

ペット市場の最新トレンドと
日経トレンディヒット予測にランクインした
新市場を創出するノウハウ

株式会社 PETOKOTO 代表取締役
大久保 泰介



目 次

概要	1
はじめに	1
1. WHY US (なぜやるのか)	2
(1) WHY DO (なぜ今やるのか)	2
(2) WHY US (なぜやるのか)	2
2. WHO (PETOKOTO について/働く環境)	2
3. WHAT (マーケットと事業のお話)	3
(1) 現在の事業	3
(2) 課題	4
(3) 市場の状況	4
(4) チャネル戦略	5
4. HOW (マーケティングのお話)	5
(1) どのような価値を提供するのか	6
(2) ポジショニング	6
(3) 大切にしていること	7
おわりに ~TO OUR FRIENDS : 未来の仲間へ~	8

概要

ペット市場は、ペットの家族化／ペットテックの成長を特徴とする成長市場である。特にペットの食事に対する飼い主の意識は高まっており、ペットフード市場の中でもフレッシュフード市場の成長が目覚ましい。本講演では、ペット市場の現状に加え、株式会社PETOKOTOの事業と関連させ、ペットフード市場におけるマーケティング／ポジショニングなど新市場創造にかかわるノウハウや、事業の発展を目指すうえで大切にしていることなどについて紹介していく。

はじめに

まずは自己および自社について紹介する。

京都出身であり、大学を卒業後、ユニクロ社 (UK/PARIS) で「+J」などのマーケティングを担当後、グリー社採用マーケティング／財務管理会計を経験。2015年に、株式会社PETOKOTO (以下 PETOKOTO) の前身となる株式会社シロップを創業した。起業する3年前まで犬や猫を触ることすら苦手だったが、2匹の犬との同居をきっかけに触らず嫌いだと気づき、“大好き”に変化した。ペット業界が、デジタル化が遅れている産業であること、殺処分問題を含め社会問題が顕在化していることに気づき、会社を起業。2021年2月の社名変更を経て、現在のPETOKOTOに至る。

PETOKOTOでは「ペットを家族として愛せる世界へ。」をミッションに掲げ、ペットが幸せな一生を送るためのコンシェルジュを目指して事業を展開している。このために2022年3月にリブランディングを行い、PETOKOTO BRAND HOMEを作成した(図1)。MISSIONを目指して全社員一丸となって行動するために、どのような事業を行い (STRATEGY)、どのような強み (STRENGTH) /行動規範 (RULE) /信念 (BELIEF) を持つべきか、などを社内で共有することを目的としたものである。

なお、PETOKOTOのロゴは、二足歩行の人間と四足歩行の動物の動物が同じ方向を見ている姿を形にしたものだ。

図1



©PETOKOTO, Inc. All Rights Reserved.

1. WHY US（なぜやるのか）

（1）WHY DO（なぜ今やるのか）

世界でペットの家族化が進んでいる。人間と同様の新鮮な食事／美容のほか、海外ではペットと共に客室に乗車可能な航空機も登場している（本来、動物は貨物エリアに預ける）。

また、ペットテックがペット市場の成長をけん引している。家族化に対応したサービスの需要が顕在化し、テクノロジーを活用したサービスが増加している。2022年グローバルのペット市場は13兆円（出典：Euromonitor International from Passport）、国内ペットテック市場は39億円に拡大見込み（出典：矢野経済研究所）となっている。IoTなどハード面に限らず、食事や出会いのIT化も含めた広義のペットテックにとらえると、その成長の可能性は計り知れない。

ペットの家族化が進む一方で、軽視される命も存在する。減少傾向ではあるが、犬猫殺処分数は年間2.7万匹にのぼり、多くの保護犬／猫が譲渡を待つ状況だ。（出典：環境省統計資料）

こうした情勢下で、一生を通してペットが家族として「どう生きるか」を考え、世界中のペットのクオリティ・オブ・ライフを進化させていく事業だけを、PETOKOTOでは展開していく。

（2）WHY US（なぜやるのか）

ペットショップで販売されるペットの中には、犬種／猫種ごとの標準（見た目／骨格など）に合わない（≠売れない）ことを理由に捨てられるなどして、保護団体に引き取られる個体がいる。命の価値が人間都合で決められている現状は問題であり、最も解決すべきロス問題（命のロス／ライフロス）だと考えている。

PETOKOTOはペットを愛する人々のために、ペットが幸せな一生を送るためのコンシェルジュとなることを目指している。ペットを、真の家族としてそばに置く人が増え、それを誰もが受け入れられる社会へ。そして、人も、動物も、すべての命が生きやすい世界へ。そんな未来を信じ、事業を展開している。

2. WHO（PETOKOTOについて／働く環境）

PETOKOTOは、取締役副社長を獣医師が務めるほか、約20名いる社員の多くが犬／猫を飼育するペット愛好家であり、社員の飼育犬／猫を「社員犬」「社員猫」と位置づけ、PETOKOTOのHPでも紹介している。

働く環境としては、一般的な福利厚生のほか、「社員犬」のためのPETOKOTO FOODS 手当／ワクチン・しつけ教室の割引などを行っている。以前はペットと同伴出社可能なオフィスとしていたが、新型コロナウイルス感染症への対策としてシェアオフィスに切り替え、リモートワークを中心とした勤務体系となっている。

PETOKOTOでは、行動指針としてPETOKOTO RULEを3つ定めている。このルールについては、社内コミュニケーションの中で共通言語として使用し浸透させている。