

「ペットとの暮らしを豊かにするアンケート調査」

報告書

(第1回報告)

一般社団法人 全国ペット協会

## はじめに

### ■会長あいさつ

一般社団法人全国ペット協会は、ペットと人が豊かに暮らせる社会づくりを目指す、動物取扱業者の全国組織です。当協会は、ペット業界で働くための資格である家庭動物管理士資格制度の運営、業界関係者向けのセミナーを通じて、ペット業界全体のスキルアップ・レベルアップを図り、人とペットの共生が可能な社会環境の構築を目指しています。

本報告書は、2022年より開始した、「ペットとの暮らしを豊かにするためのアンケート調査」の結果と、結果から得られた気づき・学びについてまとめた報告書です。当協会は、ペットショップで犬猫を迎えたお客様が、その後犬猫と幸せになっているか、幸せになっていないのであればどのような原因か、私たちペットショップをはじめとしたペット関連事業者にできることは何かを確かめ、明らかにしていく責任があると考えています。本調査結果は、当協会所属会員に限らず、広くペット関連業に従事される皆様にとって、大きな学びになる内容であったと感じています。この調査結果を広く公表することを通じて、業界全体の改善に役立てていきたいと考えています。

本報告書は中間報告でございます。犬猫たちとおお客様の幸せな未来に向けて、調査を継続していきます。調査の内容についてもブラッシュアップを行い、業界の課題点を探り、改善に取り組んでまいります。会員の皆様におかれましては、引き続きのご協力の程よろしくお願いいたします。

ペットと人が豊かに暮らせる社会づくりにむけて、共に歩みましょう。

一般社団法人 全国ペット協会  
会長 小島章義

## ■アドバイザーボードよりコメント

令和6年全国犬猫飼育実態調査（一般社団法人ペットフード協会）によれば、ペットの入手先について、犬で54.2%、猫で16.7%がペットショップから迎えている。特に犬では半数以上がペットショップを介して家庭に迎えられている。特に飼育初期においては、ペットの身体の状態や、飼い主の適正飼育に関して、ペットショップの影響は大きく、重大な社会的役割を負っていると言える。

ペットショップでペットを迎える人は、ペットを迎えることで癒しを得たい、ペットと生活することで幸せになりたいと考えていることだろう。しかし、多くの場合で、ペット共に幸せになれていても、一部にはペットの身体的あるいは行動的な問題で、悩みを抱える人がいる。ペットショップは、ペットを家庭につなぐことだけが使命ではない。ペットを迎えた家庭が幸せになってこそ、ペットショップの使命が果たされると言えよう。

本調査報告書は「ほとんどの家庭が幸せになっているから問題ない」という考え方ではなく、「悩みを抱え困っている家庭があり、幸せになれていない要因があるのであれば、それはどんな要因か」「幸せになれていない要因を未然に防いだり、対応できるようにするにはどうしたらいいか」という考え方に基づいて作成されている。近年のペット業界は特に衛生管理・疾病管理の面で大きく前進してきた。犬猫の健康状態に関する調査結果からその結果が見て取れる。しかし現状に甘んじることなく、厳しい目で足りない部分を見つけ、改善の見通しを立てることが重要であり、業界の健全化を担う団体として外してはならない姿勢である。

本調査報告書の冒頭には、購入1か月後の状況に関する結果が報告されている。犬猫全体の88.4%は健やかに成長していた一方で、病気にかかった犬猫は10.9%、病気で既に亡くなった犬猫が0.14%であった。この数字は大きな驚きであった。犬猫が生き物である以上、幼齢期に病気にかかることは避けがたく、中には亡くなってしまう場合もある。しかし、約9割が健やかに成長できているという結果は、20～30年前に比べ、非常に良くなっているという印象を受けた。かつては多く見られた寄生虫やウイルス感染症が良く管理されていることがうかがわれる。

本調査報告書の中核的内容は、飼い主の悩みについてである。飼い主にとって、飼育初期は様々な悩みが生じる時期であると同時に、犬猫の成長発達において非常に重要な時期でもある。この時期の接し方が将来のペットの行動や飼い主との関係に大きな影響を与えるため、飼育初期に、飼い主が適切な飼育方法を実践することは、将来の問題行動の発生を予防し、飼い主とペットが生涯にわたりより良い関係を保つために必要不可欠と言える。

本調査報告書では、現在、ペットショップが、飼い主からの相談を受ける場所としてどの程度の役割を果たしているかを評価している。飼育開始1か月の時点で、57.4%の飼い主が悩みを抱えていたが、そのうち48.1%は悩みを相談していなかった。相談した飼い主のうち、60.3%はペットショップへの相談を行っており、獣医師への相談を上回った。一方で、回答者全体の26.9%がペットショップで相談できることを知らなかった。

この結果は、ペットショップが、飼い主からの相談を受け付けるという役割を、一定程度担えていることを示す結果と言える。しかしながら、悩みがあっても相談していない飼い主は半数を占め、ペットショップに相談できることを知らない飼い主も少数ではない。ペットショップが相談機能を有しているということの認知向上や、気軽に相談を受け付けられる状態を作ることは、今後の課題と言える。

近年、ペット産業に限らず、様々な業種において、顧客と企業の関係について、商品販売するという点の関係から、商品を提供した上でその商品を活用する上でのサポートサービスを継続的に提供する線の変化にきている。顧客との関係性を構築するからこそ、長期的な利益創出につながるという考え方である。

本来ペットショップは、ペットそのものを提供するだけが役割ではなく、ペットとの暮らしを継続的にサポートすることこそが役割である。その役割を果たすためには、ペットショップと顧客の関係を深くし、気軽に相談できる場所にならなければならない。また、近年発達している SNS や AI を活用して、気軽に相談できるプラットフォームを用意するなどの様々な工夫も必要となるだろう。

本調査によって、ペットショップが現状果たしている社会的役割の一端が明らかになったわけだが、ZPK が掲げる「ペットと人が豊かに暮らせる社会づくり」に向けて、今の取り組みで十分であるとは言えない。ペットショップが、飼い主のペットの生活を生涯にわたり継続的にサポートするためには、気軽に相談できる場所になり、継続的に相談し合える関係性を作ろうとするのか、その課題に真剣に向き合う姿勢が問われている。本調査をきっかけとして、ZPK が加盟ペットショップと共に、新たな取り組みにチャレンジしていくことを期待したい。

全国ペット協会調査事業アドバイザーボード  
委員長 林良博

## 目次

はじめに .....	2
要約 .....	6
調査の背景および目的 .....	8
調査方法 .....	9
調査結果 .....	9
購入後の状況 .....	11
ショップを継続的に利用する人の目的や頻度 .....	12
購入 1 か月後の悩みの有無 .....	14
悩みの内容 .....	15
悩みの相談状況 .....	16
悩みの相談先 .....	17
購入の計画性と飼養上の悩みの関係について .....	21
考察 .....	24
参考①第 1 回アンケート設問リスト .....	26
参考②第 2 回アンケート設問リスト .....	26

## 要約

人とペットとの共生社会の実現が求められるなか、現実には、すべての飼養者がペットとの幸せな暮らしを享受できているわけではない。現在、日本では、約7割の犬猫がペットショップを通じて家庭に迎えられていると言われており、ペットショップが飼養者とペットの幸せな暮らしに与える影響は大きい。

人とペットが共に暮らし、幸せを感じる上では、様々な要因が関係するが、飼い主が感じる「悩み」について相談でき、またその悩みについて解決できるかどうかについては、生活の質に直接影響するだろう。飼い主からの悩みの相談を受けたり、その解決を支援したりことは、ペットショップにとって重要な社会的役割と言える。

そこで、本調査は、飼い主が抱える悩みについて明らかにするとともに、現在ペットショップが、飼い主とペットとの暮らしに対して、果たしている役割を明らかにし、ペットと暮らしやすい社会の構築に向けて、事業者が果たすべき課題を探ることを目的に実施した。

調査は、ペットショップ（調査協力店／36社 534事業所）にて犬もしくは猫を購入した消費者を対象とし、店頭にて口頭で回答依頼を行い、WEBフォームから回答を得た。購入直後と購入1か月後にアンケートを行った。

調査内容としては、ペットショップから家庭に迎えられた犬猫と、その犬猫の飼養者について、飼養開始後1か月の時点で、家庭に迎えたあとの状況を追跡調査し、飼育上の問題が生じているかどうか、どのような点が問題になっているかについて確認した。

有効回答3,432件のうち、97.3%が購入1か月後の時点で「健やかに成長」もしくは、「病院にかかることになったが、大きな問題ではない」と回答した。ペットショップの利用は、用品や食事の購入が中心であったが、飼養上の相談も一部みられ、相談を目的に利用する人の方が、利用頻度が高かった。

購入1か月後には、57.4%が悩みを抱えており、犬では「甘噛み」問題での悩みが31.5%を占めた。悩みがある人のうち、既にどこかに相談した人は44.2%で、まだ相談していないもしくは相談先が分からない人は54.0%であった。相談先の60.3%はペットショップで、動物病院の46.3%より多かった。いずれの相談先で相談していても、8%～15%程度の人が悩みを解消できていた。また、26.9%の人がペットショップで飼育上の相談ができることを知らなかった。

アフターフォローとしての相談機能は、相談を必要とし、ペットショップを相談先と認知している飼い主に対しては、一定程度提供できていることが確認できた。一方で、ペットショップが飼養上の悩みの相談場所として認知されていない場合、利用もされないことから、ペットショップの相談機能に関してより積極的に認知活動を行う必要があると考えられた。また、ペットショップの相談の活用が飼い主の悩みの解決にどの程度寄与しているかについては本調査だけでは評価できなかった。この点については今後の課題である。

ペットショップが飼い主の身近な相談窓口となることで、課題が深刻化する前に、悩みを

解決したり、場合によっては様々な専門家に接続することができる。こうした機能を発展させることは、飼い主とペットショップのエンゲージメントを高め、ペットショップの経営に対してもプラスの作用があると考えられる。飼い主に寄り添い、相談を受けるというペットショップの機能の進化について、業界を挙げて促していくべきだろう。

## 調査の背景および目的

人とペットとの共生社会の実現が求められるなか、現実には、すべての飼養者がペットとの幸せな暮らしを享受できているわけではない。犬猫を迎えたが健康上の問題があつて困難を抱えるケースや、問題行動が生じることで生活に支障を及ぼすケース、何らかの事情で飼養が困難になるケースも見られる。

こうした問題の発生に関し、家庭に迎えられる犬猫の約7割を提供しているペットショップが果たすべき責任は大きい。ペットショップは、飼養者が犬猫を迎えたことで生じる様々な困難の発生を予防するために、積極的な対策を立案・実行していかなければならない立場にある。飼養上の困難が発生した場合のペットショップの役割の一つとして、飼養者からの相談を受けアドバイスをしたり、必要に応じて適切な専門家へとつないだりする、相談窓口の役割があるだろう。犬猫を迎えた飼養者にとって、『犬猫の実家』ともいえるペットショップが身近な相談先となることは、飼養者が犬猫との安心した暮らしを形作る上で重要な意味を持つだろう。しかし、実際の飼養者との関わりにおいては、用品やフードの販売が中心となっており、飼養者にとってどの程度の相談機能を果たしているかについては明らかになっていない。

そこで、本調査では、犬猫の飼養開始後1か月の間に生じる飼養者の悩みの発生状況と、ペットショップと飼養者の関わり状況の関係を明らかにし、すべての飼養者がペットとの幸せな暮らしを享受するために、ペットショップが果たすべき役割・実行すべき施策を検討することを目的として実施した。犬猫の飼養上の悩みについて明らかにするとともに、ペットショップがその悩みに対してどの程度の相談機能を果たしているか、また、相談機能を提供する上での課題について考察した。

## 調査方法

調査エリア	全国
調査対象	ペットショップ（調査協力店／36 社 534 事業所）にて犬もしくは猫を購入した消費者
調査方法	調査対象者に対し、犬猫の購入後にペットショップ店頭にて、ペットショップスタッフから口頭にてアンケート協力を依頼した。アンケートの回答は、WEB アンケートフォームを設置し、対象者自身の端末から回答した。回答依頼は、1 回目を犬猫の購入直後に、2 回目を購入 1 か月後に行った。
調査項目	飼養開始後 1 か月時点の状況について、飼養上の問題が生じているかどうか、どのような点が問題になっているか、相談先、解決の状況、購入の計画性について確認した。調査項目一覧については、報告書末尾に記載した。
調査期間	2022 年 3 月 10 日～2024 年 3 月 31 日

## 調査結果

### ■回答者数

1 回目のアンケート回答者の総数は 23,525 人であった。その内、2 回目のアンケートにも回答したのは 5,414 人であった。

### ■回答者属性

性別	回答数（1 回目）	割合（1 回目）	回答数（2 回目）	割合（2 回目）
男性	7,719	33%	1,751	32%
女性	15,390	65%	3,576	66%
無回答	416	2%	87	2%

家族構成	回答数（1 回目）	割合（1 回目）	回答数（2 回目）	割合（2 回目）
単身	4,340	18%	1,008	19%
家族あり（子供あり）	12,395	53%	2,885	53%
家族あり（子供なし）	6,670	28%	1,521	28%

居住形態	回答数（1 回目）	割合（1 回目）	回答数（2 回目）	割合（2 回目）
戸建て	14,264	61%	3,345	62%
集合住宅	9,261	39%	2,069	38%

年代	回答数（1回目）	割合（1回目）	回答数（2回目）	割合（2回目）
10代	791	3%	193	4%
20代	5,683	24%	1,328	25%
30代	5,678	24%	1,249	23%
40代	6,706	29%	1,601	30%
50代	3,625	15%	813	15%
60代	891	4%	194	4%
70代	151	1%	36	1%

居住エリア	回答数（1回目）	割合（1回目）	回答数（2回目）	割合（2回目）
北海道	58	0.2%	15	0.3%
東北	468	2.0%	109	2.0%
関東	15,511	65.9%	3,511	64.9%
中部	1,783	7.6%	413	7.6%
近畿	3,939	16.7%	950	17.5%
中国・四国	1,156	4.9%	254	4.7%
九州・沖縄	610	2.6%	162	3.0%

## ■有効回答数

各回答間で整合性が見られない回答や、犬猫双方を購入しておりどちらの回答を入力したか不明である回答などを除外したところ、有効回答数は 3,432 件であった。これを分析の対象とした。

### 【除外した回答】

- ・犬を購入したと回答したのに猫の年齢を回答
- ・猫を購入したと回答したのに犬の年齢を回答
- ・相談先がわからないと回答したのに相談先を認知していると回答
- ・犬猫双方を購入したと答えた回答
- ・飼育経験なしと回答したのに、かつて犬を飼っていたと回答
- ・ペットショップ利用していないと回答したのに利用頻度を回答

1回目回答数	2回目回答数	有効回答数	有効回答率
23,525	5,414	3,432	63.4%

## ■購入後の状況

### 購入1か月後の犬猫のうち88.4%は健やかに成長

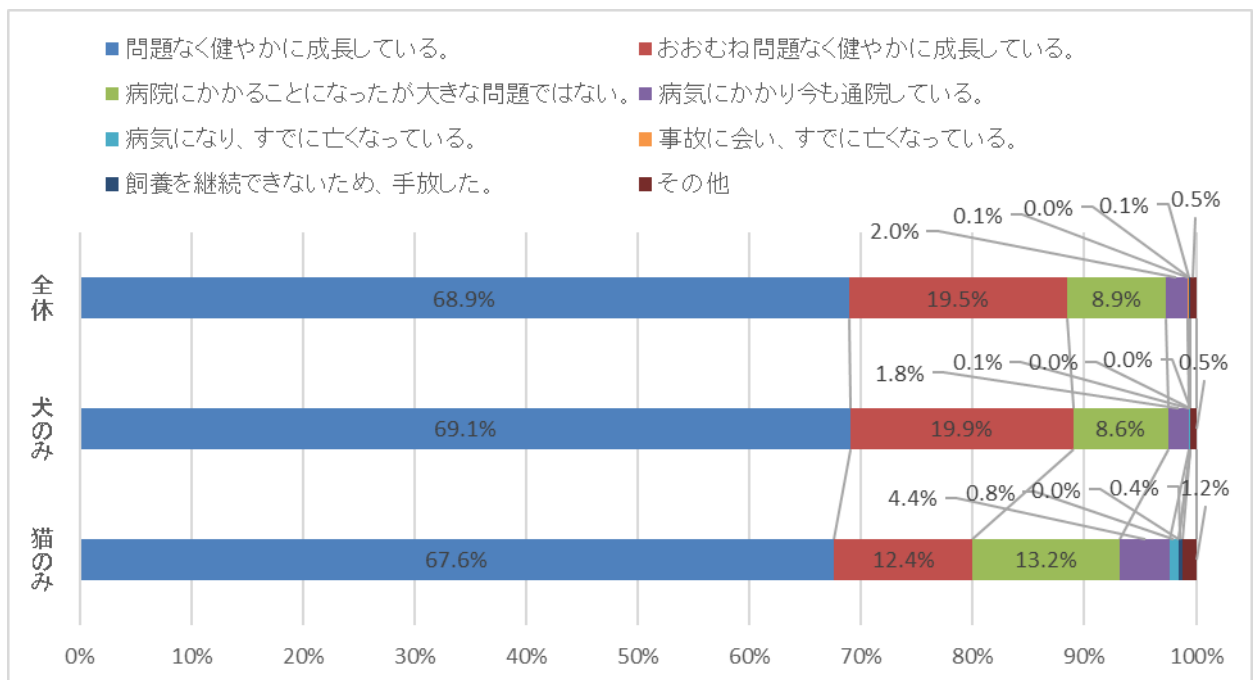
ペットショップで犬猫を購入してから1か月後の状況を尋ねたところ、有効回答(n=3,432)のうち、「問題なく健やかに成長している(68.9%)」「おおむね問題なく健やかに成長している(19.5%)」となり、犬猫全体の88.4%は健やかに成長していた。

病気にかかった犬猫は10.9%存在した。「病気にかかることになったが大きな問題ではない」が8.9%、「病気にかかり今も通院している」が2.0%、「病気で既に亡くなっている」が0.14%(全体のうち5件)となった。

「飼養できない・手放した」は0.05%(全体のうち2件)で、内訳は犬1頭、猫1頭であった。購入した犬を手放した理由は「これほど手がかかるとは思わなかった」であり、「ペットショップ」が引き取っていた。猫を手放した理由は「自分や家族に、ワンちゃんネコちゃんを原因とするアレルギー症状がでてしまった。」であり、「里親探しをしてくれる団体に依頼して、里親を見つけてもらった。」となった。

「全体」「犬のみ」で傾向に差は見られないが「猫のみ」では、病気にかかっている割合が18.4%と、ほかと比べてやや大きくなっている。

【ワンちゃんネコちゃんの1か月後の様子】 全体 n=3,432、犬のみ n=3,132、猫のみ n=250 で集計



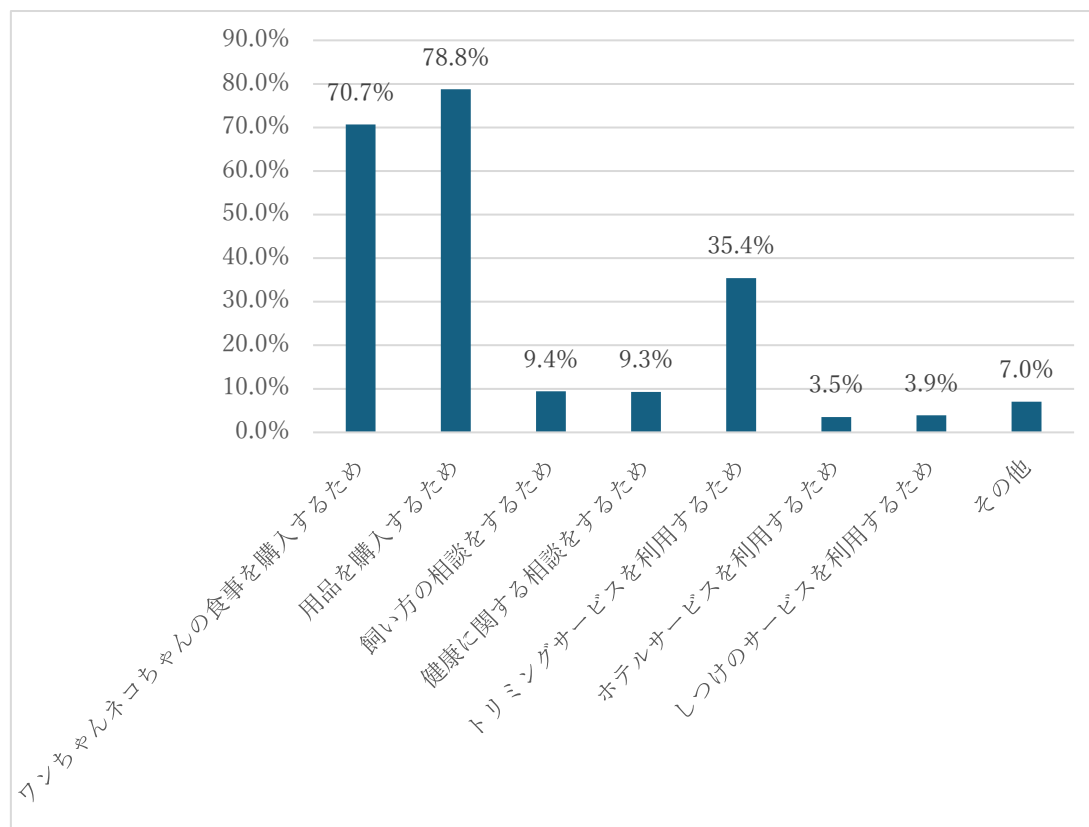
## ■ショップを継続的に利用する人の目的や頻度

犬猫を購入した店舗へは用品や食事を購入するために来訪している

### 人が多数

有効回答（n=3,432）のうち、犬猫を購入したペットショップへ再度来訪し、利用している人は、84.6%（2,902人）であった。来訪目的は、用品の購入（78.8%）、食事の購入（70.7%）が多数を占めた。トリミングサービスの利用（35.4%）に次いで、飼い方の相談（9.4%）や、健康の相談（9.3%）での利用も一部見られた。

#### 【実際にペットショップを利用している人の来訪理由】



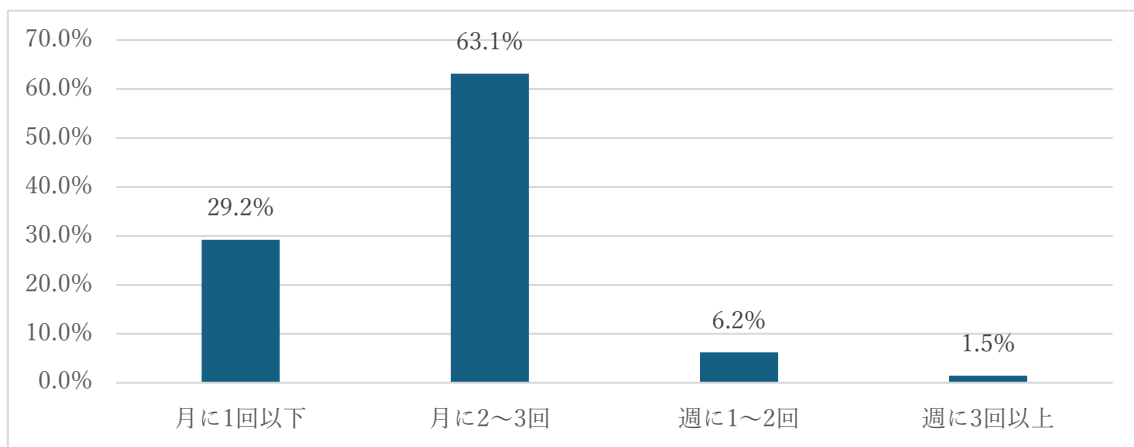
## 相談を目的にショップを利用する人の方が、利用頻度が高い

犬猫を購入したペットショップへ再度来訪し利用した人（n=2,902）について、ペットショップの利用頻度は、「月に1回以下（51.2%）」、「月に2～3回（44.5%）」、「週に1～2回（3.9%）」、「週に3回以上（0.5%）」であった。

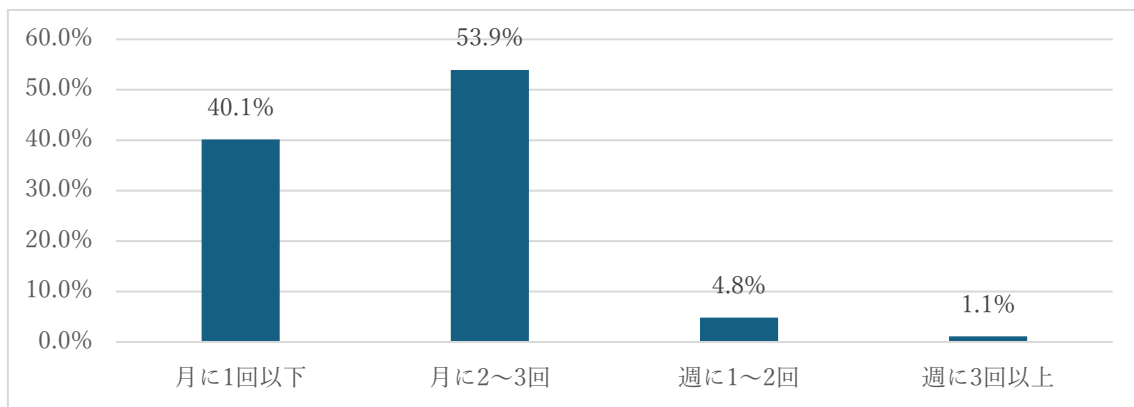
犬猫を購入したペットショップへ再度来訪し利用した人の中でも、利用目的として、「飼い方について悩みを相談するため」を選択した人（n=274）では、来訪頻度は、「月に1回以下（29.2%）」、「月に2～3回（63.1%）」、「週に1～2回（6.2%）」、「週に3回以上（1.5%）」であった。同様に、「健康に関する相談をするため」に利用していた人（269人）の来訪頻度は、「月に1回以下（40.1%）」、「月に2～3回（53.9%）」、「週に1～2回（4.8%）」、「週に3回以上（1.1%）」であった。

以上の通り、飼い方や健康に関しての相談を目的に利用する人の方が、相談目的でない人に比べて、ペットショップへの来訪頻度が高かった。

### 【飼い方について悩みをもつ人のショップ来訪頻度（n=274）】



### 【健康について悩みをもつ人のショップ来訪頻度（n=269）】



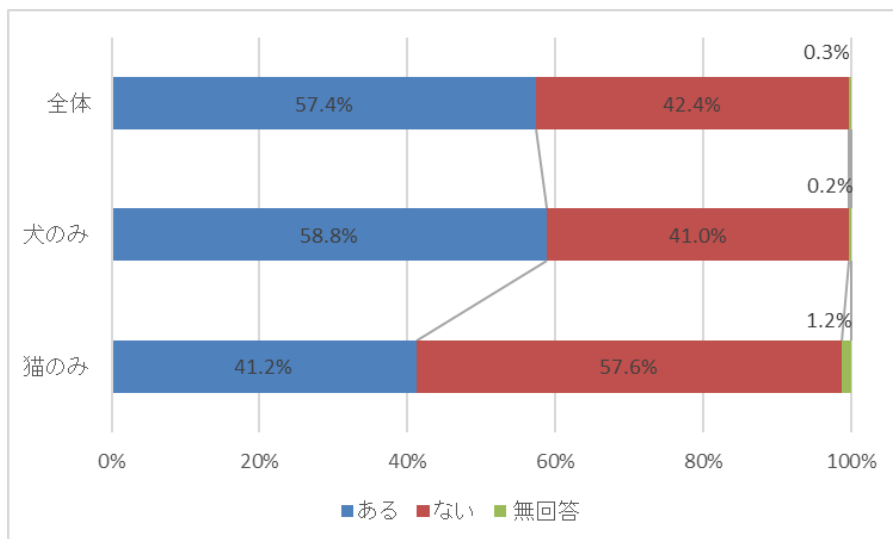
## ■購入 1 か月後の悩みの有無

### 悩みを抱える飼い主は 57.4%

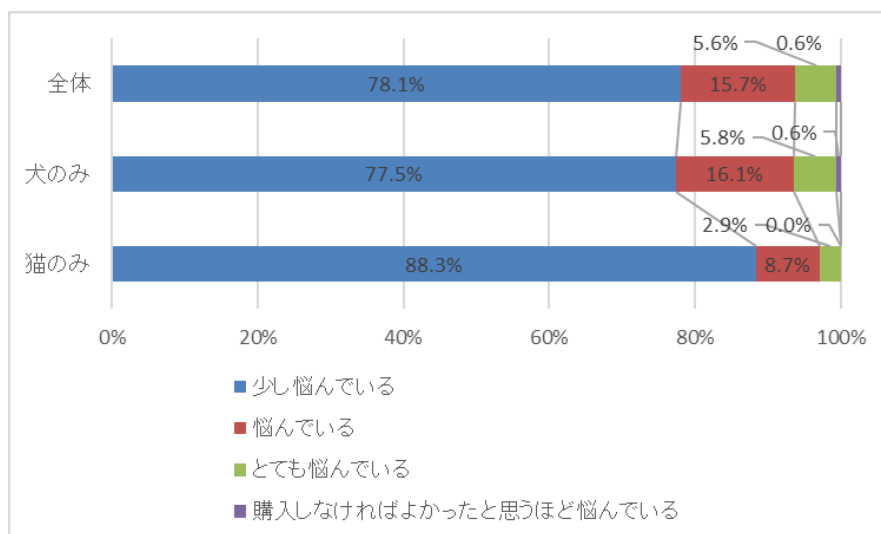
有効回答全体(n=3432)のうち、「飼養上の悩みがある」と回答した飼い主は 57.4% (1,969 人) であった。犬の飼い主では 58.8%、猫の飼い主では 41.2%が「悩みがある」と回答しており、猫の飼い主は、犬の飼い主に比べ、悩んでいる割合が低かった。

悩みの程度を尋ねると「少し悩んでいる (78.1%)」が最も多く、「悩んでいる(15.7%)」が続く。「購入しなければよかったと思うほど悩んでいる (0.6%)」もごく少数だが存在した。悩みの有無同様、猫の飼い主は、悩みの程度が低い傾向がみられる。

【1 か月後の悩みの状況】 全体(n=3,432)、犬のみ(n=3,132)、猫のみ(n=250)



【1 か月後の悩みの程度】 全体(n=3432)、犬のみ(n=3132)、猫のみ(n=250)



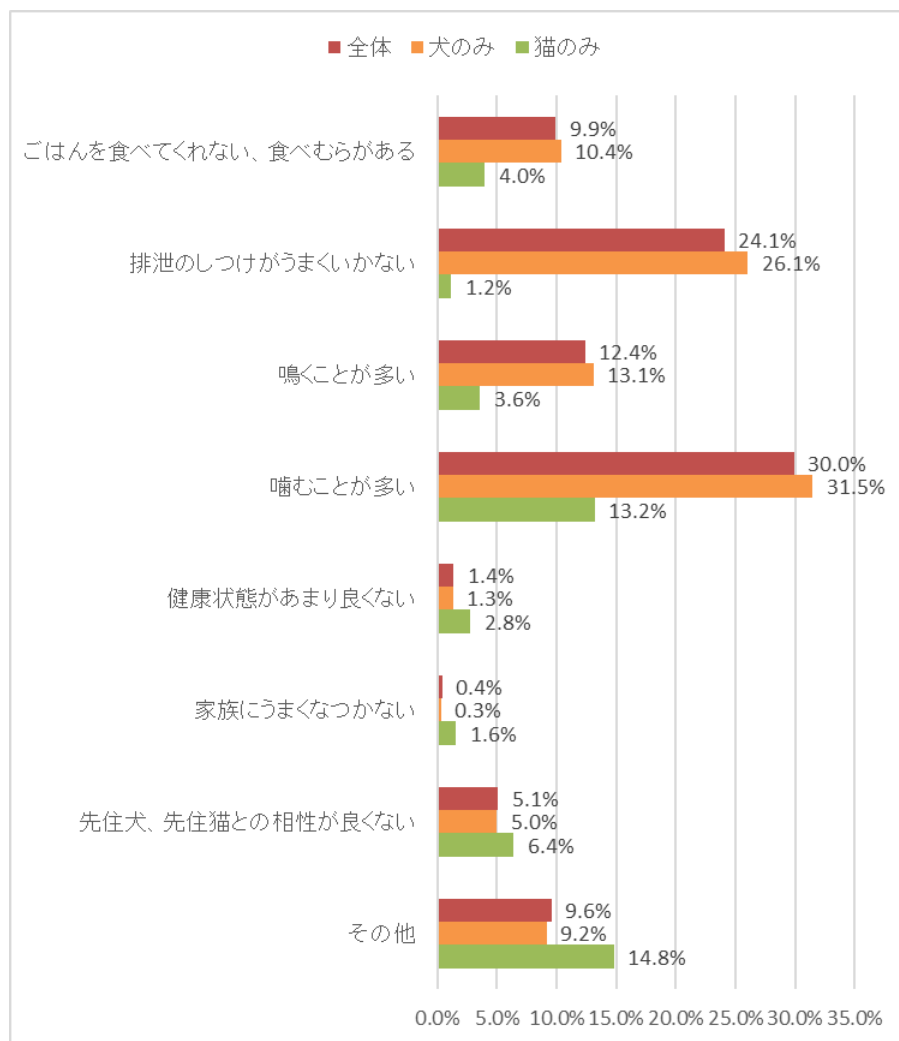
## ■悩みの内容

### 犬では「甘噛み」で悩む飼い主が 31.5%

悩みの内容についての質問（複数回答）に対しては、犬では「噛むことが多い（31.5%）」、「排泄のしつけがうまくいかない（24.1%）」、「鳴くことが多い（12.4%）」となった。猫は、「先住犬、先住猫との相性が良くない（6.4%）」「ごはんを食べてくれない、食べむらがある（4.0%）」との結果となった。

猫では「その他（14.8%）」が最も多くを占めた。猫の「その他」には、「部屋を走り回る音が下の階に迷惑にならないか心配」「スリッパや壁紙の破壊」「ケーブル類を壊す」など猫の行動に関する懸念や、「外出しづらい」「留守が心配」などの回答が見られた。

【悩みの内容（複数回答）】全体 n=3,432、犬のみ n=3,132、猫のみ n=250

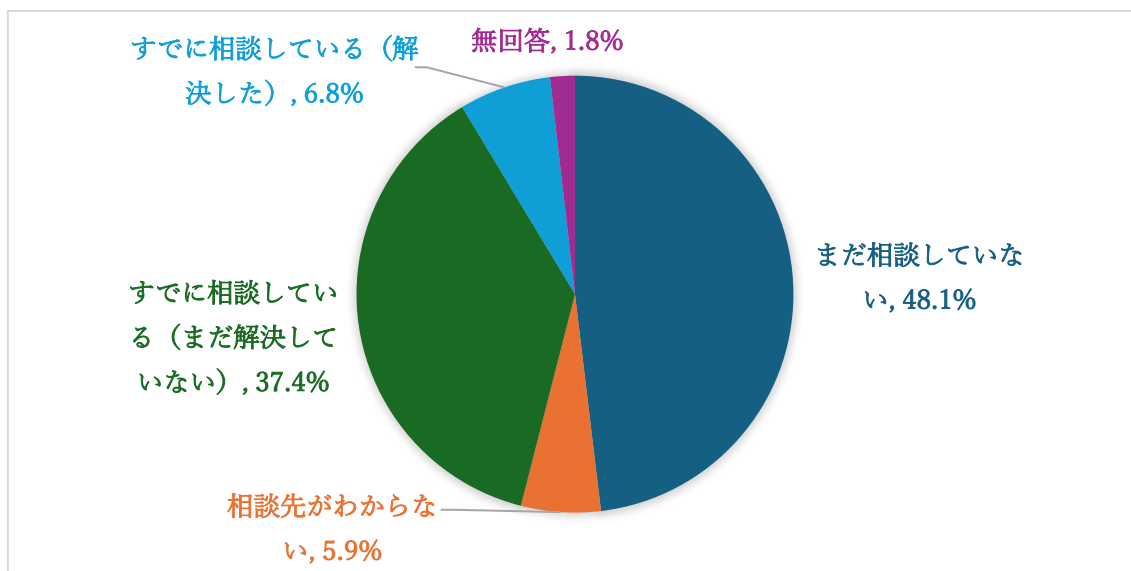


## ■ 悩みの相談状況

悩みが「ある」と回答した約半数の人が悩みを相談していない

「飼養上の悩みがある」と回答した飼い主（n=1,969）に対し、相談状況と解決状況を質問したところ、「まだ相談していない」が48.1%を占めた。「相談している（まだ解決していない）」は37.4%（736人）、「すでに相談している（解決した）」は6.8%（134人）、「相談先がわからない」は5.9%（116人）であった。

【悩みを持つ人の相談状況 n=1969】

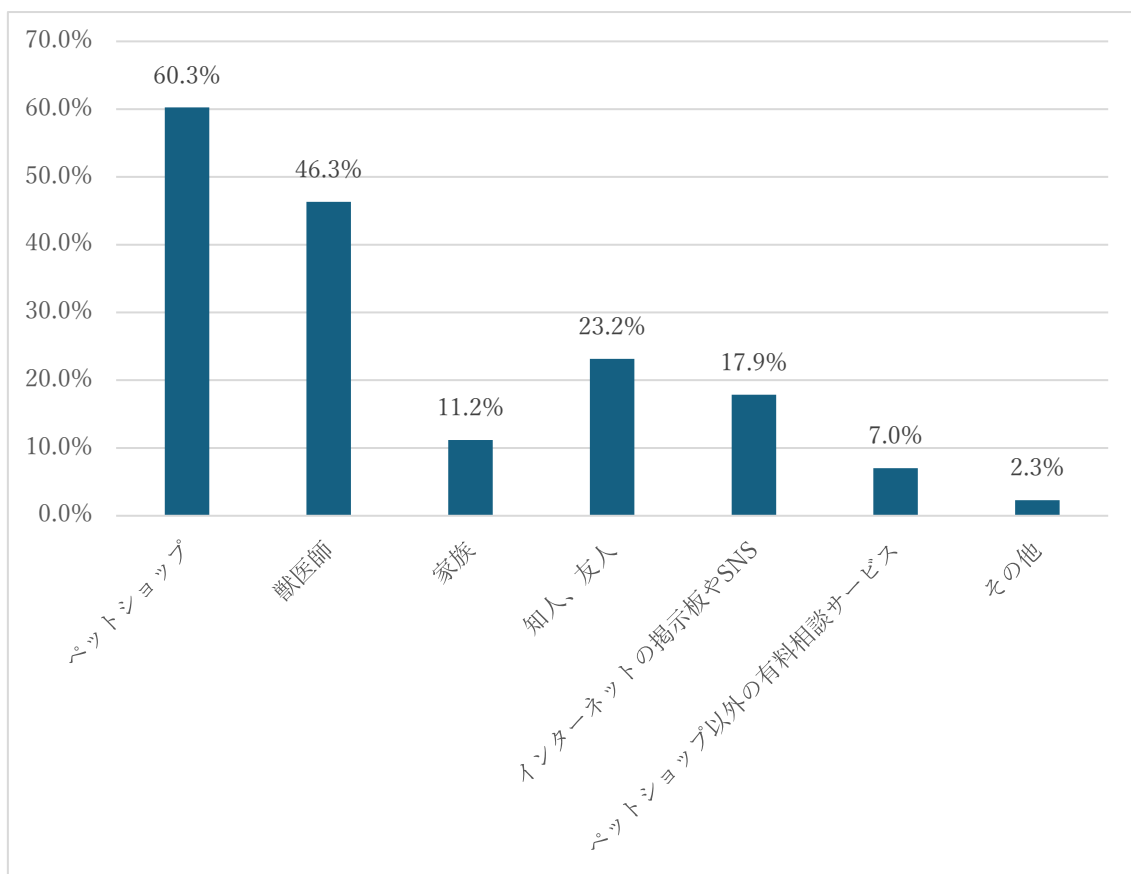


## ■悩みの相談先

悩みがあり、既に相談をした人のうち、約6割がペットショップに相談。獣医師に相談している人は5割弱

「飼養上の悩みがある」と回答した飼い主で、すでに相談をしている人（n=868、「相談している（まだ解決していない）」は37.4%（736人）、「すでに相談している（解決した）」は6.8%（134人）を合わせた数）のうち、ペットショップに相談している人（ペットショップのスタッフや、併設されているしつけ教室のトレーナーやトリマーへの相談を含む）は60.3%だった。次に多かったのが獣医師で46.3%だった。

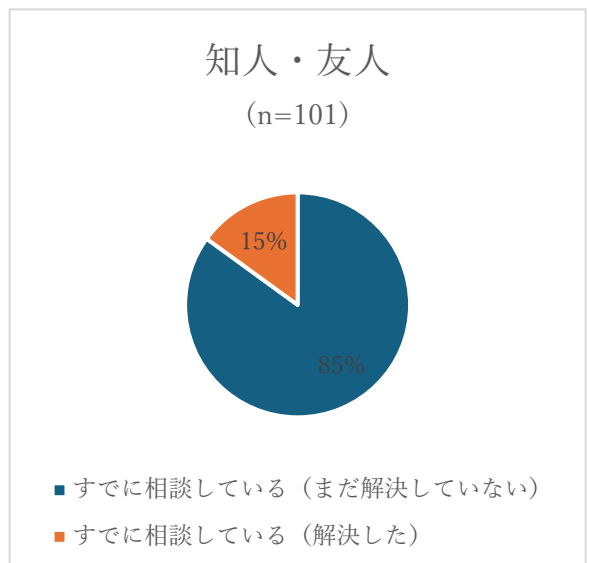
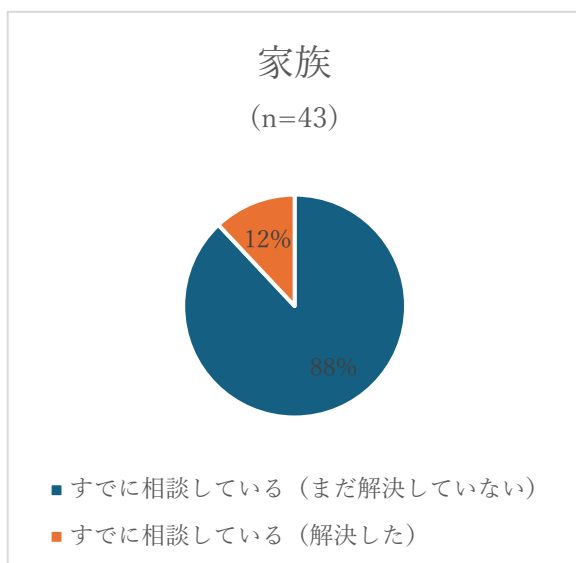
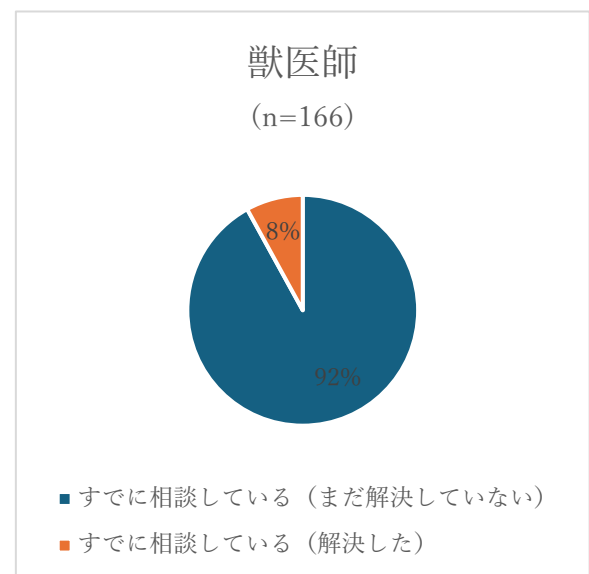
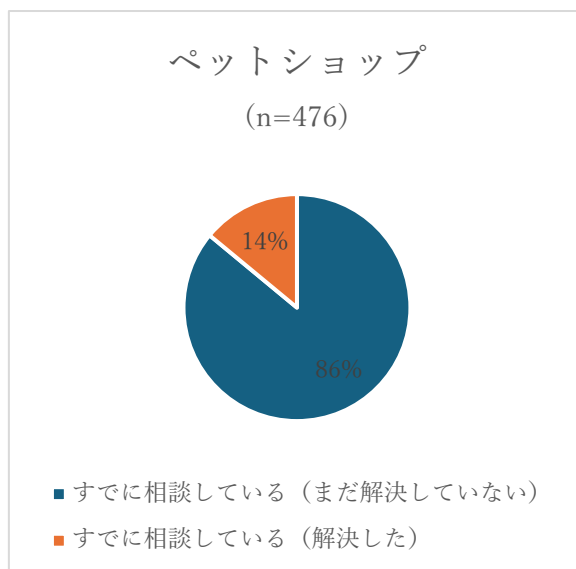
【悩みを相談した人の相談先（複数回答）n=868】



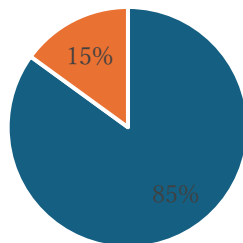
## 相談した結果 10%程度は悩みが解決している。

すでに相談をしている 868 人のうち、相談先が 1 か所のみであった人を抽出したところ、ペットショップのみに相談が 476 人、獣医師のみ 166 人、家族 43 人、知人・友人 101 人、インターネット 94 人、有料相談サービス 22 人、その他 2 人であった。

各相談先ごとの悩みの解決状況としては、「解決した」を選択した人の割合は、ペットショップのみに相談が 14%、獣医師のみ 8%、家族 12%、知人・友人 15%、インターネット 15%、有料相談サービス 5%であった。

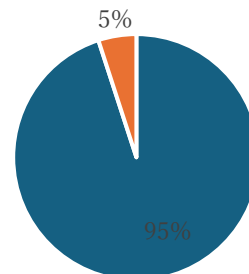


インターネット  
(n=94)



- すでに相談している（まだ解決していない）
- すでに相談している（解決した）

有料相談サービス  
(n=22)



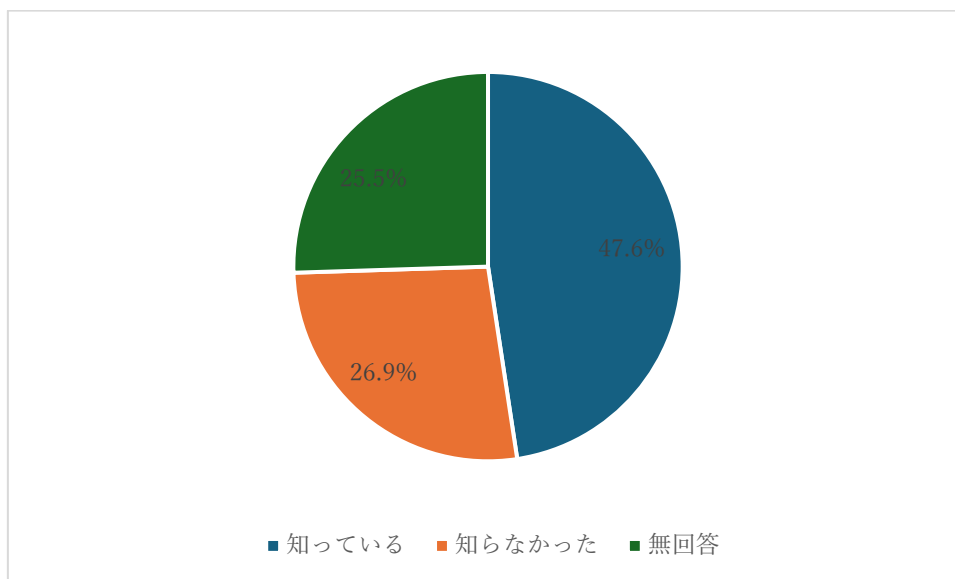
- すでに相談している（まだ解決していない）
- すでに相談している（解決した）

## 26.9%の人がペットショップで相談できることを知らなかった。

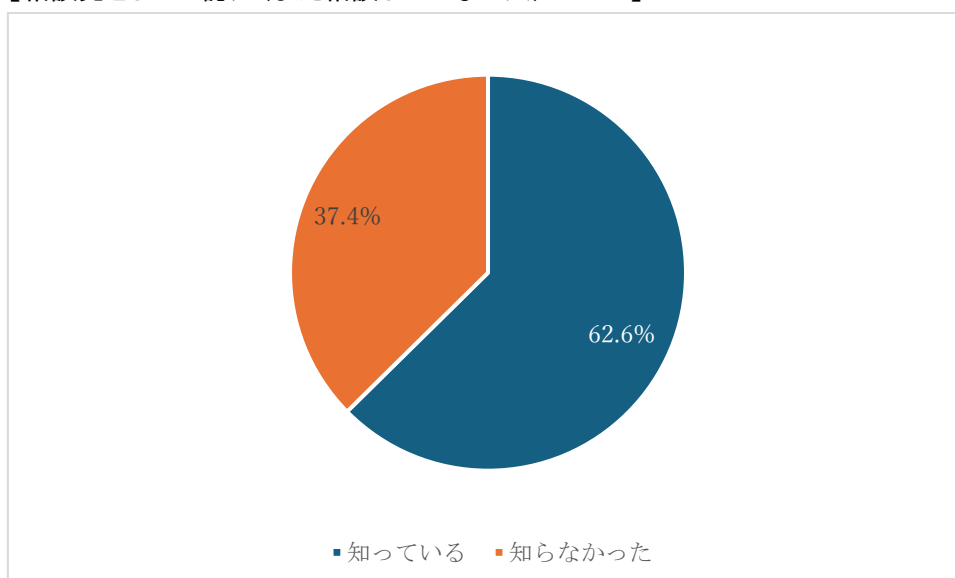
ペットショップが飼養上の悩みを相談できる場所として認知されているかについて、有効回答全体（n=3432）のうち、相談できる場所として「知っている」が47.6%、相談できる場所として「知らなかった」が26.9%であった。

なお悩みがあるがまだ相談していない人のうち、ペットショップで相談できることを「知らなかった」は34.7%となった。

【相談先としての認知 n=3,432】



【相談先としての認知(まだ相談していない人) n=947】



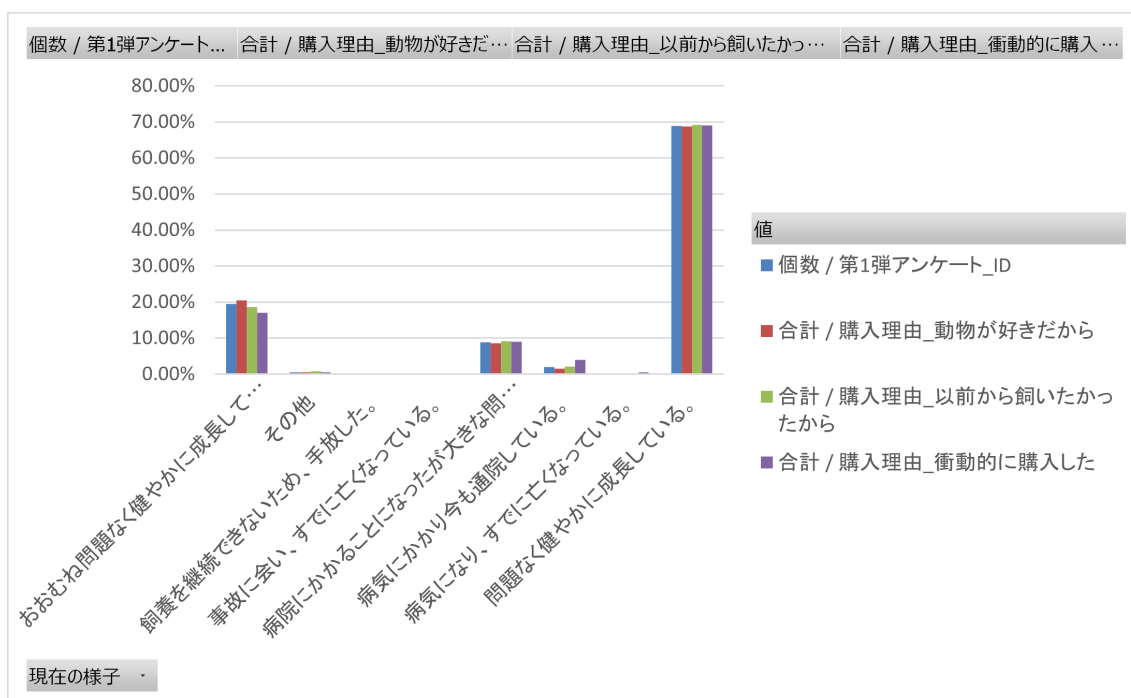
## ■購入の計画性と飼養上の悩みの関係について

### 購入の計画性と飼養上の悩みの発生には有意な差は見られない

有効回答数 3,432 人のうち、購入理由（複数回答）について、「衝動的に購入した」と回答した 200 人について、全体および、他の購入理由との回答を比較した。

衝動的に購入した人（n=200）のうち、「問題なく健やかに成長している」は 69.0%、（138 人）、「おおむね問題なく健やかに成長している」は 17.00%、合計が 86.00%であり、これは、有効回答全体の「問題なく健やかに成長している（68.9%）」「おおむね問題なく健やかに成長している（19.5%）」と同様の水準であった。

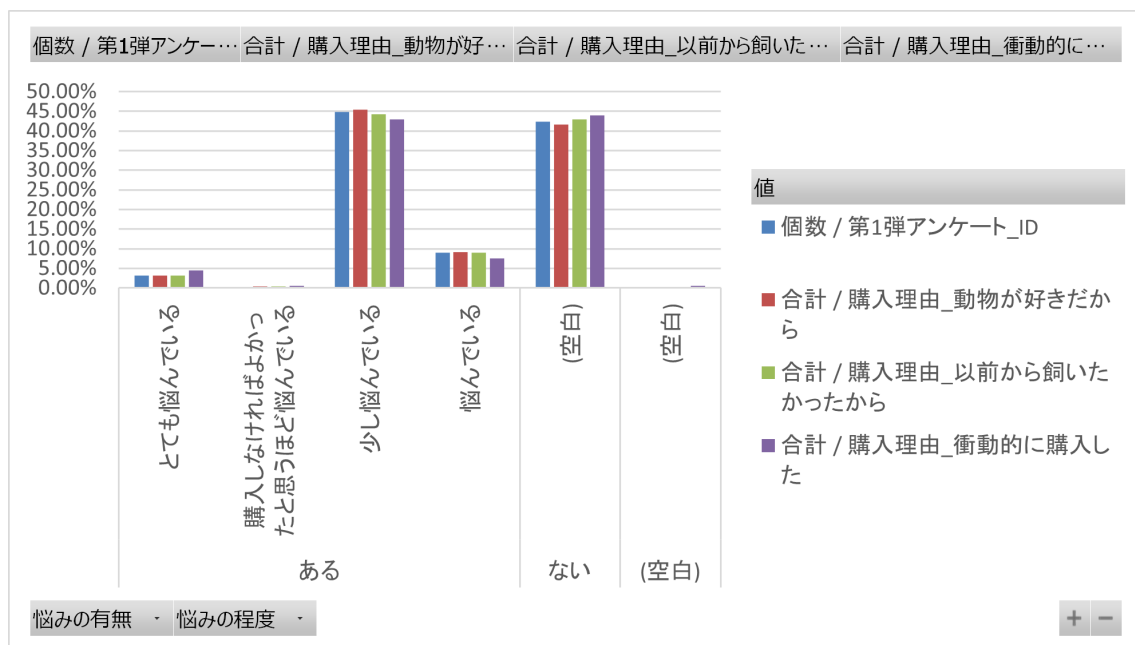
「衝動的に購入した」とは対照的だと思われる購入理由である、「動物が好きだから」（n=2366）、「以前から飼いたかったから」（n=1993）件と、購入 1 か月後の様子について比較を行ったところ、購入理由にかかわらず同様の傾向となり、有意な差は見られなかった。



## 購入の計画性と悩みの程度には有意な差は見られない

衝動的に購入した人 (n=200) のうち、「悩みがある」111件 (55.5%) の内訳をみると、「悩んでいる」15件 (7.5%)、「少し悩んでいる」86件 (43.0%) の合計101件 (50.5%) であった。一方で、「とても悩んでいる」9件 (4.5%)、「購入しなければよかったと思うほど悩んでいる」1件 (0.5%) の合計10件 (5.0%) が重大な悩みを抱えていた。

下記グラフのとおり、「衝動的に購入した」とは対照的だと思われる購入理由、「動物が好きだから」(n=2,366)、「以前から飼いたかったから」(n=1,993) 件と、「悩みの有無」「悩みの程度」と比較したが、割合に有意な差はなく、全体の傾向と一致していた。

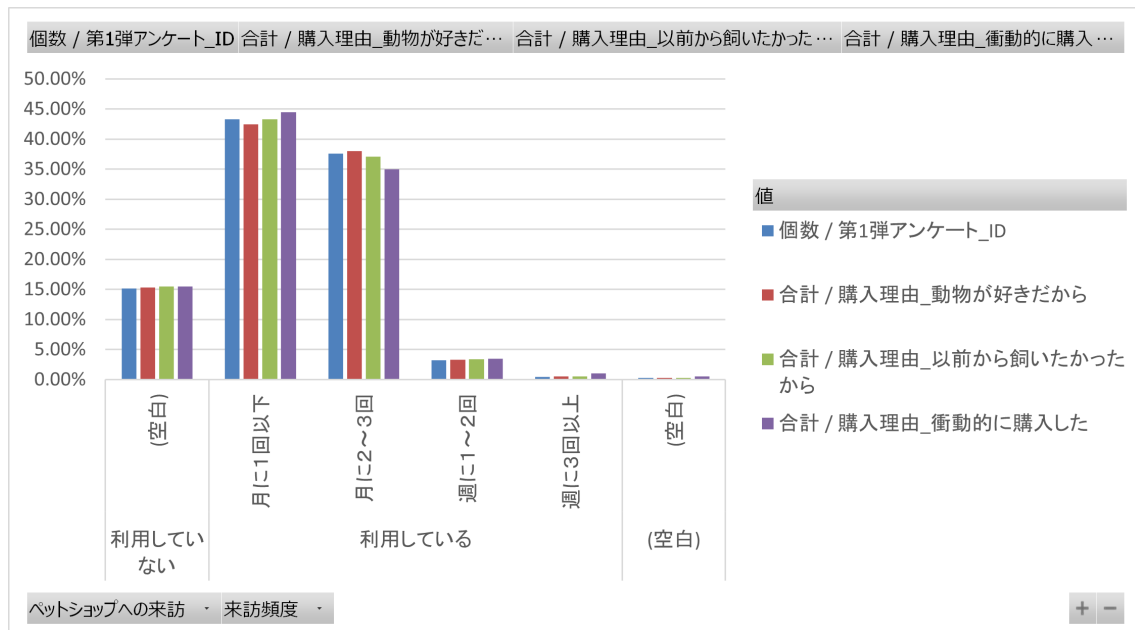


## 購入の計画性と利用頻度に有意な差は見られない

「ペットショップを利用している」168件 (84.0%)、「ペットショップを利用していない」31件 (15.5%) と、大半がペットショップを利用している結果になった。

「利用している」の内訳は、「月に1回以下」89件 (44.5%)、「月に2～3回」70件 (35.0%) となっている。また、「週に1～2回」7件 (3.5%)、「週に3回以上」2件 (1.0%) の合計9件 (4.5%) については比較的使用頻度が高いと言える。

下記グラフのとおり、「衝動的に購入した」とは対照的だと思われる購入理由、「動物が好きだから」(n=2,366)、「以前から飼いたかったから」(n=1,993) 件と、「ペットショップへの来訪頻度」と比較したが割合に有意な差はなく、全体の傾向と一致していた。



## 情報収集の実施の程度には有意な差が見られた

「ペットを迎える準備として、どのような情報収集をしましたか」（複数回答可）の設問について、有効回答全体（n=3,432）では「犬や猫の種類について」65.6%（2,253人）「価格」55.7%（1,911人）、「飼育環境について」50.3%（1,728人）、「ごはん」32.9%（1,128人）、「しつけ」42.1%（1,444人）、「ペットの病気」37.9%（1,302人）、「飼育にかかる費用」41.4%（1,422人）、「特に調べなかった」9.3%（318人）であった。

これに対し、衝動的に購入した飼い主（n=200）では、「犬や猫の種類について」47.0%（94人）、「価格」44.5%（89人）、「飼育環境について」43.0%（86人）、「ごはん」30.0%（60人）、「しつけ」38.5%（77人）、「ペットの病気」30.0%（60人）、「飼育にかかる費用」38.5%（77人）、「特に調べなかった」24.5%（49人）であった。情報収集の実施の程度については、全体と、衝動的に購入した飼い主の間に、有意な差（ $p<0.01$ ）が見られた。

「ペットを迎えるにあたり、情報収集の入手先はどちらか教えてください」（複数回答可）の設問について、有効回答全体（n=3,432）では「ペットショップ」67.1%（2,305人）、「インターネット」74.0%（2,539人）、「家族や友人・知人」28.4%（973人）、「書籍・雑誌」8.1%（278人）、「特に調べなかった」4.1%（142人）であった。

これに対し、衝動的に購入した飼い主（n=200）では、「ペットショップ」68%（138人）、「インターネット」67.5%（135人）、「家族や友人・知人」31.0%（62人）、「書籍・雑誌」6.0%（12人）、「特に調べなかった」8.0%（16人）であった。情報の入手先については有意な差は見られなかった。

## 考察

購入1か月後の犬猫のうち、88.4%は健やかに成長していた一方、「病気にかかり通院している」は2.0%、「病気で既に亡くなっている」0.14%（全体で5頭）、「飼養できない・手放した」は0.05%（犬猫ともに1頭ずつ）も見られた。犬猫が生き物である以上、一定の割合で病気や事故は発生する。こうしたリスクについて十分に飼養者に注意喚起し、早期発見早期治療につなげることがペットショップの役割であると考えられる。

また、「飼養できない・手放した」については犬1頭、猫1頭であったが、犬については「これほど手がかかるとは思わなかった」ことを理由に手放している。販売時の説明について、飼養の大変さについての情報が十分であったか見直すべきと考えられる。犬については、ペットショップでの引き取りを行っており、このケースでは、ペットショップがセーフティネットの役割を担っていると言える。猫のケースについては、保護団体に引き取ってもらったとのことであったが、販売者の責任として、引き取りについても保護団体に頼るのではなく、ペットショップ自らが対応することが必要であると考えられる。

犬猫を迎えたペットショップへの来訪理由は主に用品やフードの購入、トリミングの利用であったが、一部、相談の利用も含まれた。飼養上の悩みを相談する人の方が、悩みを相談する以外の目的で利用する人に比べ、来訪頻度は高く、悩みの相談をすることが飼養者とペットショップのエンゲージメントを高めることにつながると考えられた。相談業務はペットショップにとって直接的な売上にはつながらないが、エンゲージメントを高めることは長期的な利用につながる可能性を高め、将来的な売上の増加に寄与する可能性がある。

悩みを抱えている飼い主は全体の57.4%であり、半数を超えた。既に悩みを相談している飼い主のうち、60.3%がペットショップへ相談しており、動物病院等に比べて、より多くの飼い主が相談していることから、相談窓口としての機能を一定程度担えていることがうかがえる。一方で、悩みを抱える飼い主のうち、飼育開始1か月後の時点でまだ相談していない飼い主と相談先が分からない飼い主を合わせると半数を超える。また、全体の26.9%はペットショップが飼養上の悩みを相談できる場所だと認知していなかった。これらの結果から、ペットショップが飼養上の悩みを相談できる場所であると認知されていれば、他の相談先に比べて利用割合は高いが、そもそも悩みを相談できる場所であると認知されていなければ利用もされないことから、ペットショップが飼養上の悩みを相談できる場所であるということを認知させることが重要な取り組みであると考えられる。相談を提供できることの認知を高め、気軽に相談できるような情報提供を行うことは、飼い主が相談しやすくなり、飼養上の悩みの解決に役立てる機会を作ることにつながり、利用頻度を上昇させ、結果として、ペットショップの信頼につながっていくだろう。

購入の計画性の影響について、衝動買いと選択した飼養者と、他の購入理由を選択した飼養者の間で悩みの発生について有意な差は見られなかった。衝動買いの問題点としては、事前に飼育に必要な情報を集めたり、適切に飼養できるか検討せずに購入することで、結果と

して、飼養上の問題が発生する可能性を高めることが予測される点にある。本調査では、情報入手の程度については有意な差が見られたが、悩みの発生には有意な差が見られなかった。尚、「飼養できない・手放した」と回答した2名はいずれも、衝動的に購入したわけではなく、事前に情報を調べていた。これらの情報から、衝動的に購入するということが、悩みの発生確率を高めているわけでないと考えられる。

本調査では、ペットショップの役割としての相談機能がどの程度果たしているかについて検討することを目的に、調査を行ったが、アフターフォローとしての相談機能は、相談を必要とし、ペットショップを相談先と認知している飼い主に対しては、一定程度提供できていることが確認された。一方で、ペットショップが飼養上の悩みの相談場所として認知されていない場合、利用もされないことから、ペットショップの相談機能に関してより積極的に認知活動を行う必要があると考えられた。また、ペットショップの相談の活用が飼い主の悩みの解決にどの程度寄与しているかについては本調査だけでは評価できなかった。この点については今後の課題である。

ペットショップが飼い主の身近な相談窓口となることで、課題が深刻化する前に、悩みを解決したり、場合によっては様々な専門家に接続することができる。こうした機能を発展させることは、飼い主とペットショップのエンゲージメントを高め、ペットショップの経営に対してもプラスの作用があると考えられる。飼い主に寄り添い、相談を受けるというペットショップの機能の進化を業界を挙げて促していくべきだろう。

#### 参考①：第1回アンケート設問リスト

- 【問1】あなたの性別を教えてください。
- 【問2】あなたの年代を教えてください。
- 【問3】あなたのお住まいの地域を教えてください。
- 【問4】家族構成を教えてください。
- 【問5】お住まいの居住形態について教えてください。
- 【問6】これまでペットと暮らしたことはありますか。
- 【問7】「ある」とお答えした方にお伺いします。飼育経験についてお知らせください。(複数回答)
- 【問8】今回お迎えしたペットの種別を教えてください。(複数回答)
- 【問10】ペットを購入しようと思った理由を教えてください。(複数回答)
- 【問11】ペットを迎える準備として、どのような情報収集をしましたか。(複数回答)
- 【問12】ペットを迎えるにあたり、情報収集の入手先はどちらか教えてください。(複数回答)
- 【問13】ペットを迎えるにあたり、検討したところを教えてください。(複数回答)
- 【問14】このペットショップで購入した理由を教えてください。(複数回答)
- 【問15】ペットを迎える際、ペットショップの店員からどのような説明を受けましたか。お聞きした内容すべてを選択してください。(複数回答)
- 【問16】ペットをお迎えすることで、どんな良い事があると思いますか。(複数回答)
- 【問17】ペットとの暮らしで心配な事がありますか。

#### 参考②：第2回アンケート設問リスト

- 【問1】ワンちゃんネコちゃんのご様子はいかがですか？
- 【問1-2】手放した理由を教えてください。
- 【問1-3】ワンちゃんネコちゃんはどうのようにされましたか？
- 【問2】ペットショップからお迎えいただいたワンちゃん、ネコちゃんの現在の年齢を教えてください。(複数回答)
- 【問3】ワンちゃんネコちゃんをお迎えしたペットショップ(系列店を含む)へはご来訪いただいておりますか？
- 【問4】ワンちゃんネコちゃんをお迎えしたペットショップには、どのくらいの頻度でご来訪いただいておりますか？
- 【問5】ご来訪の目的をおしえてください。(複数回答)
- 【問6】利用しない理由をおしえてください。(複数回答)
- 【問7】ワンちゃんネコちゃんを迎えた後、どんな良いことがありましたか。(複数回答)
- 【問8】ワンちゃんネコちゃんを迎えた後、ご家族に変化はありましたか。(複数回答)
- 【問9】ワンちゃんやネコちゃんとの生活で悩みはありますか？

- 【問 10】 どの程度、なやんでいますか？
- 【問 11】 どのようなことで悩んでいますか？（複数回答）
- 【問 12】 一番悩んでいることは何ですか？
- 【問 13】 その悩みについて相談しましたか？
- 【問 14】 相談先はどこですか？（複数回答）
- 【問 15】 ペットショップでは様々な悩みを相談できる事をご存じでしたか？