



2026年3月期 第3四半期決算説明資料

ペットゴー株式会社
証券コード：7140
2026年2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. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期Q3トピックス
3. 2026年3月期Q3実績
4. 中期成長戦略

Appendix

1



1. エグゼクティブサマリー

2. 2026年3月期Q3トピックス

3. 2026年3月期Q3実績

4. 中期成長戦略

Appendix

エグゼクティブサマリー：2026年3月期 Q3

■売上高

- NBは、ロイヤルカナン食事療法食の商流変更により、大きく減少（YoY64%）。
Q3会計期間ではロイヤルカナン食事療法食の売上高がほぼゼロに
- D2Cは、前年度から継続している“D2Cシフト”により、大きく成長（YoY140%）。
ブランド別売上構成割合に占める**D2C比率は34%まで増加**
- 結果、全社売上高は、前年同期比マイナスで着地（YoY81%）

■営業利益/営業利益率

- 売上高減少により営業損失を計上
- Q3会計期間では「ジャパンわんこフェスタ 秋 in お台場」開催により営業利益を計上

■今期業績予想

- **D2Cブランドを主体とした事業構造へのシフトが順調に推移**しており、2026年3月期の業績予想に変更はなし

■その他

- DogHuggyが2025年12月17日にグループジョイン

決算ハイライト：2026年3月期 Q3

D2C売上高は、“D2Cシフト”が進捗し、YoYで140%の成長

	2025年3月期 Q3	2026年3月期 Q3	YoY
全社売上高	7,035百万円	5,695百万円	81%
NB売上高	5,900百万円	3,756百万円	64%
D2C売上高	1,364百万円	1,914百万円	140%
営業利益	270百万円	-118百万円	—
営業利益率	3.9%	-2.1%	-5.9pt

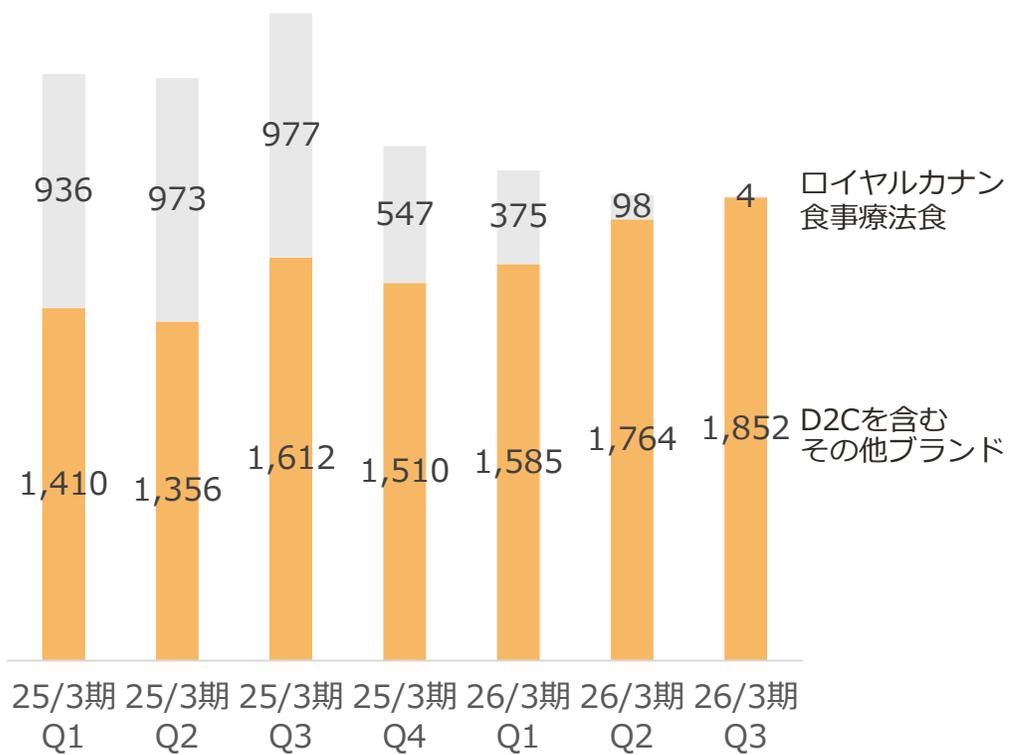
注：上記NBとD2Cの売上高は、管理会計上の数値となり、合計値は全社売上高と一致しない

ブランド別売上高推移（ペットコマース事業）

ロイヤルカナン食事療法食への売上高依存から脱却し、D2Cブランドを主体とした事業構造への転換が順調に進捗

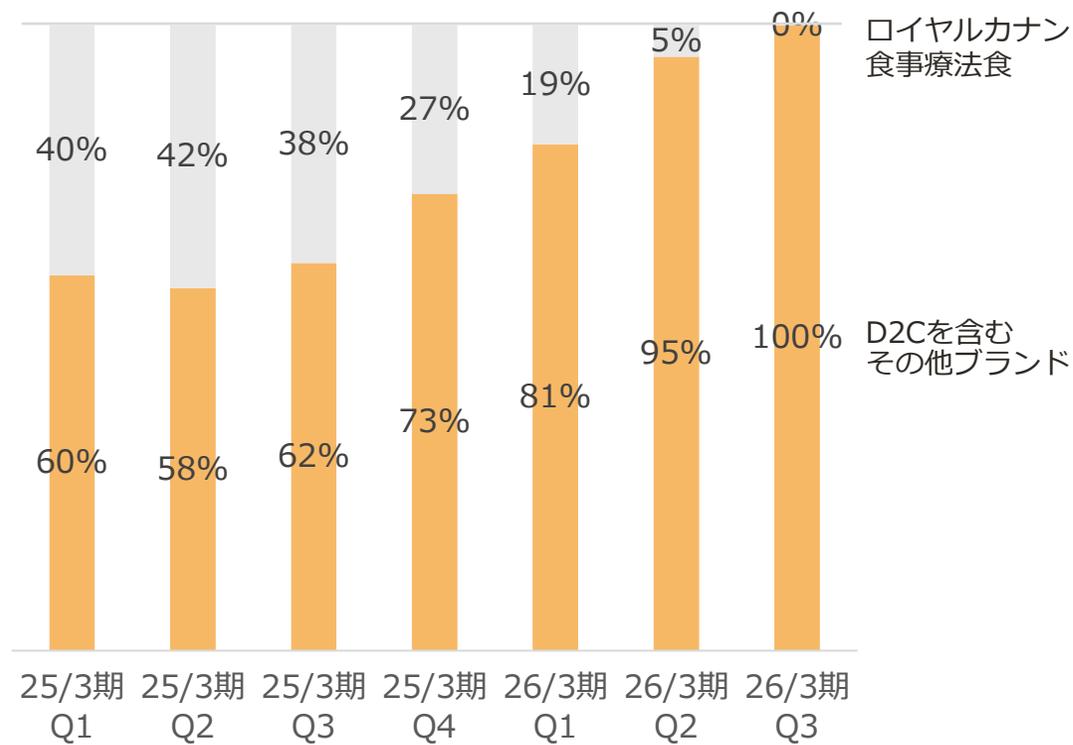
ブランド別売上高推移

(単位：百万円)



ブランド別売上高構成比

(単位：%)



2.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2026年3月期Q3トピックス

3. 2026年3月期Q3実績

4. 中期成長戦略

Appendix

2026年3月期Q3トピックスサマリー

Q3は、D2Cブランドの新製品開発を継続し、11月にFLAFFYがドッグイベントを開催。12月に「犬の預かりプラットフォーム」を運営するDogHuggyが新たにグループジョイン

D2Cブランド

VETSOne : 新製品開発を継続

ペットメディア

FLAFFY : ジャパンわんこフェスタを11月に開催

新規領域

DogHuggy : 12月に新たにグループジョイン

高付加価値な食事療法食の新規製品、さらに総合栄養食を本格展開するための新規製品を開発中。
顧客基盤を活用し、D2Cブランド顧客の裾野拡大を狙う

イメージ

■ 実施済



「ジャパンわんこフェスタ2025 秋 in お台場」開催

FLAFFYのイベント「ジャパンわんこフェスタ」を2025年11月にお台場で開催。3日間で来場者数7万人を記録。2026年3月には、駒沢公園での開催を予定



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2回目となるM&Aを実行。
「犬の預かりマッチングプラットフォーム」を運営するDogHuggyがグループにジョイン

Dog Huggy

doghuggy.com

概要

- DogHuggyが2025年12月17日付けでペットグループにジョイン
- DogHuggyは、経験豊富な近所の愛犬家（ドッグホスト）と飼い主をつなぐ犬の預かりマッチングプラットフォームを運営している。飼い主が安心してドッグホストに愛犬を預けられるよう様々な取組みを行っており、2015年の創業以来、数万件の利用実績がある

目的

- 犬の預かりマッチングプラットフォームは、コマース事業及びメディア事業との親和性が非常に高く、「コマース×メディア×コミュニティ」をカバーした「ペットライフ・プラットフォーム」へ進化していくことにより、業界内でユニークなポジションの確立を目指す
- 当社が保有する270万人超の顧客基盤やデジタルマーケティングノウハウを活用し、DogHuggyの認知度向上、ホストネットワークの拡大、海外展開等を図り、事業収益性と顧客満足度の最大化を追求する

その他

- 連結業績は、2026年3月期第4四半期から寄与

3.

1. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期Q3トピックス

3. 2026年3月期Q3実績

4. 中期成長戦略

Appendix

2026年3月期 Q3実績

ロイヤルカナン食事療法食の商流変更もあり、売上高は前年同期マイナスで着地。
売上高減少により営業損失を計上

(単位：百万円)

	25/3期 Q3	26/3期 Q3	増減額	YoY	26/3期 業績予想	進捗
売上高	7,035	5,695	-1,340	81%	7,445	77%
売上総利益	2,187	1,731	-456	79%	2,204	79%
売上総利益率	31.1%	30.4%	-0.7Pt		29.6%	—
営業利益	270	-118	-389	—	-171	—
営業利益率	3.9%	-2.1%	-5.9Pt		-2.3%	—
経常利益	259	-125	-385	—	-178	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	173	-114	-288	—	-142	—

2026年3月期 Q3セグメント概要

報告セグメントの売上高とセグメント利益を当期より開示。

ペットコマース事業はNBの影響により減少したものの、ペットメディア事業は順調に推移

(単位：百万円)

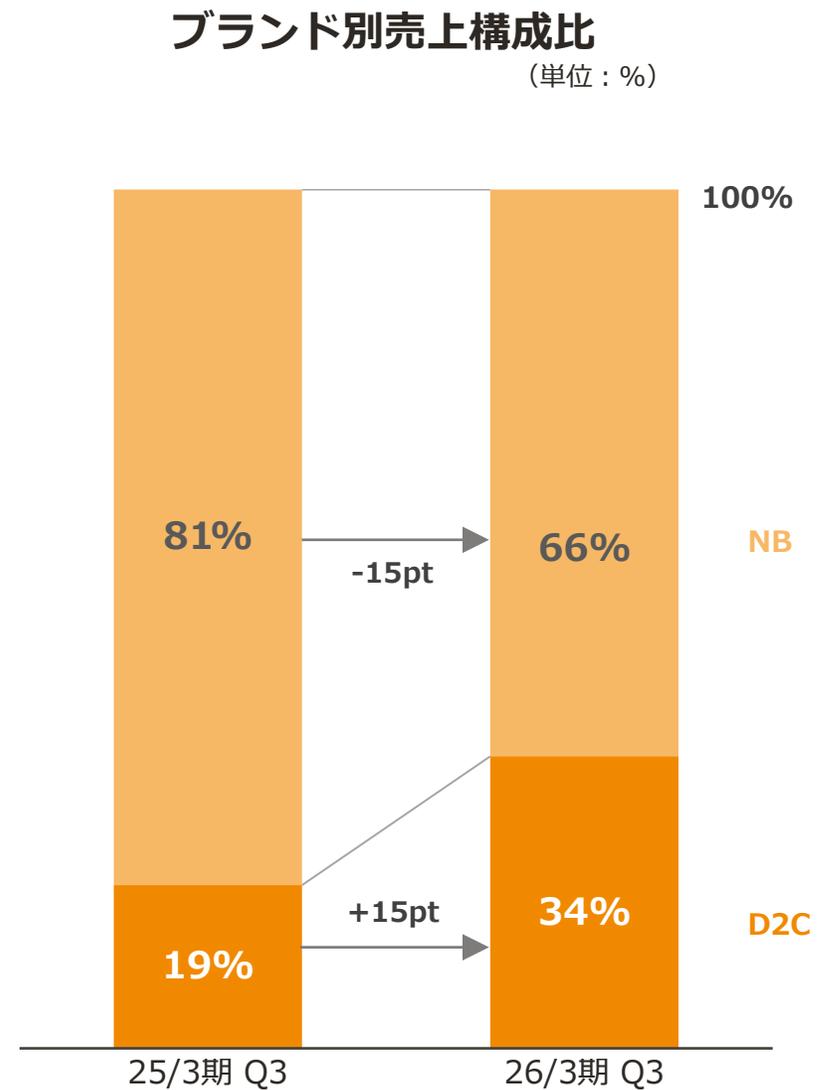
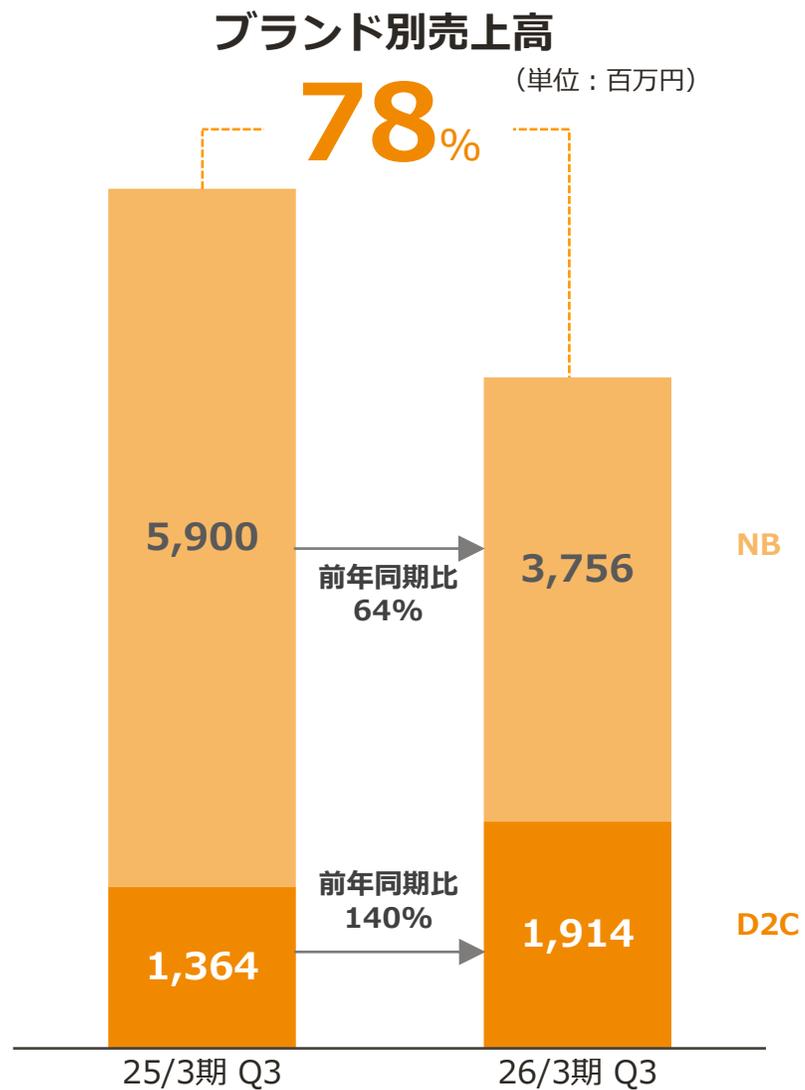
	25/3期 Q3	26/3期 Q3	増減額	YoY
ペットコマース事業				
売上高	7,035	5,478	-1,557	78%
セグメント利益	536	85	-451	16%

	25/3期 Q3	26/3期 Q3	増減額	YoY
ペットメディア事業				
売上高	—	216	216	—
セグメント利益	—	70	70	—

注：売上高は会計上の売上高、セグメント利益は共通費を控除する前の営業利益

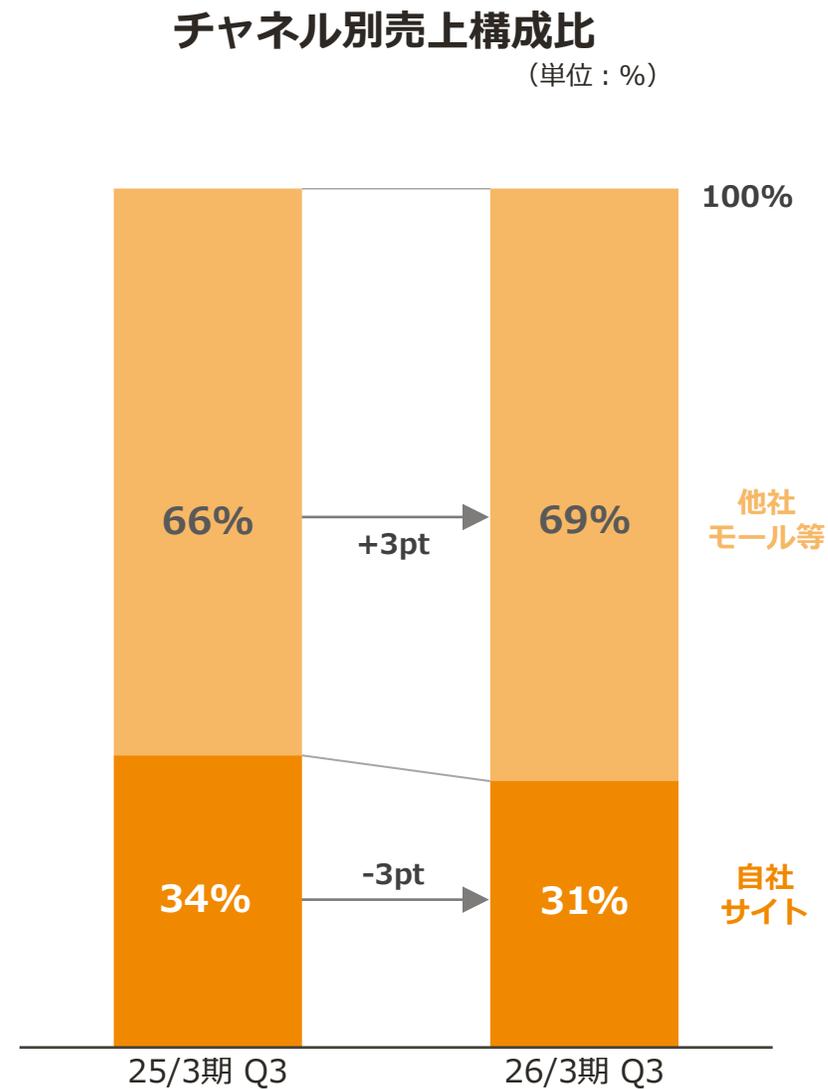
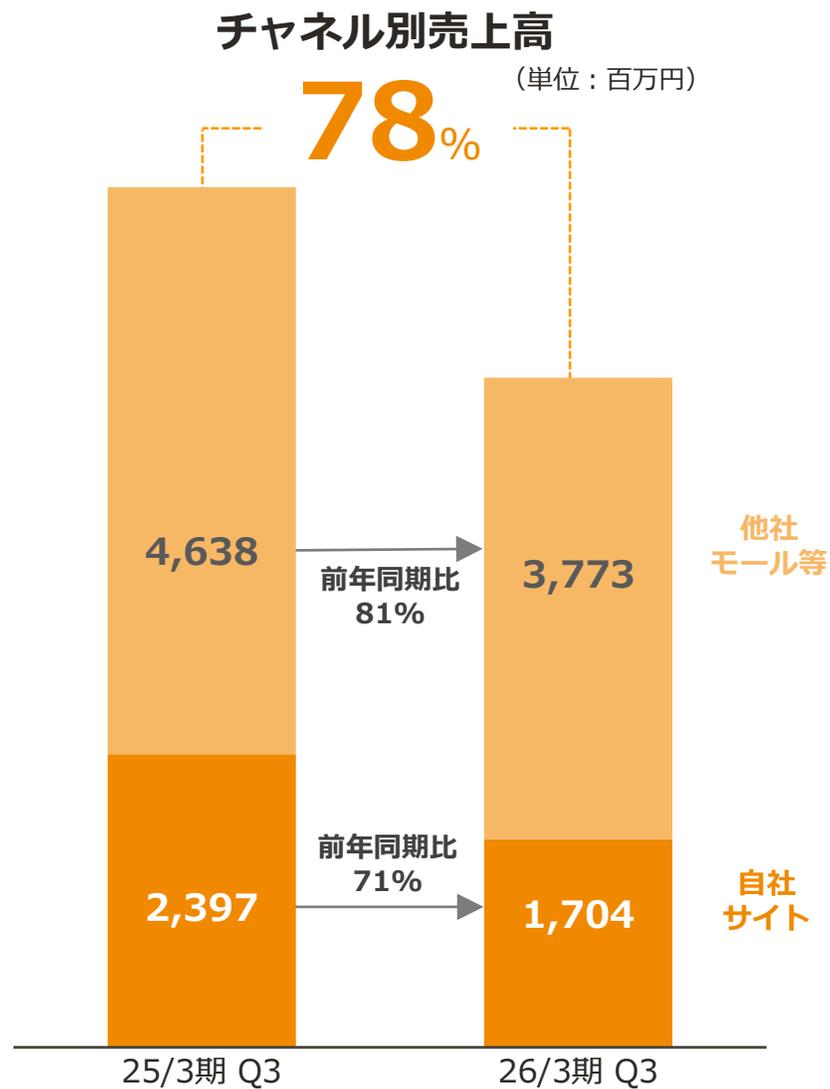
ペットコマース事業：ブランド別売上高

D2Cブランドの売上構成比が34%まで上昇



ペットコマース事業：チャンネル別売上高

自社サイト、他社モール等共に、NB売上減が影響し減収



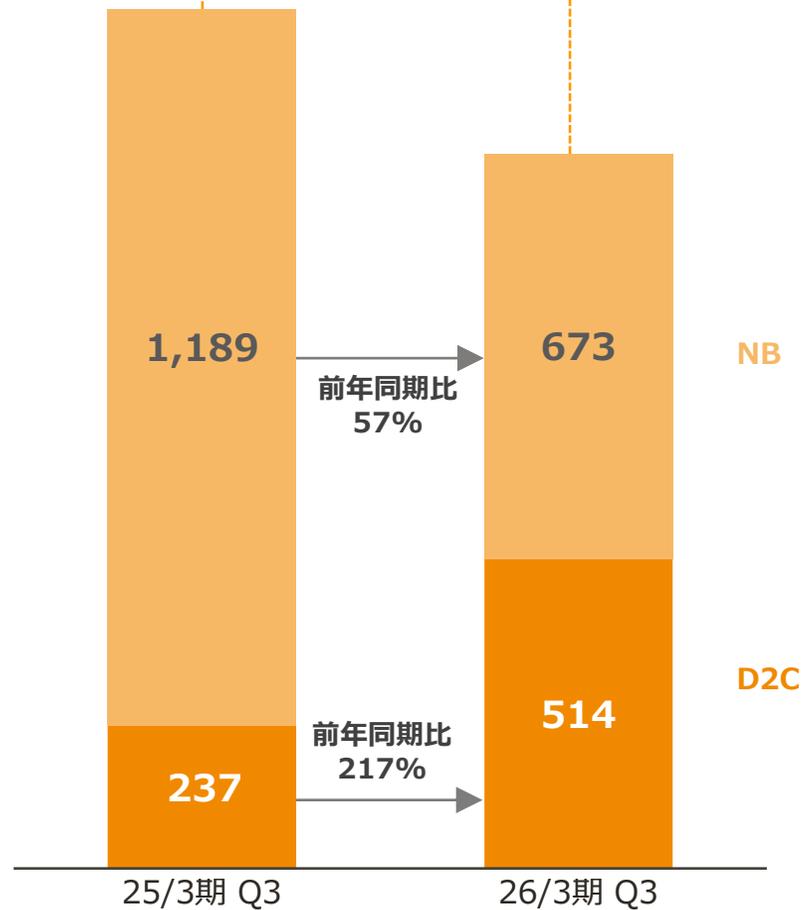
ペットコマース事業：ブランド別サブスク売上高

サブスクも、NB売上減が影響し減収。D2Cは引き続き成長し、D2C比率は増加

サブスクコマース売上高

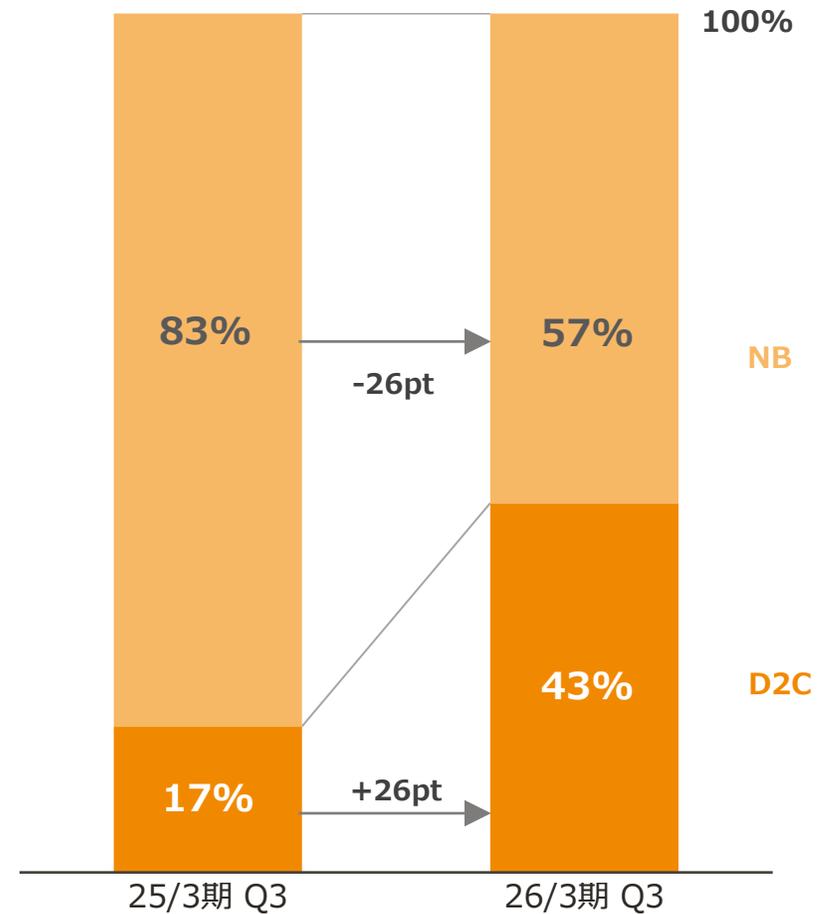
(単位：百万円)

83%



サブスクコマース売上高比率

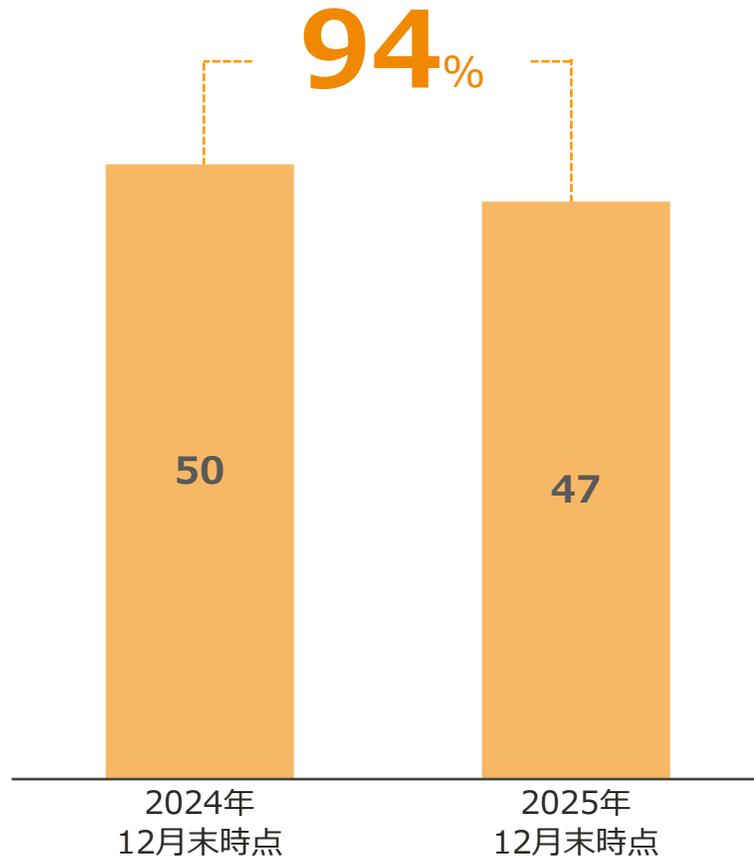
(単位：%)



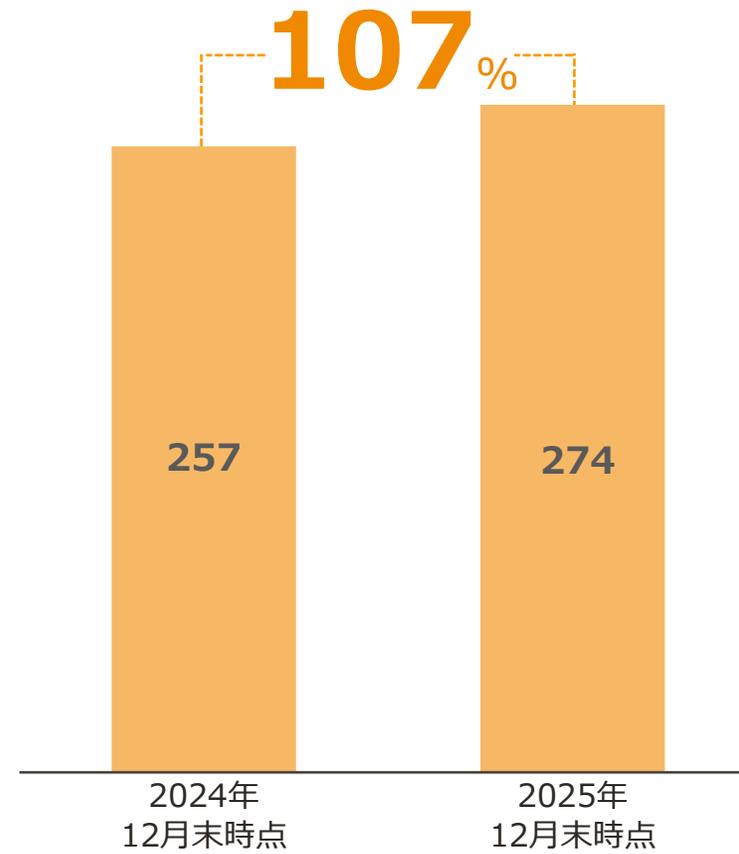
ペットコマース事業：購入者数

アクティブ購入者はNBの影響により微減

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)



※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

販管費及び一般管理費

戦略投資を意図的にコントロール

(単位：百万円)

	25/3期 Q3	26/3期 Q3	増減額	YoY
販売費及び一般管理費	1,916	1,849	-67	96%
変動費	1,081	993	-88	92%
戦略投資	186	153	-32	82%
その他固定費	648	702	53	108%
戦略投資の詳細※1				
広告費	134	123	-10	92%
販促費	37	28	-9	74%
研究開発費	14	2	-12	15%
クーポン・ポイント	252	237	-15	94%

※1 クーポン・ポイントは売上高から差し引いているため、合計値は上段の「戦略投資」と一致しない

貸借対照表

FLAFFYのグループジョインに伴う「のれん」を固定資産に計上

(単位：百万円)

	25/3期 Q4	26/3期 Q3	増減額	前期末比
資産合計	3,310	3,571	260	108%
L 流動資産	3,213	3,052	-161	95%
L 固定資産	96	518	421	535%
負債合計	2,084	2,383	299	114%
L 流動負債	1,776	2,139	363	120%
L 固定負債	307	243	-63	79%
純資産合計	1,226	1,187	-38	97%
負債純資産合計	3,310	3,571	260	108%
自己資本比率	37.0%	32.5%	-4.5pt	

4 .

1. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期Q3トピックス
3. 2026年3月期Q3実績

4. 中期成長戦略

Appendix

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

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 食事療法食新製品開発

既存製品に加え、新規ドライ・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

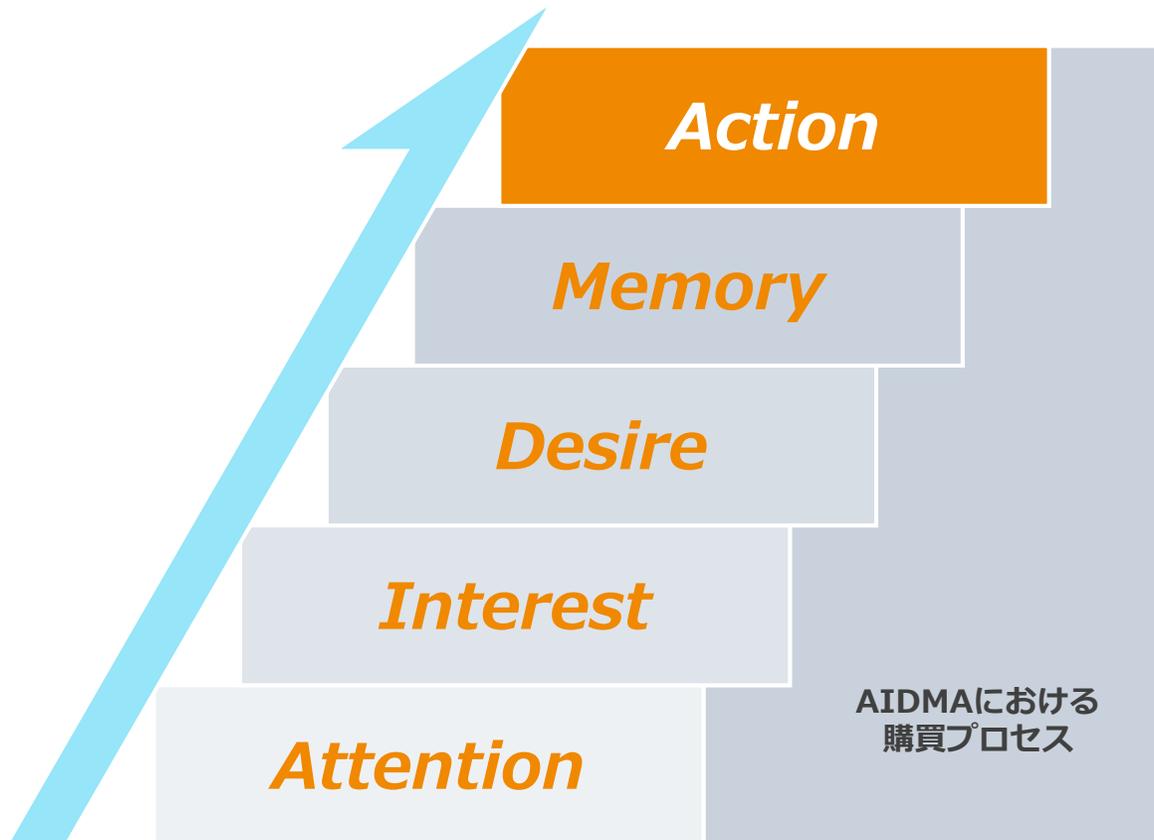
2 D2Cブランドのサブスク展開拡大

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、昨年度開始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

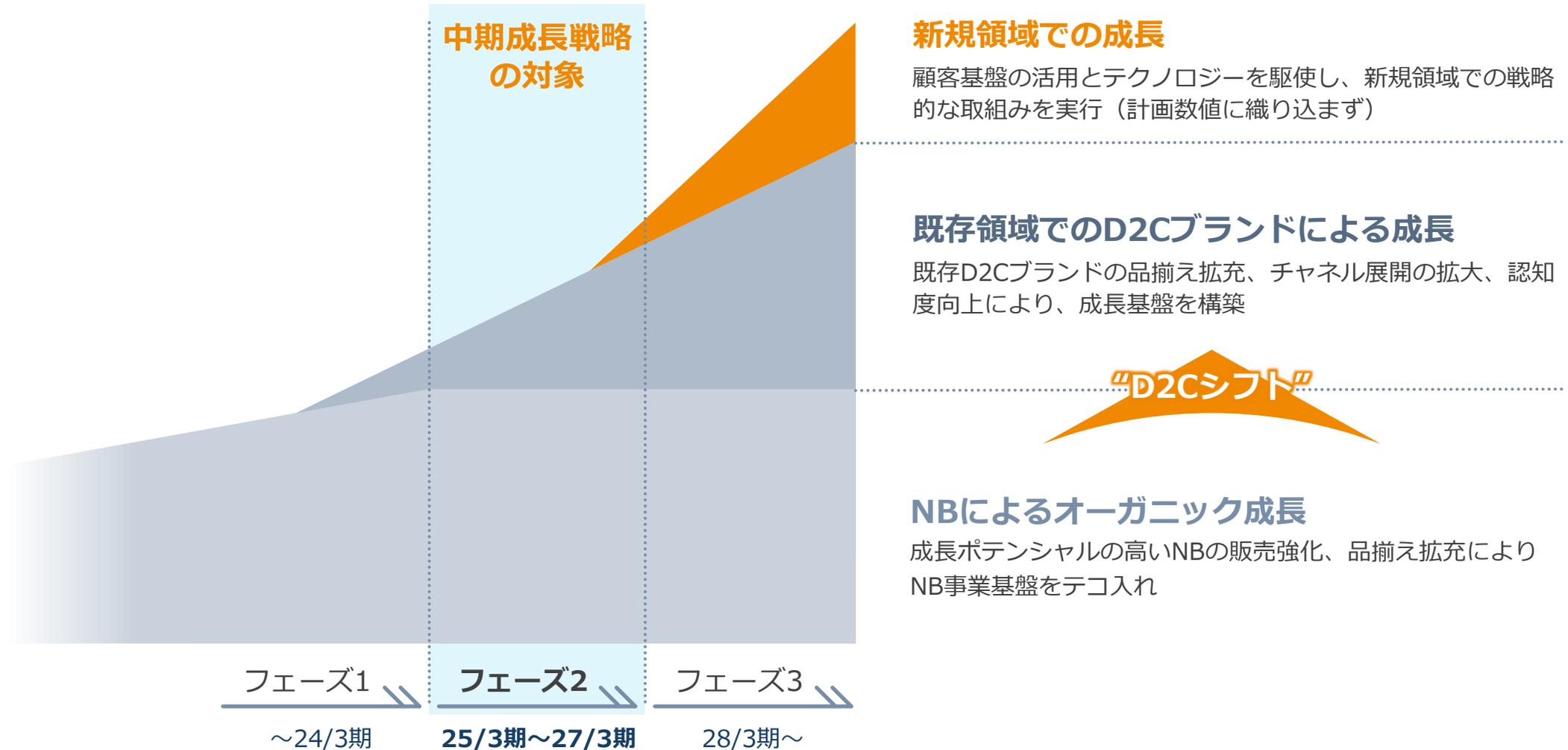


2026年3月期における重点施策

- 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

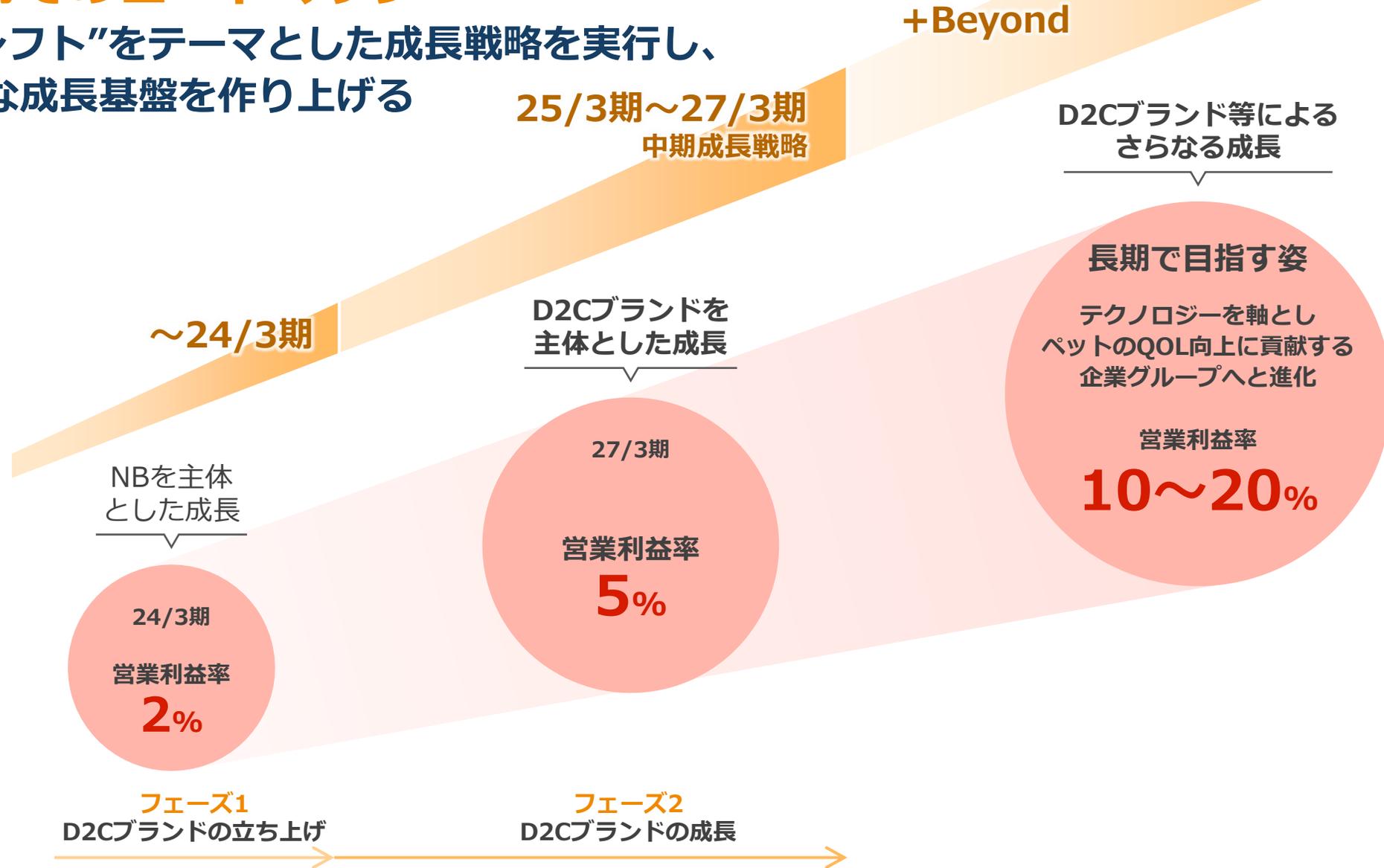
今後の成長イメージ

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



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



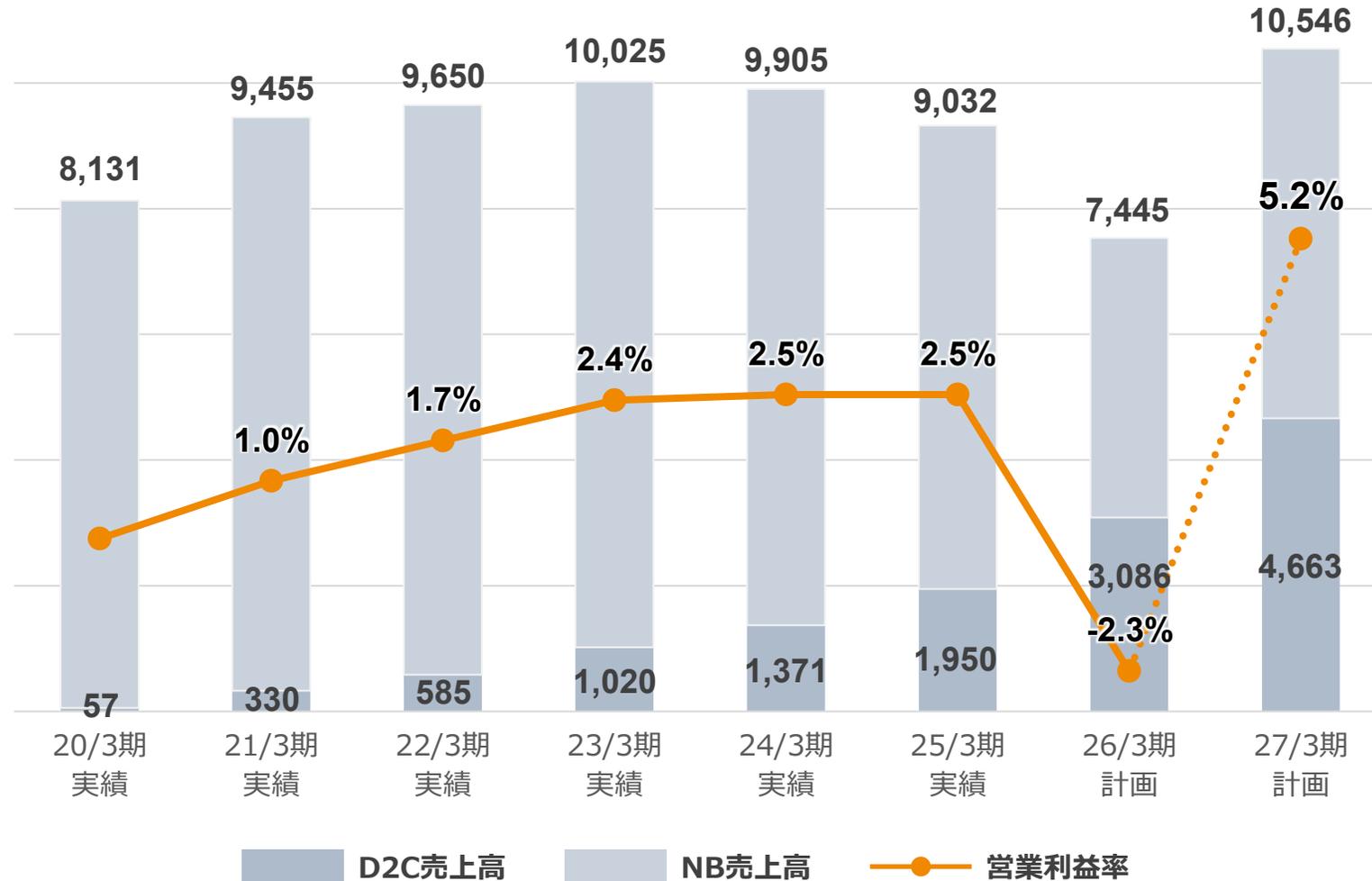
※中長期的に当社が目指す財務KPIを経営の方針として示すものであり、具体的な計画を表すものではありません。

中期計画数値イメージ

“D2Cシフト”を加速し、2027年3月期の営業利益率5%を目指す

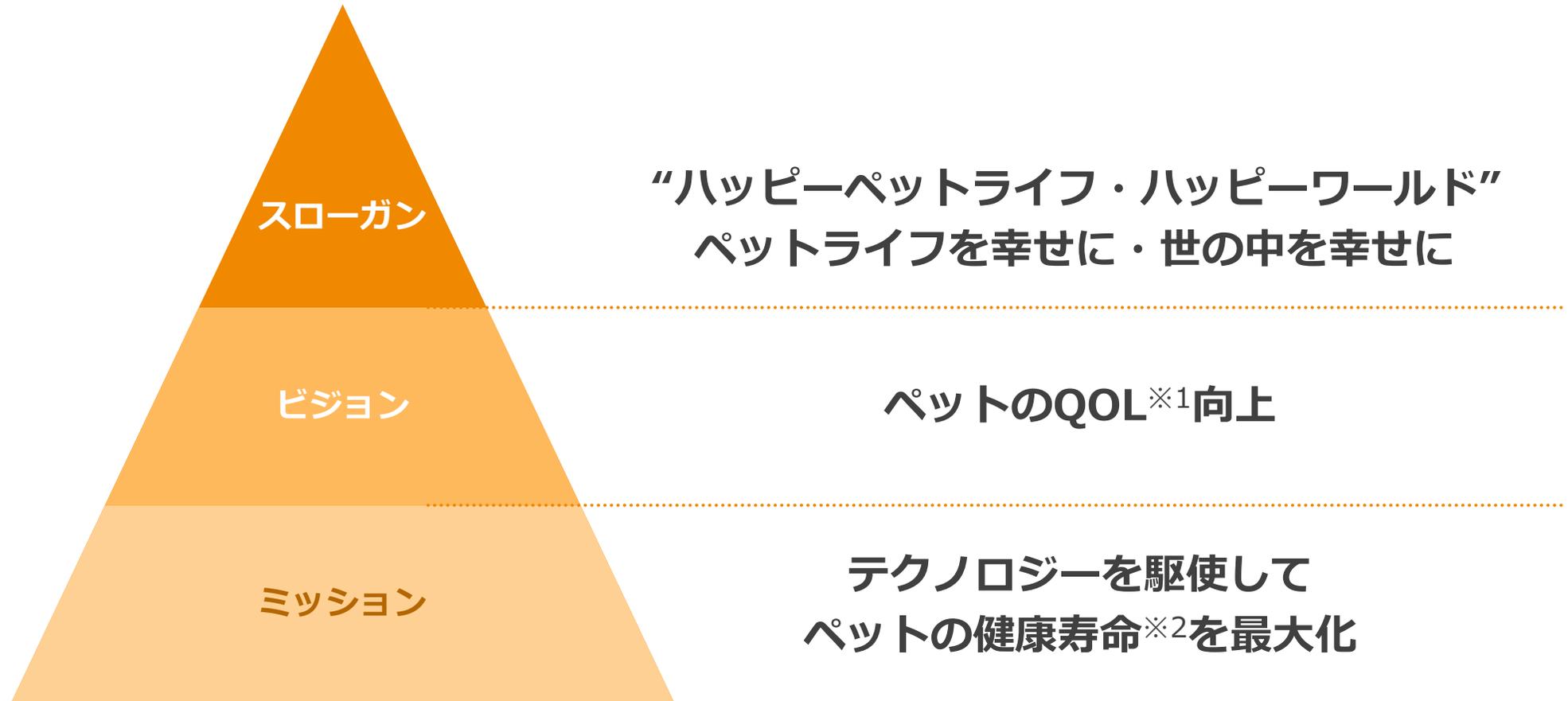
売上高と営業利益率の成長イメージ

(単位：百万円)



1. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期Q3トピックス
3. 2026年3月期Q3実績
4. 中期成長戦略

Appendix



※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 ペットコマース事業
ペットメディア事業

代表者 代表取締役社長 黒澤 弘

連結従業員数 52名（2025年12月末時点）

関連会社 株式会社FLAFFY
株式会社DogHuggy
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・アシュアランス(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)

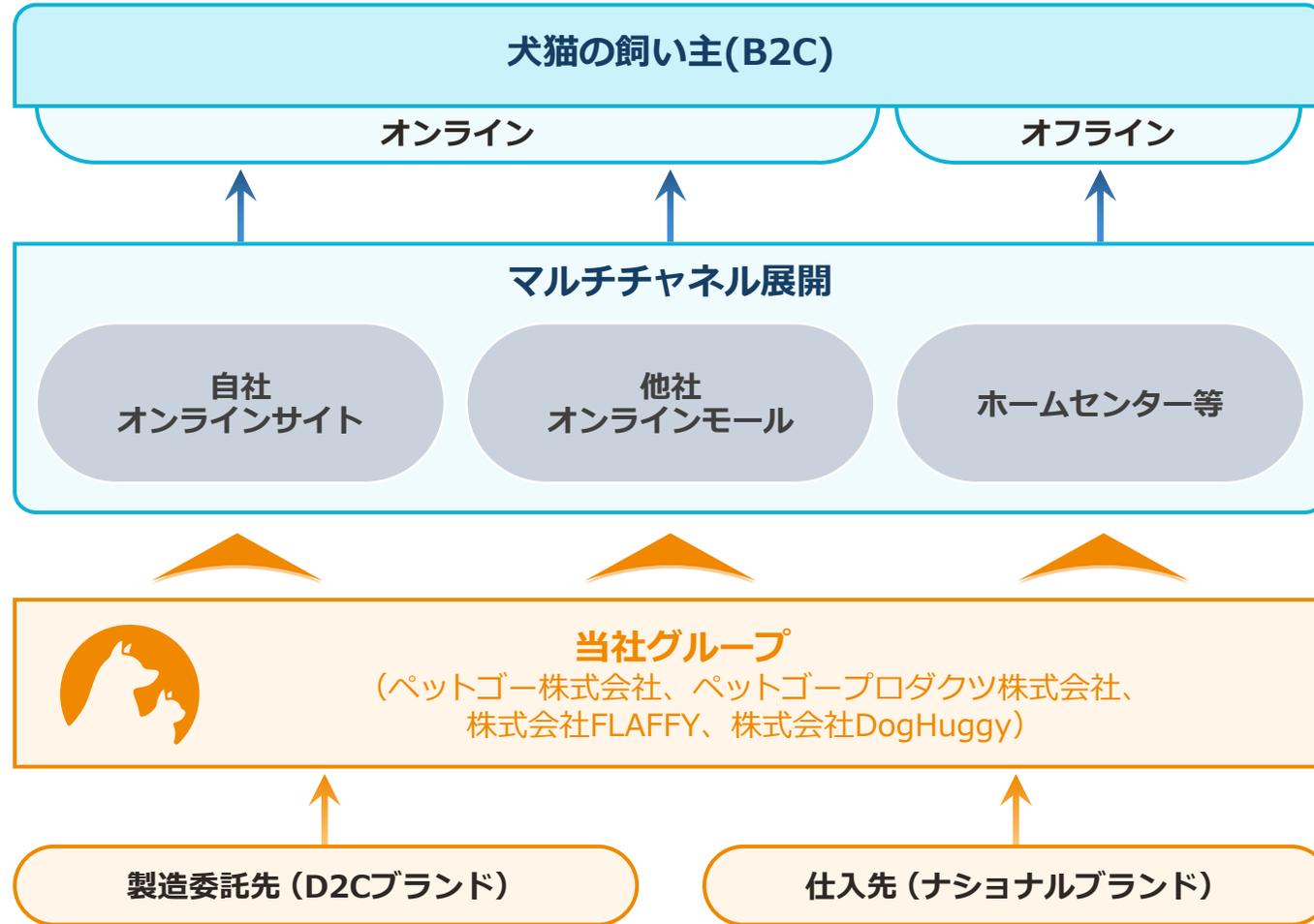
- 2004年 EY新日本有限責任監査法人入所
- 2015年 当社社外監査役就任
- 2017年 伊藤章子公認会計士・税理士事務所代表就任
- 2019年 ピクシーダストテクノロジーズ(株)社外監査役就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2023年 合同会社アコット代表社員就任
- 2023年 (株)RevComm社外監査役就任
- 2023年 プリモグローバルホールディングス(株)社外取締役監査等委員就任
- 2025年 新電元工業(株)社外監査役就任

沿革



事業系統図

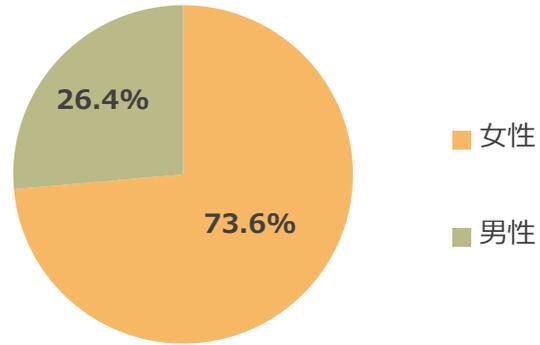
マルチチャネルを通じ、ペットヘルス商材を犬猫の飼い主に提供



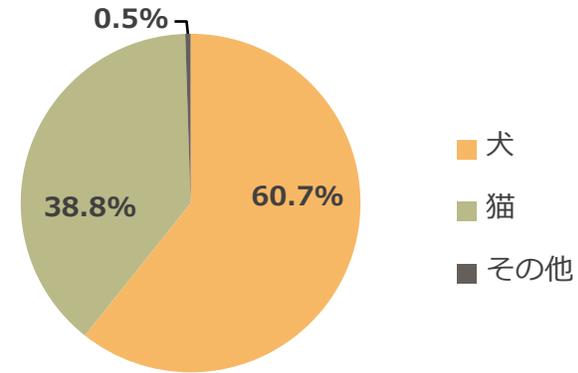
顧客属性

都市部に住む女性の飼い主が、主な顧客セグメント

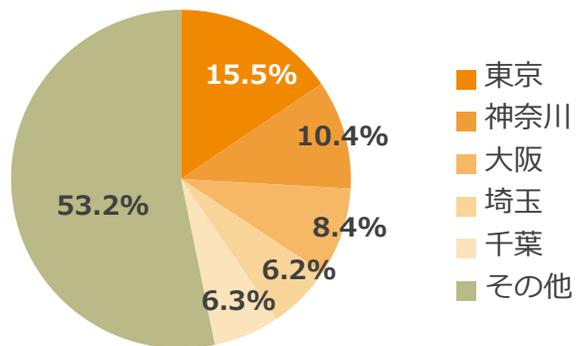
顧客の性別



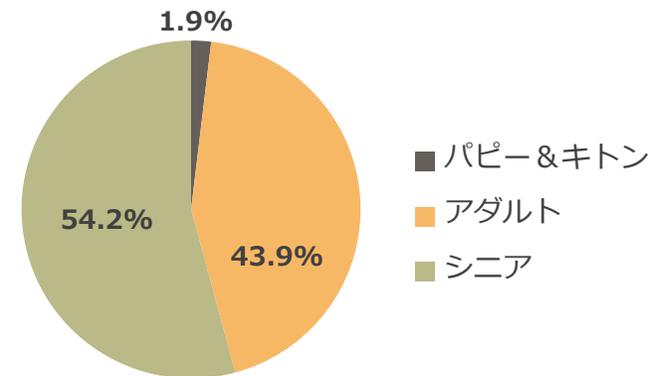
犬猫の比率



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）

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



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

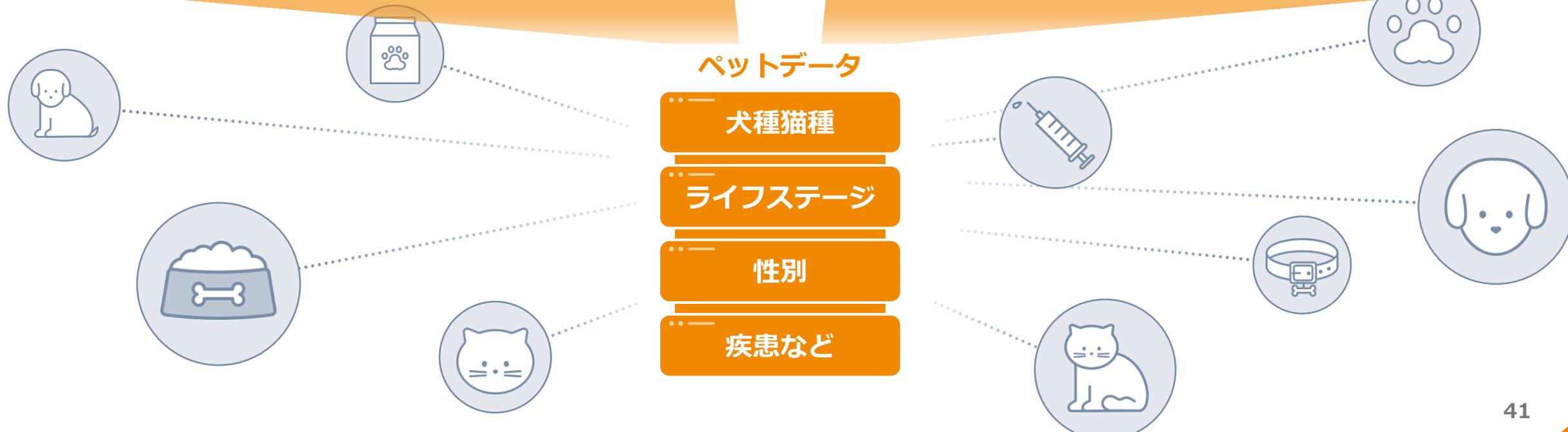
膨大な量の付加価値の高い「ペットデータ」を長年に渡り蓄積。
自社の競争優位としてD2Cブランドの創造、収益化に活用

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

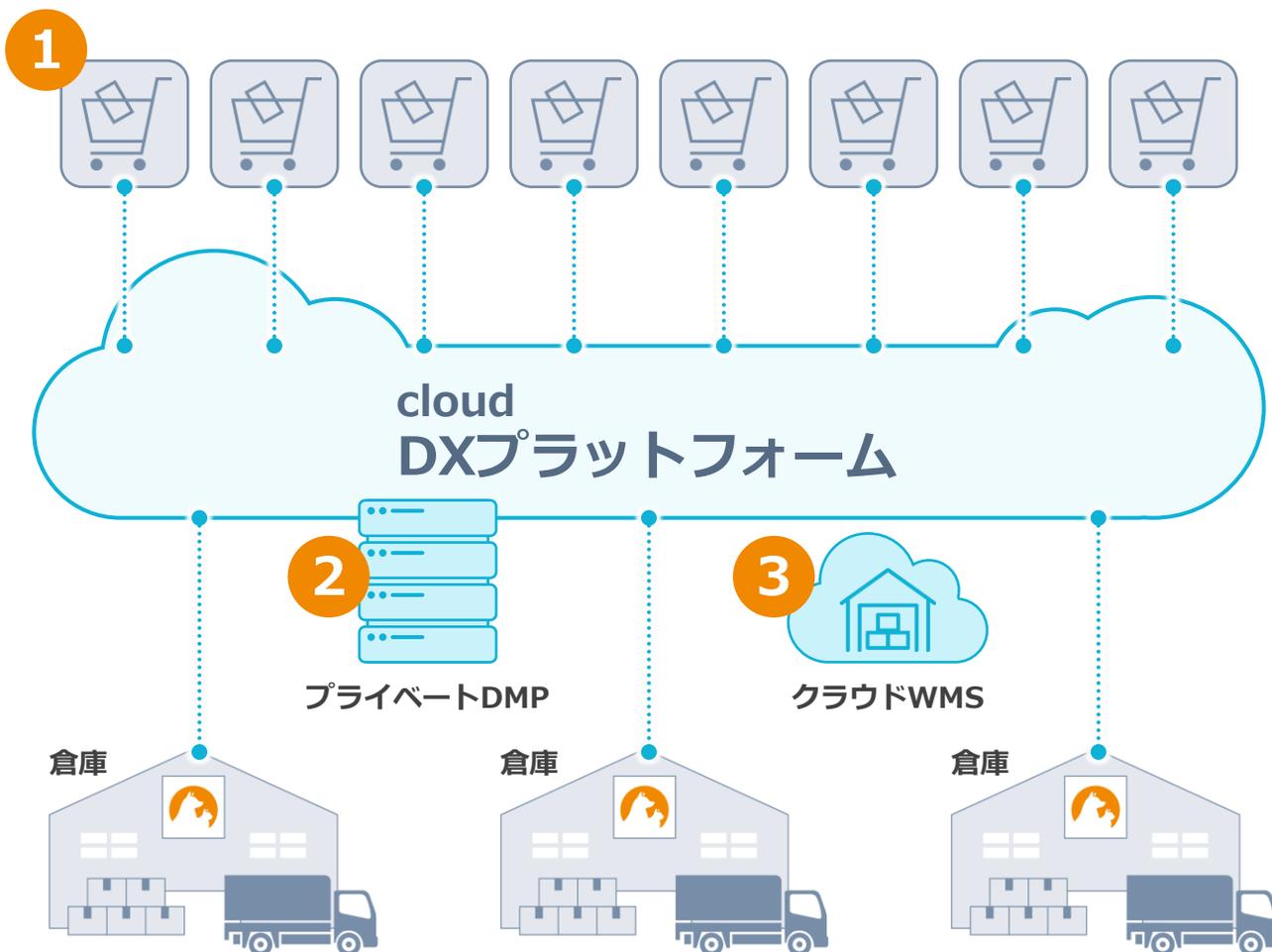
製品企画・開発

- 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

複数の販売チャン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 2 マルチチャネル

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

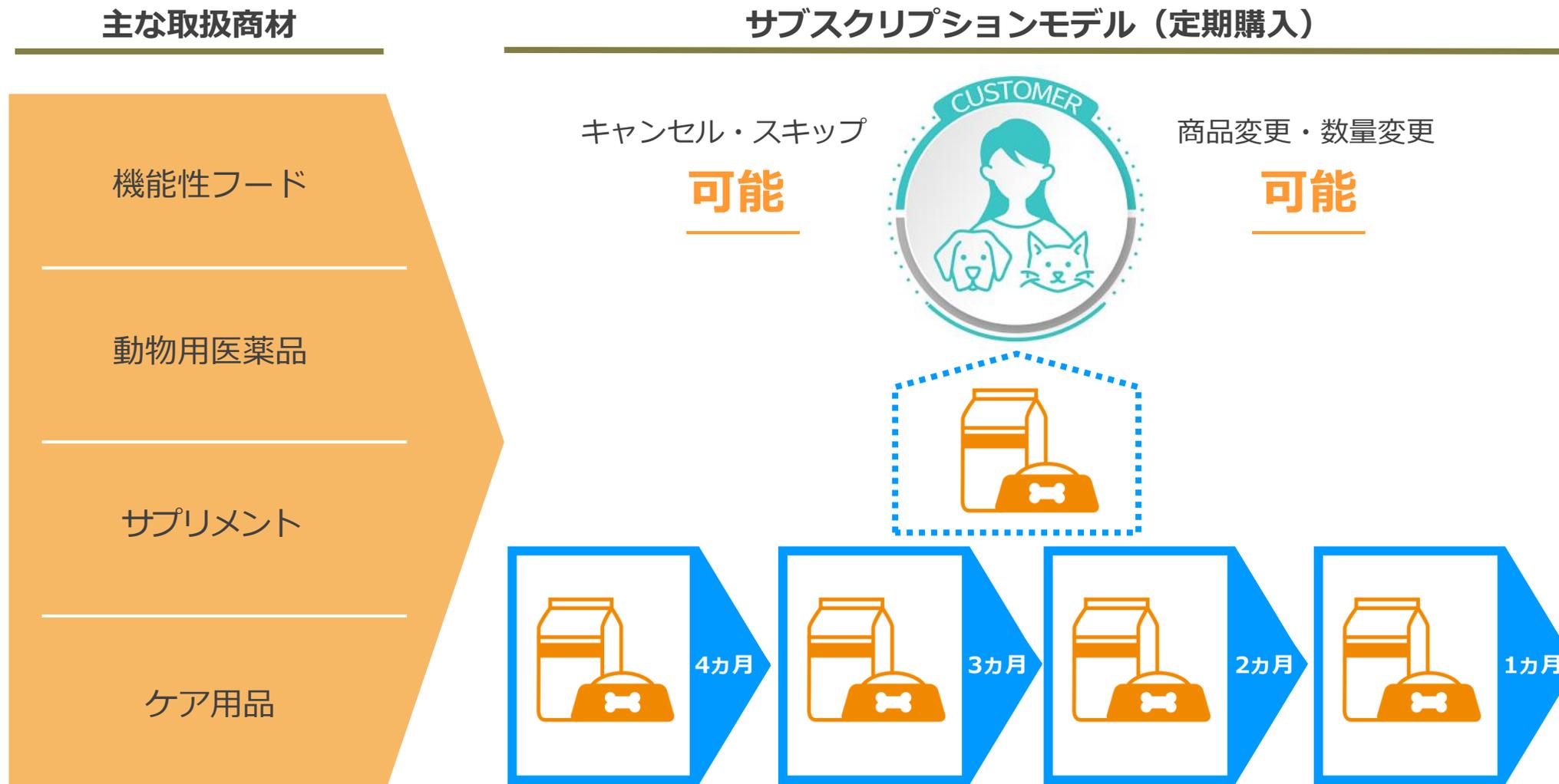
Yahoo!ショッピング

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

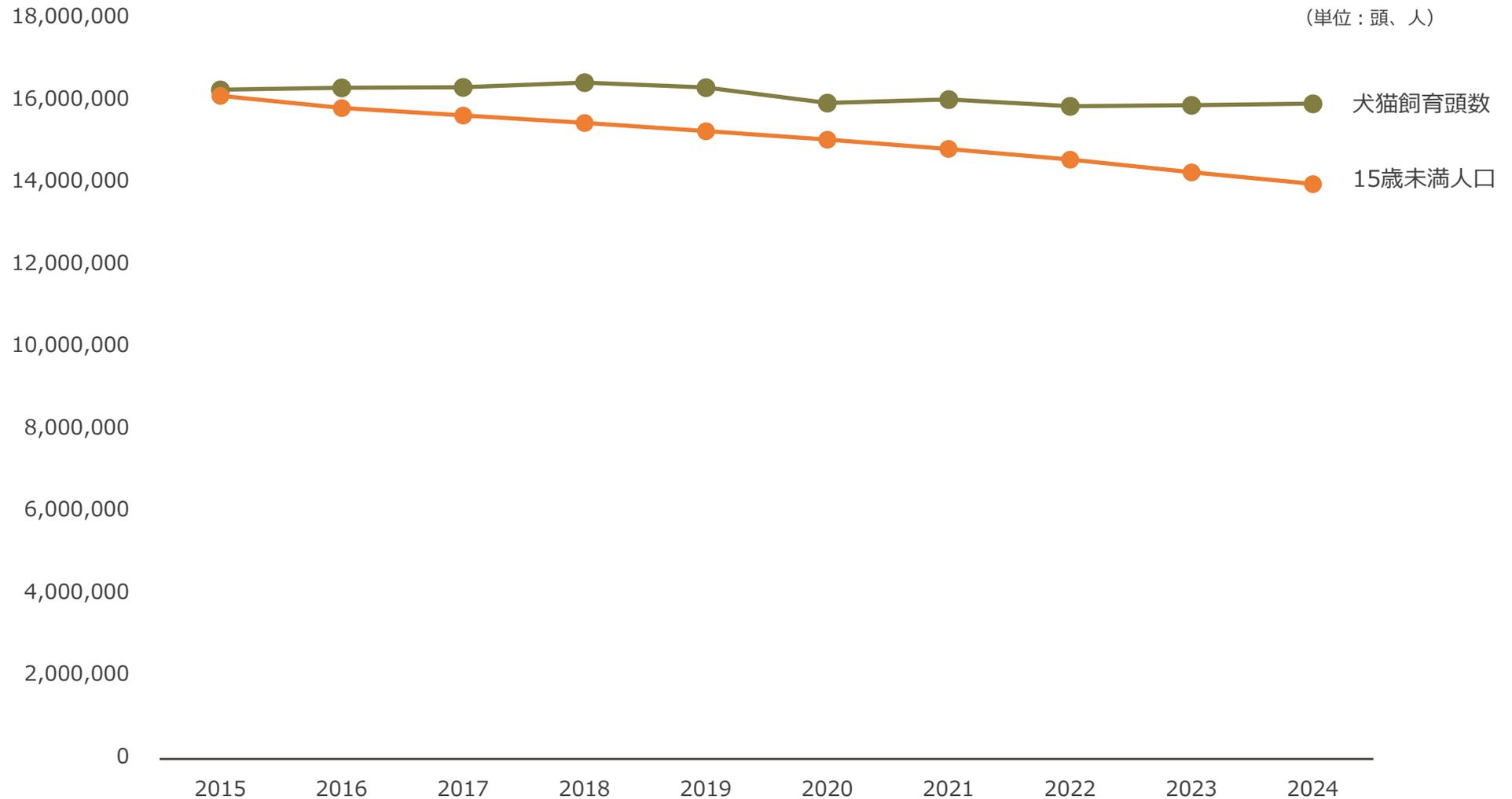
当社の特徴 3 サブスクコマース

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



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

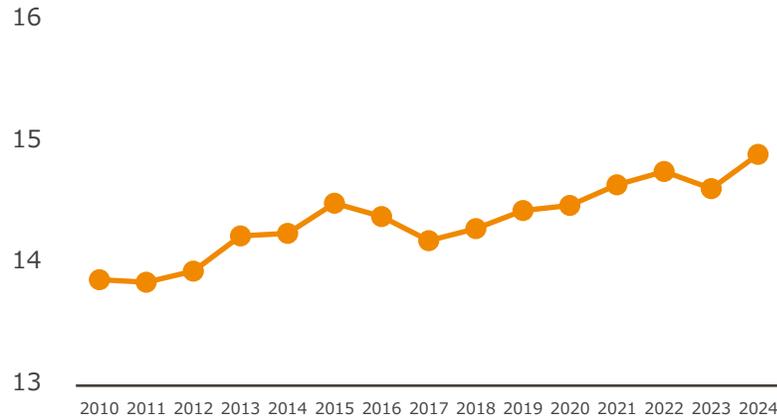


出所：一般社団法人ペットフード協会「全国犬猫飼育実態調査」、総務省統計局

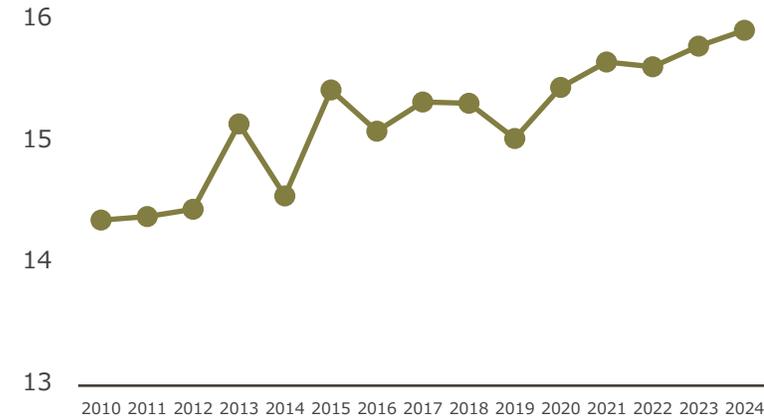
犬猫の平均寿命と年齢別疾患増加傾向

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

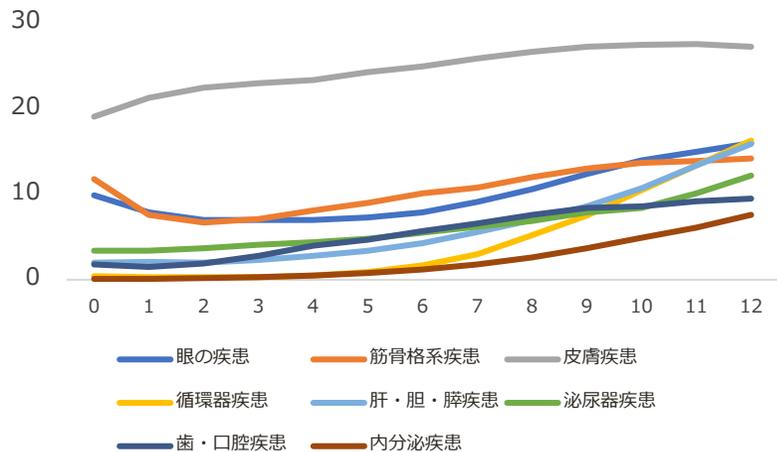
犬の平均寿命 (単位: 歳)



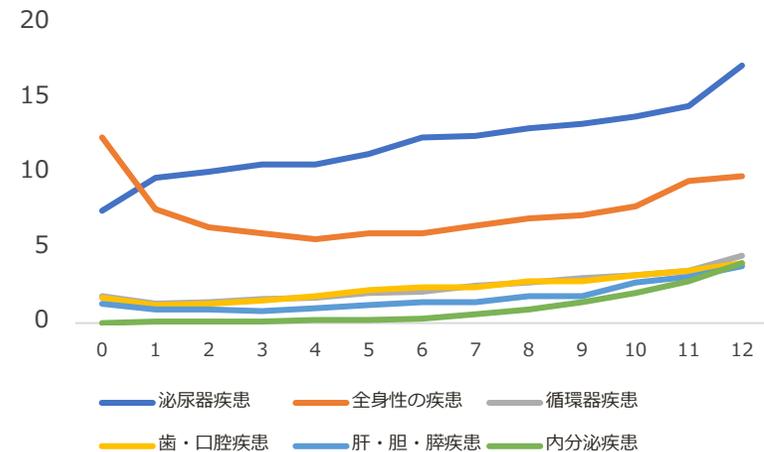
猫の平均寿命 (単位: 歳)



犬の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



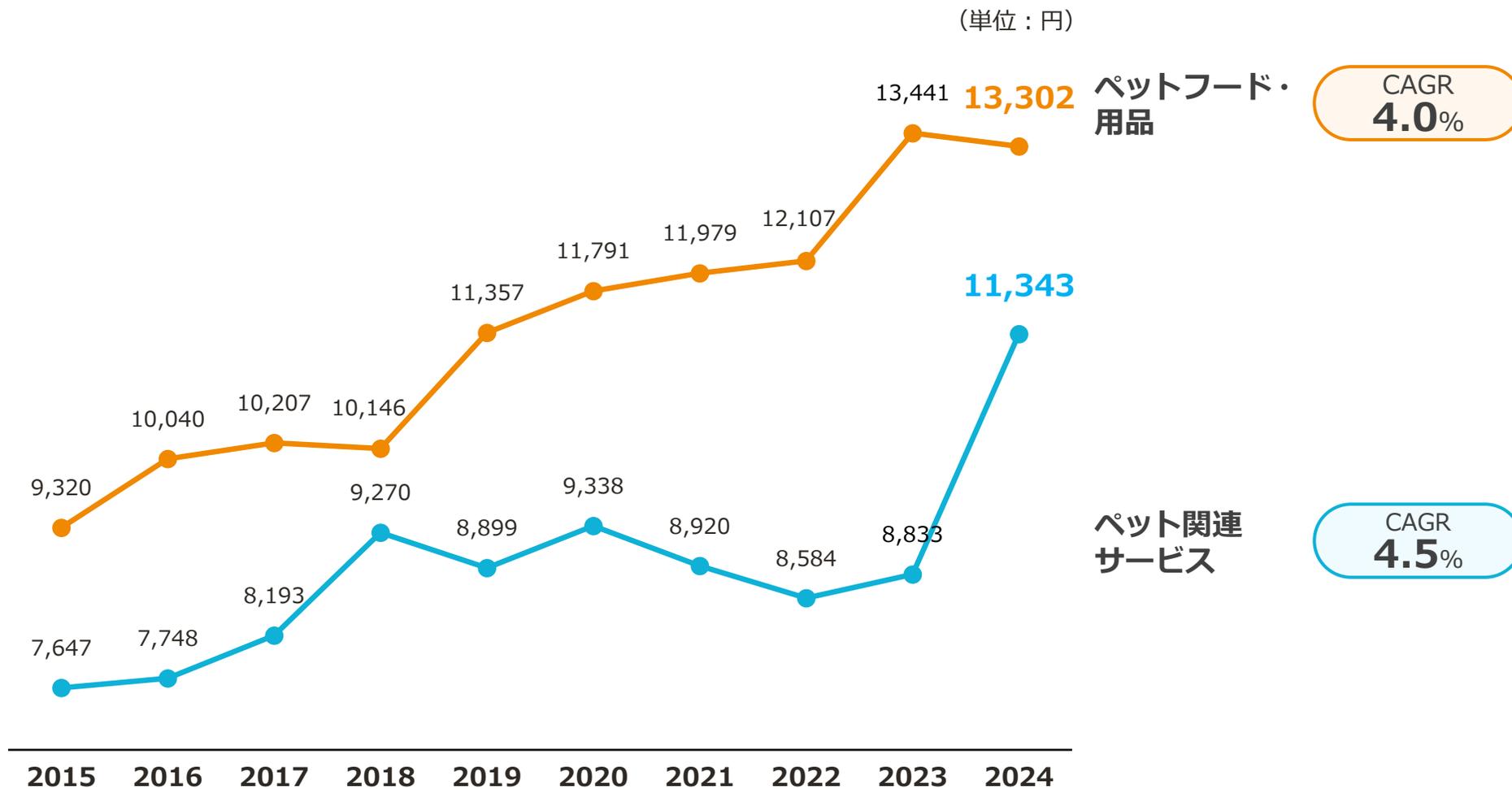
猫の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



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

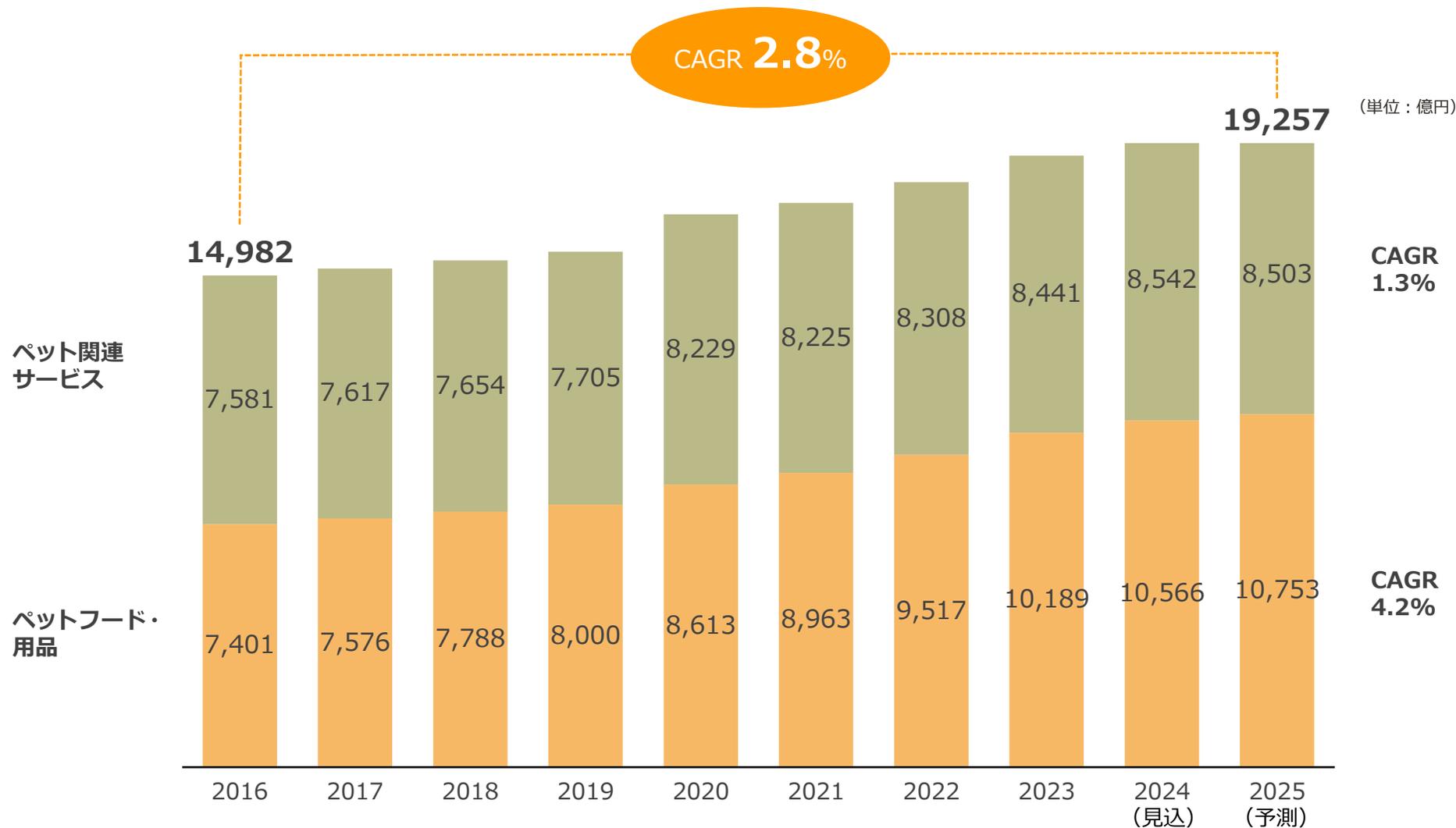
高価格化・長寿命化・家族化により、1世帯あたりのペット関連消費額が増加



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「2025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
10,753億円

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

おもちゃ

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2,688億円※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「2025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（2025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）

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

IR情報 : <https://corp.petgo.jp/ir>

IRメール配信中



Happy pet life , Happy world

