

報道関係各位

2022年11月17日  
株式会社クロス・マーケティング

## 動物を見せて売る販売方法禁止の賛成派は多数 ペット遺棄の対策には「引き取り先」「規制」の整備を

－ ペットに関する調査（2022年）意識編 －

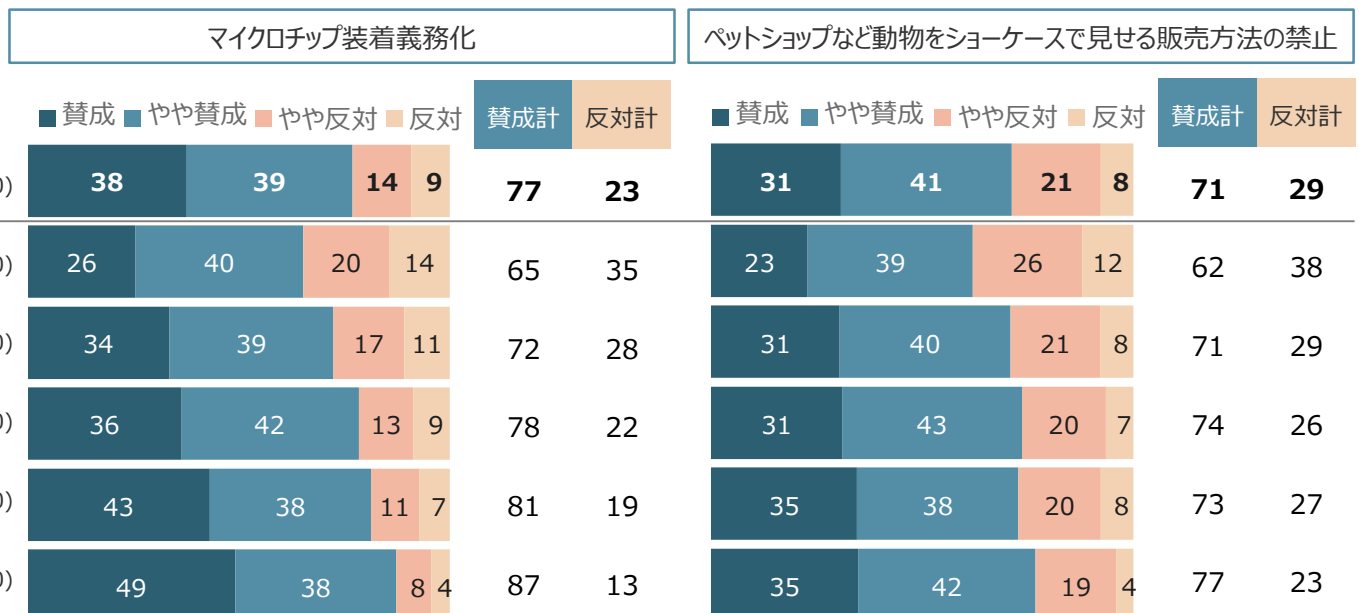
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年10月、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女5,000人を対象に「ペットに関する調査（2022年）」を実施し、ペットに関わる実態や意識・行動などを全般的に聴取しました。今回は、マイクロチップ装着義務化とペットショップなど動物をショーケースで見せる販売方法の禁止への賛否、ペットを捨てることに対する意見、動物関連の施設やサービスの利用意向などを聴取し分析をしました。

### ■ 調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【マイクロチップ装着義務化やペットを見せて売る販売への意見】** 日本では2022年6月に販売される犬や猫のペットへのマイクロチップ装着が義務化された。その賛否を聞いたところ「賛成」が77%であった。また、フランスでは2024年以降ペットショップでの犬や猫の販売が禁止となり、日本でも話題となった。動物をショーケースで見せる販売方法の禁止については「賛成」が71%であり、マイクロチップ装着義務化と同様に、年代が高くなるほど賛成派は増える傾向にある。＜図1＞
- ✓ **【ペットを捨てることへの意見】** ペットが捨てられて繁殖し生態系への影響の懸念もある昨今、ペットを捨てることに関する意見を確認した。捨てることに「許容できない」は61%、「まあ許容できない」は17%と合わせて78%と多くは許容できないとしている。特に50～60代の許容できない割合は高い。許容できない理由は、「命の大切さがわかっていない」「かわいいだけで飼うのが無責任」「周辺環境へ影響する」「捨てる以外の方法を検討してほしい」という声があがった。一方、「しかたがない・問題ない」は22%であり、男性20代、男性30代、女性20代は3～4割を占め若年層は高めであった。その理由は、「家庭事情やモラルなどから、ペットを捨てる人はいなくなる」「捨てる以外の方法が浸透していない」などである。＜図2、3＞
- ✓ **【動物関連サービスの利用意向】** 動物関連サービスについて利用意向を聴取した。犬、猫、自宅で飼うことが難しいフクロウやカワウソなどと触れ合える「動物カフェ」の利用意向は28%、一緒にお散歩したり泊まったりできる体験型の「ペットレンタル」は13%、問いかけに反応してくれるAI搭載タイプもある「ペット型ロボット」は14%であった。いずれも、今後ペットを飼いたい人（飼育意向者）と現在ペットを飼育している人（現飼育者）の意向が高い。特に飼育意向者の「動物カフェ」の意向は55%と半数を超える。＜図4＞

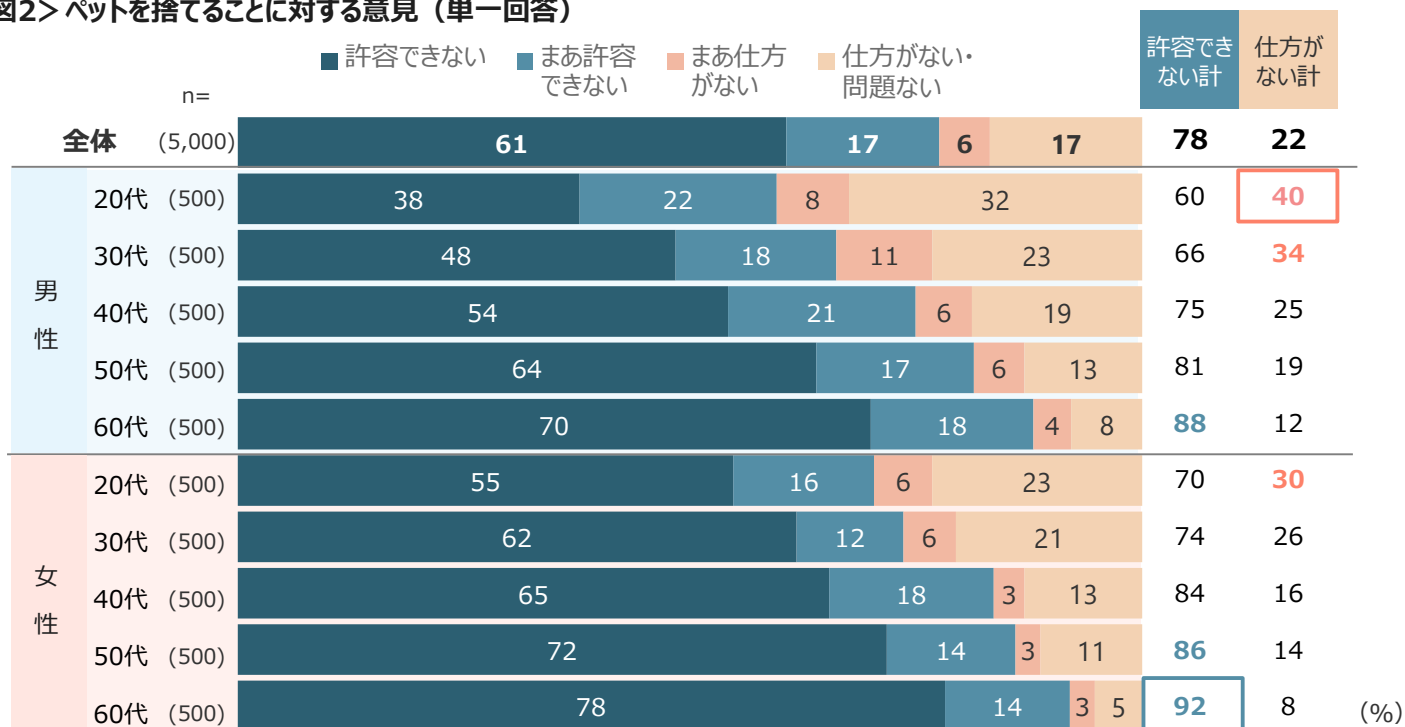
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221117pet/>

＜図1＞ マイクロチップ装着義務化・ペットショップなど動物をショーケースで見せる販売方法の禁止に対する意見（単一回答）



(%)

<図2> ペットを捨てることに対する意見（単一回答）



<図3> ペットを捨てることに対する意見（自由回答一部抜粋）

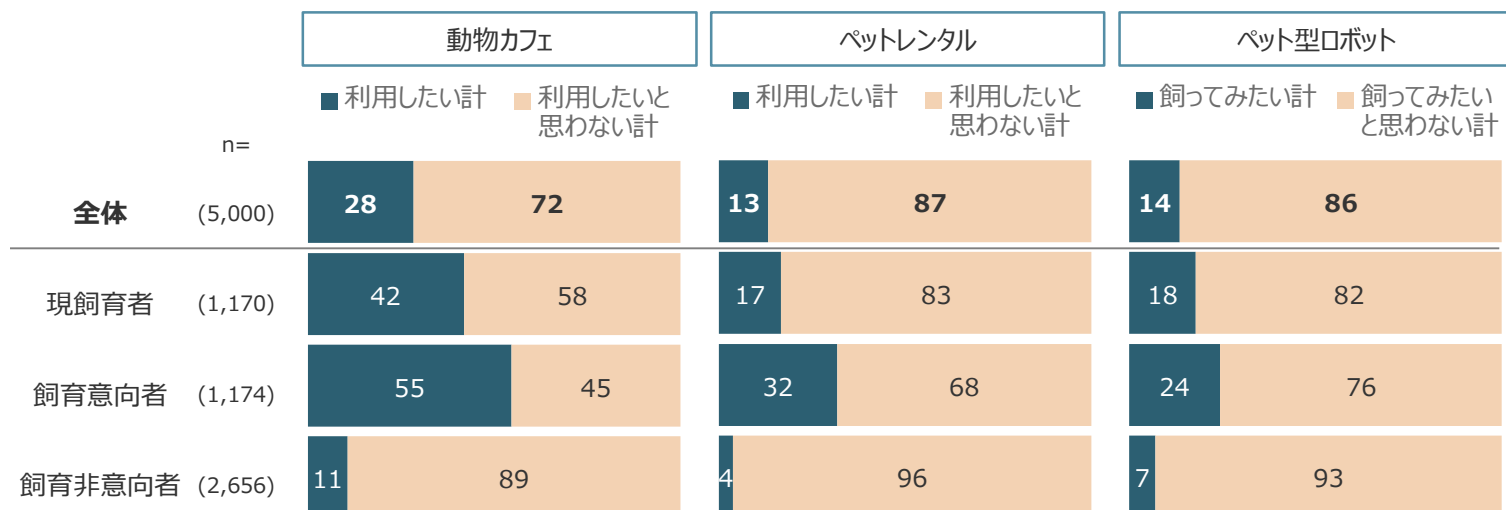
許容できない理由

- 命の大切さがわかっていない  
かわいそう、命の大切さをわかっていない  
ペットの命を大切に扱うことが出来ないなら飼う資格ない  
「飼えないならば初めから飼わない」これは当たり前の事
- かわいいだけで飼うのが無責任  
可愛いだけで飼うから、最後まで面倒をみない飼い主が多すぎる  
SNSのネタ作りとかで飼う人がいて、飽きたら捨てる人がある
- 周辺環境への影響  
治安が悪化する  
近隣住民への迷惑動物愛護法違反として多頭飼育放棄も含めて厳罰に処すべき
- 捨てる以外の方法を検討してほしい  
責任持って譲渡先を探すべき  
保健所や里親がある

仕方がない理由

- 捨てる人はいなくなる  
家庭事情やモラルなどから、ペットを捨てる人はいなくなる  
いろいろな事情があるから仕方がない  
ペットを飼うことへの責任感がない気がする
- 捨てる以外の方法が浸透していない  
捨てる以外の方法がわからないのではないかと  
日本は公的・民間での引き取り先がまだ充実していない  
取り締まる法律が緩い

<図4> 動物カフェ・ペットレンタル・ペット型ロボットの利用意向（単一回答）



※利用したい計：利用したい+まあ利用したい／利用したいと思わない計：あまり+利用したいと思わない  
飼ってみたい計：飼ってみたい+まあ飼ってみたい／飼ってみたいと思わない計：あまり+飼ってみたいと思わない

## ■レポート項目一覧

 属性設問

(性別/年代/婚姻状況/居住地/同居家族/職業/同居家族人数/住居形態/ポテンシャル・ニーズ・クラスター/ペット飼育状況/ペット飼育意向)

 調査結果サマリー

## ▼調査結果詳細

 動物ペット関連で3か月以内に行った／見たこと ペット可の賃貸物件についての意見 ペットレンタル利用意向 ペット型ロボット購入意向 動物カフェ利用意向 ペットを捨てることについての意見 ペットを捨てることについての意見（自由回答抜粋） マイクロチップ装着義務化についての意見 ペットショップ等動物を見せる販売禁止についての意見 ペット関連情報の情報源

※レポートでは、性年代別/世帯人数別/住居形態別/ペット飼育状況別/ペット飼育意向別のグラフを掲載しています。

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221117pet/>

## ■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査地域 : 全国47都道府県

調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2022年10月21日（金）～10月25日（火）

有効回答数 : 本調査5,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

## 【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>

所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立 : 2003年4月1日

代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

## ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」



Cross Marketing Group