

動物愛護管理法改正、イオングループの本格参入で市場構造変動の気配

国内ペット関連市場の調査を実施

ー国内ペット関連市場（2012年）ー 前年比0.6%増の4,011億円
ペットフード：ドッグフード縮小、キャットフード拡大変わらず。プレミアムフード安定して拡大
キャリアー（カート含む）：前年比7.4%増 高価格製品拡大、ベビーカーメーカーなど異業種参入活発

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、犬猫の生体販売が伸び悩みはじめ、流行やニーズを反映した差別化戦略が求められる国内のペット関連市場を調査した。その結果を報告書「2013年 ペット関連市場マーケティング総覧」にまとめた。

この報告書では、ペット関連市場としてペットフード10品目、ペットケア用品10品目、ペット生活用品10品目の3カテゴリー30品目の市場を調査分析し、注目ビジネスとしてペット保険を取り上げた。関連用品やビジネス以外にペットショップやブリーダーなどの生体流通動向もまとめた。

また、ペットオーナーに対してペットの飼育状況や種類、飼育トレンドなどに関するインターネット調査を実施した。今回新たにトリミングサービスの利用状況や、生体購入時のペットショップやブリーダーとの取引に関する設問を加えている。

<市場調査結果の概要>

1. ペット保険

	2012年	前年比
契約件数	733,570件	119.3%

※数値は12月末時点

ペット保険はペットが病気や怪我をし、動物病院などで医療行為を受けた際、負担した医療費を補償するサービスを対象とする。ペットを家族として認識する人が増えていることから市場は二桁増を続けており、2012年の契約件数は前年比19.3%増の733,570件となった。

ペット保険は生体購入時に加入するケースが多いため、ペットショップ経由の申し込みが中心であるが、ペットが健康であると徐々に必要性が薄れて解約してしまうケースも多い。また、医療費を請求されて初めてペット保険の重要さに気付くペットオーナーも多く、知名度や重要性の認知度向上のためのアピールが不可欠になっている。

契約継続率向上の一環として、アニコム損害保険では、旅行会社と提携し、保険証の提示によって優待や割引を受けられるサービスを開始しており、ペットが健康な時にも活用できるサービスの提供が注目されている。

なお、インターネット経由の申し込みの場合、ペットオーナーはペット保険の必要性を感じ自ら調べて加入するケースが多いため、契約継続率も高い傾向にある。

2. ペット関連市場

	2012年	前年比
ペットフード	2,933億円	100.6%
ペットケア用品	667億円	101.1%
ペット生活用品	412億円	100.0%
合計	4,011億円	100.6%

2012年のペット関連市場は前年比0.6%増の4,011億円となった。

ペットフード市場では、ドッグフードが縮小、キャットフードが拡大となった。ペットの高齢化や小型化によって一食当たりの消費量が減少している。大容量タイプの需要は減少しているが、プレミアムフードやグルメタイプ

のペットフード、療法食が市場を牽引している。また、ペットのコンパニオンアニマル化（人生の伴侶としてのペット）によってペットフードに対する安心安全の需要が高まっており、素材にこだわったナチュラル志向のペットフードも増加している。

ペットケア用品市場では、室内飼育率の上昇でトイレ用シーツと猫砂の需要が拡大している。しかし、消耗品であることから価格が重視され大容量タイプを中心に価格競争も進みつつある。品質向上だけでなく、香りやデザイン性など付加価値を訴求することで低価格化に対抗しようとする動きも見られる。イヤークリーナー、デンタルケア用品、ボディタオルなども小規模ながら拡大が続いている。

ペット生活用品市場では、買い換え需要が低迷し首輪やケージは縮小が続くが、ペットカートは5～10万円の高価格製品が支持され拡大し、自動給水器が参入企業の増加により高成長となった。

新規飼育頭数が伸び悩みを見せており、参入メーカーは室内飼育用、肥満ケア、アレルギー対応など使用シーンや使用目的を明確にしたペットフードを始め、流行や特性、ニーズを反映させた商品の開発などで既存飼育者の需要掘り起こしを進めている。また、イオングループのペット事業への本格参入によって、物販だけでなくサービスの分野でも市場が大きく変化すると見られ、参入メーカーも柔軟な対応が求められる。

外部環境においては、ペットフードや包材の原料価格の高止まり、改正動物愛護管理法の施行、2014年4月に予定される消費税の引き上げ、円安による輸入品販売企業の利益圧迫など、ペット産業の成長を阻害する要因が複数存在する。特に改正動物愛護管理法では、夜間展示や生後56日齢以内の犬猫の販売を禁止する条項が追加されるため、新規生体販売数の落ち込みが懸念されており、幼齢期の犬猫をターゲットにしたミルクやパピー用フードなどから影響を受け始めると予想される。

★注目市場★

プレミアムフード	2012年	前年比
	583億円	100.7%

※ドッグフードとキャットフードの内数

ドッグフードとキャットフードの内、ライフステージや飼育環境、ペットが抱える症状や悩み等に対応した高付加価値ペットフードを対象とする。ドッグフードの大袋を中心にペットフード全体が伸び悩み一方、プレミアムフードは安定して拡大しており、2012年の市場は前年比0.7%増となった。これまで犬用が中心であった機能性フードにおいて、猫用で尿路疾患ケアや避妊・去勢猫のケアなどを訴求したものが増加しており市場拡大につながっている。この他ペットの高齢化もあり、シニア用フードの重要性も高まっている。

参入各社はプレミアムフードへの注力度を高めており、POPの設置、サンプルの配布を積極的に行っている。また、多様なコンセプトや機能が付与された製品が各社から投入され、パッケージやPOPのみでは他の製品との違いや機能性を伝えきれないこともあり、店頭で説明を行うスタッフの派遣や小売店スタッフの理解を深める勉強会などが行われている。

キャリー (カート含む)	2012年	前年比
	36.1億円	107.4%

犬猫の移動を目的とした、キャリー及びベビーカータイプのカー트를対象とする。

2012年の市場は前年比7.4%増の36.1億円となった。生体販売数の伸び悩みにより市場縮小が続いていたが、2011年は震災により緊急時には簡易ハウスとしても使用できるハードキャリーに特需が見られた。また、5～10万円の高価格帯カーートの市場が徐々に形成されており、2012年の市場を牽引した。

カートはアパレル系メーカーのクリエイティブヨーコや雑貨系メーカーがファッションアイテムとしても展開する他、2012年にはベビー用品メーカーのコンビの参入も見られ、異業種からの参入が活発化している。特にコンビやエアバギーなどベビーカーメーカーの参入により乗り心地、押しやすさなど品質に対するハードルが上がりがつつある。

<アンケート調査結果の概要>

1. ペット飼育状況（男女1万人のシングルアンサー）

ペット飼育率は34.5%となった。2012年の調査（同じ調査設計であるが回答者は同一とは限らない）と比較すると2.3ポイント減少した。また、主なペットの飼育率は、犬が16.2%（2012年調査比0.3ポイント減）、猫が11.0%（同0.5ポイント減）となった。

2. 生体購入ルート（ペット飼育状況回答者：犬オーナー1,620名、猫オーナー1,100名のマルチアンサー）

ペットの生体購入ルートは、犬オーナーはペットショップが39.7%、ブリーダーからの直接購入が16.5%を占め、この他友人・知人からの譲り受けが24.9%と高い比率を占めた。一方、猫オーナーは、ペットショップが12.0%、ブリーダーからの直接購入は3.1%に留まり、拾ってきたが40.7%、友人・知人からの譲り受けが30.5%と生体入手の際に費用が発生しないルートの比率が高い。

なお、ペットショップで購入した理由（犬オーナー・猫オーナー合わせて：回答者737名）は、気軽に触れ合え見られるからという理由が43.7%とトップとなった。一方、ブリーダーから直接購入した理由（犬オーナー・猫オーナー合わせて：回答者297名）は、飼育環境が明確で安心感があるが49.2%、健康面において安心なイメージがあるが42.1%と、安心感を理由に挙げている。

3. ペットサロンサービスの利用状況（ペット飼育状況回答者犬オーナー1,620名のシングルアンサー）

ペットサロンサービスの利用率は63.1%、利用経験なしは36.9%となり、半数以上の犬オーナーが外部サービス施設を使用している。また、施設別ではペットショップのサービス利用が24.1%、ペットサロン専門店の利用が20.6%、動物病院のサービス利用が15.9%となった。

<調査概要>

■市場調査■

◇調査対象

ペット 関連 市場	ペットフード	ドッグフード、キャットフード、プレミアムフード、スナック、観賞魚用フード、小鳥・観賞鳥用フード、小動物用フード、サプリメント、ミルク、療法食
	ペットケア用品	猫砂、トイレ/トイレ用シーツ、オムツ、ペット用トイレタリー、しつけ剤、消臭剤/脱臭剤、防虫剤/殺虫剤、シャンプー類、イヤークリーナー、デンタルケア用品
	ペット生活用品	首輪/胴輪/引紐、ベッド/マット/ヒーター、ケージ/サークル・ゲート、キャリー、ブラシ/クシ、食器/給水器、玩具、衣類、ハウス、水槽/周辺器具
注目ビジネス		ペット保険

◇調査方法

富士経済専門調査員による参入企業、業界関連企業、関連団体への直接面接取材、電話によるヒアリング、社内データベースの活用。

◇調査期間

2012年12月～2013年3月

■アンケート調査■

◇調査対象

ペット飼育状況	国内在住15歳以上の男女1万人 (ペットの飼育状況、種類、購入場所、他)
犬猫飼育状況	国内在住15歳以上の犬・猫オーナー各300人(計600人) (ペットの飼育トレンド、アレルギー対策/ニオイ対策、他)

◇調査方法

インターネットリサーチを利用

◇調査期間

2013年2月22日～25日

以上

資料タイトル：「2013年 ペット関連市場マーケティング総覧」
体 裁：A4判 309頁
価 格：130,000円(税込み136,500円)
調査・編集：富士経済 大阪マーケティング本部 第一事業部 TEL:06-6228-2020 FAX:06-6228-2030
発 行 所：株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町12-5 小伝馬町YSビル TEL:03-3664-5811 (代) FAX:03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/