

ペットビジネスを成功へと導く

3分でわかる
ペットビジネス成功マニュアル

獣医師監修のペットビジネスコンサルタント ペトプロ

本書を読むとわかる3つのこと

1

ペット市場 **概観・近年の動向** がわかる

2

ペットプロダクトの **成功・失敗パターン** がわかる

3

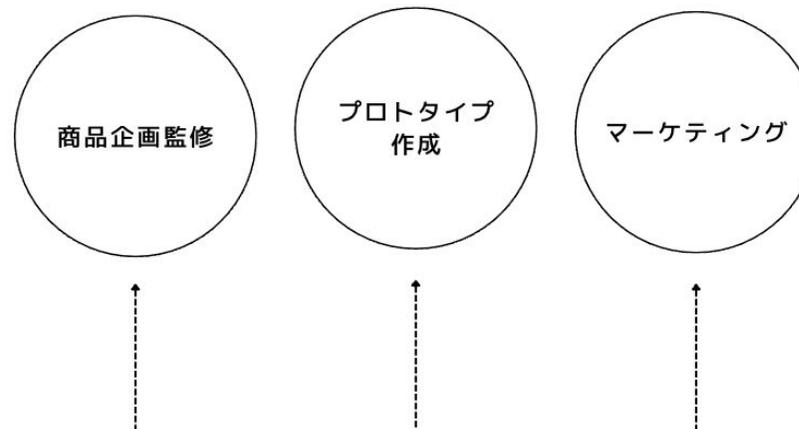
ペットビジネス **成功のためのチェックリスト**

獣医師監修 ペット製品/新規事業コンサルティングサービス

獣医師、マーケターの両視点から、伴走いたします。

主なサポート内容

- ✓ 獣医師の監修・アドバイザー
- ✓ ペットフードのレシピ作成
- ✓ SEOマーケティング支援
- ✓ 獣医師プロモーション協力



獣医師、マーケターの両視点から伴走

獣医師監修 ペット製品/新規事業コンサルティングサービス

事業開発と臨床現場の知見を持つ獣医師が、ペット領域の新規事業開発を一気通貫でサポートします。



プロジェクト・マネジャー
T.Uwai

獣医師

東京農工大学農学部 獣医学科卒業

2020年 都内ペット関連事業会社に入社し、計3病院の動物病院の事業承継後の立ち上げに携わる。

現在は自身で教育系事業を運営しながら、複数事業者のコンサルティングを行う。



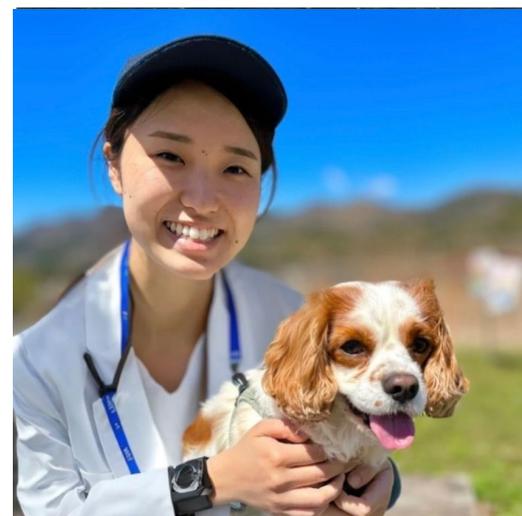
プロジェクト・マネジャー
H.Hokanishi

獣医師

株式会社リクルート次世代事業開発室にてペット系相談サービスのプロダクト開発にてインターン経験がある。

都内動物病院グループにて経営企画室に所属する。

現在は臨床獣医師の経験を活かし、ペットプロに参画。



ペットフードイスト
M.Imai

獣医師

大手ペットフードメーカーにて食事管理を学び、動物病院向けのセミナーや飼い主様向けの食事相談などを行ってきた。その経験を活かし、現在は企業様向けにペットフードのレシピ提案や監修等(主に犬向け)を行っている。

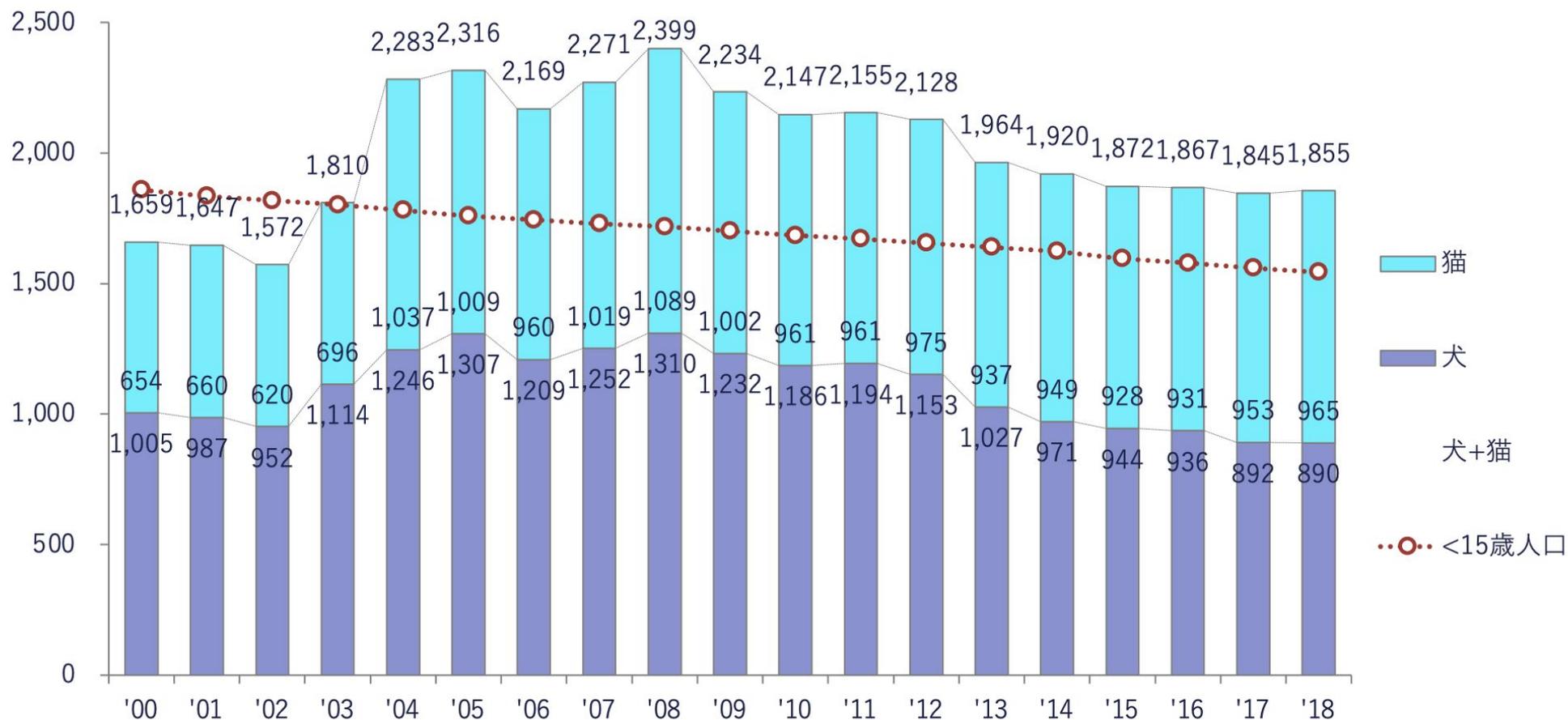
Chapter 01.

ペット市場概観・近年の動向

ペット業界は拡大傾向にあり、24年度には1兆 8370 億円に増えると予測される。本章では、ペット市場の概観について説明・並びに、近年の動向について完結にまとめます。

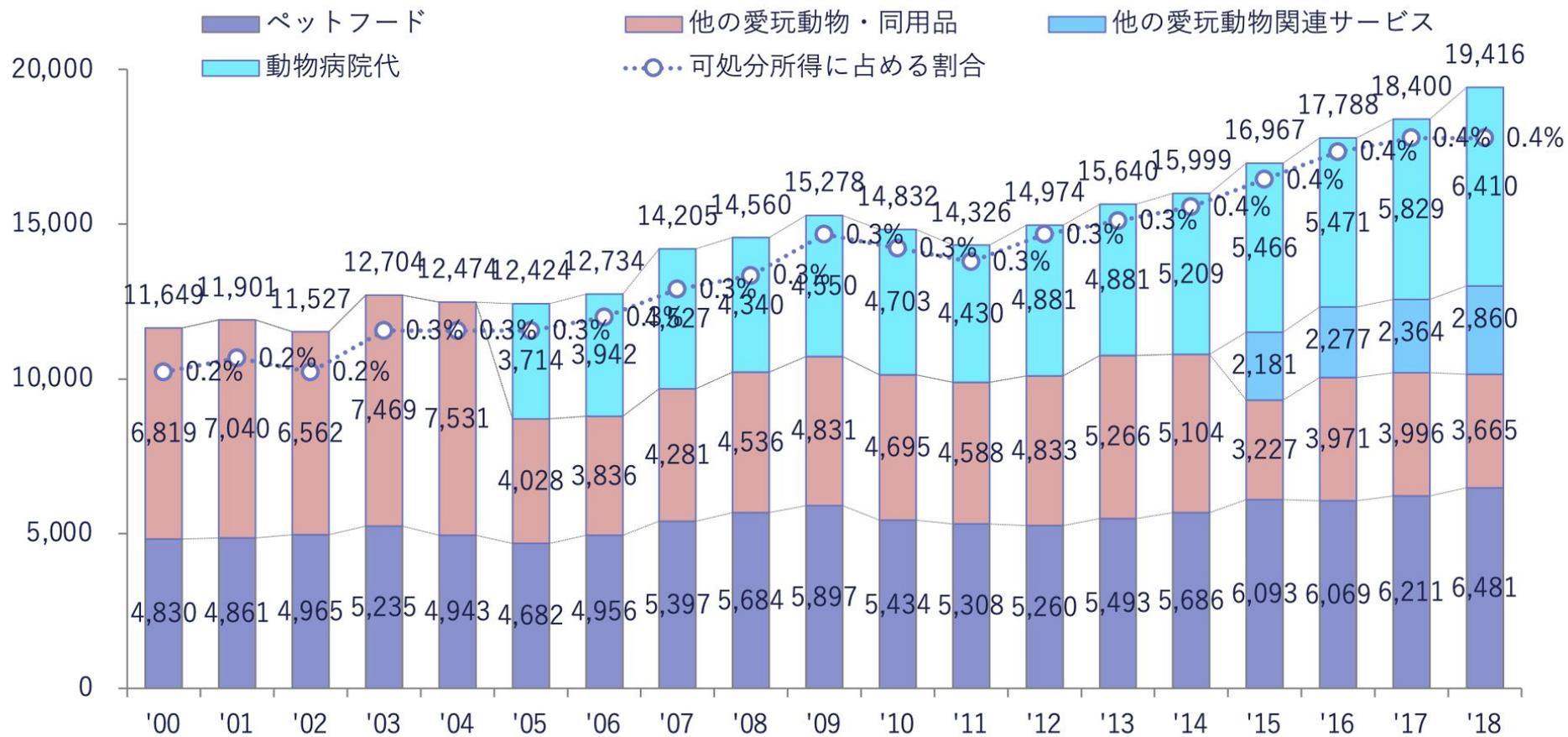
実態調査

ペット飼育数は2008年の2,399万頭をピークに、年平均成長率が微減しており、現在は合計1,855万頭が飼育されている。



参照：アニコム 家庭どうぶつ白書2018、総務省 国勢調査

一方で、一頭あたりの支出は年平均 3%で増加している。



参照：総務省 家計調査 家計収支編（総世帯）

ペット関連用品は 25年度8.2%増(22年度比)背景には？

1. ヘルスケア・療法食市場の拡大

犬と猫の寿命が延び、高齢化が進むことで、ヘルスケア商品への需要が増えています。商品のバリエーションが増える一方で、動物病院に行くことなく自宅で治療食を購入できるECサイトの利用が広がっています。これにより、利用者数が増え、市場の拡大が見込まれています。



2. ペット生活用品市場の拡大

ペット用品市場は、高価格で高付加価値の商品が豊富に存在するため、好況を維持しています。特に、食器や給水器の 카테고리では、インテリアとしても違和感のない商品や、自動化された高価格商品が人気を博しています。また、衣類の 카테고리でも、人間向けのブランドが展開する商品などにより、商品の平均価格が上昇傾向にあります。

参照:株式会社 富士経済「[ペット関連商品の国内市場を調査](#)」

Chapter 02.

ペットプロダクトの成功・失敗パターン

本章では、ペットビジネスの成功パターン・失敗パターンについて事例を上げて紹介していく。

市場ニーズの動向を捉えたペット見守りサービスの成功

Furbo

- サービス内容: 留守中のわんちゃんの様子を確認するデバイス
- 価格: 8,080円+月額800円
- <https://furbo.com>



市場ニーズ

- ペットの小型化・室内飼育の増加
- 留守中のペットの分離不安
- スマートフォンの普及に伴う生活様式の変化

成功要因

- Instagramマーケティングの大成功
- コミュニティ組成によるカスタマーサクセスの成功
- 適切なユーザーニーズの理解

猫の腎疾患予防に対応する IoTトイレの成功

Toletta

- サービス内容: 猫の健康管理をサポートするためのスマートトイレ
- 価格: 9,980円+月額1,480円
- <https://jp.tolettacat.com/>



市場ニーズ

- 猫の高齢化に伴う腎疾患の増加
- 家族化に伴うペットの健康管理への関心
- Instagramなどでの「愛猫自慢」ニーズ

成功要因

- 獣医師との共同開発による信頼性の獲得
- 獣医師への認知拡大の成功。病院から口コミが広がる
- ユーザニーズに寄り添ったサービスコンセプト設計

ペットプロダクト開発における成功のポイントは？



ユーザーニーズ 深い洞察が必須

飼い主経験の無い場合、ユーザーニーズへの理解が困難です。
ユーザーニーズの正しい理解と、基づくコンセプト設計が重要です。



SNSを活用した マーケティング

近年成功しているペット系プロダクトは例外なくWEBマーケティング、SNSでのコミュニティ化に成功しています。



ペット市場への理解 高齢化&家族化

ペット市場概観を理解し、そこに寄り添った商材を投入しましょう。
品質やカスタマーサポートで他社との差別化することが重要です。

よくある失敗例は？

よくある失敗 1

リソースはあるが、全くの未経験でどう商品開発に取り組みばいいか分からない

- ペット業界へ新規参入することが決まった
- 社内にペット業界のノウハウ・人脈がある人材がない
- 社内稟議を通すだけの説得力がある説明ができない

よくある失敗 2

ユーザ理解がないため、そもそもコンセプトが中途半端、故に売れない

- 市場概観は理解したが、飼い主のニーズがわからない
- ユーザヒアリングで何を聞くべきかわからない
- コンセプトがぶれているため、PoCが中途半端

よくある失敗 3

コンセプトは良いが開発力・マーケティングスキルがない

- コンセプトを実現できるような開発力がない
- 形にはなったが、マーケターがユーザニーズを正しく理解しておらずワークしない

Chapter 03.

ペットプロでの提案事例

本章では、実際に弊社で取り扱ったコンサルティングをもとに、ペットビジネスにおける提案事例をご紹介します。

サプリメントの卸売事業者 A社



- 創業から20年のサプリメントの卸売事業者
- 新規でペット領域でサプリメントの D2C事業を展開することを検討
- 作れるが売れないという課題があり、コンサルティング相談へ

➤支援内容「商品コンセプト設計」「プロダクト検証」「マーケティング施策策定・実行」

課題の整理

具体的な課題

作れるが売れない

- × 現在のD2Cブランドで一般的なWEBマーケティングの知識が不足している
- × 飼い主の視点がなく、どのような訴求が効果的であるか判断ができない
- 高品質なサプリメントをコスト効率よく大量生産する体制を確立している。
- メーカーとの強固なパートナーシップにより、自社ブランドとしてのOEM生産も迅速に対応可能。



目指す姿

WEBで売れ続ける

- WEBで認知、リード獲得、購入まですべて完結する仕組み
- 広告費用をできるだけ抑えながらAB検証を重ねていきたい
- 飼い主間で口コミで広がるようなインセンティブ設計
- 信頼性を高める獣医師監修の商品コンセプト設計

提案におけるポイント

認知



SEO・リスティングをメインに認知拡大を図る。

この過程で「LINE」を活用してリードを集約します。

飼い主が求める信頼性の高い情報を提供し、購買意欲を段階的に高めていく。

購入



LINEを通じて購買意欲を高める。

充実したカスタマーサポートが提供されているという印象を与える。

単に商品売るのではなく、顧客に価値ある体験を提供する。

アフターケア

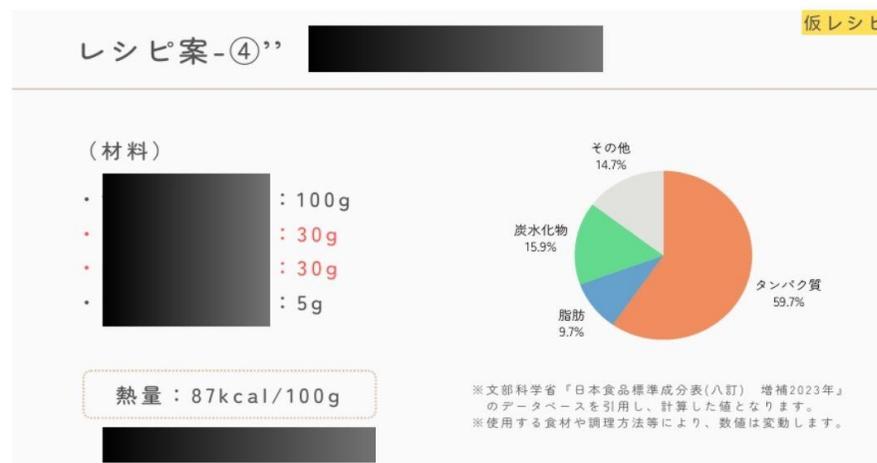


購入もLINEで完結

製品に関する質問や懸念事項に対応するためのカスタマーサポートを提供します。

SNSを通じて、自発的な紹介が発生する仕組みを作る。

ヒト向けの食品メーカー B社へレシピのご提案



実際の納品イメージ

- ヒト向けのケータリング事業を行う創業 30年の食品メーカー
- 新規でペット用おやつの開発を検討
- 専門的知識のもと、こだわりの食材を取り入れた製品を作るため「レシピ相談」へ
- 製造のプロセスを明確化し、ペットフード安全法に基づいているかの確認

＞支援内容「レシピ提案」「獣医師監修である証明書発行」

Chapter 04.

ペットビジネス成功のための チェックリスト

本章では、ペットビジネスに新規参入する事業者様向けのチェックリスト、及び利用できる補助金・助成金について紹介します。

ペットビジネス成功のためのチェックリスト

No.	チェックポイント	注意事項
1	市場ニーズ調査	ペット産業のトレンド、競合他社の製品、ターゲット顧客のニーズを理解する。
2	製品コンセプト設計	解決する問題や提供する価値を明確に定義する。
3	ターゲット顧客の選定	製品の主要な顧客層を特定し、そのニーズと期待を理解する
4	設計とPoC組成	製品の設計を行い、プロトタイプを作成する。
5	品質のテスト	特にヘルスケア用品の場合は注力すべき。
6	製品改善	上記を踏まえてPoC作成を繰り返す
7	ブランディング	獣医師との共同開発などの参入障壁を作る。
8	価格戦略	高品質商材が狙い目。低単価ほど良いとはならない。
9	販売チャネル	セグメントに沿った効果的な販売チャネルを選択する。
10	プロモーション	認知度拡大のためにSNSなどの媒体を積極的に活用する。

ペットビジネスに活用できる補助金リスト

No.	補助金・助成金	注意事項
1	事業再構築補助金	<p>中小企業等の新分野展開、業態転換、業種転換等の思い切った「事業再構築」の挑戦をサポートする補助金制度です。 「ペット事業」に関する事業再構築補助金の採択事例は数多くあり、業種もさまざまです。</p> <p>採択事例一覧: 事業計画書(採択事例)事業再構築補助金、事業再構築補助金【随時更新】(経済産業省)</p>
2	ものづくり補助金	<p>ものづくり補助金は、サービス開発・生産性向上を目的とした設備導入にかかる費用を支援する補助金制度です。 補助上限額が750万円～4,000万円、補助率としては1/2もしくは2/3となっています。</p> <p>参照: ものづくり補助金とは(経済産業省)</p>
3	小規模事業者持続化補助金	<p>小規模事業者持続化補助金は、小規模事業者や個人事業主が持続的な経営を目指すための支援制度です。 小規模事業者が作成した経営計画に基づいて行う販路開拓の取組をサポートしてくれます。</p> <p>参照: 小規模事業者補助金(商工会議所)</p>

参照記事: <https://petopro.net/797/>

お問い合わせ先

獣医師監修 ペット製品/新規事業コンサルティングサービス

事業開発と臨床現場の知見を持つ獣医師が、ペット領域の新規事業開発を一気通貫でサポートします。
導入に関するご相談・ご質問がある方はフォームよりお気軽にお問い合わせください。



コンサルタント
獣医師 T.Uwai

無料個別相談実施中！
日程調整はこちら

[日程調整する](#)

