

ペット関連サービスに関するアンケート調査を実施（2017年）

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のペット（犬、猫）飼育者に対し、ペット関連サービスに関する消費者アンケート調査を実施した。

1. 調査期間：2017年6月～8月
2. 調査対象：全国のペット（犬・猫）飼育者 1,000名、ペット関連サービス事業者
3. 調査方法：インターネット調査、当社専門研究員による直接面談ならびに文献調査を併用

<ペットの関連サービスに関するアンケート調査について>

本アンケート調査では、ペットシッターやペットホテル、ペットサロンなどの生活関連、ペット同伴での外出、宿泊施設、ドッグランなどのレジャー関連、サービスを選ぶ際の情報源などのコミュニケーション関連、ペット保険やペットの健康維持管理などのヘルスケア・医療・介護関連、ペットの葬祭関連等のペット関連サービスの利用状況について、調査・分析を実施した。

【調査結果サマリー】

◆ペットの健康維持・管理に対応したペット関連サービスの充実が進む

近年、ペットの健康管理に対する飼育者の意識が高まっており、ペット関連サービスにおいても、ペット専用フィットネスや日々の食事内容・運動量・体重等の情報を記録・管理するサービスなど、ペットの健康管理を目的としたサービスが生まれている。また、ペット保険市場は継続して伸長しており、二次診療（高度医療）を専門とする動物病院が上場し業績を伸ばしているなど、高度な動物医療への需要の高まりが見られる。

◆主に犬を対象としたサービスが多い中、猫に特化したペット関連サービスも支持を集める

ペット関連サービスでは、主に犬の飼育者を対象としたサービスが多い。ペット（犬・猫）飼育者 1,000名を対象としたアンケート調査でも、ペットサロンの利用経験がある回答者は、犬飼育者が 57.0%に対して猫飼育者は 8.6%であった。一方で、猫専用ペットホテルなど猫専用のサービスを提供する事業者もあり、猫に特化したサービスとすることで差別化し、猫飼育者の支持を集めている。

◆インターネットの普及によって、ペット飼育者による情報発信、飼育者同士での情報交換が進展

ペット（犬・猫）飼育者 1,000名を対象としたアンケート調査で、ペットシッター、ペットホテル、ペットタクシーの利用経験者がサービスを選んだ際に参考とした情報源として「インターネット（PC）」の回答率（42.9%、35.5%、35.7%）が最も高かった。インターネットの利用が広く普及する中で、ペット飼育者同士のコミュニケーションや情報収集のあり方に変化が起こっており、従来メディアである雑誌やテレビによる情報収集のほか、SNS 等を通じ、飼育者自身による情報発信、飼育者同士での情報交換がなされていると考える。

◆ 資料体裁

資料名：「ペット関連サービスの市場実態と将来展望
～多様化するニーズと拡大する各種サービス～」
発刊日：2017年9月6日
体裁：A4判 253頁
定価：130,000円（税別）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝
設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL：<https://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社 HP から承っております <https://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL：03-5371-6912 E-mail：press@yano.co.jp

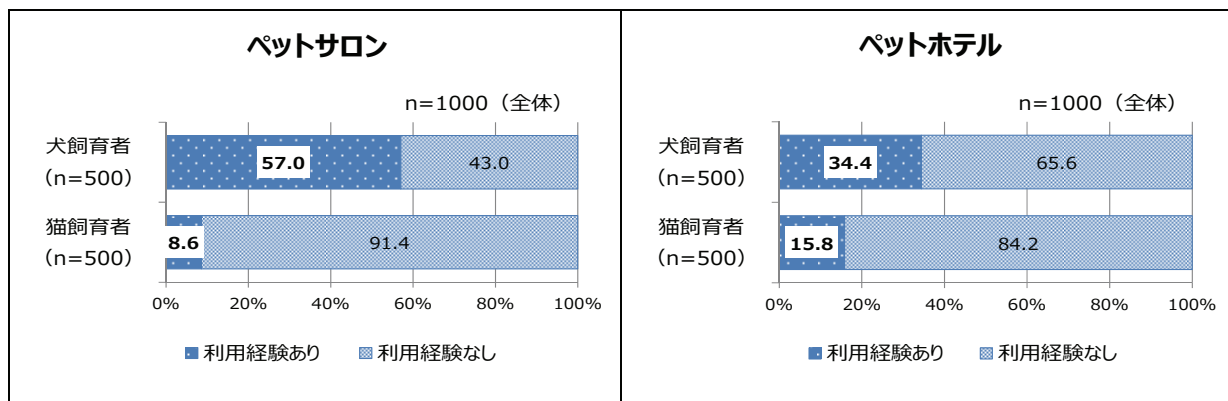
本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【調査結果の概要】

1. 犬を対象としたペット関連サービスが多い中、猫専用のサービスとすることで支持を集める事例も

2017年8月に全国のペット(犬・猫)飼育者1,000名を対象として、ペット関連サービスに関する消費者アンケート調査を実施した。アンケート調査でペット関連サービスの利用状況について聞いたところ、「ペットサロン」の「利用経験あり」と回答したのは犬飼育者の57.0%に対して猫飼育者は8.6%、「ペットホテル」の「利用経験あり」と回答したのは犬飼育者の34.4%に対して猫飼育者は15.8%となり、猫飼育者と比較して犬飼育者の「ペットサロン」、「ペットホテル」のサービス利用率が高いことが分かる。

図1. ペットサロン/ペットホテルの利用経験の有無



矢野経済研究所作成

注1. 調査期間:2017年8月、調査対象(集計対象):全国の犬・猫飼育者1,000名(犬飼育者500名、猫飼育者500名)、調査方法:インターネット調査、単数回答

ペット関連サービスは、主に犬を対象としたサービスが多い。2017年2月に実施した消費者アンケート調査[※]でも、各サービスの利用経験率は、犬飼育者が猫飼育者を上回る結果となった。ペット関連サービスは、犬専用もしくは犬を主な対象としたサービスが多く、これまで犬飼育者によって支えられてきたと考える。

一方で、近年、犬の飼育頭数が伸び悩む中で猫の飼育頭数は比較的安定しており、また一般に猫ブームといわれる中で、猫専用ペットホテルなど猫専用のサービスを提供する事業者が存在する。これらの事業者は、猫に特化したサービスとすることで差別化し、猫飼育者の支持を集めている。毎日散歩を行う犬と異なり、猫は完全室内飼育の場合も多い。慣れない外出に伴うストレスに加えて、犬と同じ施設を利用する事で猫に過大なストレスがかかることを気にかける猫飼育者も多いことから、今後各ペット関連サービス市場において、猫飼育者をターゲットとしたサービスや施設が増えるものと予測する。

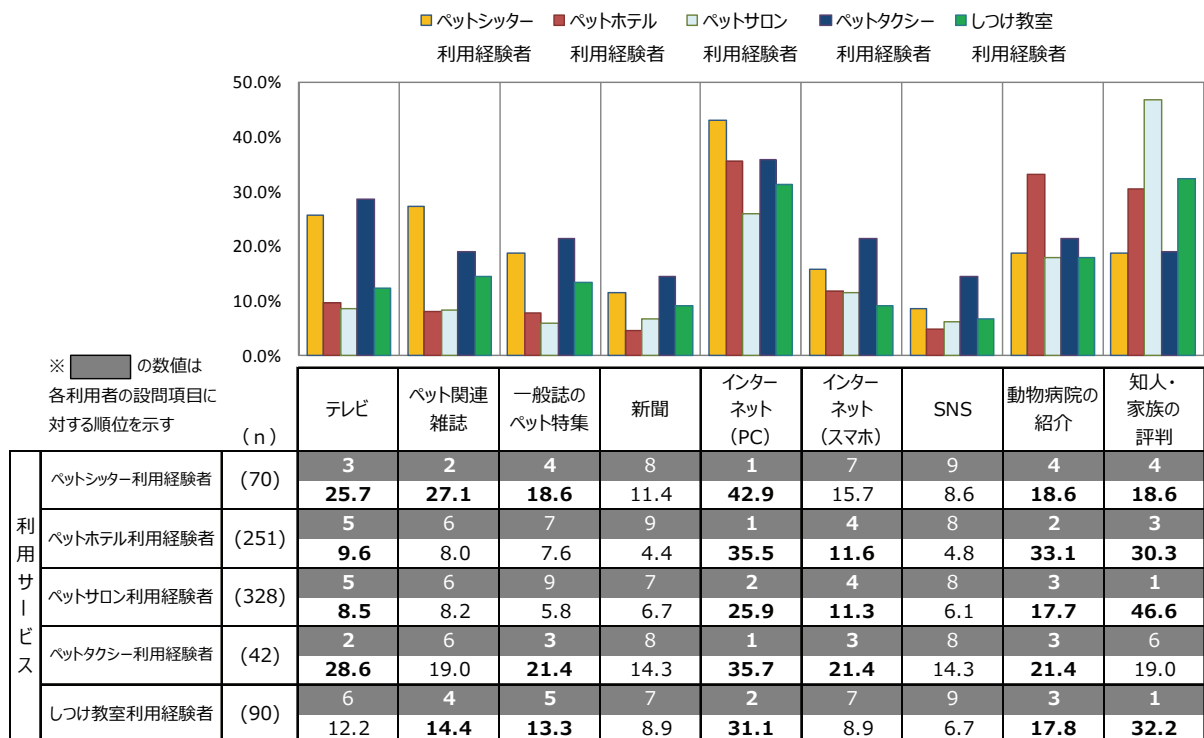
※参考資料:「ペットのフード・用品・関連サービスに関するアンケート調査(2017年)」2017年6月30日発表
<https://www.yano.co.jp/press/press.php/001703>

2. インターネットの普及によって、ペット飼育者による情報発信、飼育者同士での情報交換が進展

全国のペット(犬・猫)飼育者のうち、各種ペット関連サービスの利用経験者に対して、「サービスを選んだ際に参考とした情報源」を尋ねたところ、「インターネット(PC)」の回答率がペットシッター利用経験者が42.9%、ペットホテル利用経験者で35.5%、ペットタクシー利用経験者で35.7%と3つのサービスの情報源として最も高かった。また、ペットサロン利用経験者、しつけ教室利用経験者についても、「知人・家族の評判」に次いで「インターネット(PC)」は2番目に多く選択される結果となった。(図2参照)

これは、インターネット及びスマートフォンの利用が広く普及する中で、ペット飼育者同士のコミュニケーションや情報収集のあり方に変化が起こっており、従来メディアである雑誌やテレビによる情報収集のほかに、SNS等を通じ、飼育者自身による情報発信、飼育者同士での情報交換がなされていると考える。他にも、多数のペット関連のインターネット情報サイトが、様々な事業者によって運営されており、ペット関連情報に特化したウェブメディアのほか、ペット用品メーカーやペットフードメーカー、ペット関連小売業者(EC事業者含む)が自社のユーザーとの交流を目的に運営している場合もある。

図 2. 各種のペット関連サービスを選んだ際に参考にした情報源



矢野経済研究所作成

注 2. 調査期間:2017年8月、調査対象(集計対象):全国の犬・猫飼育者1,000名のうち、各種ペット関連サービス利用経験者(ペットシッター利用経験者70名、ペットホテル利用経験者251名、ペットサロン利用経験者328名、ペットタクシー利用経験者42名、しつけ教室利用経験者90名)、調査方法:インターネット調査、複数回答

また、スマートフォンと連動させることで、外出先から遠隔操作する事の出来るオートフィーダー(自動給餌機)や留守番中のペットの様子を確認できる見守りカメラも発売されている。また、普及率は高くないものの、本調査によると全国の犬・猫飼育者1,000名のうち、「オートフィーダーもしくは見守りカメラを持っている」と回答した人は93名(9.3%)と約1割の飼育者が利用を始めていた。

3. ペットの健康管理への意識の高まりによって、

ペットの健康維持・管理に対応したペット関連サービスの充実が進む

近年、ペットの健康管理に対する飼育者の意識の高まりによって、健康訴求型の高付加価値ペットフードやデンタルケア用品など、フードや用品でペットの健康管理に関連する市場が伸長している。

こうした中で、ペット関連サービス[※]においても、ペット専用フィットネスや日々の食事内容・運動量・体重等の情報を記録・管理するサービス等、ペットの健康維持・管理に対応したサービスが開発・提供されている。また、ペットの健康管理に関する専門知識を有したスタッフがサービスを提供することで、高付加価値化・差別化を図る事業者もある。一方で、市場参入ののち数年でサービスを終了させている大手企業の事例も複数あり、こうしたサービスの事業化へのハードルが高い事が伺える。

また、ペット保険市場は継続して伸長しており、二次診療(高度医療)を専門とする動物病院が上場し、業績を伸ばしているなど、高度な動物医療への需要の高まりが見られる。

※参考資料:「ペットビジネスに関する調査(2016年)」2017年3月15日発表

<https://www.yano.co.jp/press/press.php/001666>