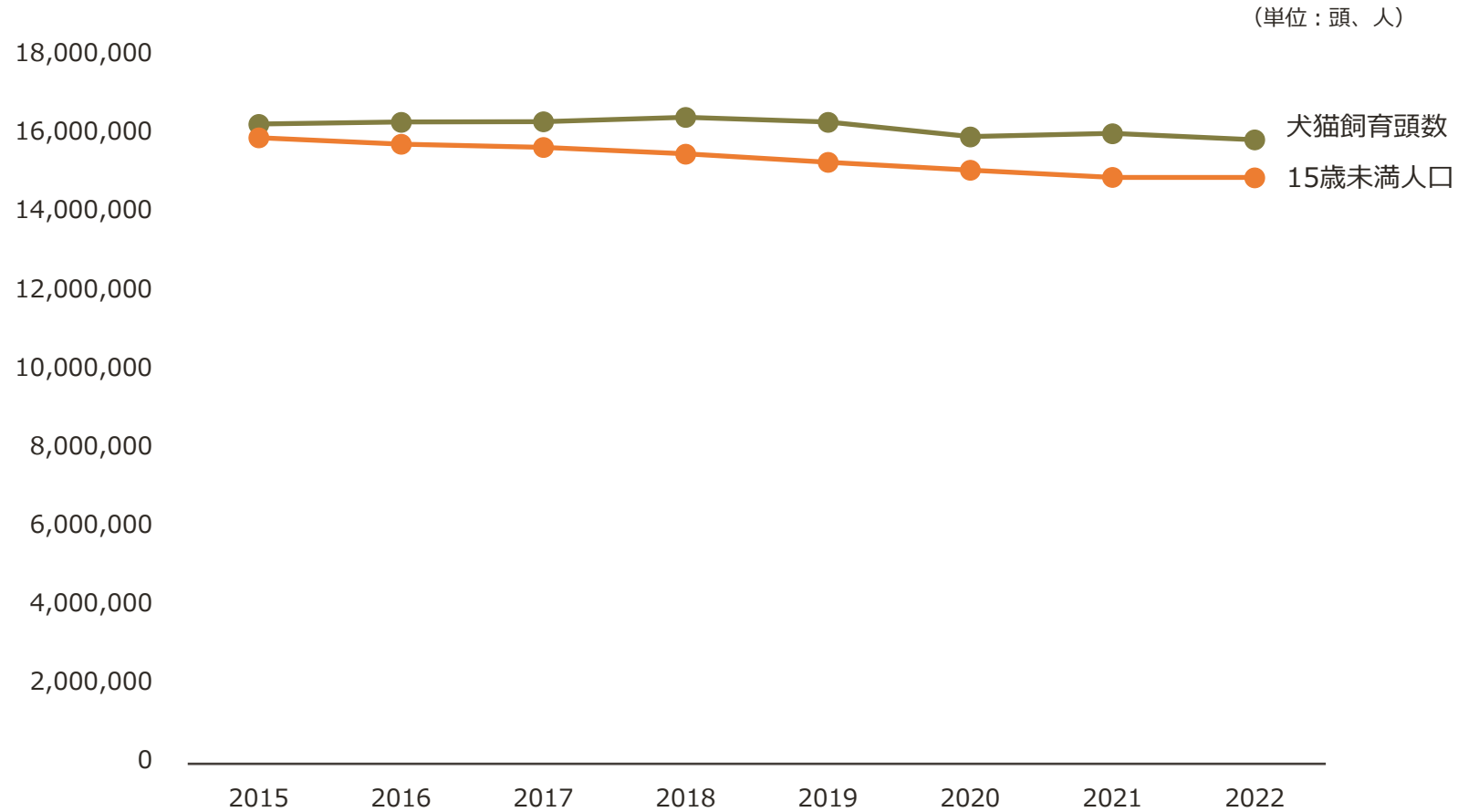
- ・DXによる通販納品書ペーパーレスの推進
- ・D2Cブランド製品へのFSC認証紙の採用
- ・犬猫保護団体への物資寄付による廃棄フード・用品の削減

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

# 犬猫飼育頭数推移

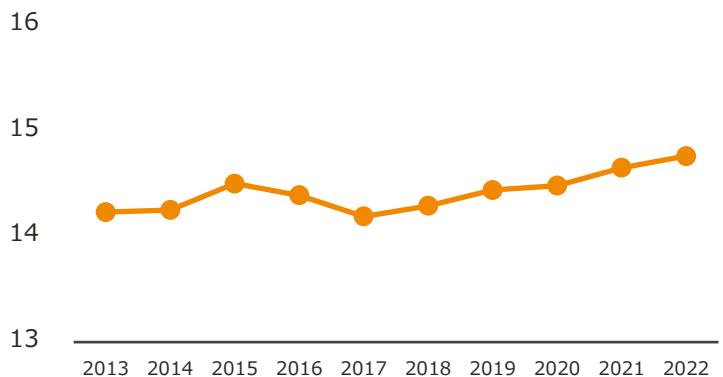
犬猫の総数は、子供の数を上回って推移



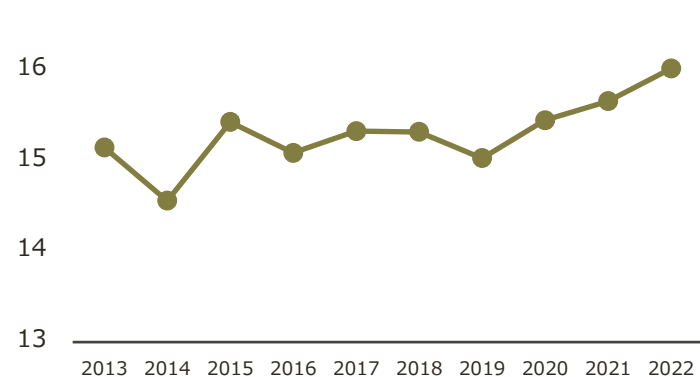
# 犬猫の平均寿命と年齢別疾患増加傾向

## 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

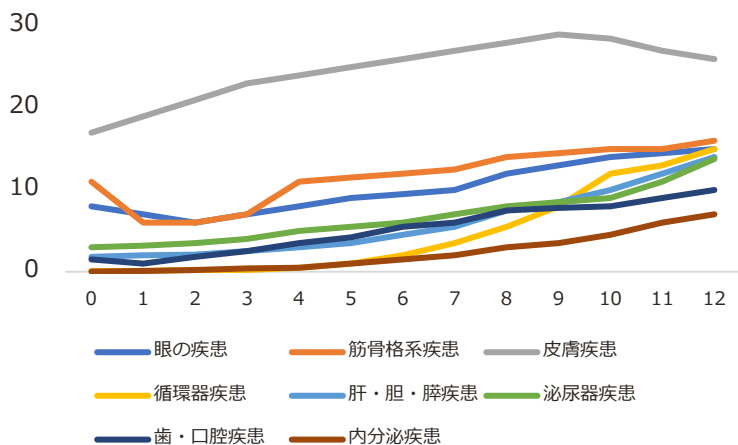
犬の平均寿命 (単位: 歳)



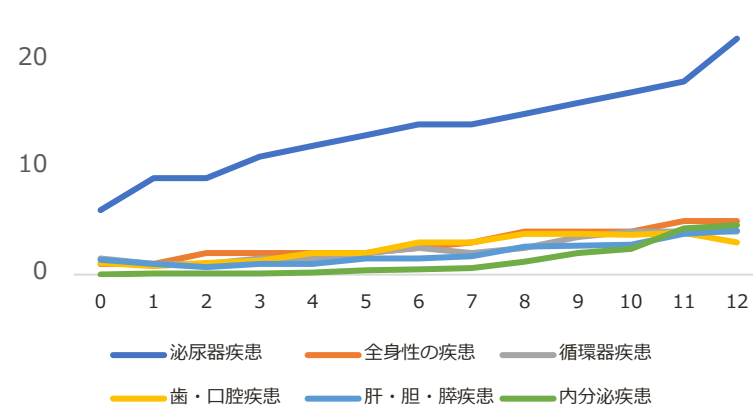
猫の平均寿命 (単位: 歳)



犬の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



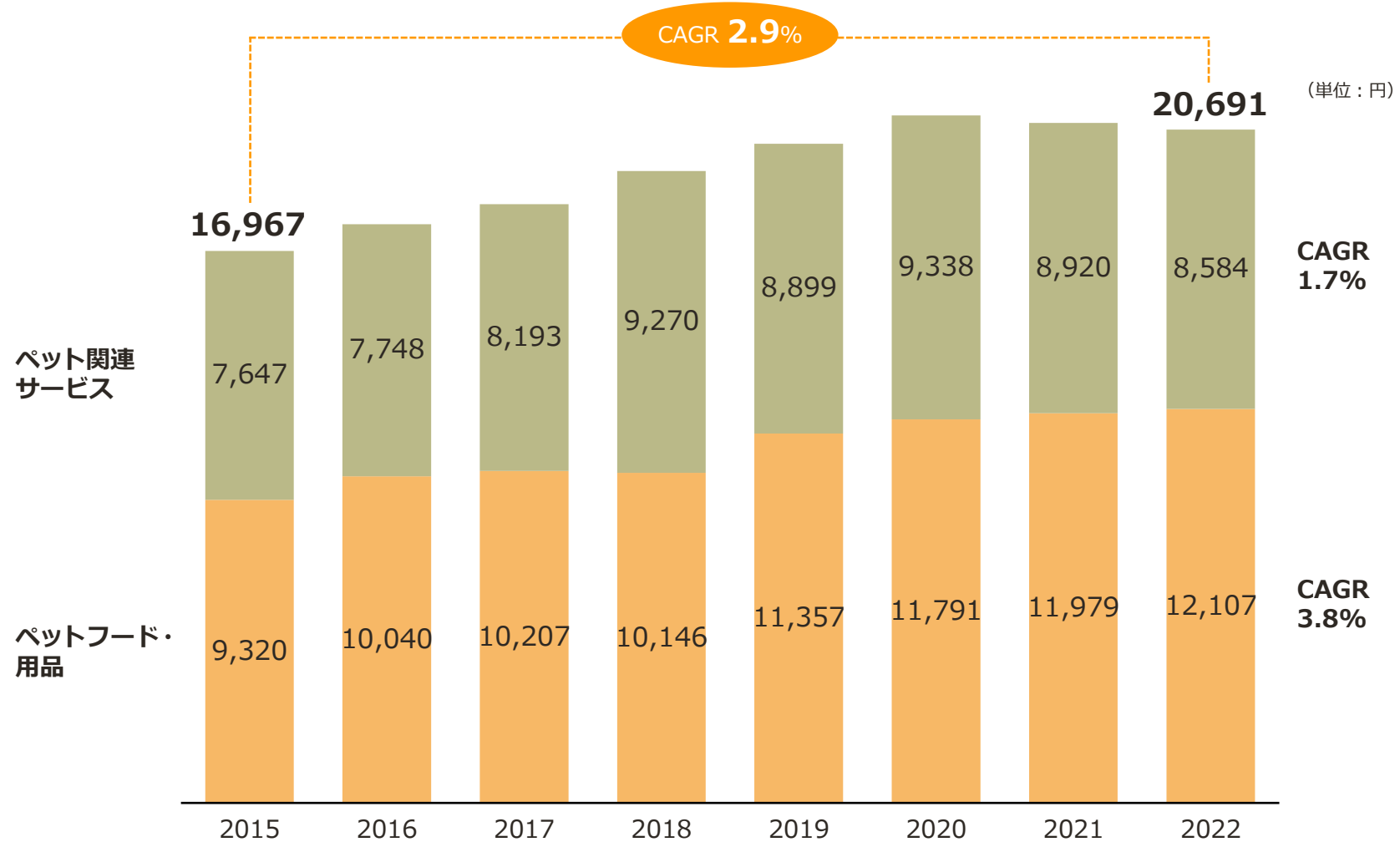
猫の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)





# 世帯平均ペット関連支出額

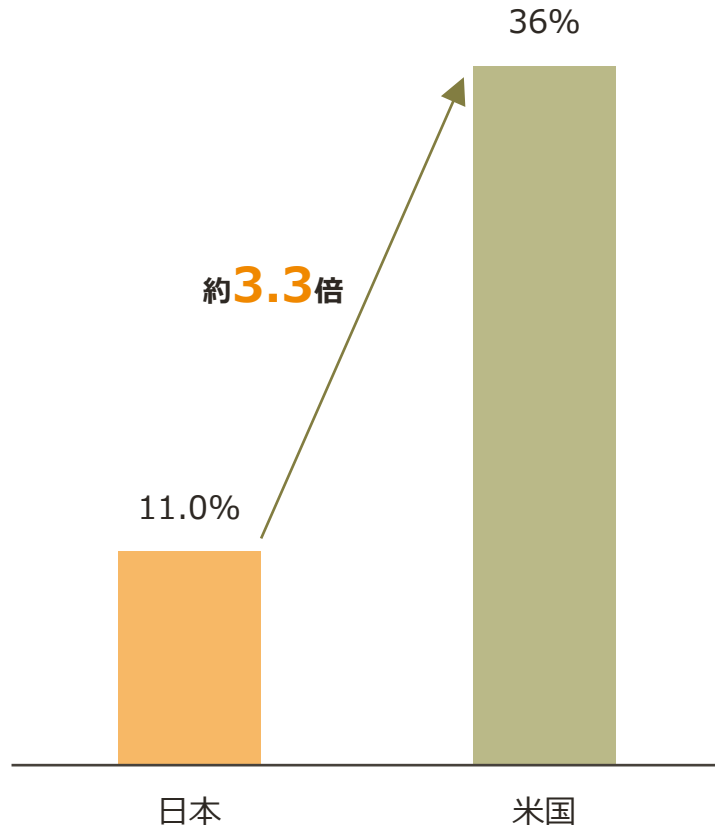
付加価値の高い商品・サービスのニーズが拡大し、1世帯あたりのペット関連消費額が増加



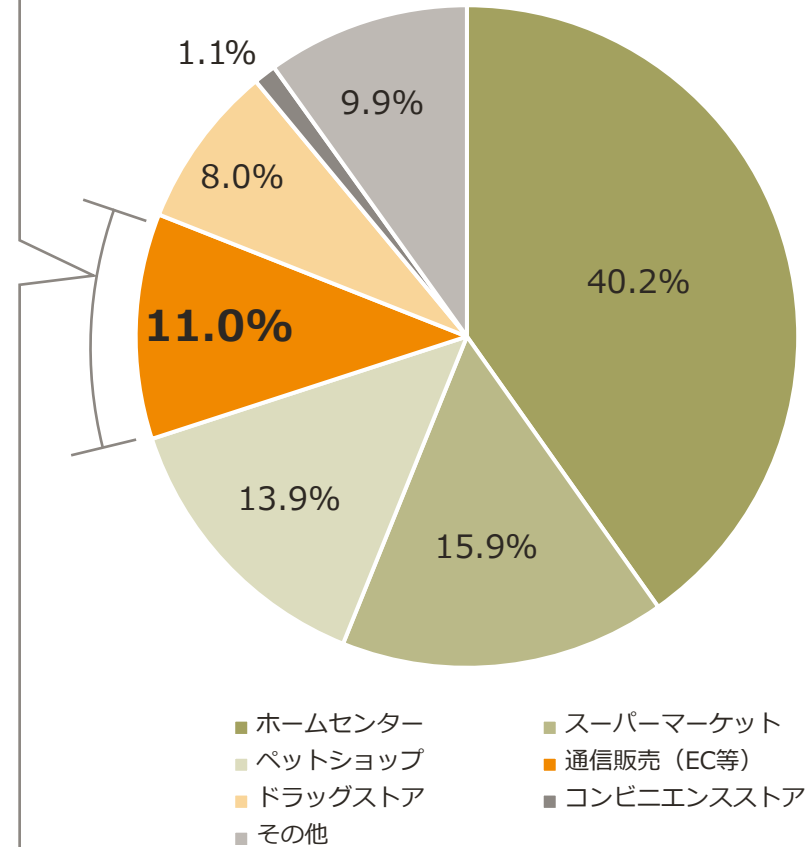
# ペットフード・用品EC化率

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

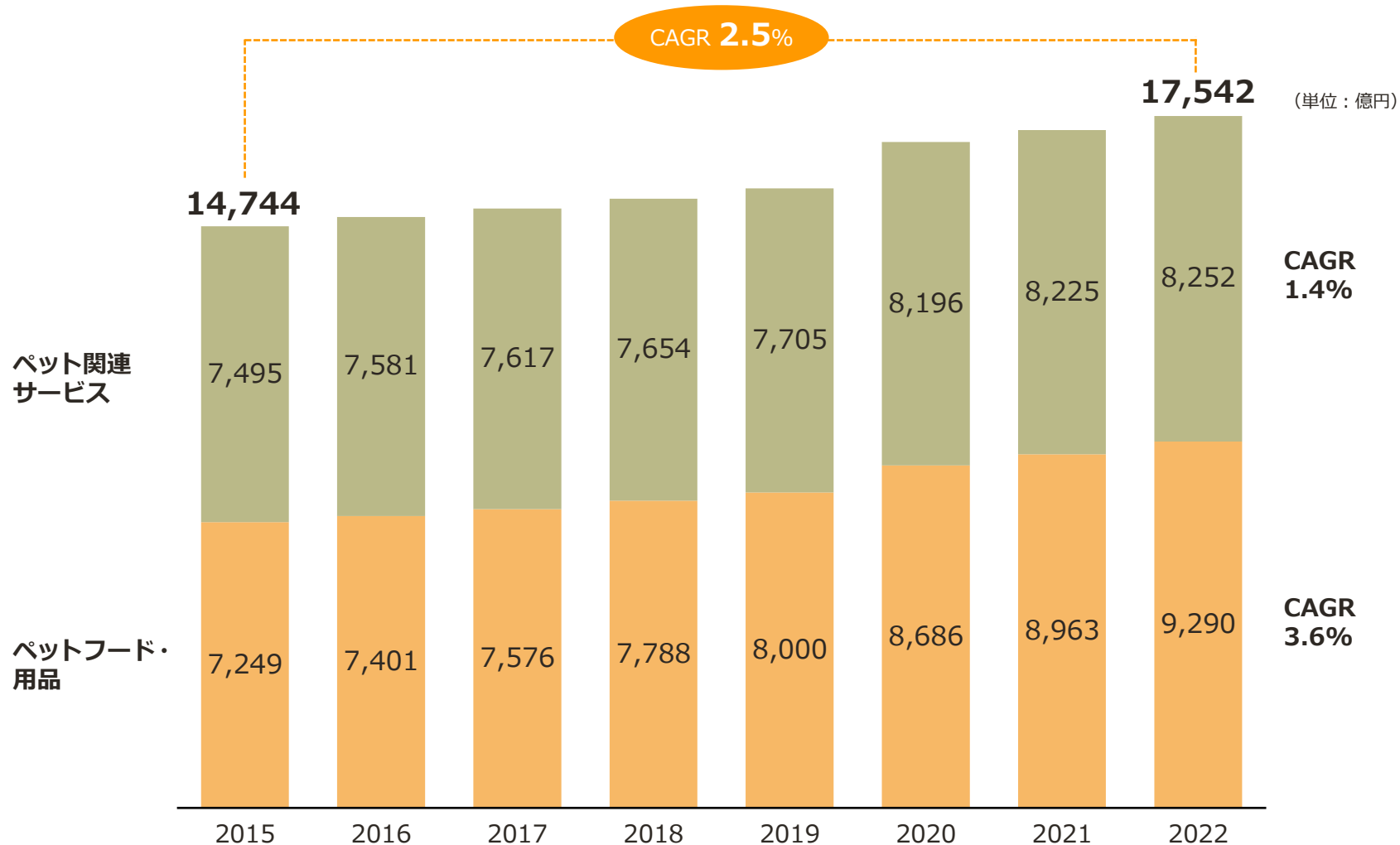


2022年の国内ペットフード・  
用品販売チャンネル別構成比



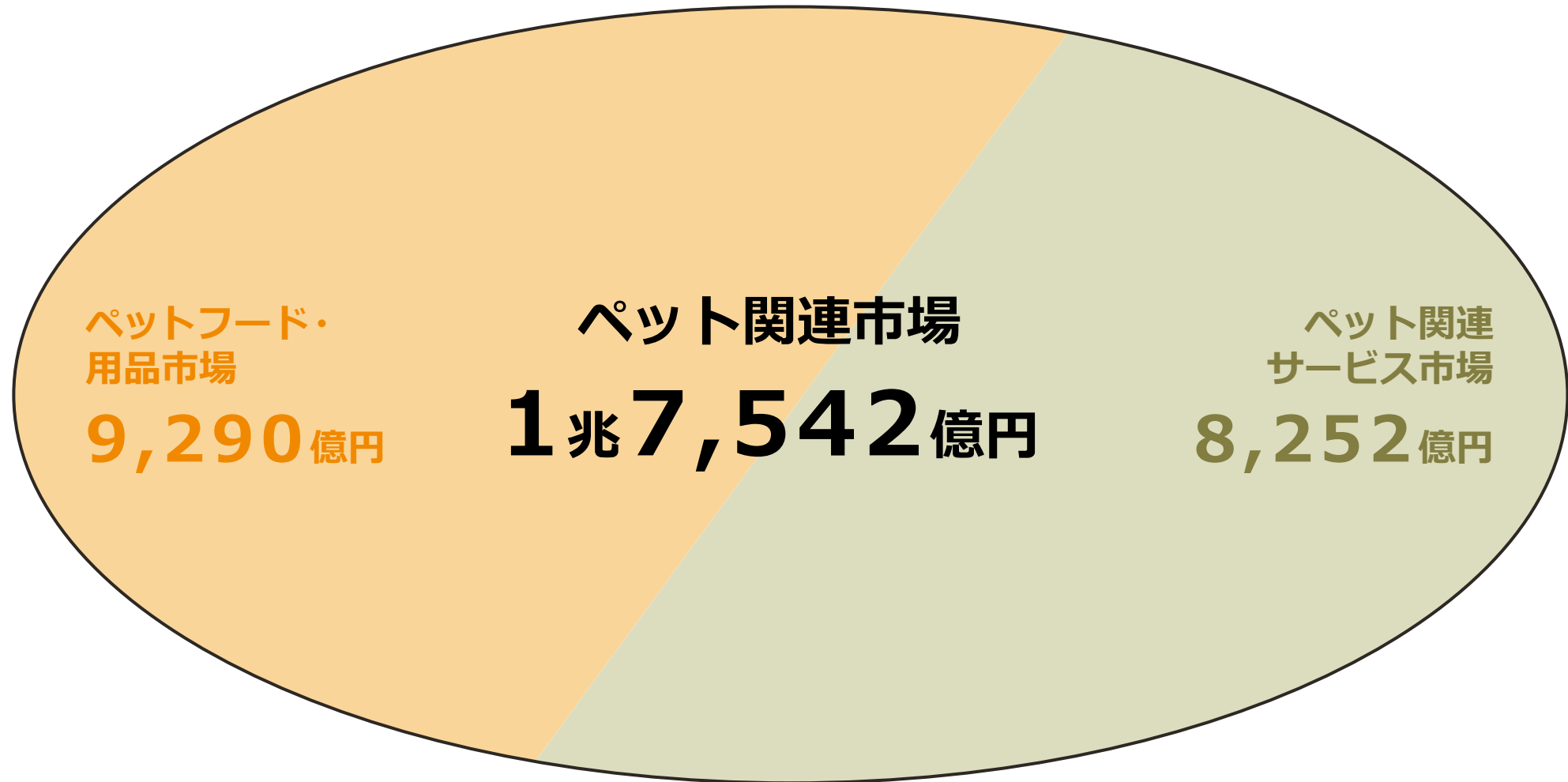
# 国内ペット関連市場規模推移

国内ペット関連市場は、緩やかながら継続的に拡大



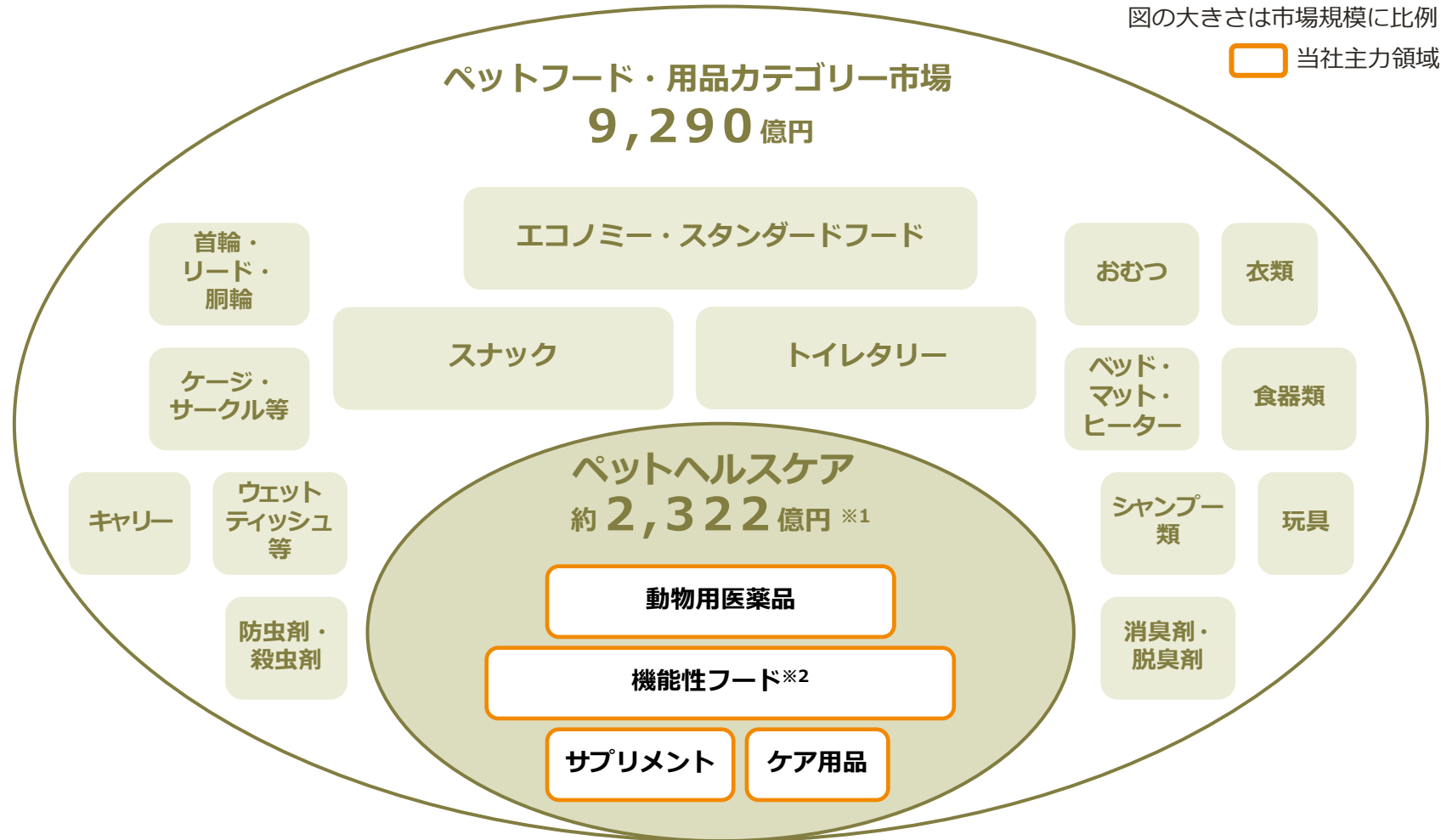
# 国内ペット関連市場規模

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



# 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。

## 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>



