

愛犬・愛猫の健康診断受診は年2回がおすすめ ペットの健康診断に関する実態と意識調査結果

ペットの高齢化・家族化が進む中、定期的な健康診断受診率は、犬 52%、猫 34%

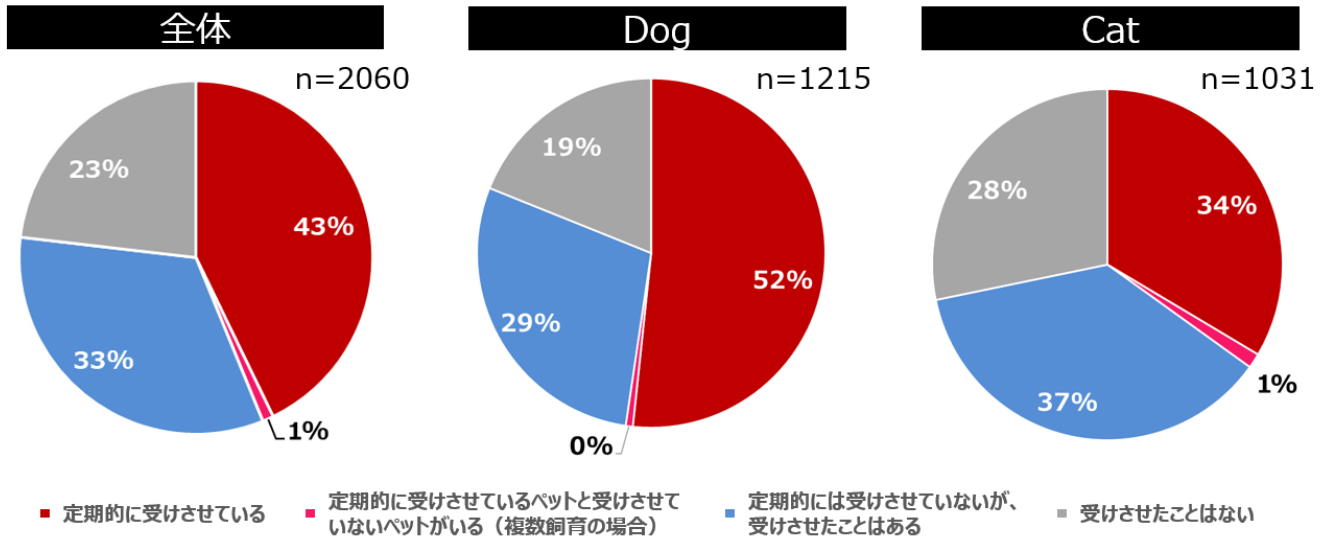
栄養学に基づいた犬と猫のプレミアムペットフードおよび食事療法食を展開するロイヤルカナン ジャパン(本社:東京都港区、社長:山本 俊之)は、犬と猫のペットオーナー2,060名(犬オーナー:1,030名、猫オーナー:1,030名 内、犬・猫両オーナー186名含む)を対象に「愛犬・愛猫の健康診断受診に関する実態及び意識調査」を実施しました。この調査は、ペットを真の健康に導くため、ペットオーナーへの健康診断の重要性を啓発する活動の浸透状況把握を目的に実施いたしました。



■調査結果概要

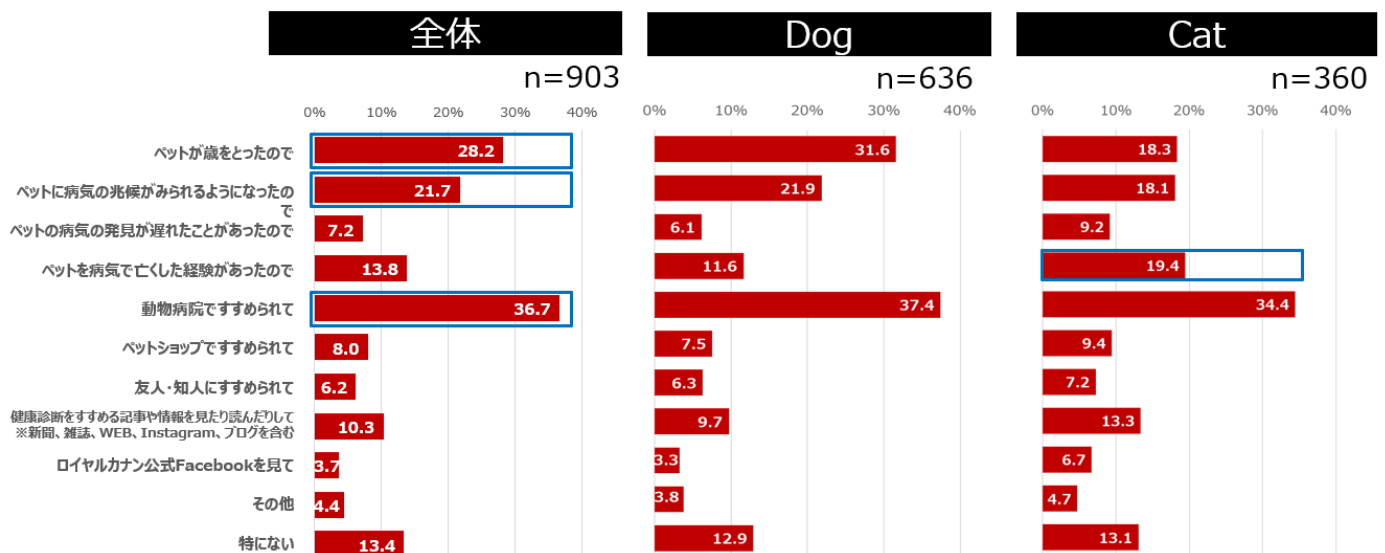
- 猫の受診が低い傾向。定期的な健康診断受診率は、犬オーナーが52%、猫オーナーが34%と、猫オーナーよりも犬オーナーのほうが18pt高い。
- 定期的な健康診断を受診するペットのうち、直近1年内の健康診断受診回数は、犬オーナーと猫オーナー共に「1回」が半数前後で多数派。
- 定期的な健康診断の受診のきっかけとして、犬オーナーと猫オーナー共に「動物病院ですすすめられて」が最多。「ペットが歳をとったので」「ペットに病気の兆候がみられるようになったので」などのペットの高齢化や病気がきっかけと続く。猫オーナーに関しては、「ペットを病気で亡くした経験があったので」もやや高めなのが特徴。
- 健康診断を受診しない理由としては、犬・猫ともに「今はペットが健康だから必要ない」「お金がかかるから」の2つが上位。

健康診断受診率



定期的な健康診断受診率は、犬オーナーが 52%、猫オーナーが 34%と、犬オーナーのほうが猫オーナーよりも 18pt 高い。定期的な健康診断を受診するペットのうち、直近 1 年内の健康診断受診回数は、犬オーナーと猫オーナーともに「1 回」が半数前後で多数派。新規の健康診断受診と、定期的な健康診断受診の啓発が今後も必要だと考えられる。

定期的な健康診断受診のきっかけ

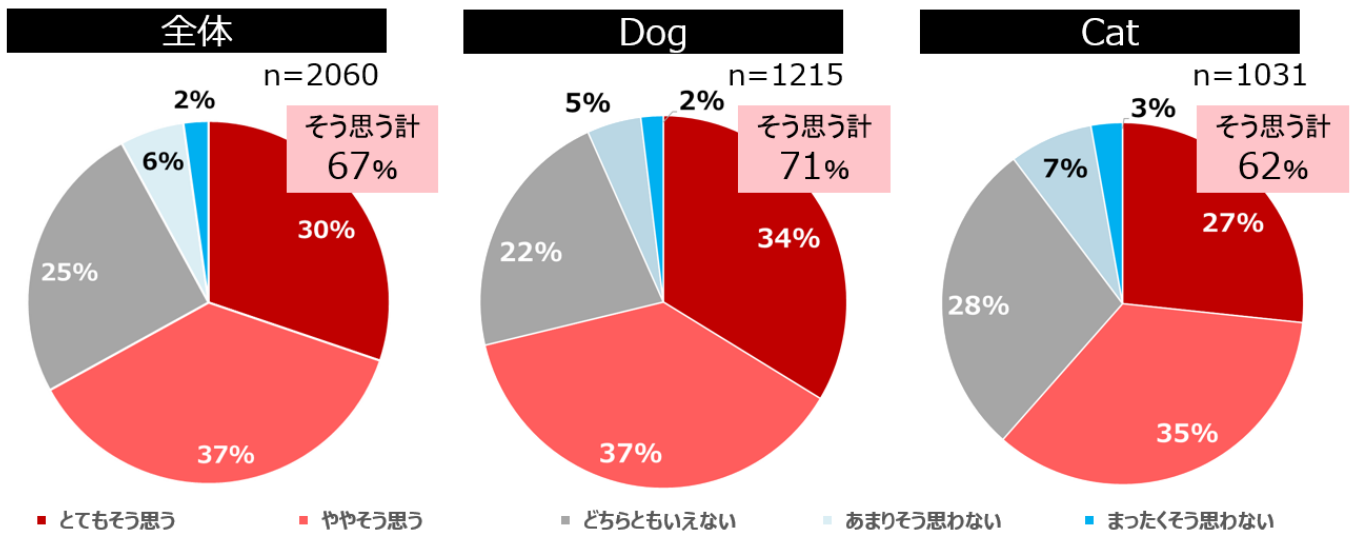


定期的な健康診断の受診きっかけは、犬・猫ともに「動物病院ですすすめられて」が最多。次いで「ペットが歳をとったので」「ペットに病気の兆候がみられるようになったので」とペットの高齢化や病気などのきっかけが主となっている。新聞や雑誌などのマスメディア媒体よりも、動物病院側からのアプローチが大きなきっかけとなっており、今後も重要な接点と考えられる。猫オーナーに関しては、「ペットを病気で亡くした経験があったので」もやや高めなのが特徴。定期的な健康診断を受診しない犬・猫オーナーの健康診断へのハードルや阻害理由の上位は、「今はペットが健康だから必要ない」「お金

がかかるから」の2つ。ペットの高齢化に伴い、病気などのきっかけで、定期的な健康診断への需要は高まることが予想される。

■人間の4倍以上の早さで年をとる犬と猫。年2回の定期的な健康診断受診の必要性への共感度

「犬や猫は、人間の4倍以上の早さで年をとります。1年に1回健康診断を受けていても人間に例えると4年に1回だけ健康診断を受けているのと同じです。年を取るスピードを考えると、1年に2回は動物病院で健康診断を受けるのが望ましいと言えます。」というメッセージを読んでいただき感想を伺うことで、年2回の定期的な健康診断受診の必要性への共感度を調査。



「年2回の定期的な健康診断を受けるのが望ましい」という考えへの共感度は、犬オーナーが約7割、猫オーナーが6割といずれも過半数となっており、定期的な健康診断受診の必要性については一定の理解は得られている状況といえる。さらに、健康診断の受診状況別にみると、年2回以上健康診断を受けさせている犬オーナーは9割以上が年2回の定期的な健康診断受診の考えに共感している。年1回受けさせている犬オーナーでは約7割、定期的な健康診断を受けさせていない犬オーナーでは6割以下の共感となっており、定期的な健康診断受診の必要性への意識が高いほど実際の受診率も高いことがうかがえる。猫オーナーにも同様の傾向が見られる。

今回の調査結果から、犬・猫オーナーともに定期的な健康診断の必要性は理解しているが、ペットが病気になるなどのきっかけがないと定期的な健康診断受診に至らない傾向がみられました。特に猫の健康診断受診については、猫の特性に配慮した環境面の配慮と猫オーナーへの定期的な健康診断受診の啓発が必要です。犬や猫は、人の4倍以上の早さで年をとります。ペット年齢の高齢化に伴い、病気などのきっかけで、定期的な健康診断への需要は高まることが予想されます。

ロイヤルカナンは、犬と猫の真の健康の実現を目指し、ペットの予防医療と健康管理を啓発し、健康診断を推進する獣医師団体「Team HOPE」を団体設立時より支援してきました。また、愛猫のストレスを考え、猫オーナーが愛猫を病院に連れて行きたがらない傾向がみられるため、猫に優しい動物病院のグローバル認証制度「キャットフレンドリークリニック(CFC)」の普及もサポートしています。これらに加えて、昨年より年2回の健康診断の受診を啓発する自社のキャンペーンも始め、より積極的に愛犬・愛猫の健康診断受診を促進しています。今後もペットオーナーの健康診断と予防医療

の大切さへの理解を高め、健康診断受診を促進することでペットが健康で幸せに暮らせるよう、これからも啓発活動に取り組んで参ります。

<調査概要> 調査方法: インターネット調査

- 1) 調査対象者: 犬、猫のオーナー 2,060 名
内訳 犬オーナー 1,030 名(犬のみ+犬・猫両方のオーナー)
猫オーナー 1,030 名(猫のみ+猫・犬両方のオーナー)
- 2) 実施期間: 2020 年 7 月 30 日～31 日

ロイヤルカナン社について

ロイヤルカナン社は、50 年以上にわたり、犬と猫に真の健康を提供することに尽力しています。1968 年、フランス人獣医師ジャン カタリーにより創設されて以来、獣医師、ブリーダーなど世界中のペットの専門家との連携を通して栄養学と知識の限界を押し広げることにより、A BETTER WORLD FOR PETS™(ペットのためのより良い世界)の実現を目指しています。常に犬と猫の栄養ニーズをイノベーションプロセスの中心に置いて、犬や猫の品種、年齢、身体のサイズ、ライフスタイル、感受性、活動レベルを科学と観察を通じて研究し、それぞれの犬や猫に最適な栄養バランスのフードを開発しています。ロイヤルカナンは、責任ある原材料調達、CO2 排出量および廃棄物の削減、持続可能なパッケージ資材の使用という観点から、サステナビリティへの取り組みを推し進めています。世界 100 か所以上の市場で事業展開しているロイヤルカナンの従業員は約 7,800 名。そのうち、約 500 名が獣医師と栄養学の専門家です。また、世界中に 16 か所の工場、1 か所の研究開発センター、2 か所のイノベーションセンター、4 か所の研究所を運営しています。ロイヤルカナンの栄養学に基づいたフード製品は、世界中の動物病院、ペット専門店または公式通販サイトを通して販売されています。日本をはじめ、ヨーロッパ地域以外では、ロイヤルカナン社はユーカヌバ製品を展開しています。ユーカヌバは愛犬の健康とアクティブな毎日をサポートするフードブランドです。

ロイヤルカナンに関する詳細: <https://www.royalcanin.com/jp/>

ユーカヌバに関する詳細: <https://www.eukanuba.jp/>

ロイヤルカナン ジャポン企業サイト: <https://royalcanin.jp/>