

## 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、ペット関連商品・サービスの需要実態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2月
2. 調査対象: 全国の犬・猫飼育者 667名（犬のみ飼育者: 278名、猫のみ飼育者: 314名、両方飼育者 75名）
3. 調査方法: インターネット調査

#### <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について>

本アンケート調査では、下記の製品・サービスについての購入・利用の実態や購入・利用にあたって重視する点等を調べるとともに、犬・猫飼育者の年代・性別・飼育状況などの属性別での比較・分析を実施した。

- ・ペットフード: ペットフード（主食）、ペットのおやつ（主食以外に与えている間食）
- ・ペット関連用品（消耗品）: 猫砂、トイレシート、ペット用消臭剤・脱臭剤、ペット用シャンプー・リンス、ペット用防虫剤・殺虫剤、しつけ剤、ペット用ウェットティッシュ、ペット用ボディタオル、ペット用デンタルケア用品、ペット用おむつ、ペット用フン処理パック、ペット用 OTC 医薬品
- ・ペット関連サービス: ペット美容（トリミング）、ペットホテル、しつけ教室、ドッグラン、ドッグカフェ、ペットシッター、動物病院、老犬・老猫ホーム、ペット葬儀

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ ペットフード購入では、主食は価格、健康ケア機能を、おやつは美味しさ感をより重視

ペットフード（主食）の購入時に重視する点について、市販のペットフードを購入している犬・猫飼育者 651 名に尋ねたところ、「価格」（54.8%）、「健康ケア機能」（50.5%）、「美味しさ感」（49.3%）の順に多く選択された。また、ペットのおやつ（間食）の購入時に重視する点について、月に1回以上購入する犬・猫飼育者 521 名に尋ねたところ、「美味しさ感」（63.3%）が最も多く、次いで「価格」（51.4%）、「素材」（37.2%）の順となった。おやつでの「健康ケア機能」（31.7%）については、ペットフード（主食）の比率と比較して低い結果となった。

#### ◆ 室内飼育化が進む中、猫砂、トイレシートなどの排泄ケア用品は犬・猫飼育上の必需品へ

全国の犬・猫飼育者 667 名に、ペット関連用品（消耗品）の利用・購入状況について尋ねたところ、排泄ケア用品の「猫砂」（84.1%）、「トイレシート」（55.2%）の利用率が高く、室内飼育化が進む中でこれらの用品が飼育上の必需品となっていると推察する。一方で、「ペット用おむつ」、「ペット用フン処理パック」は、「現在利用している」と「利用したことはあるが現在は利用していない」の比率を合算しても、ともに 20%程度であった。

#### ◆ 犬・猫両方を飼育している人は、積極的に各種ペット関連サービスを利用

全国の犬・猫飼育者 667 名に、ペット関連サービスの利用状況について尋ねたところ、対象とした各サービスのうち「ペット美容（トリミング）」「動物病院」を除く各サービスで、「両方飼育者」は「現在利用している」と「利用したことはあるが現在は利用していない」を合算した比率が、「犬のみ飼育者」や「猫のみ飼育者」と比較して高かった。「両方飼育者」は積極的に各種ペット関連サービスを利用していると推察する。

#### ◆ 資料体裁

資料名: 「ペット関連市場における飼育者の商品・サービスに対する需要実態分析」

発刊日: 2017年5月31日

体裁: A4判 193頁

定価: 100,000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: <http://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 <http://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](mailto: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. ペットフードの購入時に重視する点について

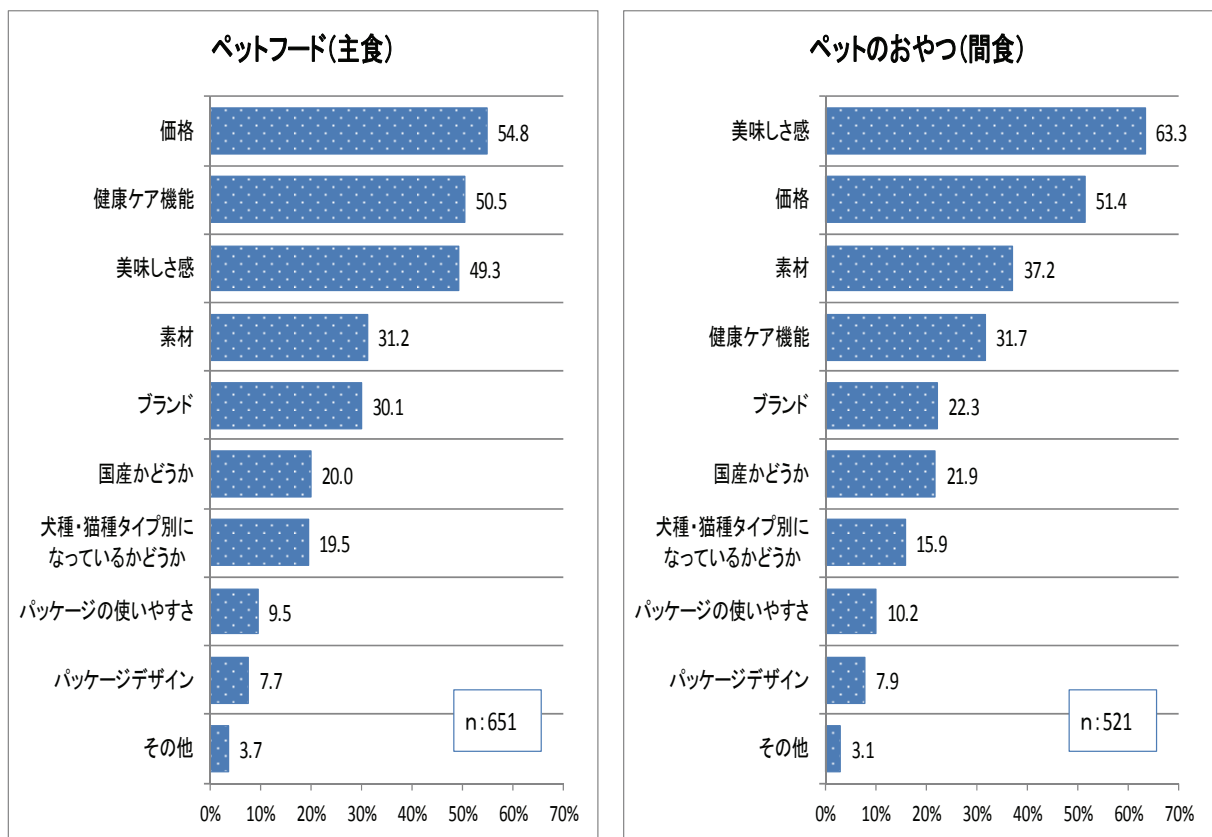
2017年2月に全国のペット(犬・猫)飼育者667名を対象として、ペット関連商品・サービスの需要実態に関する消費者アンケート調査を実施した。

まず、市販のペットフードを購入している犬・猫飼育者651名に、ペットフード(主食)の購入時に重視する点を聞いたところ、最も回答率が高かったのは「価格」(54.8%)で、次いで「健康ケア機能」(50.5%)、「美味しさ感」(49.3%)の順に多く選択された。第4位の「素材」は31.2%と、上位の3項目とは20ポイント程度の差があった。

次に、ペットのおやつ(主食以外に与えている間食)を月に1回以上購入する犬・猫飼育者521名に、購入時に重視する点を聞いたところ、最も回答率が高かったのは「美味しさ感」(63.3%)で、次いで「価格」(51.4%)、「素材」(37.2%)の順となった。ペットフード(主食)では「価格」が最も選択が多かったのに対し、ペットのおやつでは「価格」よりも「美味しさ感」が10ポイント以上高くなった。また、ペットフード(主食)では「健康ケア機能」が50.5%と「価格」に次いで回答率が高かったのに対し、ペットのおやつでは「健康ケア機能」は31.7%と、20ポイント程度の差があった。

アンケート調査結果からは、ペット(犬・猫)の健康維持・管理への意識が高まる中でも、おやつに関しては、ペットへのごほうびとして、まずは「美味しさ感」を重視している飼育者が多いことが伺える。

図1. ペットフード(主食)/ペットのおやつ(間食)の購入時に重視する点



矢野経済研究所作成

注1. 調査時期:2017年2月、調査対象(集計対象):全国の犬・猫飼育者667名のうち、ペットフード(主食)については市販のペットフード購入者651名、ペットのおやつ(間食)についてはペットのおやつを月に1回以上購入する犬・猫飼育者521名、調査方法:インターネット調査、複数回答

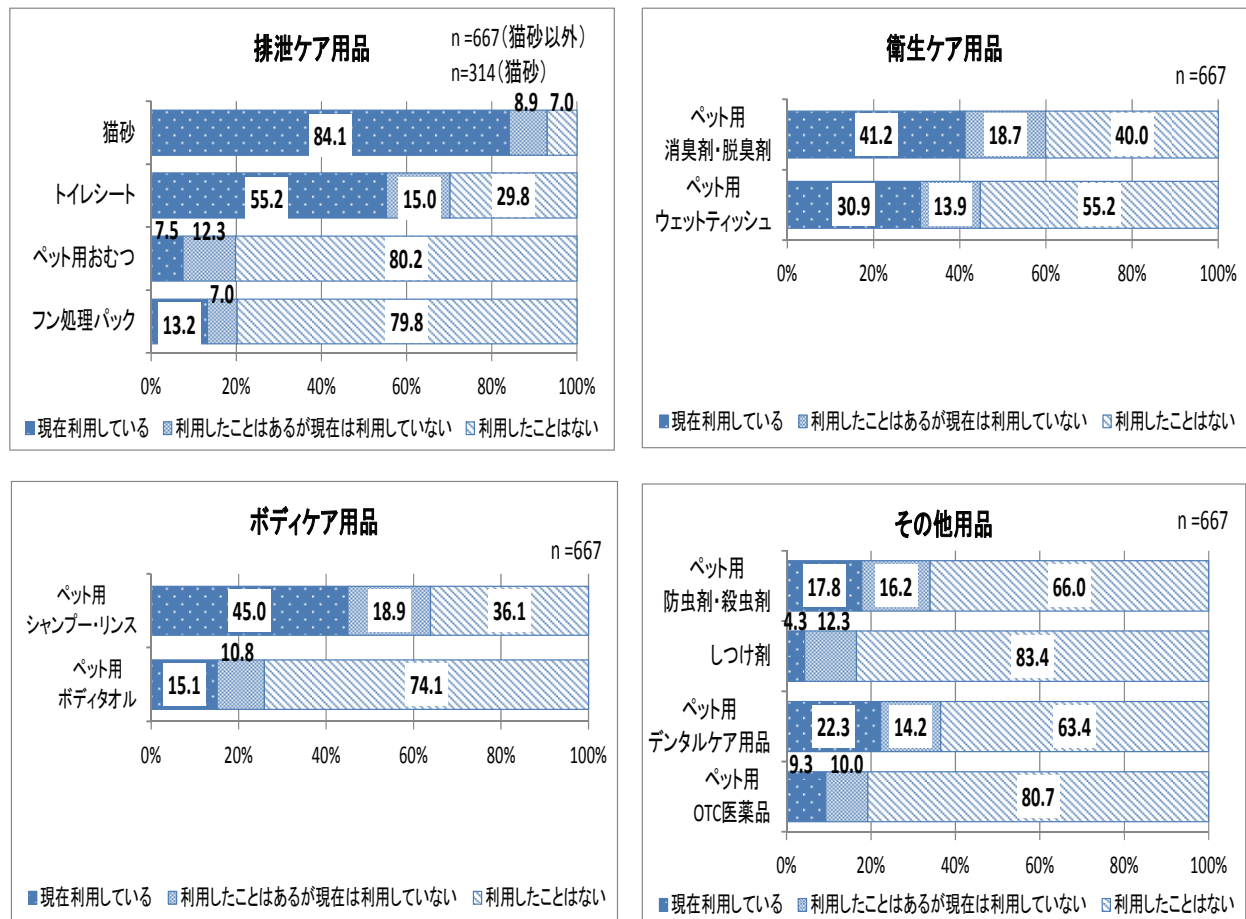
## 2. ペット関連用品(消耗品)の利用状況について

全国の犬・猫飼育者 667 名に、ペット関連用品(消耗品)12 品目の利用・購入状況について聞いた。排泄ケア用品の「猫砂」は、猫のみ飼育者 314 名のうち「現在利用している」と回答した人の割合は 84.1%と非常に高くなった。また同じく排泄ケア用品の「トイレシート」も、犬・猫飼育者 667 名のうち「現在利用している」と回答した人の割合が 55.2%と高く、犬のみ飼育者に限定すると7割を越え、他の用品と比較して利用率が高かった。「猫砂」や「トイレシート」は犬および猫を室内飼育する上での必需品となっていると推察する。

一方で、他の排泄ケア用品である「ペット用おむつ」「ペット用フン処理パック」に関しては、「現在利用している」と「利用したことはあるが現在は利用していない」の回答比率を合算しても、ともに 20%程度であった。アンケート結果から現状では利用が浸透しているとは言い難いものの、これらの市場規模は近年拡大傾向にあり、今後も利用経験のない犬・猫飼育者層に対しての提案余地が大きいと考える。

また、「ペット用デンタルケア用品」は、ペット関連用品市場において近年伸長しているカテゴリーであり、犬・猫飼育者 667 名のうち「現在利用している」と回答した人の割合は 22.3%となった。

図 2. ペット関連用品(消耗品)の利用状況



矢野経済研究所作成

注 2. 調査時期:2017年2月、調査対象(集計対象):全国の犬・猫飼育者 667 名、猫砂については猫のみ飼育者 314 名、調査方法:インターネット調査、単数回答

### 3. ペット関連サービスの利用状況について

ペット関連サービスの利用状況を、飼育状況別(犬のみ飼育、猫のみ飼育、犬・猫両方飼育)に比較したアンケート結果が図3である。

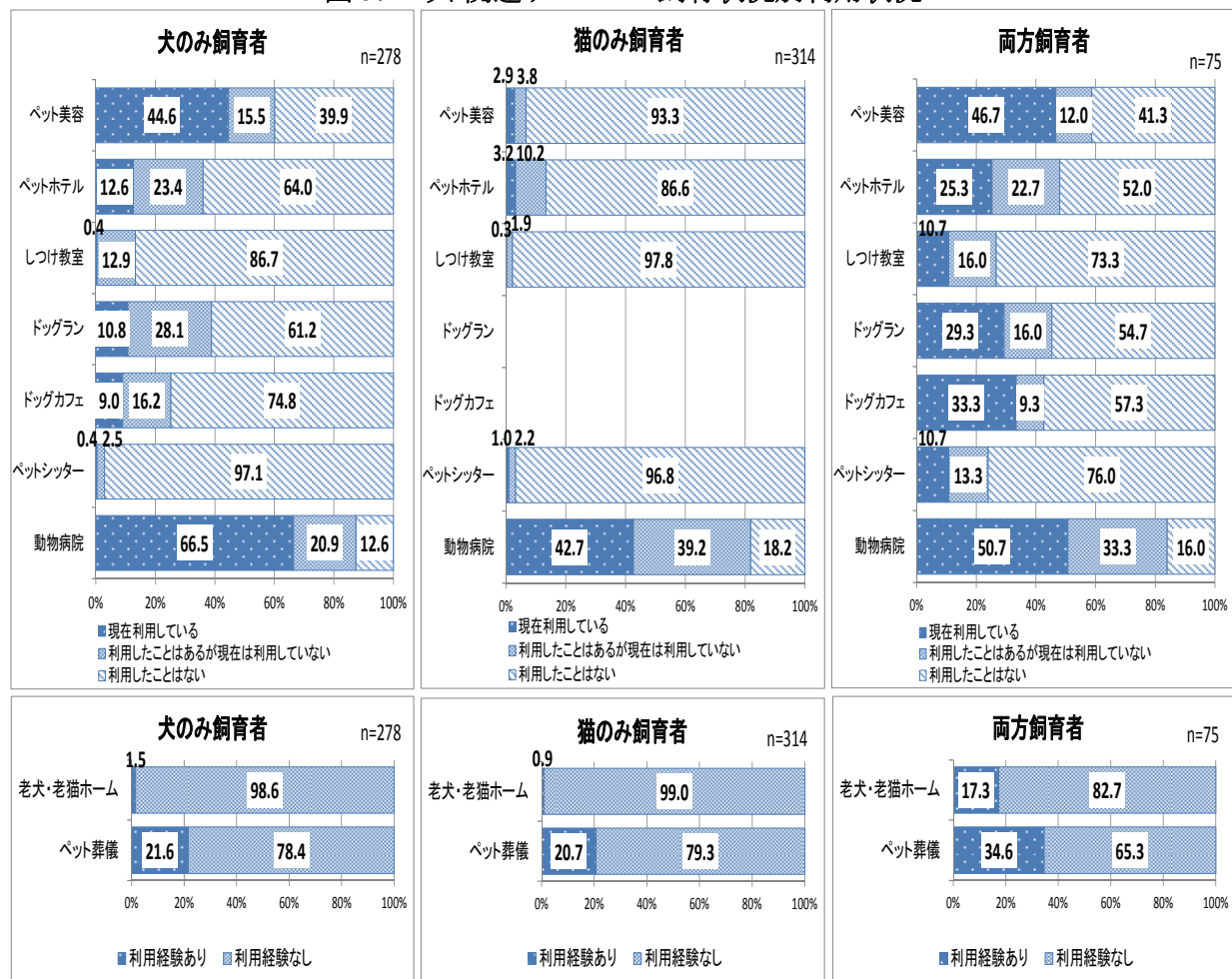
今回調査対象とした9つの各種ペット関連サービスのうち、「動物病院」のみ、全ての飼育状況において「現在利用している」と「利用したことはあるが現在は利用していない」を合算した比率が8割を超える結果となった。

また、「ペット美容(トリミング)」「動物病院」を除く各サービスで、「両方飼育者」は「現在利用している」と「利用したことはあるが現在は利用していない」を合算した比率が最も高かった。「両方飼育者」は「犬のみ飼育者」や「猫のみ飼育者」と比較して積極的に各種ペット関連サービスを利用していると推察する。

次に、「犬のみ飼育者」と「猫のみ飼育者」とを比較すると、「ペットシッター」を除く各サービスで「犬のみ飼育者」の「現在利用している」と「利用したことはあるが現在は利用していない」を合算した比率が「猫のみ飼育者」を上回った。これらのペット関連サービスは、犬飼育者が主たる需要者となっていると考える。

最後に、「老犬・老猫ホーム」「ペット葬儀」の利用経験を飼育状況別に比較すると、ここでも「両方飼育者」の「利用経験あり」の比率が他の属性と比較して高かった。これらのサービスでは、「犬のみ飼育者」と「猫のみ飼育者」との間では大きな差異はみられなかった。

図3. ペット関連サービスの飼育状況別利用状況



矢野経済研究所作成

注3. 調査時期:2017年2月、調査対象(集計対象):全国の犬・猫飼育者667名のうち犬のみ飼育者278名、猫のみ飼育者314名、両方飼育者75名、調査方法:インターネット調査、単数回答