2027年3月期
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11月

contents

1. エグゼクティブサマリー

2. 2027年3月期半期実績

3. 2027年3月期半期アップデート

4. 成長戦略

Appendix

1.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2027年3月期半期実績

3. 2027年3月期半期アップデート

4. 成長戦略

Appendix

エグゼクティブサマリー：2027年3月期 半期

■売上高

・NBは、前期販売終了したロイヤルカナン食事療法食の反動減により大きく減少（YoY78%）
・DTCは、26年1月の一部値上げ、広告販促投資のコントロールにより減少（YoY88%）
・ブランド別売上構成割合に占める**DTCの比率が37%**まで増加
・ペットメディア事業は、大型イベントの開催により増収（YoY113%）
・結果、全社売上高は、前年同期比マイナスで着地（YoY82%）

■営業利益/EBITDA

・DTCシフトにより利益構造の改善が進捗し、営業赤字が縮小
・EBITDA（営業利益＋のれん償却額＋減価償却費）は、営業赤字が縮小したことで改善

■半期アップデート

・2026年7月：西武グループからの出資の払込が完了し、自己資本比率は39.4%に上昇
・2026年9月：プレミアムフード「VETSOne Premium PURE RICH」を発売

■今期業績予想

・「DTCシフト」による利益構造の質的転換を継続しながら、着実に黒字化を目指す
・西武グループとの「犬のおでかけ経済圏」構築は、翌期以降の業績への寄与を計画

2027年3月期 通期業績予想

DTCシフトを継続しつつ、27/3期は営業利益の黒字化を計画

	2026年3月期 通期実績	2027年3月期 通期予想	YoY
全社売上高	**7,420百万円**	**7,992百万円**	108%
NB	4,901百万円	4,863百万円	99%
DTC	2,492百万円	3,027百万円	**121%**
営業利益	**-204百万円**	**153百万円**	―
営業利益率	**-2.8%**	**1.9%**	+4.7pt

なお、上記NBとDTC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

2.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2027年3月期半期実績

3. 2027年3月期半期アップデート

4. 成長戦略

Appendix

2027年3月期 半期 決算ハイライト

DTCシフトにより利益構造の改善が着実に進捗し、営業赤字が縮小

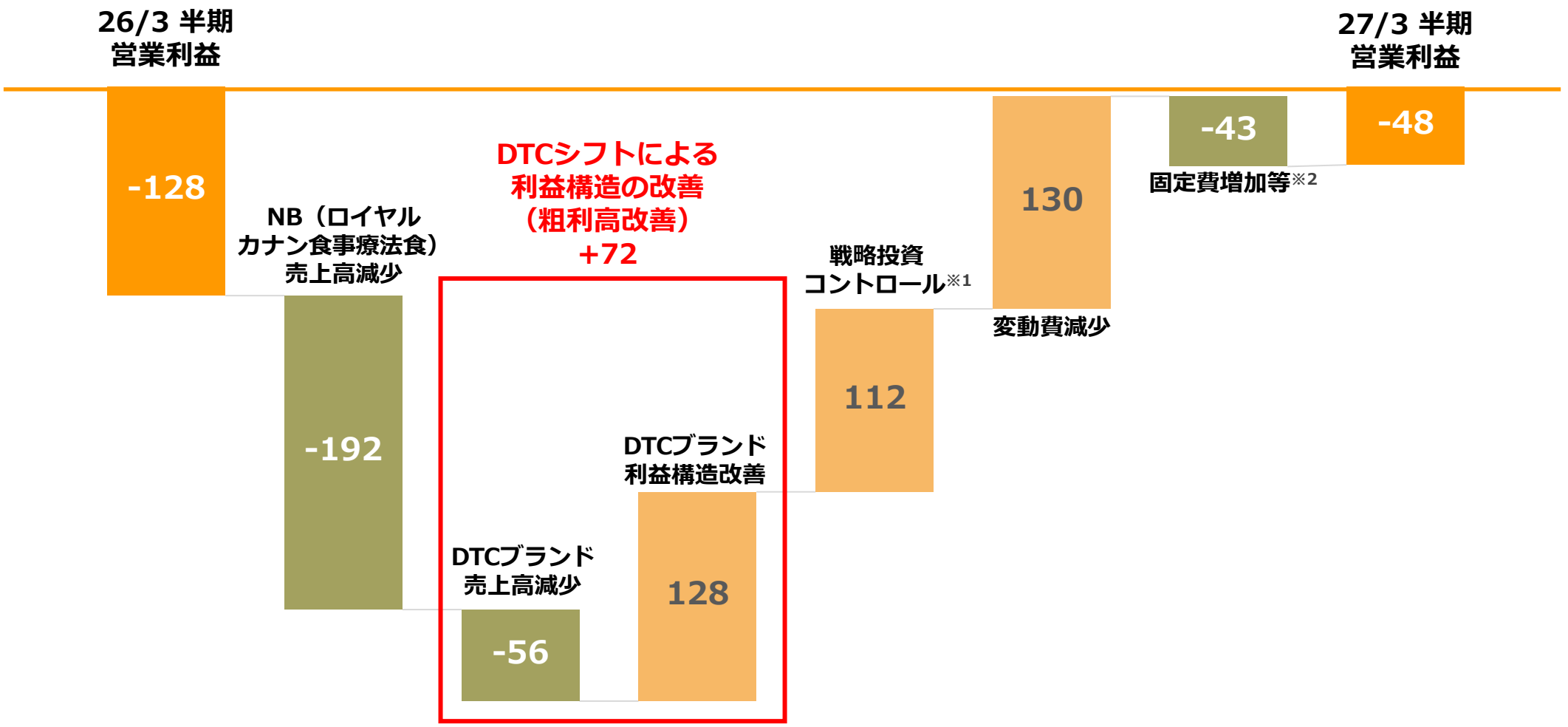
	2026年3月期 半期	2027年3月期 半期	YoY
全社売上高	3,817百万円	3,141百万円	82%
NB売上高	2,522百万円	1,960百万円	78%
DTC売上高	1,300百万円	1,142百万円	88%
営業利益	-128百万円	-48百万円	―
営業利益率	-3.4%	-1.5%	+1.8pt
EBITDA（参考）	-103百万円	-12百万円	―

注：上記NBとDTC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

2027年3月期 半期 連結営業利益増減要因

売上高は減少したものの、DTCシフトにより利益構造の改善が進捗し、営業赤字が縮小

（単位：百万円）



※1 広告費、販促費、研究開発費、クーポン・ポイントの合計
※2 子会社関連21百万円、のれん償却5百万円、その他17百万円

2027年3月期 半期セグメント概要

ペットコマース事業は、売上高は減少したものの利益構造の改善が進みセグメント利益は増加。
ペットメディア事業は、大型イベントの開催により売上が増加

（単位：百万円）

	26/3期半期	27/3期半期	増減額	YoY
ペットコマース事業				
売上高	3,702	3,005	-697	81%
セグメント利益	29	129	99	434%
ペットメディア事業				
売上高	115	129	14	113%
セグメント利益	23	21	-1	94%

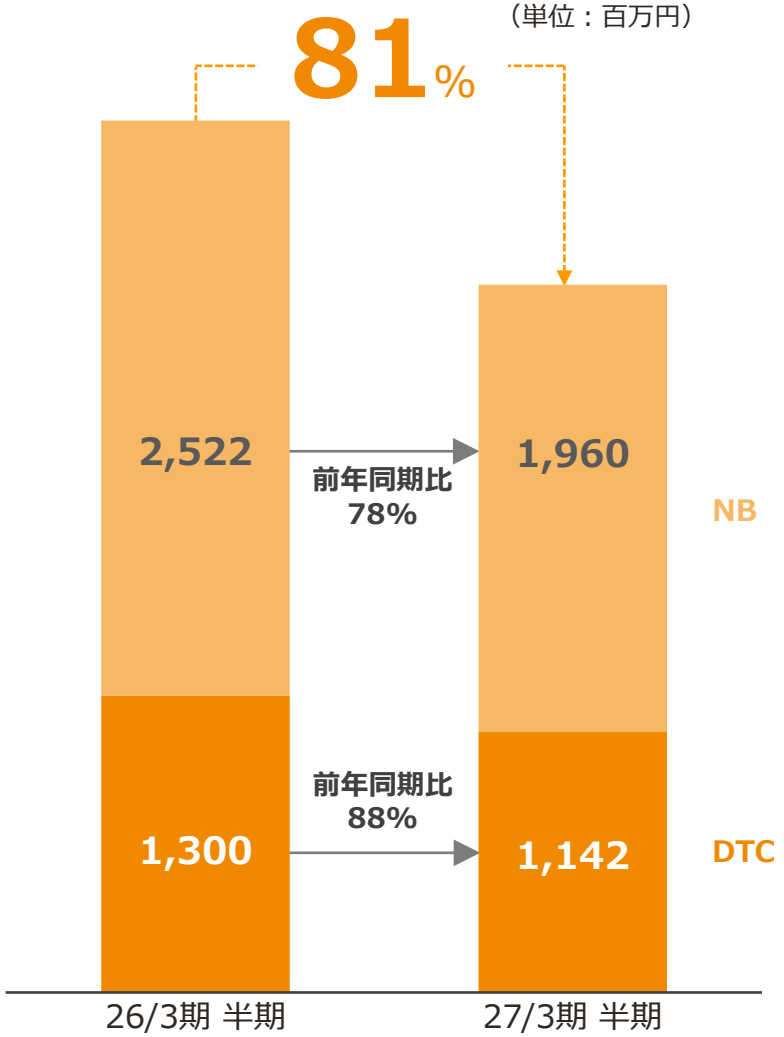
注：売上高は会計上の売上高、セグメント利益は共通費を控除する前の営業利益

ペットコマース事業：ブランド別売上高

ロイヤルカナン食事療法食の反動減により、NB売上高は大きく減少。DTCブランドの売上構成比は37%まで上昇

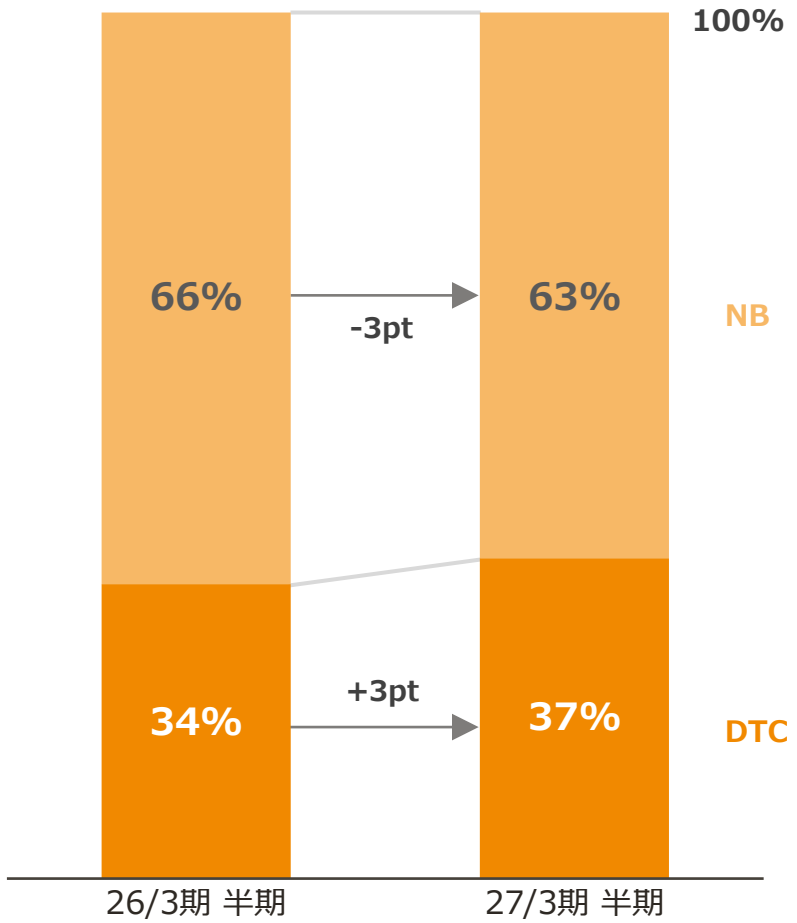
ブランド別売上高

（単位：百万円）



ブランド別売上構成比

（単位：%）

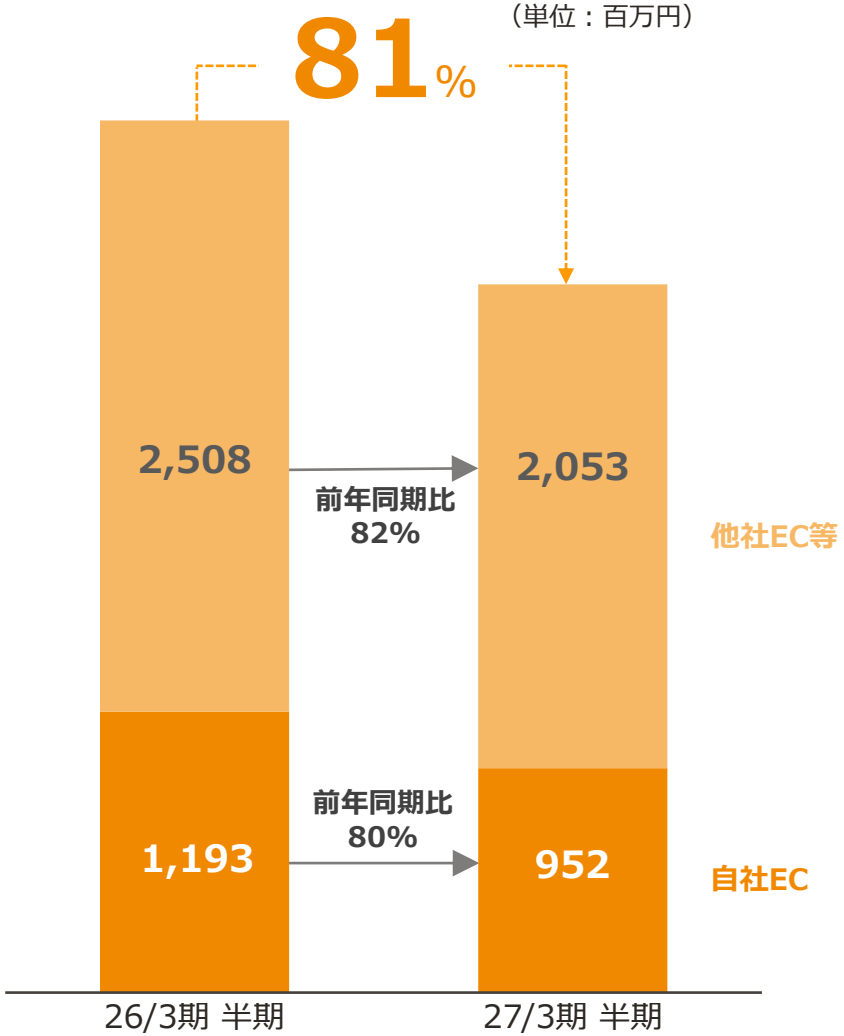


ペットコマース事業：チャネル別売上高

ロイヤルカナン食事療法食の反動減により、自社EC・他社EC等ともに減少

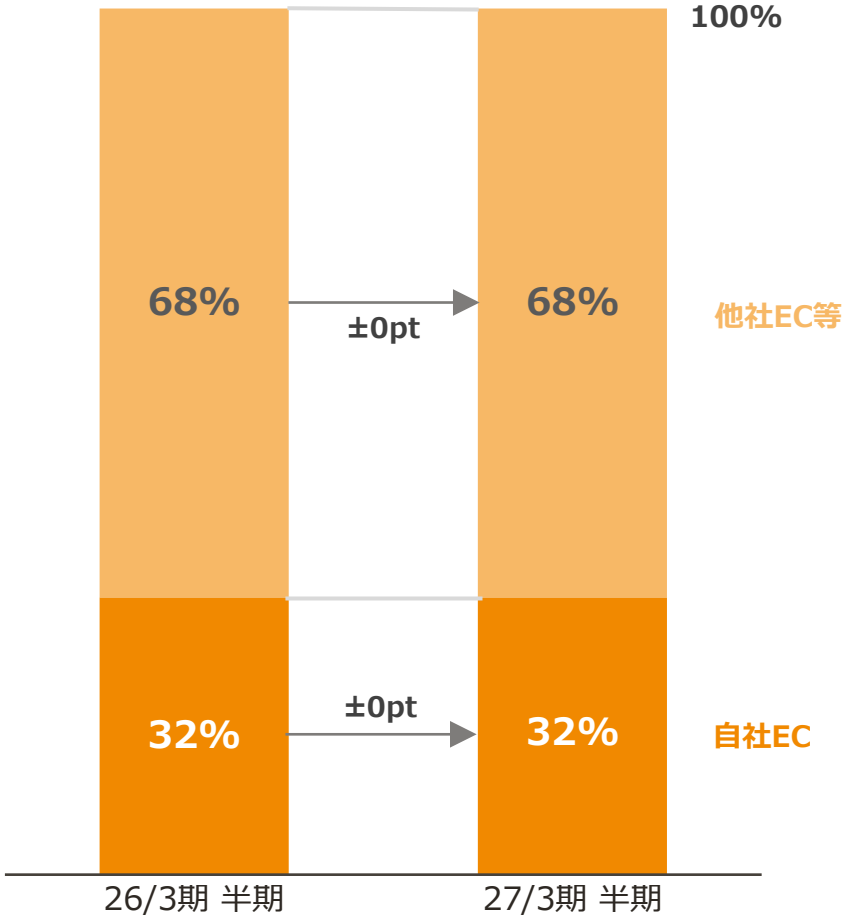
チャネル別売上高

（単位：百万円）



チャネル別売上構成比

（単位：%）

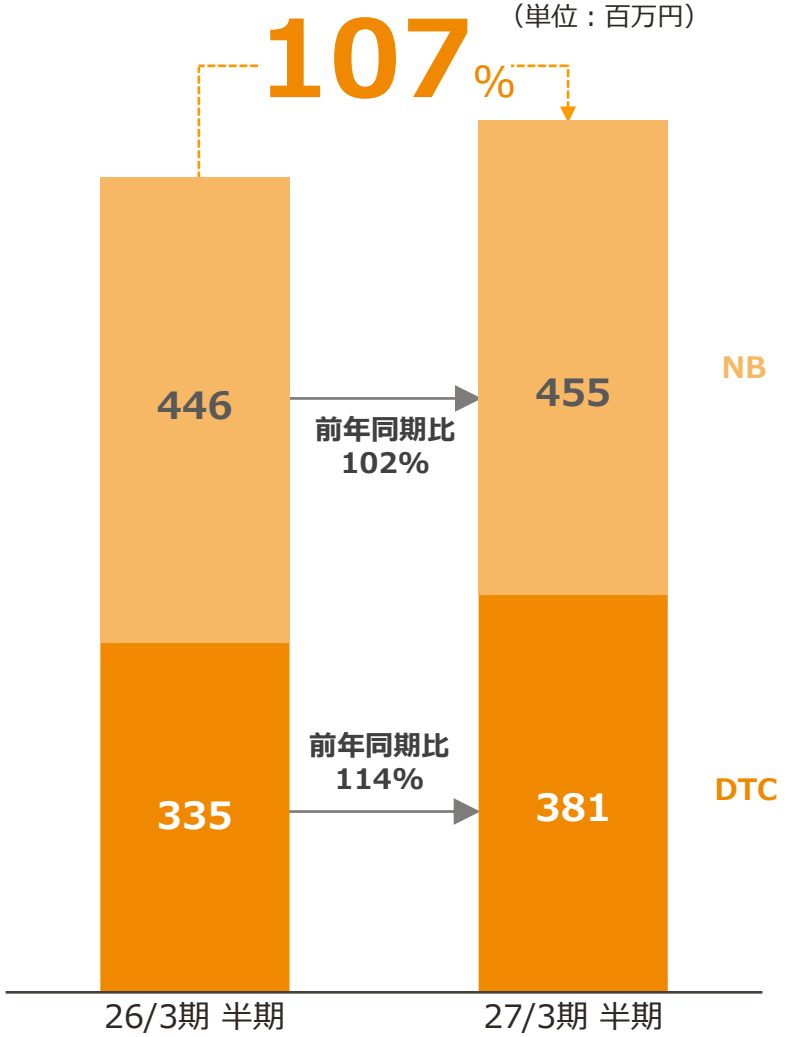


ペットコマース事業：ブランド別サブスク売上高

DTCブランドがNBを上回る成長率で、サブスク全体の成長を牽引

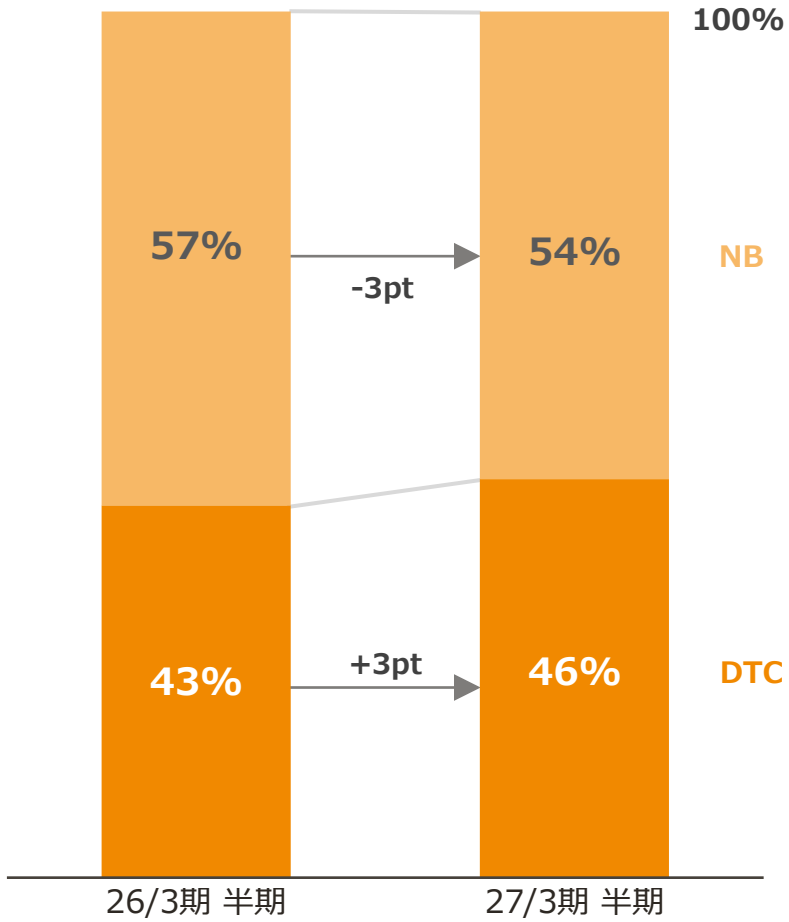
サブスクコマース売上高

（単位：百万円）



サブスクコマース売上高比率

（単位：%）

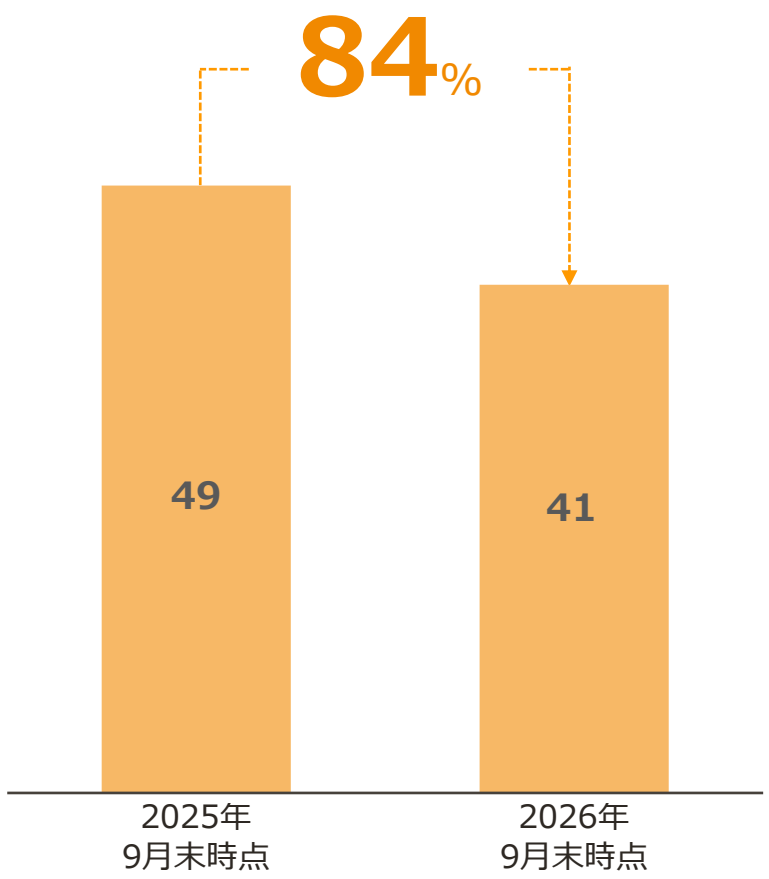


ペットコマース事業：購入者数

アクティブ購入者は、ロイヤルカナン食事療法食の反動減の影響により減少。累計ユニーク購入者数は増加を継続

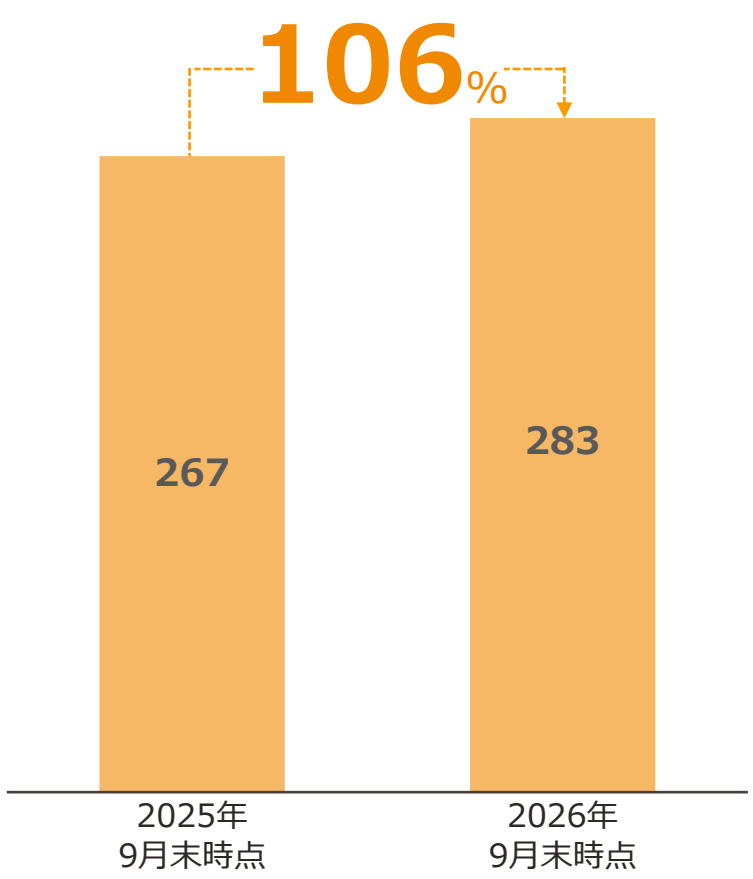
アクティブ購入者数※1

（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　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しても、複数の店舗を併用してもカウント数は１

販売費及び一般管理費

上期は戦略投資を抑制。下期はDTCの品揃えが整ったため、費用対効果を見極めながら再強化

（単位：百万円）

	26/3期半期	27/3期半期	増減額	YoY
販売費及び一般管理費	1,246	1,082	-164	87%
変動費	665	534	-130	80%
戦略投資	118	45	-72	38%
その他固定費	462	502	39	109%
戦略投資の詳細※1				
広告費	100	33	-67	33%
販促費	16	6	-10	37%
研究開発費	1	6	4	525%
クーポン・ポイント	156	117	-39	75%

※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

西武グループからの出資により自己資本を増強し、自己資本比率が改善

（単位：百万円）

	26/3期末	27/3期半期	増減額	前期末比
資産合計	3,163	2,948	-215	93%
L 流動資産	2,601	2,432	-168	94%
L 固定資産	561	515	-46	92%
負債合計	2,124	1,752	-372	82%
L 流動負債	1,836	1,462	-374	80%
L 固定負債	287	289	1	101%
純資産合計	1,038	1,196	157	115%
負債純資産合計	3,163	2,948	-215	93%
自己資本比率	32.0%	39.4%	+7.4pt	

3.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2027年3月期半期実績

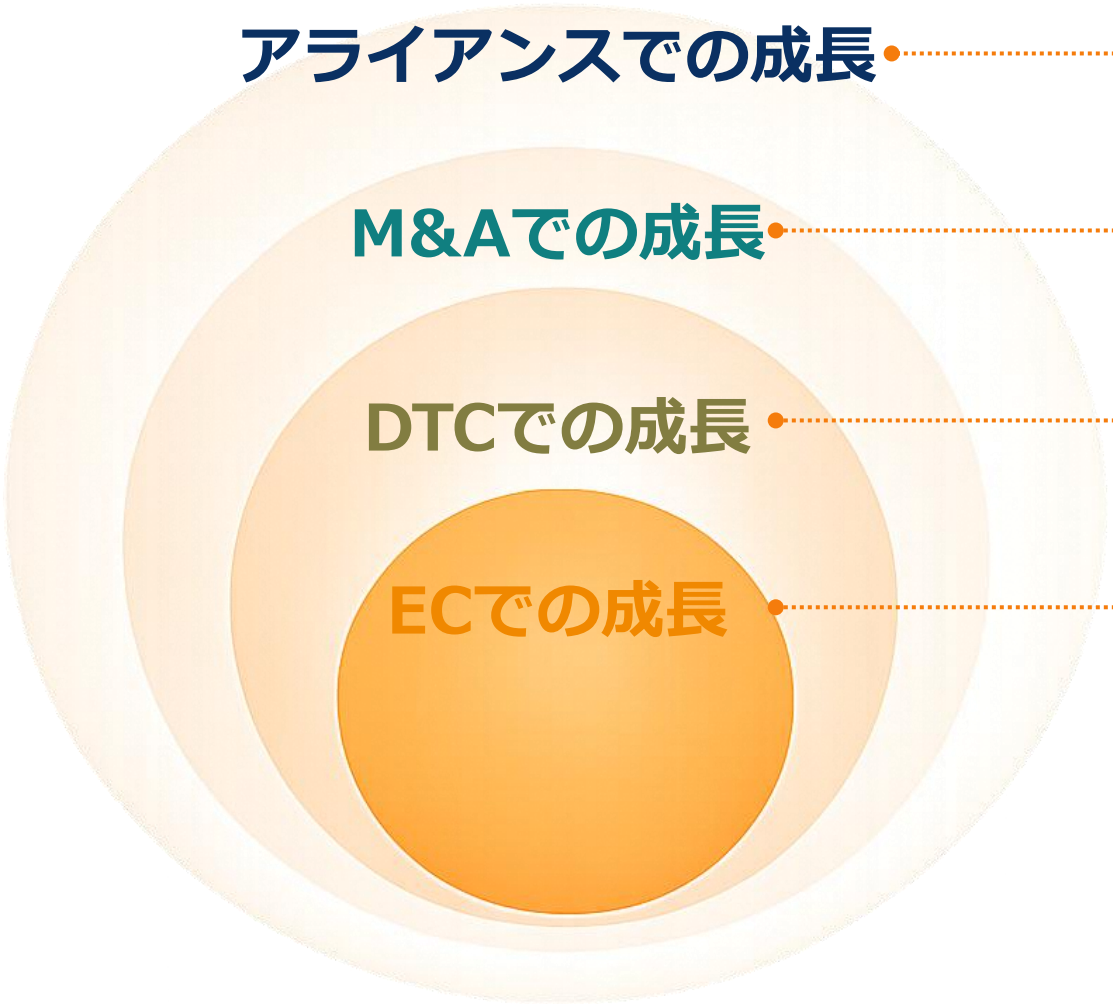
3. 2027年3月期半期アップデート

4. 成長戦略

Appendix

2027年3月期 半期アップデート全体像

ECの顧客基盤を起点に、DTCで収益性を高め、M&A・アライアンスでコト消費領域へ拡張



4 西武グループと共に、新たな「おでかけ経済圏」を中長期で構築

3 顧客基盤を活用し、グループ企業のバリューアップと新規M&Aを継続

2 DTCシフトを継続。VETSOneを高粗利ブランドへ転換し、収益性を向上

1 サブスクの品揃えを拡大。自社ECを磨き込み、収益基盤を再強化

① ECでの成長：サブスク対象SKUの品揃えを拡大

サブスクの品揃えを継続的に拡大。取扱SKUの9割以上をサブスク対応にし、LTV向上を狙う

Before

約1,700SKU

2026年3月期Q4時点

サブスク対象SKU

約3.4倍

After

約5,700SKU

2027年3月期Q2時点

取扱SKUの

約95%をサブスク対象に



クロスセル強化

継続購入促進

LTV向上

② DTCでの成長：新たなプレミアムフードブランドを上市

2026年9月に健康な犬猫のためのプレミアムフード「PURE RICH」を新発売。犬猫の好みやライフステージに合わせて選べる6商品（12SKU）を展開。食事療法食と両輪での顧客獲得を狙う



② DTCでの成長：動物病院チャネル展開を開始

2026年5月から食事療法食・ノミ・マダニ駆除薬の動物病院での取り扱いを開始



VETS One VETERINARY



VETS One プロテクトプラス



国内の動物病院の90%以上にあたる約11,000施設が会員登録する**シグニ株式会社**を通じ、ノミ・マダニ駆除薬「ベッツワン プロテクトプラス」、食事療法食「ベッツワンベテリナリー」の動物病院チャネルへの販売を開始

③ M&Aでの成長：FLAFFYによる大型イベントの開催

2026年6月に「ジャパンわんこフェスタ 2026 in お台場」を開催。当社の顧客基盤や取引先ネットワークを活用し、来場者の送客と出店数の拡大を支援



ジャパンわんこフェスタ 2026 in お台場（2026年6月）

FLAFFY

開催実績

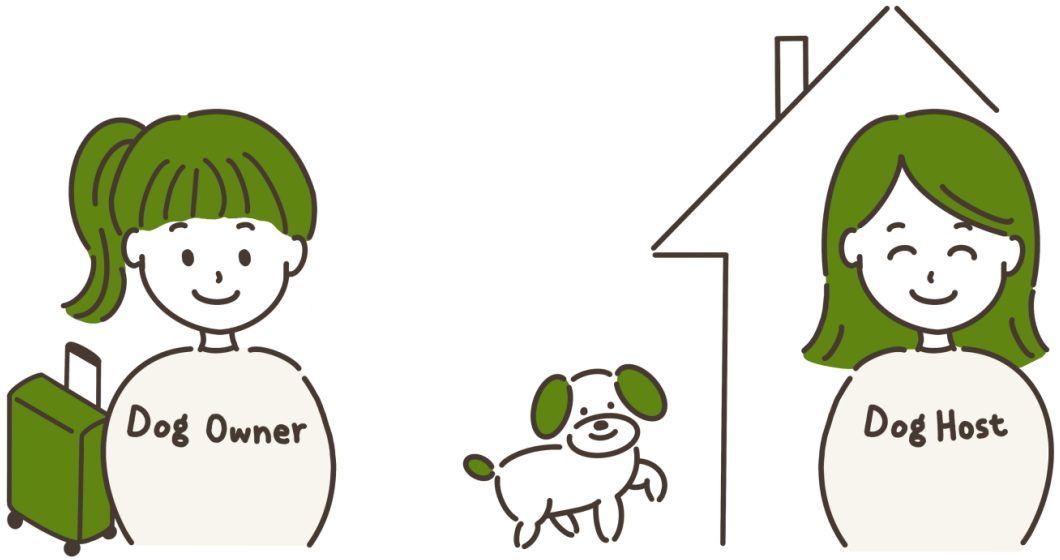
約8万人	来場者数（3日間）
約180社	ペット関連企業が出店
2026年11月	次回開催予定

petgo の顧客基盤・取引先ネットワークを活用 → 飼い主の送客 / 取引先の出店 / 各種協賛支援

注：来場者数は主催者発表（速報値）

③ M&Aでの成長：犬の預かりマッチング「DogHuggy」への送客拡大

当社の顧客基盤やポイントシステム等を活用し、犬の預かりマッチングプラットフォームへの新規飼い主及び新規ホストの送客を拡大



飼い主とホスト（預かり手）をつなぐマッチングプラットフォーム

DogHuggy

前年同期比

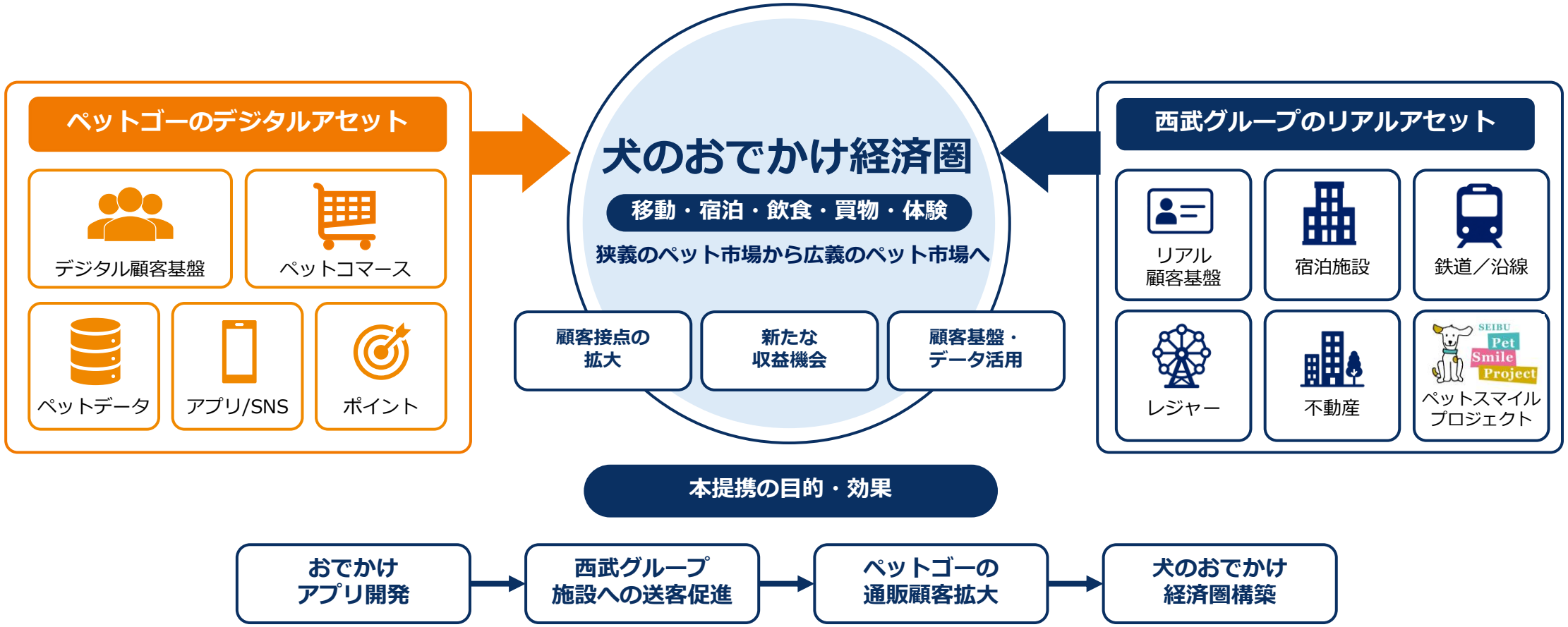
約2.7倍	ホスト申請数
約22%増	掲載ホスト数
約18%増	新規飼い主登録数

petgo の顧客基盤・ポイントシステムを活用 → 新規飼い主送客 / 新規ホスト送客 / ポイント連携

注：各数値は前年同期比

④ アライアンスでの成長：西武グループとの資本業務提携

当社のデジタルアセットと西武グループのリアルアセットを掛け合わせ、当社単独ではアプローチできなかった「犬のおでかけ経済圏」を共創によって構築していく



デジタルアセットとリアルアセットを相互活用し、新たな“おでかけ体験”を創出する共創モデル

参考：犬のおでかけ市場とは

犬を連れて日帰り・宿泊のおでかけをすることで生まれるコト消費市場。移動・宿泊・飲食・買物・体験を含み、約4,000億円規模の可能性がある

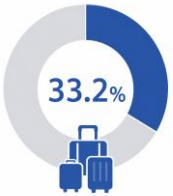
- 直近1年間に、犬の飼い主の**約6割が日帰りのおでかけ**、**約3割が国内宿泊旅行**を経験
- 日帰り＋国内宿泊旅行の市場規模は、**約4,000億円規模**の可能性（当社推計）
- 理由の**9割超が「愛犬と一緒に楽しみたい」**。積極的な体験消費が拡大
- 宿泊、飲食、買物、交通など、社会インフラ側の受け皿不足が大きな事業機会に

世界のPawprint Economy（肉球経済）

2030年までに
5,000億ドル超
と予測※

※Amadeus Travel Trends 2026より。当社にて関連市場規模として引用

おでかけ経験率（直近1年間）

日帰りのおでかけ	国内宿泊旅行
	
年平均3.8回	年平均2.4回
1回あたり平均消費額 約15,449円	1回あたり平均消費額 約58,828円

おでかけ市場規模（直近1年間）

日帰りのおでかけ市場	国内宿泊旅行市場
約1,733億円	約2,328億円
	

合 計
約4,000億円規模

※宿泊代、交通費、飲食代のみの推計。アクティビティやイベントでの買物等の消費は含まず。関連消費市場全体では、さらに大きな市場が存在する可能性あり

おでかけの理由

日帰りのおでかけ	国内宿泊旅行
愛犬と一緒に楽しみたい 92.1%	愛犬と一緒に楽しみたい 91.7%
	
預け先がない 4.1%	預け先がない 4.9%
その他 3.6%	その他 3.2%

ニーズ・特徴

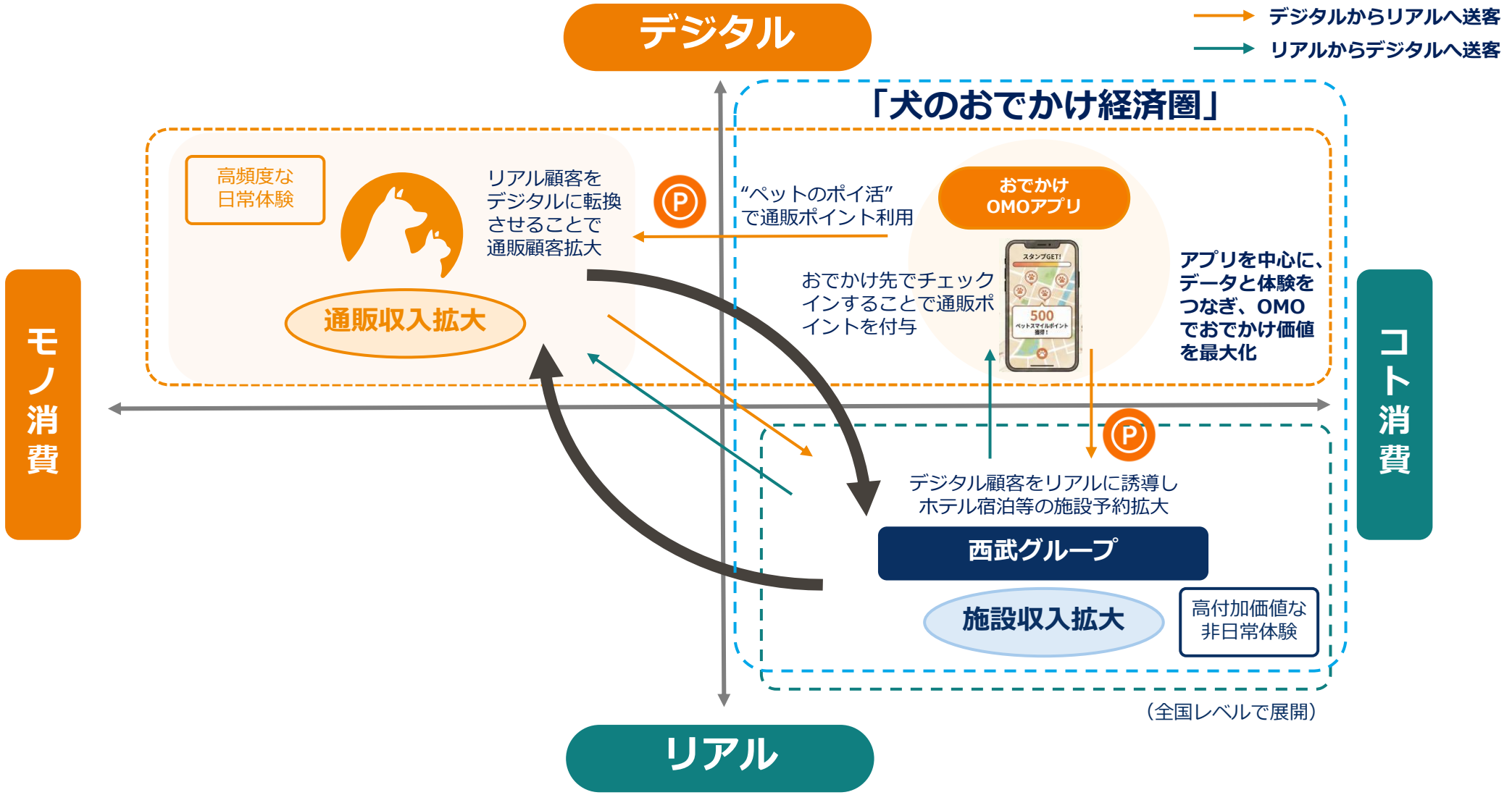
- 宿泊は「愛犬と一緒に寝る」72.1%が重視
- 食事は「愛犬と一緒に食事」72.4%が重視
- 交通は自家用車が中心 日帰り95.0%／宿泊89.4%
- 高額消費層16.0%が市場消費の62.2%を牽引
- 宿泊・飲食・買物・交通など受け皿不足が大きな事業機会に

犬のおでかけ市場については、2026年6月4日発表の当社IRニュースをご参照ください

出所：「2026年ペットのおでかけに関する実態調査」(当社調べ)に基づき、市場規模を算出

④ アライアンスでの成長：西武グループとの資本業務提携によるシナジー

デジタルとリアルでの相互送客により、両社の事業価値を最大化し「犬のおでかけ経済圏」を構築



4.

1. エグゼクティブサマリー
2. 2027年3月期半期実績
3. 2027年3月期半期アップデート

4. 成長戦略

Appendix

成長戦略の全体像：４つの成長ドライバー

ECの顧客基盤を起点に、DTCで収益性を高め、M&A・アライアンスでコト消費領域へ拡張

1 ECでの成長

自社ECを磨き込み、収益基盤を再強化

2 DTCでの成長

DTCブランド“VETSOne”を
高粗利ブランドへ

3 M&Aでの成長

FLAFFY・DogHuggyの収益強化
と高粗利率企業のM&Aを継続検討

4 アライアンスでの成長

西武グループのリアルアセットと
連携し、おでかけ経済圏を構築

コマース事業の拡大	DTCブランドの拡大・高収益化	グループ全体の拡大・収益性向上	おでかけ経済圏の構築

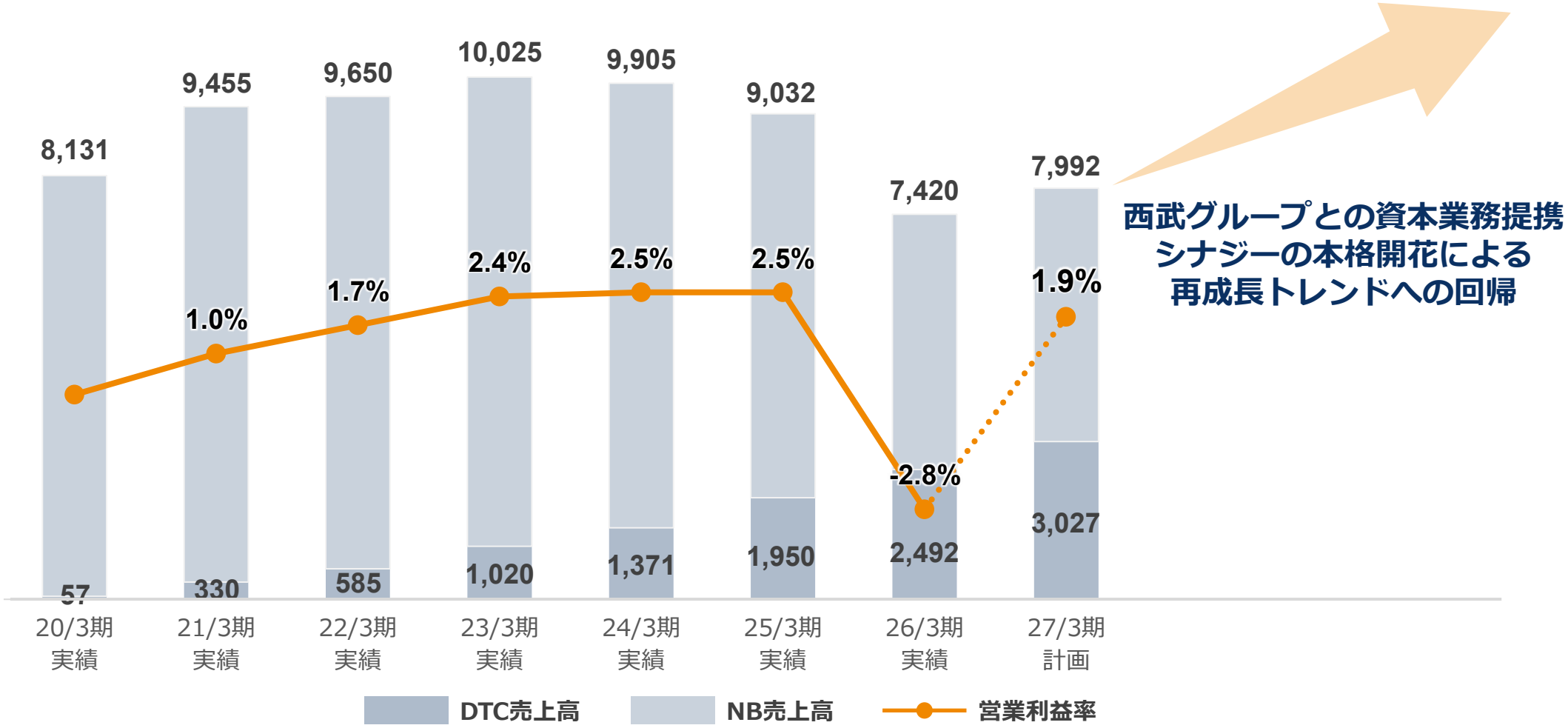
4つの成長ドライバーを連動させ、持続的な成長と企業価値向上を実現

今後の成長イメージ

27/3期で強固な底固め（黒字化）を完了し、28/3期以降に西武グループとの資本業務提携の効果を実現

売上高と営業利益率の成長イメージ

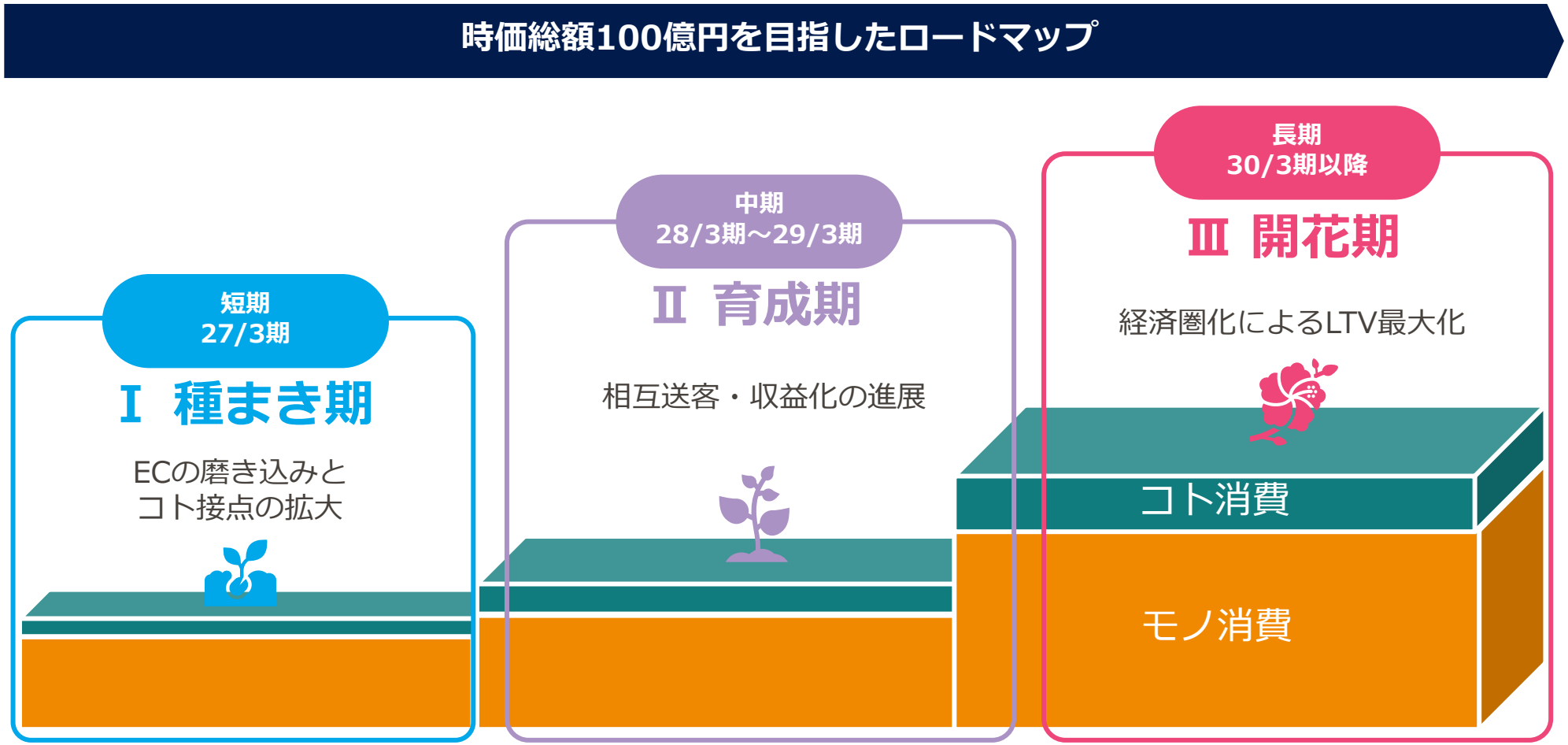
（単位：百万円）



西武グループとの資本業務提携
シナジーの本格開花による
再成長トレンドへの回帰

成長に向けたロードマップ

コマース収益をベースに、コト接点の拡大、相互送客・収益化、経済圏化によるLTV拡大を段階的に実現していく

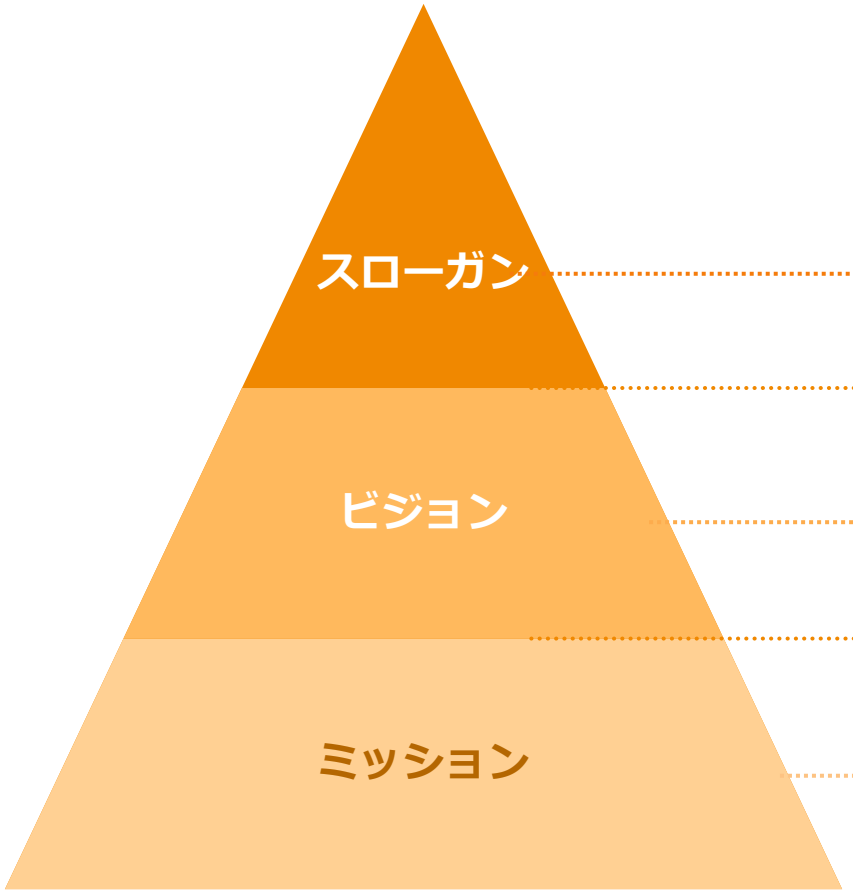


1. エグゼクティブサマリー
2. 2027年3月期半期実績
3. 2027年3月期半期アップデート
4. 成長戦略

Appendix

私たちの想い

「ペットライフをハッピーに」を掲げ、テクノロジーを活用してペットのQOLを最大化していく



ハッピーペットライフ・ハッピーワールド

ペットライフをハッピーに

テクノロジーを活用してペットのQOLを最大化

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		**連結従業員数**	56名（2026年9月末時点）
設立	2004年11月17日		**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
事業内容	ペットコマース事業 ペットメディア事業			



事業概要

モノ消費を対象としたペットコマースをコアに、ペットメディアとペットケアでコト消費への展開を開始

モノ消費

ペットコマース

ペットフード・用品のEC

約95%

顧客基盤・ペットデータを活用し、コト消費へ展開

コト消費

ペットメディア

SNS・イベント

ペットケア

犬の預かりマッチング

約5%

売上高構成比

沿革

創業以来、ペットコマースのパイオニアとしてデジタル顧客基盤を拡大してきた歴史

2004.11
東京都新宿区で創業

2005.2
ペットゴー（petgo.jp）で通販開始

2005.3
楽天市場へ出店

2005.4
Yahoo!ショッピングへ出店

2007.4
Amazon.co.jpへ出店

2008.3
ペットヘルスケアに進出

2011.10
当日発送開始

2013.4
サブスクコマース（定期購入）開始

2016.7
中野区に本社移転

2019.7
スマホアプリ提供開始

2020.4
DTCブランド「ベッツワン」発売開始

2022.4
東証グロース市場に株式上場

2025.4
FLAFFYがグループジョイン

2025.12
DogHuggyがグループジョイン

2026.3
厚木物流拠点(PFCA)稼働開始



2026.6
西武グループと資本業務提携を締結

2026.9
「VETSOne Premium PURE RICH」発売

経営陣

EC、テクノロジー、財務、ガバナンスの知見を持つ経営体制



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
- 2026年 (株) DogHuggy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
- 2026年 (株) DogHuggy取締役就任
- 2026年 (株) FLAFFY取締役就任



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
- 2026年 (株) DogHuggy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 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
- 2025年 公益財団法人日本バスケットボール協会監事

事業系統図

自社EC・他社EC・オフライン・グループ企業を通じて犬猫の飼い主に新たな価値を提供

犬猫の飼い主・ペット関連企業

事業ポートフォリオ

ペットコマース事業			ペットメディア事業	その他
自社EC	×	他社EC等	SNS運用	その他 （犬の預かりマッチング） （動物病院）
DTC	×	NB	イベント運営	
都度購入	×	サブスク		

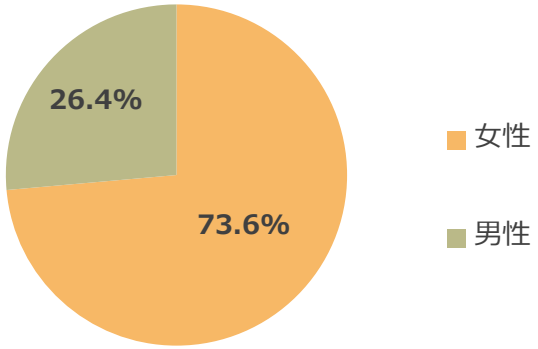
ペットゴーグループ

ペットゴー株式会社 ペットゴープロダクツ株式会社	株式会社FLAFFY	株式会社DogHuggy

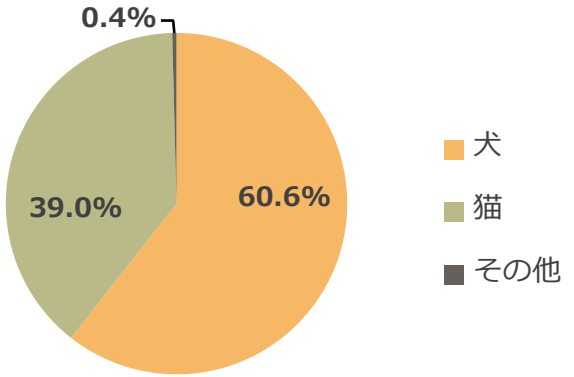
顧客属性

都市部に住む女性の飼い主を中心に、継続的なペット関連消費を行う顧客基盤を有する

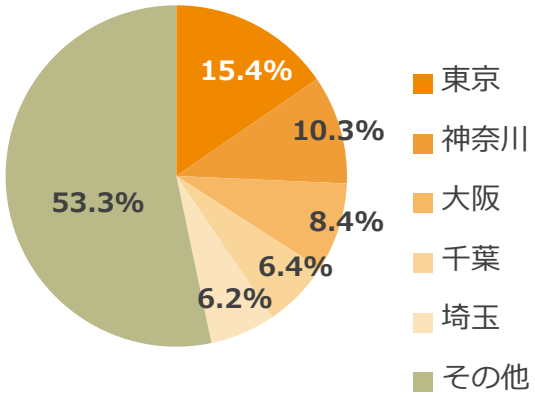
顧客の性別



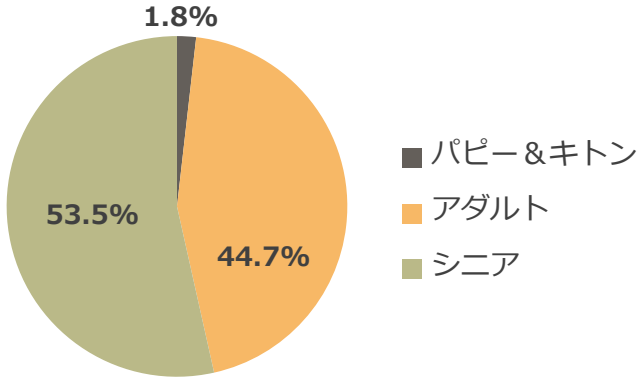
犬猫の比率



顧客の居住地



ライフステージ別犬猫比率

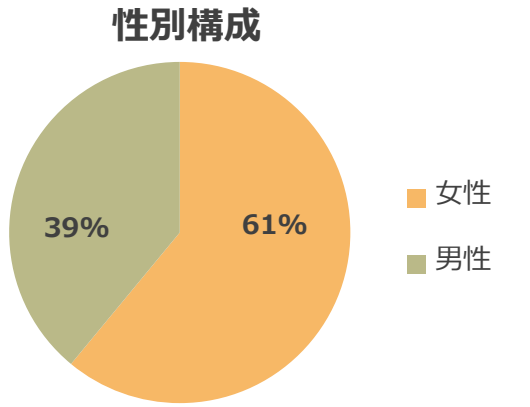


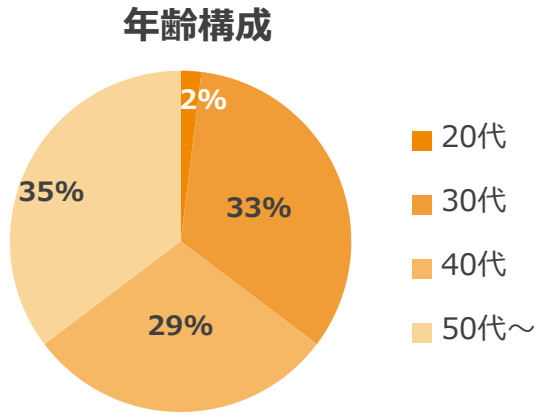
出所：当社会員データ（2026年3月時点）

組織風土

ビジョン実現を共通目標に、ビジネス成長とソーシャル価値の両立を目指す組織風土

従業員数 51名	女性比率 61%	管理職に占める女性の割合 50%
犬猫飼育率 39%	月平均残業時間 9.1時間	有給休暇取得率 83%
平均年齢 45歳	平均勤続年数 7.9年	10年以上勤続 31%





※2026年3月末時点のペットゴー単体の数字

サステナブル経営

動物福祉とESGを軸に、ハッピーペットライフ・ハッピーワールドの実現に取り組む

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
- 従業員の子供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
- DTC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



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

petgo