



事業計画及び成長可能性 に関する事項

犬猫生活株式会社

2026年4月23日

1. 企業理念と会社概要
2. 市場環境について
3. ビジネスモデルと競争優位性
 - ペット業界の現状と戦略
 - 当社の強み
4. 成長戦略





1. 企業理念と会社概要

2. 市場環境について

3. ビジネスモデルと競争優位性

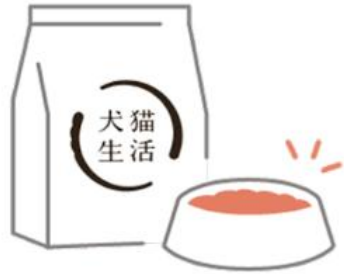
ペット業界の現状と戦略

当社の強み

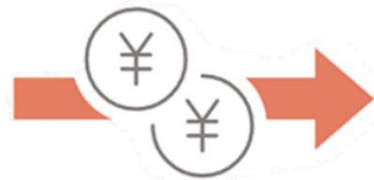
4. 成長戦略

すべての動物とその家族の幸せな生活のために

動物福祉活動への取り組みが顧客からの信頼へとつながり、強固な顧客ロイヤリティを醸成
不信感が強いペット業界で独自のポジションを確立し、圧倒的な支持を得て成長しています。



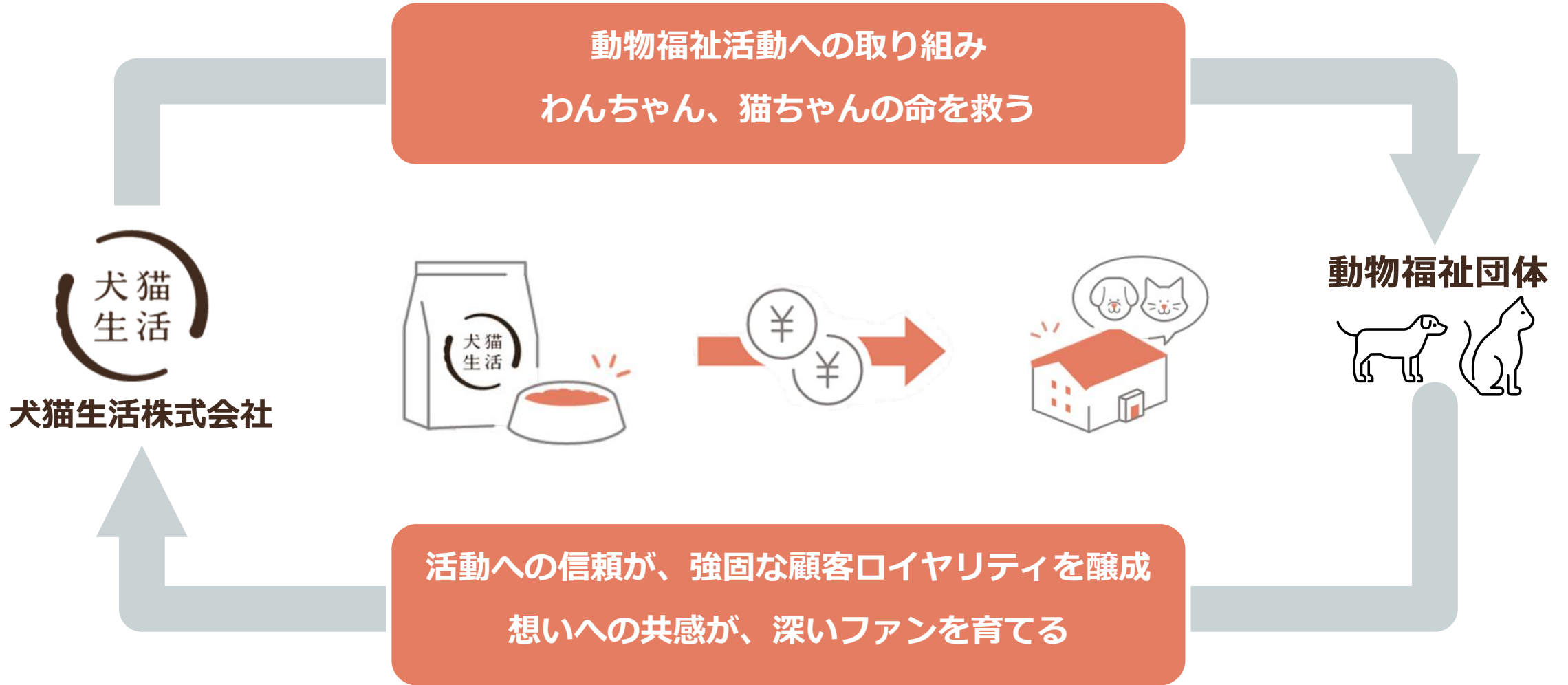
わが子のための
ペットケア商品やサービス



利益の一部を寄付



殺処分0/動物福祉向上を
目指す福祉団体



業績ハイライト

売上高

2,901 百万円 (2025.4期)

3,331 百万円 (2026.4期 3Q)

営業利益

92 百万円 (2025.4期)

412 百万円 (2026.4期 3Q)

営業利益率

3.2 % (2025.4期)

12.4 % (2026.4期 3Q)

売上高成長率

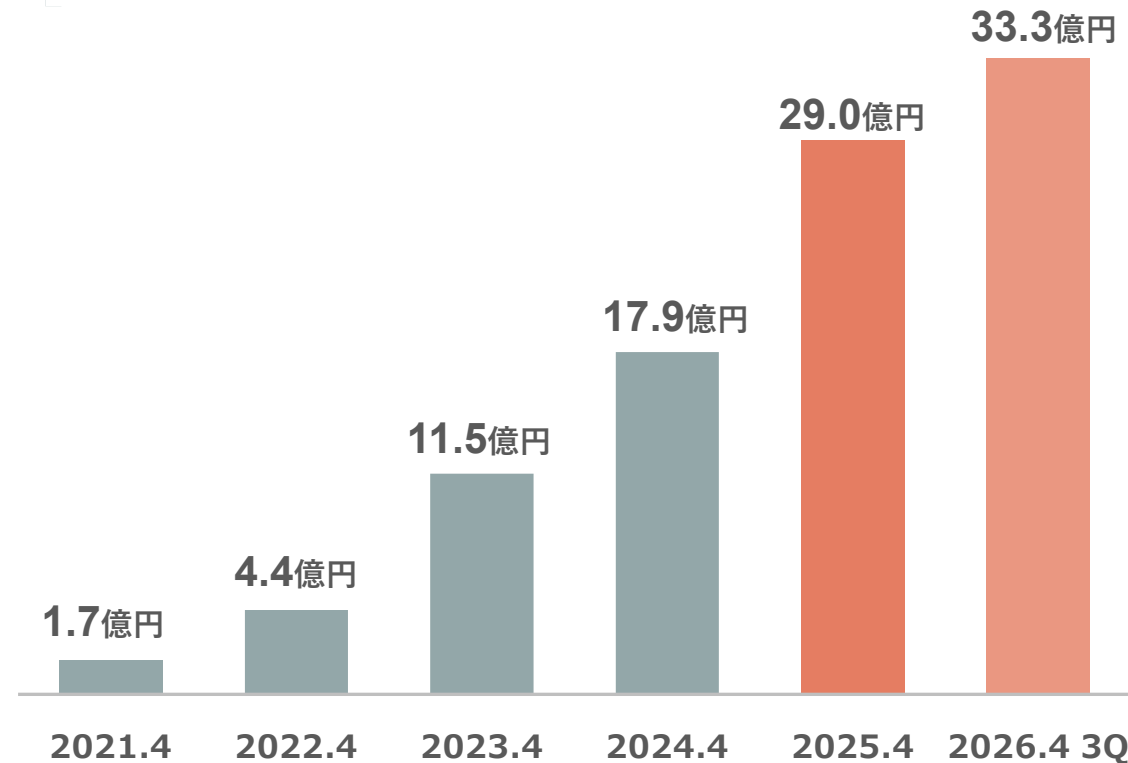
162.0 % (2025.4期)

定期会員数

5.6 万人 (2025.4期)

7.1 万人 (2026.4期 3Q)

売上高推移



費用構成

2026年4月期3Q実績



代表取締役

佐藤 淳



1985年7月 埼玉県生まれ
2013年8月 オイシックス・ラ・大地株式会社入社
2018年5月 当社設立 代表取締役社長 就任
2021年9月 一般財団法人 犬猫生活福祉財団
代表理事 就任

常勤監査役 内田 潤

1972年4月 双日株式会社入社
2001年6月 株式会社エヌジーシー代表取締役社長 就任
2016年9月 株式会社キタゾエアンドカンパニー
監査役 就任
2023年2月 当社 監査役 就任

取締役 近藤 誠人

マーケティング部長

2017年4月 株式会社VOYAGE GROUP入社
2020年3月 当社入社
2020年6月 当社 取締役兼マーケティング部長 就任

社外取締役 濱道 佐和子

2014年4月 ポストン・コンサルティング・グループ
合同会社 入社
2017年7月 Google Japan(グーグル合同会社)入社
2020年4月 株式会社スタートトゥデイ 入社
2021年9月 当社 取締役 就任

社外監査役 長谷川 雄史

公認会計士

2009年3月 有限責任監査法人トーマツ入所
2018年11月 ゼロス有限責任監査法人パートナー 就任
2024年4月 当社 監査役 就任
2025年8月 株式会社テング
社外取締役(監査等委員) 就任

取締役 岩見 真人

管理部長

2013年10月 株式会社コレックホールディングス入社
管理部長 就任
2021年3月 同社 執行役員兼管理部長 就任
2022年1月 当社 入社 管理部長 就任
2022年7月 当社 取締役兼管理部長 就任

社外取締役 西井 敏恭

2014年7月 オイシックス・ラ・大地株式会社入社
執行役員 CMT就任
2016年2月 株式会社シンクロ 代表取締役 就任
2022年7月 株式会社NTTドコモ
シニアマーケティングディレクター就任
2025年4月 当社 取締役 就任

社外監査役 宇田川 敦史

弁護士

2014年4月 SMBC日興証券株式会社入社
2019年2月 桜大橋法律事務所設立 代表 就任
2024年10月 当社 監査役 就任

沿革

2018年	5月	ペットフードの企画・開発・販売企業として、東京都豊島区にオネストフード株式会社（資本金5,000千円）を設立
2019年	2月	グレインフリーレシピのペットフード「レガリエ」の販売開始
2021年	1月	前澤ファンドからの出資が決定
	8月	会社名を 犬猫生活株式会社 に変更
	9月	主軸商材のリブランディング（「レガリエ」から「犬猫生活」）およびサプリ、ピューレ等の新商品の販売開始
2022年	10月	冷凍の総合栄養食「わんちゃん手作りごはん」の販売開始
2023年	12月	グローバル総合ペットケア企業として、新サービス「犬猫生活往診クリニック」を開設
2025年	5月	台湾にて「わんちゃん手作りごはん」を販売開始

前澤ファンドからの出資

前澤友作氏の「10人の起業家」企画に採択され、前澤ファンドより出資が決定。

高品質フードの販売利益を殺処分問題解決の原資とする「事業成長と社会貢献の両立」を目指す独自のモデルとビジョンが評価されました。

事業内容

生活販売

自社EC、他社EC、卸の3つのチャネルで販売

自社EC

定期的に購入し配送されるサブスクリプションモデル

他社EC

Amazon、楽天市場等の大手ECモールにおける販売

卸販売

卸業者経由、または直接ペットサロン等のリアルな店舗で販売



生活サービス

動物病院、トリミングサロンの運営

予防医療専門の往診クリニック、島根県の益田ペットクリニック、都内で2店舗展開のInu to Townを運営



エンターテイメント

イベント運営・ブース出展

ペット事業者のブース出展と保護犬猫の譲渡会を合わせたイベント等を定期的に関催



売上高（比率） ※2025年4月期

自社EC

2,637百万円 (90.9%)

他社EC

202百万円 (7.0%)

卸販売

9百万円 (0.3%)

生活サービス

49百万円 (1.7%)

エンターテイメント

0百万円 (0.0%)

オリジナルペットフードの企画・販売

自社EC

当社ホームページを経由した自社ECにおいて商品を販売

自社ECにおける注文の約90%（2025年4月期）が定期的に購入し
配送されるサブスクリプションモデル（定期購入）

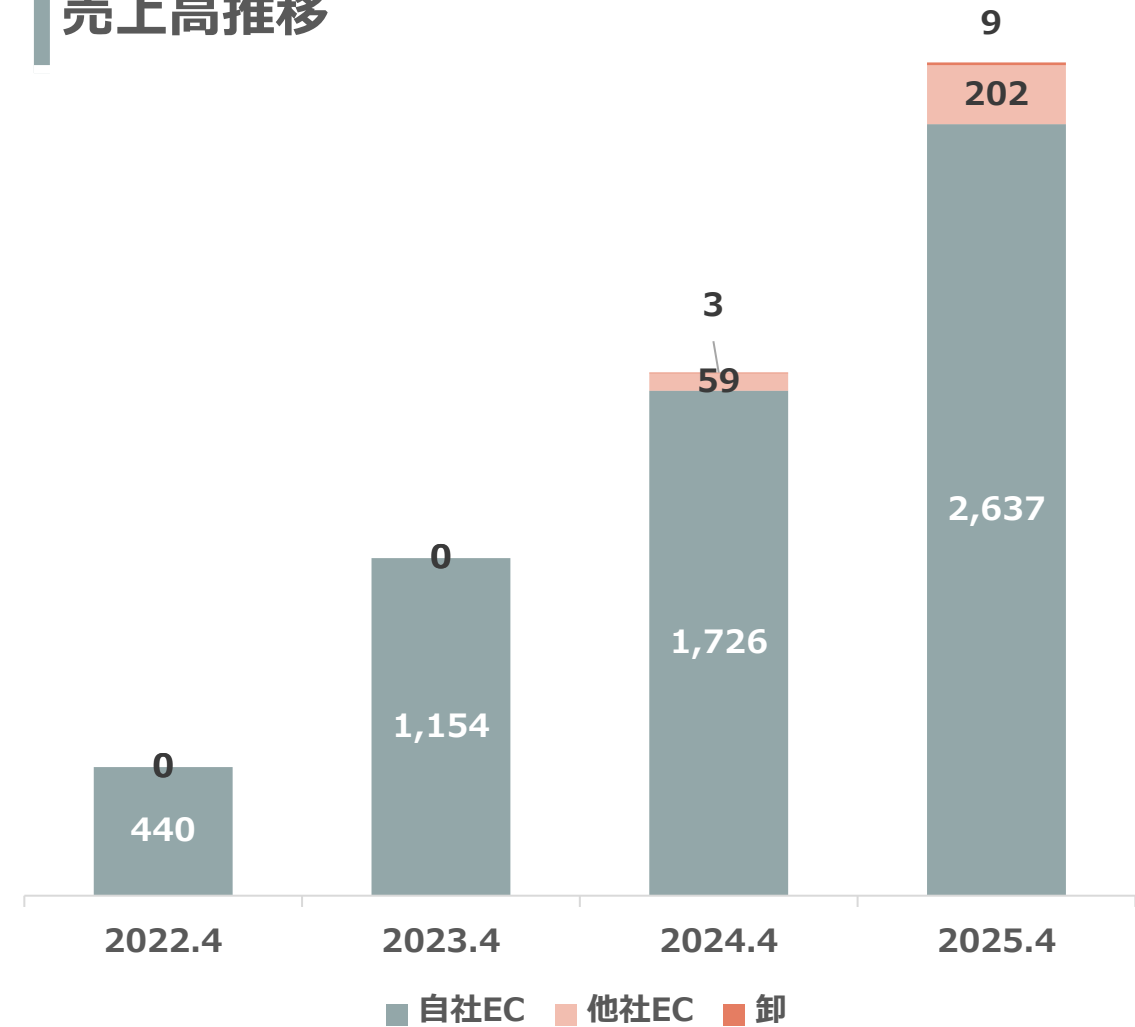
他社EC

Amazon、楽天市場及びYahoo!ショッピングなど大手ECモールに
おける販売

卸

卸業者を経由してホームセンターや小売店、または直接ペットサロン
等のリアルな店舗で当社商品を販売

売上高推移



動物病院・トリミングサロンの運営

往診クリニック

通院が難しい犬猫向けの予防医療専門の往診動物病院。獣医師が伺い、健康診断やワクチン接種などの予防医療を実施。



益田ペットクリニック

1988年に島根県益田市に開業。動物病院が不足するエリアで、地域にとって不可欠な動物病院。



Inu to Town

トリミングサロン「Inu to Town」を都内で2店舗（銀座、日本橋）運営。



イベント運営、ブース出展

ペット事業者のブース出展と保護犬猫の譲渡会を合わせたイベント等を定期的で開催

Dog life marche & Senior dog adaption event

犬猫生活
SAVE ALL
CATS & DOGS

介護クッション試乗会

Dog Life マルシェ & シニア保護犬譲渡会
in 渋谷 原宿

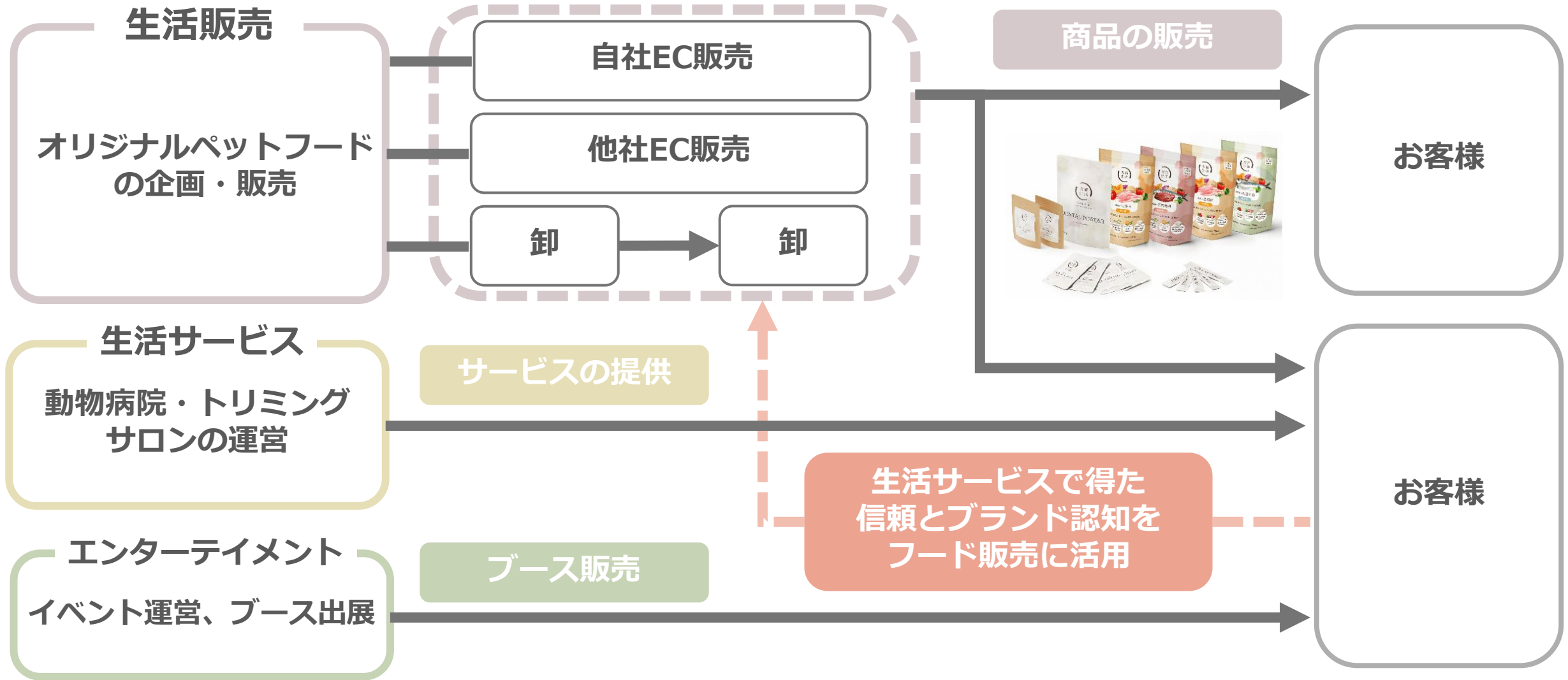
Produced by 犬猫生活

2025 **9.15** 敬老の日
15:00-20:00

ルシエルブラン表参道 入場無料
東京都渋谷区神宮前 5-17-22 雨天決行

チャペルで行うシニア犬限定譲渡会

事業展開図



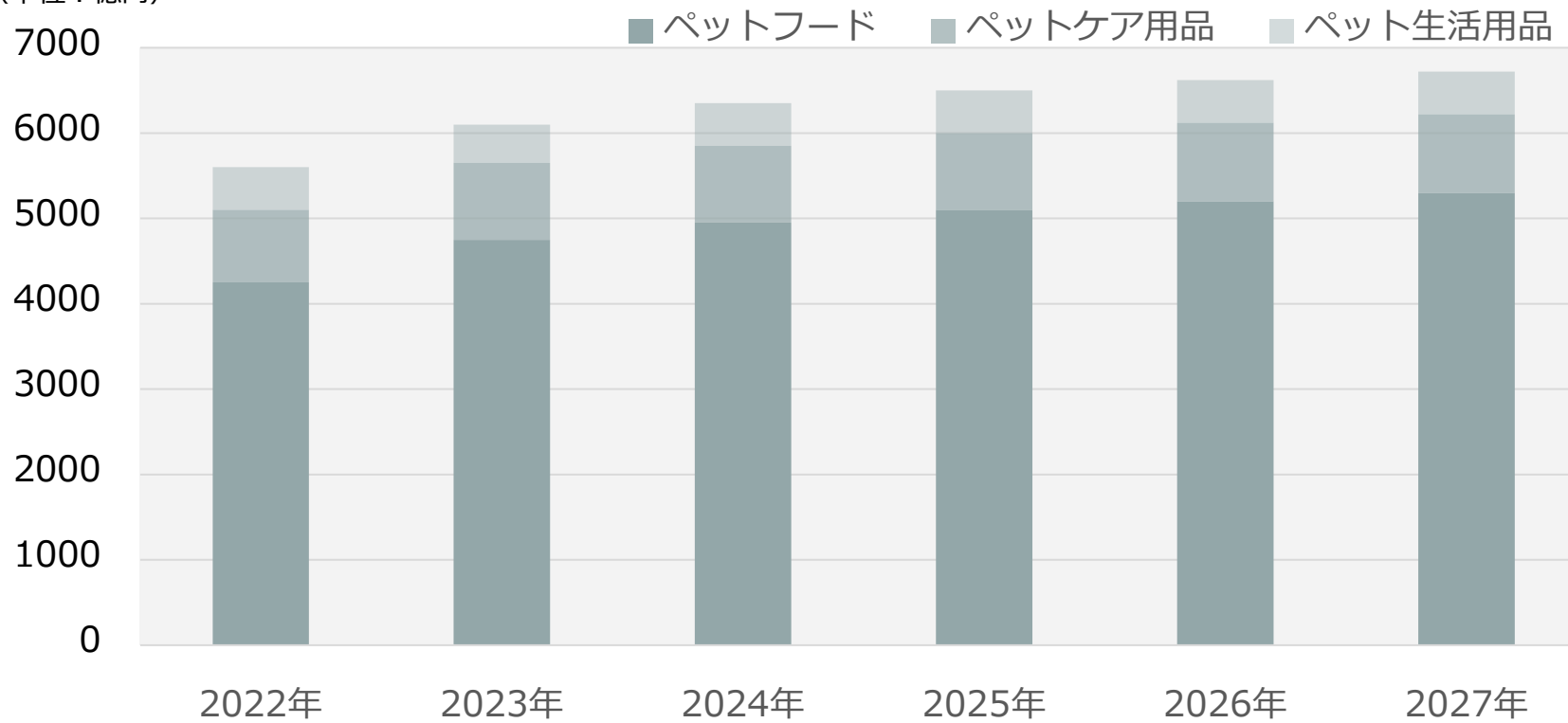


1. 企業理念と会社概要
2. 市場環境について
3. ビジネスモデルと競争優位性
 - ペット業界の現状と戦略
 - 当社の強み
4. 成長戦略

ペットフードの2024年の国内市場は**4,931億円**（前年度比 4.5%増）

ペットフード・ペットケア/生活用品の国内市場

(単位：億円)



2025年は見込、2026年以降は予測

出典：富士経済「2025年 ペット関連市場マーケティング総覧」

ペットフード市場と飼育頭数の推移

国内ペットフードの市場規模は、景気動向に左右されず毎年増加傾向

犬の飼育頭数が減少を続ける中でも、フードの高単価化が進むことで市場が成長している

単位：億円

9,000

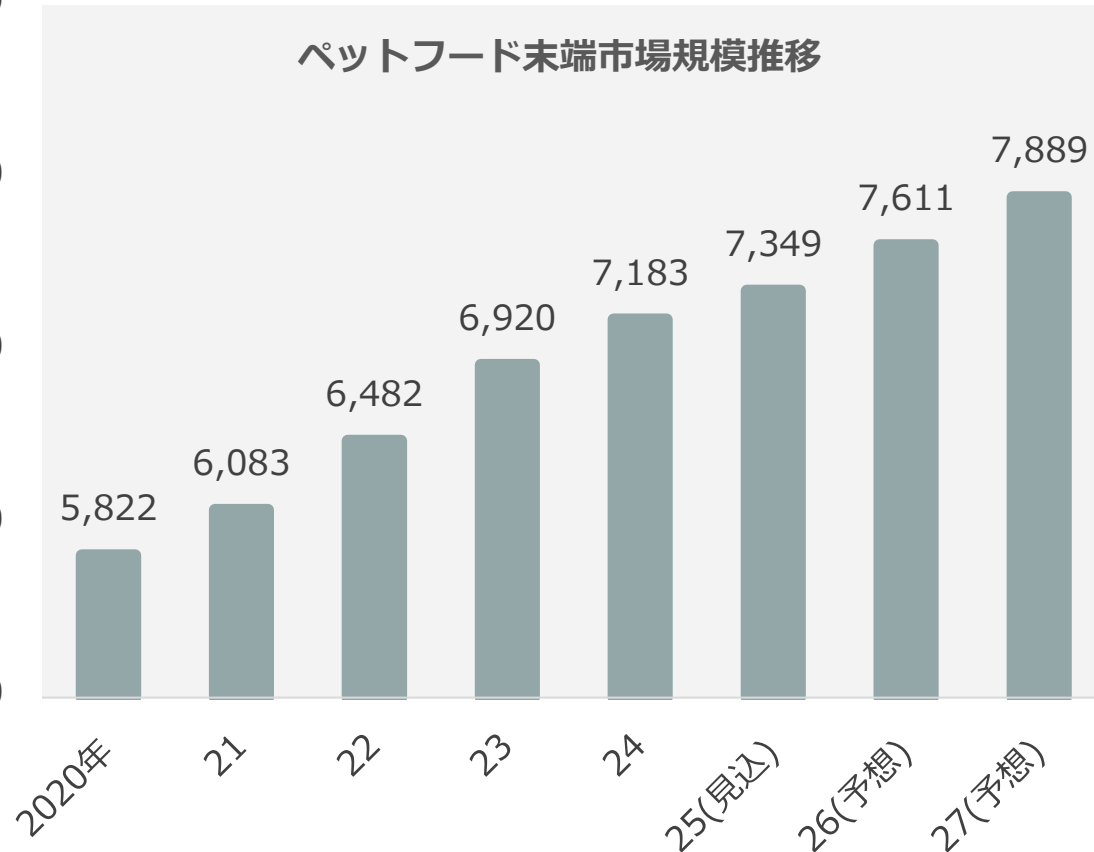
8,000

7,000

6,000

5,000

ペットフード末端市場規模推移



出典：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」

単位：千頭

10,000

9,000

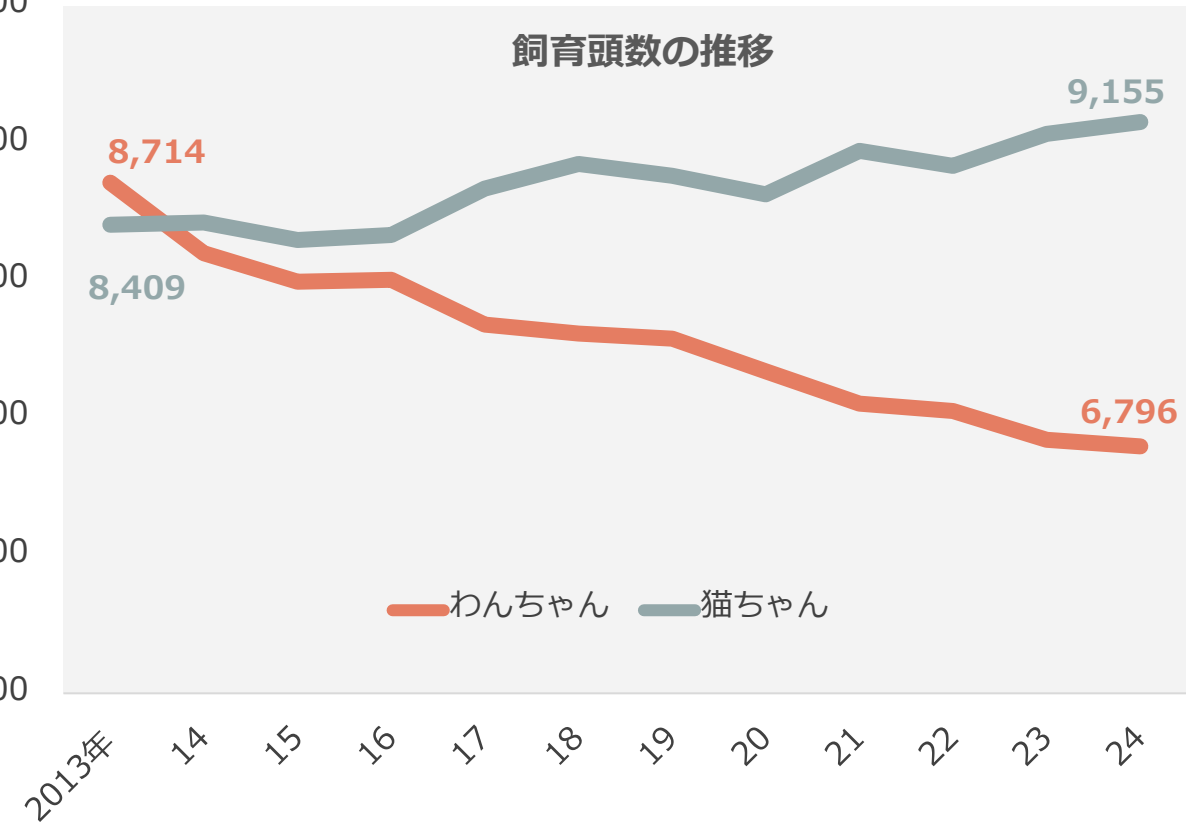
8,000

7,000

6,000

5,000

飼育頭数の推移



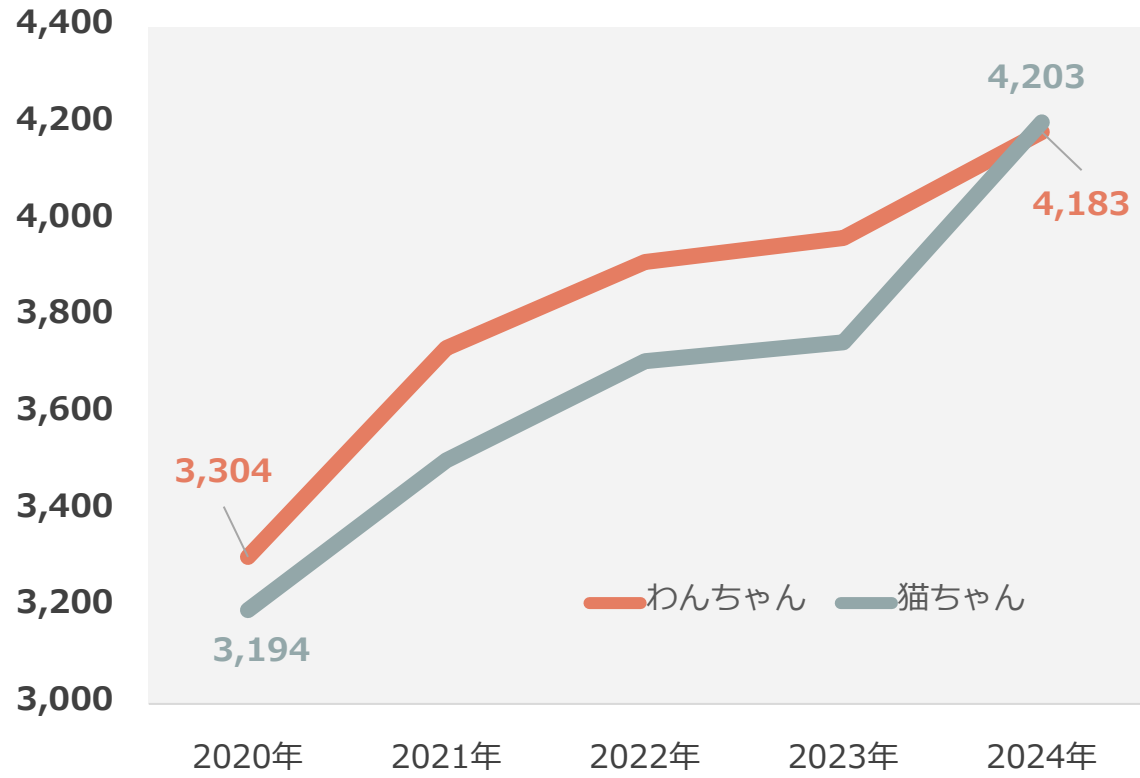
出典：一般社団法人ペットフード協会「全国犬猫飼育実態調査(2024年)」

支出額の推移

主食用フード含め、1ヶ月あたり支出総額は、わんちゃん、猫ちゃんともに大幅に増加

わんちゃん、猫ちゃんの主食用フードの
1ヶ月あたり支出総額

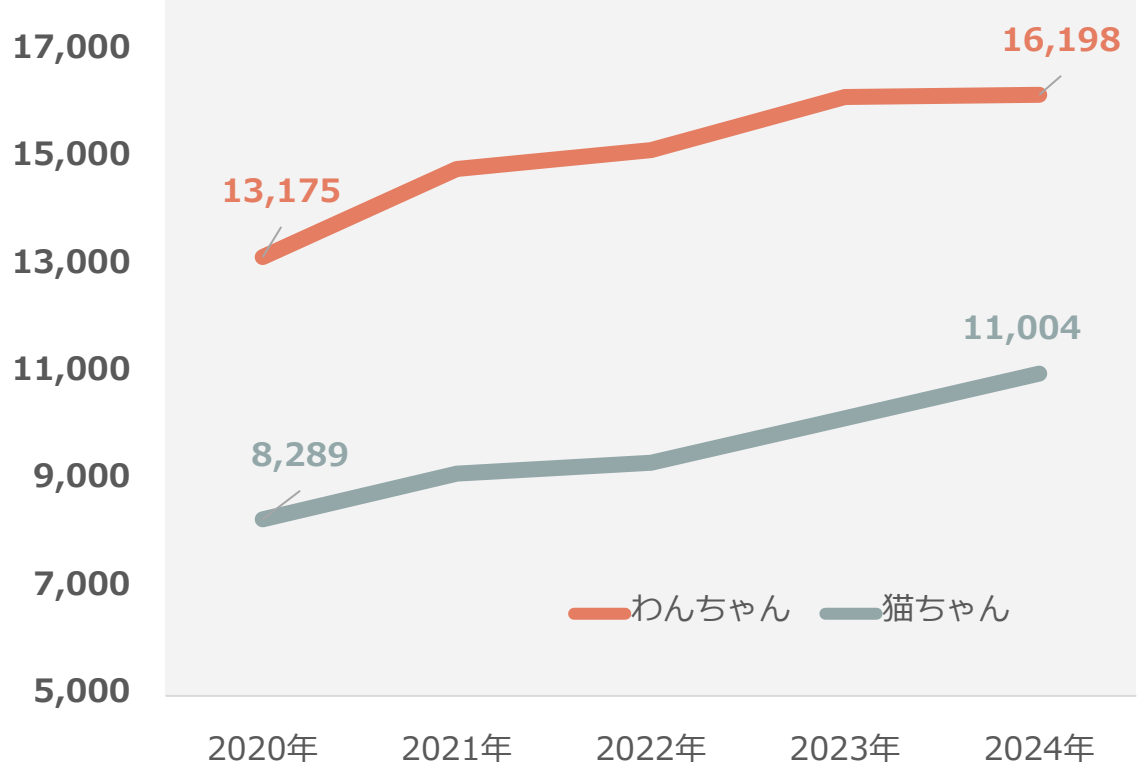
単位：円



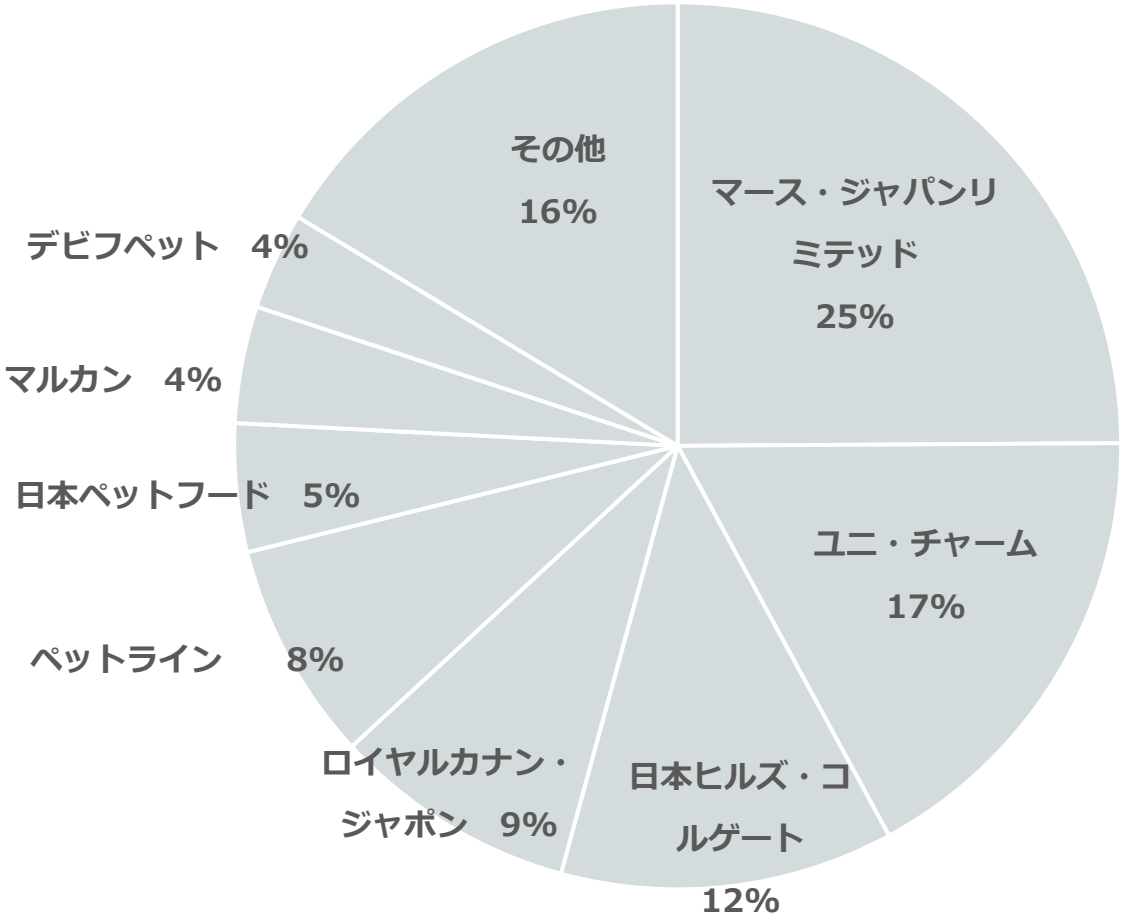
出典：出典:一般財団法人ペットフード協会 「全国犬猫飼育実態調査(2024年)」

わんちゃん、猫ちゃん
1ヶ月あたり支出総額

単位：円



出典：出典:一般財団法人ペットフード協会 「全国犬猫飼育実態調査(2024年)」



出典：株式会社富士経済「2022年 ペット関連市場マーケティング総覧」

大手4社で60%のシェア

ペットフードはホームセンター等の大型店に販売チャンネルが集中しており、その流通網を持つ古参企業が長らくシェアを維持している状況



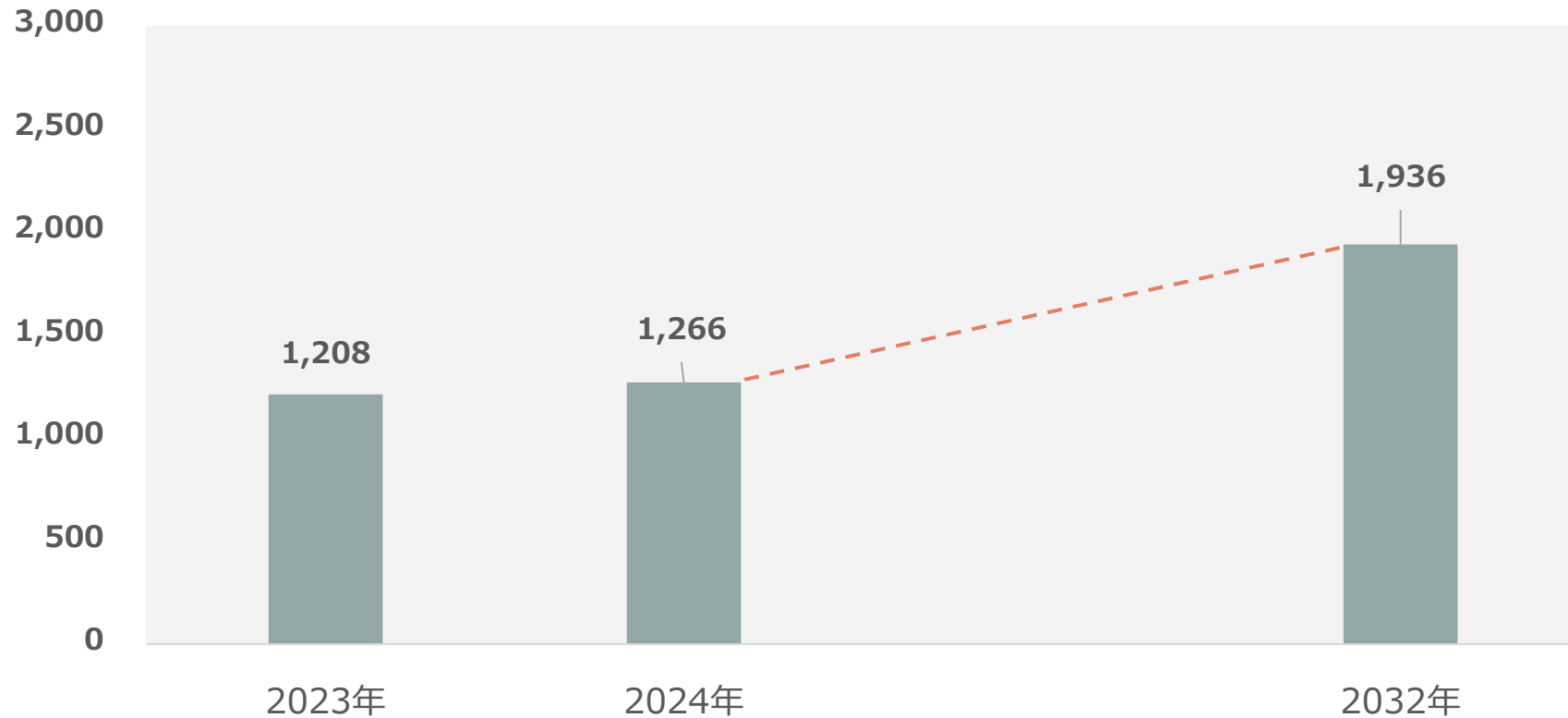
まずは10%のシェア(約500億円)を取ることを目指す

国内トップのユニ・チャーム社は2023.12期でのペットケア事業での業績が売上高1,394億円、営業利益230億円(営利率16.5%)であり、中長期でのベンチマークとしている

世界のペットフード市場規模予測

2024年 1,266億米ドル → 2032年 1,936億米ドル
20兆円近い巨大市場であり、力強く伸びる成長分野^(※)

単位：億米ドル



出典：fortune business insights「動物栄養／ペットフード市場」
※1米ドル150円で試算



1. 企業理念と会社概要
2. 市場環境について
3. **ビジネスモデルと競争優位性**
 - ペット業界の現状と戦略
 - 当社の強み
4. 成長戦略

ペットフード業界の現状

現在のペットフード業界は“棚”を取るだけで売上げを確保しており、ブランド認知は進んでいない。
顧客は“しっかりしたもの”を選びたいが、どう選んだらよいか分からない層が多い。
ペットフード会社に対しての不信感が強い。

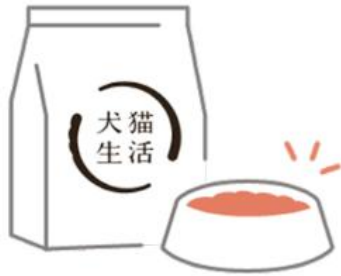
当社の戦略

不信感に対して動物福祉による誠実さで顧客の信頼を得る。
動物病院、トリミングサロンなど、複合的なアプローチでブランド認知の拡大と
専門性による信頼を得る。

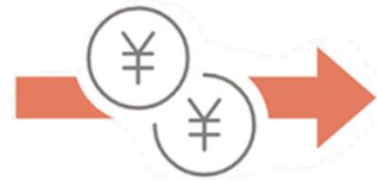
動物福祉への取り組みにより **好感度NO.1ブランド** を目指す

2021年9月に動物福祉向上を目指す **犬猫生活福祉財団** を設立いたしました。

わんちゃん、猫ちゃんを大切にする会社の象徴としてお客様に認知されています。



わが子のための
ペットケア商品やサービス



利益の一部を寄付



殺処分0/動物福祉向上を
目指す福祉団体

利益を原資とした支援（寄付）は、犬猫生活福祉財団だけでなく、
様々な団体に対して行う方針としています。

社会貢献を通じた独自のブランド価値創造

動物福祉という明確な社会的ミッションを持つことで、単なる商品の提供に留まらない価値ある**ブランドイメージ**を確立し、顧客からの**ブランドに対する信頼/好感度**を高めます。

また、商品の購入が間接的に社会貢献につながることから、顧客も動物福祉活動に参加することで、当社の**ブランドに愛着と誇り**を感じ、長期的な関係へとつながっています。



経常利益を原資として動物福祉活動を支援

金銭面での寄付は前期の経常利益の20%又は1億円を上限として支援しています。

お客様アンケートでは、当社商品の**購買動機**として

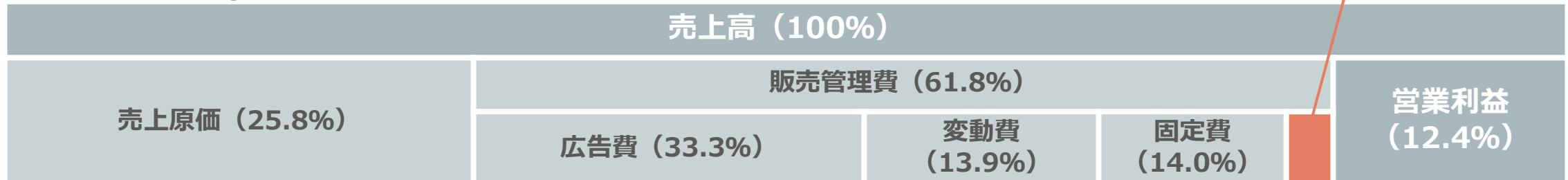
約33%のお客様が「**保護犬猫活動につながる**こと」と回答いただいております。

動物福祉活動への取組みは、お客様から高い支持を得ています。

また、お客様への購買行動への影響以外にも、

採用面、従業員のエンゲージメント向上、M&Aでの優位性にもつながっています。


2026年4月期3Q実績



お客様の声

会社自体を応援してくれる、熱烈なファンが多いのが特徴

犬猫生活(株)の業内容、取組みに
とても感謝しています!!
いつでも協力したい! 不幸なワンコを救いたい
です!!
犬猫生活(株)の味方です。毎日毎日
犬猫生活(株)を応援しています!
うちのワンコたちはいつも元気な様子を見ながら
定期便を継続させていただきます。
今後共にお願ひします。

 うちのワンコ
の幸せ
犬猫生活(株)
キオキ

ワンちゃん・猫ちゃんのお名前
16才 14才 10才 6才 6才
まき・たま・みい子・くま子 ちゃん

飼い主さまのお名前(ペンネーム可) パートナー(○をつけてください)
キオキ わんちゃん 猫ちゃん

犬種・猫種 飼い主さまの年齢
日本猫 6才 上記 オ

安心・安全なフードもですが、「殺処分
ゼロ」の取組み。活動が素晴らしいと
思います。応援しています!!




とても
おいしい
ニヤ

ワンちゃん・猫ちゃんのお名前
ビグル・メイプル ちゃん

飼い主さまのお名前(ペンネーム可) パートナー(○をつけてください)
まき子 わんちゃん 猫ちゃん

犬種・猫種 飼い主さまの年齢
ビグル・メイプル 5才半 5才 オ

おもしろい!!



犬猫生活
SAVE ALL
CAT & DOGS

大好き!!

お名前(ペンネーム可)
kalekia

ワンちゃん・猫ちゃんのお名前
ティリー ちゃん

犬種・猫種 飼い主さまの年齢
ビグル 5才半 5才 オ

従業員のエンゲージメント向上への効果

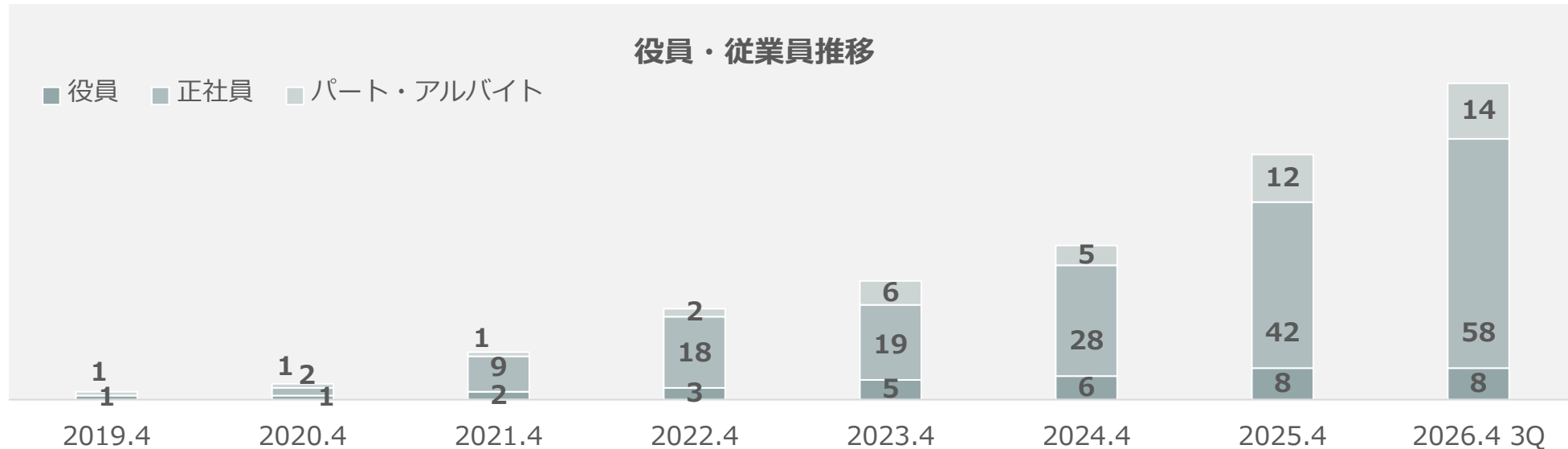
創業時からの正社員の退職は累計4名のみ

(2025年4月期末時点)

2025年4月期の募集・採用費は2百万円

お客様だけでなく、社員も理念に共感し集まっている
採用費もほぼかけず、特別な採用活動をしていないにも関わらず、
優秀な人材の採用が出来ており、退職率も極めて低水準を保っている

単位：人



わが子のために出来る限り良いものを与えたいと思う方が急増
一方でペットフード業界への不信感は根強く、本当に信頼できるメーカーを探している

動物福祉を軸とした
誠実さによる信頼性

- ✓ 利益の20%を財団へ寄付
- ✓ 利益優先ではない姿勢

生活サービス事業を軸とした
専門性による信頼性

- ✓ 動物病院の運営
- ✓ トリミングサロンの運営

顧客からの強い信頼を獲得し、
ペット業界における好感度NO.1ブランドを目指す



1. 企業理念と会社概要

2. 市場環境について

3. ビジネスモデルと競争優位性

ペット業界の現状と戦略

当社の強み

4. 成長戦略

商品の特徴



無添加

合成保存料、合成香料、合成着色料を一切不使用。

毎日食べるごはんだから人の都合による余計なものは加えません。

国内製造

安全性や製造の技術力の高い、国内工場でのみ生産。

輸入にかかるコストや鮮度の低下も抑えることができます。

ヒューマングレード素材

主要な原材料は、人向けに流通するおいしく安全性の高い食材を利用。

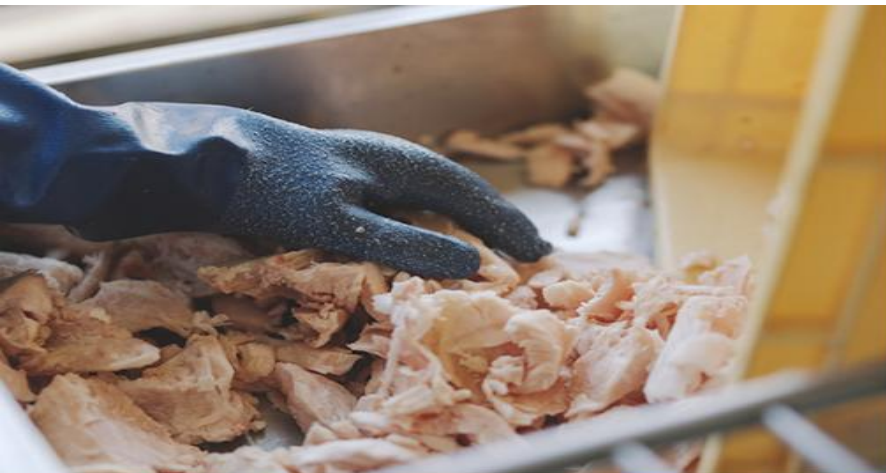
素材の力で、添加物を使用せずともおいしいごはんを作ります。

ドライフードの展開

無添加およびグレインフリー（穀物不使用）に対応した**高品質なドライフードを展開**

保存性や給餌の利便性に優れるドライフードを中心に、

顧客のライフスタイルに合わせた**多様な製品選択肢**を提供している点が当社の強み



展開商品

犬猫用のフード、サプリ、おやつ等を展開。わんちゃんと猫ちゃんの売上比率は約半々。
飼育頭数が増加する猫ちゃん用の市場でもしっかりとシェアを伸ばしているのが当社の強み

	わんちゃん用商品	猫ちゃん用商品
総合栄養食	ドライフード 手作りごはん	ドライフード
サプリ	デンタルふりかけ デンタルピューレ 腎ケアサプリ等	デンタルふりかけ デンタルピューレ 腎ケアサプリ等
おやつ等	はなまるおやつ	おやつピューレ はなまるおやつ



会社軸でのブランディングのため、商品名=カテゴリ名というシンプルな設計

※2026年1月時点

キャットフード (オールステージ)

金沢港のお魚を贅沢に使用した、獣医師共同開発の国産無添加フード

定期価格
4,980円
単品価格
6,480円



デンタルふりかけ (ねこちゃん用)

人向け歯磨き市場でも注目のマスティック樹脂を使用したケアサブリ

定期価格
4,280円
単品価格
5,380円



おやつピューレ (ねこちゃん用)

鶏肉×真鯛の贅沢MIX
おいしさとやさしさ香る
国産無添加ピューレ

定期価格
2,580円
単品価格
3,280円

ドッグフード (オールステージ)

4種の生肉を贅沢に使用した、獣医師共同開発の国産無添加フード

定期価格
4,980円
単品価格
6,480円



手作りごはん (わんちゃん用)

犬の料理研究家と獣医師と共同開発した国産無添加の手作りごはん

定期価格
5,980円
単品価格
7,480円



デンタルふりかけ (わんちゃん用)

人向け歯磨き市場でも注目のマスティック樹脂を使用したケアサブリ

定期価格
4,280円
単品価格
5,380円

定期会員数

71,290人

2026年1月末時点

SNS総フォロワー数

531,000人

2025年12月時点

53万超のファン基盤を基に、
会員転換による拡大余地は現状の**7倍超**



378,653人

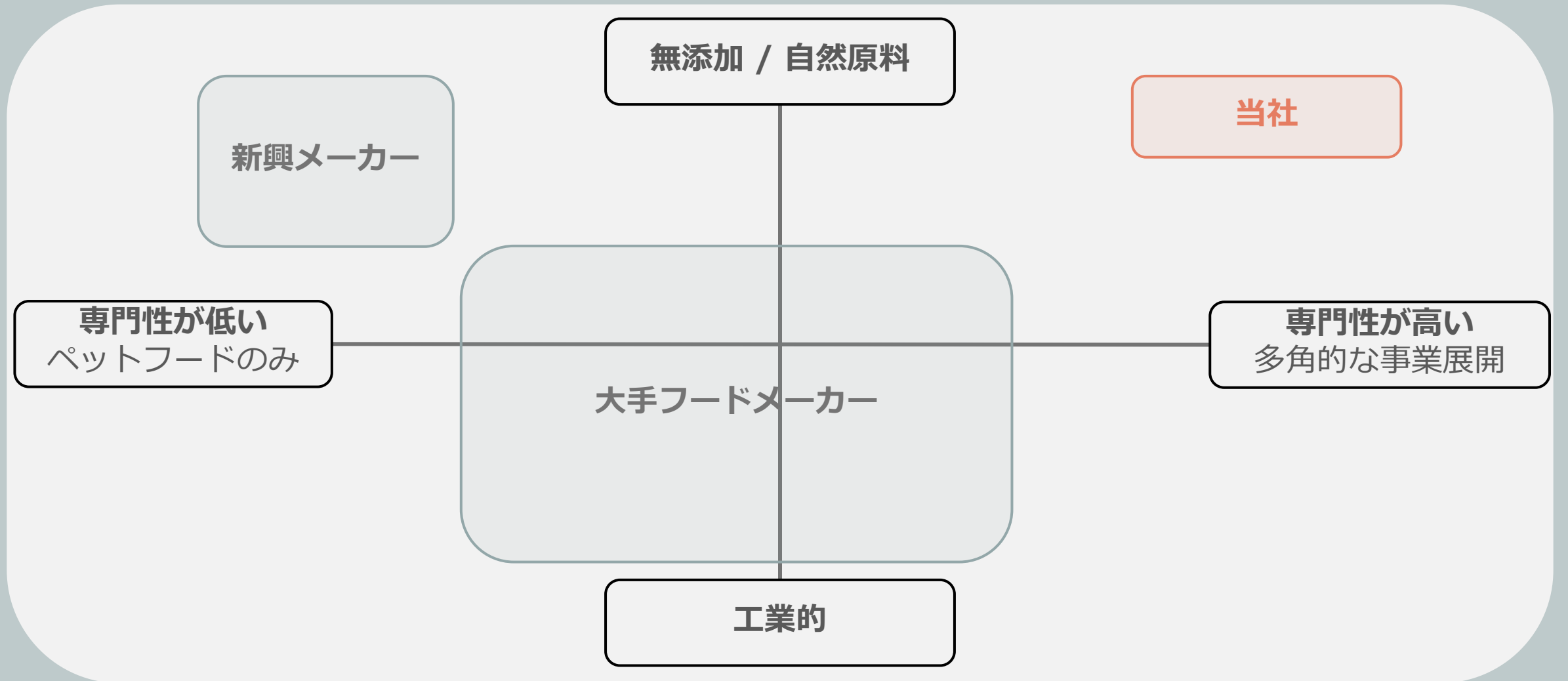


90,560人



61,787人

ポジショニングマップ



売上高

2,901 百万円 (2025.4期)

3,331 百万円 (2026.4期 3Q)

営業利益

92 百万円 (2025.4期)

412 百万円 (2026.4期 3Q)

経常利益

89 百万円 (2025.4期)

413 百万円 (2026.4期 3Q)

当期（四半期）純利益

207 百万円 (2025.4期)

340 百万円 (2026.4期 3Q)

売上高推移

3,500

3,000

2,500

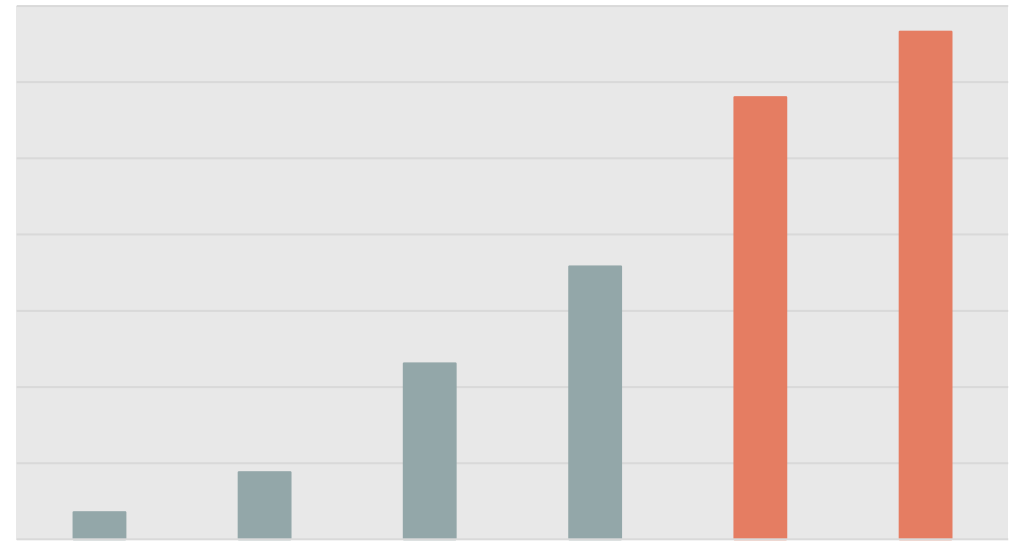
2,000

1,500

1,000

500

0



単位：百万円

2021.4 2022.4 2023.4 2024.4 2025.4 2026.4 3Q

営業利益推移

500

400

300

200

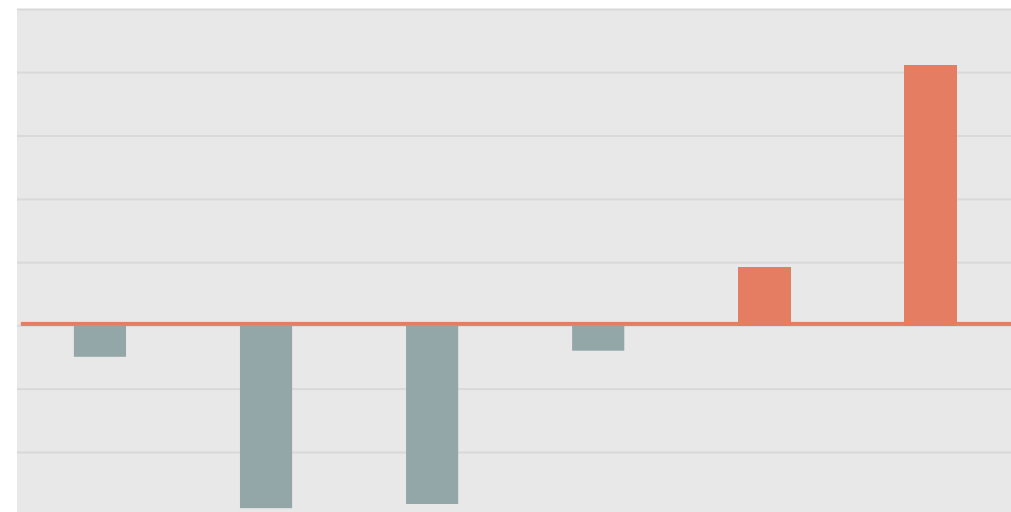
100

0

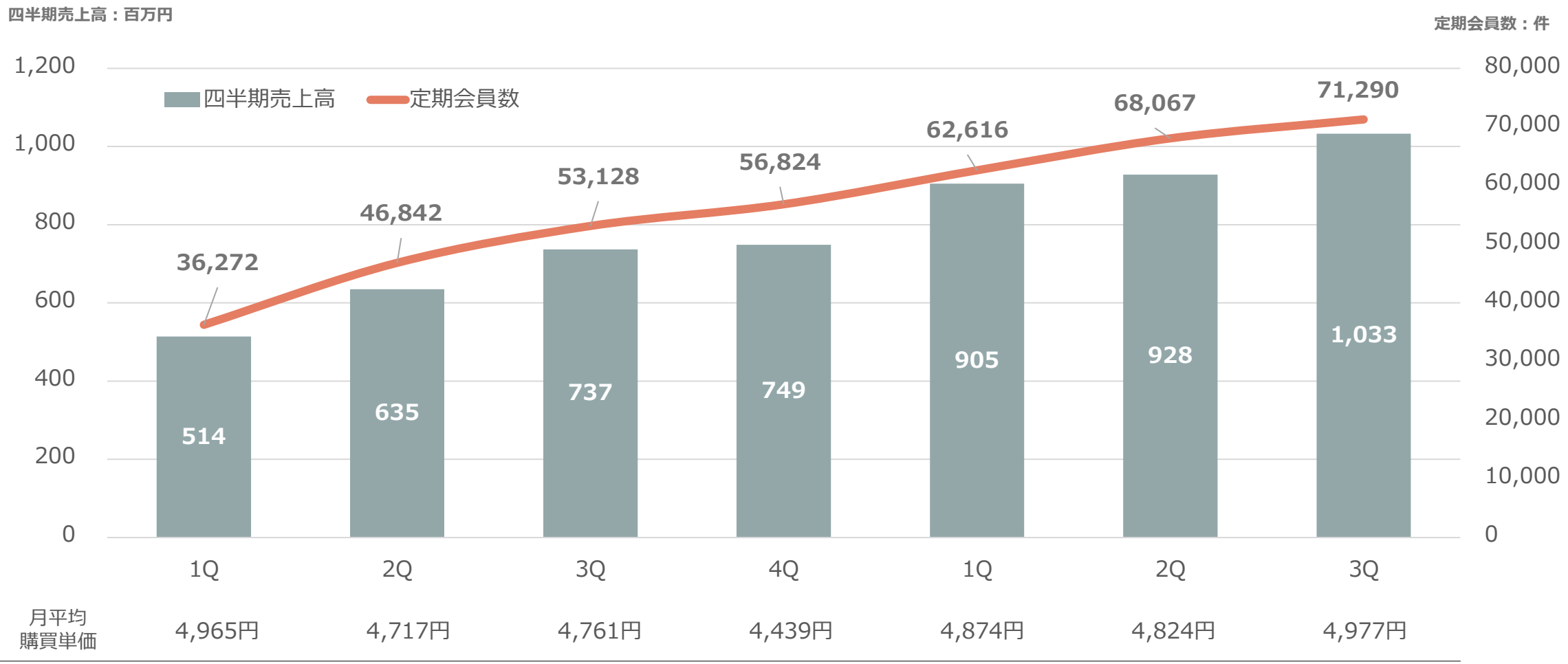
△ 100

△ 200

△ 300



定期会員数・自社EC売上の四半期推移



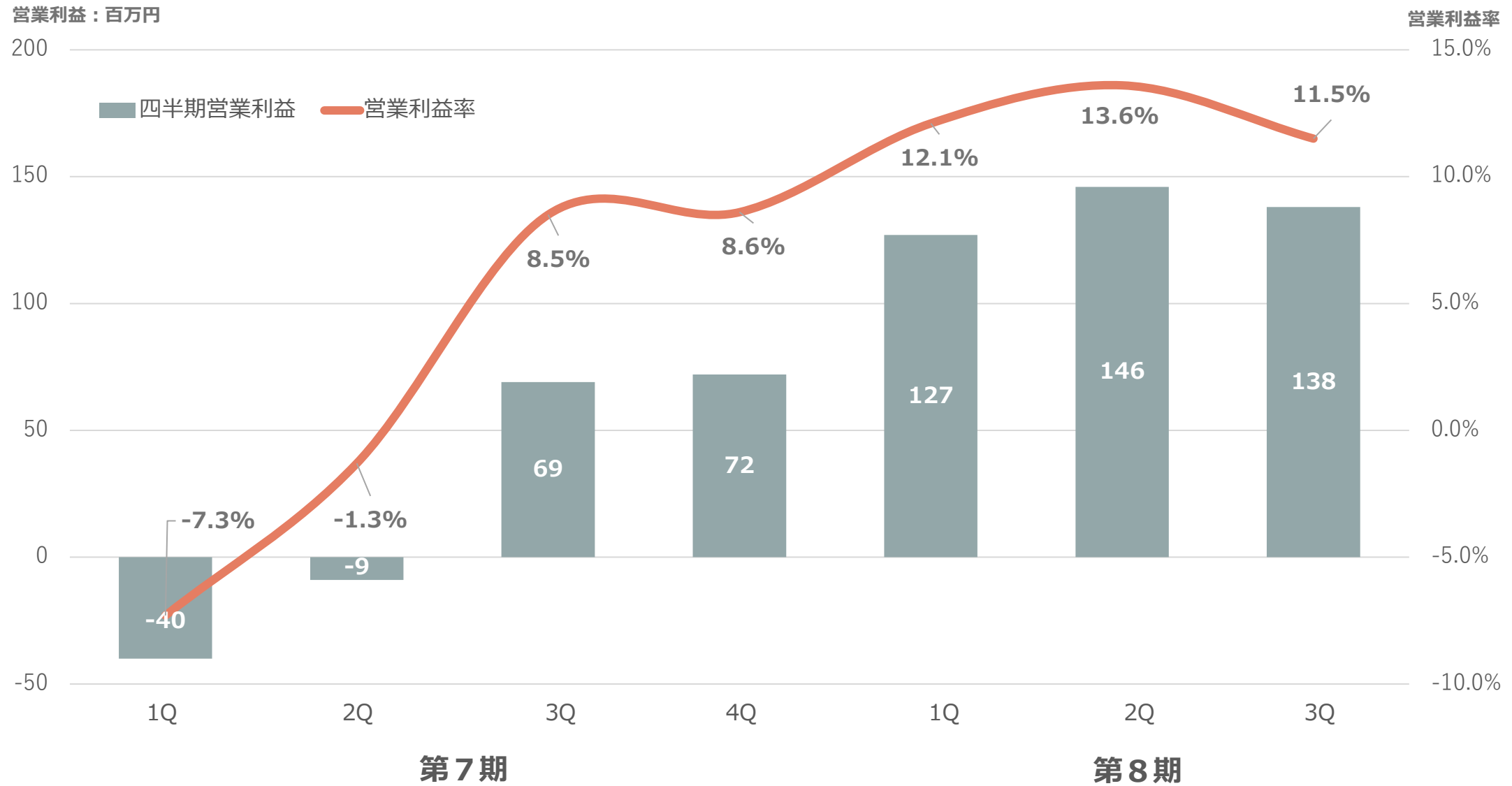
第7期

第8期

※ 定期会員数及び月平均購買単価をKPIとして継続開示いたします。

営業利益・営業利益率の四半期推移

圧倒的なブランド力により高い価格決定力を持ち、高収益性を実現

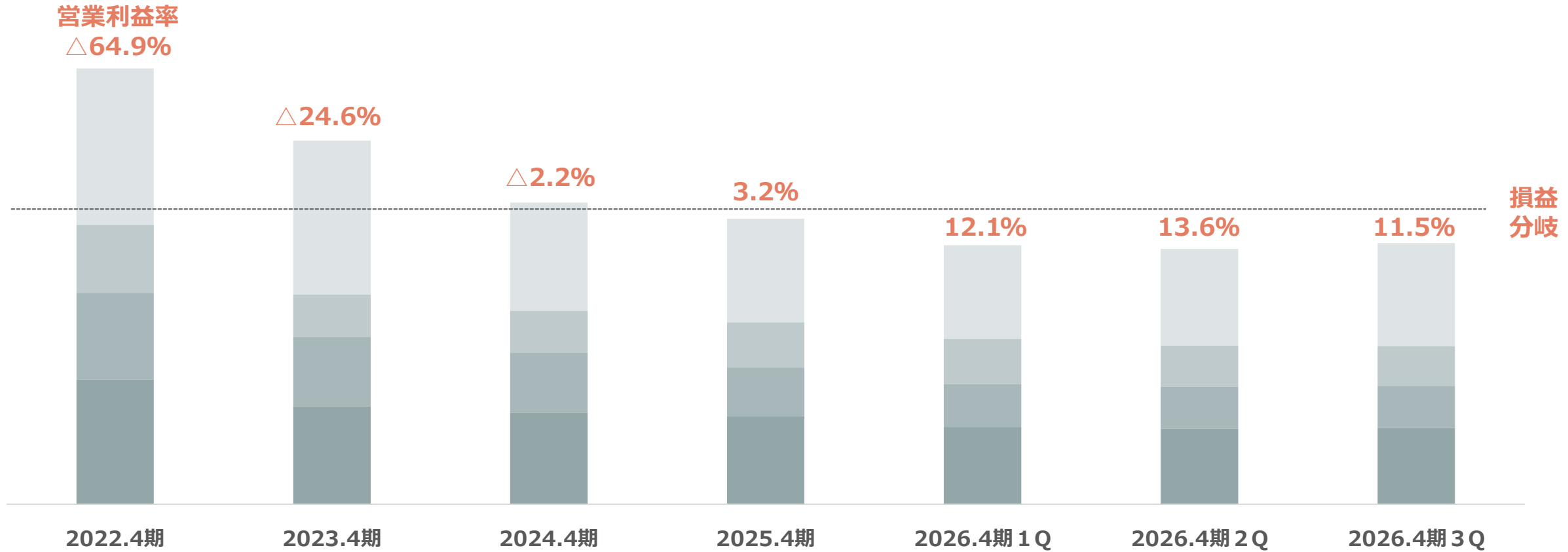


営業利益率目標

コスト内訳 (対売上高比率)

■ 売上原価 ■ 変動費 ■ 固定費 ■ 広告費

目標営業利益率 15%



※ 前期利益を原資とした20%の寄付を2026.4期1Qに実施しております。



1. 企業理念と会社概要
2. 市場環境について
3. ビジネスモデルと競争優位性

ペット業界の現状と戦略

当社の強み

4. 成長戦略

定期購入者数増加→国内マーケットシェアの拡大

広告宣伝費の積極的な投下と3つの戦略により、
既存商品を中心に定期購入者数を増やし
国内市場のシェアを拡大

リアルでの認知拡大
自社ECへの流入

信頼による
ブランド価値の向上
定期購入者増加

戦略3：「顧客接点の最大化」卸店舗（リテールチャネル）の拡充
従来のweb中心の広告戦略と並行し、リアルな売場での販売を増やし、
ユーザーが、より手に取りやすい環境を作り認知の場を広げる

戦略2：「ペット領域の専門家としての信頼性を獲得」M&Aの積極推進
医療やサロンといった専門サービス分野へ領域を広げることで、顧客からペット領域の
専門家としての信頼を得る

戦略1：「誠実さによる信頼の獲得」動物福祉活動の実践を通じたブランド価値の向上
日本一の社会貢献企業を目指し犬猫の殺処分ゼロを達成させ、本当にわんちゃん、猫ちゃんのことを
第一に考えている企業として、顧客から誠実さによる信頼を獲得

戦略 1

「誠実さによる信頼の獲得」 動物福祉活動の実践を通じたブランド価値の向上

日本一の社会貢献企業を目指し犬猫の殺処分ゼロを達成させ、本当にわんちゃん、猫ちゃんのことを第一に考えている企業として、顧客から**誠実さによる信頼**を獲得

取り組み

利益の最大20%寄付

犬猫生活福祉財団に利益を寄付し、
日本一の社会貢献企業を実現

※ 2026年4月期 中間期の前期損益額を基礎とした寄付金額 17,920千円

譲渡会、イベントの実施

犬猫生活福祉財団と協力して、ペット事業者のブース
出展と保護犬猫の譲渡会を併せたイベント等を開催

誠実さによるブランド価値の向上
定期購入者増加

戦略2

「ペット領域の専門家としての信頼性を獲得」 M & Aの積極推進

医療やサロンといった専門サービス分野へ領域を広げることで、顧客からペット領域の専門家としての信頼を得る

取り組み

動物病院のM&A

専門性を持つ動物病院を戦略的に買収し、
地域展開を加速

専門人材の獲得と育成

M&Aを通じて専門人材とノウハウを取得し、
同時に育成を行うことで事業基盤を強化

信頼によるブランド価値の向上
定期購入者増加

2024年6月に1件（トリミングサロン）
2025年5月に1件（動物病院）のM&Aを実施
今後も対象地域を全国とし、積極的にM&Aを実施

M&A実績

2025.4期

1件

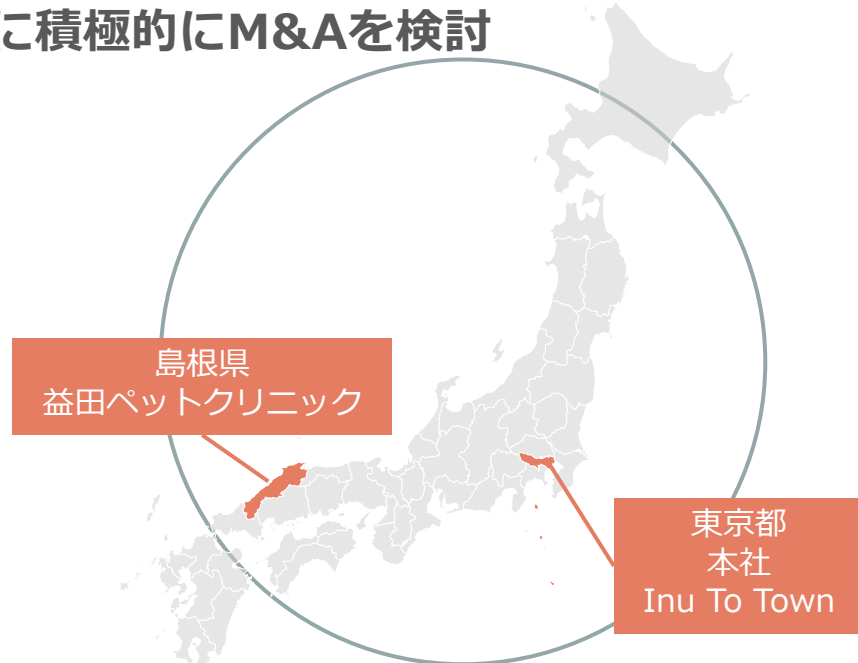


2026.4期 1Q

1件



企業理念、中期目標実現のため、
全国の動物病院、トリミングサロン
を中心に積極的にM&Aを検討



戦略3

「顧客接点の最大化」卸店舗（リテールチャネル）の拡充

従来のweb中心の広告戦略と並行し、リアルな売場での販売を増やし、ユーザーがより手に取りやすい環境を作り認知の場を広げる

取り組み

営業人員の増強

卸販売の営業体制を強化し、特に大型店舗を中心に卸先を拡大させる

卸用商品の拡充

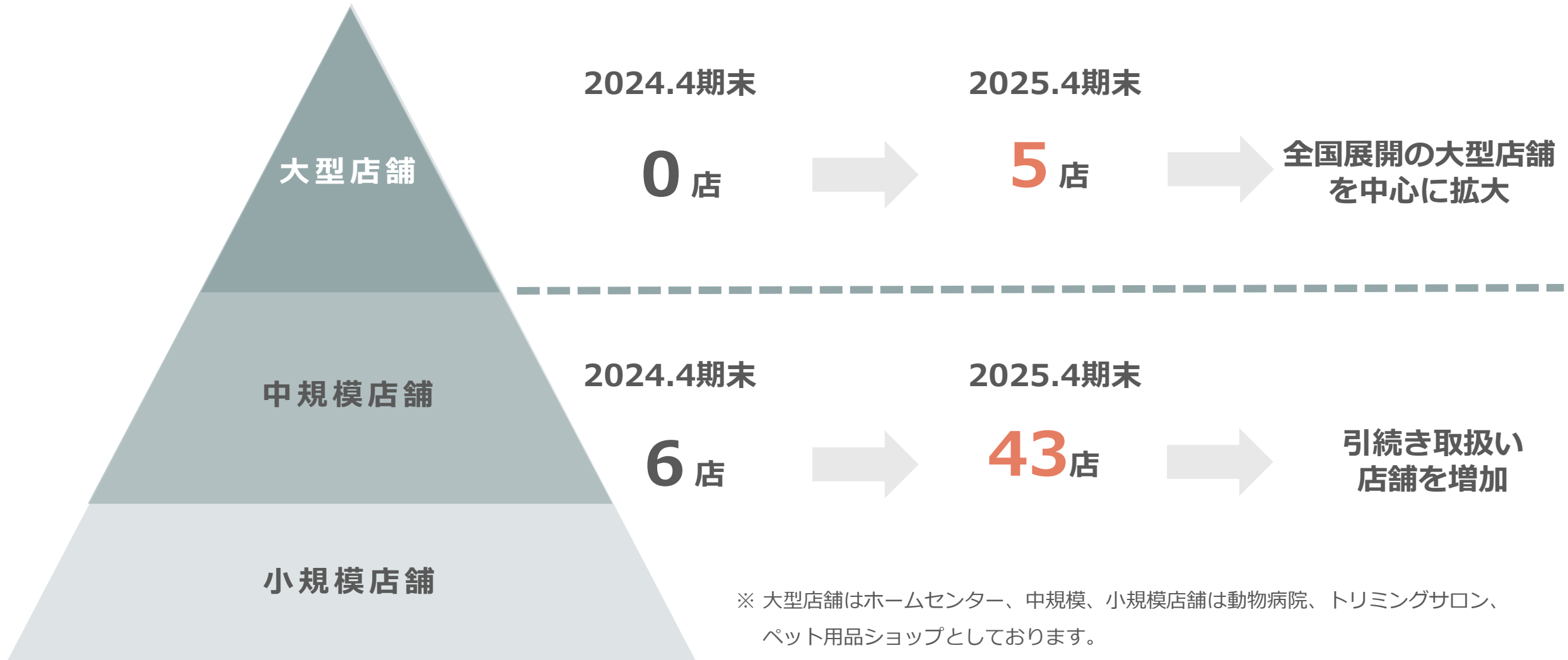
小ロットの卸用商品を拡充させ、気軽に当社商品を体験できるようにする

店頭での商品体験

実際に商品を見て、触れて、相談できる環境で顧客体験を向上させる

リアルでの認知拡大
自社ECへの流入

特に大型店舗を中心に卸販売先を拡大、リアルでの販売網を拡大していく



3つの戦略による定期購入者数増

誠実さによるブランド
価値の向上
定期購入者増加

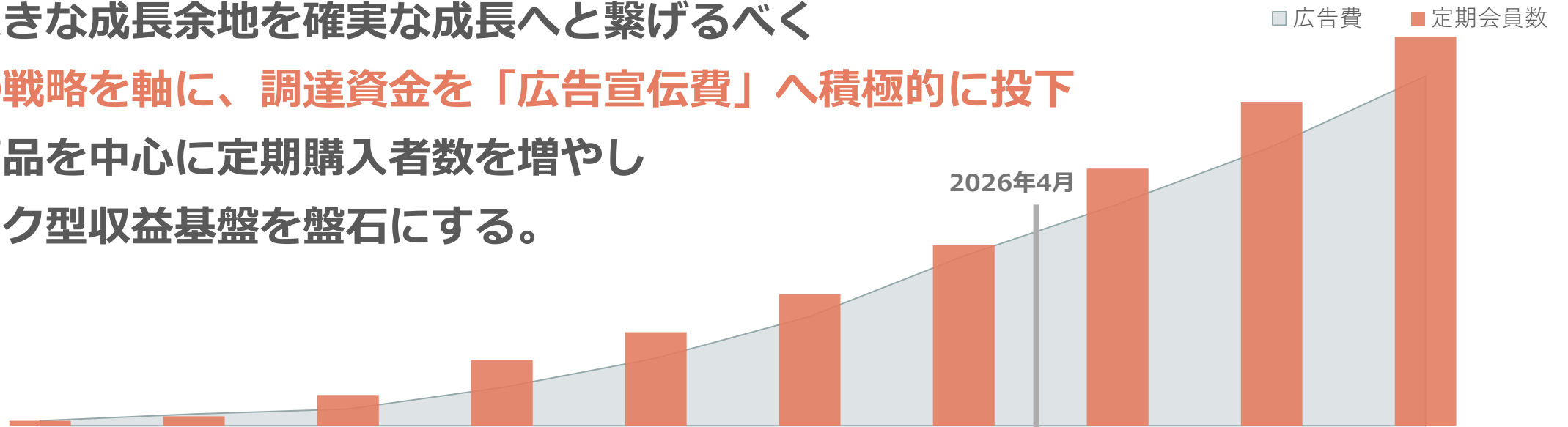
信頼によるブランド
価値の向上
定期購入者増加

リアルでの認知拡大
自社ECへの流入

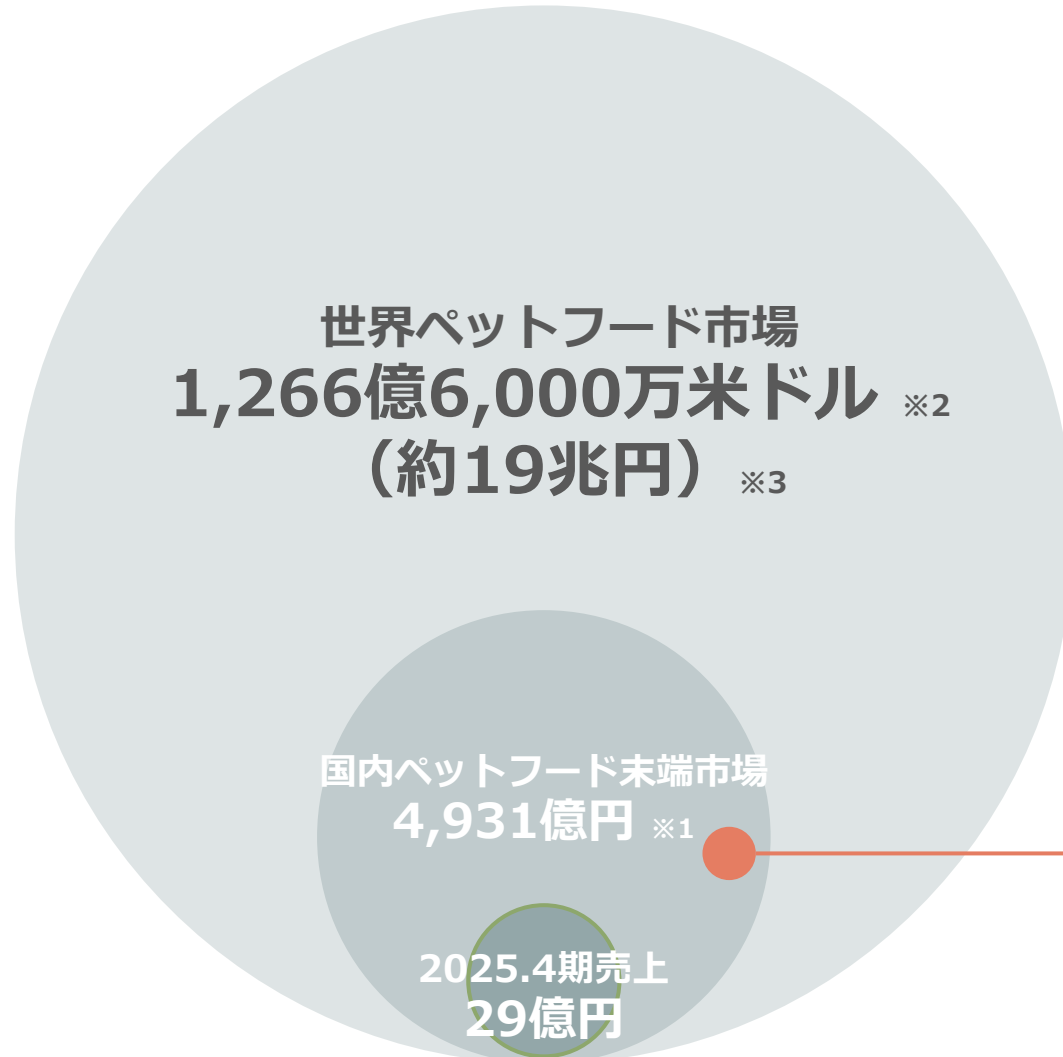
当社の国内ペットフード市場のシェアは未だ1%未満。
国内市場において既存商品が成長する余地が極めて大きく残されている。
この大きな成長余地を確実な成長へと繋げるべく

3つの戦略を軸に、調達資金を「広告宣伝費」へ積極的に投下

既存商品を中心に定期購入者数を増やし
ストック型収益基盤を盤石にする。



拡大を続けるペットフード市場において、当社の国内シェアは0.6%

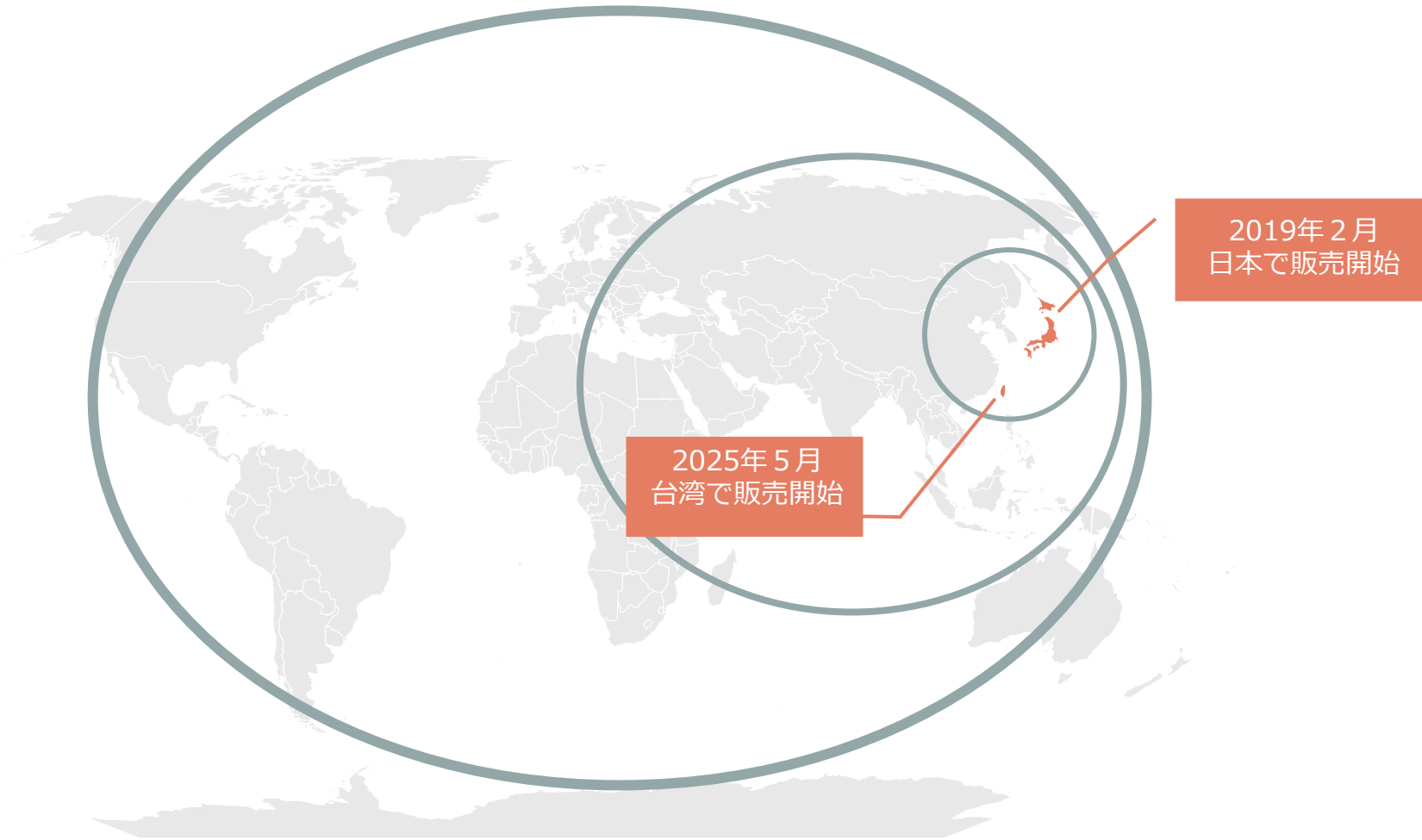


国内シェアも伸ばしながら、
巨大な世界市場にもチャレンジしていく

当社シェア 0.6%

- ※1 出典：富士経済「2025年 ペット関連市場マーケティング総覧」
- ※2 出典：fortune business insights「動物栄養／ペットフード市場」
- ※3 1米ドル150円で試算

2025年5月から台湾での販売を開始 日本～アジア～世界へ犬猫生活ブランドを展開



Advertisement for dog food featuring a dog and fresh ingredients. The text includes:

- 「來自日本!」 專為 台灣狗狗打造の手作鮮食
- 使用12種在地食材
- 輕鬆吃完!
- 手作鮮食!
- 料理家 開發食譜
- 日本會員數突破 30萬人 ※1
- 銷售實績 6,500萬份突破! ※2

新規上場の目的と資金使途

新規上場の目的

項目	内容	成長戦略と可能性
企業イメージ・ブランド力の向上	ペットフード市場で重要となる「信頼の証」（公的に認められるコンプライアンス体制や財務の透明性）を、上場による社会的信用の獲得を通じて強固にする	ブランドイメージの向上により定期会員数の増加
知名度の向上による優秀な人材の確保	上場による知名度の飛躍的な向上を通じて、採用市場における認知を高め、デジタルマーケティング人材や獣医師などの専門性の高い優秀な人材を獲得する	マーケティング人材の強化による広告宣伝費への積極投資。既存社員のエンゲージメント向上
資金調達による財務体質の強化	株式市場からの直接金融を可能にし、銀行借入に依存しない柔軟かつ大規模な資金調達ルートを確保する	自社EC販売における認知獲得のための広告宣伝費への積極投資

調達資金の使途

	合計	2027年4月期	2028年4月期
広告宣伝費 (百万円)	1,148	550	598

※有価証券届出書提出時における想定発行価格(2,990円)を基礎として算出した見込額であります。

事業等のリスク

当社の財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況に重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクは、以下のとおりです。

商品の製造委託について

当社の商品は、製造業務を外部に委託しております。当社といたしましては、製造委託開始時および年に一度の内部監査及び管理部により製造委託先における製造に必要な許認可の有無、法令遵守状況、品質管理等を確認するなど定期的に製造委託先への監査を実施しております。しかしながら、製造委託先が法令違反等により操業の全部又は一部が停止した場合、当社商品の供給に影響を及ぼす可能性があり、また、製造委託先の賃金の上昇などの雇用情勢の変化によって製造委託費の値上げ等があった場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

特定の商品への依存等について

当社の2025年4月期の生活物販における商品ごとの売上比率は「デンタルふりかけ」が44.1%、「ドライフード」が27.8%、「手作りごはん」が13.1%と、現時点では「デンタルふりかけ」と「ドライフード」の占める割合が高い状態にあります。今後、両主力商品への依存度が高い状態が続く場合、市場環境の変化や競合商品の影響等により、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。

当社では、主力商品以外のラインナップ拡充や新商品の開発を進めることにより、商品ポートフォリオの多様化を図り、特定商品への依存の低減に努めてまいります。

特定の製造委託先への依存について

当社の商品は、商品ごとに別の取引先に対して製造を委託しておりますが、仕入先上位3社の仕入金額全体に占める割合が77%超（2025年4月期末時点）となっております。当社は製造委託先との良好な関係を保つことにより、商品を安定的に供給できるよう努めております。また、製造拠点の分散化及び他の製造委託先起用の拡充など、特定の製造委託先への依存による不測のリスク軽減に努めております。

しかしながら、天災、火災、事故、製造委託先の経営状態の急変などの事情により、製造委託先における当社商品の製造能力に支障が発生した場合、当社商品の生産・供給に影響することとなり、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、本書提出日現在において、当社と製造委託先との関係は良好であります。今後製造委託先が他社商品の生産を優先するなど、何らかの事情での契約解除の申し出や製造量の制限など、契約内容に変更が生じた場合には、製造委託先との安定的な取引の継続が困難になり、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、商品の製造委託先との急な契約の解消や天災等による生産設備への被害など不測の事態が生じた場合には、当社商品の円滑な供給に支障を来すことが考えられ、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

事業等のリスク

商品の配送の外部委託について

当社は卸売業者を経由する小売店への卸販売も一部行っておりますが、2025年4月期における当社売上高2,901,938千円のうち、97.9%はE Cチャンネル（自社E C及び他社E C）を経由した販売によるものであり、かかるE Cチャンネルを経由して購入された商品の配送業務については、外部に委託しております。商品の配送業務については、定期的に実地調査を実施しておりますが、委託先である外部業者において、業務の遅延や天災、人災、交通事故等の事態が発生した場合や契約内容の変更等により、当該外部業者からのサービスの提供の中断・停止が生じた場合には、当社商品の遅配等が発生する可能性があります。これによる当社及び当社商品に対する社会的信用の失墜等により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

愛がん動物用飼料の安全性の確保に関する法律（ペットフード安全法）について

当社は、主としてペットフードの販売事業を行っており、当該事業においては、ペットフードの安全性の確保を目的とした「愛がん動物用飼料の安全性の確保に関する法律（ペットフード安全法）」の規制を受けております。本法により、ペットフードの製造・輸入・販売に際しては、有害物質の規制や適切な表示義務が課されており、当社では定期的な品質管理の実施や従業員研修を通じて、法令の遵守を徹底しております。しかしながら、万が一、かかる法令に違反する行為があった場合には、当社に対する行政指導や回収命令等の措置が講じられる可能性があるほか、当社の社会的信用が毀損し、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

本資料の取り扱いについて

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たものにすぎません。さらに、こうした記述は、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するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

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はありません。