



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
2025年6月



Happy pet life, Happy world

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



1. 事業コンセプト

2. 会社概要
3. 事業内容
4. 市場環境
5. 強みと特徴
6. 成長戦略
7. リスク情報

中長期で目指す姿

ちから
テクノロジーの力でペットライフをハッピーに

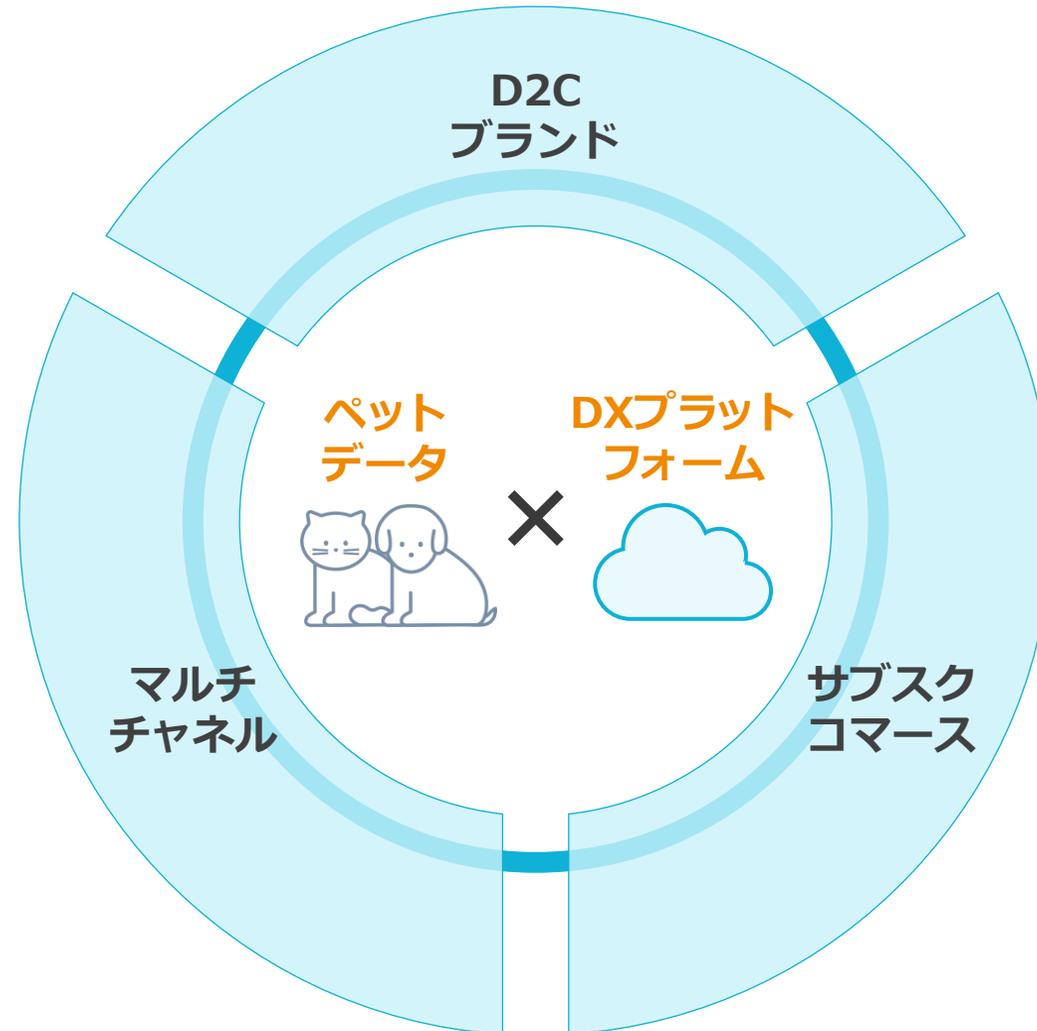
ペットヘルス × テクノロジー
カンパニー

Pet Health

Technology

事業コンセプト

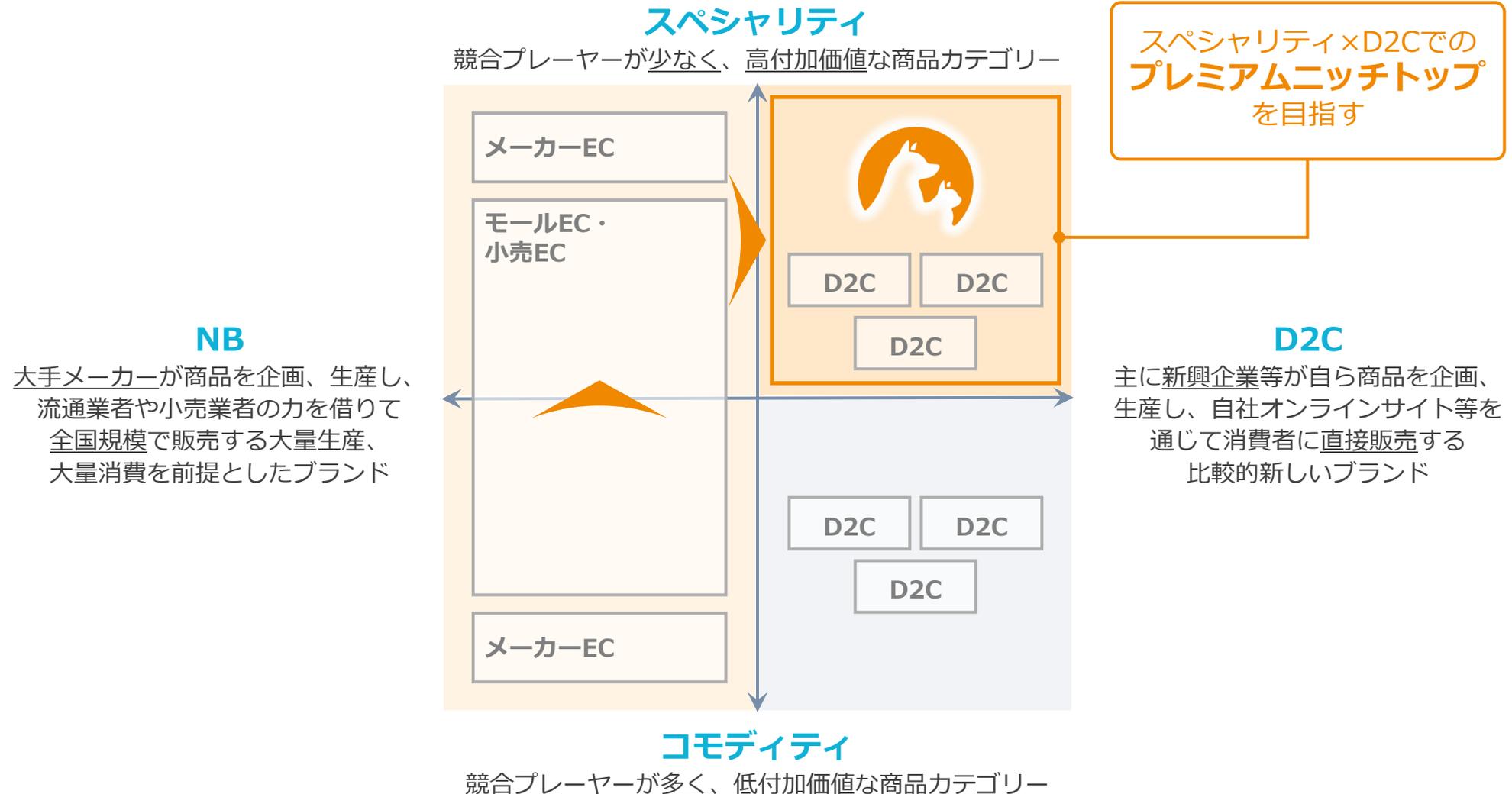
ペットヘルス×テクノロジーカンパニーを目指して、ペットデータとDXプラットフォームを活用し、ペット市場のニッチ分野で圧倒的地位を確立



ペットEC市場でのポジショニング

NB×コモディティで創業し、その後、NB×スペシャリティで事業規模を拡大。

2020年にD2Cブランドを立ち上げ、D2C×スペシャリティのニッチ領域でのポジションを構築中



2.

1. 事業コンセプト

2. 会社概要

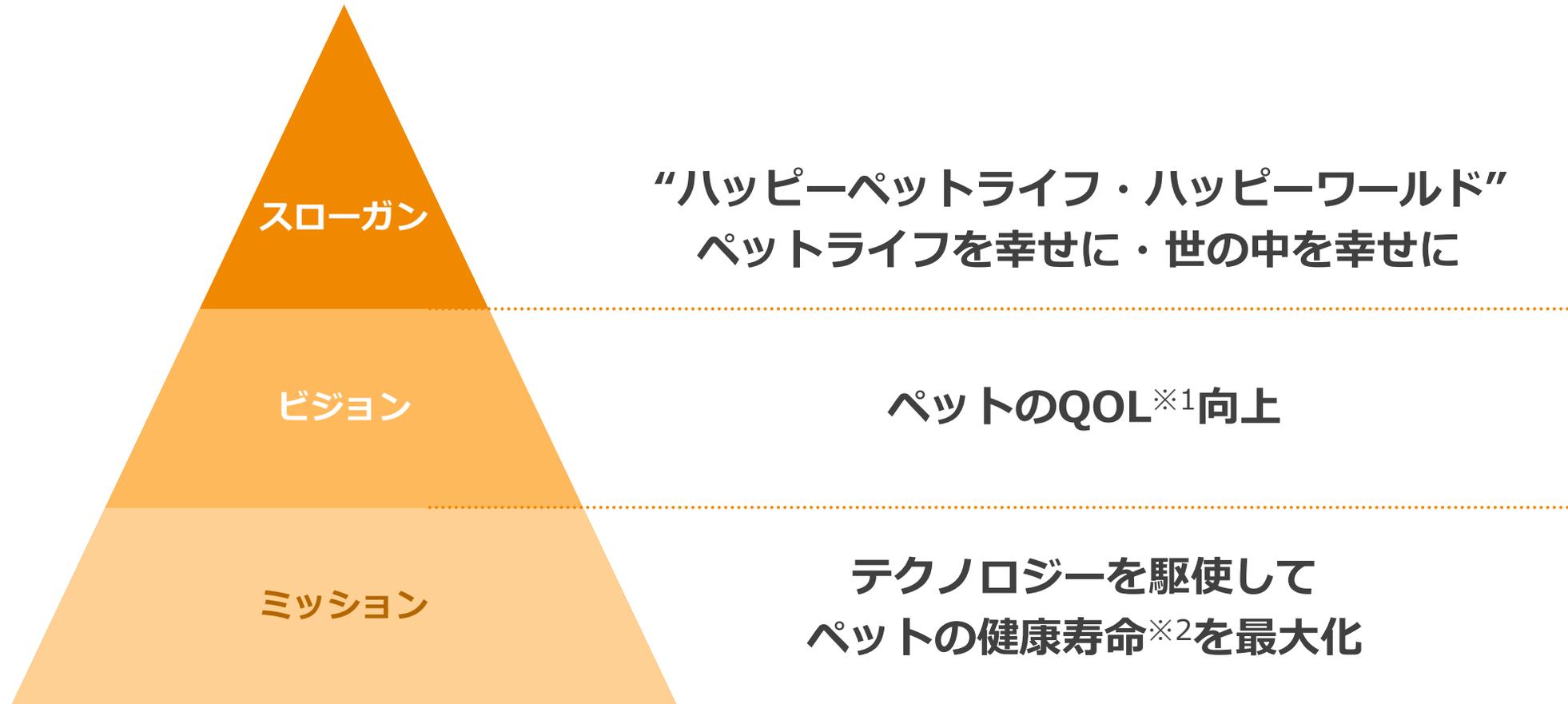
3. 事業内容

4. 市場環境

5. 強みと特徴

6. 成長戦略

7. リスク情報



※1 ペットの生活が健康で豊かであることの指標となる概念

※2 ペットが元気に活動的に生活できる期間

会社概要

会社名 ペットゴー株式会社
所在地 東京都中野区本町1-32-2
設立 2004年11月17日
事業内容 ペットヘルスケア事業

代表者 代表取締役社長 黒澤 弘
従業員数 48名（2025年3月末時点）
関連会社 株式会社FLAFFY
ペットゴープロダクツ株式会社

Kureha
6歳 女の子



Apollo
4歳 男の子





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 当社設立 代表取締役就任
- 2025年 (株)FLAFFY取締役就任



小出 文彦 / 取締役副社長(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
- 2023年 当社副社長就任



佐藤 建史 / 取締役(CFO)

- 2009年 EY新日本有限責任監査法人入所
- 2015年 ジャパン・ビジネス・アシユアランス(株)入社
- 2017年 トライオン(株)入社
- 2018年 当社入社
- 2018年 当社経営企画部長就任
- 2023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
- 2025年 (株)FLAFFY監査役就任

藤池 智則 / 取締役 (監査等委員)

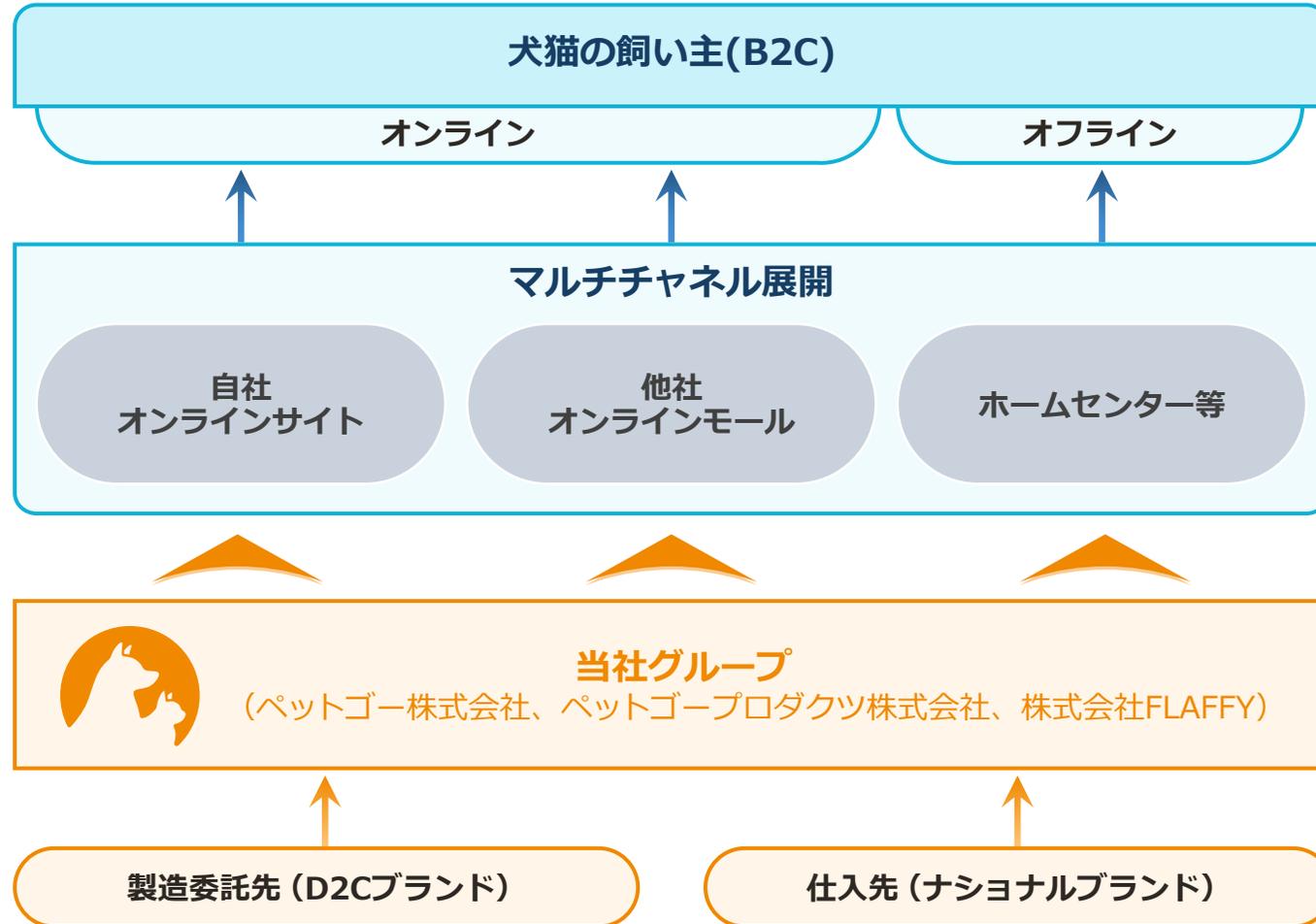
- 2000年 堀総合法律事務所入所
- 2008年 当社社外監査役就任
- 2017年 (株)エディア社外取締役監査等委員就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2019年 (株)ベネフィット・ワン社外取締役監査等委員就任

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・税理士事務所代表就任
- 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
- 2023年 合同会社アコット代表社員就任
- 2023年 (株)RevComm社外監査役就任
- 2023年 プリモグローバルホールディングス(株)社外取締役監査等委員就任

事業系統図

マルチチャネルを通じ、ペットヘルス商材を犬猫の飼い主に提供



組織風土

当社のビジョン実現を共通目標に、ビジネスとソーシャルの両立を目指す組織風土

従業員数
48名

女性比率
62%

管理職に占める
女性の割合
42%

犬猫飼育率
42%

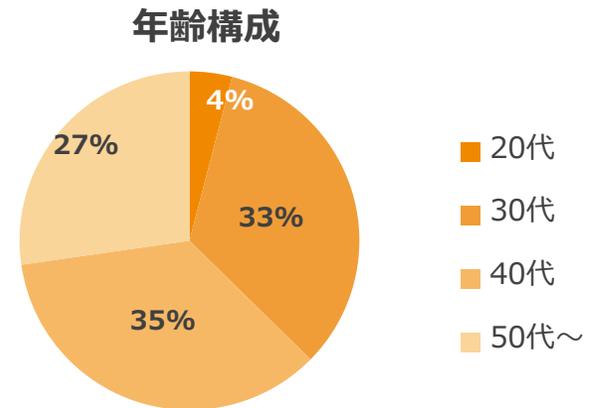
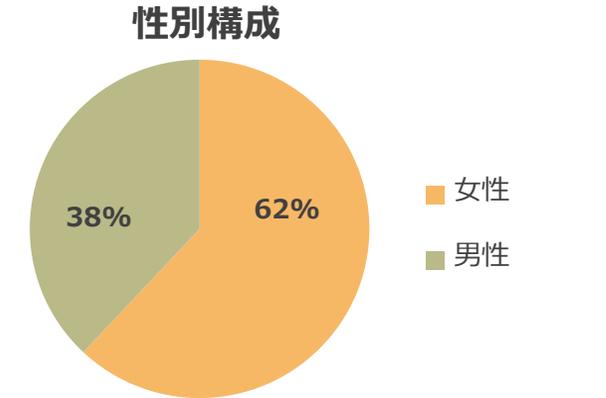
月平均残業時間
9.3時間

有給休暇取得率
90%

平均年齢
43歳

平均勤続年数
7.8年

10年以上勤続
29%



サステナブル経営

ハッピーペットライフ・ハッピーワールドの実現に向け、 動物福祉 (Animal welfare)とESGを軸とした経営に注力

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
- 従業員の子どもたちを対象にしたキッズプログラム
- ペット飼育補助
〔 ペット手当・ペット用品割引・ワクチン費用補助・
ペット弔慰休暇・ペット弔慰金 〕

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



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
- ギフトサービスによる保護犬猫への支援
- 飼い主エデュケーション
- セルフメディケーション推進



コンプライアンス重視経営を目指し、 企業価値を最大化

- コーポレート・ガバナンス報告書



3.

1. 事業コンセプト

2. 会社概要

3. 事業内容

4. 市場環境

5. 強みと特徴

6. 成長戦略

7. リスク情報

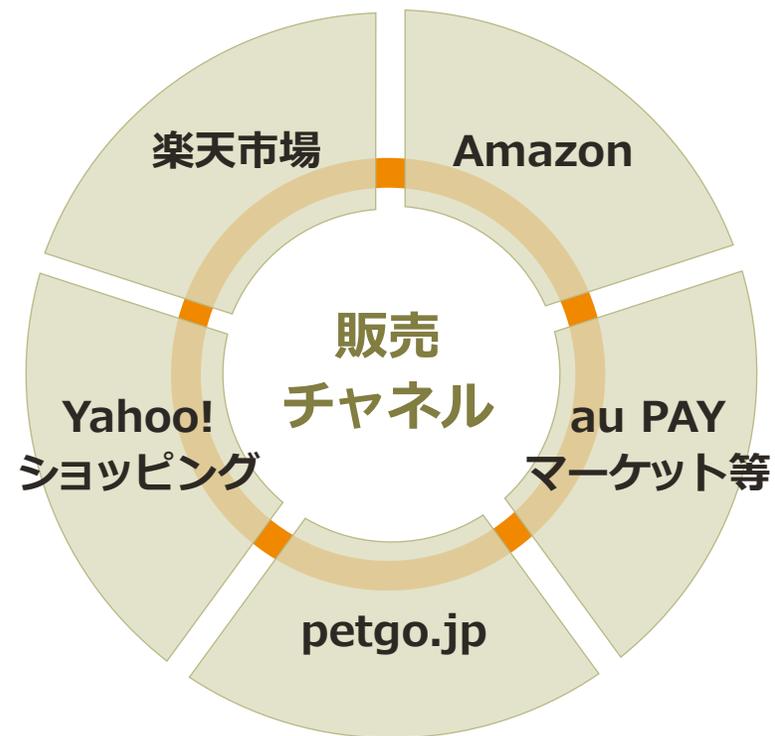
事業内容

犬猫向けのペットヘルス商材をデジタル（Eコマース）を通じて提供

ペットヘルス※1



デジタル（Eコマース）



※1 ペットの健康維持及び病気予防を目的とした健康管理

主な取扱商品

ペットヘルス商材を中心に、犬猫の毎日の生活に必要な不可欠な商品約4千点以上を取り扱い。
ナショナルブランド（NB）だけでなく、自社で企画開発のD2Cブランドも展開



食事療法食



総合栄養食



ノミマダニ
駆除薬



動物用医薬品



サプリメント



ケア用品



おやつ



ペットシート



猫砂

主な販売チャネル

自社オンラインサイトを中心に、他社オンラインモールやオフラインでも販売

YAHOO! ショッピング
JAPAN

Rakuten

amazon

 **petgo**

Qoo10

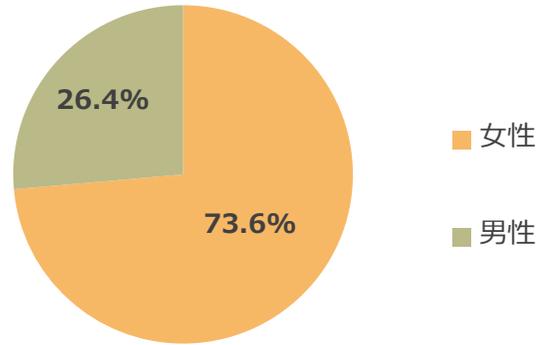
d ショッピング

au PAY マーケット

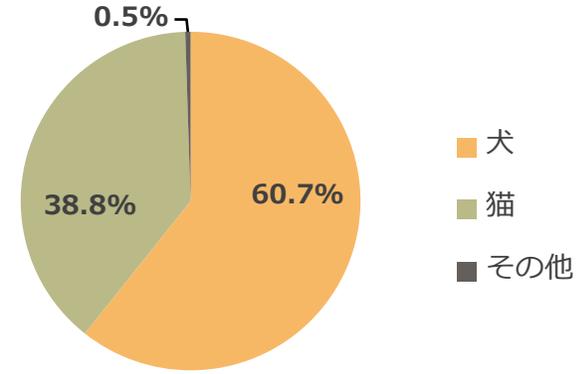
顧客属性

都市部に住む女性の飼い主が、主な顧客セグメント

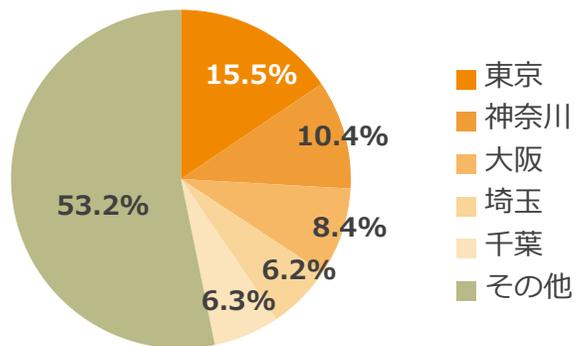
顧客の性別



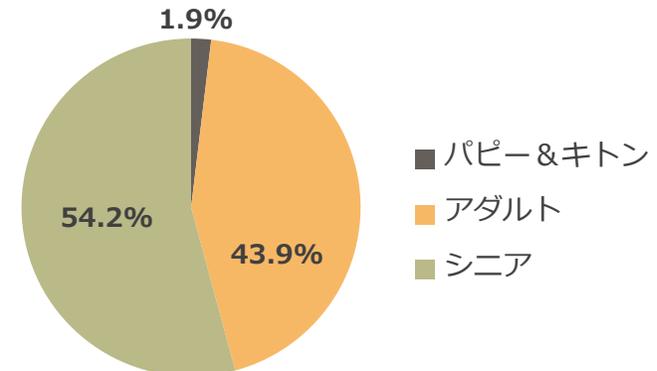
犬猫の比率



顧客の居住地



ライフステージ別犬猫比率



出所：当社員データ（2025年3月時点）

日米におけるペット関連上場企業

国内唯一の「ペット×デジタル」銘柄

	米 国	日 本
ペットフード	Colgate palmolive / Fresh pet Blue buffalo *	ユニチャーム / 日本製粉 / 日清製粉 はごろもフーズ
ペット用品	Dogness	ライオン / ファンケル* / DHC* クニミネ工業 / アース製薬
動物用医薬品	Merck / Zoetis / Elanco / PetIQ * / Nexvet *	日産化学 / 住友商事 / 三井物産
ペット卸	Covetrus	エコートレーディング サーラコーポレーション
ペット小売	Central garden & pet / Tractor Supply	イオン / アレンジ / DCM ジョイフル本田
ペット×デジタル (Eコマース等)	Chewy / PetMeds / BARK / Rover * / boqii	petgo
ペット保険	Trupanion	アニコム / アイペット*
ペット医療	VCA *	日本動物高度医療センター / WOLVES HAND

*買収等により上場廃止

4.

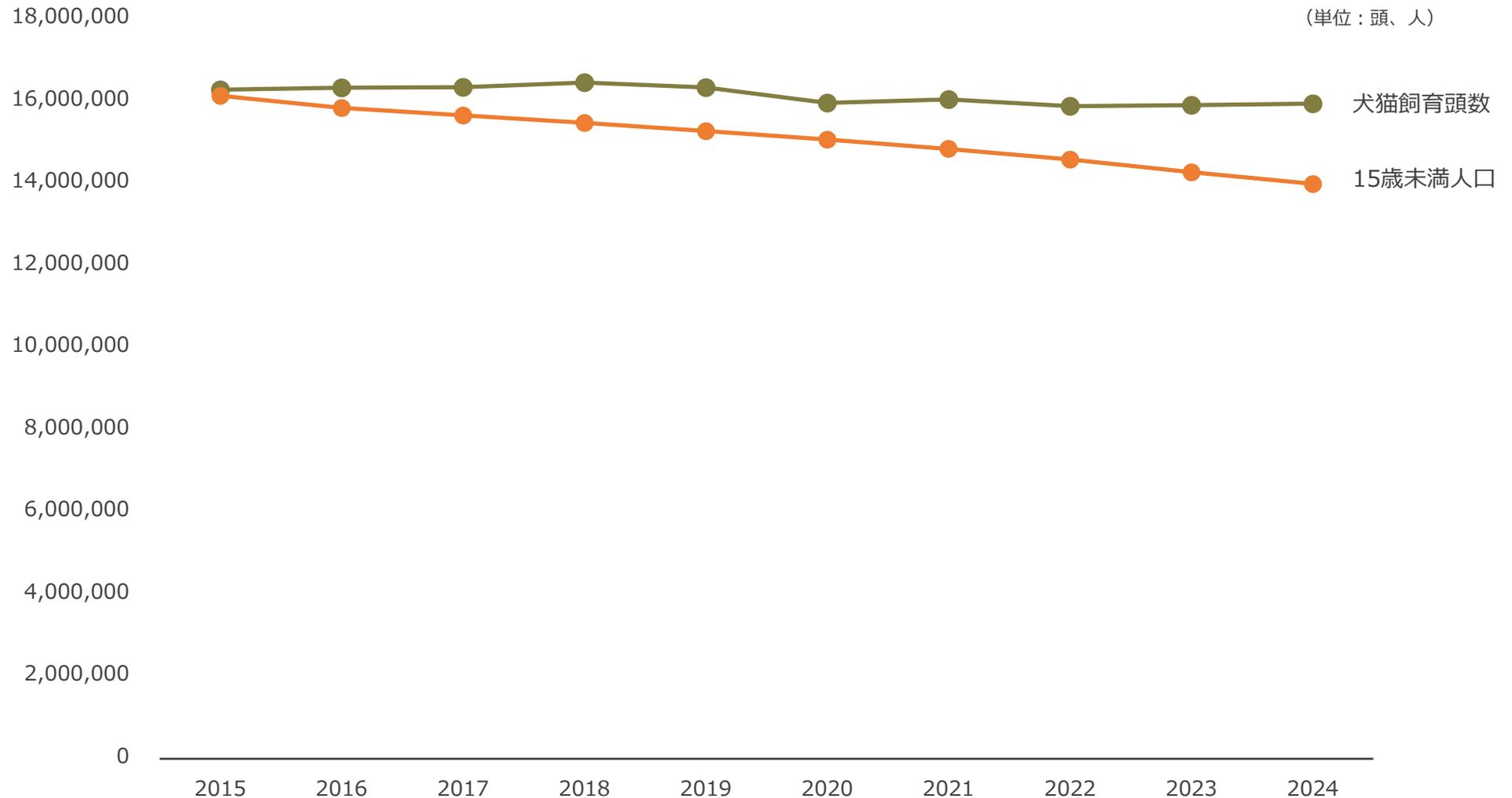
1. 事業コンセプト
2. 会社概要
3. 事業内容

4. 市場環境

5. 強みと特徴
6. 成長戦略
7. リスク情報

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

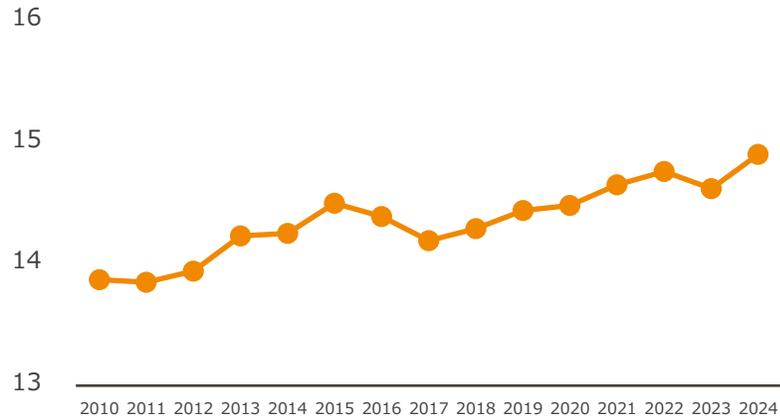


出所：一般社団法人ペットフード協会「全国犬猫飼育実態調査」、総務省統計局

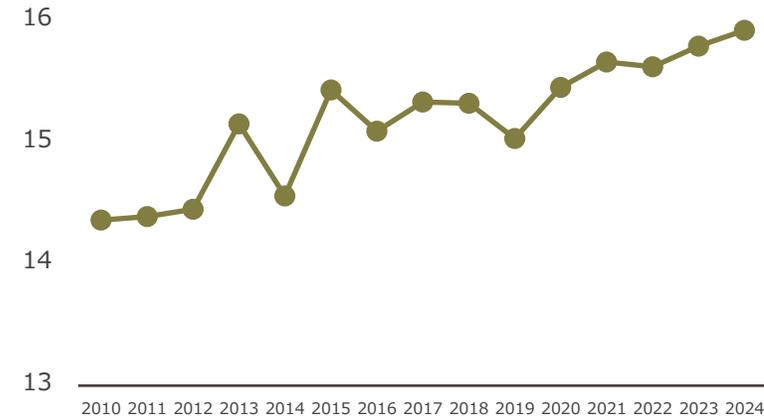
犬猫の平均寿命と年齢別疾患増加傾向

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

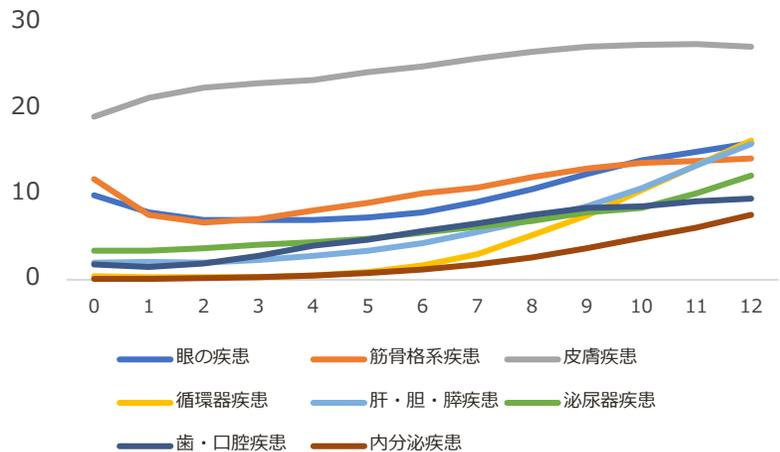
犬の平均寿命 (単位: 歳)



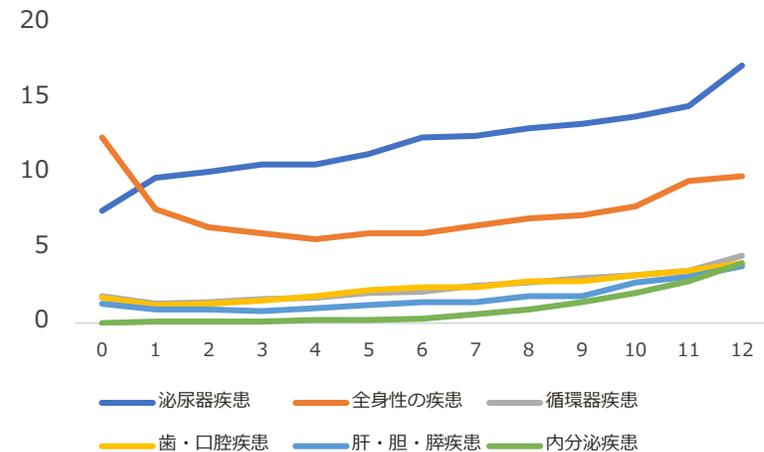
猫の平均寿命 (単位: 歳)



犬の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



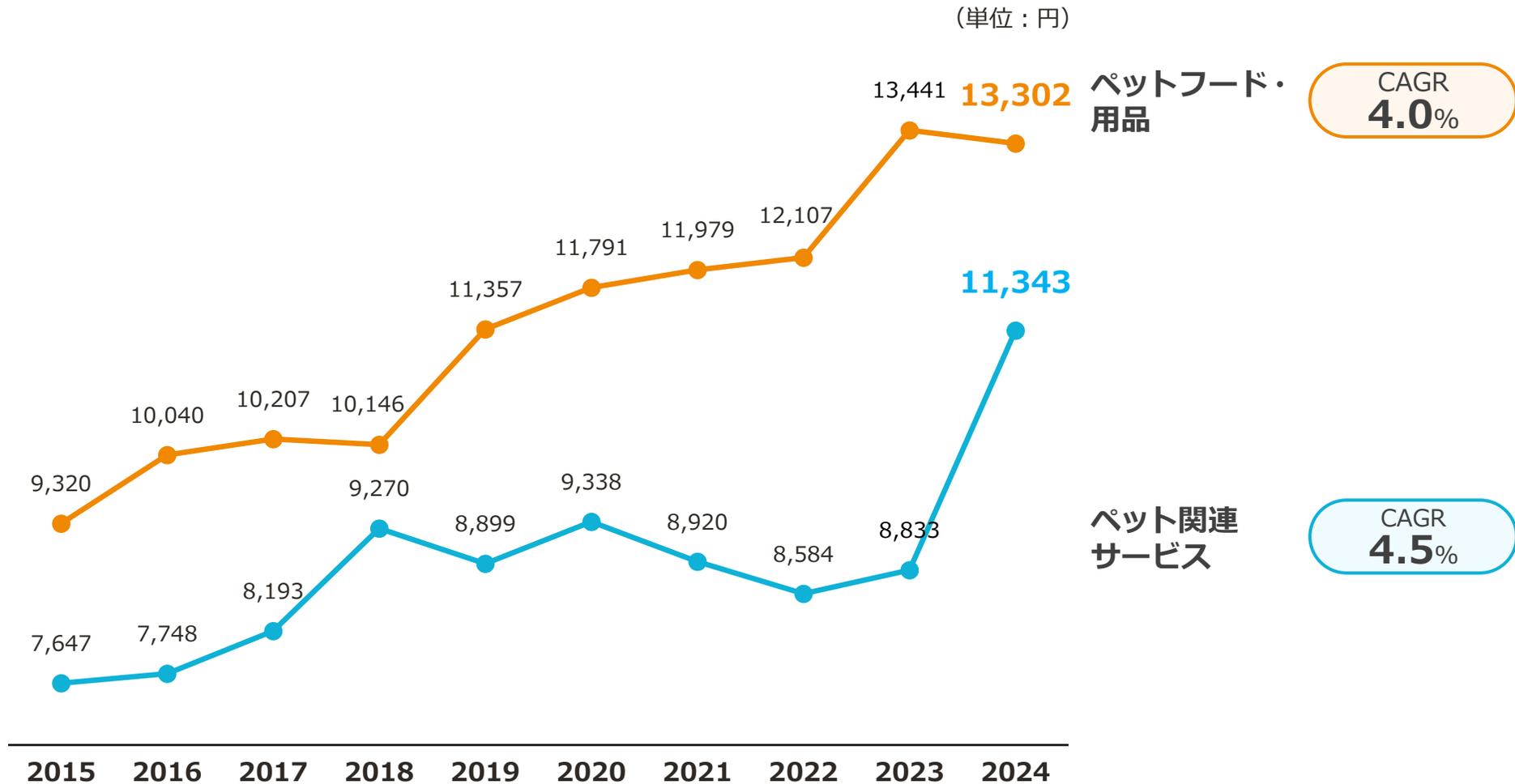
猫の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



出所：一般社団法人ペットフード協会「全国犬猫飼育実態調査」
 出所：アニコム「家庭どうぶつ白書2024」年齢別の請求割合を元に増加傾向疾患を算出

全世帯平均ペット関連支出額

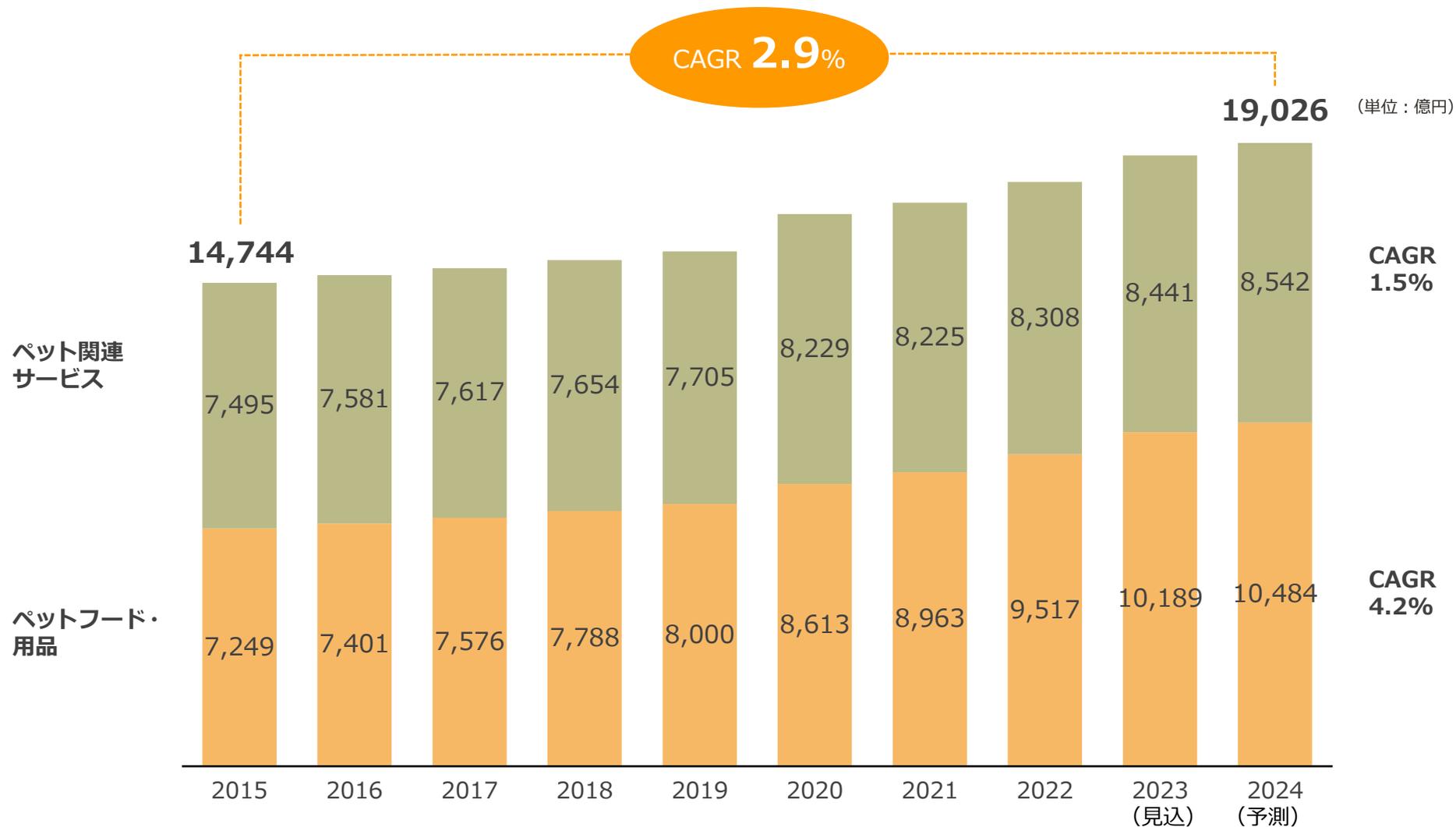
高価格化・長寿命化・家族化により、1世帯あたりのペット関連消費額が増加



出所：総務省統計局「家計調査」

市場規模推移

ペット関連支出額の増加により、国内ペット関連市場は緩やかながら継続的に拡大



出所：矢野経済研究所「2024年版ペットビジネスマーケティング総覧」（末端市場規模）

ペットフード・用品カテゴリー別市場規模

ペットヘルス×D2Cで、プレミアムニッチトップを目指す

ペットフード・用品カテゴリー市場
10,484億円

エコノミー・スタンダードフード

首輪・リード・胴輪

ケージ・サークル等

キャリー

ウェット
ティッシュ等

スナック

防虫剤・殺虫剤

おもむつ

衣類

ベッド・
マット・ヒーター

トイレタリー

食器類

シャンプー類

玩具

消臭剤・脱臭剤

ペットヘルス
約2,621億円※1

当
社
主
力
領
域

動物用医薬品

サプリメント

機能性フード※2

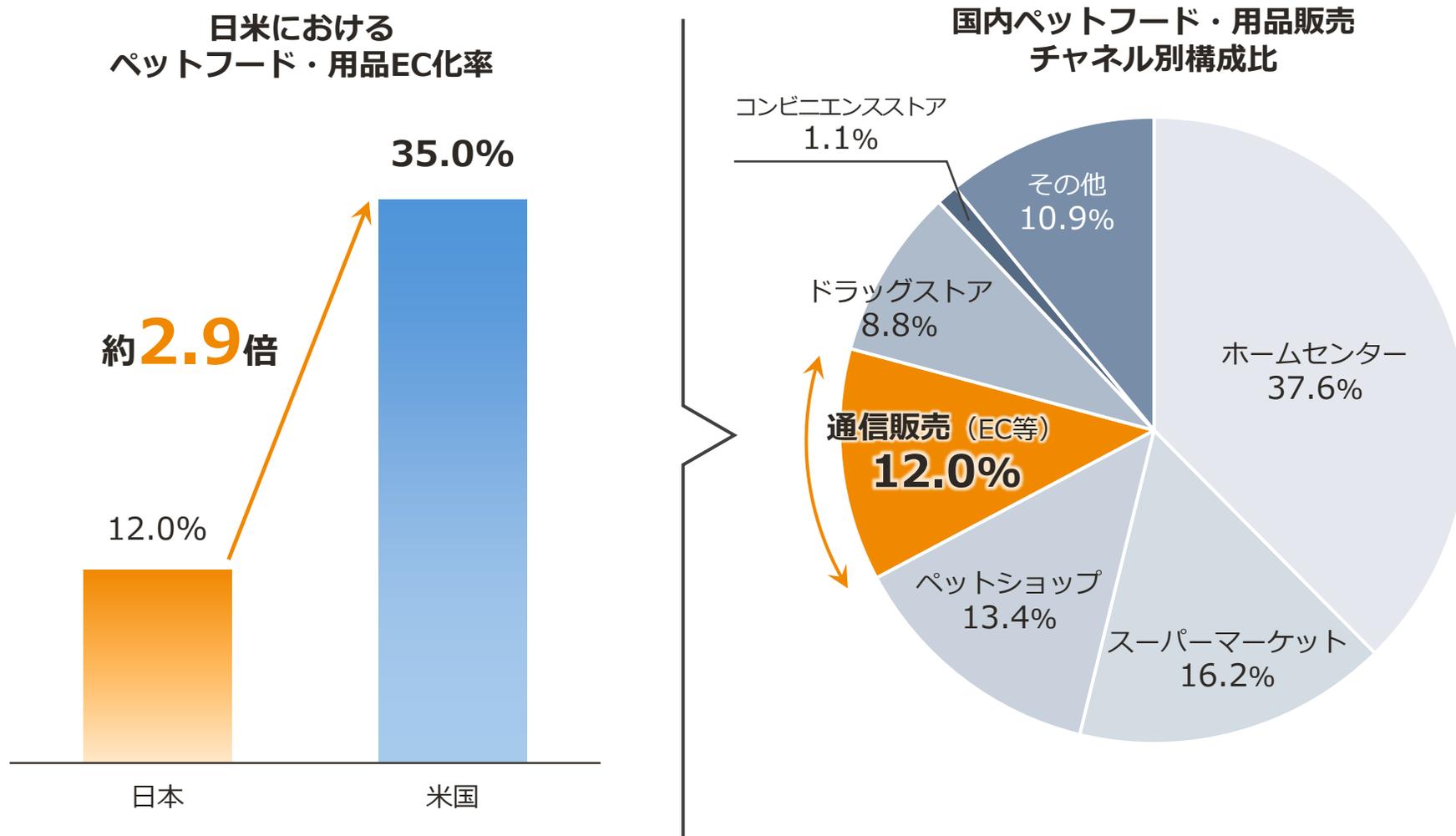
ケア用品

※1 矢野経済研究所「2024年版ペットビジネスマーケティング総覧」のペットフード・用品カテゴリー市場（2024年予測数値）のうち、約25%と想定

※2 食事療法食、総合栄養食（プレミアムフード）

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



出所：株式会社富士経済「2024年ペット関連マーケティング総覧」2024年見込数値、米国Packaged fact 2022年実績数値

5.

1. 事業コンセプト
2. 会社概要
3. 事業内容
4. 市場環境

5. 強みと特徴

6. 成長戦略
7. リスク情報

当社の強み（競争力の源泉）

1 膨大な量の付加価値の高い
ペットデータ

2 業務プロセスをデジタル化し
マルチチャネルを実現する
DXプラットフォーム

特徴

1 ペットデータ活用により企画開発
された**D2Cブランド**

2 幅広い顧客リーチを有する
マルチチャネル

3 高い自由度と利便性を提供する
サブスクコマース

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。
自社の競争優位としてD2Cブランドの創造、収益化に活用

マーケティング

- 顧客属性分析
- 利用ブランド分析
- UI/UX 最適化
- 広告配信最適化
- セグメント別メルマガ、DM配信最適化
- 同梱サンプリング最適化

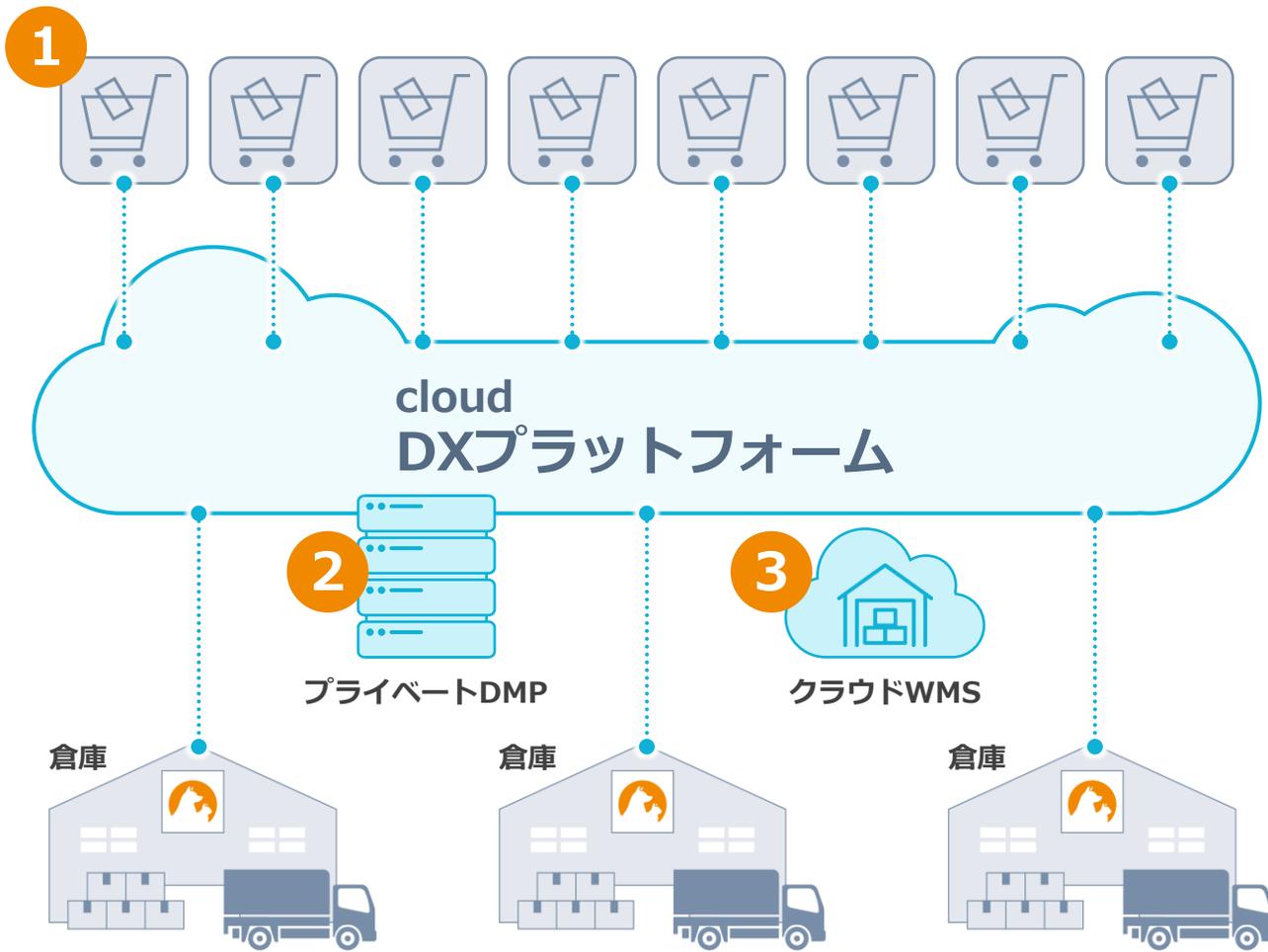
製品企画・開発

- 購買動向分析
- 売れ筋商品分析
- 疾患悩みの調査分析
- 購入利用意向調査
- 飼育状況調査分析
- レビュー分析
- 消費動向調査
- 嗜好性調査



当社の強み その2 DXプラットフォーム

マルチチャネル展開を可能とする独自開発の「DXプラットフォーム」により、業務プロセスをデジタル化し、低コスト運営を実現



..... DXプラットフォームと各店舗・物流拠点間における、リアルタイムのデータ連携イメージ

1 マルチチャネル機能

複数の販売チャネル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チャネル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

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

当社の特徴 1 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ペットヘルス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。

カバーするペットヘルスケアカテゴリ

食事療法食

動物用医薬品

総合栄養食

サプリメント

デンタルケア等

当社の特徴 1

D2Cブランド：主なブランドポートフォリオ

ペットのQOL向上に貢献するペットヘルスD2Cブランドを展開

機能性フード

VETS One

VETERINARY



動物用医薬品

VETS One

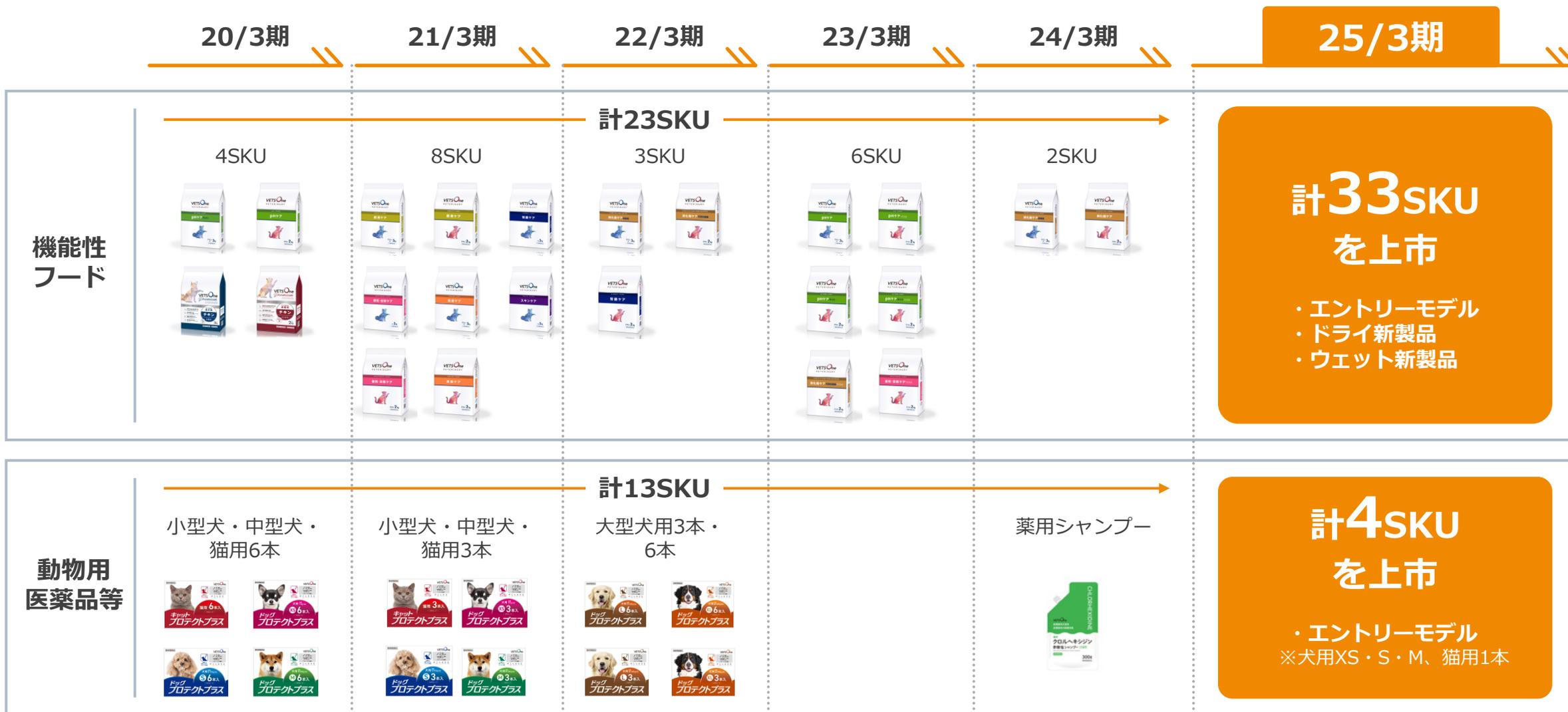
プロテクトプラス



当社の特徴 1

D2Cブランド：主な製品ラインナップ

2020年のペットヘルスD2Cブランド立ち上げ後、高付加価値製品の品揃えを継続的に拡充

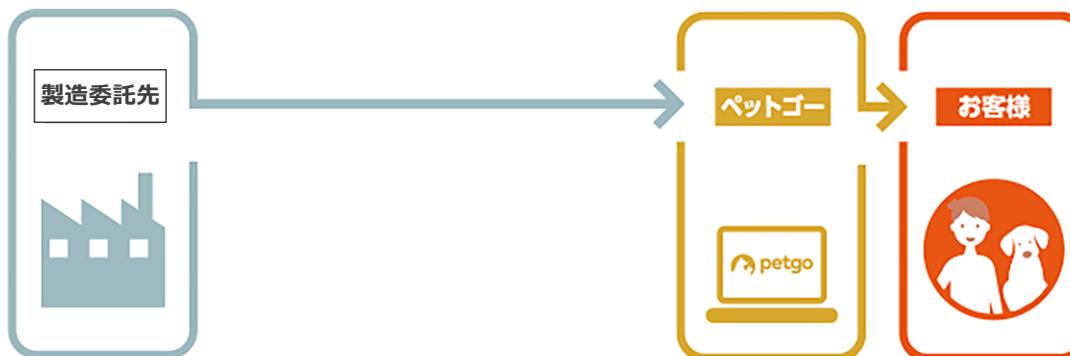


OEMパートナーを活用したファブレス※¹での製造体制を構築し、アセットライトな経営を実現

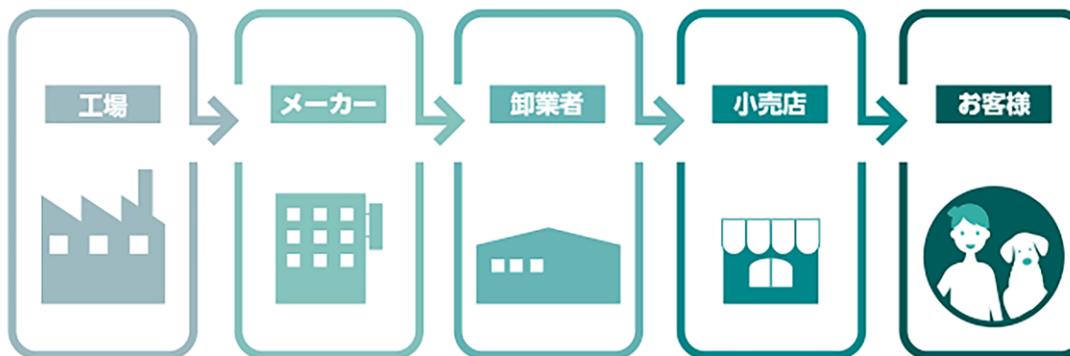
ファブレス製造を可能とするOEMパートナー群

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



※1 製造のための自社工場を持たないこと

長年に渡る事業運営により、ペットヘルスEコマースで圧倒的な存在感を有する



Amazon



au PAY マーケット



Qoo10



petgo.jp



楽天市場



Yahoo!ショッピング

au PAYマーケット

au PAY マーケットBEST SHOP AWARD
計6回受賞

- au PAYマーケットBEST SHOP AWARD 2023
ペットグッズカテゴリ賞 受賞
- au PAYマーケットBEST SHOP AWARD 2024
ペットグッズカテゴリ賞 受賞

楽天市場

楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー
計5回受賞

- 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

Amazon

Amazonマケプレアワード
計2回受賞

- 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

Yahoo!ショッピング

ヤフーショッピング・ベストストア
アワード計10回受賞

- 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 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

「ベッツワン」の食事療法食「ベッツワンベテリナリー」を全国の犬猫の飼い主の皆様身近な店舗でご購入頂けるよう、約1,200店舗で本格的に販売を開始

【食事療法食ベッツワンベテリナリー】

VETS One
VETERINARY



【ベッツワンベテリナリー販売店】



(50音順) ※一部店舗を除く

※1 詳細は2025年1月31日発表の下記開示資料を参照

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08203/15441f0f/522b/4e1f/9a39/819816ee25c0/140120250131559843.pdf>

当社の特徴 3 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を自社オンラインサイト等で提供

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



6.

1. 事業コンセプト

2. 会社概要

3. 事業内容

4. 市場環境

5. 強みと特徴

6. 成長戦略

7. リスク情報

中期成長戦略の基本方針：2025年3月期～2027年3月期

- 1** 2024年度の国内ペット関連市場規模は、ペットフード、ペット用品、その他ペット関連サービス含め、**1.9**兆円を超えると予想されており、**ペットヘルスカテゴリ及びペットEC市場も、継続的な成長が期待される**
- 2** **中期成長戦略は、本格的な「D2Cシフト」**。当社の強みである「**ペットデータ**」と「**DXプラットフォーム**」と、当社の特徴である「**D2Cブランド**」「**マルチチャネル**」「**サブスクコマース**」を最大限活用し、「**プロダクト**」「**プロモーション**」「**チャネル**」を軸とした成長戦略を実行
- 3** 従来のNBに依存した利益構造から、**D2Cブランド成長による利益構造への質的転換**を図り、**持続可能な成長を実現**していくことにより、競争優位の源泉であるテクノロジーを軸としてペットのQOL向上に貢献する**ペットヘルス×テクノロジーカンパニーへの進化を目指す**

中期成長戦略：2025年3月期～2027年3月期

今後の持続可能な成長に向けた布石を打つフェーズ

成長戦略

“D2Cシフト”

D2Cブランドに本格的に経営資源を集中

財務目標

営業利益率を2027年3月期に5%を目指す

経営指標

全社売上高、D2Cブランド売上高、営業利益率

※成長戦略“D2Cシフト”の進捗を把握するため、
「D2Cブランド売上高」と「営業利益率」を経営指標に設定。
※「アクティブ購入者数」「累計ユニーク購入者数」は、
NB商品とD2C製品の合算値であるため、2025年3月期初より上記に変更。

2025年3月期 通期計画対比

NBは、一部NBの商流変更により大きく減少したが、D2Cは、成長戦略である“D2Cシフト”を着実に実施した結果、計画に対して微減での着地

	2025年3月期 当初計画	2025年3月期 通期	計画比
全社売上高	10,395百万円	9,032百万円	87%
NB売上高	9,010百万円	7,371百万円	82%
D2C売上高	2,119百万円	1,950百万円	92%
営業利益	313百万円	228百万円	73%
営業利益率	3.0%	2.5%	-0.5pt

注：上記NBとD2Cの売上高は、管理会計上の数値となり、合計値は全社売上高と一致しない

2025年3月期における中期成長戦略の進捗

計画した施策を全て遂行。品揃え拡充と売り場拡大含め、積極的に“D2Cシフト”を加速

プロダクト

“品揃え拡充”

1 **実施済** エントリーモデルの投入

既製品のお試し少量パッケージを開発。
D2Cブランドの新規利用者獲得を狙う

2 **実施済** 未対応疾患での新規製品開発

未対応疾患に対応する製品を新規開発。
未アプローチ顧客の獲得を狙う

3 **実施済** ドライ製品以外への対応

形状の異なる機能性フードの開発により、
D2Cブランドでの囲い込みを狙う

チャンネル

“売り場拡大”

1 **実施済** D2Cブランドストアの新規出店

認知度向上に向け、D2Cブランド特化型
店舗をオンラインで新規出店

2 **実施済** D2Cブランドのサブスク拡張

自社オンラインストアに加え、他社
オンラインモールにもサブスクを展開

3 **実施済** D2Cブランドのオフライン拡張

ホームセンター等のオフラインチャンネル
におけるD2Cブランド展開を強化

プロモーション

“広告販促強化”

1 **実施済** D2Cブランドへの広告投資強化

D2Cブランドへの広告投資を強化し、
認知度向上に向けた露出を拡大

2 **実施済** D2Cブランドへの販促投資強化

クーポン等によるD2Cブランドへの
販促投資を強化し、サブスクを拡大

3 **実施済** ソーシャルギフト対応

保護団体などへの物資支援需要に対応し、
自社サイトでのソーシャル
ギフト機能を開発

NB主体の事業構造は、NB側の戦略により当社業績が左右される影響度合いが大きい。そのためD2Cブランドを主体とした事業構造にシフトしていくことにより、高い成長性・利益率への質的転換を推進していく



“D2Cシフト”を加速するための3つのアプローチ

Channel
チャンネル

Product
プロダクト

中期成長戦略
D2Cシフト

Promotion
プロモーション

D2Cブランドの品揃え拡充を引き続き強化

例：
機能性フードにおける
製品ラインナップの拡がり

サイズ容量

機能性

形状

2026年3月期における重点施策

1 食事療法食ウェット製品開発

既存製品に加え、新規ウェット製品を追加開発し、D2Cブランドの新規顧客拡大を狙う

2 食事療法食周辺商材の開発

食事療法食と親和性の高い周辺商材を開発し、D2Cブランドの新規顧客開拓を促進

3 新規カテゴリーへの拡張

食事療法食カテゴリー以外での製品開発を加速。顧客基盤を活用し、D2Cブランド顧客の裾野を拡大

D2Cブランドストア、他社オンラインモールでのサブスク展開、オフラインチャンネル等への卸売り展開拡大により、販売チャンネル展開を強化



2026年3月期における重点施策

1 D2Cブランドストアの新規出店

認知度向上に向け、D2Cブランド特化型の自社オンラインサイトを新規出店

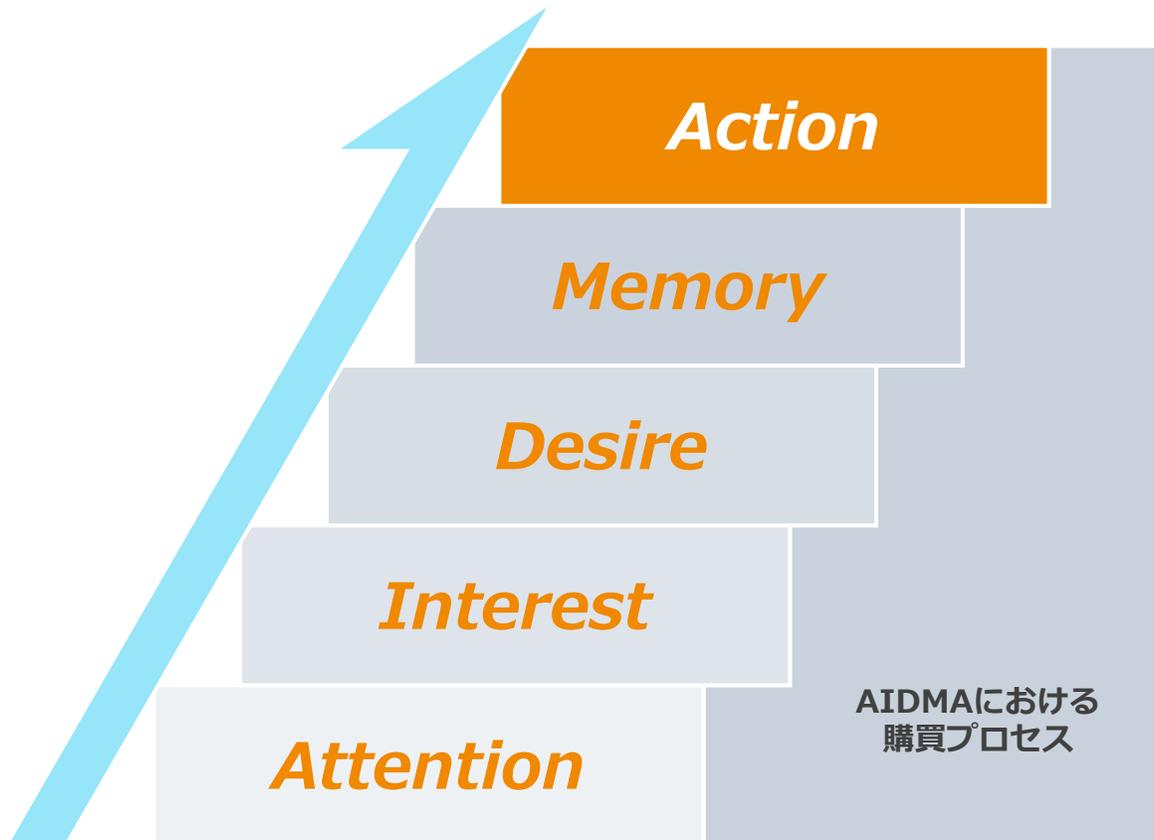
2 D2Cブランドのサブスク展開拡大

自社サイトに加え、アマゾン、楽天、ヤフーでも積極的にサブスクを展開

3 D2Cブランド製品の卸売り展開拡大

ホームセンターやペットショップ等のオフラインチャンネル等での取扱店舗数を引き続き拡大

グループ企業「FLAFFY」のメディアパワーと、昨年ローンチしたソーシャルギフトも活用し、D2Cブランドの利用者数増に向けた取り組みを推進

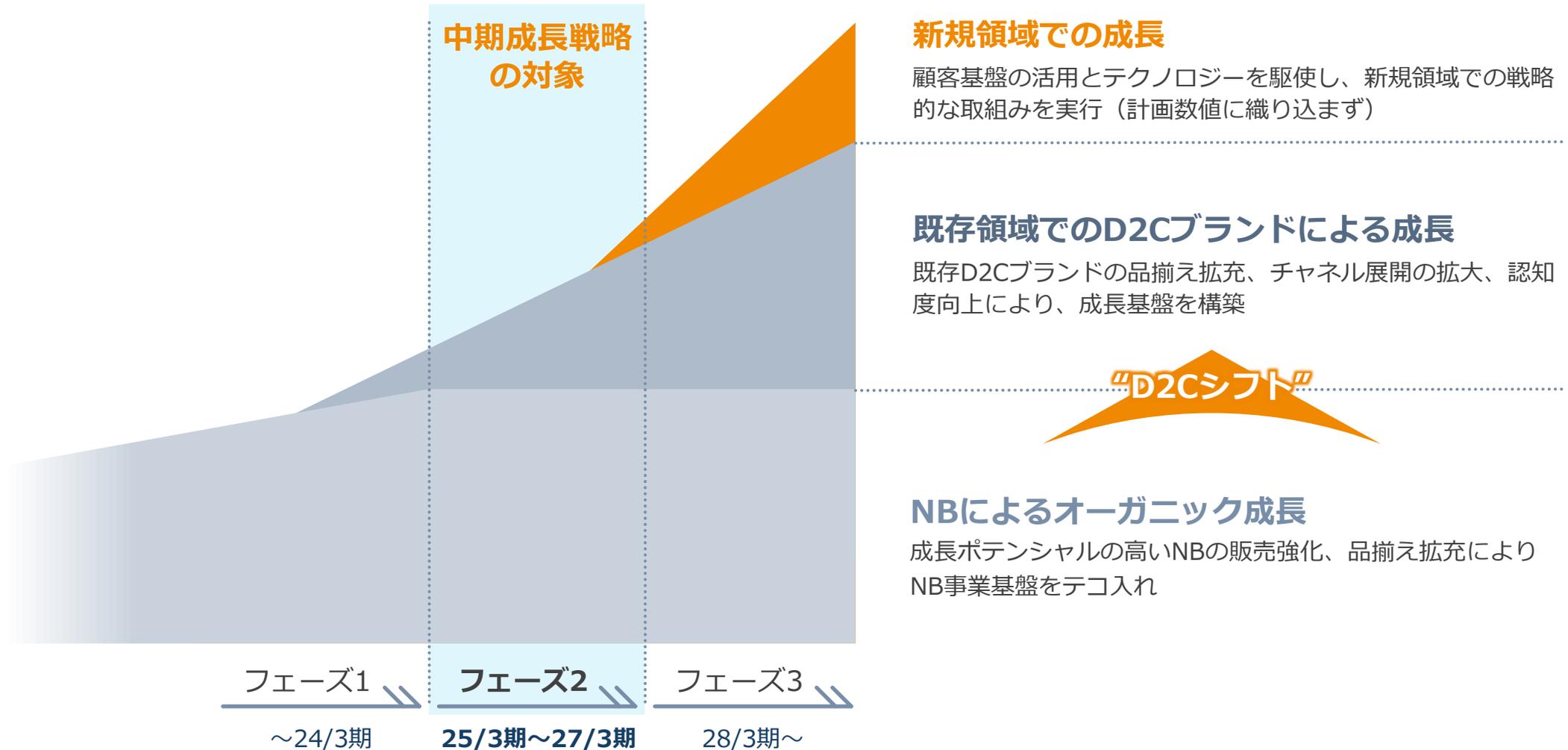


2026年3月期における重点施策

- 1 D2Cブランドへの広告販促投資継続**
D2Cブランドへの広告販促投資を継続し、認知度向上、サブスク顧客を拡大
- 2 D2CブランドのSNSマーケティング強化**
FLAFFYのSNSマーケティングを活用し、D2Cブランドのエンゲージメントチャンネルを強化
- 3 D2Cブランドのソーシャルギフト促進**
自社サイトでのソーシャルギフトサービスを活用し、保護団体への物資支援を促進

今後の成長イメージ

NB主体から、D2Cブランド主体の成長に舵を切り、持続可能な事業構造への質的転換を推進



新規領域への取組み FLAFFYのグループジョインについて

顧客基盤を活用した新規領域での戦略的な取組みとして、上場以来初となるM&Aを実行



概要

- FLAFFYが2025年4月1日付けでペットゴーグループにジョイン
- FLAFFYは、SNSを中心に20万人以上のフォロワーを抱える国内最大級のペットメディアを運営し、ペット関連企業のSNSマーケティング支援や、数万人が来場する国内最大規模のペットイベントの企画・運営を手がける

目的

- ペットコマースとペットメディアの融合により、新たな価値を創出し、「ペットのライフスタイルを幅広くカバーするプラットフォーム」として、ペット関連ビジネスの事業領域を拡大していくための戦略的な取り組み
- ペットゴーは、260万人を超えるユニーク購入者を抱えており、SNSマーケティングのノウハウを応用することで、収益力の強化や企業価値の向上に繋げる

その他

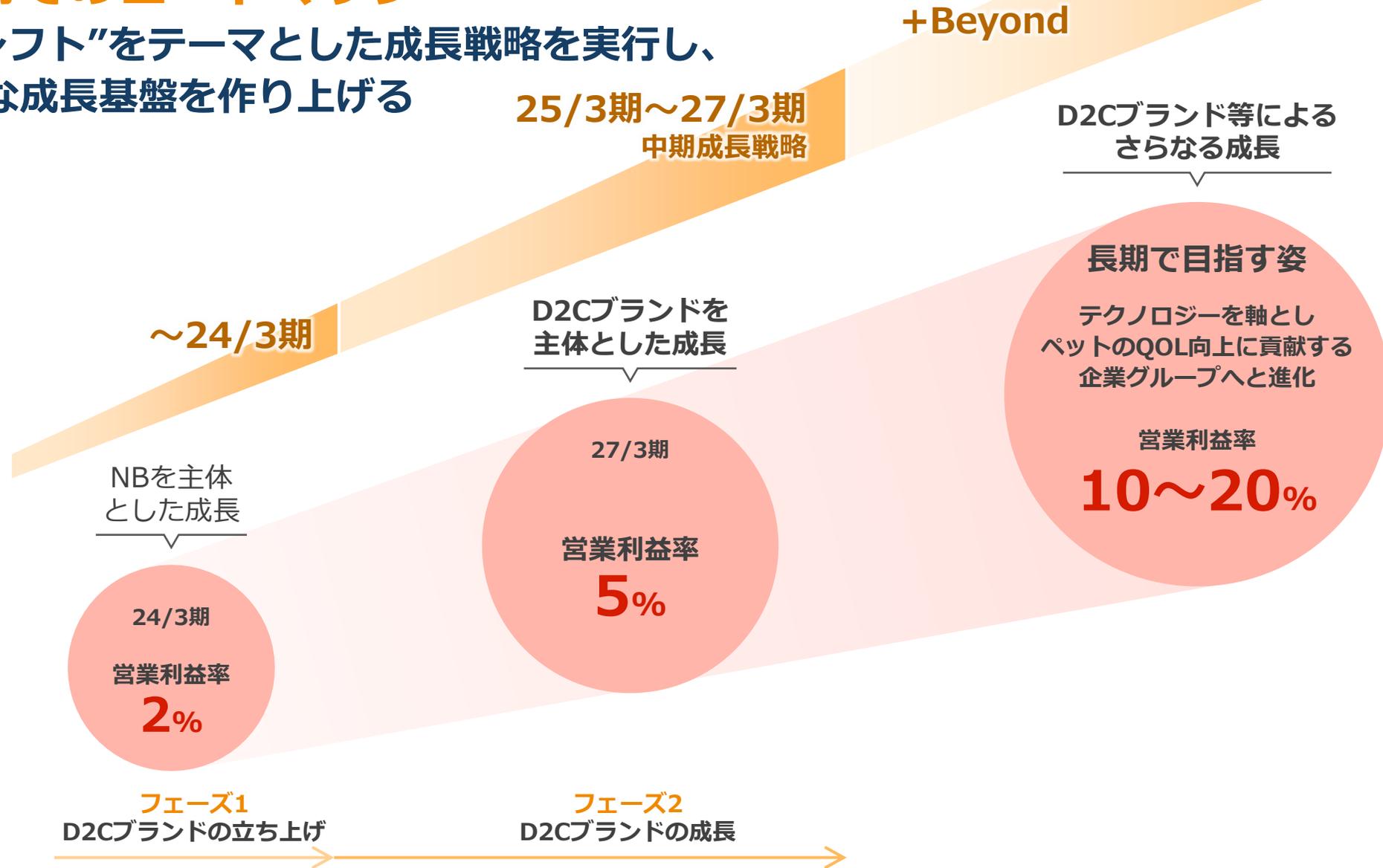
- ペットゴーとして、上場後初めてのM&A
- 連結業績へは、2026年3月期から寄与

参考：FLAFFYの“ペットもヒトも一緒に楽しめる”イベント動画



中長期でのロードマップ

“D2Cシフト”をテーマとした成長戦略を実行し、
長期的な成長基盤を作り上げる



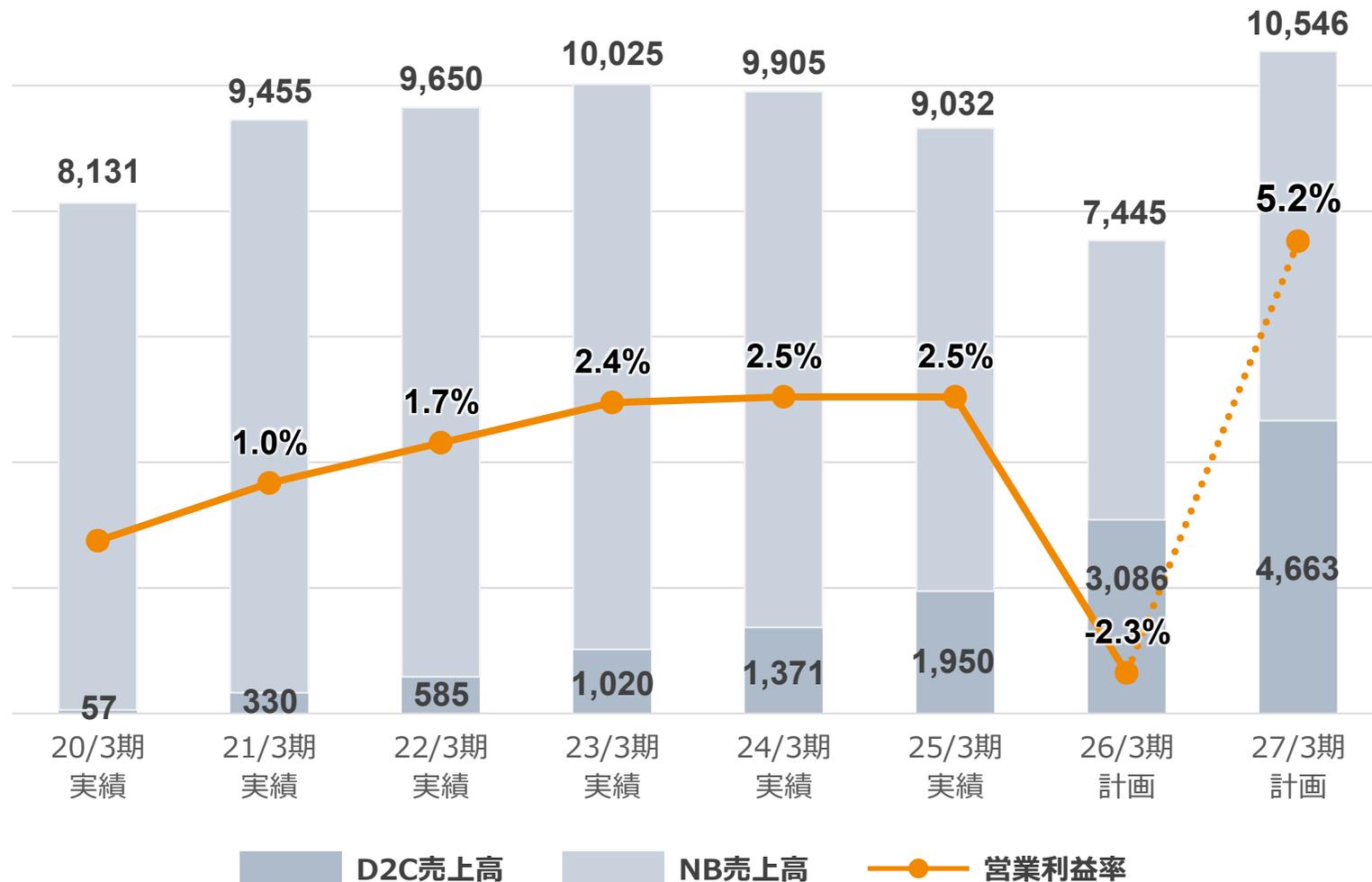
※中長期的に当社が目指す財務KPIを経営の方針として示すものであり、具体的な計画を表すものではありません。

中期計画数値イメージ

一部NBの商流変更によって事業構造転換の過渡期となり、26/3期は営業損失171百万円と予想。
継続して“D2Cシフト”を加速し、2027年3月期の営業利益率5%を目指す

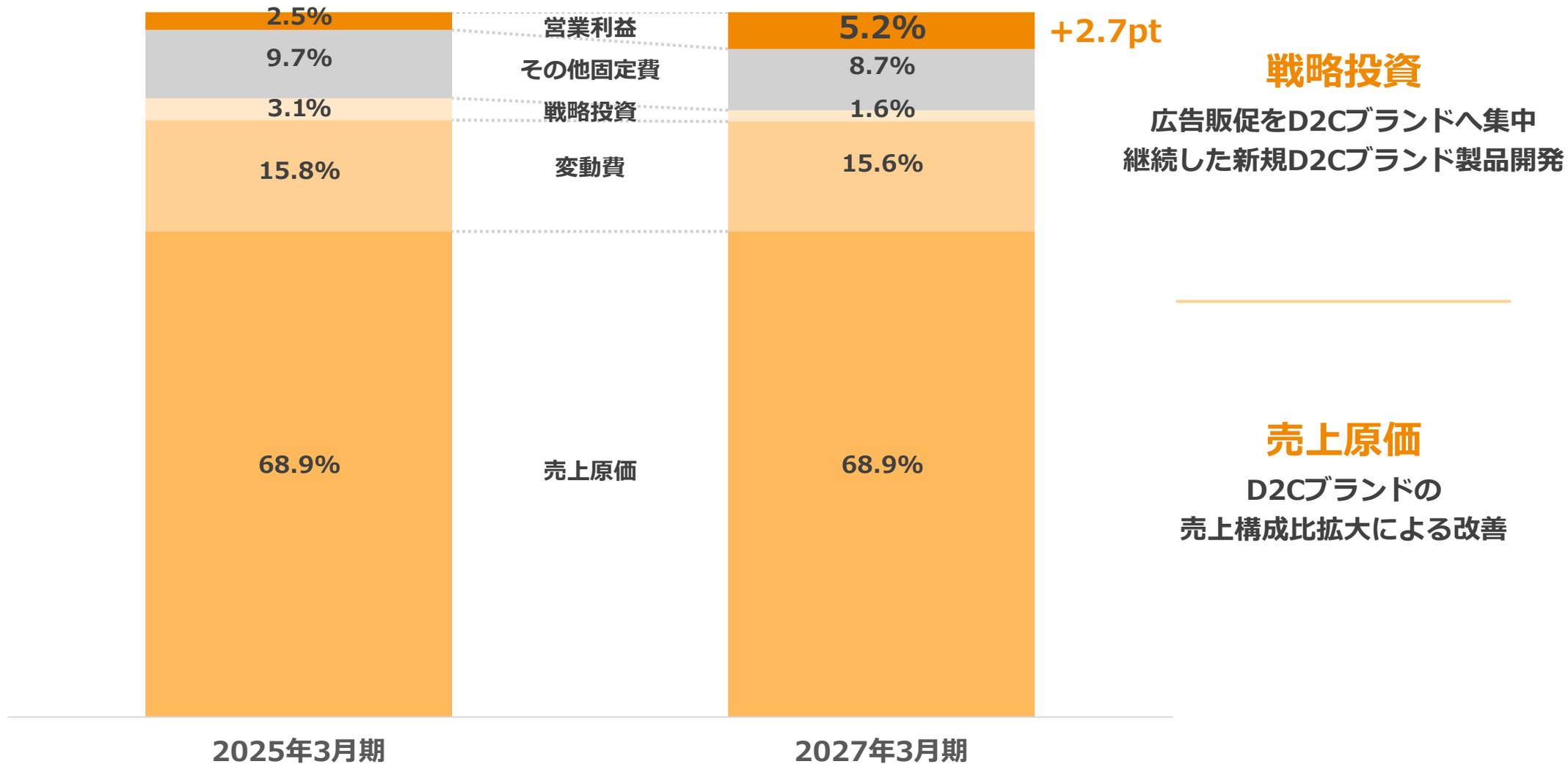
売上高と営業利益率の成長イメージ

(単位：百万円)



コスト構造の変化

D2Cブランドの高い成長性を背景に、持続可能な利益構造へ変化



7



1. 事業コンセプト
2. 会社概要
3. 事業内容
4. 市場環境
5. 強みと特徴
6. 成長戦略

7. リスク情報

認識する主要なリスクと対応策

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は、特定の製造業者のNB商品が占める割合が大きくなっています。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 rd 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

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、年度決算日後3ヶ月以内のタイミング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

IR情報 : <https://corp.petgo.jp/ir>

IRメール配信中



Happy pet life , Happy world

