

## 移動販売・インターネット販売・オークション市場について

- 移動販売  
(特定の店舗を持たない販売形態規制の検討)
- インターネット販売  
(対面販売を行わない販売形態規制の検討)
- オークション市場

## 1. 現状

## (1) 法制度 (主な関連条文等)

- 法第 10 条第 1 項 動物(哺乳類、鳥類又は爬虫類に属するものに限り、畜産農業に係るもの及び試験研究用又は生物学的製剤の製造の用その他政令で定める用途に供するために飼養し、又は保管しているものを除く。以下この節及び次節において同じ。)の取扱業(動物の販売(その取次ぎ又は代理を含む。次項において同じ。)、保管、貸出し、訓練、展示(動物との触れ合いの機会の提供を含む。次項において同じ。))その他政令で定める取扱いを業として行うことをいう。以下「動物取扱業」という。)を営もうとする者は、当該業を営もうとする事業所の所在地を管轄する都道府県知事(地方自治法(昭和 22 年法律第 67 号)第 252 条の 19 第 1 項の指定都市(以下「指定都市」という。))にあつては、その長とする。以下この節、第 25 条第 1 項及び第 2 項並びに第 4 節において同じ。)の登録を受けなければならない。

※ 平成 17 年 6 月の改正により、「新たにインターネット等により取次ぎ又は代理販売等の施設を持たない形態の業も対象に加える」とした(「動物の愛護及び管理に関する法律の一部を改正する法律等の施行について」(平成 18 年 3 月 10 日付け環自総発第 060310001 号))。販売が「その取次ぎ又は代理も含む」こととされたのは、施設を持たなくても動物の販売の実態があれば規制対象となることを明確にしたものである。ただし、販売者と購入者の売買契約の場を提供するだけのもの(オークションや市場等)は、その場を利用する販売者(社会性、継続反復性により業として捉えられるものに限る。)が動物の適正飼養の確保に一義的な責任を負うべきという考え方の下、規制対象とはしていない。

- 法第 21 条第 1 項 動物取扱業者は、動物の健康及び安全を保持するとともに、生活環境の保全上の支障が生ずることを防止するため、その取り扱う動物の管理の方法等に関し環境省令で定める基準を遵守しなければならない。
- 規則第 8 条 法第 21 条第 1 項の環境省令で定める基準は、次に掲げるものとする。

一～三 略

四 販売業者にあつては、販売をしようとする動物について、その生理、生態、習性等に合致した適正な飼養又は保管が行われるように、契約に当たって、あらかじめ、次に掲げる当該動物の特性及び状態に関する情報を顧客に対して文書（電磁的記録を含む。）を交付して説明するとともに、当該文書を受領したことについて顧客に署名等による確認を行わせること。ただし、動物取扱業者を相手方として販売をする場合にあっては、口から又までに掲げる情報については、必要に応じて説明すれば足りるものとする。

イ 品種等の名称

ロ 性成熟時の標準体重、標準体長その他の体の大きさに係る情報

ハ 平均寿命その他の飼養期間に係る情報

ニ 飼養又は保管に適した飼養施設の構造及び規模

ホ 適切な給餌及び給水の方法

ヘ 適切な運動及び休養の方法

ト 主な人と動物の共通感染症その他当該動物がかかるおそれの高い疾病の種類及びその予防方法

チ 不妊又は去勢の措置の方法及びその費用（哺乳類に属する動物に限る。）

リ チに掲げるもののほかみだりな繁殖を制限するための措置（不妊若しくは去勢の措置を不可逆的な方法により実施している場合を除く。）

ヌ 遺棄の禁止その他当該動物に係る関係法令の規定による規制の内容

ル 性別の判定結果

ヲ 生年月日（輸入等をされた動物であつて、生年月日が明らかでない場合にあっては、推定される生年月日及び輸入年月日等）

ワ 不妊又は去勢の措置の実施状況（哺乳類に属する動物に限る。）

カ 生産地等

ヨ 所有者の氏名（自己の所有しない動物を販売しようとする場合に限る。）

タ 当該動物の病歴、ワクチンの接種状況等

レ 当該動物の親及び同腹子に係る遺伝性疾患の発生状況（哺乳類に属する動物に限り、かつ、関係者からの聴取り等によっても知ることが困難であるものを除く。）

ソ イからレまでに掲げるもののほか、当該動物の適正な飼養又は保管に必要な事項

五 販売業者にあつては、契約に当たって、飼養又は保管をしている間に疾病等の治療、ワクチンの接種等を行った動物について、獣医師が発行した疾病等の治療、ワクチンの接種等に係る証明書を顧客に交付すること。また、当該動物の仕入先から受け取った疾病等の治療、ワクチンの接種等に係る証明書がある場合には、これも併せて交付すること。

六～七 略

八 前各号に掲げるもののほか、動物の管理の方法等に関し環境大臣が定める細目を遵守すること。

- 細目(告示)第5条第4号 動物の輸送は、次に掲げる方法により行うこと。他者に委託する場合であっても、次に掲げる方法により行われるようにすること。
- イ 輸送設備(動物の輸送に係る設備をいう。以下同じ。)は、確実に固定する等により衝撃による転倒を防止すること。
- ロ 輸送中は、常時、動物の状態を目視(監視カメラ等を利用して行うものを含む。)により確認できるよう、必要な設備を備え、又は必要な体制を確保すること。ただし、航空輸送中についてはこの限りではない。
- ハ 輸送設備は、個々の動物が自然な姿勢で立ち上がる、横たわる、羽ばたく等日常的な動作を容易に行うための十分な広さ及び空間を有したものとすること。ただし、動物の健康及び安全を守るための特別な事情がある場合は、この限りでない。
- ホ 輸送設備は、定期的な清掃及び消毒の実施により、清潔を保つこと。
- ヘ 必要に応じて空調設備を備える等により、動物の生理、生態等に適した温度、明るさ、換気、湿度等が確保されるようにすること。ただし、動物の健康及び安全を守るための特別な事情がある場合は、この限りでない。
- ト 動物の種類、数、発育状況及び健康状態に応じ、餌の種類を選択し、適切な量及び回数により給餌及び給水を行うこと。ただし、動物の健康及び安全を守るための特別な事情がある場合は、この限りでない。
- チ 動物の疲労又は苦痛を軽減するために、輸送時間はできる限り短くするとともに、輸送中は、必要に応じて休息又は運動のための時間を確保すること。
- リ 衛生管理、事故及び逸走の防止並びに周辺的生活環境の保全に必要な措置を講じること。
- 細目(告示)第5条第5号 動物を顧客、取引の場所を提供する者その他の関係者(以下「顧客等」という。)と接触させ、又は顧客等に譲り渡し、若しくは引き渡す場合にあつては、次に掲げる方法により行うこと。
- イ 販売業者、貸出業者及び展示業者にあつては、顧客等が動物に接触する場合には、動物に過度なストレスがかかり、顧客等が危害を受け、又は動物若しくは顧客等が人と動物の共通感染症にかかることのないよう、顧客等に対して動物への接触方法について指導するとともに、動物に適度な休息を与えること。
- ロ 販売業者、貸出業者及び展示業者にあつては、飼養又は保管をする動物の健康を保持するため、顧客等が動物にみだりに食物を与えることのないよう必要な措置を講じること。顧客等が動物に食物を与えることを認める場合には、認めた食物以外のものが与えられることのないようにすること。

## 2. 主な論点

### (1) 移動販売

- ① 規制の必要性はあるか。
- ② 何を規制するか。
  - ・ 固定店舗でないとし体販売は不可とするのか。また、それは出来るのか。

- ・ 拠点となる固定店舗を持っていなくてもよいか。
  - ・ トレーサビリティとアフターフォローをどのように確保し、どのように規制するのか。
  - ・ 輸送や保管の方法は現行法令以上に規制強化する必要があるか。またその場合、移動販売だけを規制強化することは出来るのか。
  - ・ 感染症対策をどのように担保するか。
- ③ 規制の対象動物は、ペット全体とするのか、犬猫とするのか。またその理由。
  - ④ 法律で規制するのか、施行規則や細目等で規制するのか、若しくはガイドラインとするのか。
  - ⑤ 施行までの経過期間は必要か。その場合の期間はどのくらいか。

## (2) インターネット販売

- ① 規制の必要性はあるか。
- ② 何を規制するか。
  - ・ インターネットを利用した生体販売を禁止するのか。また、それは出来るのか。
  - ・ 対面での説明を義務化するのか。また、義務化した場合、説明する際の場所は店舗のみとするのか。
  - ・ 生体そのものを、直接、目視で一度も確認しなくてもインターネット配信情報だけで購入してよいか。
  - ・ 輸送や保管の方法は現行法令以上に規制強化する必要があるか。またその場合、インターネット販売だけを規制強化することは出来るのか。
- ③ 規制の対象動物は、ペット全体とするのか、犬猫とするのか。またその理由。
- ④ 法律で規制するのか、施行規則や細目等で規制するのか、若しくはガイドラインとするのか。
- ⑤ 施行までの経過期間は必要か。その場合の期間はどのくらいか。

## (3) オークション市場

- ① 規制の必要性はあるか。
  - ・ オークション市場そのものは、現在、法の規制対象とはしていないが、これを規制対象とするのか。
  - ・ インターネットオークションの市場の管理者は、現在、法の規制対象とはしていないが、これを規制対象とするのか。
- ② 何を規制するか。
  - ・ オークション市場（インターネットオークションの市場も含む）そのものを禁止にするのか。また、それは出来るのか。
  - ・ トレーサビリティをどのように確保し、どのように規制するのか。
  - ・ 感染症対策をどのように担保するか。

- ③ 規制の対象動物は、ペット全体とするのか、犬猫とするのか。またその理由。
- ④ 法律で規制するのか、施行規則や細目等で規制するのか、若しくはガイドラインとするのか。
- ⑤ 施行までの経過期間は必要か。その場合の期間はどのくらいか。

### 3. 主な問題点等

#### (1) 移動販売

- ・ 施行規則第8条第4号に規定する、顧客に対する当該動物の特性等の十分な説明がなされていないおそれが想定される。
- ・ 輸送及び展示により動物が狭いケージ内に長時間置かれるおそれもあり、生体に対して望ましくない場合が想定される。
- ・ 特定の店舗を持たないため、購入者に対するアフターフォローが困難な場合が想定される。

#### (2) インターネット販売

- ・ 施行規則第8条第4号に規定する、顧客に対する当該動物の特性等の十分な説明がなされていないおそれが想定される。
- ・ 購入希望者が生体を目視確認することなく画面上で安易に購入するおそれが想定される。

#### (3) オークション市場

- ・ トレーサビリティの確保が困難な場合が想定される。
- ・ 感染症対策に特段の注意が必要と考えられる。
- ・ 病気の動物の売買が成立し、後の店頭販売等においてその旨を購入希望者に十分な説明がなされないまま販売されるおそれが想定される。

### 4. 主な意見

#### (1) 動物愛護団体等

- ・ 移動販売、インターネット販売は禁止すべき。
- ・ オークション市場は禁止すべき（又は、オークション市場は動物取扱業に含めて監視すべき。）。

#### (2) 業界団体等

(禁止に肯定の意見)

- ・ 犬猫の生体のインターネット販売や移動販売は、現行の動物愛護管理法にそぐわない販売方法であり、命ある動物を販売する者としての責務を十分に果たしうる環境ではないため、禁止すべき。

(禁止に否定の意見)

- ・ 犬猫の生体のインターネット販売は、店舗販売に比べて犬猫生体にとって悪い影響がでるという認識はない。むしろ店頭で生体を展示する必要がないので生体にとってはよりやさしい販売方法といえる。
- ・ 犬猫の生体の移動販売は、店舗販売に比べて犬猫生体にとって悪い影響がでるという認識はない。
- ・ オークション市場（インターネットオークションの市場も含む）は動物取扱業に含めて監視すべき。

## 5. 海外の規制

### （1）英国

- ・ 道路上や公の場所、市場の露店や手押し車でペットの販売をした者は有罪となる。（ペット動物法 1951 第 2 条）  
（インターネットを介した販売は地方自治体の許可が必要。）

### （2）フランス

- ・ 動物用に開催されたのではない行事において動物を有償・無償で譲渡することは禁止される。県知事は非定住の動物商に対して特定の場所で予め決められた期間行われる売買については例外的な許可を与えることができる。（農事法典 第 214-7 条）

## 6. 参考法令

特定商取引法（別紙参照）

## 7. その他関連資料（別添添付）

- 犬・猫の入手経路とインターネット等における通信販売について（アンケート調査）
- 動物販売における事前説明（アンケート調査）
- 一般国民のペット飼育状況（アンケート調査）
- 独立行政法人国民生活センターで受けたペットに関する各種相談件数の傾向

## 通信販売に関する特定商取引法による規制について

新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申し込みを受ける取引のこと。「インターネット・オークション」も含みますが、「電話勧誘販売」に該当するものを除きます。

### 1 特定商取引法（昭和51年法律第57号）の規制対象となる「通信販売」

#### (1) 販売形態（法第2条）

「通信販売」とは、販売業者または役務提供事業者が「郵便等」によって売買契約または役務提供契約の申し込みを受けて行う商品、権利の販売または役務の提供のことをいいます。

#### (2) 指定権利

「指定権利」とは、施設を利用したり、役務の提供を受ける権利のうち、国民の日常生活に関する取引において販売されるものであって政令で定められているものをいいます。

#### (3) 適用除外（法第26条）

以下の場合等には、特定商取引法が適用されません。

- ① 営業のため、または営業として契約するもの
- ② 海外にいる人に対する契約
- ③ 国、地方公共団体が行う販売または役務の提供
- ④ 特別法に基づく組合、公務員の職員団体、労働組合がそれぞれの組合員に対して行う販売または役務の提供
- ⑤ 事業者がその従業員に対して行った販売または役務の提供の場合
- ⑥ 株式会社以外が発行する新聞紙の販売
- ⑦ 他の法令で消費者の利益を保護することができる等と認められるもの

### 2 通信販売に対する規制

#### (1) 広告の表示（法第11条）

通信販売は、隔地者間の取引なので、消費者にとって広告は唯一の情報です。そのため、広告の記載が不十分であったり、不明確だったりすると、後日トラブルを生ずることになります。そのため特定商取引法は、広告に表示する事項を次のように定めています。

- ① 販売価格（役務の対価）（送料についても表示が必要）
- ② 代金（対価）の支払い時期、方法
- ③ 商品の引渡時期（権利の移転時期、役務の提供時期）
- ④ 商品（指定権利）の売買契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（返品の特約がある場合はその旨含む。）
- ⑤ 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号
- ⑥ 事業者が法人であって、電子情報処理組織を利用する方法により広告をする場合には、当該販売業者等代表者または通信販売に関する業務の責任者の氏名

- ⑦ 申し込みの有効期限があるときには、その期限
- ⑧ 販売価格、送料等以外に購入者等が負担すべき金銭があるときには、その内容およびその額
- ⑨ 商品に隠れた瑕疵がある場合に、販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
- ⑩ いわゆるソフトウェアに関する取引である場合には、そのソフトウェアの動作環境
- ⑪ 商品の販売数量の制限等、特別な販売条件（役務提供条件）があるときには、その内容
- ⑫ 請求によりカタログ等を別途送付する場合、それが有料であるときには、その金額。
- ⑬ 電子メールによる商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス

(2) 誇大広告等の禁止（法第 12 条）

特定商取引法は、誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するため、表示事項等について、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、もしくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止しています。

- (3) 未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止（法第 12 条の 3、12 条の 4）
- (4) 前払式通信販売の承諾等の通知（法第 13 条）
- (5) 契約解除に伴う債務不履行の禁止（法第 14 条）
- (6) 顧客の意に反して契約の申し込みをさせようとする行為の禁止（法第 14 条）

説明省略

(7) 行政処分・罰則

上記行政規制に違反した事業者は、業務改善の指示（法第 14 条）や業務停止命令（法第 15 条）などの行政処分のほか、罰則の対象となります。

(8) 契約の申込みの撤回または契約の解除（法第 15 条の 2）

通信販売の際、消費者が契約を申し込んだり、契約をしたりした場合でも、その契約にかかる商品の引渡し（指定権利の移転）を受けた日から数えて 8 日間以内であれば、消費者は事業者に対して、契約申込みの撤回や解除ができ、消費者の送料負担で返品ができます。もっとも、事業者が広告であらかじめ、この契約申込みの撤回や解除につき、特約を表示していた場合は、特約によります。

(9) 事業者の行為の差止請求（法第 58 条の 5）

事業者が、通信販売における広告について、不特定かつ多数の者に誇大広告などを行い、または行うおそれがあるときは、適格消費者団体は、事業者に対し、行為の停止もしくは予防、その他の必要な措置をとることを請求できます。



# 犬・猫の入手経路とインターネット等における通信販売について

## (1) 購入数・購入先の年次推移

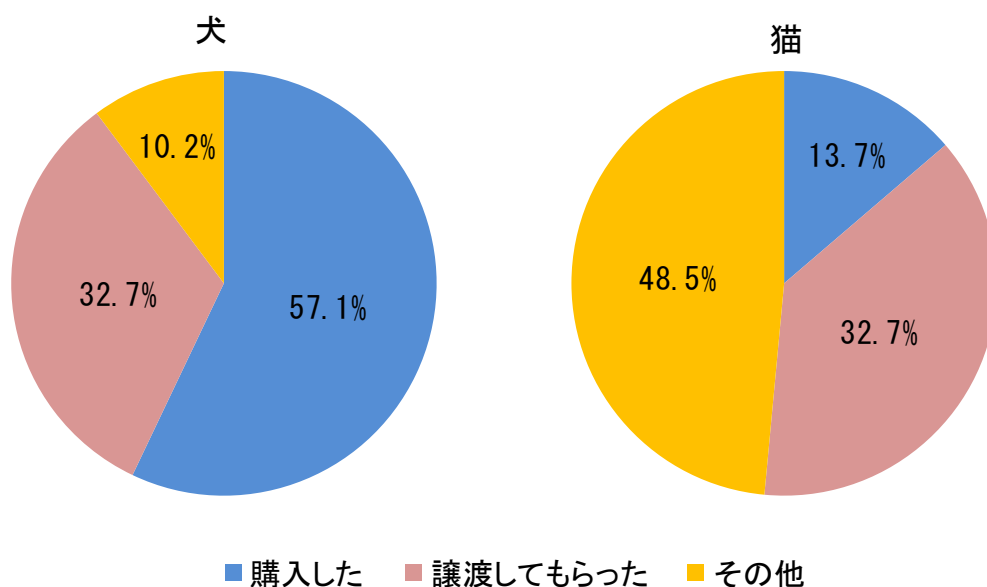
平成21年に、全国の犬・猫飼養者を対象に、インターネット集計によるアンケート調査を実施した。

### ①入手経路の割合

犬・猫飼養者の入手経路の割合は以下ようになった。犬が57.1%と半数以上の購入割合を示す一方、猫は13.7%と低い購入率で、その他が約半数の48.5%であった。一般に、猫の場合、野良猫等を拾ってくることで飼養する機会が多い事が、後述の一般国民調査アンケートでも示唆されている。

入手経路の割合

	犬		猫	
	頭数	%	頭数	%
1.購入した	23,562頭	57.1	3,360頭	13.7
2.譲渡してもらった	13,512頭	32.7	9,257頭	37.8
3.その他	4,215頭	10.2	11,892頭	48.5
TOTAL(解答数)	41,289頭	100.0	24,509頭	100.0



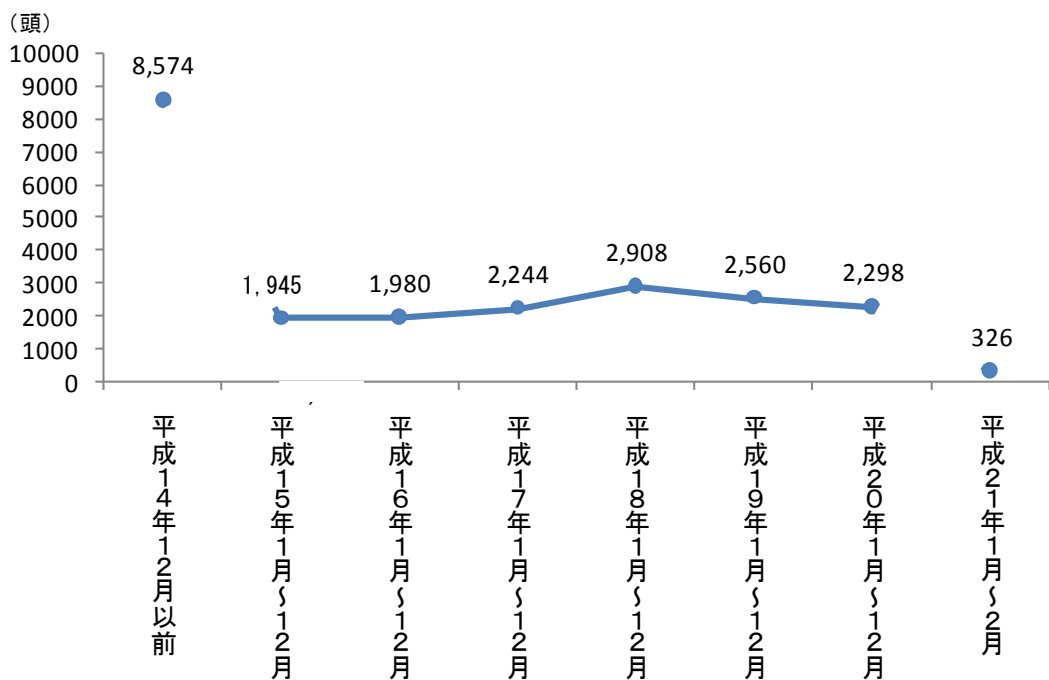
○平成21年 環境省調べ

## ②購入数の年次推移

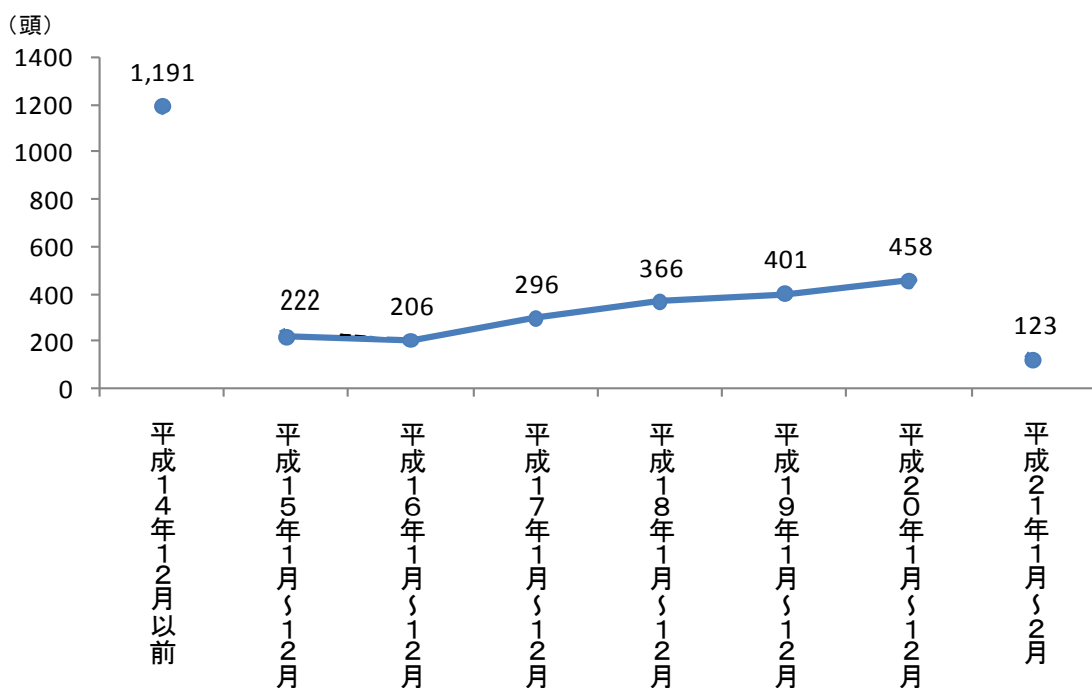
※なお、平成14年度12月以前については、その総数を表示している。また、平成21年度は1月～2月期の2ヶ月間の総数となる。

※グラフの合計（n値）が購入した数と合わないのは、「購入時期を覚えていない」数を除いているため。

**犬** (n=22,835)



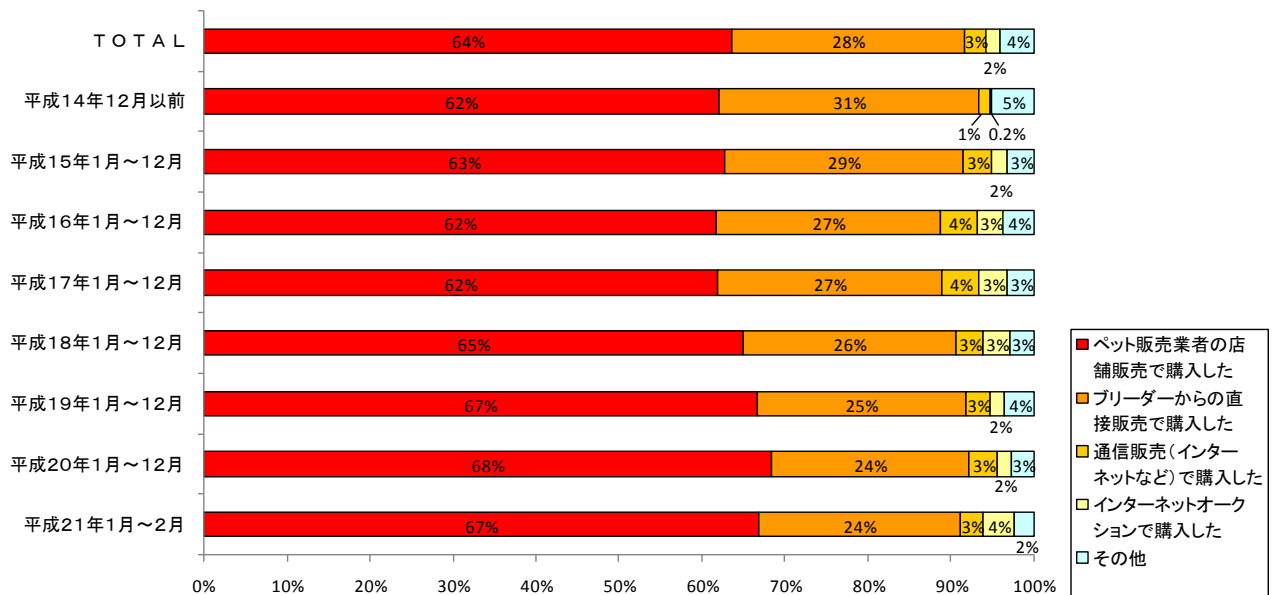
**猫** (n=3,263)



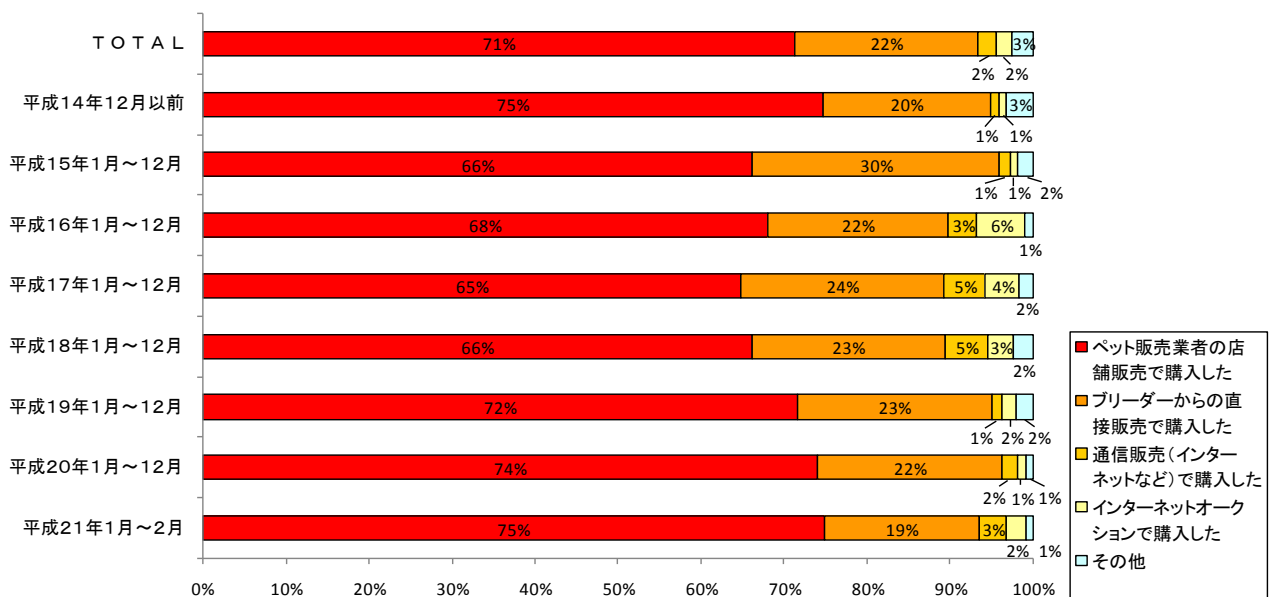
### ③購入先の年次推移

※グラフの合計（n値）が購入した数と合わないのは、「購入時期を覚えていない」数を除いているため。

#### 犬 (n=22,835)



#### 猫 (n=3,263)

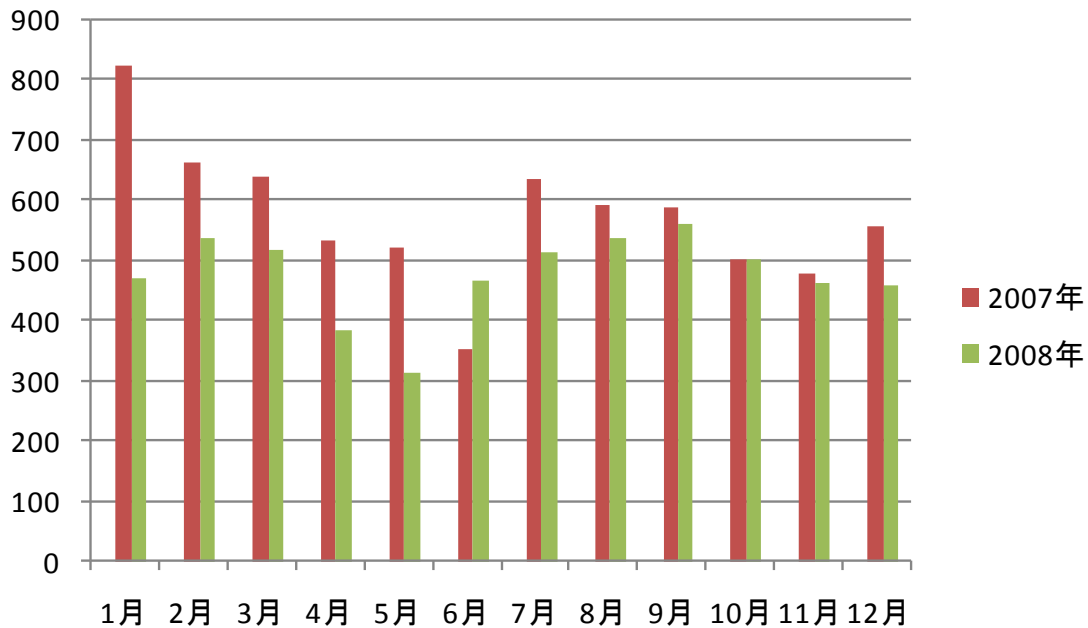


○平成21年 環境省調べ

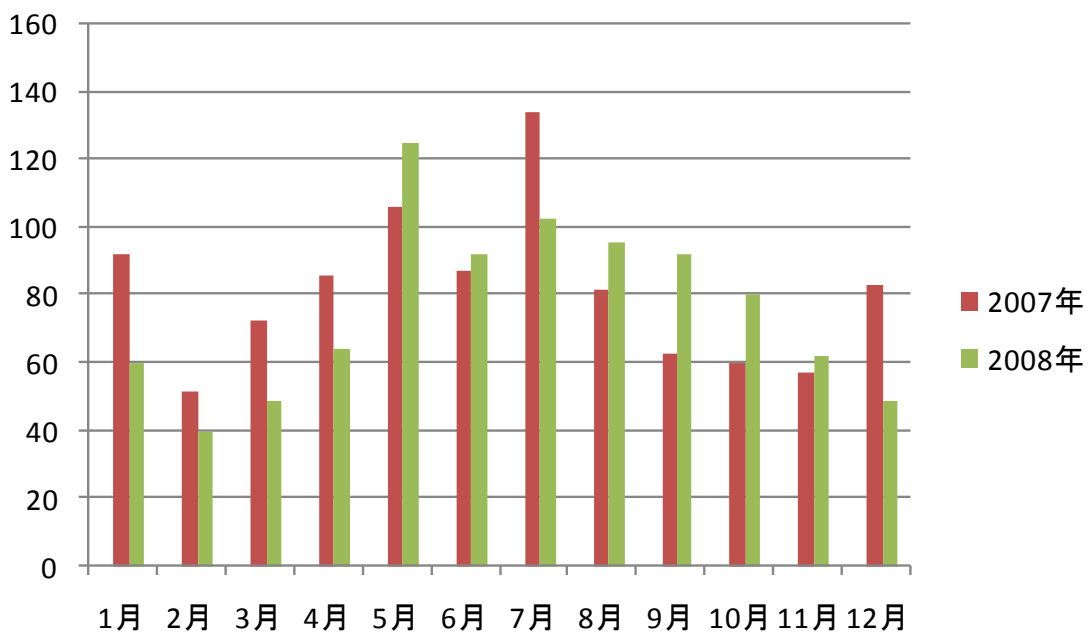
#### ④インターネットオークションでの販売状況

2007年1月から2008年12月までの24ヶ月間でのインターネットオークションでの購入数（落札数）は、犬で12,641件、猫で1,887件であった。犬では4月と5月に落札数は減少する傾向がみられたが、他の月は約500件程度の取扱いがあった。猫では5月～8月くらいの時期に取扱量が多い傾向がみられた。

**犬**（総数：2007年6,903頭、2008年5,738頭）



**猫**（総数：2007年975頭、2008年912頭）



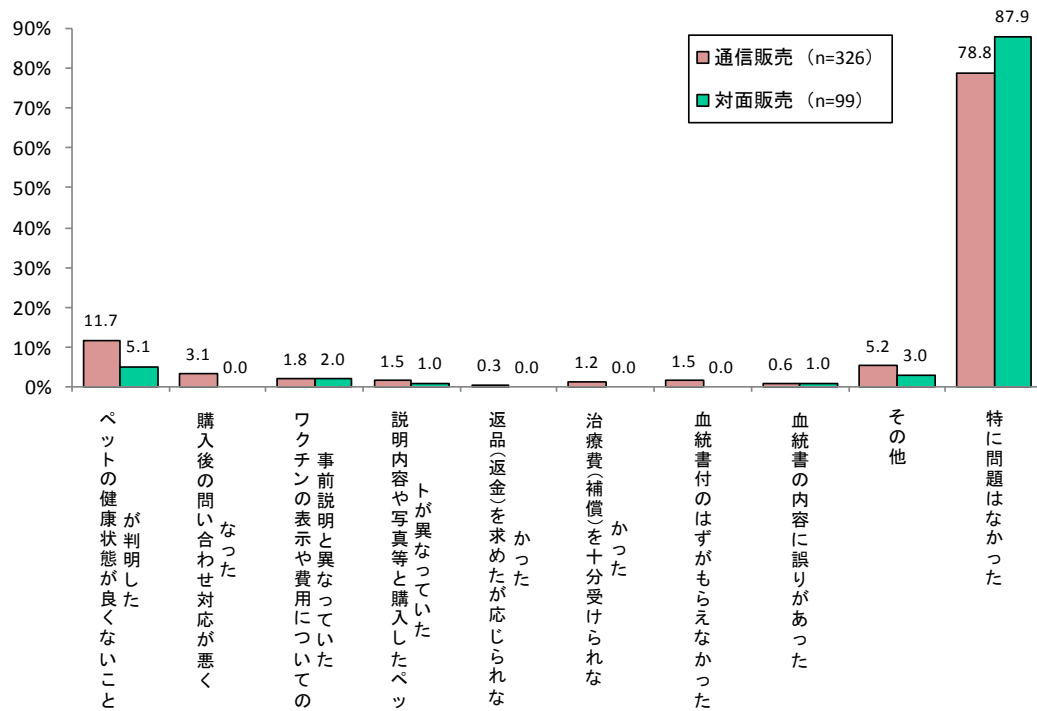
○平成21年 環境省調べ

## (2) 通信販売の状況

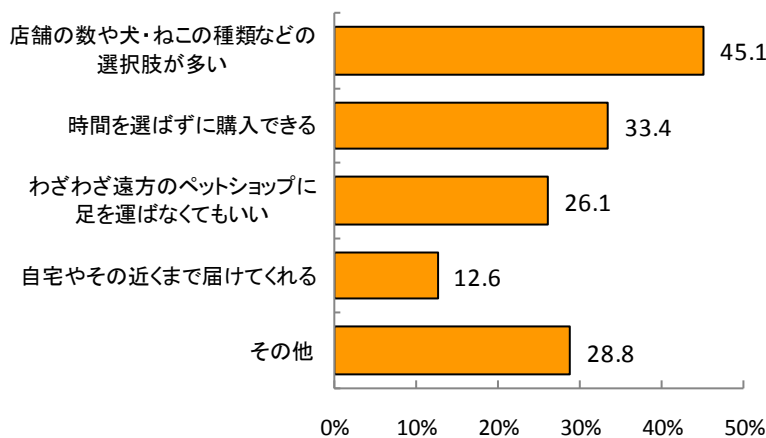
### ①購入後のトラブル

※通信販売：通信販売（インターネットなど）またはインターネットオークションで、平成18年6月以降に購入した犬・猫

対面販売：犬または猫をペット販売業者の店舗販売またはブリーダーからの直接販売で、平成18年6月以降に購入した犬・猫（ただし、同時期に行った別調査の結果による）



### ②通信販売を利用して購入した理由 (MA n=326)



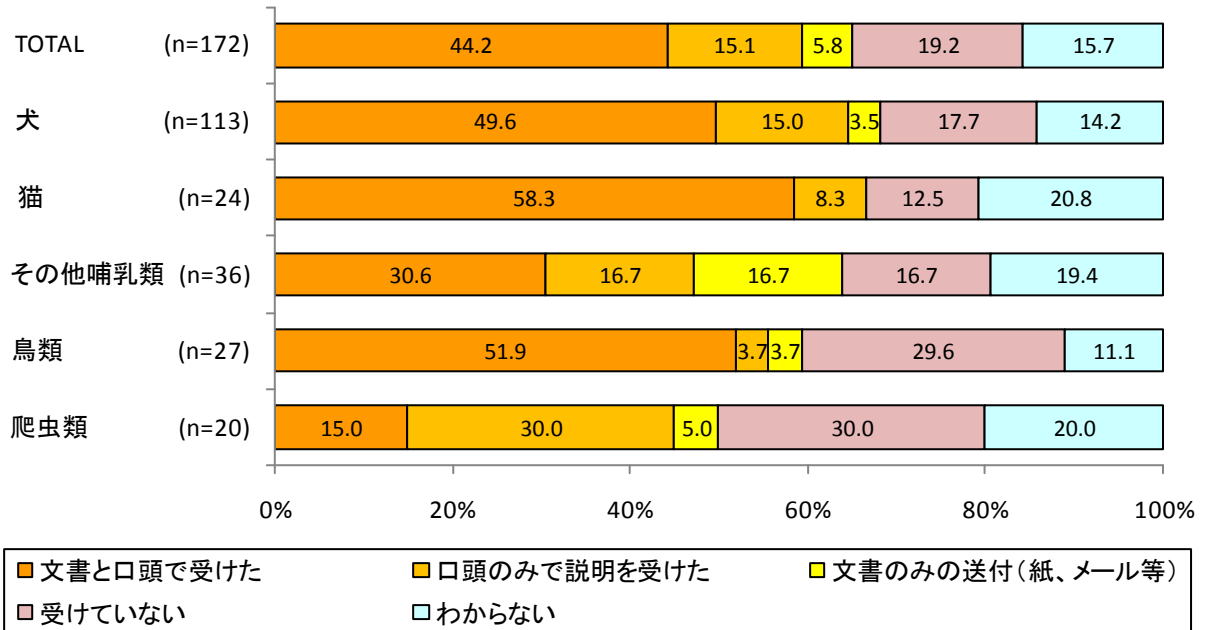
○平成21年 環境省調べ（第24回動物愛護部会資料）

## 動物販売における事前説明

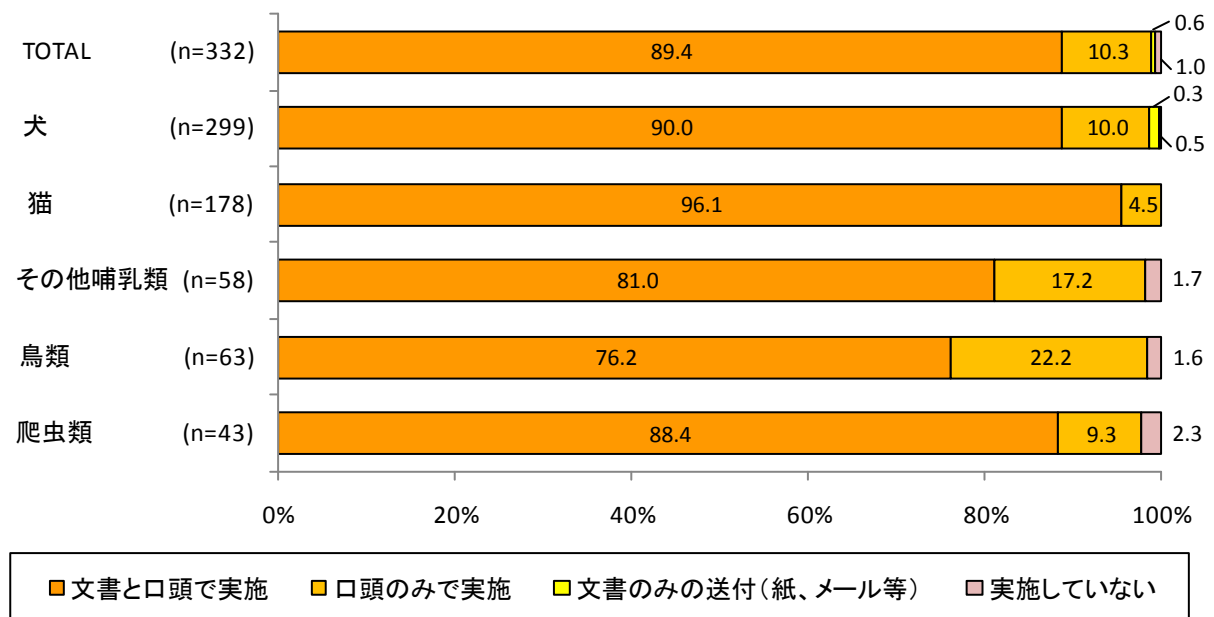
- ペット購入時の事前説明（口頭と文書による説明）の実施率は約 44%で、全国ペット協会加盟店舗では約 89%であった。
- 口頭で説明を受けた場合の満足度は約 79%で、説明の丁寧さや飼い方・健康状態などが理解できたことが満足につながっている。

### ペット購入時の事前説明の有無

○一般市民（平成 18 年 6 月以降の購入者を対象としたインターネットアンケート：MA）



○動物取扱業者（全国ペット協会加盟店舗における、平成 21 年度郵送アンケート：MA）

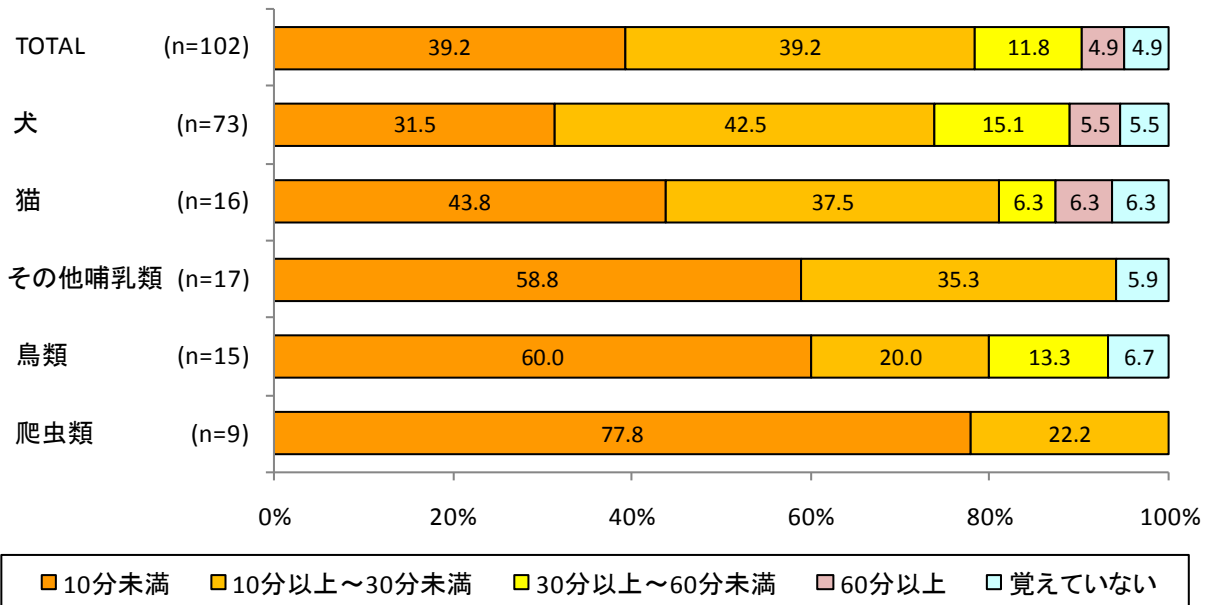


○平成 22 年 環境省調べ（第 26 回動物愛護部会資料）

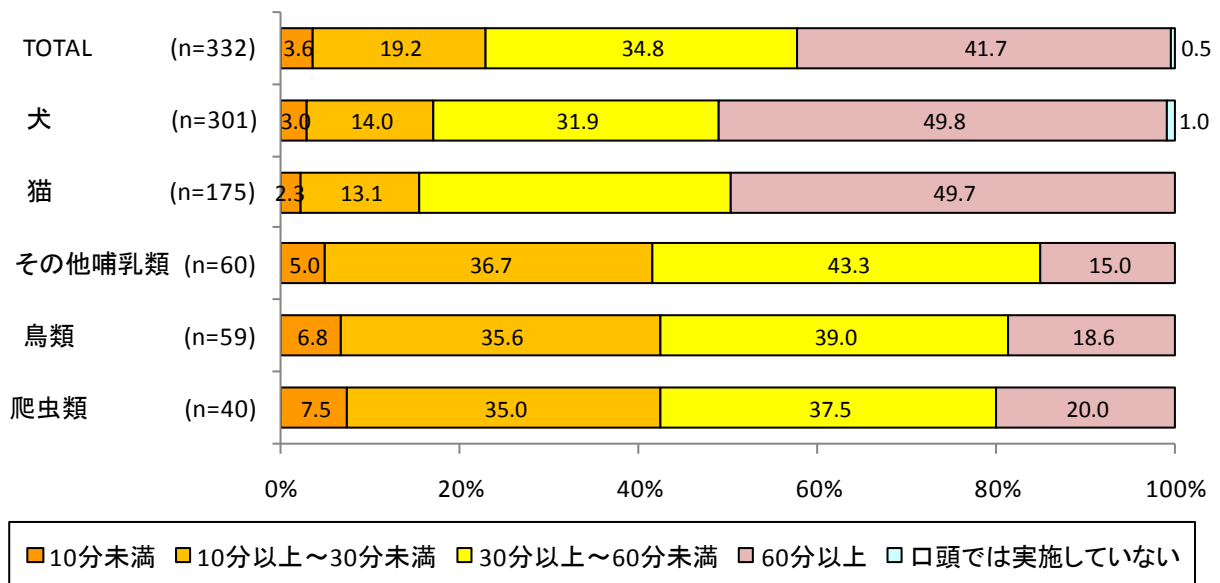
### 事前説明を受けた長さ

○一般市民（平成 18 年 6 月以降の購入者を対象としたインターネットアンケート）

全数は「文書と口頭で説明を受けた」n=76、「口頭のみで説明を受けた」n=26 の合計



○動物取扱業者（全国ペット協会加盟店舗における、平成 21 年度郵送アンケート：MA）

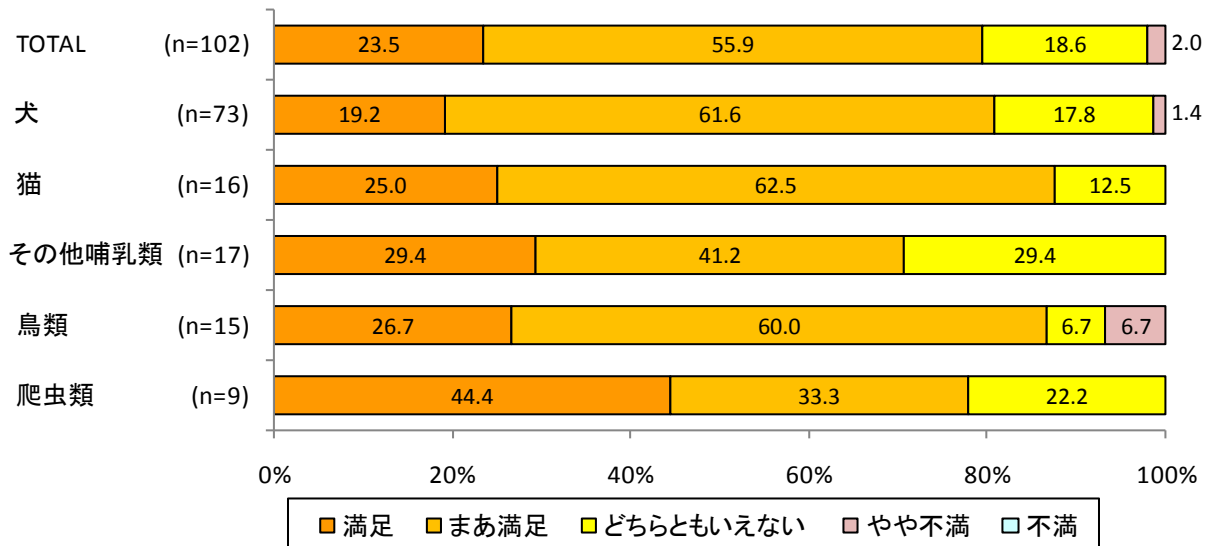


○平成 22 年 環境省調べ（第 26 回動物愛護部会資料）

## 事前説明の満足度

○一般市民（平成 18 年 6 月以降の購入者を対象としたインターネットアンケート）

全数は「文書と口頭で説明を受けた」n=76、「口頭のみで説明を受けた」n=26 の合計

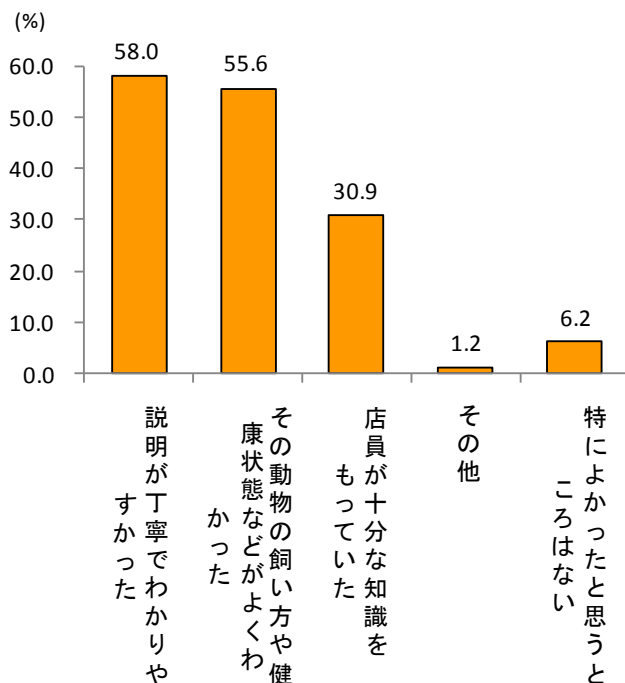


## 事前説明を受けて良かった点

○一般市民（平成 18 年 6 月以降の購入者を対象としたインターネットアンケート）

事前説明の満足度が「満足」、「まあ満足」、「どちらともいえない」を対象とした設問

n=81 : MA



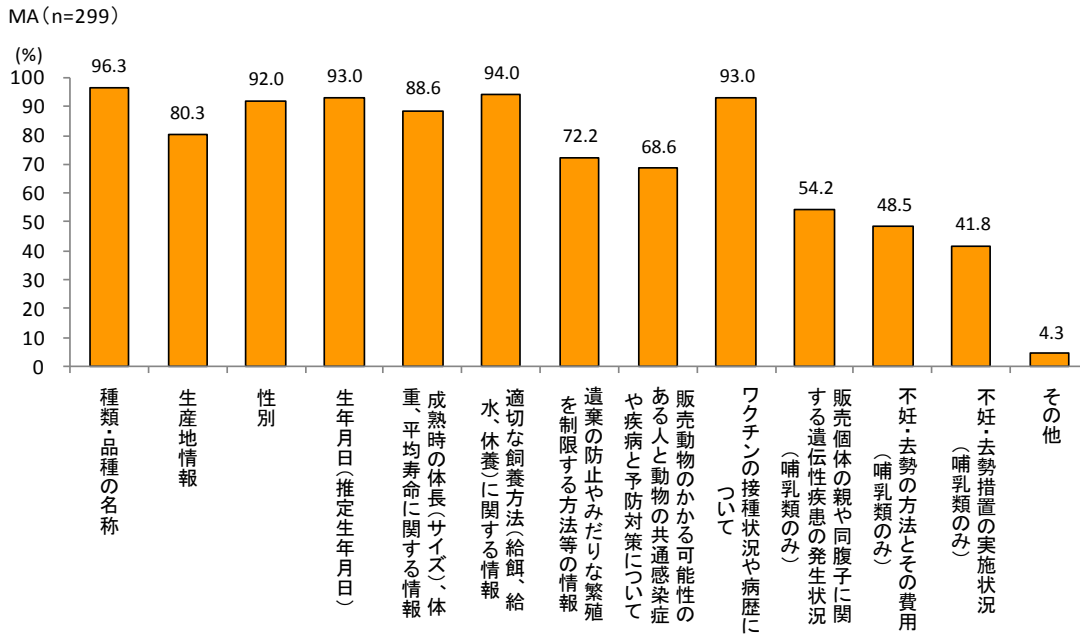
注：満足度が「やや不満」の回答者が事前説明を受けて悪かった点は「事前説明内容と実際の動物の健康状態が異なっていた」であった。(n=2)

○平成 22 年 環境省調べ（第 26 回動物愛護部会資料）



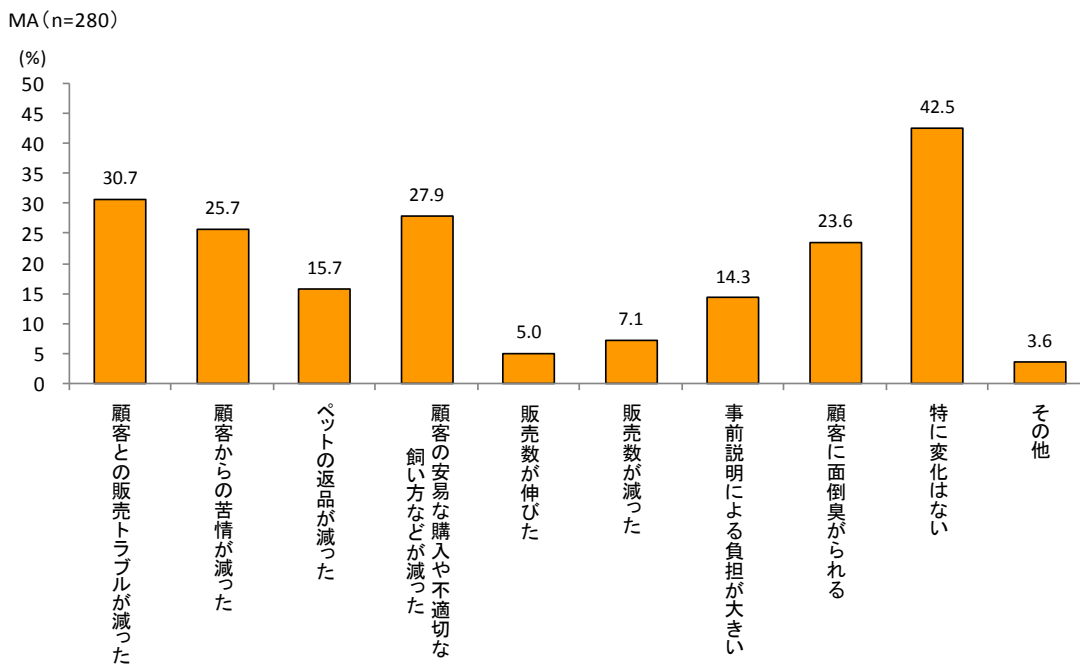
## 事前説明の内容

○動物取扱業者（平成 22 年郵送アンケート：MA）



## 事前説明による効果や影響

○動物取扱業者（平成 22 年郵送アンケート：MA）



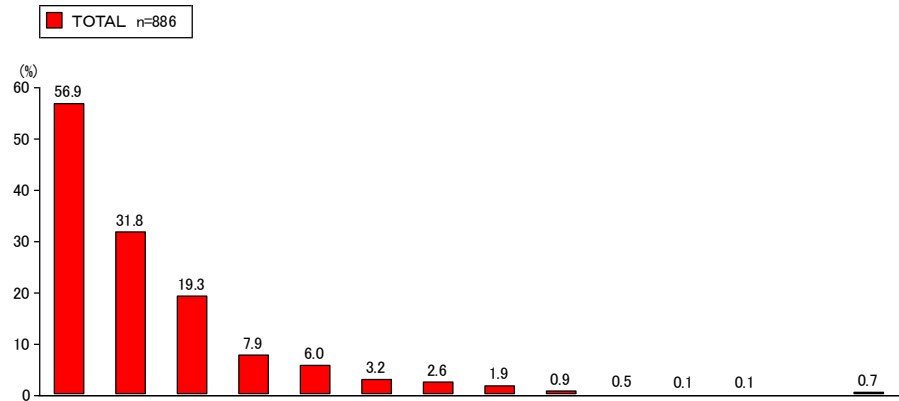
○平成 22 年 環境省調べ

# 一般国民のペット飼育状況

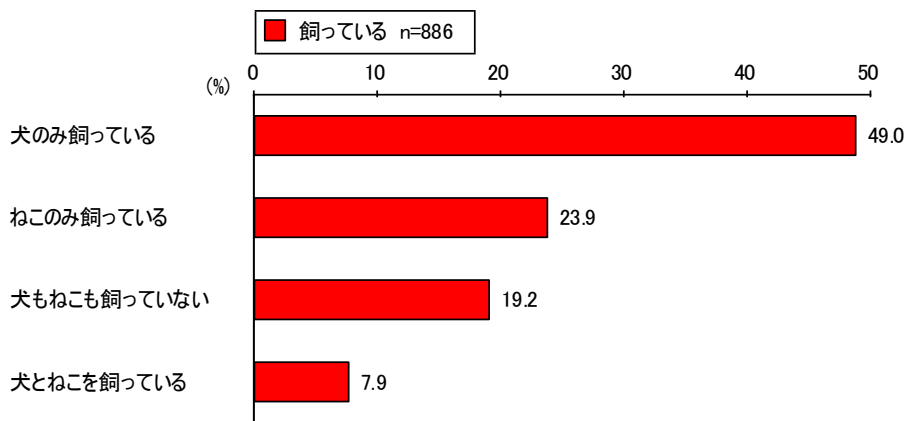
一般国民調査アンケートとして、平成 22 年に一般市民 2,505 名を対象に、インターネットによるアンケート調査を実施した。

## (1) 飼育しているペットの種類

○ペットを飼育している一般市民（平成 22 年インターネットアンケート n=886）

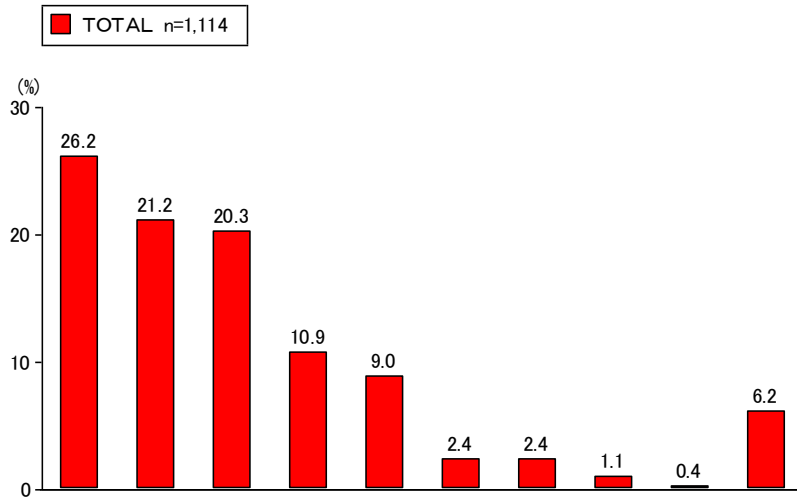


**表側 (性・年代)**		n	1 犬	2 ねこ	12 魚類	6 鳥類	7 カメ類	3 うさぎ	4 ねずみ類 (ハムスターなど)	13 昆虫類	11 両生類 (カエル、イモリなど)	5 その他哺乳類	9 トカゲ類	10 その他爬虫類	8 ヘビ類	14 その他
0	TOTAL	886	56.9	31.8	19.3	7.9	6.0	3.2	2.6	1.9	0.9	0.5	0.1	0.1	0.0	0.7
1	性別 男性	385	54.5	29.9	23.1	6.8	6.2	3.6	2.6	2.9	1.3	0.8	0.0	0.0	0.0	0.3
2	女性	501	58.7	33.3	16.4	8.8	5.8	2.8	2.6	1.2	0.6	0.2	0.2	0.2	0.0	1.0
3	年代別 20代	102	65.7	23.5	11.8	5.9	5.9	2.0	3.9	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0	0.0
4	30代	142	54.9	26.1	21.1	7.7	7.7	6.3	3.5	3.5	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	2.1
5	40代	160	57.5	23.8	20.6	10.0	10.0	3.1	4.4	5.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
6	50代	181	58.0	41.4	19.9	6.1	6.6	2.8	1.7	0.6	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
7	60代	146	55.5	32.2	23.3	8.9	0.7	3.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
8	70代以上	155	52.3	39.4	16.8	8.4	4.5	1.3	1.9	1.3	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.6



○平成 22 年 環境省調べ

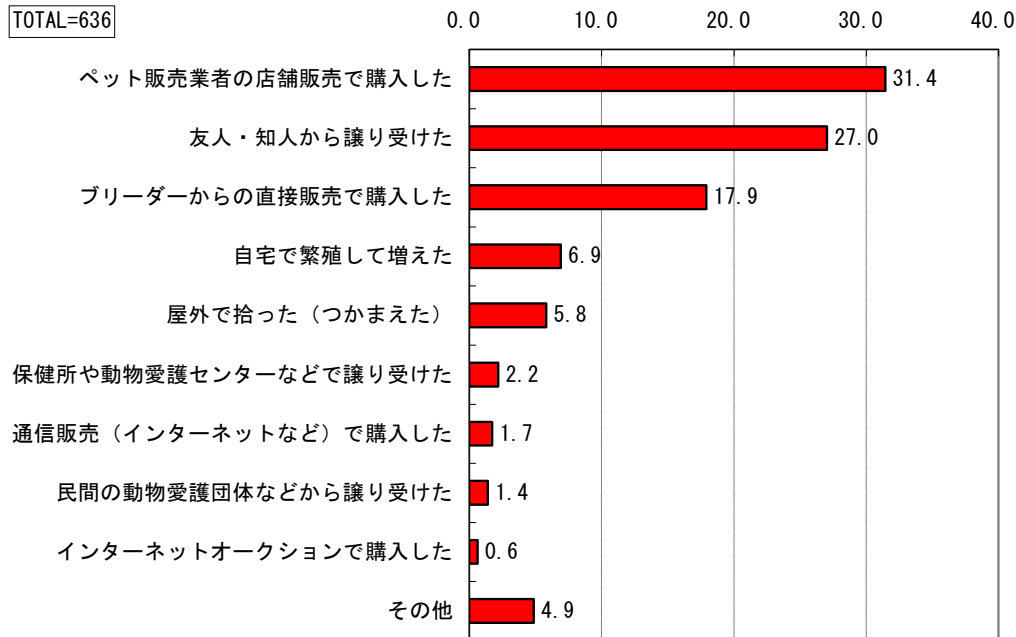
(2) 犬及び猫の入手経路



◆GT表 Q4・Q5		n	5 友人・知人から譲り受けた	8 屋外で拾った(つかまえた)	1 購入した ペット販売者の店舗販売で	2 購入した ブリーダーからの直接販売で	9 自宅で繁殖して増えた	6 保健所や 動物愛護センター などで譲り受けた	7 譲り受けた 民間の動物愛護団体などから	3 通信販売(インターネット など)で購入した	4 インターネットオークション で購入した	10 その他
0	TOTAL	1,114	26.2	21.2	20.3	10.9	9.0	2.4	2.4	1.1	0.4	6.2
1	犬1頭	504	29.8	6.0	34.1	16.7	2.2	2.6	1.6	1.8	0.6	4.8
2	犬2頭	91	19.8	4.4	26.4	23.1	19.8	0.0	1.1	1.1	0.0	4.4
3	犬3頭	27	7.4	11.1	11.1	25.9	25.9	3.7	0.0	3.7	0.0	11.1
4	犬4頭	9	11.1	0.0	11.1	22.2	55.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5	犬5頭	5	20.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
6	ねこ1匹	282	30.1	42.2	6.4	1.8	6.4	2.5	2.5	0.0	0.0	8.2
7	ねこ2匹	108	21.3	43.5	4.6	0.0	14.8	1.9	7.4	0.0	0.0	6.5
8	ねこ3匹	48	18.8	35.4	2.1	0.0	25.0	4.2	4.2	2.1	0.0	8.3
9	ねこ4匹	25	8.0	36.0	8.0	8.0	20.0	8.0	4.0	0.0	0.0	8.0
10	ねこ5匹	15	6.7	46.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3

○平成22年 環境省調べ

### (3) 犬の入手経路



### ○犬の飼養頭数別内訳

	TOTAL	ペット販売業者の店舗販売で購入した	友人・知人から譲り受けた	ブリーダーからの直接販売で購入した	自宅で繁殖して増えた	屋外で拾った（つかまえた）
TOTAL	636	200	172	114	44	37
	100.0	31.4	27.0	17.9	6.9	5.8
犬1頭	504	172	150	84	11	30
	100.0	34.1	29.8	16.7	2.2	6.0
犬2頭	91	24	18	21	18	4
	100.0	26.4	19.8	23.1	19.8	4.4
犬3頭	27	3	2	7	7	3
	100.0	11.1	7.4	25.9	25.9	11.1
犬4頭	9	1	1	2	5	0
	100.0	11.1	11.1	22.2	55.6	0.0
犬5頭	5	0	1	0	3	0
	100.0	0.0	20.0	0.0	60.0	0.0
	保健所や動物愛護センターなどで譲り受けた	通信販売（インターネットなど）で購入した	民間の動物愛護団体などから譲り受けた	インターネットオークションで購入した	その他	
TOTAL	14	11	9	4	31	
	2.2	1.7	1.4	0.6	4.9	
犬1頭	13	9	8	3	24	
	2.6	1.8	1.6	0.6	4.8	
犬2頭	0	1	1	0	4	
	0.0	1.1	1.1	0.0	4.4	
犬3頭	1	1	0	0	3	
	3.7	3.7	0.0	0.0	11.1	
犬4頭	0	0	0	0	0	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
犬5頭	0	0	0	1	0	
	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	

### ○平成22年 環境省調べ

#### (4) 猫の入手経路



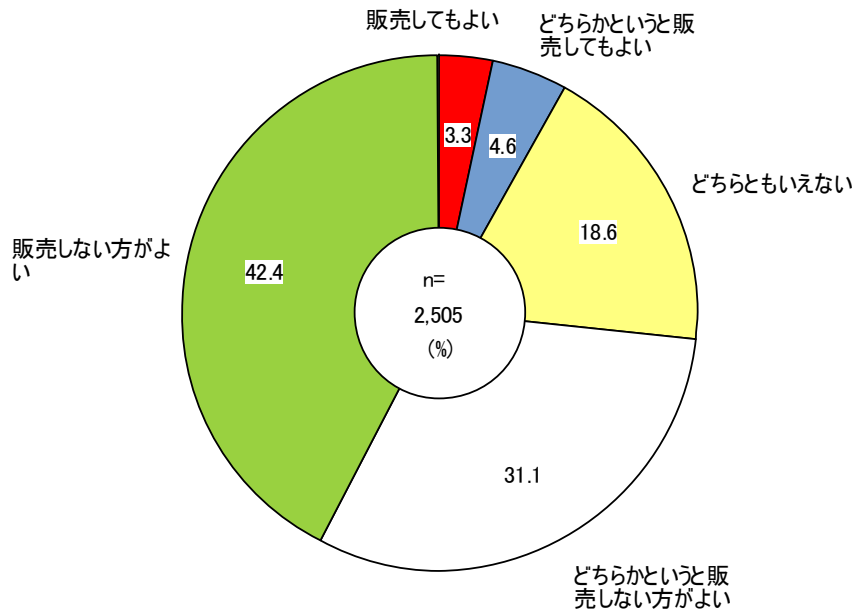
#### ○ねこの飼養頭数別内訳

	TOTAL	屋外で拾った (つかまえた)	友人・知人から譲り受けた	自宅で繁殖して増えた	ペット販売業者の店舗販売で購入した	民間の動物愛護団体などから譲り受けた
TOTAL	478	199	120	56	26	18
	100.0	41.6	25.1	11.7	5.4	3.8
ねこ1匹	282	119	85	18	18	7
	100.0	42.2	30.1	6.4	6.4	2.5
ねこ2匹	108	47	23	16	5	8
	100.0	43.5	21.3	14.8	4.6	7.4
ねこ3匹	48	17	9	12	1	2
	100.0	35.4	18.8	25.0	2.1	4.2
ねこ4匹	25	9	2	5	2	1
	100.0	36.0	8.0	20.0	8.0	4.0
ねこ5匹	15	7	1	5	0	0
	100.0	46.7	6.7	33.3	0.0	0.0
	保健所や動物愛護センターなどで譲り受けた	ブリーダーからの直接販売で購入した	通信販売 (インターネットなど) で購入した	インターネットオークションで購入した	その他	
TOTAL	13	7	1	0	38	
	2.7	1.5	0.2	0.0	7.9	
ねこ1匹	7	5	0	0	23	
	2.5	1.8	0.0	0.0	8.2	
ねこ2匹	2	0	0	0	7	
	1.9	0.0	0.0	0.0	6.5	
ねこ3匹	2	0	1	0	4	
	4.2	0.0	2.1	0.0	8.3	
ねこ4匹	2	2	0	0	2	
	8.0	8.0	0.0	0.0	8.0	
ねこ5匹	0	0	0	0	2	
	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	

○平成22年 環境省調べ

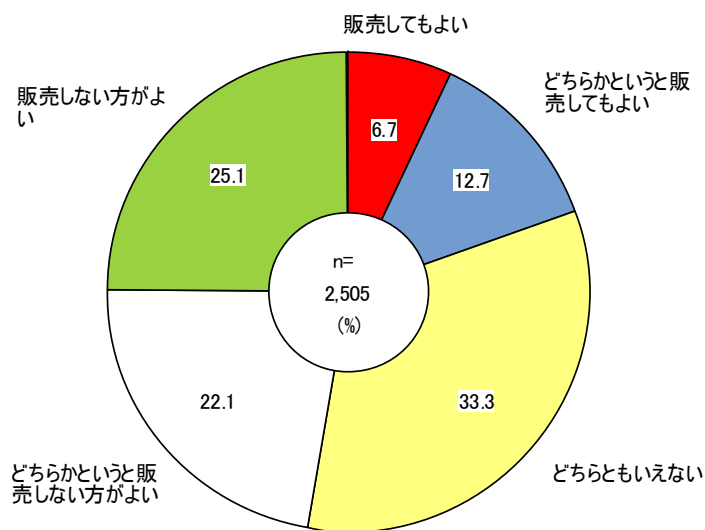
### (5) 動物の通信販売についての考え

○一般市民（平成 22 年インターネットアンケート：MA）



### (6) 出張動物販売についての考え

○一般市民（平成 22 年インターネットアンケート：MA）



○平成 22 年 環境省調べ

## 独立行政法人国民生活センターで受けたペットに関する 各種相談件数の傾向

（注：国民生活センターの公表資料をもとに、環境省において該当部分を一部抜粋・作成）

消費者から独立行政法人国民生活センターに対して、ペットに関する相談が増えている。「ペットショップで犬を買ったら病気にかかっていた」といったペット動物に関する相談、動物病院、ペットの美容院、ペット保険などペットサービスに関する相談、ペットフードや水槽などのペット用品に関する相談もある。

### 1 ペットに関する各種相談や件数の傾向について

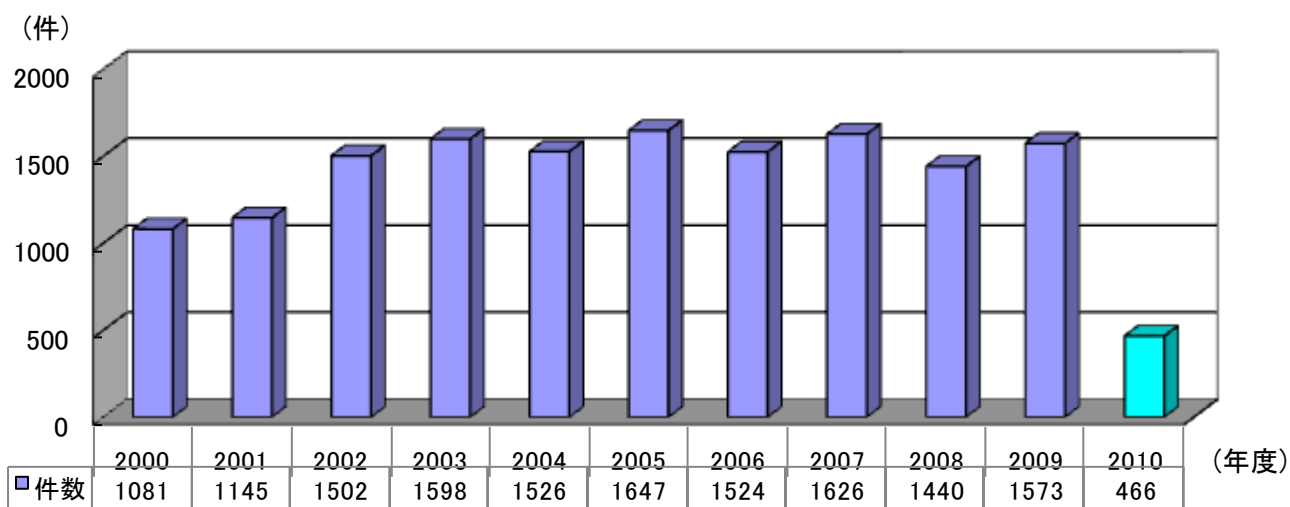
#### ○消費生活相談データベース（PI0-NET）に寄せられた 相談件数の推移

種類／年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ペット動物	1,647	1,524	1,626	1,440	1,573	466(418)
ペットサービス	315	407	503	435	426	172(144)
ペット用品	299	336	565	596	564	192(178)
合 計	2,261	2,267	2,694	2,471	2,563	830(740)

注) 1 相談件数は2010年9月7日現在のもの。

2 2010年度の( )内の数値は前年同期値

#### ○消費生活相談データベース（PI0-NET）に寄せられた ペット動物に関する相談件数の推移



○消費生活相談データベース（PI0-NET）に寄せられた  
ペット動物に関する販売購入形態別相談内容

（2009年度～2010年度）

相談内容 \ 販売購入形態	店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	その他 無店舗	その他	合計
安全・衛生	86	0	10	10	15	121
品質・機能・役務品質	658	3	89	28	18	796
法規・基準	50	0	34	3	17	104
価格・料金	206	1	50	8	15	280
計量・量目	1	0	2	0	0	3
表示・広告	40	0	48	4	2	94
販売方法	278	4	216	33	16	547
契約・解約	1,323	5	377	63	62	1,830
接客対応	408	3	91	23	19	544
施設・設備	1	0	0	0	0	1
合計	3,051	16	917	172	164	4,320

- 注) 1 「その他無店舗」とは、店舗購入、訪問販売、通信販売、マルチ取引等に該当せずに、店舗ではないところで買い物や契約をしたもの。
- 2 2009年度～2010年度に相談があった案件数2,186件を分析したもの。1件で複数の相談内容に分類される場合があるため、相談合計数と案件数とは一致しない。
- 3 2010年度は10月13日までの集計結果となっている。
- 4 相談内容の解説は下のとおり。

安全・衛生	身体・生命の被害およびそのおそれのある事故、火災・発火等の危険、食品衛生、発ガン性や残留農薬等の一般的安全性等、安全および衛生に関する相談。
品質・機能・役務品質	商品の品質、機能・性能、故障、不具合、使い勝手等および役務の内容・水準等に関する相談。
法規・基準	法律、条例、指導通達、業界基準、自主基準、法規格、任意規格等、規定された一定の標準に関する相談。
価格・料金	商品の価格および利用料、使用料等役務の対価に関する相談。
計量・量目	商品の計量方法、計量・量目およびそれらの不足に関する相談。
表示・広告	商品・役務の内容、取引条件および取引に関するその他の事項について事業者が行う表示、広告、マーク等の相談。
販売方法	購入したか否かに関係なく、販売形態、販売の手口、セールストック等のいずれかひとつでも問題がある相談。
契約・解約	法律行為としての契約に関する相談および解約に関する相談。ただし取引自体以外の品質等に問題があり、それを理由に解約したいという相談を除く。
接客対応	アフターサービス、販売時の接客態度、クレーム処理、保証等に関する相談。
施設・設備	商品・役務を販売している施設、設備に関する安全・衛生、品質・機能等一切の相談。



## 2 ペット動物に関する最近の相談事例について

- ・ ネットオークションでペットを購入したが受け取って6日で死亡、購入前のウィルス感染によると診断されたが補償は一切ない。
- ・ ネットオークションで子猫を購入したが事情で飼えなくなったので返金して欲しいができないといわれた、どうしたらよいか。
- ・ 数日間の展示即売会で当社の契約書を無断で使用しペットを販売している事業者がいる。当社の信用問題になる。どうしたらよいか

注)「最近の事例」は、相談者の申し出内容をもとにまとめたものです。