

BRAND STRATEGY 2025

Your Shop AI変革戦略

18年間、日本市場で培ってきた実績をベースに、
AIの力で「次の時代の産業プラットフォーム」へと進化します。
難しい技術用語は使いません。私たちが何をしているのかを、
わかりやすくお伝えします。

医療・ヘルスケア

ペット健康管理

スマート物流

AI営業支援

私たちは何をしている会社ですか？

一言で言うと「良い商品を世界から集めて、日本のお客様に届ける会社」です。そこにAIを加えて、さらに進化させていきます。

18年

日本市場での
実績

3

物流拠点
(神奈川・大阪・鹿児島)

4

主要事業
領域

1 世界の良い商品を集める

日用品・家電・食品・スポーツ用品など、国内外の信頼できるメーカーから厳選した商品を正規ルートで仕入れています。

2 自分たちで作る

健康ウェア・ペット用品など、自社でデザインして製造した商品も販売しています。医療機器の製造・販売許可も取得済みです。

3 どこでも買えるようにする

スーパー・家電量販店・ネット通販・実店舗、あらゆる販売チャネルに対応しています。

これからの目標

「商品売るだけの会社」から、「AIとデータを活用して、人々の生活を豊かにするプラットフォーム企業」へと進化します。

事業①

医療・健康ウェア

体に良い素材・健康をサポートする衣類を開発・販売しています。

事業②

ペット用品

猫砂トイレ・給水器など、ペットに必要な商品を自社で設計・販売しています。

事業③

物流・倉庫

全国3拠点から商品を素早くお届けする仕組みを持っています。

事業④

営業・販売

国内の大手スーパーや通販サイトなど、幅広いチャネルで販売しています。

「普通の会社」から「AIを使った会社」へ — 変革の流れ

私たちはAIを3つのステップで導入します。むずかしいことではなく、「今まで人がやっていた面倒な作業をAIに任せる」というシンプルな発想です。

現在
製造・商品販売

移行中
データ収集・AI実験

目標
AIプラットフォーム企業

集中する3つの市場

- ①人の健康（ヘルスケア）
- ②ペットの健康
- ③地域の物流のデジタル化

この3つに集中することで、得意分野でNo.1を目指します。

なぜデータが大切なのか

AIを賢くするには「データ」が必要です。私たちは自社の工場・倉庫・販売チャネルで毎日大量のデータを集めることができます。これが他社にはまねできない武器になります。

3つの収益の柱

- ①商品売って稼ぐ（従来通り）
 - ②集めたデータを分析してサービスとして提供
 - ③開発した技術を他社にライセンス供与
- この3本柱で安定した利益を生み出します。

37%

日本ペット市場の
世帯浸透率

1.5兆円

ペット市場の
規模

12%

スマートペットケアの
年平均成長率

14~34%

物流能力不足率
(残業規制の影響)

SECTION 01 — HEALTHCARE

着るだけで 健康管理

遠赤外線素材の健康ウェアにAIセンサーを組み合わせ、
「着ているだけで体の状態をモニタリングできる」
新しい健康管理のかたちを作ります。

病院に行かなくても、日常生活の中で自分の健康を把握できる世界を実現します。

01

「スマート健康ウェア」はどうやって動くの？

服の中にセンサーが組み込まれており、着ているだけでデータを集め、AIが分析してくれます。難しい操作は一切必要ありません。

①センサーが
データ収集

②クラウドに
送信

③AIが
分析

④スマホで
確認

⑤必要なら
病院へ

センシング技術

世界初の「繊維に組み込まれたセンサー」技術。専用のウェアラブル機器を別途つける必要がなく、服を着るだけで24時間体のデータを計測できます。

計測できるデータ

- ・体温の変化
- ・心拍数
- ・血行・微小循環の状態

これらを総合して「今日の体の調子」をスコア化して表示します。

AIが何をするのか

蓄積したデータをもとに「このまま続くと体に影響が出るかも」という未来のリスクを予測します。単なる数値の記録ではなく、先読みしてアドバイスします。

プライバシーの保護

「連合学習」という技術を使い、個人の生データは外部に出さずにAIを学習させます。個人情報を守りながら、賢いAIを育てることができます。

品質基準：ISO13485 国際認証取得済み

医療機器と同レベルの品質管理基準をクリアしています。「なんとなく健康に良さそう」ではなく、科学的な根拠のある製品です。

3層

AI戦略レイヤー

Layer 1：素材・研究開発 AI

Layer 2：製造工程 AI

Layer 3：端末・健康管理 AI

誰に向けた製品？

- ▶ 関節の痛みや冷え性が気になる健康意識の高いシニア層
- ▶ 介護施設での利用（RELIVEブランドとの提携）
- ▶ 自分の健康を日常的に管理したいアクティブなビジネスパーソン

健康ウェア事業 — 誰に売る？ どうやって稼ぐ？

B2B（企業向け）とB2C（個人向け）の2つのルートで事業を展開し、商品販売だけでなくデータサービスと技術ライセンスという3つの方法で収益を生み出します。

B2B（法人向け）

- ✓ 大手スーパーのバイヤー担当者に商品を提案。実店舗の集客力を活かして広く販売してもらいます。
- ✓ 介護施設チャネルを持つRELIVEと提携。一度契約が取れると長期的な関係が続く安定した販売先です。
- ✓ 医療グレードの品質証明があるため、法人バイヤーへの信頼獲得が容易です。

B2C（個人向け）

- ✓ 健康に気を使うシニア層（年金・貯蓄が安定しており、良い商品にお金を使える層）が主なターゲットです。
- ✓ 「着るだけでパーソナル健康アドバイスがもらえる服」というコンセプトで差別化します。
- ✓ ECサイトや量販店での販売に加え、スマホアプリとセットで継続課金も狙います。

3つの収益モデル

① 製品販売

健康ウェア・センサー機器・分析ソフトウェアの販売

② データサービス

健診センターや介護施設に集団健康データを提供

③ 技術ライセンス

独自AI技術を繊維メーカーへライセンス供与

ISO
13485

国際品質認証
取得済み

>99%

フィールド抽出精度
(AI注文処理)

24H

連続モニタリング
(追加機器不要)

SECTION 02 — PET HEALTHCARE

ペットの健康を AIで守る

猫や犬は自分から「体が悪い」と言えません。

でもAIなら、日常の行動データから異常を早めに気づくことができます。

スマート猫トイレ・スマート給餌器・AI解析アプリを組み合わせた

「ペット健康管理プラットフォーム」を構築します。

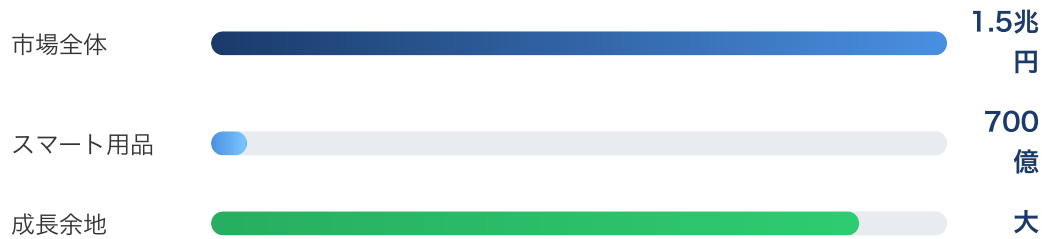
02

日本のペット市場 — チャンスはここにある

日本のペット市場は非常に大きく、しかも「スマートなペット用品」はまだほとんど普及していません。これが私たちにとってのビジネスチャンスです。

日本のペット市場は成熟しているのに、スマート化だけが遅れているという特殊な状況です。これは「遅れている＝まだ誰も取っていない市場が残っている」ということを意味します。

市場の大きさ



37%

日本の世帯がペットを飼っている
(約1,900万世帯)

7~12%

スマートペットケア市場の
年平均成長率 (CAGR)

チャンスと課題

● チャンス①：市場のすき間がある

スマートペット用品に特化した日本ブランドはまだわずか30~50社のみ。大手は「普通のペット用品」に力を入れており、「スマート健康管理」の分野はほぼ手付かずです。

● チャンス②：市場が景気に強い

ペットへの出費は景気が悪くなっても削られにくい傾向があります。1世帯あたり年間21.6万円という安定した消費額が見込めます。

● 課題①：大手の壁

ユニチャームやドギーマンなどの大手が流通チャンネルを押さえています。差別化された商品で攻める必要があります。

● 課題②：まだ認知されていない

「ペットの健康をAIで管理する」という概念がまだ一般に浸透していません。利用シーンをわかりやすく伝えることが重要です。

AI搭載ペット用品 — 3つの主力商品

「センサーで計測」→「AIで分析」→「スマホで確認」という流れは3商品共通です。それぞれが異なる健康課題を解決します。



スマート猫砂トイレ

解決する問題

猫の腎臓病・泌尿器系疾患は発見が遅れがちです。このトイレは排泄のたびに重さ・回数・パターンを計測し、異変があれば早期に知らせます。

目標精度

90%以上

腎疾患の早期発見率



スマート給餌器

解決する問題

複数のペットを飼っている家庭では「誰がどれだけ食べたか」の管理が大変です。カメラとAIで個体を識別し、それぞれに適した量を自動で出します。

個体識別精度

98%以上

判定速度：0.2秒以内



遠赤外線リハビリウェア

解決する問題

術後のリハビリや関節炎を抱えるペットのケアは費用・手間がかかります。着せるだけで温熱効果と動作センサーで回復を支援・記録します。

対象

**術後・関節炎の
ペット向け**

3商品が連携するデータプラットフォーム

3つの商品から集まったデータを1つのアプリで管理。獣医に「AIが作った健康レポート」をそのまま見せることができるため、診察がスムーズになります。

ペット事業 — どうやって稼ぐのか？

一度ハードウェアを買ってもらったら、その後もデータサービスで継続的に収益を得る「サブスクリプション型」のビジネスモデルです。

成長の流れ（フライホイール）



B2B：動物病院・獣医クリニック

AIが出した「腎臓病リスクレポート」を、動物病院に事前スクリーニングツールとして提供します。獣医師は診察前にデータを把握でき、診断がより正確・効率的になります。

B2B：ペット保険会社

毎日のデータをもとに保険料を設定できます（健康な子の保険料は安くなる）。保険会社側は不正請求を減らせるというメリットがあります。

B2C：多頭飼育オーナー

複数のペットの健康を一括管理できます。「全頭の健康状態が一覧でわかる」という安心感が強い購買動機になります。

B2C：テック好きな富裕層

パーソナライズされた健康レポート・成長記録・遠隔コミュニケーション機能を提供。ペットを「家族」として扱うオーナーに響くプレミアムサービスです。

500件

初期データ
症例数（目標）

10万件

累計国内
データ蓄積目標

30%

猫のCKD
（慢性腎臓病）有病率

3つの収益源

① ハードウェア販売

猫トイレ・給餌器・ウェア本体の販売。一度買ってもらうことで関係が始まります。

② データサービス（月額）

動物病院や保険会社向けにデータAPIを提供。継続的な収益が入ります。

③ 技術ライセンス

AIアルゴリズムを国内ペット用品メーカーへライセンス供与。特許使用料として収益化します。

最大の差別化ポイント

一度使い始めると、ペットの「過去のデータ」がたまるため、他社サービスに乗り換えにくくなります（スイッチングコストが高い）。

SECTION 03 — SMART LOGISTICS

人手不足を AIで解決

2024年の法改正で、トラックドライバーの残業時間に制限がつけました。
その結果、日本全体で物流の輸送能力が最大34%不足するとされています。

私たちはAI倉庫システムで、少ない人数でも効率よく商品を届ける仕組みを作ります。
まず自社の物流を効率化し、次に他の企業にもそのシステムを提供します。

03

倉庫AIの4つの機能 — 倉庫の仕事をAIに任せる

倉庫での主な作業（検品・在庫管理・ルート最適化）をAIが担当します。人は判断が必要な仕事に集中できるようになります。



出荷チェックAI

カメラとAIで出荷する商品を自動的に目視検査。間違いがあれば即座に検知します。

発送ミス率 <0.1%



在庫予測AI

過去2~3年のデータをもとに30日・60日・90日後の売れ行きを予測。在庫の過不足を防ぎます。

在庫回転率 +30%



配送ルートAI

倉庫内のピッキング動線を最適化し、スタッフの移動距離を最小化。残業時間の削減に直接貢献します。

移動時間を大幅削減



管理中枢AI

上記3つのAIシステムをAPI経由で外部提供。他の企業がシステムを使えるSaaS（サブスク）としても販売します。

SaaS外販対応

なぜ自社で倉庫AIを作るのか？

グループ内の商品（健康ウェア・ペット用品など）の配送を自社で管理しながら、AIを改善し続けます。そのシステムが完成したら、他のブランドや通販事業者にも販売します。

14~
34%

物流能力の不足率
(残業規制後)

3

自社物流拠点
(神奈川・大阪・鹿児島)

物流事業 — 内部効率化と外販で2段階に稼ぐ

まずは自社グループの物流コストを下げる。次に、同じシステムを外部企業に有償で提供する。この2段階戦略で収益を最大化します。

内部向け（コスト削減）

自社グループへの効果

ヘルスウェア・ペット用品の出荷ミスを減らし、労働生産性を向上。繁忙期に大規模な外部委託をしなくて済むようになり、グループ全体の運営コストを直接下げます。

ミス率
<0.1%

出荷エラー
目標値

+30%

在庫回転率
改善目標

外部向け（収益化）

中小ブランド・通販事業者向け

自分では倉庫システムを作れない小さなブランドに、AI倉庫管理システムをサブスクリプション（月額）で提供します。日本の「物流DX」政策の後押しもあり、導入意欲が高い企業が多数います。

越境EC事業者向け

海外から日本に商品を送る事業者も対象。多言語対応のシステムで、在庫管理から出荷チェックまでをワンストップで提供します。

3つの収益源

① 物流運営収入

配送サービスを案件単位で課金。安定したキャッシュフローを生みます。

② SaaS収入（月額）

AI物流システムを年間ライセンス制で中小企業に提供。継続的な売上を確保します。

③ 技術ライセンス

倉庫AI技術を国内物流企業にライセンス供与。特許料として収益化します。

SECTION 04 — SALES AI

営業の仕事を AIがサポート

日本のB2B営業（企業間の取引）は、G7の中でデジタル化が最も遅れています。
まだファックスや手書きの注文書が当たり前の業界です。

AIが「注文書の読み取り」「顧客管理」「営業コーチング」を担当することで、
人間の営業担当者はより重要な仕事に集中できるようになります。

04

営業AIの4つの仕事 — 「売れる営業チーム」をAIで作る

日本の営業現場でよくある4つの問題を、それぞれAIで解決します。

注文書の自動読み取り

問題：スーパーごとに違うフォーマット（FAX・Excel・メール）で注文が来るため、手入力に時間がかかりミスも発生していた。

解決：AIがどんなフォーマットの注文書でも自動で読み取り、システムに入力してくれます。

正確率 99.5%以上

手入力ゼロを目指す

顧客管理 + 離脱予知

問題：担当者が異動・退職した際に顧客情報が引き継がれず、そのまま取引が途絶えてしまうことが多かった。また、顧客が離れそうなサインを見逃していた。

解決：CRMを自動で補完し、「この顧客は離脱しそう」というアラートを事前に出します。

離脱予測精度 85%以上

AIが新人を育てる

問題：優秀な営業担当者のノウハウが引き継がれず、新人が一人前になるまでに長い時間がかかっていた。

解決：トップセールスの商談録音・成功事例をAIが学習し、新人にリアルタイムでアドバイスをします。

トップ担当者の評価 80%超

成約確率の予測

問題：どの顧客にどれだけ時間をかけるべきか根拠がなく、成約可能性の高い顧客を後回しにしてしまうことがあった。

解決：AIがスコアリングし、「今すぐフォローすべき顧客」を営業担当者に教えてくれます。

顧客離脱率 -30%

300%

営業生産性

-70%

業務工数

+30%

受注率

G7
最下位

4つの事業が「つながる」ことで生まれる相乗効果

4つの事業がバラバラに動くのではなく、データ・技術・ブランドを共有することで、1+1が2以上になる「シナジー効果」を生み出します。



技術の共有

4事業で同じAI基盤を使い回します。
「健康ウェアで使ったセンサー技術をペット用品にも使う」といったことが可能になり、開発コストを大幅に削減できます。



データの共有

各事業が集めたデータ（健康・ペット・物流・販売）を一元管理。お客様の全体像が見えることで、よりの確かなサービスを提供できます。



ブランドの共有

「AIライフサイエンス」というブランドを全製品ラインで展開。1つの製品で信頼を得ると、他の製品も信頼されやすくなります。



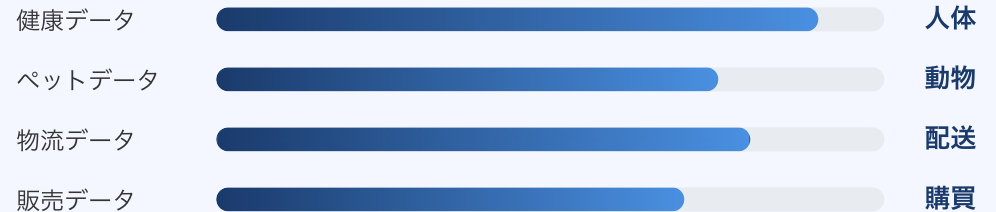
収益の多角化

「製品販売+データサービス+技術ライセンス」という3本柱を4事業すべてで実現。1つの収益源が落ち込んでも全体への影響を最小化できます。

ポイント：「データが財産」になる時代

昔は工場・土地・設備が企業の財産でした。これからの時代は「データ」が最大の財産です。私たちは4事業を通じて日本でしか集められない独自のデータを積み上げ、それ自体が競合他社に対する強力な参入障壁になります。

4事業が集めるデータ



すべてが統合されると

ユーザーの全体像が見える

「いつ・何を買い・どんな健康状態で・どんなペットを飼っているか」
これを知っているのは日本で私たちだけになります

今後の展開 — 3つの機会を逃さない

日本では今、3つの大きな社会変化が起きています。これらはすべて私たちのビジネスチャンスです。



① 少子高齢化

高齢者が増えるにつれ、「日常的な健康管理」「介護の効率化」へのニーズが急拡大しています。健康ウェアと介護向け製品に大きなビジネスチャンスがあります。

2040年

日本の高齢化率が
35%超に



② ペット医療の進化

ペットを「家族の一員」として扱う文化が定着し、ペット医療・ヘルスケアへの投資額が急増しています。スマートペット用品市場は毎年7~12%成長しています。

CAGR +12%

スマートペットケア
市場の年平均成長率



③ 物流のデジタル化

「物流の2024年問題」で人手が足りなくなる中、多くの企業がDX（デジタル化）を急いでいます。AIシステムを持つ私たちが先行者優位を確保できます。

-34%

物流能力不足率
(即座に解決が必要)

まとめ：私たちが目指すゴール

「商品を売る会社」から「AIとデータで人々の生活を豊かにするプラットフォーム企業」へ。健康ウェア・ペット・物流・営業の4領域でデータを積み上げ、日本市場における「ライフサイエンス・データ企業」として確立します。

YOUR SHOP GROUP

ご清聴
ありがとうございます。
ございます。

ご不明点・ご質問がございましたら、
お気軽にお問い合わせください。