



犬猫生活株式会社

すべての動物とその家族の幸せな生活のために

2026年4月期 決算説明資料・中期経営計画

2026年6月15日

証券コード：556A（東証グロース）

1 . 2026年4月期 決算概要

2 . 2026年4月期 事業の状況

3 . 2027年4月期 業績予想及び中期経営計画

APPENDIX

売上高・営業利益ともに前期比で大幅に増収増益 過去最高を更新
新規獲得件数が着実に伸長し、定期会員数※は7万件以上に

売上高

44億円

前期比

+54.9% ↑

営業利益

6億円

前期比

+550.6% ↑

定期会員数※

70,186件

前期比

+23.5% ↑

※定期会員数とは、自社ECサイトにおいて定期購入サービスを契約している会員数を指します。なお、初回お試しサイズを販売している商品については、お試しサイズの購入後に定期購入サービスを契約している「2回目以降の購入会員数」を集計対象としており、それ以外の商品については、初回から定期購入サービスを契約している会員数を集計対象としております。

高成長の継続

売上高は前年同期比 **54.9%増**と、成長トレンドを維持
自社EC販売の定期会員数の積み上げの他、他社EC販売、卸販売等のチャネルが拡大

事業領域の拡大

動物病院のM&Aを実施
トリミングサロンと共に「生活サービス」の事業領域を拡大

ブランドロイヤリティの向上

前期経常利益の20%寄付をはじめとする動物福祉活動への支援を継続
当社の理念や活動への深い共感が、高い顧客ロイヤリティ（継続率の維持・向上）の基盤に

2026年4月期 通期業績

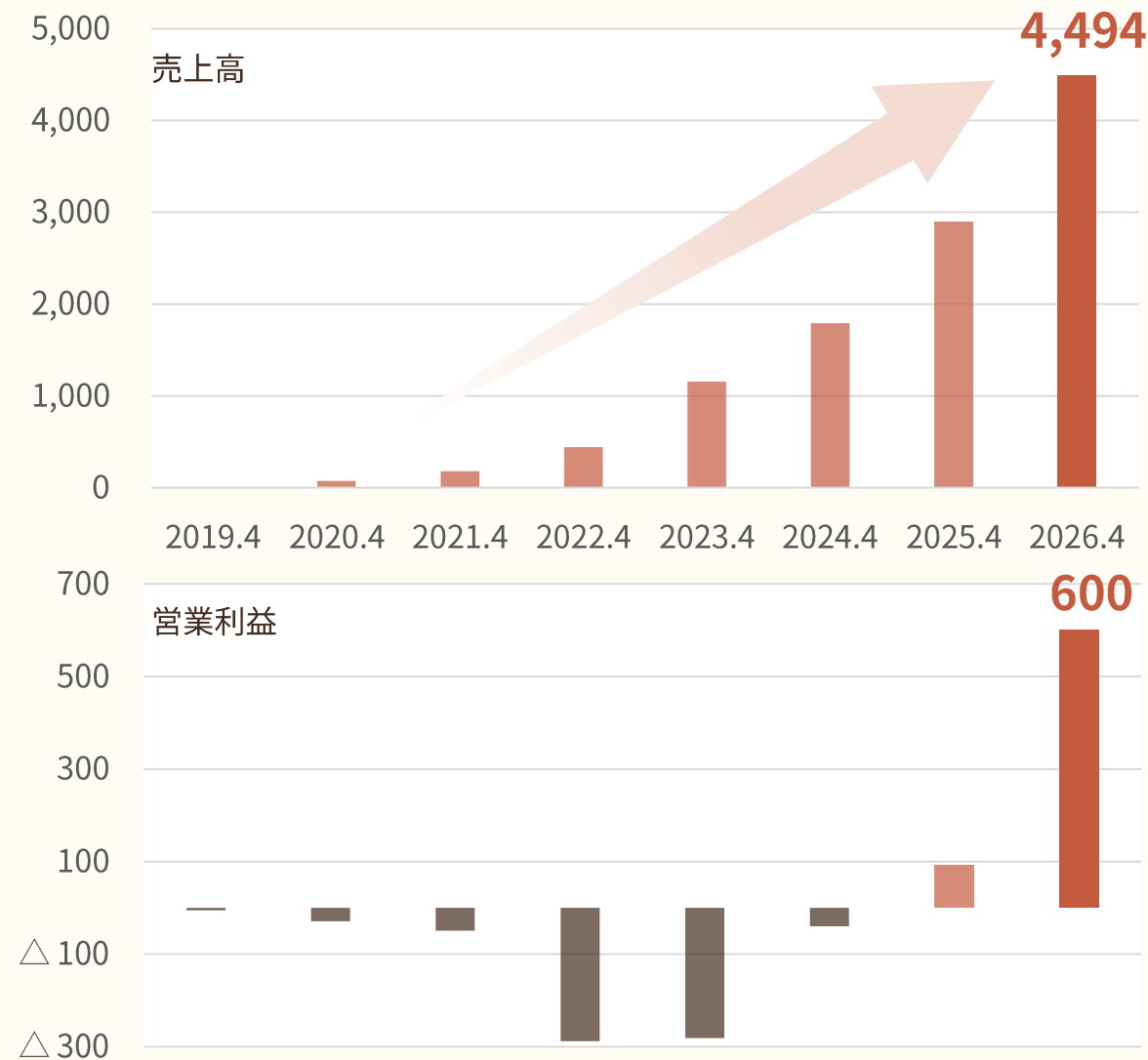
売上高は前年同期比 54.9%増と成長トレンドを維持 営業利益も過去最高の600百万円

単位：百万円	2025.4期 実績	2026.4期		増減率 (YoY)
		計画	実績	
売上高	2,901	4,449	4,494	+54.9%
営業利益	92	606	600	+550.6%
経常利益	89	600	600	+570.1%
当期純利益	207	473	496	+138.9%

売上高と営業利益の推移

堅調な事業成長により売上高、営業利益ともに過去最高の水準

単位：百万円	2024.4期	2025.4期	2026.4期
売上高	1,791	2,901	4,494
営業利益	-39	92	600



広告の効率化や原価率を中心とした費用削減に取り組んだ結果、営業利益率が大幅に改善

	2024.4期 (実績)	2025.4期 (実績)	2026.4期 (実績)	増減 (YoY)
売上原価率	31.0%	29.8%	25.8%	-4.0
広告費率	36.7%	35.1%	31.5%	-3.6
変動費率	20.4%	16.5%	14.5%	-2.0
固定費率	14.1%	15.3%	14.9%	-0.4
うち寄付金比率	0.0%	0.6%	0.5%	-0.1
営業利益率	-2.2%	3.2%	13.4%	+10.2

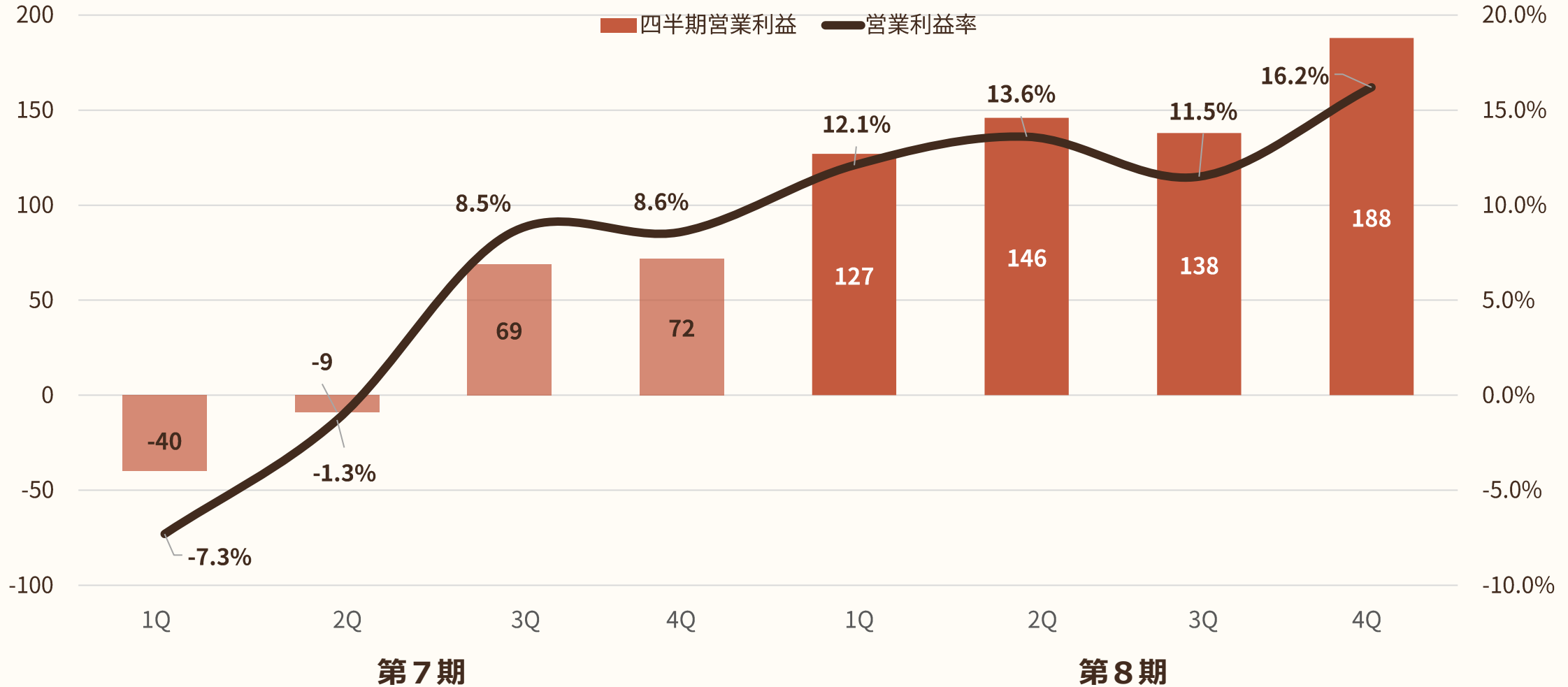
当期寄付額は23百万円（2025.4期の経常利益の26%相当。2026.4期の売上高の0.5%相当）



営業利益・営業利益率の四半期推移

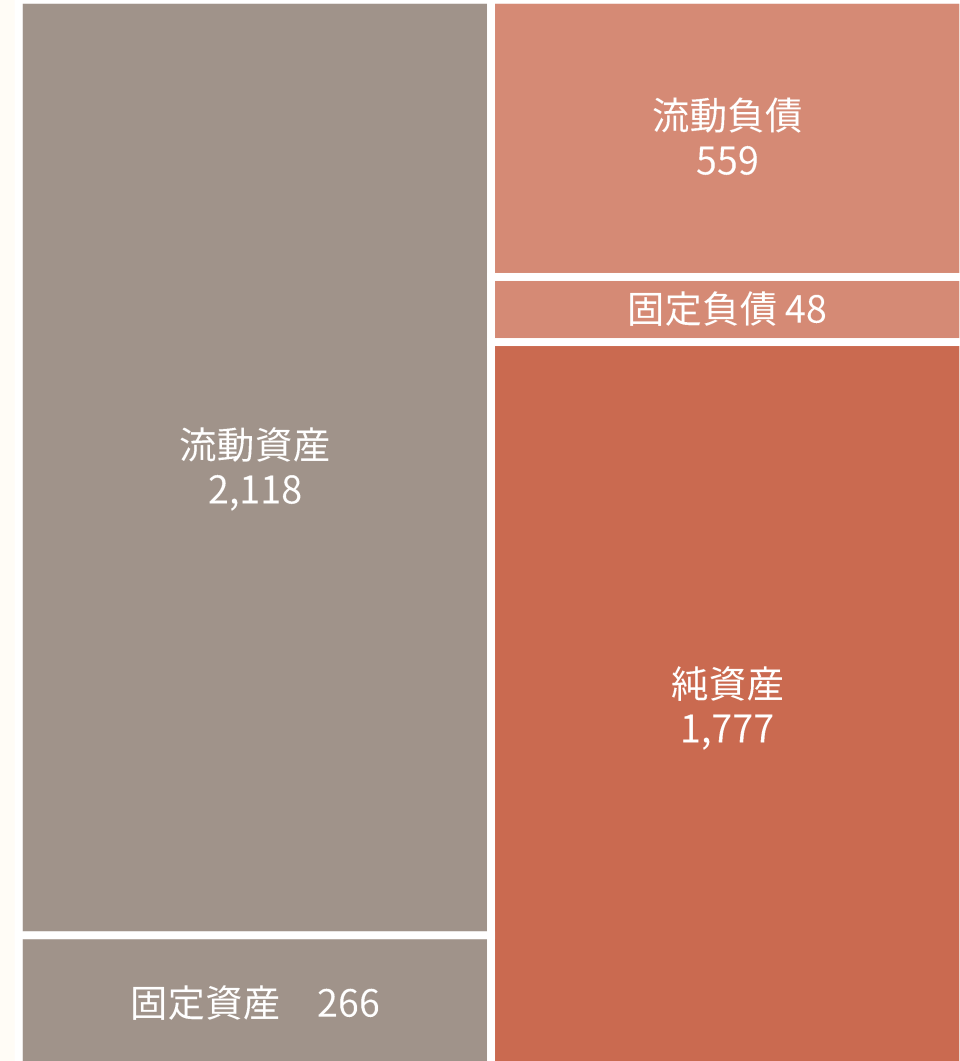
営業利益、営業利益率ともに安定かつ好調に推移

単位：百万円

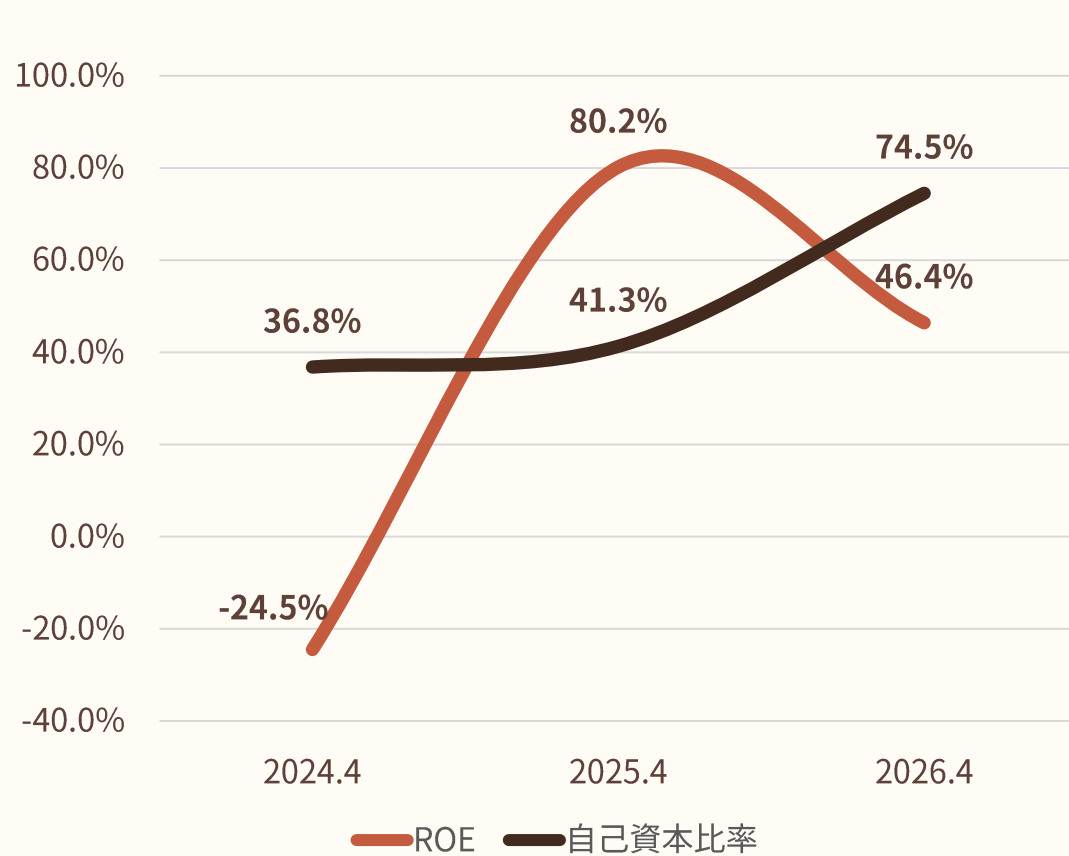


自己資本比率は74.5%と安定した財務基盤を形成

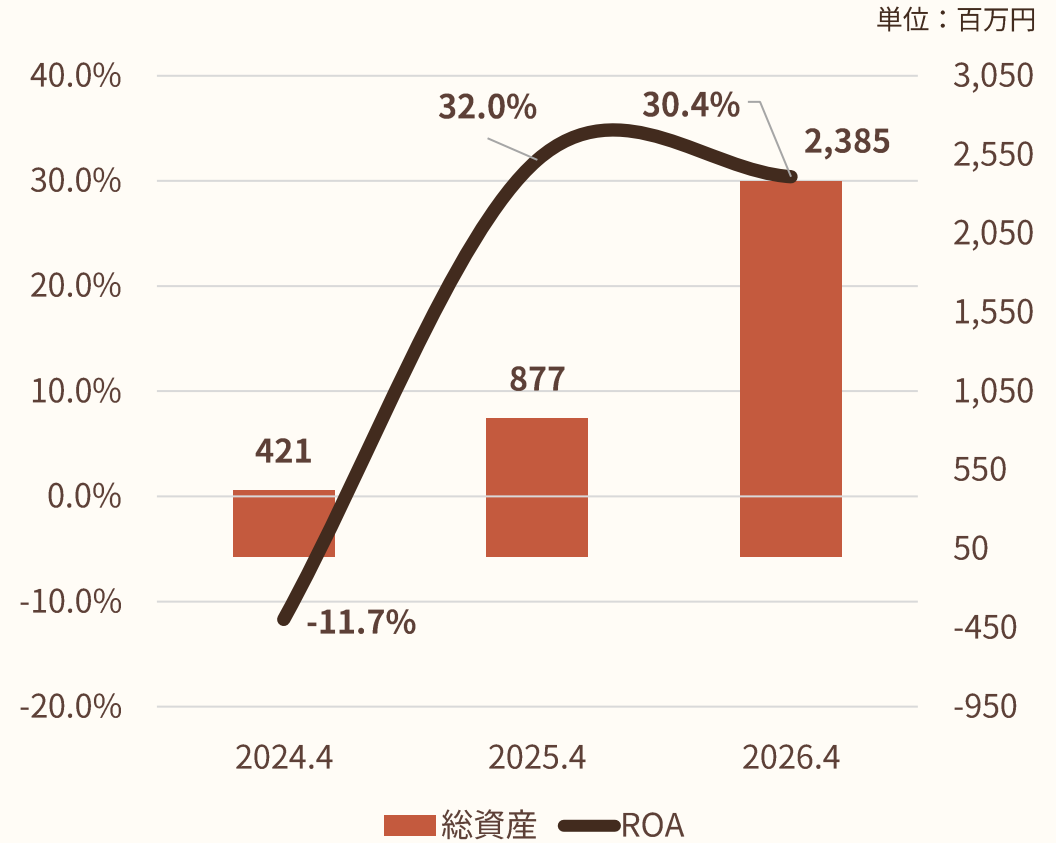
単位：百万円	2025.4期	2026.4期	YoY
流動資産	721	2,118	193.6%
うち現預金	243	1,527	527.3%
固定資産	155	266	70.7%
資産合計	877	2,385	171.8%
流動負債	407	559	37.2%
固定負債	107	48	-54.8%
負債合計	514	607	18.0%
純資産合計	362	1,777	390.1%
負債・純資産合計	877	2,385	171.8%
有利子負債比率	19.3%	3.2%	-16.1
自己資本比率	41.3%	74.5%	33.2



強固な財務基盤（自己資本比率74.5%）を武器に、さらなる成長へ投資を加速



2026年4月のIPO時の公募増資により、自己資本が4倍以上増加
増資直後でも、なお45%超のROEを維持



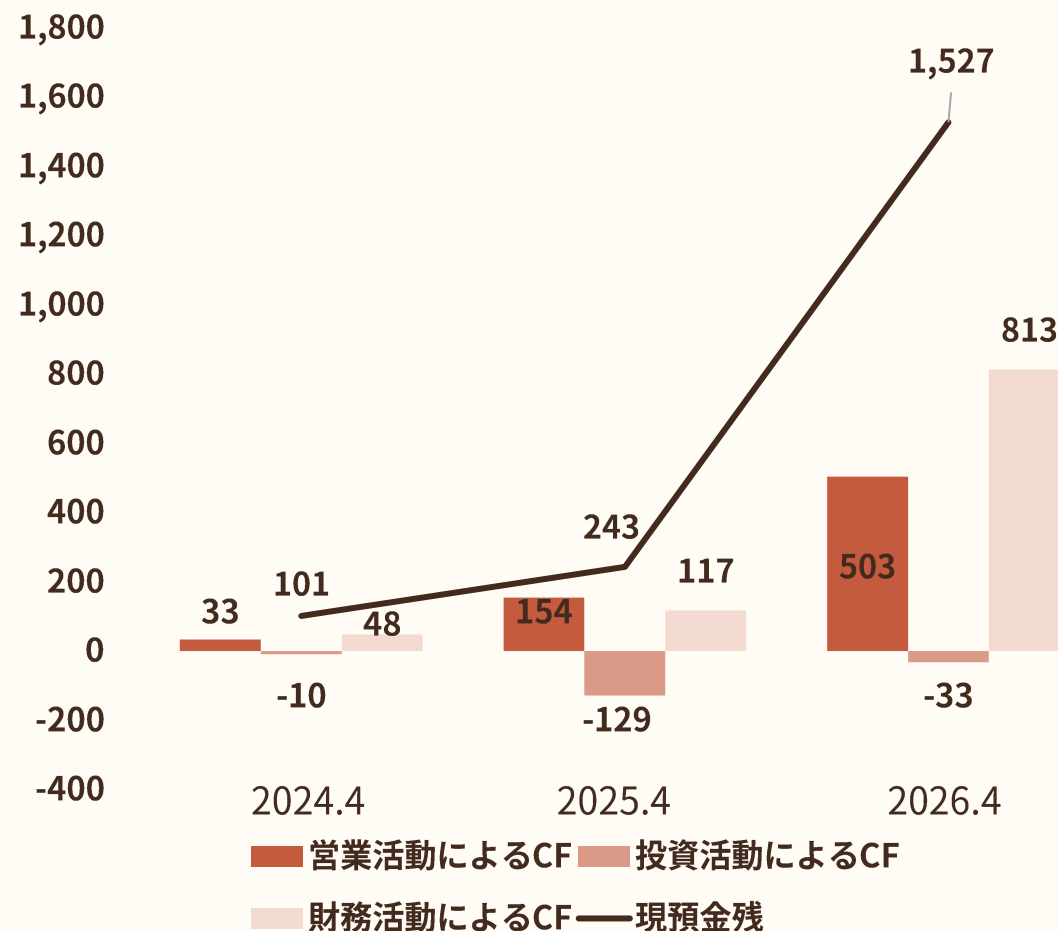
2026年4月のIPO時の公募増資により、総資産が大幅に増加した一方で、ROAは30%台

キャッシュフローの状況

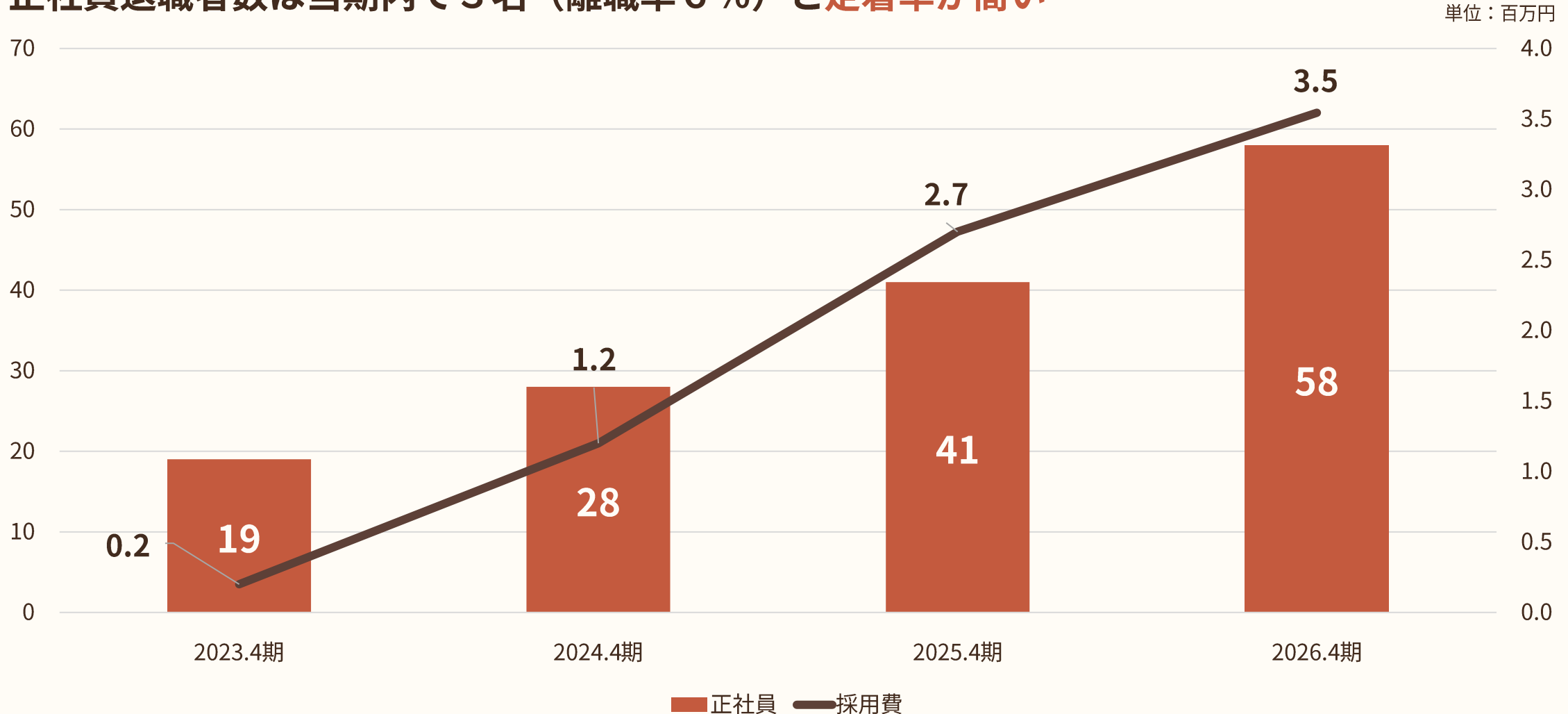
堅調な業績により、営業活動によるCFはYoY 226.5%と大幅に増加
 公募増資により、現預金残高はYoY 527.3%増

単位：百万円	2025.4期	2026.4期	YoY
営業活動によるCF	154	503	226.5%
投資活動によるCF	-129	-33	-
財務活動によるCF	117	813	594.9%
現金及び現金同等物の期末残高	243	1,527	527.3%

単位：百万円



主にマーケティング、管理部門の増員及びM&Aの影響により16名増加（募集・採用費 3百万円）
正社員退職者数は当期内で3名（離職率6%）と**定着率が高い**



※正社員数は、出向社員を除く。

1 . 2026年4月期 決算概要

2 . 2026年4月期 事業の状況

3 . 2027年4月期 業績予想及び中期経営計画

APPENDIX

事業に関するトピックス

- 2025年 5月 島根県の動物病院「益田ペットクリニック」を事業譲受
台湾にて「犬用手作りごはん」を販売開始
自社EC定期会員数 6万件突破
- 12月 自社EC定期会員数 7万件突破
- 2026年 2月 高収益モデルへのシフトに向けた経営資源・人的資源の再配置によりInu to Town有栖川を閉鎖
- 4月 東京証券取引所グロース市場に新規株式上場



2026年4月期のトピックス

動物福祉活動への主な支援・寄付活動

- 2025年 8月 「世界猫の日」保護猫支援 子猫用ミルク寄付
「minne by GMOペパゴ」 コラボで保護猫を支援するチャリティ企画（カップ購入数に応じて子猫用ミルクを寄付）を実施。
- 9月 「敬老の日」にシニア犬応援イベントを開催
犬も人も楽しめる物販・体験マルシェと、シニア犬限定保護犬譲渡会を開催。
- 「敬老の日」チャリティ2025 グッズ収益を寄付
シニア犬猫の譲渡推進のためのチャリティグッズを販売。収益を保護団体への寄付やシニア犬の譲渡会活動に寄付。
- 11月～12月 保護犬・保護猫のサンタになろうキャンペーン
SNSを活用した動物福祉団体へのクリスマス寄付企画「寄付タオル回収」と「Buy1 Gift1」を実施。寄付用タオルの回収を呼びかけ、商品の販売数に応じた数のおやつ寄付をクリスマスプレゼントに。
- 2026年 2月 「猫の日」チャリティ2026 子猫用ミルク寄付
キャットカップキャンペーン企画（カップの購入数に応じて子猫用ミルクを保護団体に寄付）を実施。

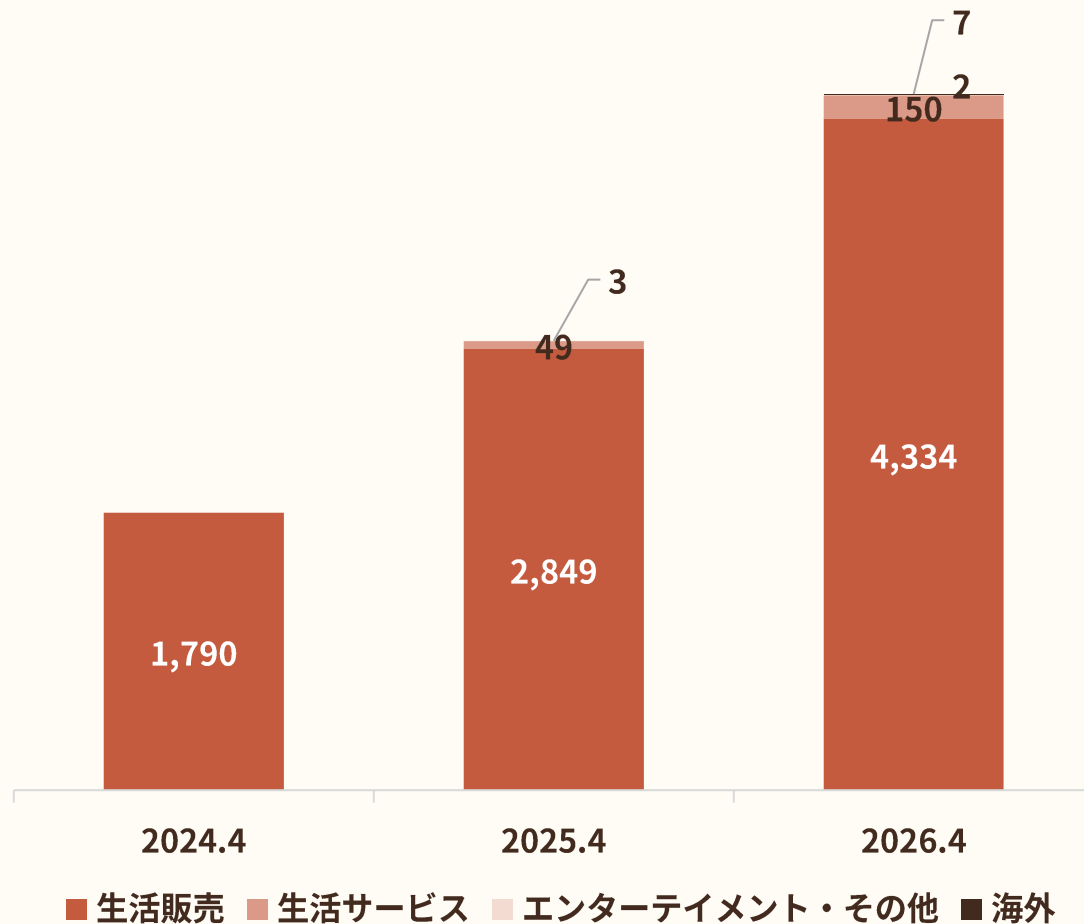
当期寄付実績 **23,277,088円**
(内訳)

犬猫生活福祉財団	前期経常利益20%寄付	17,920,334円
	イベント収益・フード寄付等	2,071,434円
その他団体	イベント収益・フード寄付等	3,285,320円



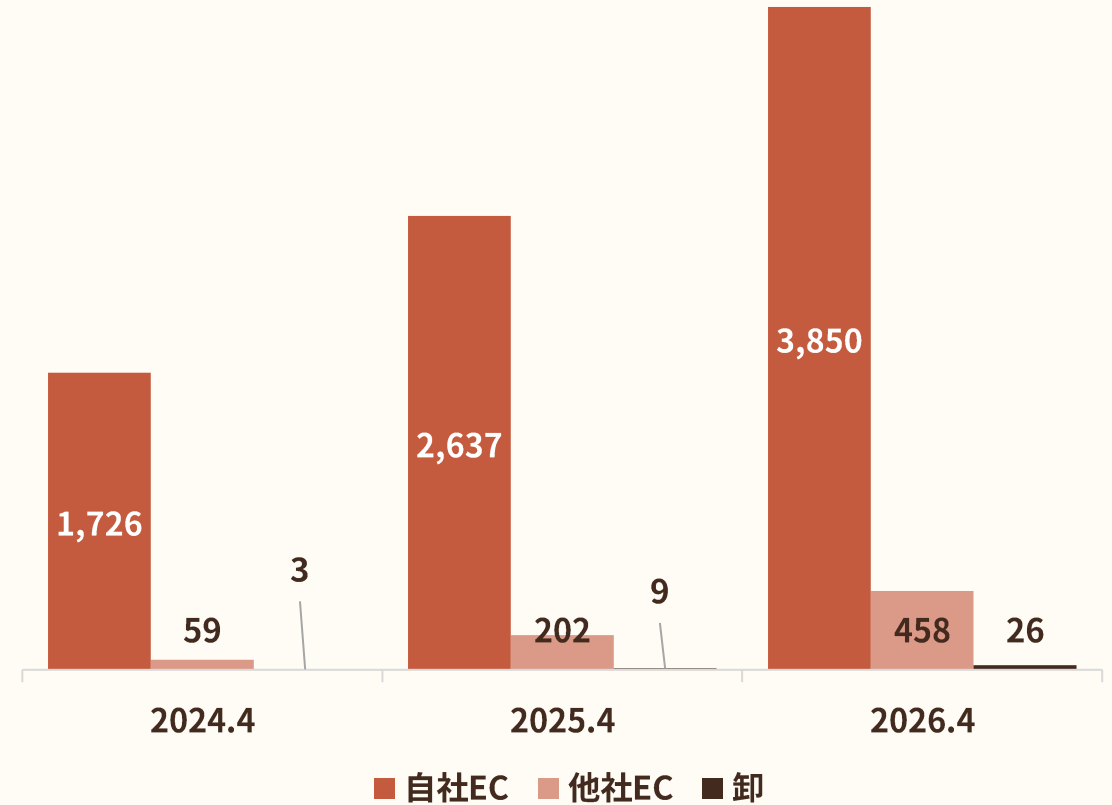
生活販売は引続き好調に推移 2025年5月に海外販売を開始

単位：百万円	2024.4期	2025.4期	2026.4期
生活販売	1,790	2,849	4,334
生活サービス	0	49	150
エンターテイメント ・その他	0	3	2
海外販売	—	—	7

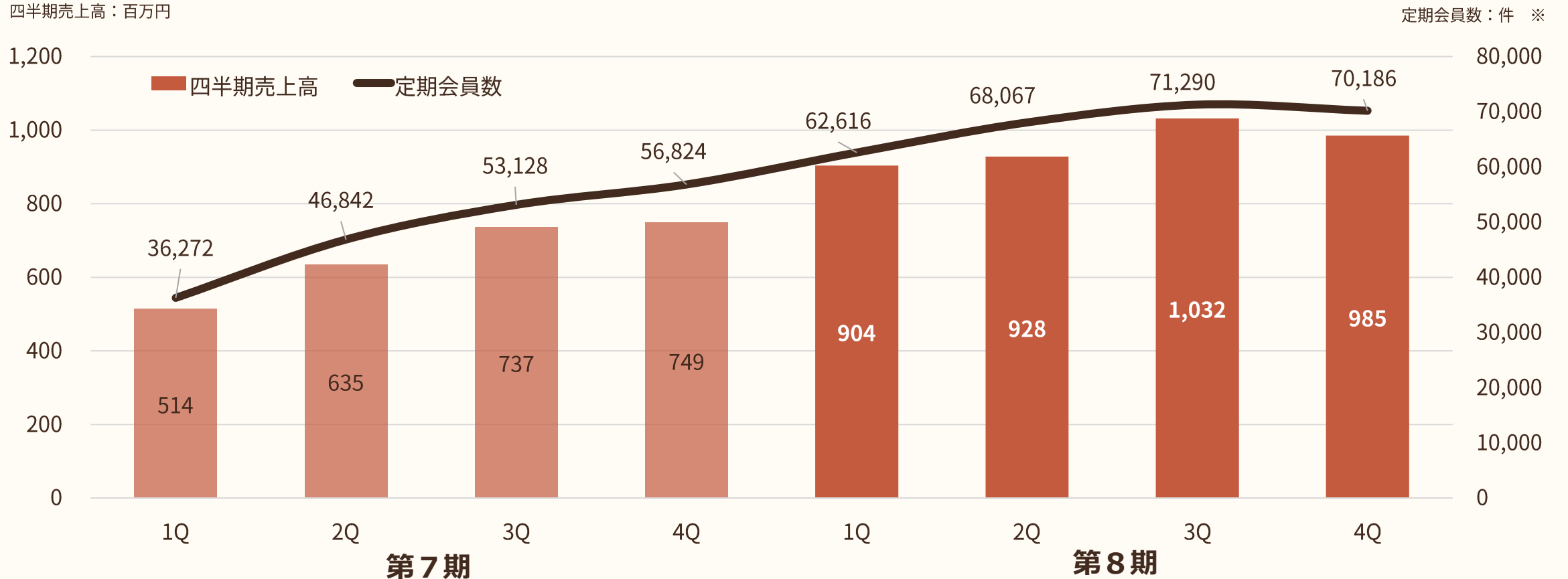


自社ECは定期会員の積上げにより46%増
 他社ECが前期比126%増と急拡大したほか、卸も約180%増と全チャネルで高成長を実現

単位：百万円	2024.4期	2025.4期	2026.4期
生活販売	1,790	2,849	4,334
自社EC	1,726	2,637	3,850
他社EC	59	202	458
卸販売	3	9	26



定期会員の積上げにより四半期ベースでも好調に推移



第8期は3Qまでに想定以上の新規会員数の獲得が進んだため、4Qで広告出稿量を調整
2026年5月からは再度広告の出稿量を増やし、定期会員数は順調に増加する見込み


※ 定期会員数は四半期末時点の件数。

54万超のファン基盤をもとに、会員転換による売上拡大の余地は現状の7倍以上

定期会員数 ※1

70,186件

会員数はさらに増加する余地あり

SNS総フォロワー数 ※2   

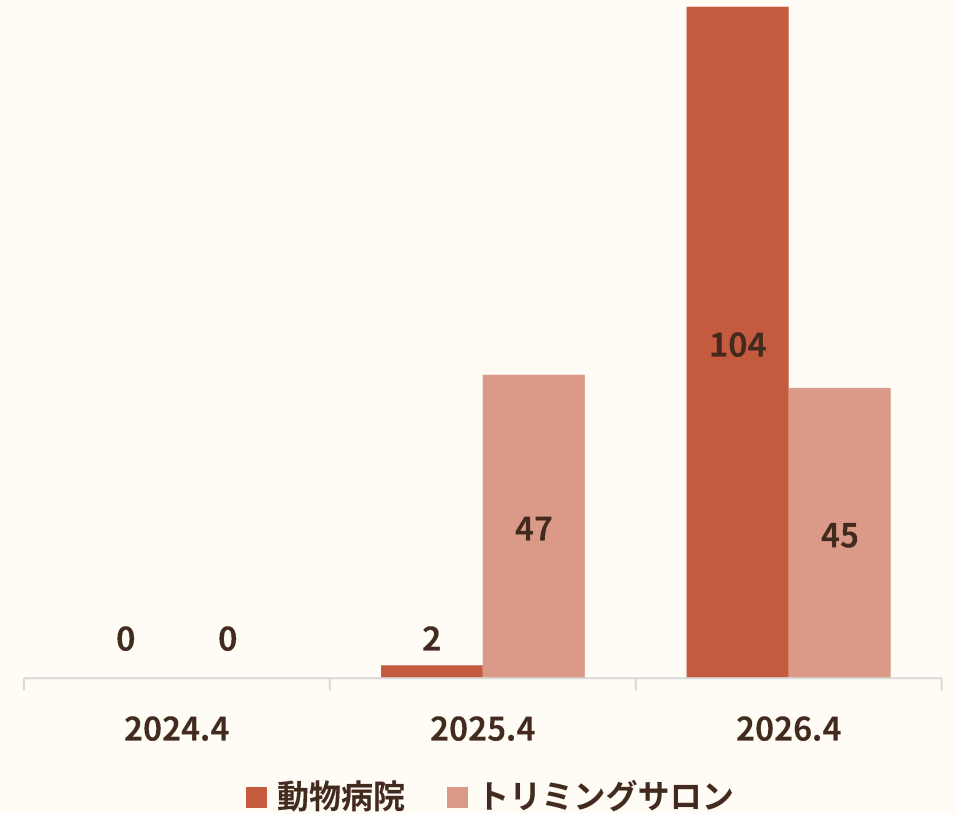
549,630名

※1 2026年4月末時点。

※2 2026年4月末時点。当社LINE公式アカウント登録数、Instagram、Xのフォロワー数を合計した数。

動物病院（益田ペットクリニック）のM&Aにより大幅に増加

単位：百万円	2024.4期	2025.4期	2026.4期
生活サービス	0	49	150
動物病院	0	2	104
トリミングサロン	—	47	45



- 1 . 2026年4月期 決算概要
- 2 . 2026年4月期 事業の状況
- 3 . 2027年4月期 業績予想及び中期経営計画

APPENDIX

成長の
土台

動物福祉活動の実践を通じた「ブランド価値の向上」「企業信頼度」

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る企業として、顧客から誠実さによる信頼を獲得。

1 店頭卸販売の拡大

国内4.5万店舗の巨大市場に対し、専門店から全国1.5万店舗への配下拡大を目標とする。店頭専用商品やお試しサイズをフックに認知を高め、リアル店舗での「新規獲得」と、自社ECでの「定期購入」が互いに支え合う好循環（チャンネル間の相互補完効果）を生み出し、シェアを拡大する。

2 動物病院M&Aの推進

地方優良病院のM&Aを積極推進。新たな事業の柱の一つとして日本一の規模となる動物病院グループを目指す。また、日本一の動物病院グループを運営する企業によるペットフードブランドという唯一無二のブランド力を得ることで、D2C事業への強力なシナジー効果を創出。

3 新商品開発

国産・無添加、専門家監修への信頼を土台に、顧客の声を反映した商品開発を継続。既存の主力商品に次ぐ「新たな柱」を育成する。フードからサプリ、おやつまで高品質なラインナップを拡充し、既存顧客に対するクロスセルを強力に推進し、健康長寿に寄り添う持続的な顧客単価（LTV）の向上を実現。

国内シェアわずか**0.9%**
既存商品だけでも売上をさらに拡大させる
余地は大きい

残り**99%**を取りに行く成長レバー

1 店頭卸販売の拡大

2 動物病院M & Aの推進

3 新商品開発

国内ペットフード市場規模

約**4,900**億円 ※



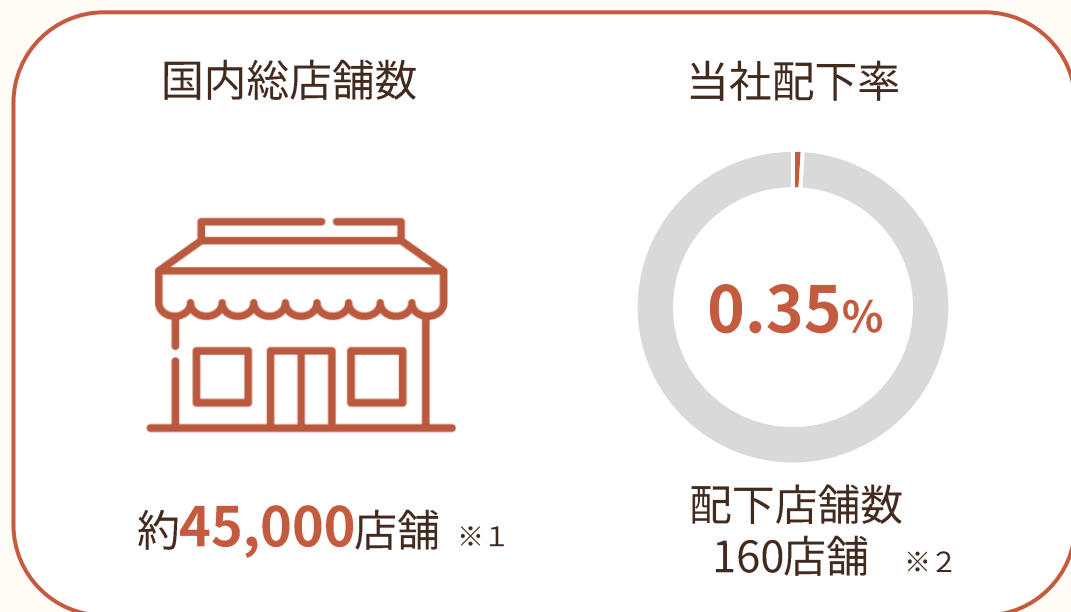
残り**99%**の開拓余地

全国の店頭で商品展開を拡大し、ブランドの認知度向上と顧客層を拡大

店頭販売先となる国内事業所数は約45,000店舗 ※1

当社の配下率は0.35%にとどまり、店頭販売は大きな成長余地

現状はブランド力が高い専門店での販売を検証、順調な滑り出しで配下店舗数は拡大中



STEP 1

動物病院、トリミングサロン、リゾートホテル、レストランなど
ブランド力が高い中小専門店への配下拡大
お試しサイズ商品の導入や什器設置などマーケティングテストを実施

STEP 2

販売力の高い大型専門店への配下を一気に拡大
新規顧客層の開拓とともに、ブランド認知度や信頼力の向上を武器に
自社EC/モールへの売上貢献も果たす仕組みを構築

STEP 3

店頭販売向けの専用商品を開発、導入
全国1.5万店舗への配下を目指す
一店舗あたりの売上を最大化し、巨大市場でのシェアを拡大していく

中長期目標：全国15,000店舗への配下を目指す（配下率約33%程度）

※1 動物病院、トリミングサロン・ペットホテル等（第一種動物取扱業「保管」登録事業所）の合計店舗数
農林水産省「令和7年度 飼育動物診療施設の開設届出状況（診療施設数）」環境省「令和7年動物取扱業者の登録・届出状況（都道府県・指定都市）第一種動物取扱業者登録 保管」より算出。
※2 2026年4月末時点。

都市拠点 × 地方M&A の両輪で全国50病院以上の体制を構築し、
後継者不足による地方の獣医療危機を解決へ



【都市部】 優秀な獣医師の育成拠点の構築

- ・ 新卒を含めた獣医師の採用・育成システムを構築
- ・ M&Aで得た知見を都市部の教育制度へ還元

【地方】 地域医療を途絶えさせない事業承継

- ・ 後継者不足に悩む優良な地方の病院を譲受
(益田ペットクリニックの成功モデルを全国へ横展開)
- ・ 都市部で育成した優秀な獣医師を派遣し事業を活性化

中長期目標：全国50病院以上のグループ化

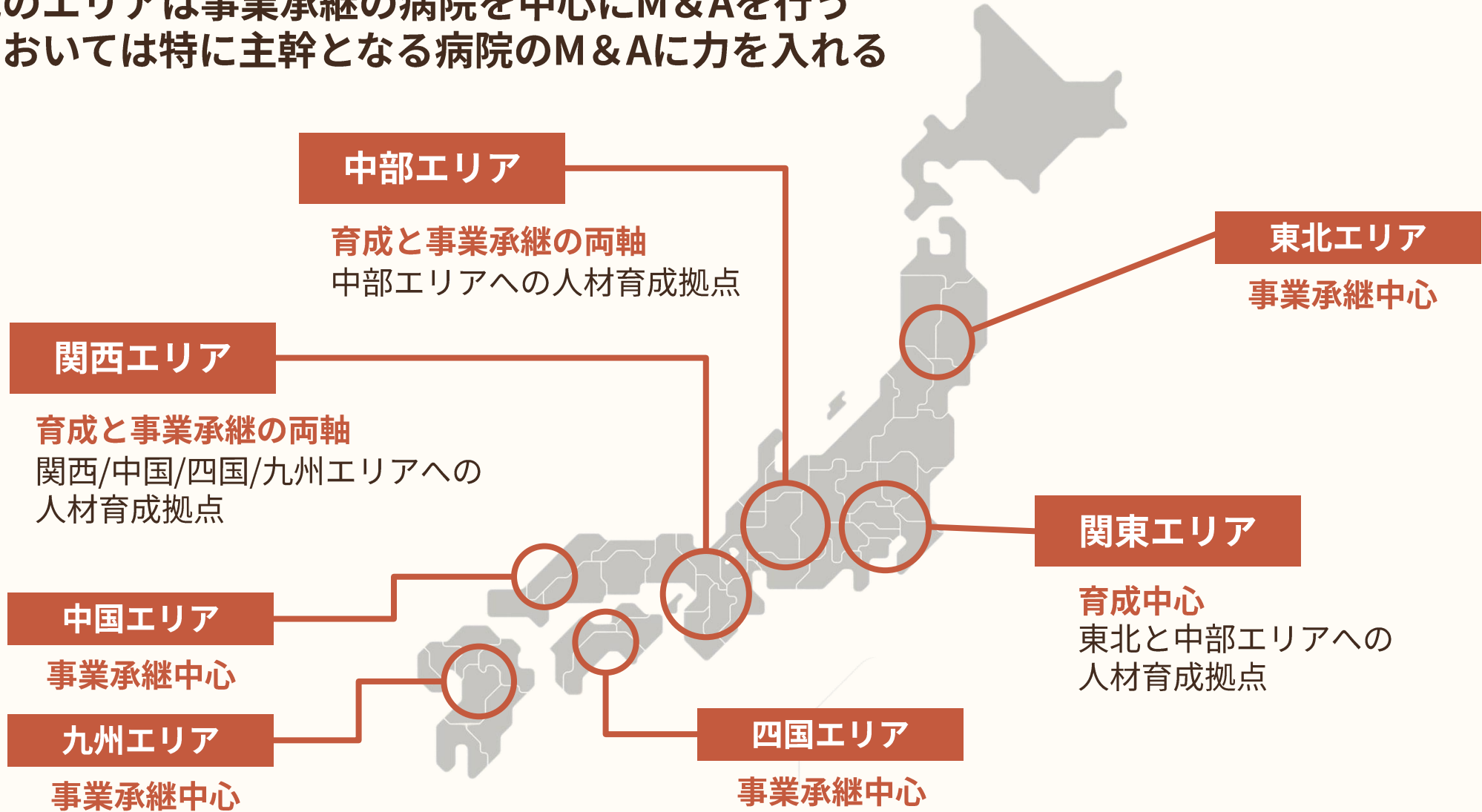
D2C事業に次ぐ「第2のコア事業」へ

- ・ 全国規模の動物病院ネットワークの構築により外部環境に左右されない強固な経営基盤を確立

D2C事業へのシナジー効果

- ・ 病院経営による企業信頼度・認知度の向上
- ・ 獣医師の知見を活かした商品開発や、動物病院での臨床試験などを通じてより質の高い商品開発体制を構築

関東、関西、中部エリアにおいては採用・育成の主幹となる病院を配置し、
その他のエリアは事業承継の病院を中心にM&Aを行う
初期においては特に主幹となる病院のM&Aに力を入れる



※北海道、沖縄については事業承継ニーズが少ないため、主要エリアとしては除外。

顧客ニーズに応じた商品開発を継続し、既存主力商品に次ぐ主力商品を開発・育成していく

素材へのこだわり



当社商品の強みとして、無添加（※）・国内製造にこだわり、人も食べられる素材で作られた商品を展開。フード、サプリ、おやつなど幅広いカテゴリーで素材にこだわった高品質な商品を開発する。

ニーズに応じた商品開発



顧客アンケートや定期購入会員向け試食会により、お客様の声を商品開発に反映。わんちゃん、猫ちゃんの嗜好性を研究し、より食べっぷりのいい商品を追求。

専門家との共同開発



獣医師との共同開発や、他企業とのコラボによりわんちゃん、猫ちゃんの栄養と健康を考えた商品を開発。長寿化に伴い高まる健康意識に応えられるような商品を充実化させる。

※無添加：保存料、香料、着色料不使用。

急成長するプレミアムペットフード市場でのシェア獲得、アジア全域への展開

STEP 1

「手作りごはん」1種によるテスト販売

2025年5月にテスト的に販売開始した「手作りごはん」は好調な滑り出し。台湾での需要が十分に存在することの検証が終了。



STEP 2

商品ラインナップを拡充し、本格販売へ

「手作りごはん」のラインナップを日本と同様の3種類に拡大。サプリメント商材についても投入を行い、需要が急拡大する台湾市場のシェアを獲得。

STEP 3

アジア展開のモデルケースを確立

台湾でのビジネスモデルを早期に確立させ、さらにアジア全域のペット市場へ進出。



M&Aを積極的に活用した非連続的な成長

レンジ（幅）を持たせた業績目標

自社EC・卸・海外展開など既存事業の堅実なオーガニック成長をベース（下限）としつつ、機動的なM&Aの実行によるアップサイド（上限）を見込み、目標値にレンジを設定。

戦略的M&Aによる非連続な成長

動物病院の事業承継案件を中心に、周辺サービスやシナジーが見込める事業へのM&A投資を加速。
自社リソースだけでは到達し得ないスピードと規模での事業拡大を目指す。

足元のオーガニック成長の確度を高めつつ、**M&Aという「成長のレバレッジ」を強力に効かせるフェーズに突入。**

着実な利益成長と飛躍的なスケールアップを両立。

2027年4月期 予想（オーガニック成長のベース）

売上高

56億円

営業利益率

12.6%

2028年4月期 予想（M&Aアップサイド込）

売上高

70億円

85億円

営業利益率

13%

2029年4月期 予想（M&Aアップサイド込）

売上高

90億円

110億円

営業利益率

15%

フードから一生涯のインフラへ

長期的には、フードや医療を含む4つのコア領域へ事業を拡大し、日本を代表する「ペットライフ・プラットフォーム」を構築することを目指す

データ連携によるLTV最大化

全事業を横断する強固なデータ連携基盤を構築。あらゆる接点から得られるデータを統合し、動物たちの「出会いからお見送りまで」に寄り添うことで、各ライフステージや健康状態に最適化した体験を提供。

圧倒的な認知と信頼

日常のあらゆるシーンでブランド接触機会を創出。「ペットライフで困りごとがあれば、まず第一に犬猫生活へ」と真っ先に選ばれる、社会に欠かせないプラットフォームとなることを目指す。

ペットライフに関わる4つの分野

生活販売

フード
雑貨/用品

生活サービス

医療
トリミング
預かり
トレーニング
介護

エンターテイメント

イベント
ドッグラン
旅行

その他インフラ

出会い
住まい
保険
葬儀
メディア

2027年4月期 通期業績予想

売上高は前期比 26.5%増と成長トレンドを維持 営業利益も過去最高の716百万円

単位：百万円	2026.4期 (実績)	2027.4期 (計画)	増減率 (YoY)
売上高	4,494	5,684	+26.5%
営業利益	600	716	+19.3%
経常利益	600	720	+20.1%
当期純利益	496	468	-5.6%

寄付金	23	120	+417.2%
寄付金除く 営業利益	623	837	+34.2%

法人税等、法人税等調整額について

単位：百万円	2025.4期 (実績)	2026.4期 (実績)	2027.4期 (計画)
税引前利益	89	596	720
法人税等 ※1	0	87	170
法人税等調整額 ※2	-118	12	82
当期純利益	207	496	468

※1 2026年4月期にて過去の繰越欠損金を概ね消化したことにより納税額が増加。

※2 課税所得が安定的に生じる体質となったため、税効果の会社分類を見直した結果、2026年4月期の税金負担率が減少したことの反動。

自社ECを中心に卸販売、海外販売も拡大を計画

単位：百万円	2026.4期 (実績)	2027.4期 (計画)	増減率 (YoY)
生活販売	4,334	5,506	+27.0%
自社EC	3,850	4,826	+25.3%
他社EC	458	634	+38.6%
卸販売	26	45	+72.1%
生活サービス	150	152	+1.1%
動物病院	104	108	+3.3%
トリミングサロン	45	43	-3.9%
海外販売	7	25	+236.4%

- 1．2026年4月期 決算概要
- 2．2026年4月期 事業の状況
- 3．2027年4月期 業績予想及び中期経営計画

APPENDIX



SAVE ALL
CATS & DOGS

会社名	犬猫生活株式会社
代表者	代表取締役社長 佐藤 淳
設立年月	2018年 5月
資本金	11億1,704万円 (2026年4月末時点、資本準備金を含む)
本社所在地	東京都新宿区市谷船河原町9-1 NBCアネックス市谷ビル 6F
従業員数	58名 (2026年 4月末時点、臨時雇用者除く)
事業内容	ペットフード等ペット関連商品の企画・販売、 トリミングサロン、動物病院・往診クリニック





**代表取締役社長
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)入社
2018年5月 当社設立 代表取締役社長 就任
2021年9月 (一財)犬猫生活福祉財団 代表理事 就任



**取締役
近藤 誠人**

2017年4月 (株)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



**取締役
岩見 真人**

2013年10月 (株)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
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(同)入社
2017年7月 Google Japan
(グーグル(同))入社
2020年4月 (株)スタートトゥデイ 入社
2021年9月 当社 取締役 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)入社
執行役員 CMT 就任
2016年2月 (株)シンクロ 代表取締役 就任
2022年7月 (株)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



**常勤監査役
内田 潤**

1972年4月 双日(株)入社
2001年6月 (株)エヌジーシー
代表取締役社長 就任
2016年9月 (株)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



**社外監査役
長谷川 雄史**

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)テンダ社外取締役(監査等委員) 就任



**社外監査役
宇田川 敦史**

2014年4月 SMBC日興証券(株)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

スキルマトリックス

取締役・監査役	企業経営・経営戦略	D2C・EC・マーケティング	財務・会計	法務・リスク管理・コンプライアンス	M&A	ペット・獣医療・動物福祉	グローバル
佐藤 淳	○	○				○	
近藤 誠人	○	○				○	
岩見 真人	○		○	○			
濱道 佐和子	○				○		○
西井 敏恭	○	○			○	○	○
内田 潤	○				○		○
長谷川 雄史	○		○		○		
宇田川 敦史	○			○	○		



SAVE ALL
CATS & DOGS

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。