

ペット関連商品の国内市場を調査

—2022年予測（2019年比）—

■ペット関連商品の国内市場 5,007億円（4.9%増）

ペットフード、ペットケア用品、ペット生活用品すべてのカテゴリで市場拡大

●キャットスナック 273億円（44.4%増）

猫へスナックを与えることが定着し、二桁増が続く

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 清口 正夫 03-3664-5811）は、犬の飼育頭数の減少が続くなど厳しい市場環境の中、高価格・高付加価値商品が増加しているペット関連商品の国内市場を調査した。その結果を「[2020年 ペット関連市場マーケティング総覧](#)」にまとめた。

この調査では、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9品目の現状を分析し、将来市場を予測するとともに、注目ビジネスとしてペット保険やペットサロン、ペット専用飲料、犬猫用マイクロチップ／リーダーの動向についても明らかにした。

<調査結果の概要>

■ペット関連商品の国内市場

	2019年	2018年比	2022年予測	2019年比
ペットフード	3,547億円	103.1%	3,717億円	104.8%
ペットケア用品	798億円	102.3%	850億円	106.5%
ペット生活用品	426億円	101.4%	440億円	103.3%
合計	4,771億円	102.8%	5,007億円	104.9%

2019年の国内市場はすべてのカテゴリで伸長し、2018年比2.8%増の4,771億円となった。

ペットフードは、ドッグフードの不振により2018年は縮小したものの、2019年はプレミアムフードの好調により拡大した。キャットフードは引き続き伸びている。スナックはいなばペットフードの「CIAOちゅ〜」と「いなばちゅ〜」が好調である。また、小動物用フードではハリネズミ用フードが小幅ながら伸びている。今後も市場は堅調に拡大していくとみられる。

ペットケア用品は、しつけ剤や防虫剤／殺虫剤などが縮小したものの、市場規模の大きい猫砂やトイレ用シートなどが伸長したことで2019年は2018年比2.3%増となった。近年ペットオーナーの衛生意識が高まっていることからボディタオルやデンタルケア用品などが好調である。また、オムツは高齢ペットの増加に加えてマナーウェアとしての認知度向上により伸長している。今後もペットの室内飼育率の上昇によりケア意識は高まるとみられ、市場拡大が予想される。

ペット生活用品は、長梅雨や暖冬の影響を受けマットやヒーターなどの季節商材が不調だったほか、小型犬人気による室内飼育の増加や犬の飼育頭数の減少を背景に、散歩機会が減っているため首輪や引紐が低調だった。しかし、食事台や自動給水器が好調な食器／給水器やケージなどの好調がカバーし、2019年は2018年比1.4%増となった。ペット生活用品は買い替え需要が低迷しており、参入各社は需要喚起を図るため高付加価値商品を積極的に投入している。特にケージやサークルなどでは、手入れが容易な商品やインテリアに馴染みやすいデザイン性の高い商品など、ペットオーナーのニーズに対応した展開を進めている。今後も高付加価値商品の開発により、買い替えを促進することで市場は活性化するとみられる。

<注目市場>

●スナック【ペットフード】

	2019年	2018年比	2022年予測	2019年比
スナック	631億円	106.2%	726億円	115.1%
キャットスナック	189億円	116.7%	273億円	144.4%

※キャットスナックはスナックの内数

犬・猫の間食やしつけなどの目的で給餌されるスナック類（おやつ）を対象とする。市場は犬用のジャーキーやガム、ビスケット、その他と、猫用のキャットスナックに分類し算出した。なお、犬用のその他にはウェットおやつや犬猫兼用スナック、チーズ、ケーキ、ゼリーなどすべてを含めた。

ジャーキーやビスケットがほぼ横ばいから微減する一方、ガムが微増し、ウェットおやつをはじめとしたその他やキャットスナックが二桁伸長したことにより2019年は2018年比6.2%増となった。

ウェットおやつやキャットスナックは、いなばペットフードが商品数を一気に増やしている。ウェットおやつでは「いなばちゅ〜る」が好調で、その他のメーカーも相次いで商品を投入している。キャットスナックでは「CIAOちゅ〜る」のヒットにより二桁伸長が続いている。猫へスナックを与えることが定着し、今後も大幅な伸びが期待される。

●プレミアムフード【ペットフード】

2019年	2018年比	2022年予測	2019年比
724億円	103.7%	797億円	110.1%

ドッグフードとキャットフードの中で、ライフステージや飼育環境、ペットが抱える症状や悩みなどに対応した高付加価値訴求型のペットフードを対象とする。

プレミアムフードの市場は2018年に伸びが鈍化したものの、2019年は再び勢いを取り戻し2018年比3.7%増となった。猫用は好調を維持しており、今後も市場をけん引するとみられる。犬用は、飼育頭数の減少などを背景にスタンダードタイプのドッグフードが苦戦しており参入メーカーが高価格で収益性の高いプレミアムフードに注力していることから、堅調な拡大が予想される。

●オムツ【ペットケア用品】

2019年	2018年比	2022年予測	2019年比
62億円	108.8%	80億円	129.0%

高齢犬の失禁に備えた介護用オムツ、および自宅、車中、カフェやショッピングモールなどでのペットの粗相やマーキングを防止するために使用されるマナー用オムツを対象とする。

ペットの長寿命化や室内飼育の増加を背景に需要が増加しており、2019年は2018年比8.8%増となった。介護用途のみにとどまらず、マーキング防止や外出時のマナーウェアとしてなどオムツの使用シーンが広がっている。参入メーカーは新たな使用シーンでの需要開拓を進めている。色や柄などデザイン性を高めた商品も増加しており、今後も市場拡大が予想される。

●ペット専用飲料

ペット専用の水、水素水、栄養補完飲料を対象としている。

ペット専用飲料の市場は、栄養補完飲料が約8割を占めており、2019年は2018年比11.4%増と大幅に伸長した。多くのペットオーナーは家庭用水道水やウォーターサーバーの水をペットに与えており、ペット専用飲料の需要は限定的であるもののペットの健康や防災意識の高いペットオーナーを中心に底堅い需要があり、今後も市場は拡大していくとみられる。

●犬猫用マイクロチップ／リーダー

マイクロチップはICチップを内蔵した体内注入型の電子標識器具である。動物にマイクロチップを皮下注入して、リーダー装置で個体識別番号を読み取ることにより、個体を識別する。

2019年に改正された動物愛護管理法では、犬猫販売業者に対してはマイクロチップ装着の義務が、既に犬猫をペットとして飼育しているオーナーに対しては努力義務が課せられることとなった。動物愛護管理法の施行は公布から3年以内とされており、2022年までに施行される方針である。法改正に伴い、犬猫用マイクロ

ップ／リーダーへの注目が急激に高まっている。普及率は飼育頭数の10%に満たないため、今後普及の余地が大きく、2022年に市場は2019年比2.2倍が予測される。

<調査対象>

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／トイレ用シート ・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 ・水槽／周辺器具／水質調整剤
注目ビジネス		
・ペット保険 ・ペットサロン	・ペット専用飲料 ・犬猫用マイクロチップ／リーダー	

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2019年12月～2020年3月

以上

資料タイトル	： 「2020年 ペット関連市場マーケティング総覧」	
体裁	： A4判 250頁	
価格	： 書籍版 150,000円+税 PDF版 150,000円+税 書籍／PDF版セット 170,000円+税 ネットワークパッケージ版 300,000円+税	
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1番5号 PMO日本橋江戸通 TEL：03-3664-5811（代） FAX：03-3661-0165 URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail：info@fuji-keizai.co.jp	
調査・編集	： 大阪マーケティング本部 第一部 TEL：06-6228-2020 FAX：06-6228-2030	
この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/press/		