

. 犬・猫の調査結果

犬・猫の調査結果

ここでは、平成 13 年度のアンケート調査とヒアリング調査の分析結果を中心にみていく。

1. 回答事業者の概要

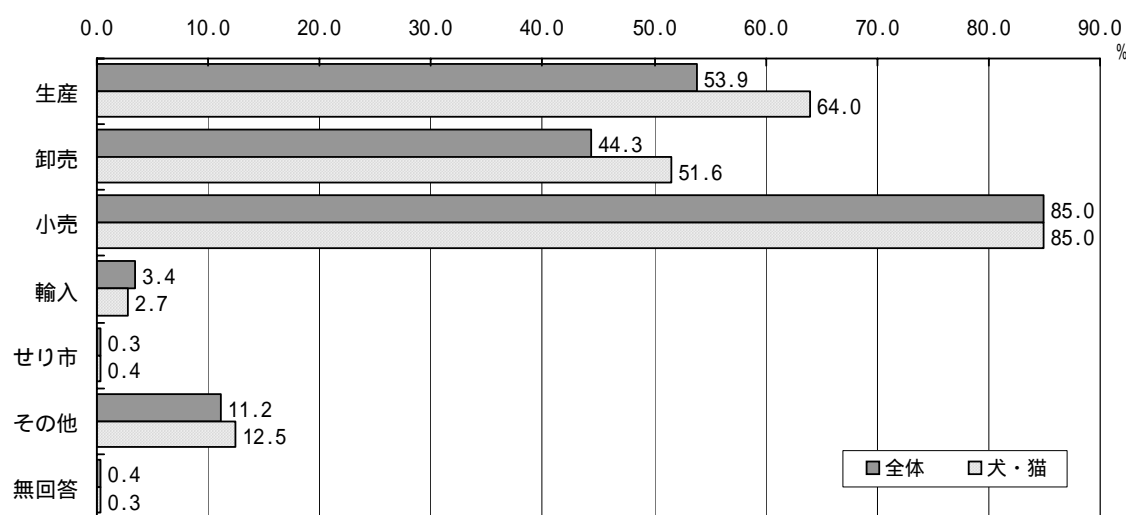
今回アンケートに回答した全動物取扱業者の業種は、小売が 85.0% と最も多く、次いで、生産(53.9%)、卸売(44.3%)の順となっている。これを犬・猫の取扱業者に限ってみると、小売(85.0%)、生産(64.0%)、卸売(51.6%)となっており、順序は全体と変わらないが、生産、卸売りがそれぞれ全体より 10.1 ポイント、7.3 ポイント多い。

動物取扱業者の業種は、全体的に複数にまたがっているところが多いが、特に犬・猫の取扱業者は、その傾向が顕著であるといえる(図表 14)。

なおヒアリング調査によると、犬・猫の生産に関わる形態には 6 パターンがあるとのことである(図表 15)。「専業繁殖者」と「ペットショップ経営兼繁殖者」は、基本的に販売用の犬・猫をせり市に出しており、それと同時に、自分で販売する目的や繁殖用に不足した生体の補充の目的で、せり市から仕入れることもしている。なお、「ブリーダー」は大半の業者が最終飼育者に直接販売しているようである。

また、せり市は、それ自体の業者数は非常に少ないが、実際にせり市を利用している業者(生産業者、卸売業者、小売業者など)はかなりあるとのことである。基本的に、せり市は会員制となっており、会員間のみ取引となっている(参加するには会費が必要)。

図表 14 . 業務区分 (回答者数 : n = 1,397、犬・猫 n = 1,121、複数回答)



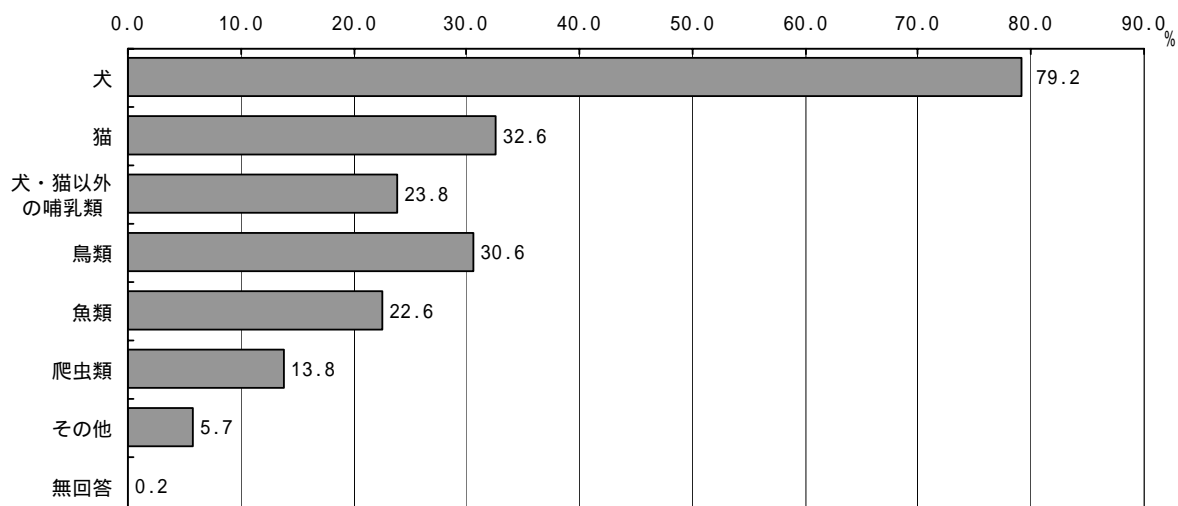
図表 15 . 生産業者の形態（主に犬・猫）

| 形態 | 割合（％） | 特徴 |
|-------------------|------------|-----------------------------|
| 1 . 専業繁殖者 | 40 ~ 50 | 多品種、多頭数、牧場での大規模繁殖 |
| 2 . プリーダー | 10 ~ 20 | 一犬種及び少犬種の繁殖 多頭数生産のケースが多い |
| 3 . ペットショップ経営兼繁殖者 | 10 ~ 20 | 多品種、多頭数 |
| 4 . 趣味的繁殖者 | 合計 10 ~ 20 | 一犬種及び少犬種の繁殖 少頭数から多頭数まで |
| 5 . 一般購入繁殖者 | | 一犬種及び少犬種の繁殖 少頭数生産のケースが多い |
| 6 . その他 | | |

（注）割合は頭数ベース

取扱動物の種類は、犬が約 8 割と最も多く、2 位以下を大きく引き離している。猫は 32.6%、鳥類は 30.6% となっており、次いで、犬・猫以外の哺乳類(23.8%)、魚類(22.6%)、爬虫類 (13.8%) の順となっている (図表 16)。

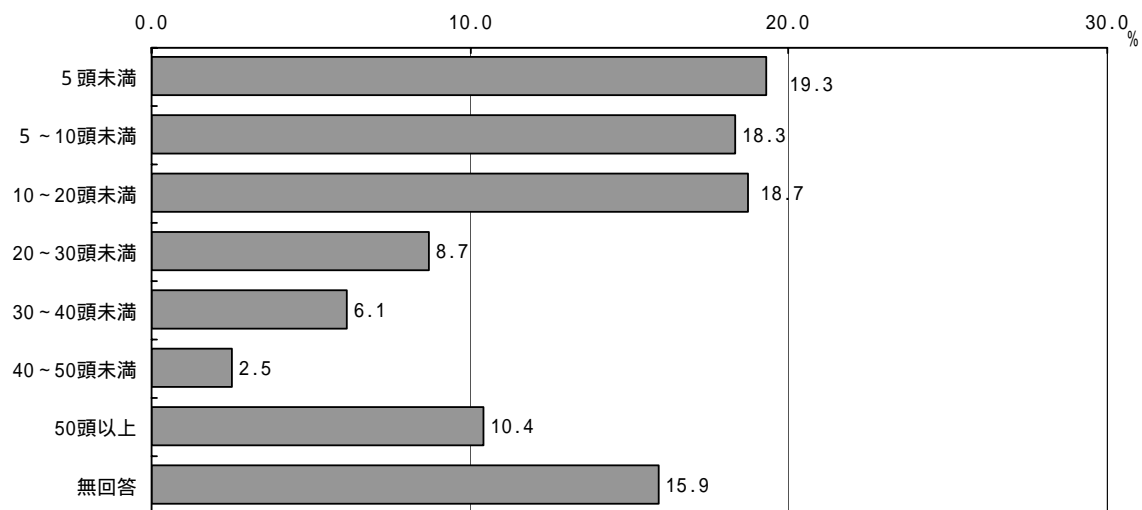
図表 16 . 取扱動物の種類（平成 13 年度調査）（n = 1,397、複数回答）



犬を取扱っている業者の保有頭数（オス／メスの合計）は、5頭未満が19.3%、10～20頭未満が18.7%、5～10頭未満が18.3%という順になっており、20頭未満で55%超を占めている。なお、50頭以上も10.4%と2桁の水準にある（図表17）。

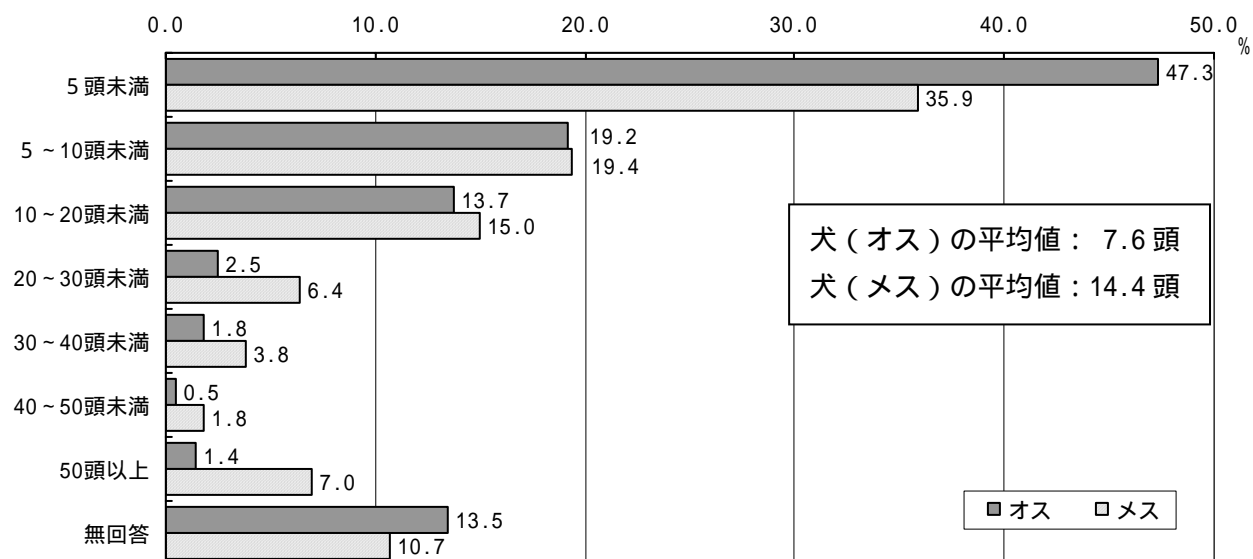
平均保有頭数は22.5頭である。

図表17．店頭保有数 犬（合計）（n = 1,107） 平均値：22.5頭



オス／メス別にみると、オスの平均保有頭数は7.6頭、メスの平均保有頭数は14.4頭となっており、メスの保有頭数はオスの2倍近い（図表18）。

図表18．店頭保有数 犬（オス／メス）（n = 1,107）

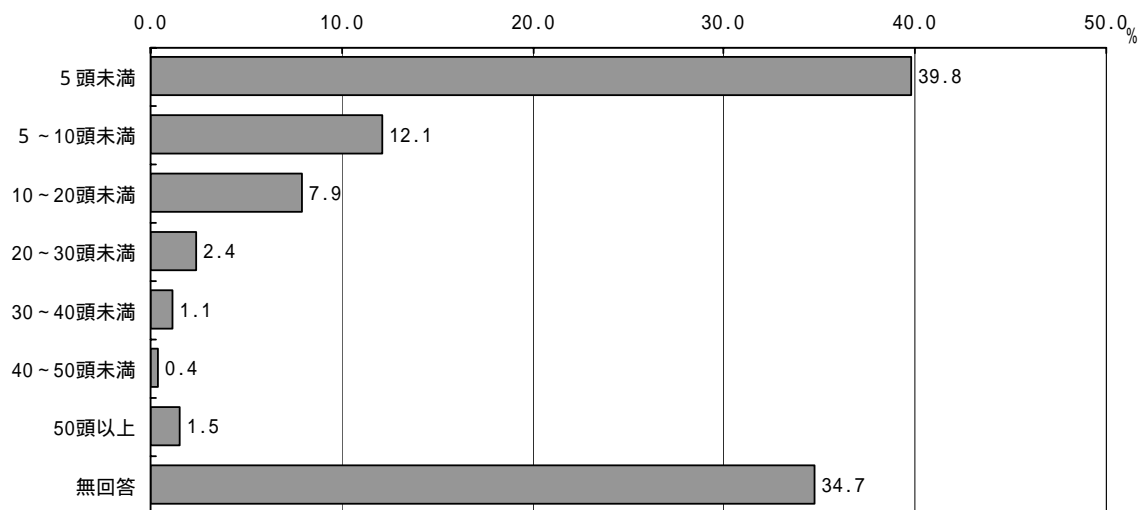


猫を取扱っている業者の保有頭数（オス／メスの合計）は、5頭未満が39.8%、5～10頭未満が12.1%、10～20頭未満が7.9%という順になっており、20頭未満で6割を占めている。なお、50頭以上は1.5%であり、犬の場合と比較すると極めて少ない。

平均保有頭数は6.9頭である（図表19）。

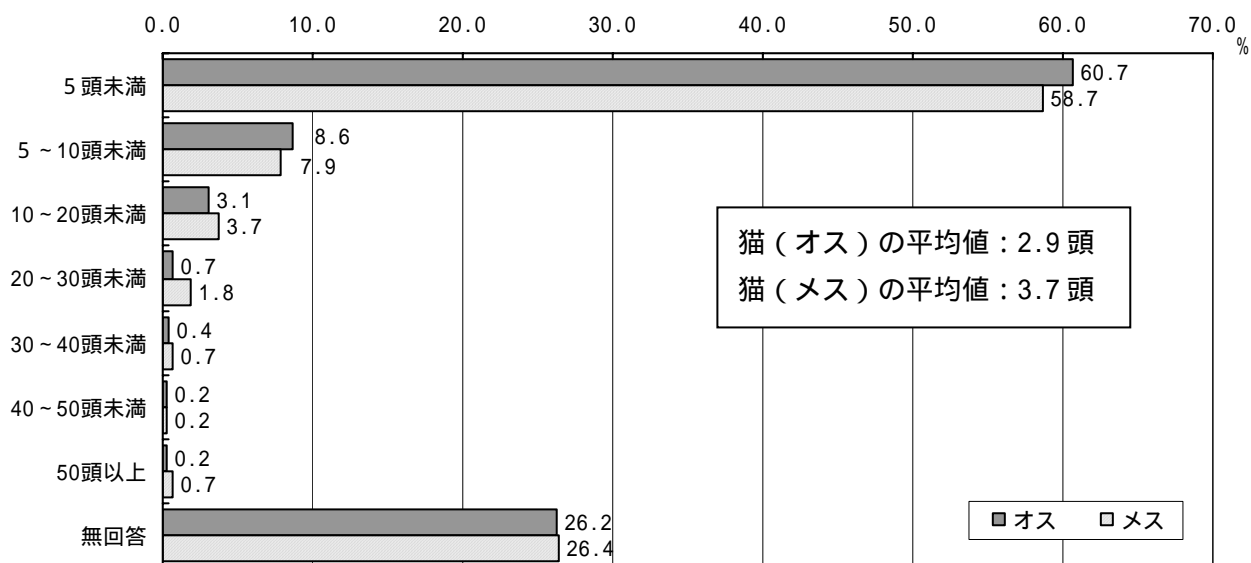
図表19．店頭保有数 猫（合計）（n = 455）

平均値：6.9頭



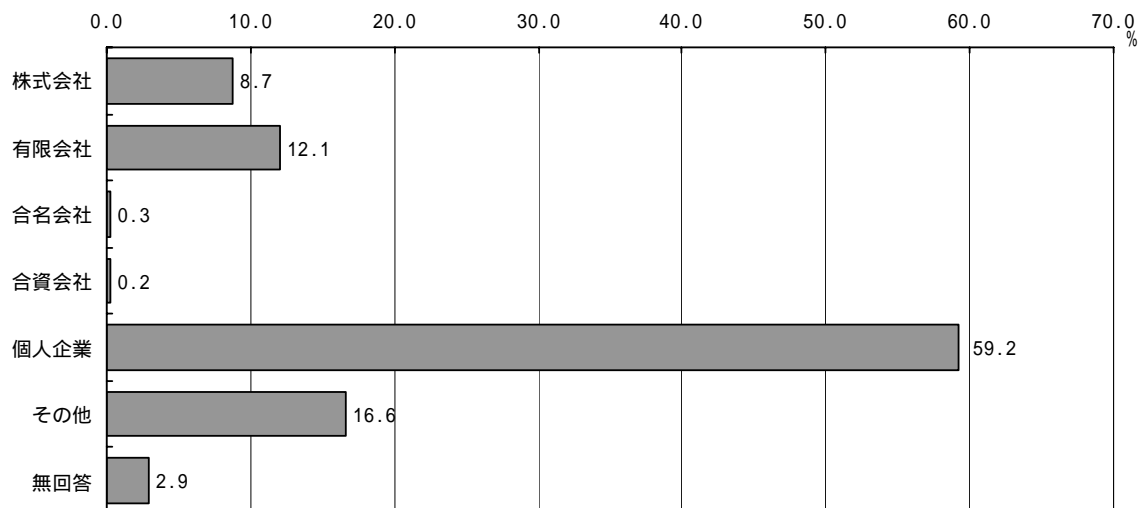
オス／メス別にみると、オスの平均保有頭数は2.9頭、メスの平均保有頭数は3.7頭となっており、メスのほうがやや多いが、犬の場合ほどオス／メス別の差はみられない（図表20）。

図表20．店頭保有数 猫（オス／メス）（n = 455）



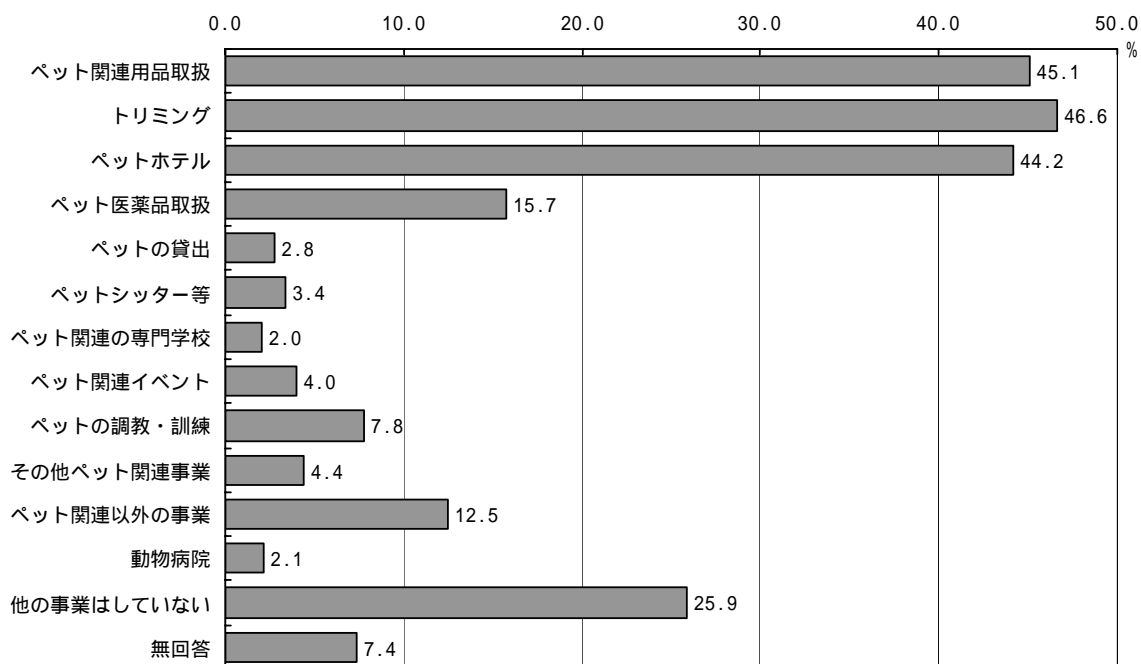
犬・猫の取扱業者に対して、現在の経営形態を尋ねたところ、最も多かったのは個人企業で59.2%と約6割を占め、2位以下を大きく引き離している。なお、株式会社は8.7%となった(図表21)。

図表21. 経営形態 (n=1,121)



犬・猫の取扱業者に対して、動物生体販売業以外に何か事業をしているかを尋ねたところ、トリミングが46.6%と最も多く、次いで、ペット関連用品取扱(45.1%)、ペットホテル(44.2%)も多い。なお、「他の事業はしていない」は25.9%と全回答者の約4分の1となった(図表22)。

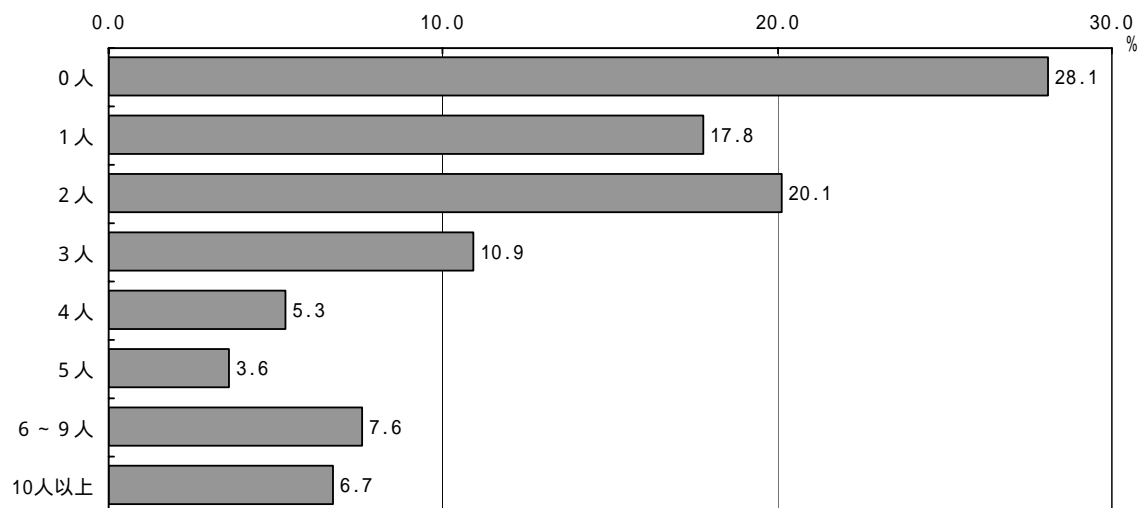
図表22. 動物販売業以外の事業 (n=1,121、複数回答)



犬・猫の取扱業者に対して、従業員数を尋ねたところ、従業員総数は0人が28.1%、2人が20.1%、1人が17.8%となっており、3人以下で75%超を占めている。なお、従業員総数の平均は5.0人（正社員数の平均：2.8人、非正規社員の平均：2.2人）であり、男女別にみると男性正社員数は1.1人、男性非正規社員数は0.5人となっており、一方、女性正社員数は1.7人、女性非正規社員数は1.7人である（図表23）。

図表23．従業員総数（n=1,121）

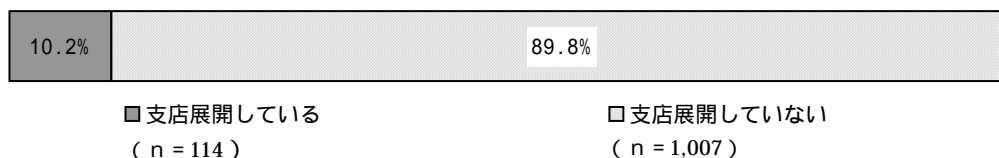
平均値：5.0人



犬・猫の取扱業者に対して、店舗体制（支店展開）について尋ねたところ、支店展開している業者は約1割である（図表24）。

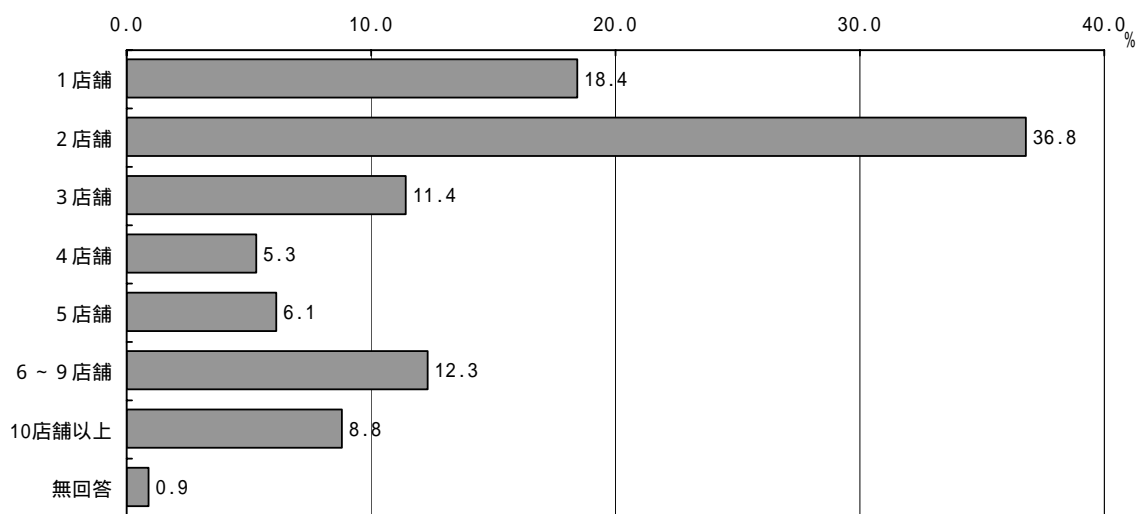
また、支店展開している場合の合計支店数は、2店舗が36.8%と最も多く、次いで1店舗が18.4%となっている。なお、平均合計支店数は5.0である（図表25）。

図表24．店舗体制（n = 1,121）



図表25．支店展開している場合の合計支店数（n = 114）

平均値：5.0



2. 流通経路とその規模

図表 26 は、犬・猫の流通過程の構成要素をパターン別に分類し、回答頻度の高い順に上位 6 位までを整理したものである。最も回答頻度が高かったのは、「生産+卸売+小売」のパターンの業務複合型業者で 34.3%、次いで「小売」(21.3%)、「生産+小売」(17.5%)の順となった。以下、「卸売+小売」(9.2%)、「生産+卸売」(5.4%)、「生産」(4.5%)となっており、図表 13 の 1 位から 6 位までのパターンで、全犬・猫取扱業者の 9 割超を占める。

図表 26. 流通過程構成要素の規模 [犬・猫取扱業者、回答数ベース] (n = 1,121)

| | 業務区分(パターン別) | 回答数 | % |
|---|-------------|-------|------|
| 1 | 生産+卸売+小売 | 385 | 34.3 |
| 2 | 小売 | 239 | 21.3 |
| 3 | 生産+小売 | 196 | 17.5 |
| 4 | 卸売+小売 | 103 | 9.2 |
| 5 | 生産+卸売 | 60 | 5.4 |
| 6 | 生産 | 50 | 4.5 |
| | 合計 | 1,033 | 92.1 |

(注)「生産+卸売+小売」は、生産、卸売、小売の兼業を意味する。以下同様とする。

図表 27 は、犬・猫の店頭保有数の多い業務区分パターン順に上位 6 位までを整理したものである。最も頭数が多かったのは、「生産+卸売+小売」で 9,474 頭(41.1%)となり、以下、「生産+小売」(3,715 頭、16.1%)、「小売」(3,669 頭、15.9%)などとなった。図表 14 の上位 6 位までのパターンで、全犬・猫取扱業者の保有総頭数の 93.5%を占める。

図表 27. 流通過程構成要素の規模 [犬・猫取扱業者、店頭保有頭数ベース]
(n = 1,121、総頭数 = 23,062)

| | 業務区分(パターン別) | 頭数 | % |
|---|-------------|--------|------|
| 1 | 生産+卸売+小売 | 9,474 | 41.1 |
| 2 | 生産+小売 | 3,715 | 16.1 |
| 3 | 小売 | 3,669 | 15.9 |
| 4 | 生産+卸売 | 1,628 | 7.1 |
| 5 | 生産 | 1,614 | 7.0 |
| 6 | 卸売+小売 | 1,466 | 6.4 |
| | 合計 | 19,952 | 93.5 |

図表 28 では、アンケート調査とヒアリング調査に基づき、犬・猫の主な流通経路を頭数ベースで推計し、フローチャートで示した。

流通過程の構成要素の規模（図表 28 の ～ 、年間生産頭数ベース（生産をしていない場合は年間流入頭数ベース））が最も大きいのは、「生産+卸売+小売」（約 51,800 頭）で、2 位以下を大きく引き離している。次いで、「生産+小売」（約 27,300 頭）、「小売」（約 24,900 頭）の順となっており、この 2 つが僅かの差で 2 番手グループを形成している。以下、「生産+卸売」（約 18,500 頭）、「卸売+小売」（約 16,600 頭）等の順となっている。

流通経路（図表 28 の矢印）をみると、最も多く流通しているとみられるのは、以下の 3 通りである。

- ・「小売」から「ペット飼育者」に向かう流れ（図表 15 の A、年間約 23,000 頭）
- ・「生産+小売」から「ペット飼育者」に向かう流れ（同 B、年間約 21,800 頭）
- ・「生産+卸売+小売」から「ペット飼育者」に向かう流れ（同 C、年間約 21,600 頭）

上記 3 大流通経路に続き、2 番目に多い流通ルートは、以下の 5 通りである。

- ・「生産+卸売」から「せり市」に向かう流れ（同 D、年間約 11,000 頭）
- ・「生産+卸売+小売」から「せり市」に向かう流れ（同 E、年間約 10,300 頭）
- ・「せり市」から「小売」に向かう流れ（同 F、年間約 10,000 頭）
- ・「せり市」から「卸売+小売」に向かう流れ（同 G、年間約 9,500 頭）
- ・「生産+卸売+小売」から「小売」に向かう流れ（同 H、年間約 8,600 頭）

なお、業者数ベースや保有頭数ベースでは、流通過程の全構成要素の中で「せり市」（業者数：約 15 件、保有頭数：約 300 頭）や「卸売」（業者数：約 22 件、保有頭数：約 360 頭）が占める割合は非常に小さいが、「せり市」への年間流入頭数は約 27,200 頭、また「卸売」への年間流入頭数は約 7,000 頭となっており、特に「せり市」を経由する犬・猫の数量はかなり多いとみられる。

「せり市」については、2 大流入先として、「生産+卸売」（年間約 11,000 頭）、「生産+卸売+小売」（年間約 10,300 頭）が挙げられる。一方、主な流出先は、「小売」（年間約 10,000 頭）、「卸売+小売」（年間約 9,500 頭）である。

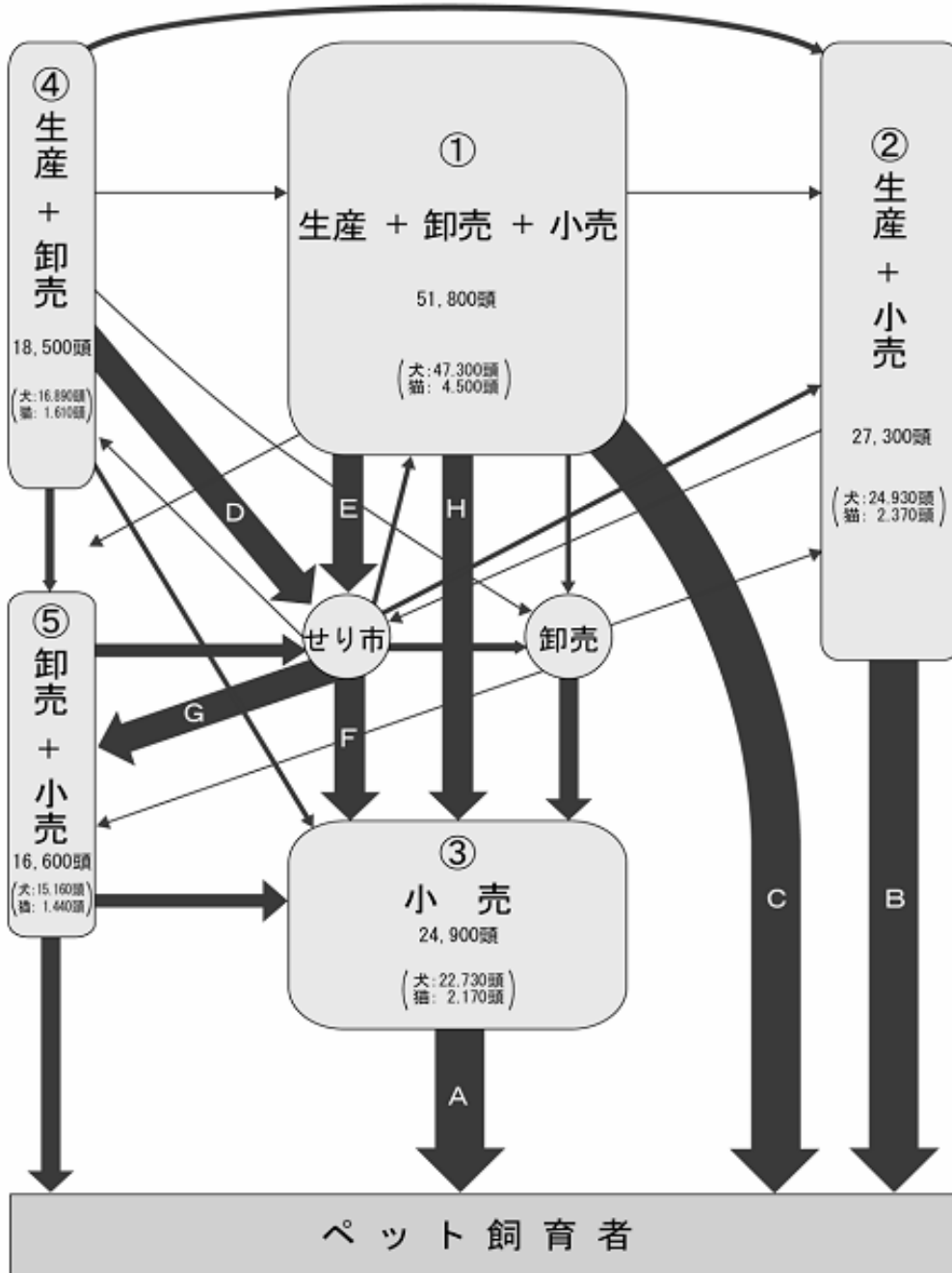
* 犬・猫の推定年間総生産頭数（犬：89,300 頭、猫：8,500 頭）の算出方法について

() アンケート調査の問 3 (1) において、「1 . 自社で生産している」との回答サンプル数が 698 件であった。一方、8 ページの図表 5 より、全国の犬・猫生産者数は 1,307 件である。このことから、アンケート調査の問 3 (3) から犬・猫それぞれの合計年間生産頭数を算出し、その数字を 1.87 倍 (1,307 ÷ 698 より) することにより、年間総生産数を推計できる。

() アンケート調査の問 3 (3) より、アンケート回答者の犬・猫それぞれの合計年間生産頭数は、犬が 47,712 頭、猫は 4,546 頭である。ここで () を利用し、犬の推定年間総生産頭数は 89,300 頭 (47,712 頭 × 1.87)、猫の推定年間総生産頭数は 8,500 頭 (4,546 頭 × 1.87) と算出した。

図表 28 犬・猫の主な流通経路

[年間(2001年)の生産頭数ベース、2001年の推定年間総生産数=約97,800頭(犬:89,300頭、猫:8,500頭)]



*アンケート調査、ヒアリング調査に基づき作成。
 なお、①、②、④の枠内の数字は年間生産頭数、
 ③、⑤の枠内の数字は年間流入頭数である。
 1,000頭未満の矢印(流通数)は省略している。

図表 29 は、アンケート調査やヒアリング調査等に基づき、犬・猫の流通経路を各流通段階に分けてフローチャートとして整理したものである。

頭数ベースでみた流通量を多い順に 5 つまで整理すると以下の通りである。

「小売店」から「ペット飼育者」に向かう流れ（年間約 42,200 頭）

「生産者」から「ペット飼育者」に向かう流れ（年間約 34,800 頭）

「生産者」から「小売店」に向かう流れ（年間約 25,300 頭）

「生産者」から「せり市」に向かう流れ（年間約 22,300 頭）

「せり市」から「小売店」に向かう流れ（年間約 19,500 頭）

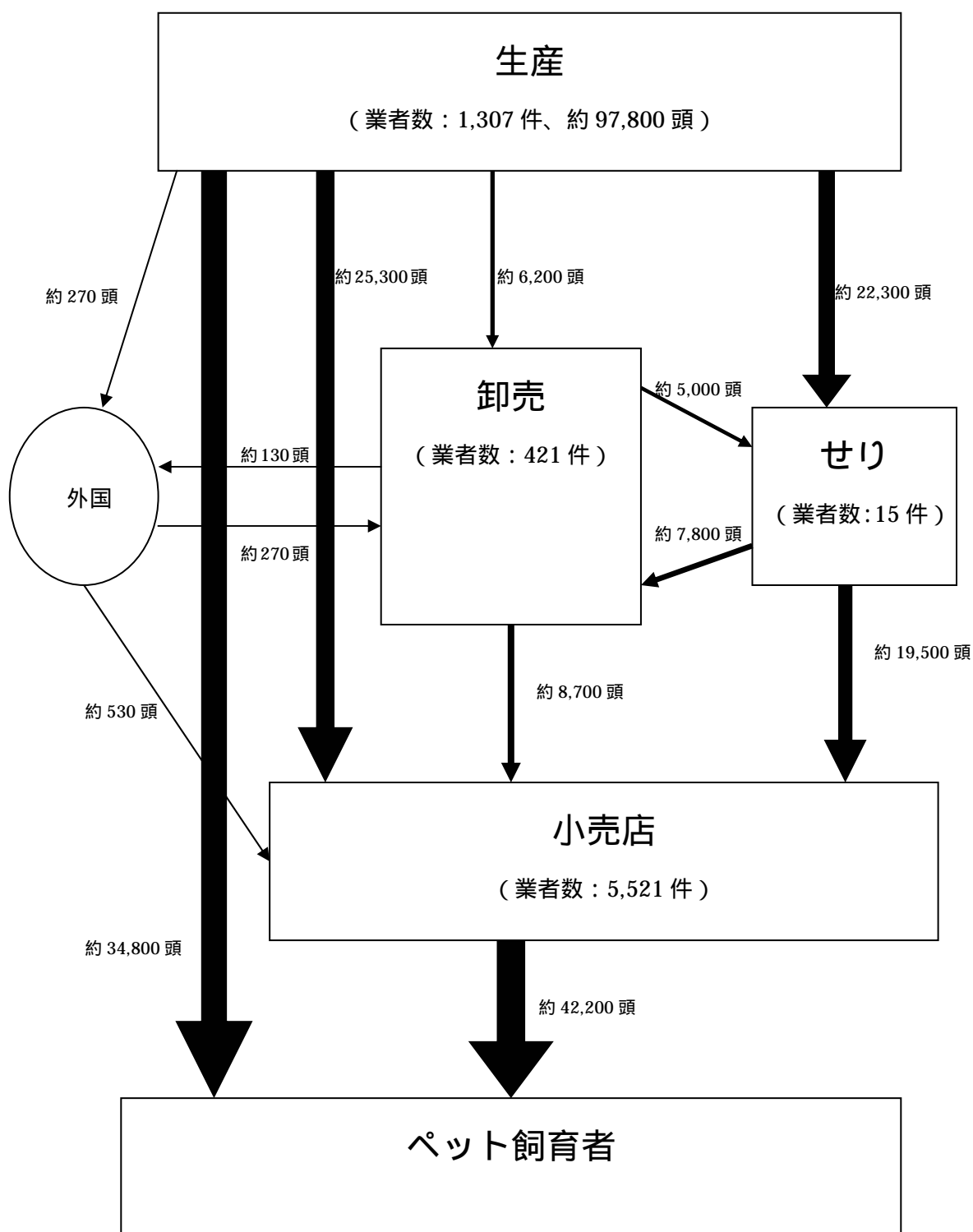
外国からの動物取扱業者向け輸入量は年間約 800 頭とみられ、輸入先としては「小売店」が約 530 頭、「卸売業者」が約 270 頭である。

一方、輸出量は年間約 400 頭であり、「生産者」から直接輸出されるケースが約 270 頭、「卸売業者」から輸出されるケースが約 130 頭とみられる。

なお、2001 年の推定年間総生産数は約 97,800 頭であるが、生産者から流通に回っているのは約 88,900 頭となっており、流通割合は約 91% である。ヒアリング調査の結果では、流通に回らない 1 割弱については、病死などによるものであった。

また、ペット飼育者レベルまで到達するのは約 77,000 頭であるが、これは流通している犬・猫の約 87%（ $77,000 \div 88,900$ ）である。1 割強がペット飼育者レベルまで達していない点については、流通過程における病死や、流通業者が繁殖用として確保すること等によるものと回答があった。このような流通形態は「生物」を扱う当業界の特徴と考えられる。

図表 29 . ペット（犬・猫）流通業界の模式図

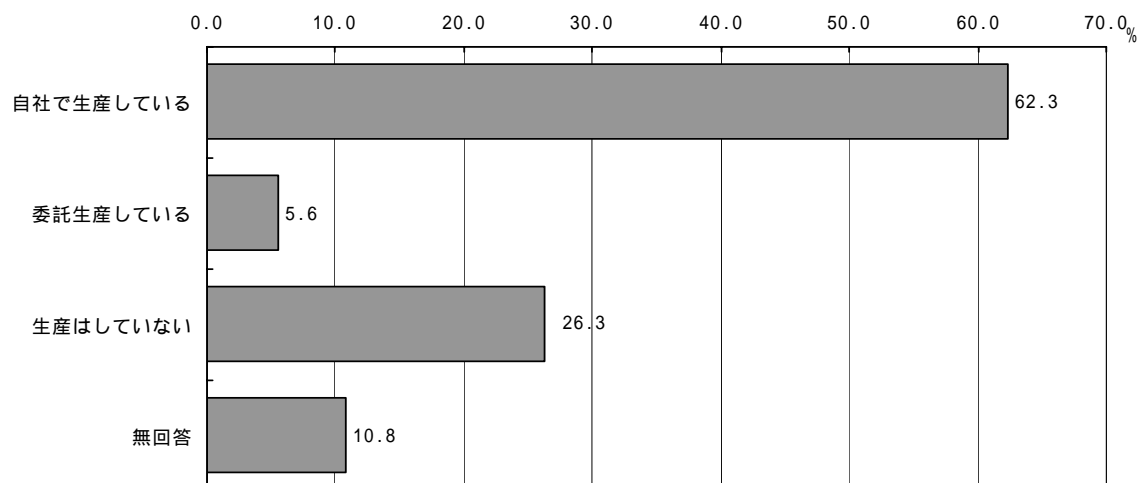


* 業者数は重複している場合がある。

3. 流通販売の特徴

犬・猫の取扱業者に対して、生産(繁殖)しているかを尋ねたところ、自社生産が62.3%、委託生産は5.6%となった。一方、「生産はしていない」は26.3%である(図表30)。

図表30. 犬・猫の生産状況(現在)(n=1,121)

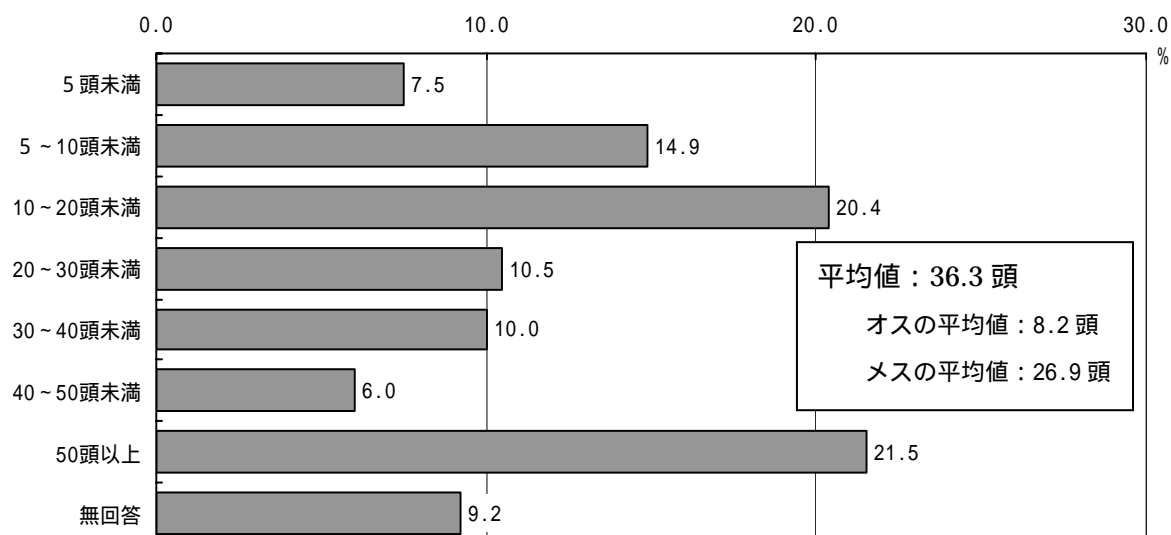


犬の生産を行っている取扱業者に対して、飼育数を尋ねたところ、50頭以上が21.5%と最も多く、次いで、10~20頭未満(20.4%)、5~10頭未満(14.9%)となった。なお、平均飼育数は36.3頭である(図表31)。

飼育数をオス/メス別にみると、オスの平均飼育数は8.2頭、メスの平均飼育数は26.9頭であり、メスの飼育数のほうがオスよりも3倍以上多い。

このように、メスの方がオスよりも圧倒的に多いのは、純血種のメスを飼い育てることが生産(ブリーディング)の基本となっているためである。

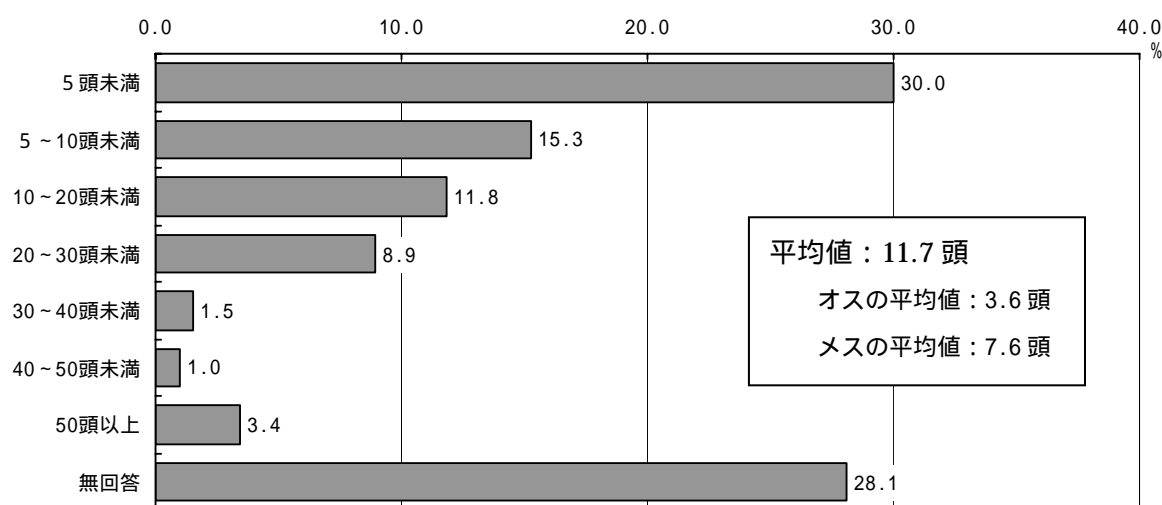
図表31. 生産について 飼育数 犬(合計)(n=697)



猫の生産を行っている取扱業者に対して、飼育数を尋ねたところ、5頭未満が30.0%と最も多く、次いで、5～10頭未満（15.3%）、10～20頭未満（11.8%）の順となった。平均飼育数は11.7頭である（図表32）。

飼育数をオス/メス別にみると、オスの平均飼育数は3.6頭、メスの平均飼育数は7.6頭であり、メスの飼育数のほうがオスよりも2倍以上多いが、これは犬の場合に述べたのと同じ理由（純血種のメスを飼育することが生産の基本となっている）によるものとみられる。

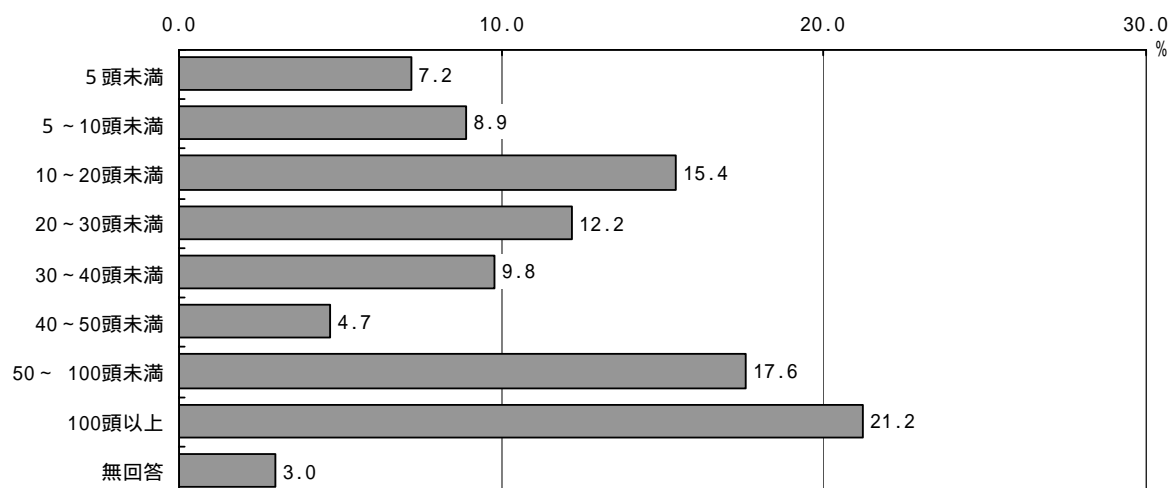
図表32．生産について 飼育数 猫（合計）(n = 203)



犬の生産を行っている取扱業者に対して、2001年の年間生産数を尋ねたところ、100頭以上（21.2%）が最も多く、これに次いで多いのが50～100頭未満（17.6%）である。以下、10～20頭未満（15.4%）、20～30頭未満（12.2%）等となっている。なお、平均年間生産数は70.6頭である（図表33）。

図表33．生産について 年間生産数 犬（n = 697）

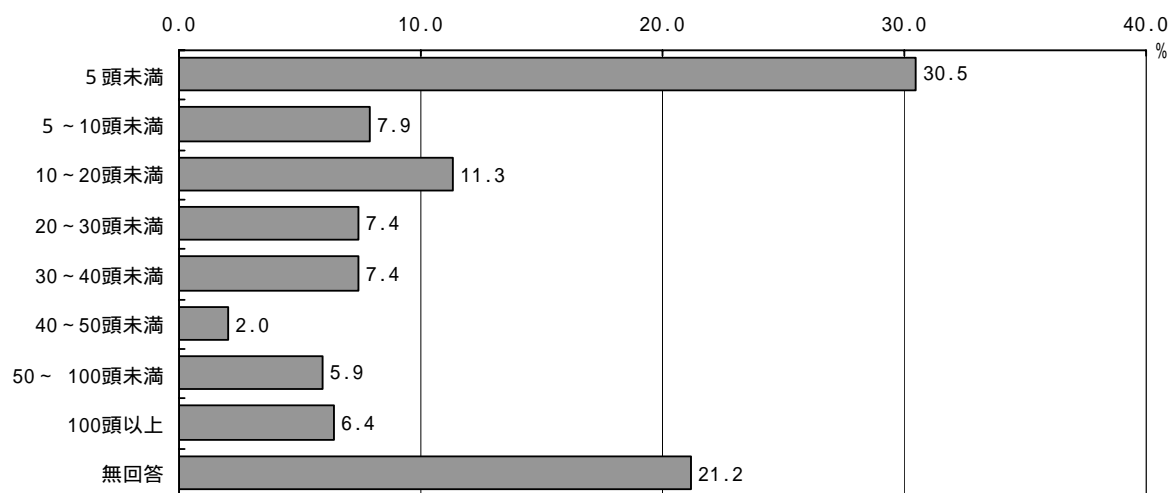
平均値：70.6頭



猫の生産を行っている取扱業者に対して、2001年の年間生産数を尋ねたところ、最も多かったのは5頭未満（30.5%）で2位以下を大きく引き離している。以下、無回答を除くと、10～20頭未満（11.3%）、5～10頭未満（7.9%）の順となっている。なお、平均年間生産数は28.4頭である（図表34）。

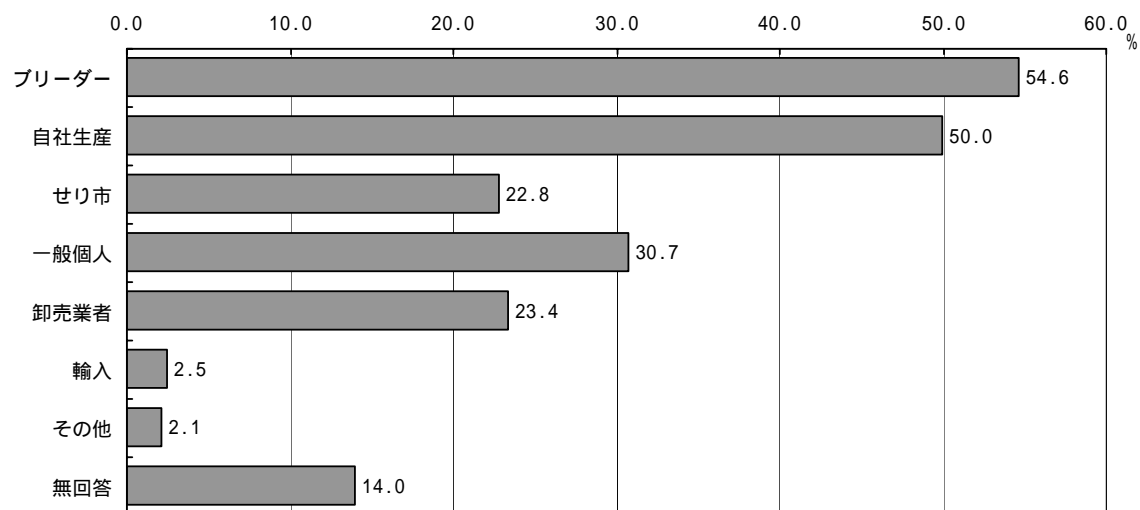
図表34．生産について 年間生産数 猫（n = 203）

平均値：28.4頭



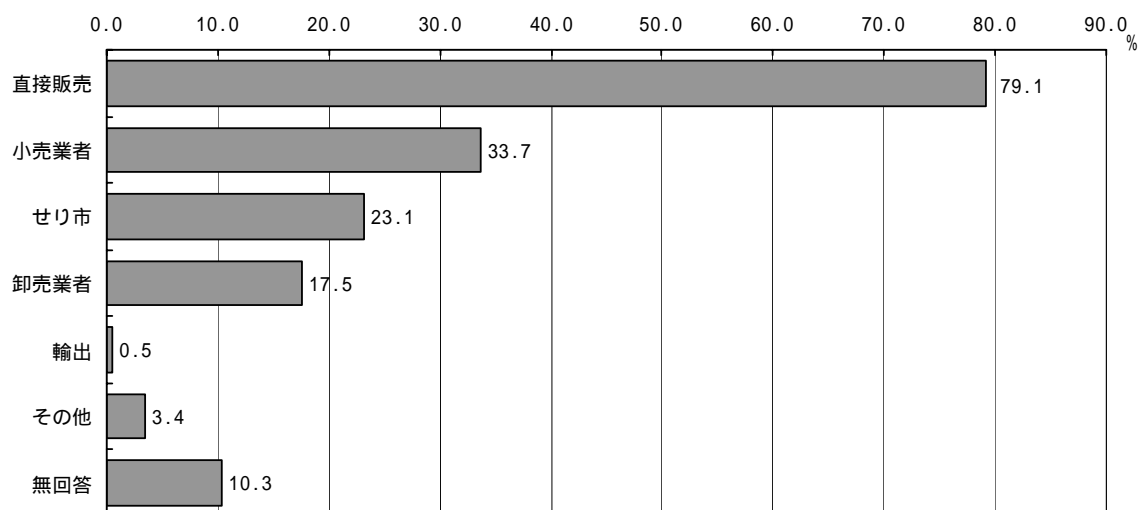
犬・猫の卸売、小売、輸入業務を行っている取扱業者に対して、仕入先を尋ねたところ（複数回答）、ブリーダー（54.6%）と自社生産（50.0%）が約半数を占め2大仕入先となっている。以下、一般個人（30.7%）、卸売業者（23.4%）、せり市（22.8%）の順となっている（図表35）。

図表35．犬・猫の仕入れ先（n = 1,019、複数回答）



犬・猫の取扱業者に対して、販売先を尋ねたところ、最も多かったのは直接販売で79.1%と2位以下を大きく引き離している。これに次いで多いのが小売業者(33.7%)である。以下、せり市(23.1%)、卸売業者(17.5%)の順となっている(図表36)。

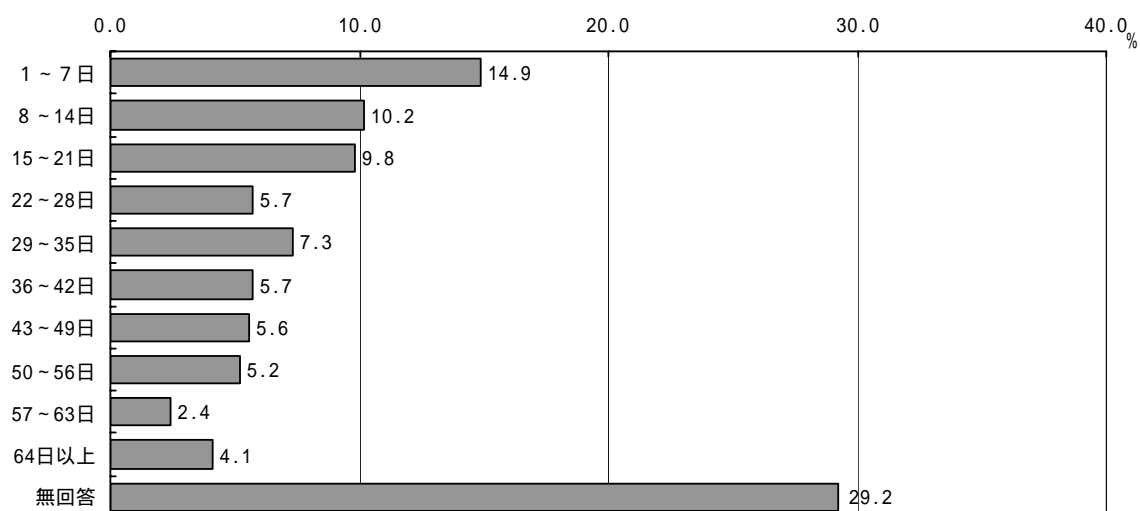
図表36. 犬・猫の販売先 (n = 1,121、複数回答)



犬の卸売、小売、輸入業務を行っている取扱業者に対して、犬の仕入から販売までの期間を尋ねたところ、最も多かったのは、無回答を除くと1~7日(14.9%)であり、次いで、8~14日(10.2%)、15~21日(9.8%)の順となっている。なお、仕入から販売までの平均期間は26.2日である(図表37)。

図表37. 犬の仕入れから販売までの期間 (n = 1,006)

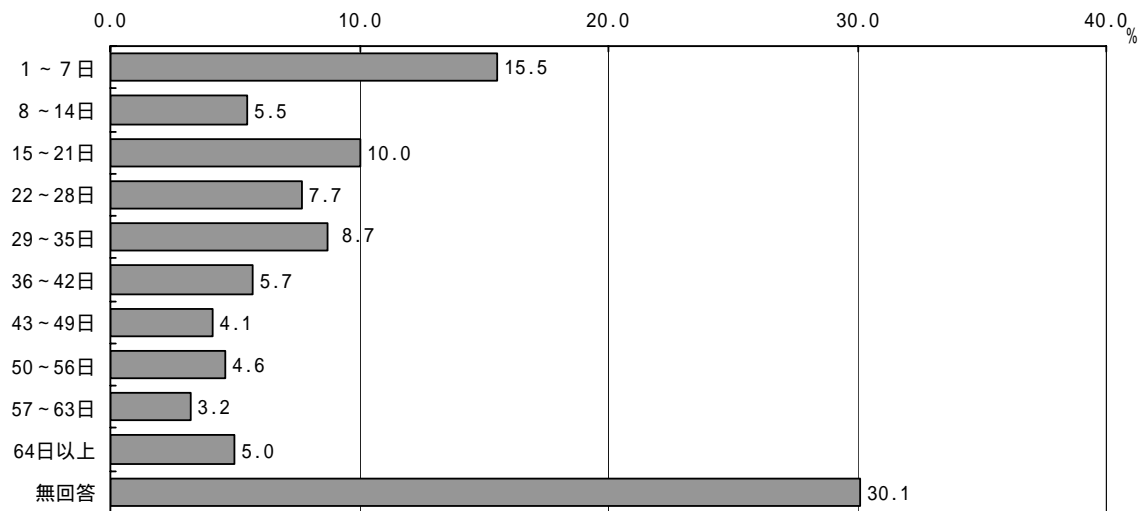
平均値: 26.2日



猫の卸売、小売、輸入業務を行っている取扱業者に対して、猫の仕入から販売までの期間を尋ねたところ、最も多かったのは、無回答を除くと1～7日（15.5%）であり、次いで、15～21日（10.0%）、29～35日（8.7%）の順となっている。なお、仕入から販売までの平均期間は27.4日である（図表38）。

図表38．猫の仕入れから販売までの期間（n = 439）

平均値：27.4日

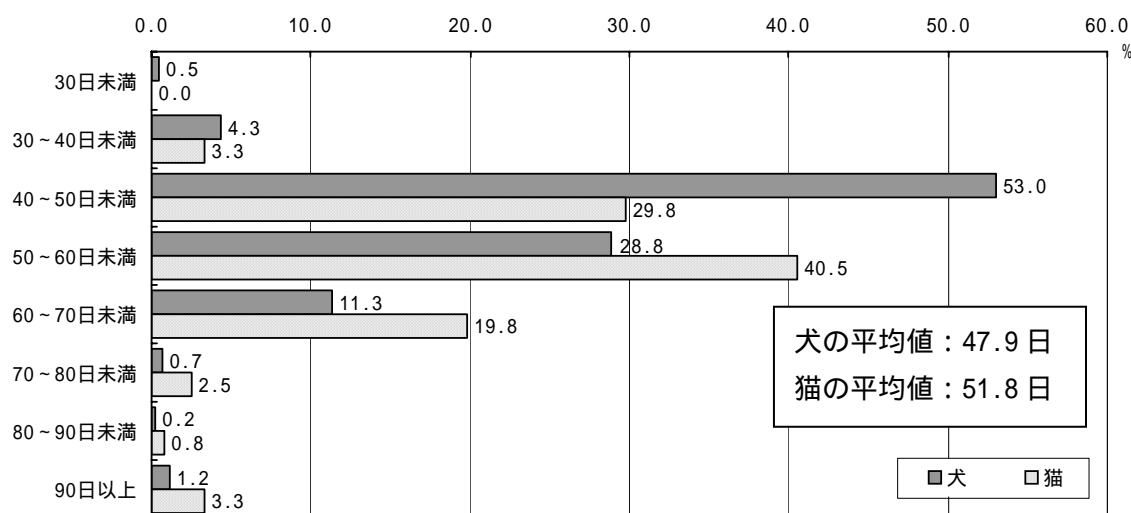


図表 39～図表 42 では、犬、猫それぞれについて、販売時の日令を販売先ごとに尋ねた。

販売先が小売業者の場合、犬の平均販売日令は 40～50 日未満が 53.0%で最も多く、これに次いで多いのが 50～60 日未満（28.8%）であり、この 2 区分（40～60 日未満）で 8 割強を占める。また、猫の平均販売日令は 50～60 日未満が 40.5%と最も多く、以下、40～50 日未満（29.8%）、60～70 日未満（19.8%）となっている。なお、平均販売日令の平均値は犬が 47.9 日、猫は 51.8 日となっており、犬の方がやや期間が短い（図表 39）。

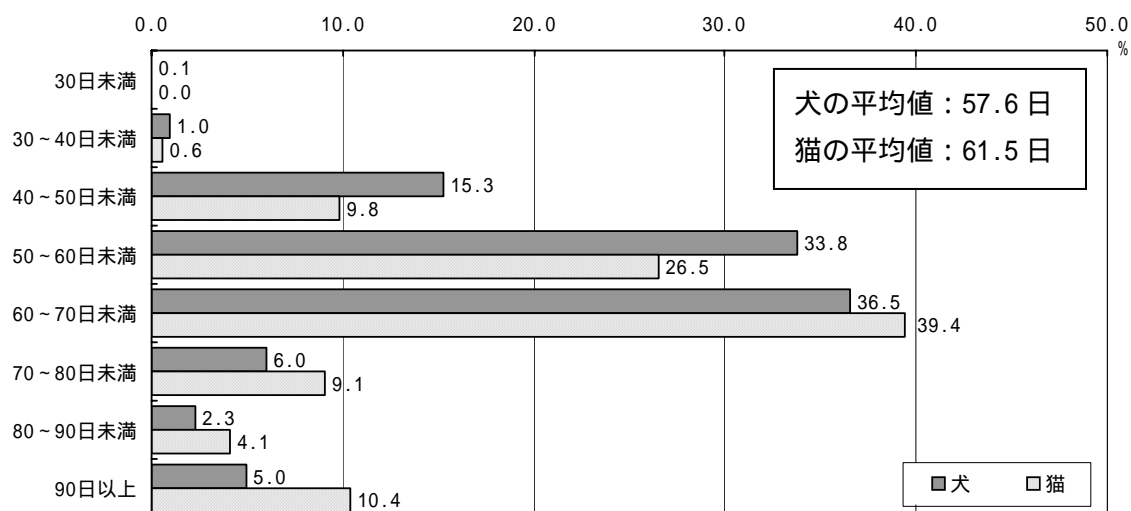
ヒアリング調査によると、犬・猫の幼齢期における販売（特に犬に多い）は、健康上大きな問題があるとの意見が聞かれた。この点について、なるべく小さいうちから飼いたいという購入者側の強い要望があり、また、業者側も早く販売に出すことにより効率的な経営ができるといった実態を考え合わせると、各業者や民間団体の自主的な取り組みだけでは限界がある。こうしたことから、行政の指導監視体制の中に、幼齢期販売の規制を組み込むべきではないかという意見・要望もみられた。

図表 39．平均販売日令について 犬/猫の日令 - 小売業者（犬の n = 423、猫の n = 121）



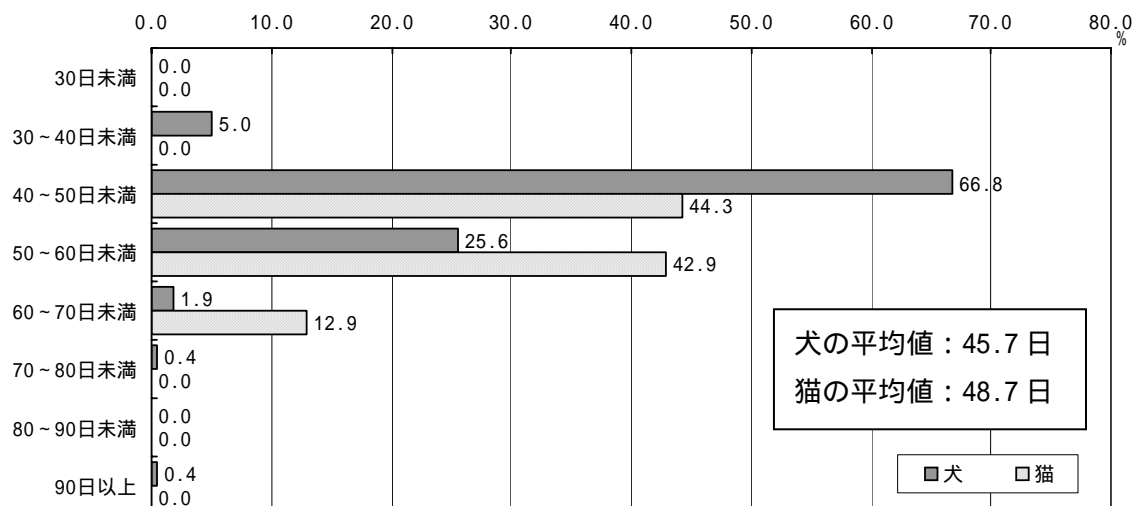
販売先が直接販売（最終飼育者）の場合、犬の平均販売日令は 60～70 日未満が 36.5%で最も多く、これに次いで多いのが 50～60 日未満（33.8%）である。以下、40～50 日未満（15.3%）、70～80 日未満（6.0%）、90 日以上（5.0%）となっている。また、猫の平均販売日令は 60～70 日未満が 39.4%と最も多く、次いで 50～60 日未満（26.5%）が多い。なお、平均販売日令の平均値は犬が 57.6 日、猫は 61.5 日となっており、犬の方がやや期間が短い（図表 40）。

図表 40．平均販売日令について 犬／猫の日令 - 直接販売（犬の n = 822、猫の n = 317）



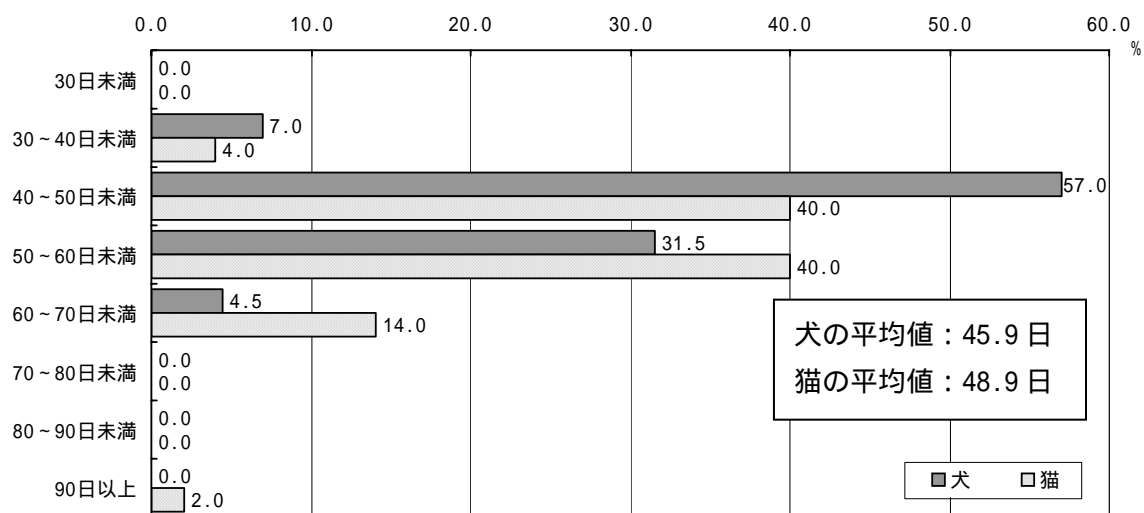
販売先がせり市の場合、犬の平均販売日令は 40～50 日未満が 66.8%で最も多く、50～60 日未満が 25.6%と次いで多い。この 2 区分（40～60 日未満）で 9 割超を占める。また、猫の平均販売日令は 40～50 日未満が 44.3%と最も多く、これに次いで多いのが 50～60 日未満で 42.9%となっており、60 日～70 日未満（12.9%）も比較的多い。なお、平均販売日令の平均値は犬が 45.7 日、猫は 48.7 日となっており、犬の方がやや期間が短い（図表 41）。

図表 41．平均販売日令について 犬／猫の日令 - せり市（犬の n = 262、猫の n = 70）



販売先が卸売業者の場合、犬の平均販売日令は 40～50 日未満が 57.0%で最も多く、これに次いで多いのが 50～60 日未満（31.5%）であり、この 2 区分（40～60 日未満）で 9 割近くを占める。また、猫の平均販売日令は 40～50 日未満、50～60 日未満でともに 40.0%となっており、60 日～70 日未満（14.0%）も比較的多い。なお、平均販売日令の平均値は犬が 45.9 日、猫は 48.9 日となっており、犬の方がやや期間が短い（図表 42）。

図表 42．平均販売日令について 犬 / 猫の日令 - 卸売業者（犬の n = 200、猫の n = 50）



4．インターネット取引

犬・猫の取扱業者にインターネット取引の状況を尋ねたところ、インターネット取引をしている業者は16.1%であった（図表43）。

また、インターネット取引を行っている業者に、具体的な取引内容を尋ねたところ、動物の販売が8割超と2位以下を大きく引き離している（図表44）。

インターネットでの動物販売の具体的内容について、ヒアリング調査やホームページなどで調べてみたところ、図表45のような形態がみられた。以下で、図表45の流れに沿って簡単に説明する。

まず、ホームページ内の問い合わせフォーム、電話、ファックス、E-mailにて問い合わせをする。

ペットの専門家が客の相談に対応する。

性別・毛色・予算等、購入予定者の希望を聞く。

購入予定者の希望に合致した子犬・子猫を、全国の提携先ブリーダーから選び、詳しい情報（日令・価格・引渡し方法等）を提供する。

購入予定者に注文書・代金支払案内書を発送する。購入予定者は、用紙に記入の上、返送する。

購入者は、代金支払案内書に従って、予約金（内金）を振り込む。

子犬・子猫が購入者の手元に届く前に、飼育方法やフードに関する説明をする。

相談のうえ決定した引渡し日時・輸送方法により、子犬・子猫を購入者に引き渡す。

購入者は、子犬・子猫を受け取り後、1週間以内に残金を振り込む。

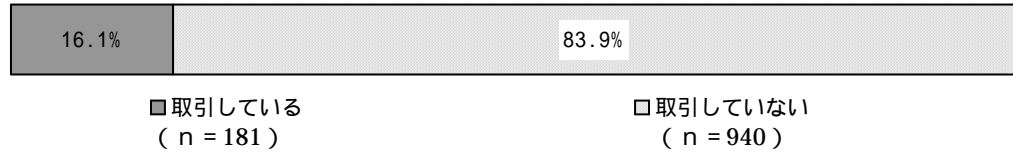
子犬・子猫一頭一頭に生命保証書を作成し、郵送する。

血統書の郵送は、ブリーダーの血統書申請の時期により、ある程度の日数を必要とする場合がある。

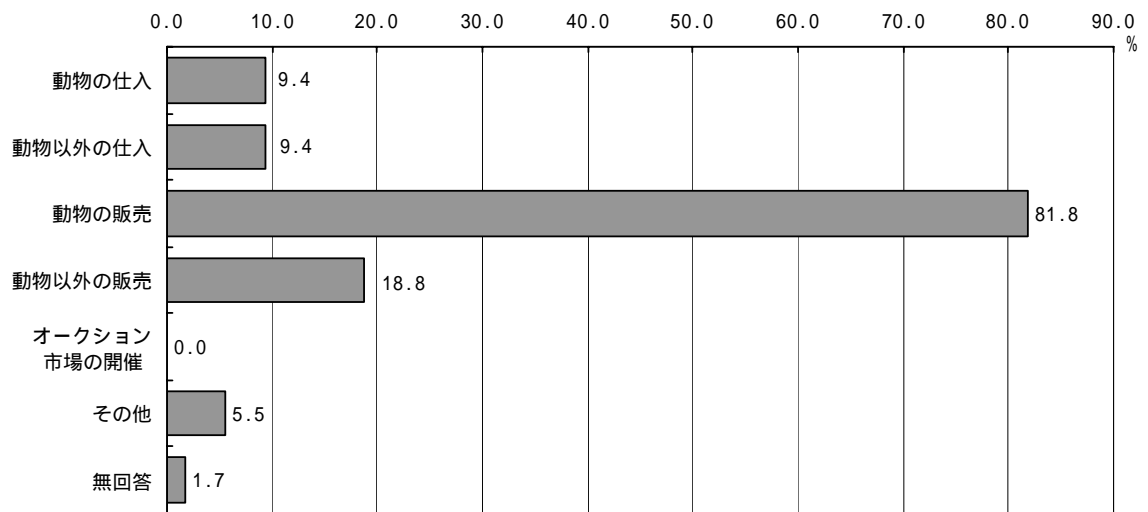
このように、インターネット取引のフレームワーク自体は比較的整っているが、取扱う対象が“生きもの”であるという性格上、店頭で実物を見て購入したいと考える人が多数を占めるため、実際のインターネット取引量はそれほど多くはないようである。

他方で、インターネット取引ではトラブルが多くみられるとの意見も聞かれた（パソコン画面と実際の印象が違うことによるトラブルが多い）。

図表 43 . インターネット取引状況 (n = 1,121)



図表 44 . インターネット 具体的な取引内容 (n = 181、複数回答)



図表 45 . インターネットでの犬・猫販売のフローチャート (A 社の場合)

