

ペット小売業界における地球温暖化対策の取組 ～低炭素社会実行計画2024年度実績報告～

2026年3月

一般社団法人全国ペット協会

目次

1. ペット小売業の概要
2. ペット小売業界の「低炭素社会実行計画」フェーズⅡ
3. 2024年度の実績
4. その他の取組

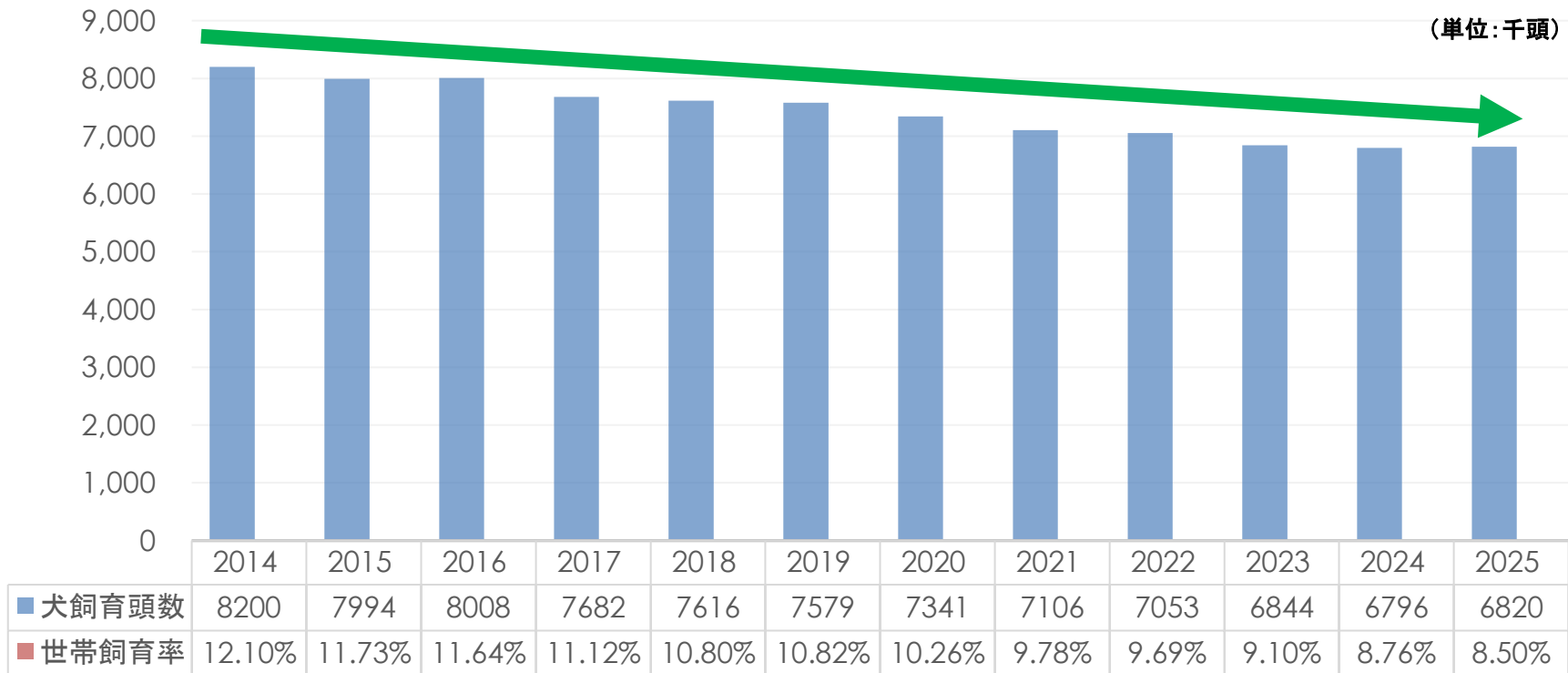
1. ペット小売業の概要

- ペット小売業
 - ペットやペット用品の販売業
 - 業界の規模
 - 事業所数：22,334事業所（零細企業が大多数）
 - 「動物の愛護及び管理に関する法律」にもとづく第一種動物取扱業の登録事業所のうち、「販売業」の登録数（R6.4.1）
 - 市場規模：約1,200億円程度
 - ペット（観賞魚や昆虫なども含むペット動物全体）市場規模推計（H19 (株)野生社調べ※）
- ※19年前の資料になるが、他に市場規模を把握できる資料を確認できていない
- 「ペット小売業における低炭素社会実行計画」参加事業所
 - 12社279事業所

業界の現状（1）

- ・犬の飼育頭数および世帯飼育率は低下傾向がみられ今後の飼育意向も低下傾向。

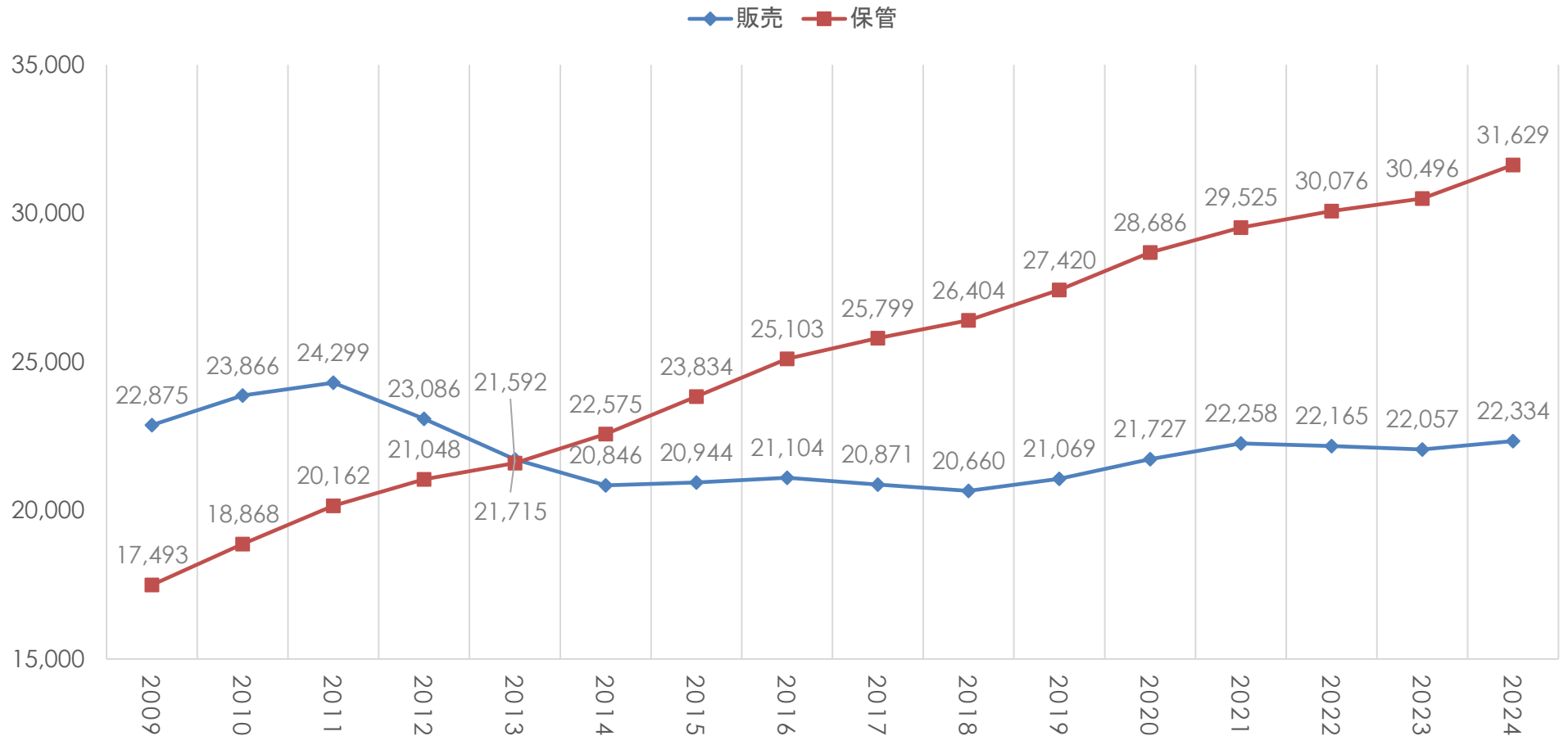
犬の推定飼育頭数推移（一般社団法人ペットフード協会 調べ）



業界の現状（2）

・トリミングサロンやホテルなどのサービスを行う「保管業」は増加傾向が続く。2019年以降、「販売業」は近年横ばい傾向にある

環境省 動物取扱業の登録状況



2. ペット小売業界の「低炭素社会実行計画」フェーズⅡ

- 目標指標：CO₂排出量原単位
 - 2030年 2015年7月策定
CO₂排出量原単位を、2012年度（0.00275 万t-CO₂/万m²・万h）と比較し同水準以下とする。
- 目標策定の背景
 - ペット小売業は零細な事業所がほとんどである。そうした事業所が実施できる対策には限りがある。
 - 2007年よりペット小売業における地球温暖化対策として「ペット小売業における環境自主行動計画」を実施しており、その最終年度である2012年度には、零細な事業所でも可能と考えられる対策を実施していた。
 - 以上から、2012年度の実績値と同水準以下を目指すことは、ペット小売業界の最大限の努力を踏まえた結果と考えている。

2. ペット小売業界の「低炭素社会実行計画」フェーズⅡ

- 2024年度の実績値
 - 生産活動量（万m²・万h）：245（基準年度比15.6%、前年度比▲2.4%）
 - CO₂排出量（万t-CO₂）：0.561万t-CO₂（削減率 基準年度比▲3.6%、前年度比0%）
 - CO₂排出量原単位（万t-CO₂/万m²・万h）：0.00229（基準年度比▲16.6%、前年度比2.4%）
- 排出量増減の理由
 - 各社が省エネ対策として挙げている取組内容に、大きな変化は見られない。しかし、こうした長年の継続的な取組の積み重ねが、基準年度からの排出量削減という成果につながっているものと考えられる。

3. 2024年度の実績

事業所における取組事例①（%は取組率）

省エネ設備の導入	導入している	導入を検討
照明器具のLED化	89%	33%
サーキュレーター等	67%	11%
ケージ内に冷感マットやヒーターを設置	56%	0%
省エネタイプのエアコン	44%	33%
遮熱/断熱ガラス	44%	33%
省エネタイプのドライヤー	33%	11%
照明のセンサー制御	22%	44%
高効率給湯器	22%	22%
全熱交換器	11%	22%

※法人単位で回答いただいているため、「導入している」「導入を検討」の合計は100%にならない

3. 2024年度の取組実績

事業所における取組事例②（％は取組率）

取組事例	実施している	実施を検討
エアコンフィルターのこまめな清掃	89%	0%
不要時のこまめな消灯	78%	11%
照明本数の適正化（間引きなど）	78%	11%
冷暖房の適切な温度設定	67%	11%
換気設備のこまめなメンテナンス	56%	11%
営業時間の短縮	33%	22%
（スマートモニター等で）電気使用量を定期的にチェック	22%	33%

3. 2024年度の取組実績

事業所における取組を進めるうえでの課題

課題	回答
予算の確保がむずかしい	67%
設備の更新周期をできるだけ長くしたい	44%
投資額の回収見込みがたたない	22%
設備更新権限がない	0%
どのような対策を実施すればいいのかわからない	0%
その他	11%

3. 2024年度の実績

お客様への啓発（%は取組率）

運用/取組	実施している
省エネグッズをおすすめしている	22.20%
エアコンの適切な使い方についてお知らせしている	44.40%

4. その他の取組

- 情報発信の取組

- 加盟店に向けた情報発信（業者向け）

- 会報誌、ホームページによる情報発信
- 冊子「ペットショップの省エネルギー対策」による啓発



- 参加事業所からの情報発信（一般向け）

- 各事業所では「EcoShop」ステッカーを店頭に掲示

