



2026年3月期 通期決算説明資料

ペットゴー株式会社
証券コード：7140
2026年5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月期通期振り返り
3. 2026年3月期通期実績
4. 2027年3月期業績予想

Appendix

1



1. エグゼクティブサマリー

2. 2026年3月期通期振り返り

3. 2026年3月期通期実績

4. 2027年3月期業績予想

Appendix



エグゼクティブサマリー：2026年3月期 通期

■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（YoY66%）
- DTCは、前年度から継続している“DTCシフト”により、大きく成長（YoY128%）
ブランド別売上構成割合に占めるDTC比率は、34%まで増加
- 結果、全社売上高は、当初計画のとおり、前年同期比マイナスで着地（YoY82%）

■営業利益/営業利益率

- 売上高減少により営業損失を計上

■来期業績予想

- “DTCシフト”を継続しつつ、2027年3月期は着実に黒字化を目指す

■M&A関連

- FLAFFYは、当第1四半期から連結しており、ペットメディア事業として利益貢献
- DogHuggyは、当第4四半期から連結しており、事業拡大の基盤を構築中

決算ハイライト：2026年3月期 通期

“DTCシフト”が進捗し、DTC売上高は、YoYで128%の成長

| | 2025年3月期 通期 | 2026年3月期 通期 | YoY |
|--------|-------------|-------------|--------|
| 全社売上高 | 9,032百万円 | 7,420百万円 | 82% |
| NB売上高 | 7,371百万円 | 4,901百万円 | 66% |
| DTC売上高 | 1,950百万円 | 2,492百万円 | 128% |
| 営業利益 | 228百万円 | -204百万円 | — |
| 営業利益率 | 2.5% | -2.8% | -5.3pt |

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

当初業績予想対比

“DTCシフト”が進捗し、売上総利益率は1.0ptの改善

| | 当初業績予想 | 2026年3月期 通期 | 予想比 |
|--------|----------|-------------|-------|
| 全社売上高 | 7,445百万円 | 7,420百万円 | 100% |
| NB売上高 | 4,451百万円 | 4,901百万円 | 110% |
| DTC売上高 | 3,086百万円 | 2,492百万円 | 81% |
| 売上総利益 | 2,204百万円 | 2,274百万円 | 103% |
| 売上総利益率 | 29.6% | 30.6% | +1.0p |
| 営業利益 | -171百万円 | -204百万円 | — |
| 営業利益率 | -2.3% | -2.8% | -0.5p |
| 経常利益 | -178百万円 | -227百万円 | — |
| 当期純利益 | -142百万円 | -269百万円 | — |

2.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2026年3月期通期振り返り

3. 2026年3月期通期実績

4. 2027年3月期業績予想

Appendix

2026年3月期における重点施策の進捗状況

計画した施策をほぼ遂行。品揃え拡充と売り場拡大含め、積極的に“DTCシフト”を加速

プロダクト

“品揃え拡充”

- 一部実施済**
DTC食事療法食の新製品開発
猫用ドライとウェット製品を計2SKU上市。
DTCブランドの新規利用者獲得を狙う
- 一部実施済**
食事療法食周辺商材の新規開発
動物病院向け専売製品（犬用体脂肪計）
の開発終了。2027年3月期に上市予定
- 一部実施済**
新規カテゴリーでのDTC展開
新規プレミアムフードの開発終了。
2027年3月期に上市予定

チャネル

“売り場拡大”

- 中止**
DTC特化型ストアの新規出店
DTC特化型ストアの出店を検討するも、
自社ECの集客分散回避のため開発中止
- 実施済**
DTCのサブスク展開拡大
自社EC、Amazon、Yahoo!ショッピング
に加え、楽天市場でも開始
- 実施済**
DTCの卸売り展開拡大
DTCの食事療法食の取扱店舗が124店舗
増加。計1,284店舗まで拡大

プロモーション

“広告販促強化”

- 実施済**
DTCへの広告販促投資強化
NBの広告販促投資をDTC向けに配分。
DTCの認知度向上に向けた露出を拡大
- 実施済**
SNSマーケティング強化
自社ECのインスタアカウントをリニュー
アル。DTC含めた商品露出を強化
- 実施済**
ソーシャルギフト促進
参加保護団体が11団体増加（計41団体）
。自社ECでのソーシャルギフトを促進

食事療法食を2SKU上市。新規プレミアムフードの開発完了。2027年3月期に上市予定

 実施済



プロダクト

DTC食事療法食ドライ・ウェット製品上市

猫用腎臓ケアドライフィッシュ、猫用腎臓ケアウェットを新発売。商品点数は計59SKUまで拡大。
ペットデータを活用し、引き続き新製品開発を継続

VETS One

VETERINARY



新製品追加

2026年3月期上市



チャンネル

DTCブランドの卸売り展開拡大

DTCブランド「ベッツワン」の食事療法食「ベッツワンベテリナリー」取扱店舗が124店舗増加。
計1,284店舗で取扱い※1



計1,284店舗で取扱い



VETS One



2026年3月期開始



2026年3月期開始

※1 2026年3月末時点

チャンネル

DTCブランドのサブスク展開拡大

DTCブランド「ベッツワン」の定期購入を自社EC、Amazon、Yahoo!ショッピングに加え、楽天市場でも開始。ストック型の収益獲得を積極的に推進

VETS One

2025年3月期開始



2025年3月期開始



2026年3月期開始



2025年3月期に開始した、保護団体で新しい飼い主を待ちながら生活する犬や猫に想いを届ける取り組み「ADOPTION PARK GIFT」の参加保護団体が11団体増え、41団体まで拡大



- 1 支援したい団体の「ほしい物リスト」を見る
- 2 支援したい商品をカートに入れて、購入する※
- 3 団体に商品が送られる

※お届け先は団体の住所が自動で設定されます

フード・医薬品
などの支援物資

犬猫の保護団体
(現在41団体が参加)



新規領域

FLAFFYのドッグイベントを年3回開催

2025年4月にグループジョインした「FLAFFY」によるペットもヒトも楽しめるイベントを年3回開催。相互送客等の事業シナジー創出を本格化

ジャパンわんこフェスタ2025 in お台場
3日間で来場者数10万人を突破



ジャパンわんこフェスタ2025 秋 in お台場
3日間で来場者数7万人突破



ジャパンわんこエキスポ2026 in 駒沢公園
3日間で来場者数7万人突破



(参考) 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、2026年3月期に上場以来初となるM&Aを実行



概要

- FLAFFYが2025年4月1日付けでペットグループにジョイン
- FLAFFYは、SNSを中心に23万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組み
- ペットゴーは、270万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

DogHuggyがグループジョイン

犬の預かりマッチングプラットフォーム「DogHuggy」がグループにジョイン。顧客基盤を活用した新規領域での戦略的な取り組みとして、上場以来2回目となるM&Aを実行。現在、PMI実施中

Dog Huggy

doghuggy.com

概要

- DogHuggyが2025年12月17日付けでペットゴー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り組みを行っており、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、「ペットコマース×ペットメディア×ペットケア」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



ペットゴーは、東日本大震災以降、一般社団法人Do One Goodと共同で保護団体への物資支援を行っています。2026年3月期は、計48トンの寄付を行いました。

日本では、年間数万頭の犬や猫が保護施設に収容されており、新しい家族との出会いを待っています。しかし、保護団体の多くは寄付やボランティアに支えられて運営しているため、資金や物資の不足が課題となっています。

今後も保護団体の保護活動を継続的に支援していくことで動物愛護に貢献していきます。



その他

保護団体の卒業犬と迎え主の里帰りイベントを年2回開催

動物保護団体を巣立った卒業犬たちをお迎えする里帰りイベント「HOMECOMING PARK」を春秋の年2回開催。複数の保護団体、多くの犬たち、迎え主さんが参加



新物流センター「PFCA」の稼働開始

耐震性強化に加え、出荷能力及び保管効率向上、さらには将来の拡張性を備えた新築物流センターに移転。当社の成長戦略を支える中核インフラとしての位置付けとなる



移転の狙い

“商品”ではなく“ペットライフ”を届ける

- 耐震性の強化（BCP・安全性の向上）
- 出荷能力および保管効率の向上（成長対応）
- 保管最適化およびSKU拡大（在庫設計の柔軟性向上）
- 労働環境の改善（働きやすさと生産性の両立）

- 名称：Petgo Fulfillment Center Atsugi
（略称：PFCA）
- 所在地：神奈川県厚木市
- 賃貸面積：倉庫2,033坪、事務所等160坪
- 構造：耐火構造

3.

1. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期通期振り返り

3. 2026年3月期通期実績

4. 2027年3月期業績予想

Appendix

2026年3月期 通期実績

NB売上減の影響により、売上が減少し、営業損失を計上

(単位：百万円)

| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | YoY |
|--------|-------|-------|--------|-----|
| 売上高 | 9,032 | 7,420 | -1,612 | 82% |
| 売上総利益 | 2,807 | 2,274 | -533 | 83% |
| 売上総利益率 | 31.1% | 30.6% | -0.4Pt | |
| 営業利益 | 228 | -204 | -432 | — |
| 営業利益率 | 2.5% | -2.8% | -5.3Pt | |
| 経常利益 | 207 | -227 | -434 | — |
| 当期純利益 | 128 | -269 | -398 | — |

2026年3月期 通期セグメント概要

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)

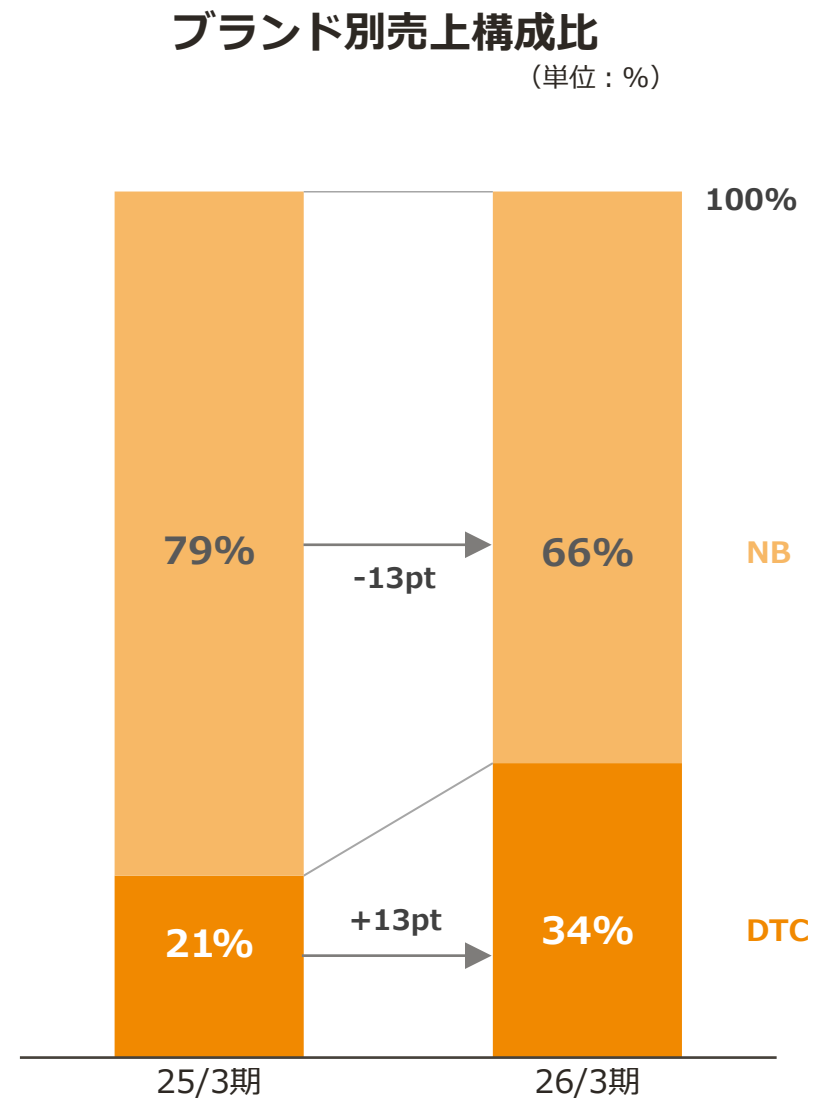
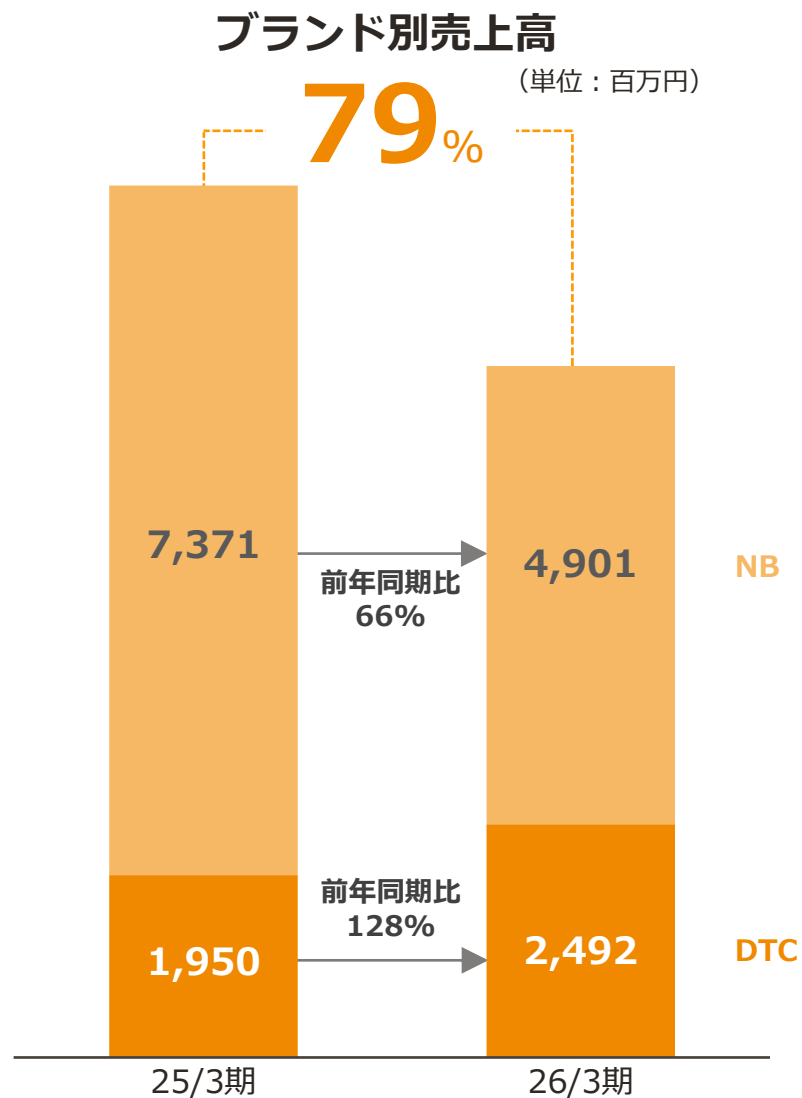
| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | YoY |
|------------------|-------|-------|--------|-----|
| ペットコマース事業 | | | | |
| 売上高 | 9,032 | 7,126 | -1,906 | 79% |
| セグメント利益 | 585 | 99 | -485 | 17% |

| | 25/3期 | 26/3期 | 増減額 | YoY |
|------------------|-------|-------|-----|-----|
| ペットメディア事業 | | | | |
| 売上高 | — | 291 | 291 | — |
| セグメント利益 | — | 57 | 57 | — |

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

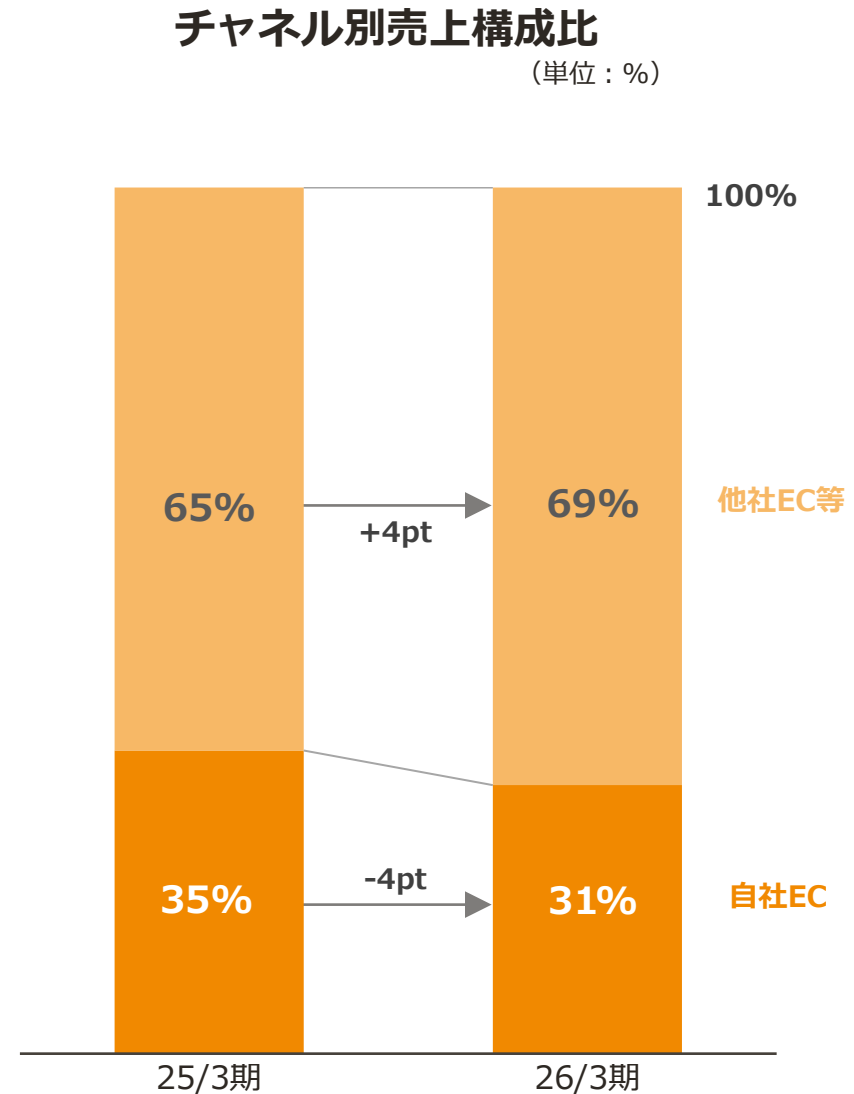
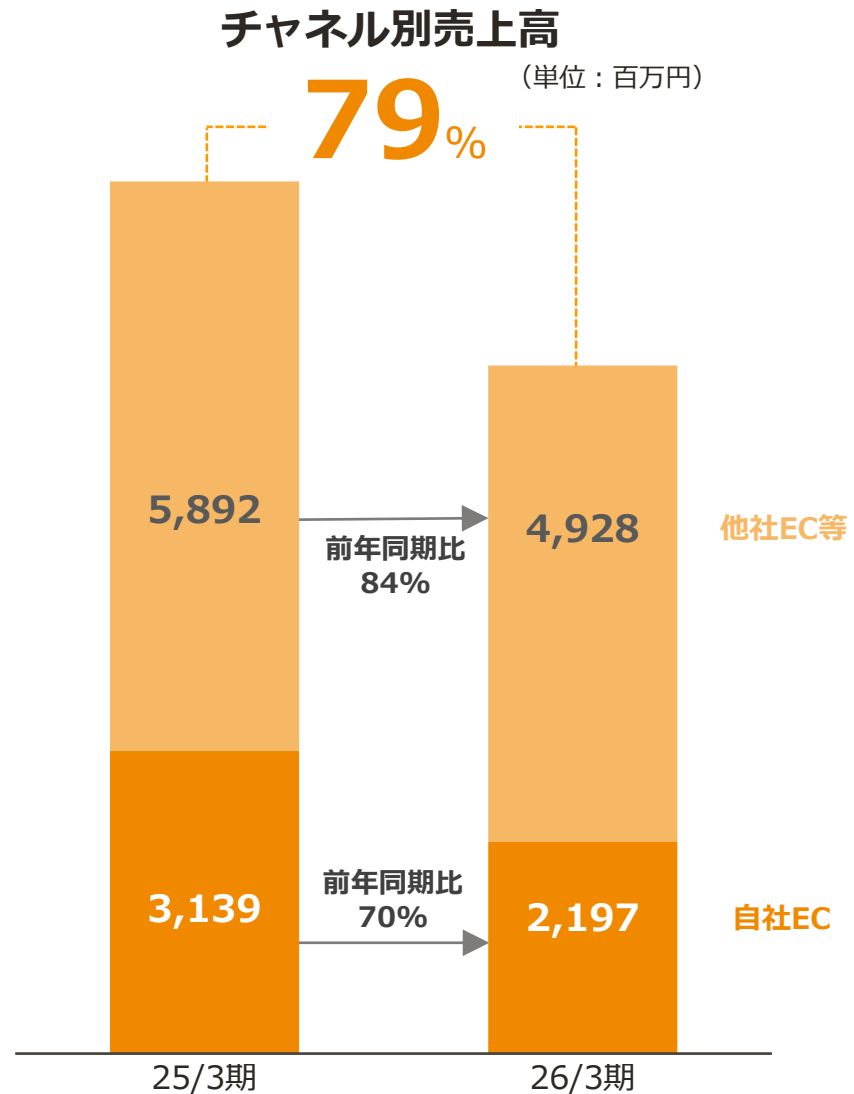
ペットコマース事業：ブランド別売上高

DTC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EC、他社EC等共に、NB売上減が影響し減収

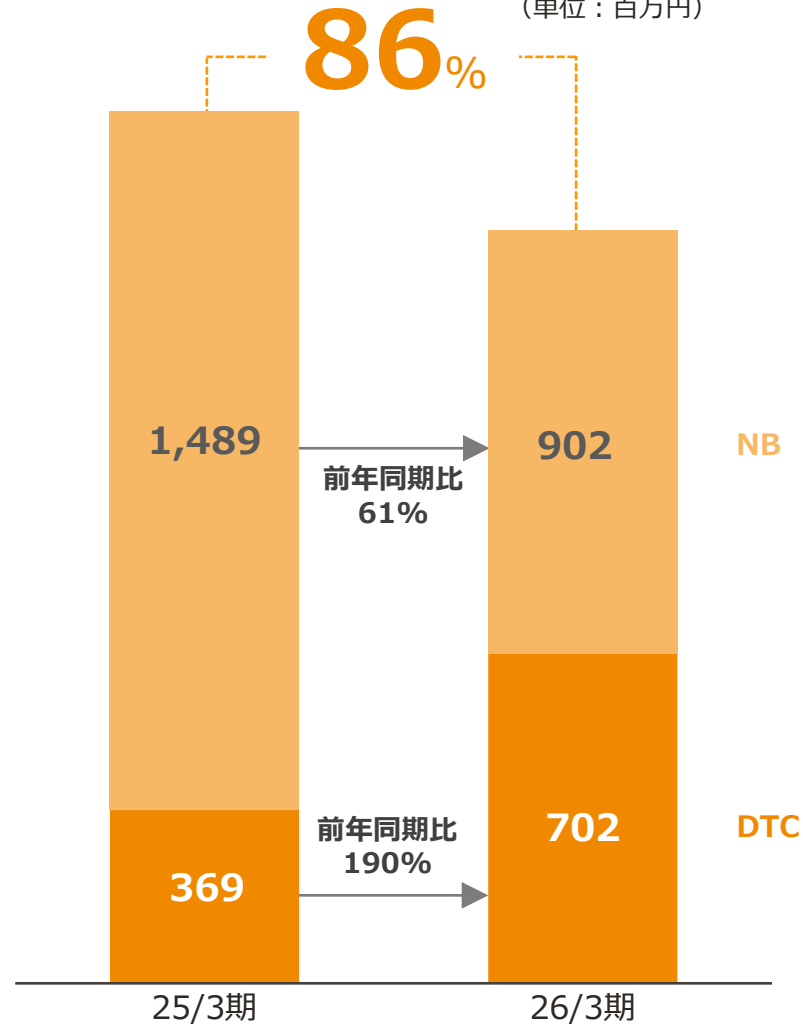


ペットコマース事業：ブランド別サブスク売上高

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

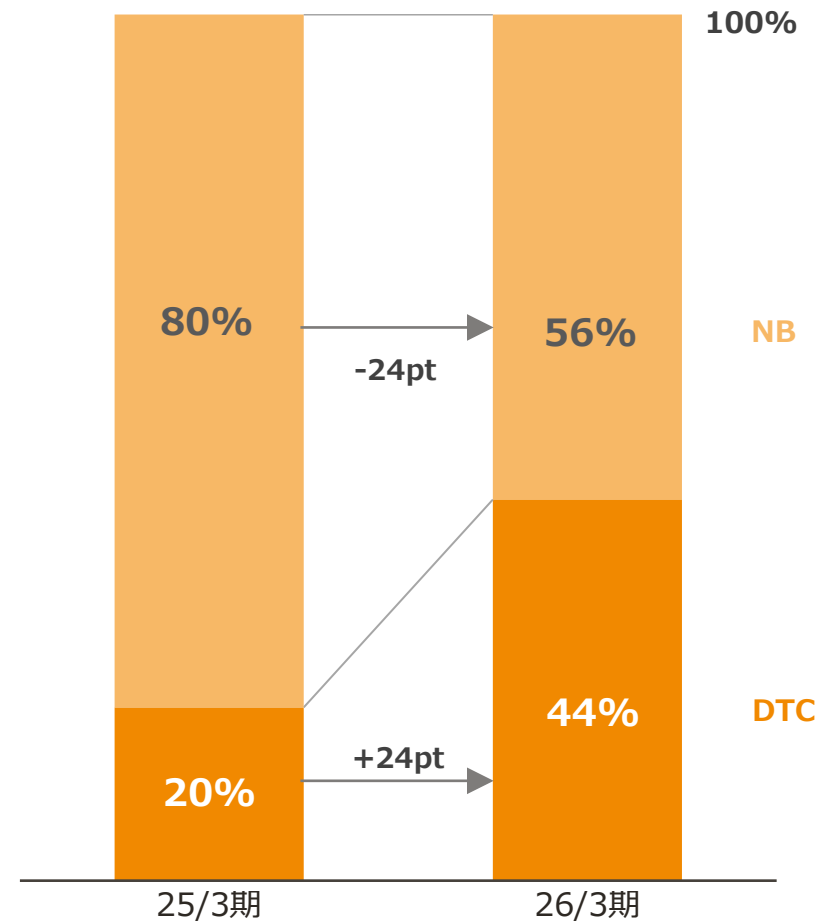
サブスクコマース売上高

(単位：百万円)



サブスクコマース売上高比率

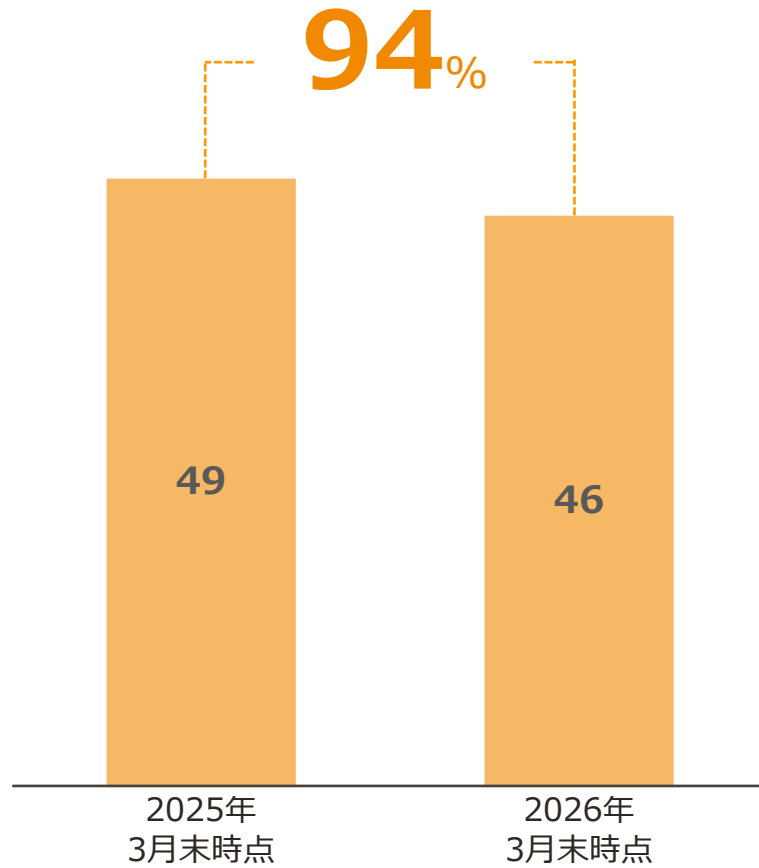
(単位：%)



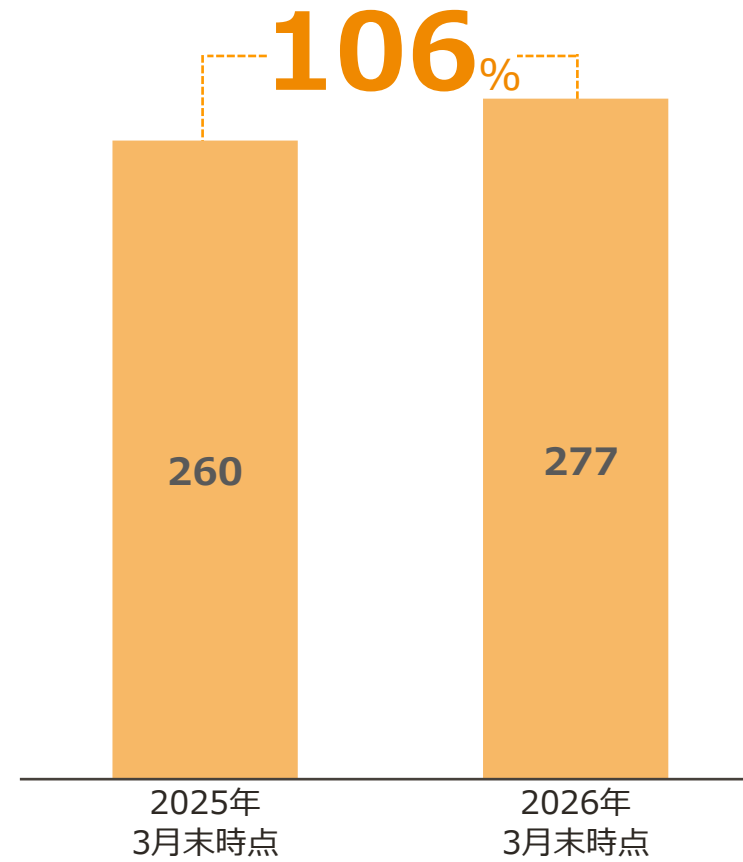
ペットコマース事業：購入者数

アクティブ購入者は、NBの影響により減少

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 | 26/3期 | 増減額 | YoY |
|-------------------|-------|-------|------|------|
| 販売費及び一般管理費 | 2,578 | 2,478 | -100 | 96% |
| 変動費 | 1,428 | 1,294 | -133 | 91% |
| 戦略投資 | 279 | 195 | -84 | 70% |
| その他固定費 | 870 | 987 | 116 | 113% |
| 戦略投資の詳細※1 | | | | |
| 広告費 | 209 | 148 | -60 | 71% |
| 販促費 | 54 | 37 | -17 | 67% |
| 研究開発費 | 15 | 9 | -5 | 64% |
| クーポン・ポイント | 331 | 298 | -32 | 90% |

※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及びDogHuggy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 | 26/3期 | 増減額 | 前期末比 |
|----------------|-------|-------|--------|------|
| 資産合計 | 3,310 | 3,163 | -147 | 96% |
| L 流動資産 | 3,213 | 2,601 | -612 | 81% |
| L 固定資産 | 96 | 561 | 464 | 584% |
| 負債合計 | 2,084 | 2,124 | 39 | 102% |
| L 流動負債 | 1,776 | 1,836 | 60 | 103% |
| L 固定負債 | 307 | 287 | -20 | 93% |
| 純資産合計 | 1,226 | 1,038 | -187 | 85% |
| 負債純資産合計 | 3,310 | 3,163 | -147 | 96% |
| 自己資本比率 | 37.0% | 32.0% | -5.0pt | |

4 .

1. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期通期振り返り
3. 2026年3月期通期実績

4. 2027年3月期業績予想

Appendix

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 |
|-------|---------------|---------------|
| 全社売上高 | 7,420百万円 | 7,992百万円 |
| NB | 4,901百万円 | 4,863百万円 |
| DTC | 2,492百万円 | 3,027百万円 |
| 営業利益 | -204百万円 | 153百万円 |
| 営業利益率 | -2.8% | 1.9% |

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

2027年3月期における重点施策と成長に向けたアプローチ

ペットコマースでのオーガニック成長と、ペットメディア及び新規領域での非連続的な成長により、短中長期での成長トレンドを作り上げる

ペットコマース

“DTCシフト”

1 新規プレミアムフード投入

顧客基盤を活用し、新規DTCプレミアムフードを新発売。粗利率向上を狙う

2 動物病院チャネルへの進出

DTCの食事療法食、医薬品等を動物病院チャネルへ販売開始。認知度向上を狙う

3 品揃え拡大によるサブスク強化

NBのサブスク対象商品を拡大し、自社ECのサブスク購入者数増加を狙う

ペットメディア

“収益基盤の強化”

1 SNS運用受託営業強化

ペット関連企業のインスタアカウント運用受託営業を強化。ストック収益拡大を狙う

2 イベント安定運用と新規開発

ドッグイベントの年2回開催を安定化させ、新規イベントを開発

3 相互送客によるシナジー創出

ペットコマースとペットメディアの相互送客による広告商品の開発及び営業強化

新規領域

“さらなる挑戦”

1 DogHuggyの事業PMI強化

コマースからの送客、ポイント活用等によりホスト数、利用者数を拡大

2 継続的なM&A

コマースの顧客基盤を活用できる収益性の高い事業のM&Aを引き続き検討

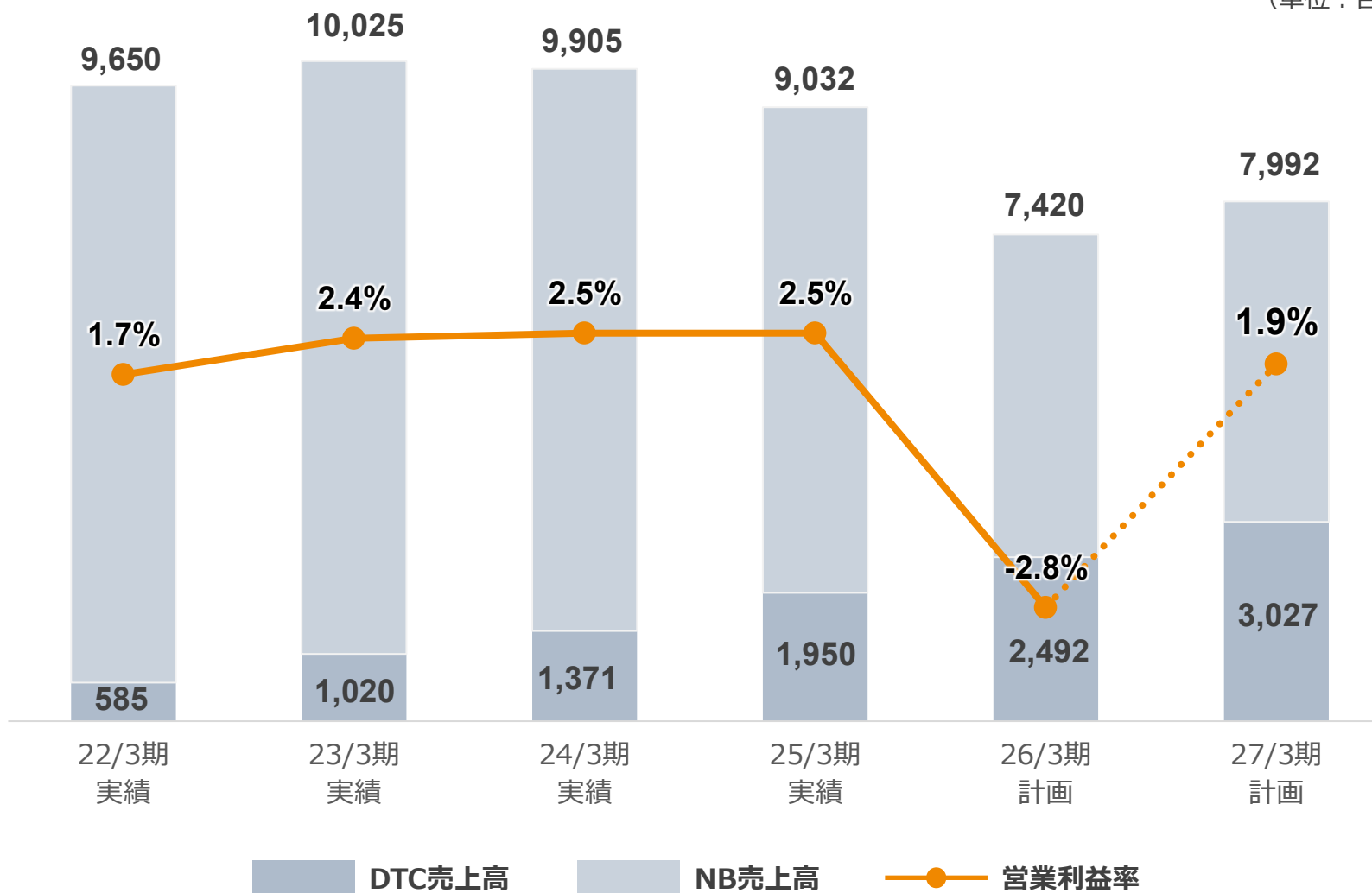
3 コト市場開拓による収益強化

モノ→コト市場を開拓していくことで、新たな収益創造と通販顧客の獲得を狙う

売上高・営業利益率推移

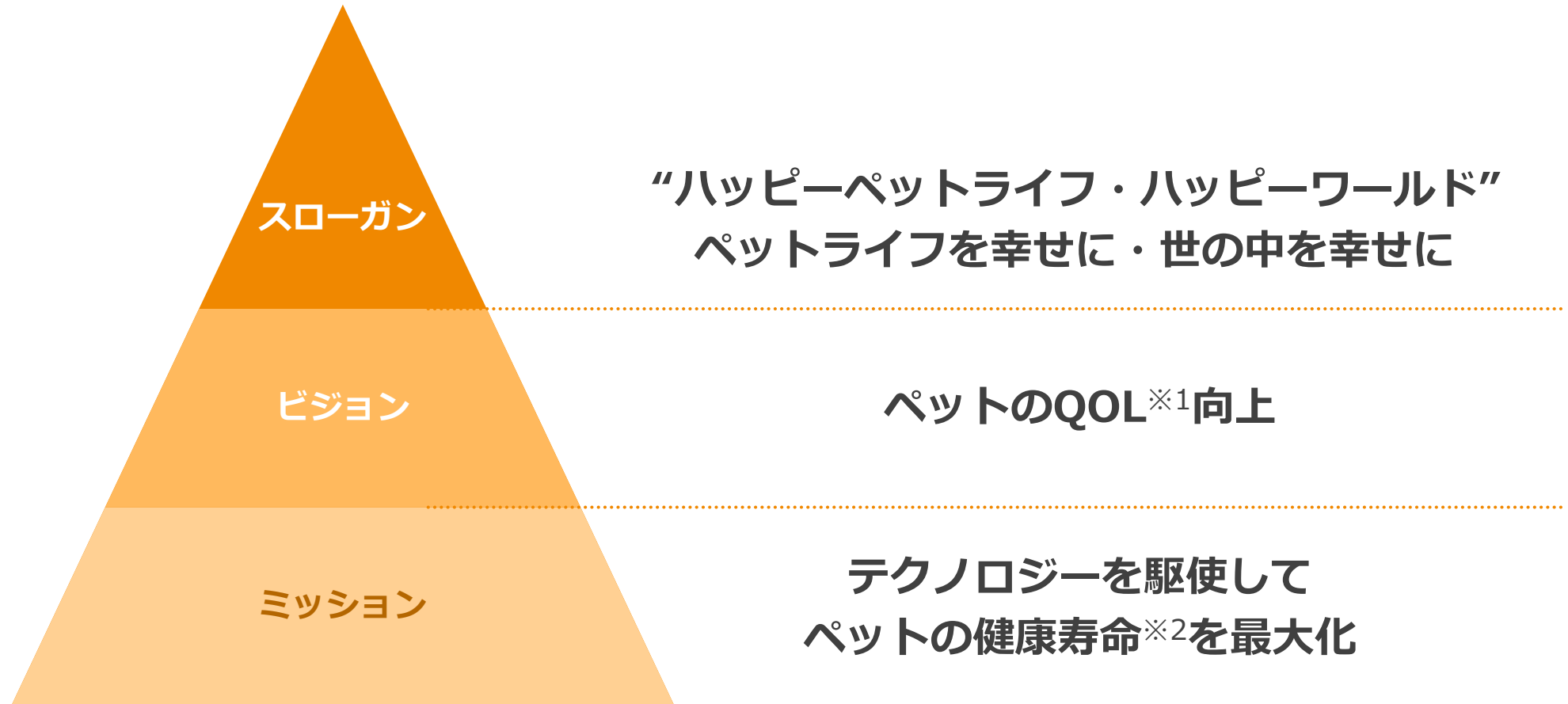
“DTCシフト”を継続しつつ、27/3期は着実に黒字化を目指す

(単位：百万円)



1. エグゼクティブサマリー
2. 2026年3月期通期振り返り
3. 2026年3月期通期実績
4. 2027年3月期業績予想

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 56名（2026年3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
- 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



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

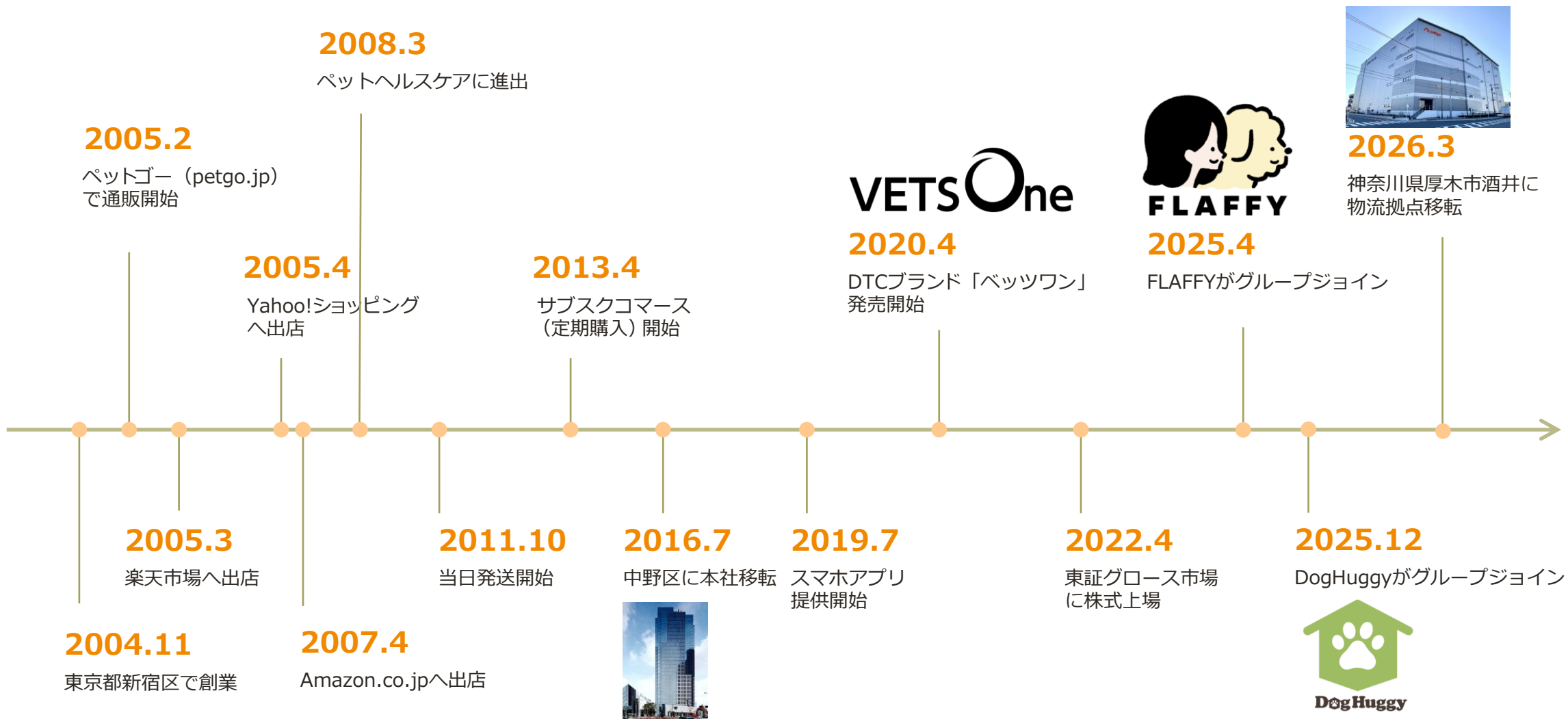
藤池 智則 / 取締役 (監査等委員)

- 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)

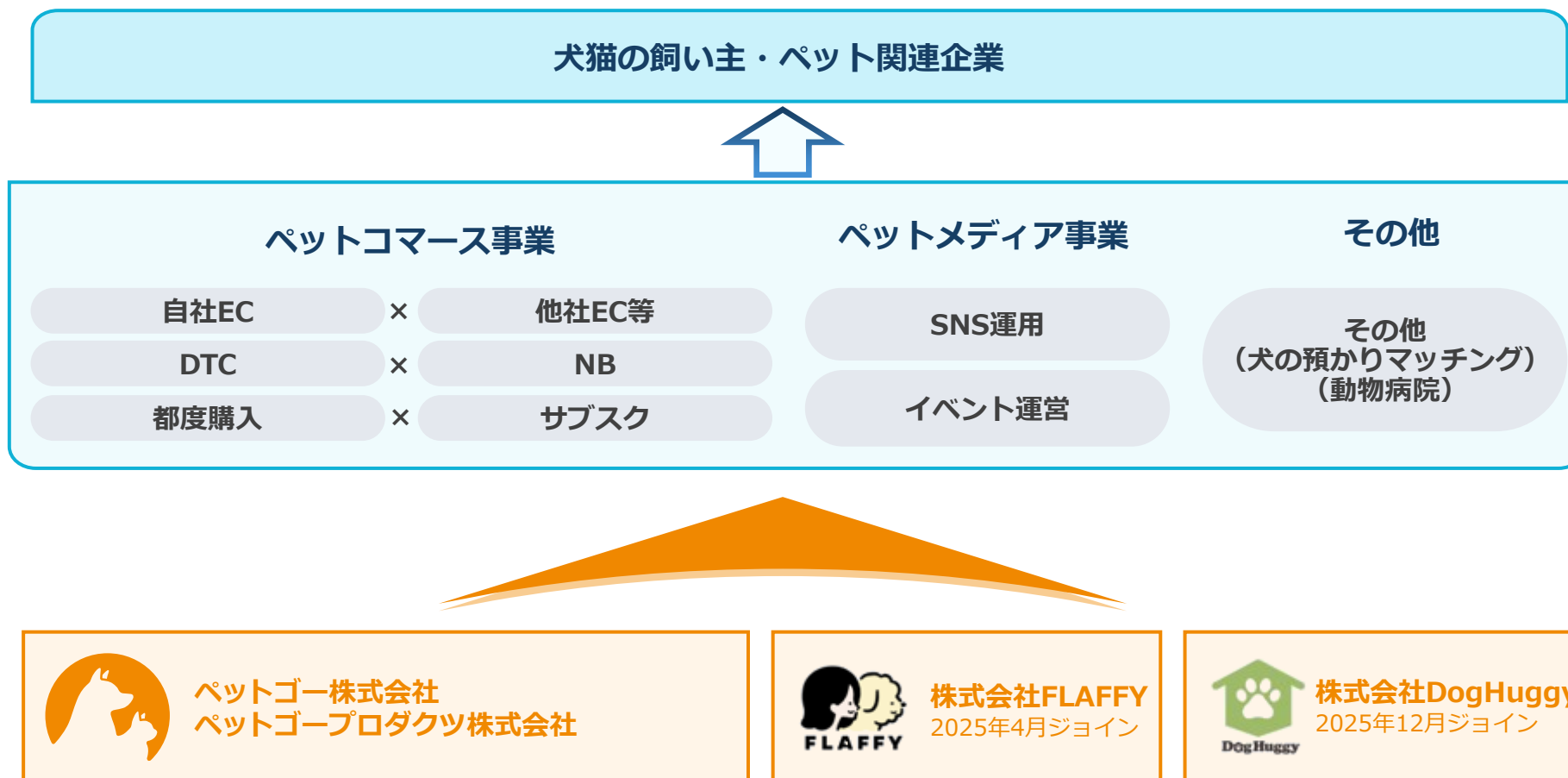
- 2004年 EY新日本有限責任監査法人入所
- 2015年 当社社外監査役就任
- 2017年 伊藤章子公認会計士・税理士事務所代表就任
- 2019年 ピクシーダストテクノロジーズ(株)社外監査役就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2023年 合同会社アコット代表社員就任
- 2023年 (株)RevComm社外監査役就任
- 2023年 プリモグローバルホールディングス(株)社外取締役監査等委員就任
- 2025年 新電元工業(株)社外監査役就任
- 2025年 公益財団法人日本バスケットボール協会監事

沿革



ペットゴーグループの事業系統図

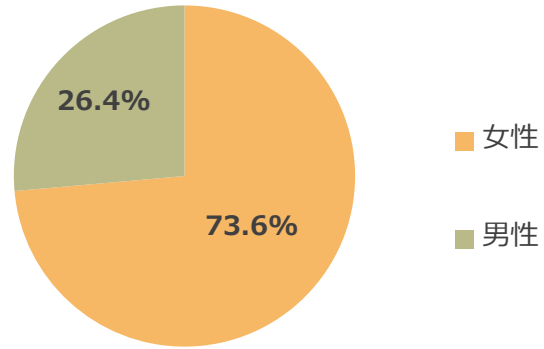
ペットコマースからペットメディア等へ事業領域を拡大



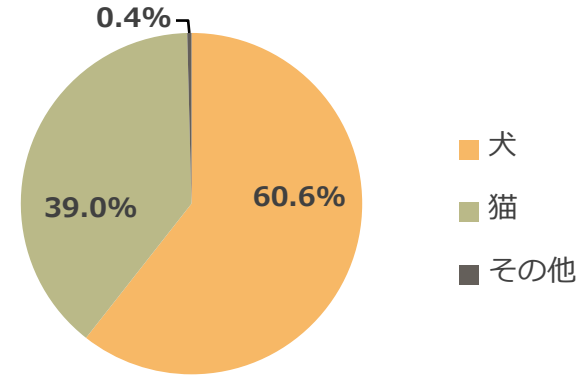
顧客属性

都市部に住む女性の飼い主が、主な顧客セグメント

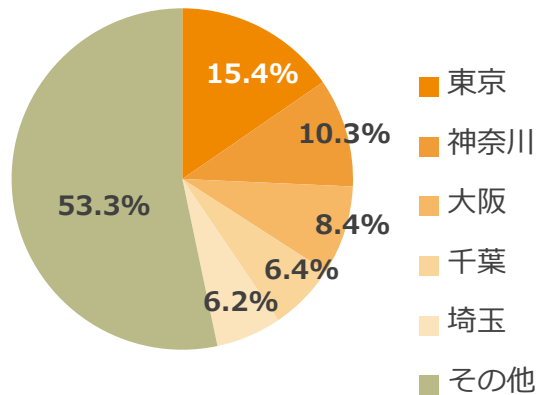
顧客の性別



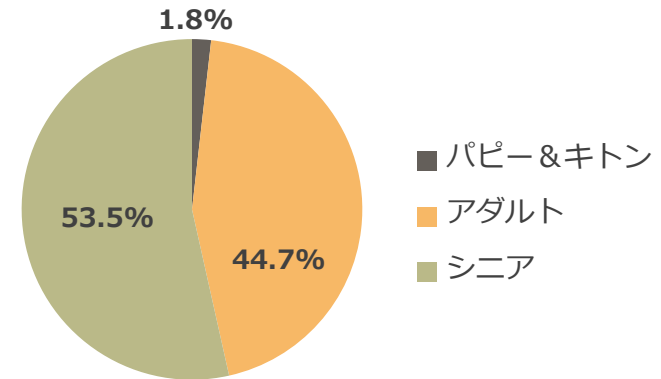
犬猫の比率



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（2026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
- 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



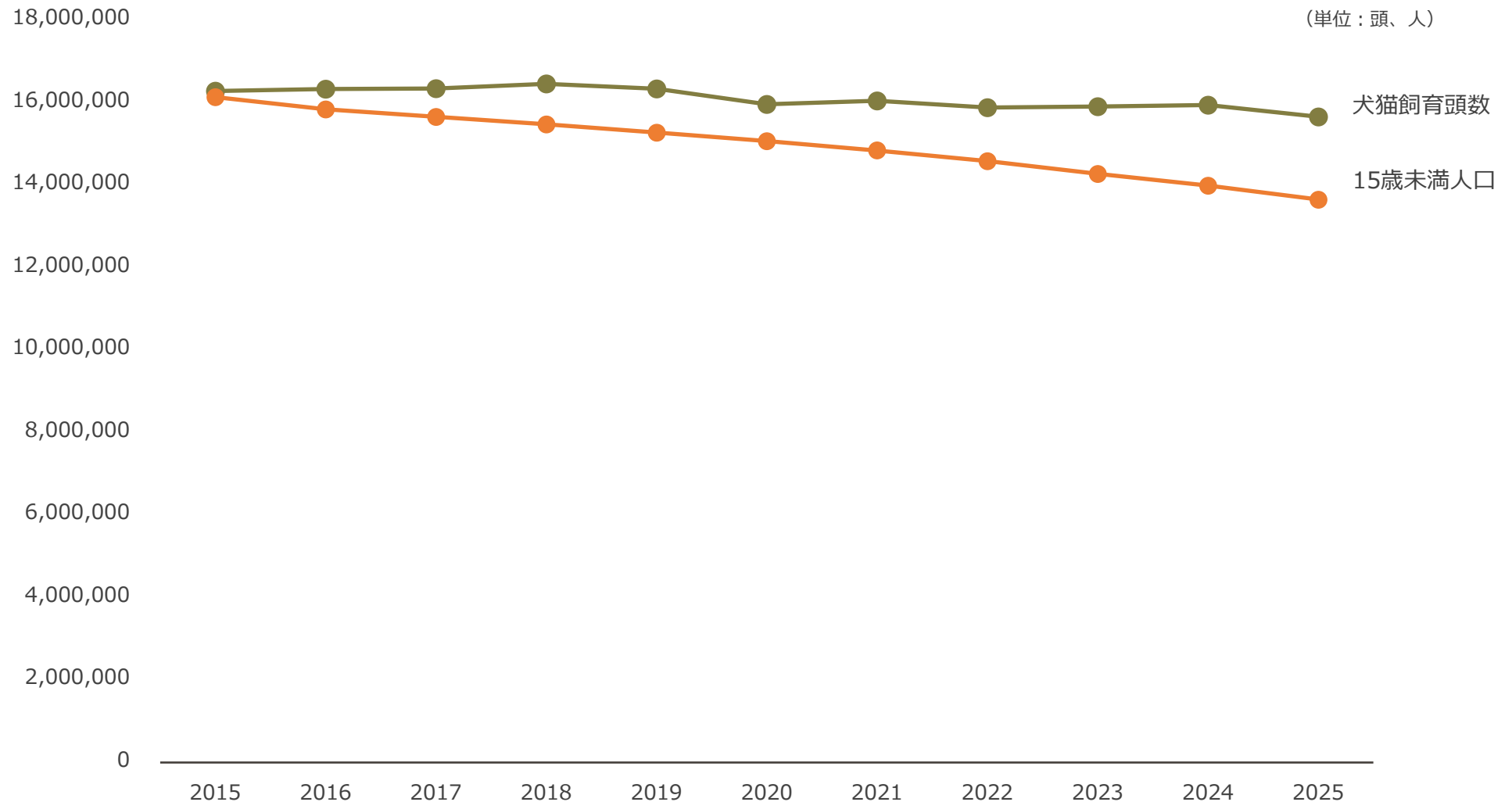
コンプライアンス重視経営を目指し、 企業価値を最大化

- コーポレート・ガバナンス報告書



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

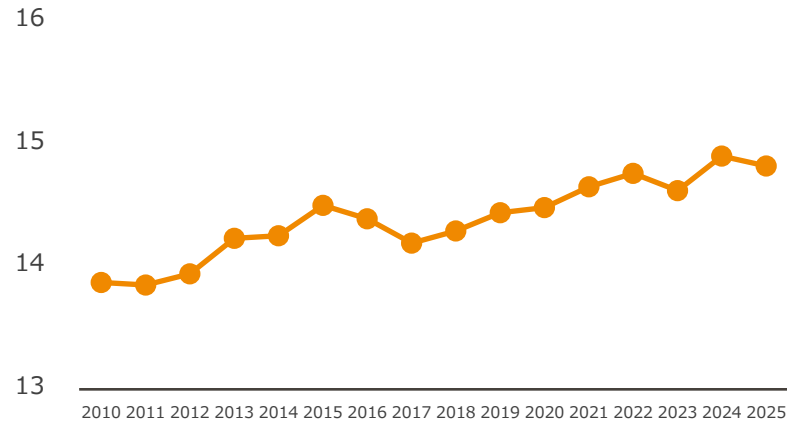


出所：一般社団法人ペットフード協会「全国犬猫飼育実態調査」、総務省統計局

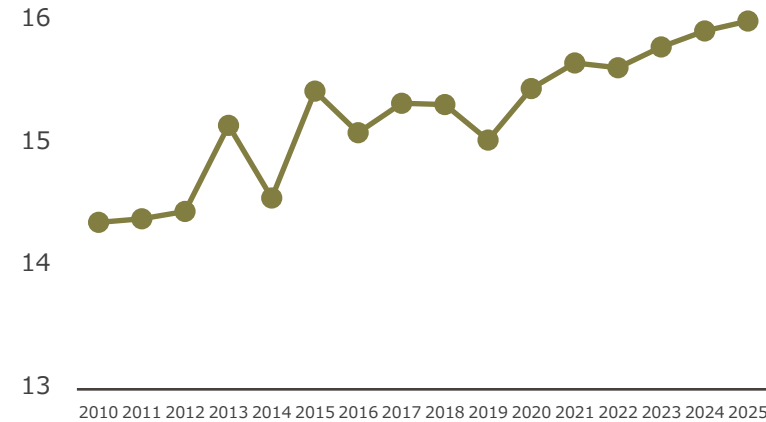
犬猫の平均寿命と年齢別疾患増加傾向

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

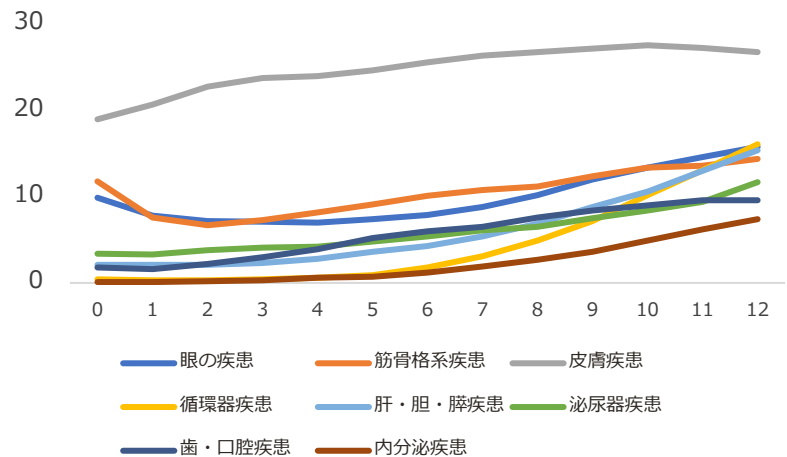
犬の平均寿命 (単位: 歳)



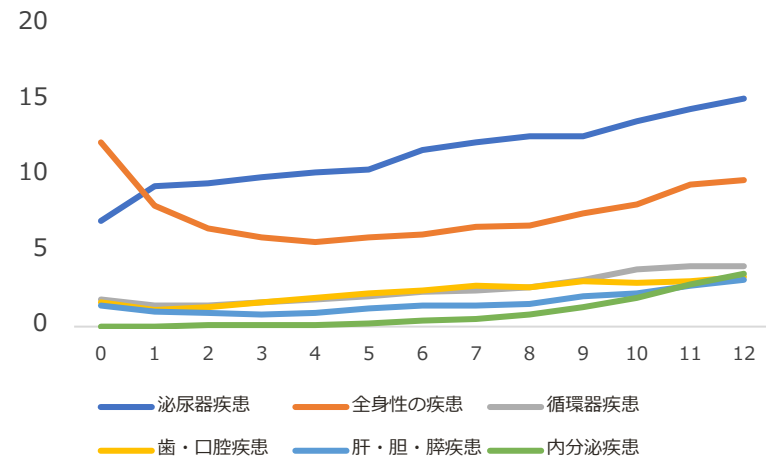
猫の平均寿命 (単位: 歳)



犬の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



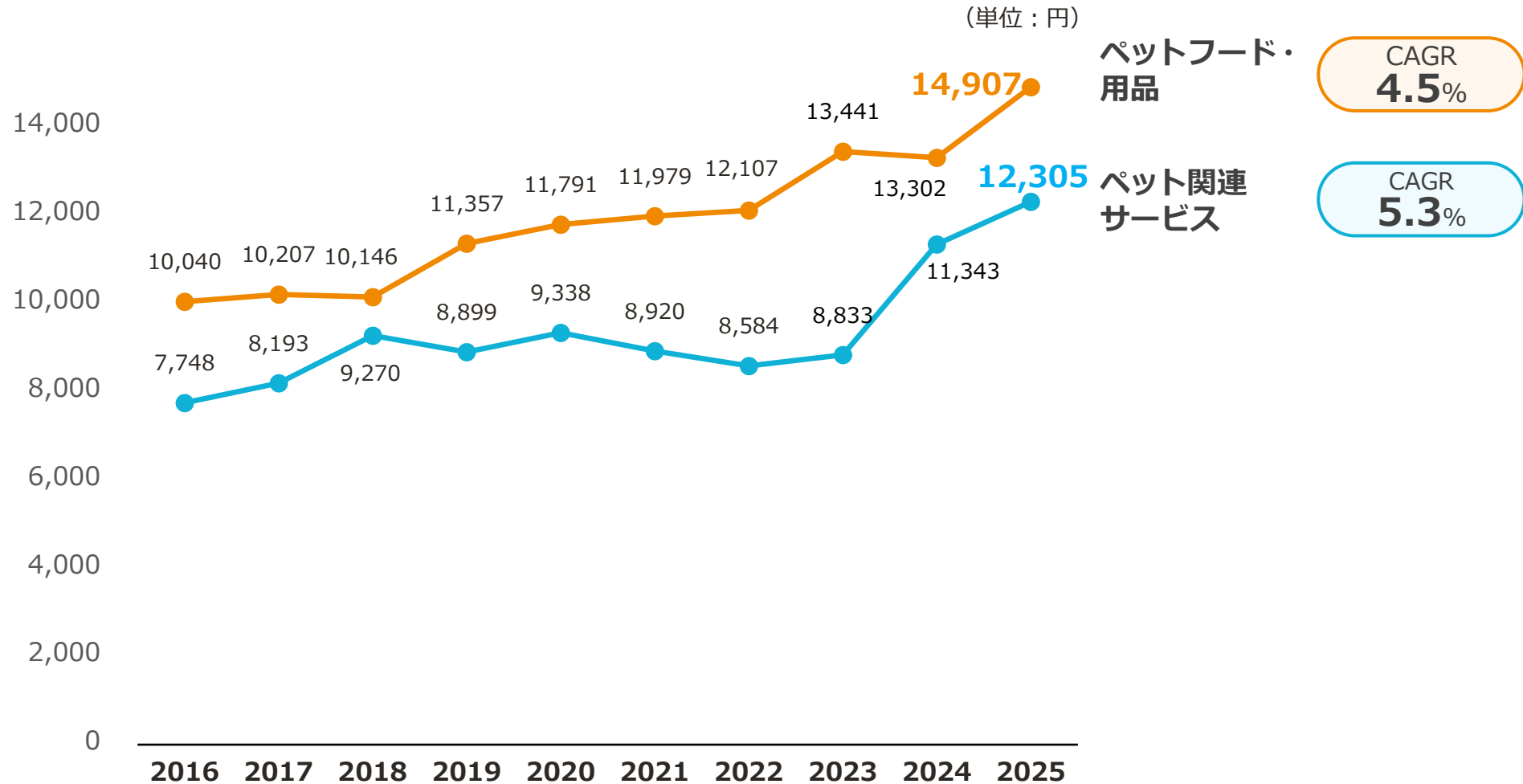
猫の年齢別疾患増加傾向 (単位: %)



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2025」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

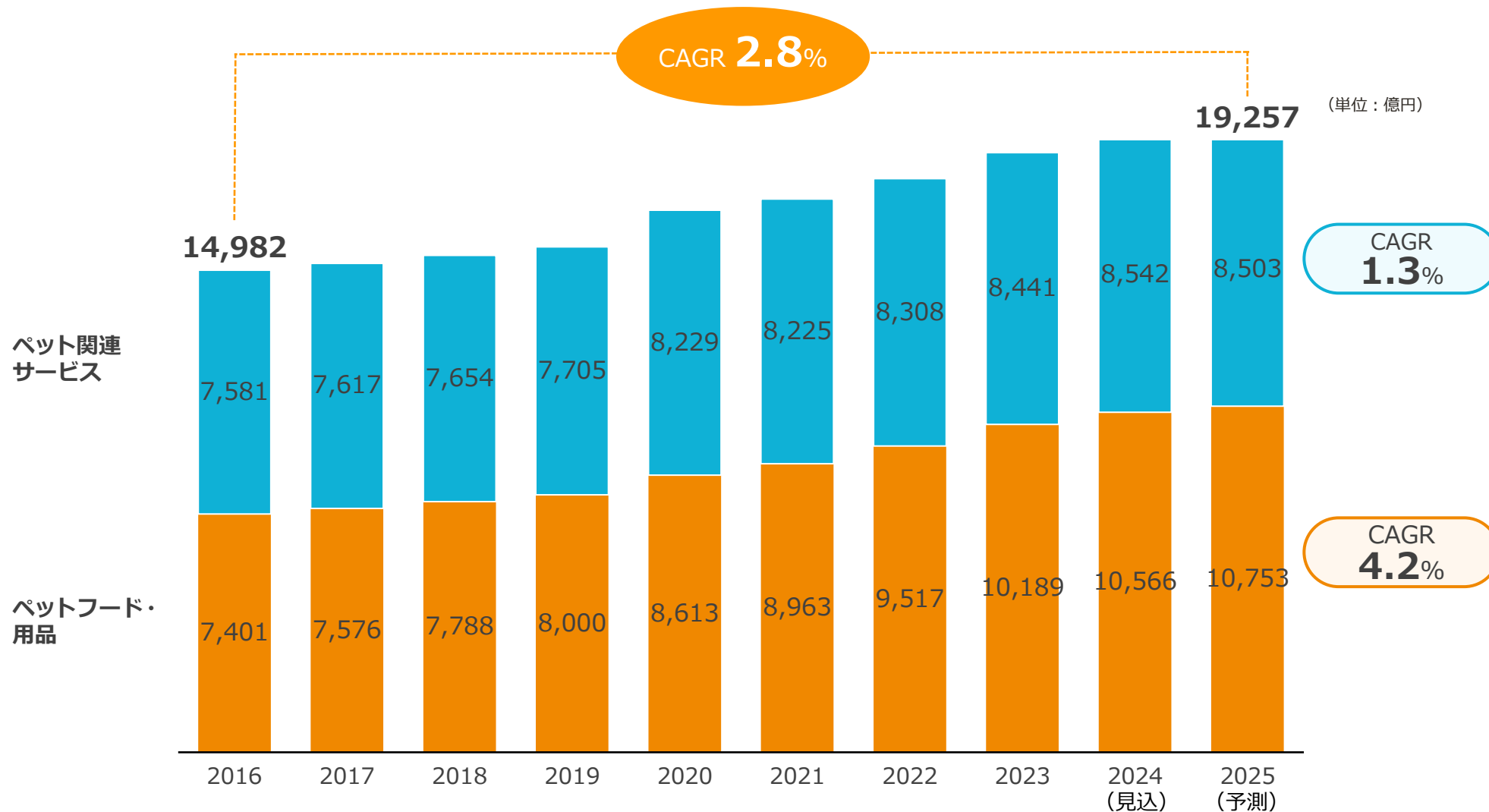
高価格化・長寿命化・家族化により、1世帯あたりのペット関連消費額が増加



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

ペットヘルス領域を中心にシェア拡大を狙う

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2,688億円※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）

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社グループの事業内容へのご理解を一層深めて頂くことを目的に継続して実施

優待内容

5,000ポイントを贈呈（1ポイント=1円分相当）
※自社EC・アプリでの購入のほか、寄付にも利用可能

対象株主様

3月31日現在の株主名簿に記載または記録された、
1单元（**100株**）以上保有の株主様

贈呈時期・期限

6月（株主総会招集通知に同封）に発送予定
※有効期限はポイントの付与から**6ヶ月間**

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。
- 事業計画及び成長可能性に関する事項については、6月末迄に開示を予定しております。

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

