

家計における愛玩動物関連費分析

尾崎裕子
(日本女大・院)

目的 わが国は物質的には豊かな社会となってきたが、社会や家庭での人間同士の関係が次第に希薄化してきている。それに伴い、愛玩動物を取り巻く環境も変化し、ペットブームはもはや一過性の現象とはいえず、動物はこれまでの「ペット」という存在ではなく、生活のパートナー「コンパニオン・アニマル」として認識されるようになってきた。ペット関連の市場規模は最近10年足らずで1.5倍の拡大と急速な伸びをみせ、バブル崩壊による景気低迷の中で、家計においても愛玩動物関連費が無視できない程度に伸びてきている。消費支出総額が低水準で推移している中では注目に値する。そこで近年は、経済的要因よりも非経済的要因の効果があらわれているという仮説から、愛玩動物関連費の消費構造分析を行う。

方法 データは主に1969年からの長期的な推移や、世帯類型別等の詳細な分析には『全国消費実態調査報告』を、1990年以降は『家計調査報告』を使用して家計全体の支出総額に対する割合等を算出する。

結果 1970年頃からの時系列での所得階層別、世帯類型別等からみた全ての世帯平均での支出の伸びが確認された。中でも所得水準が上昇することにより、伸びが大きくなることは明らかであり、経済的要因が大きいことが窺える。しかし、1990年代以降は、他の要因が大きく影響してしていることもわかった。この非経済的要因は家族構造の変化、都市化等であろうと思われる。また供給側の市場拡大の動きからも、消費構造が大きく変化していることはいえるであろう。近年飼育動物の役割が変化しており、「家族の一員」として、家庭内での地位も向上しているといわれているので、教育費や他の教養娯楽費等との関連についても検討する。