



中国のペット産業について

北京信伊产业投资咨询服务有限公司

2023年12月19日

CONTENTS

- 01 中国ペット産業の概況

- 02 中国ペット消費市場の概要

- 03 ペット産業の今後の発展の見込み

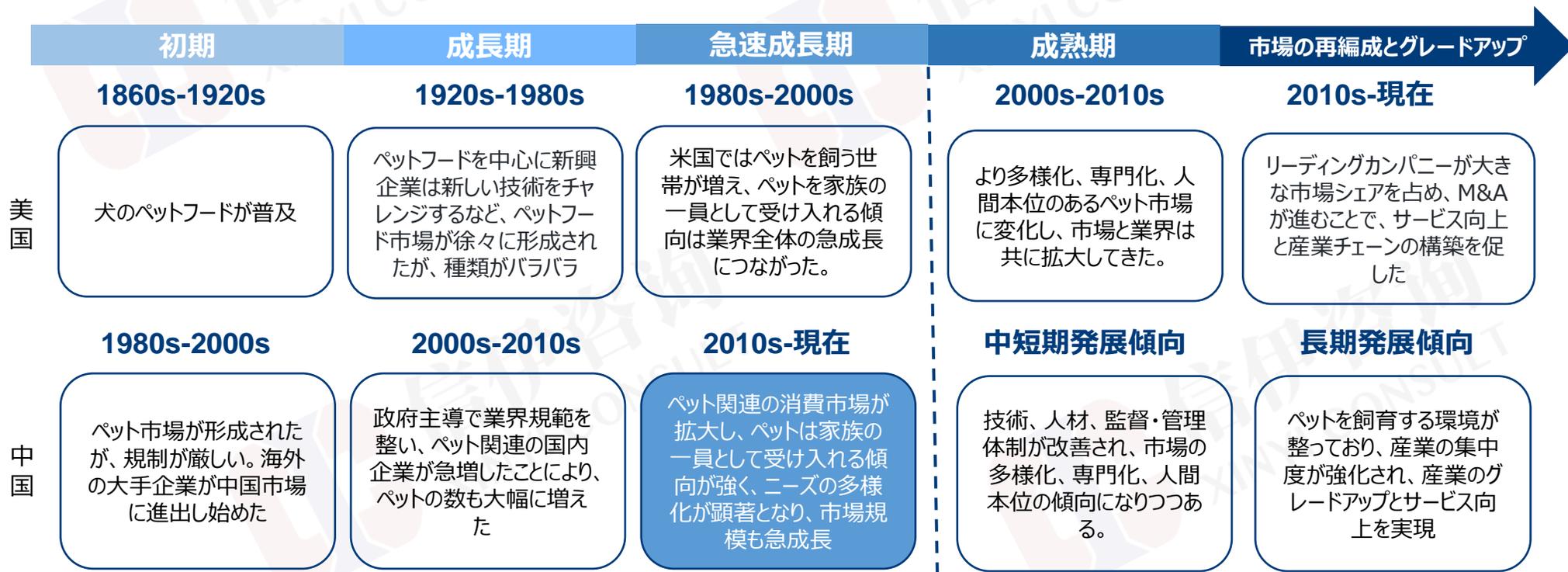
1 中国ペット産業の概況

- 発展プロセス
- 産業規模
- 中国で人気のペット
- 飼い主基本概況
- 資金調達状況

中国ペット産業の概況

発展プロセス

- 現在、中国ではペットを飼育する世帯の割合がまだ低い。そのため、今の中国ペット市場はアメリカと日本の成長期と急速成長期に似ている。消費のニーズは初期段階に過ぎず、ペットフードもようやく「残飯」から「ペットフード」に変わり、より人と同じような消費傾向に近づいている。
- 欧米では、ペットを飼育する認知度が高く、飼育の知識も豊富である。ペットは家族の一員として飼育するのが一般的である。一方で、中国では、プライベートの楽しみや癒しの目的でペットが飼われるケースが多い。そのため、市場ニーズはペットの精神的な環境よりは、生活環境や健康状況を注目する傾向がある。

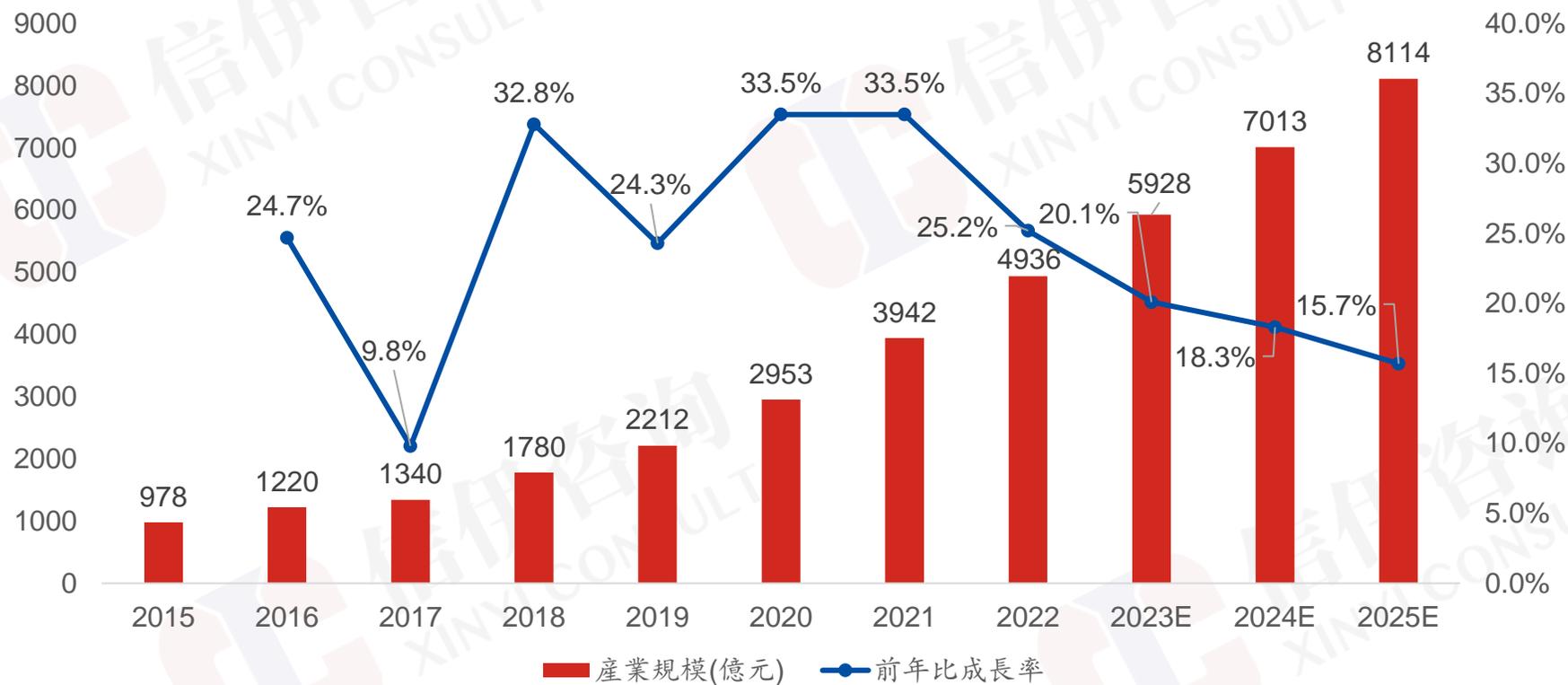




中国ペット産業の概況

産業規模

中国のペット産業は過去10年間で急速に成長してきた。消費者調査会社のアイリサーチによると、中国のペット産業規模は2022年で4,936億元（692億米ドル）に達し、前年より25.2%伸びた。また、2023年は5,928億元（831億米ドル）に、2025年は8,114億元（1138億ドル）に、2015年の8倍になると予測している。



データ出所：iimediaデータバンク

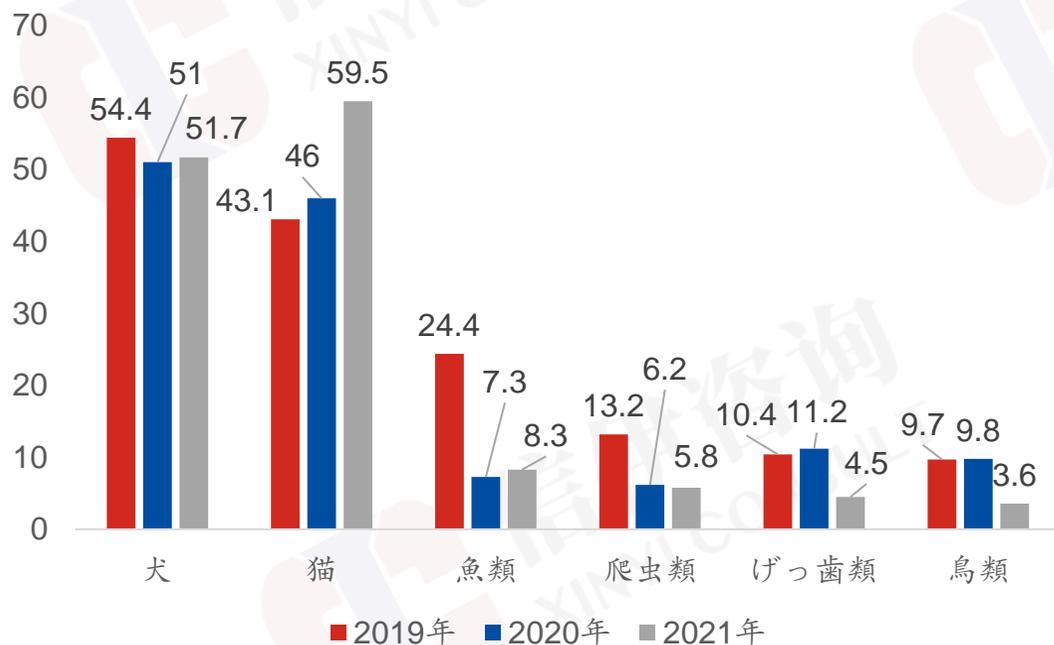


中国ペット産業の概況

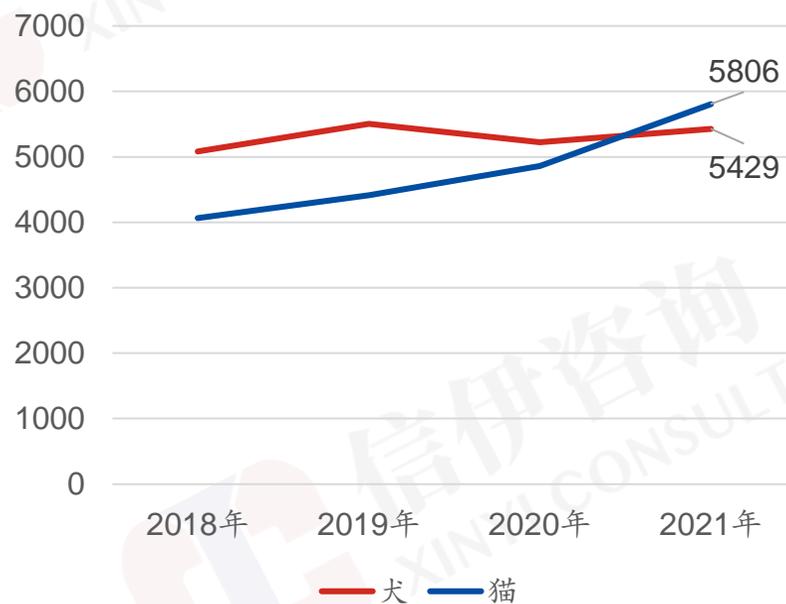
中国で人気のペット

種類からみると、中国のペットのほとんどは猫と犬。2021年度、ペット総数に占める犬の割合は51.7%、猫は59.5%、魚類、爬虫類、げっ歯類、鳥類はそれに続く。2021年にペットとして飼われている猫の数が、初めて犬の数を抜いた。市場調査会社インテリジェンス・リサーチ・グループによると、2021年の年末時点で猫の飼育数は5,800万匹、犬の飼育数は5,400万匹だった。また、猫の人気度は犬を上回り、数も犬より増えている。2021年度の猫の数は前年度より19.4%増に対し、犬の数はわずか4%しか増えなかった。

中国のペットの種類 (%)



犬と猫の飼育数の推移 (万匹)



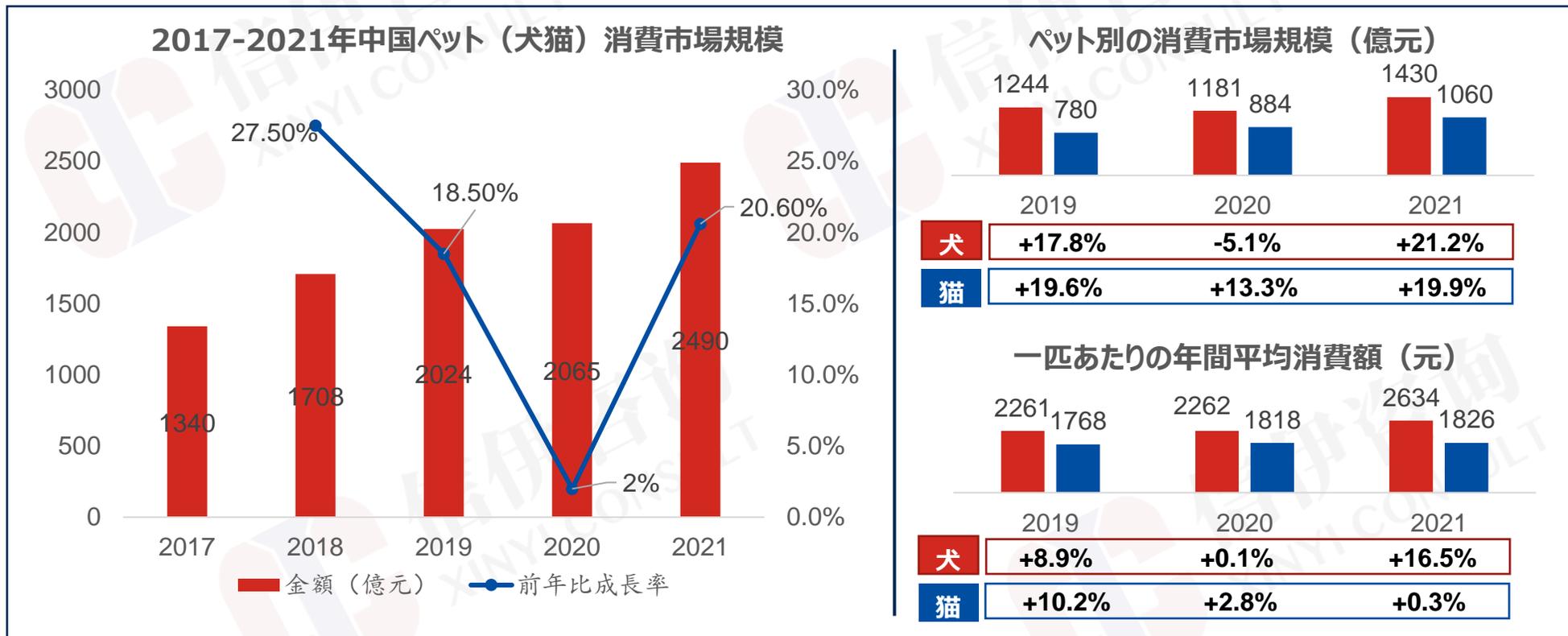
データ出所：2021年度中国ペット産業白書



中国ペット産業の概況

中国で人気のペット

2021年、犬と猫の消費市場は大幅に拡大してきた。その中で、猫の飼育数の増加は猫経済成長の主要な要因となり、消費市場も安定した成長を維持している。犬の数は猫よりも少ないが、犬の飼い主と猫の飼い主を比較すると、犬の飼い主がより多く出費していることが分かる。2021年に、犬1匹あたりの年間平均消費額が2,634元（369米ドル）に対し、猫の場合は1,826元（256米ドル）だった。



*1CNY=0.14USDで換算 データ出所：2021年度中国ペット産業白



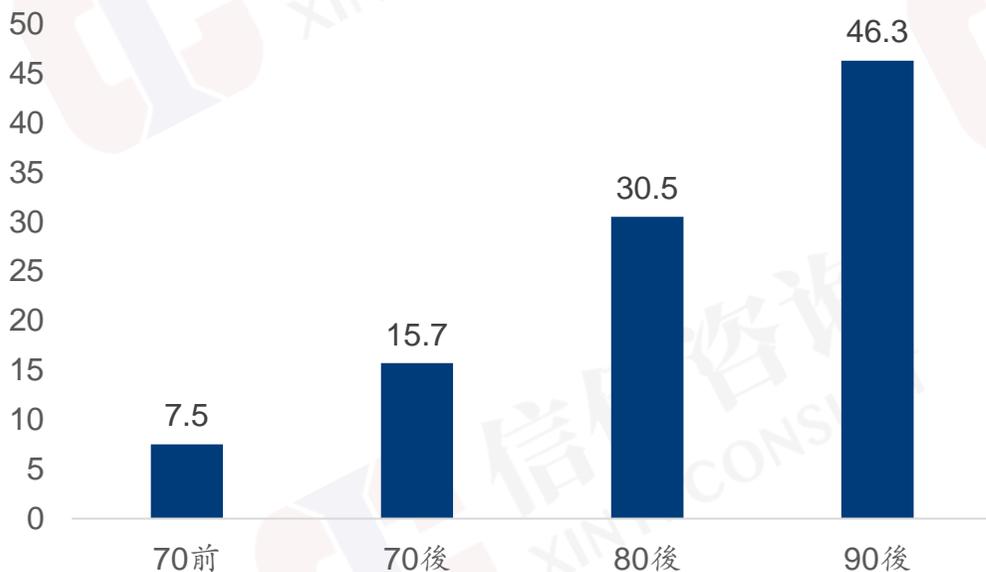
中国ペット産業の概況

飼い主基本概況

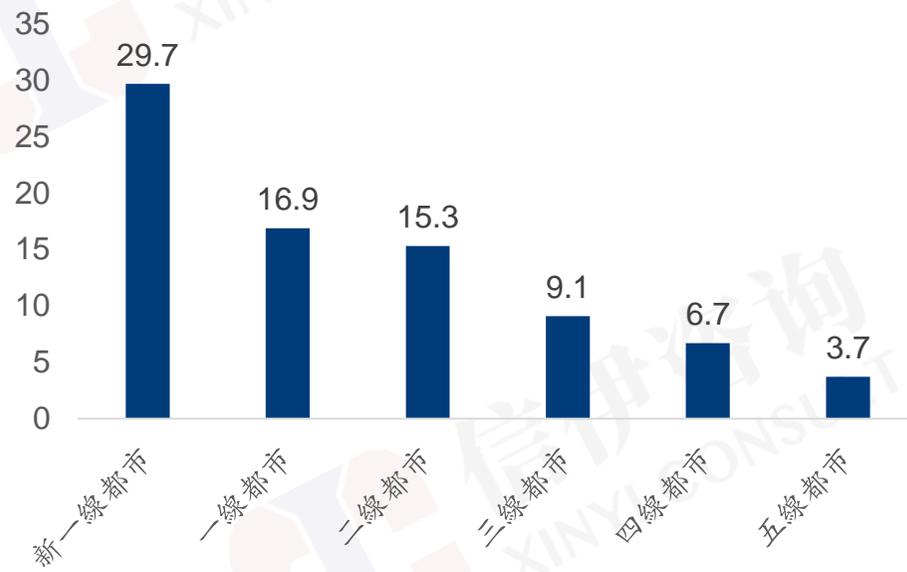
中国のペットブームを牽引しているのが、若者の存在である。飼い主人口の中で、90後（1990年～1999年生まれ）の人口が最も多く、飼い主全体の46%以上を占めている。この年代層は経済的な余裕があり、特に一人暮らしの割合が多く、ペットを飼う傾向が強い。

都市別に見ると、新しい1級都市の消費者の数が多く、今後、新しい1級都市を中心とするペット市場の成長が期待できる。

中国における年齢別では飼い主の割合（2021）



都市別では消費者の割合（2021）



データ出所：2021年度中国ペット産業白書

*付録：中国における都市階級の区分



中国ペット産業の概況

資金調達状況

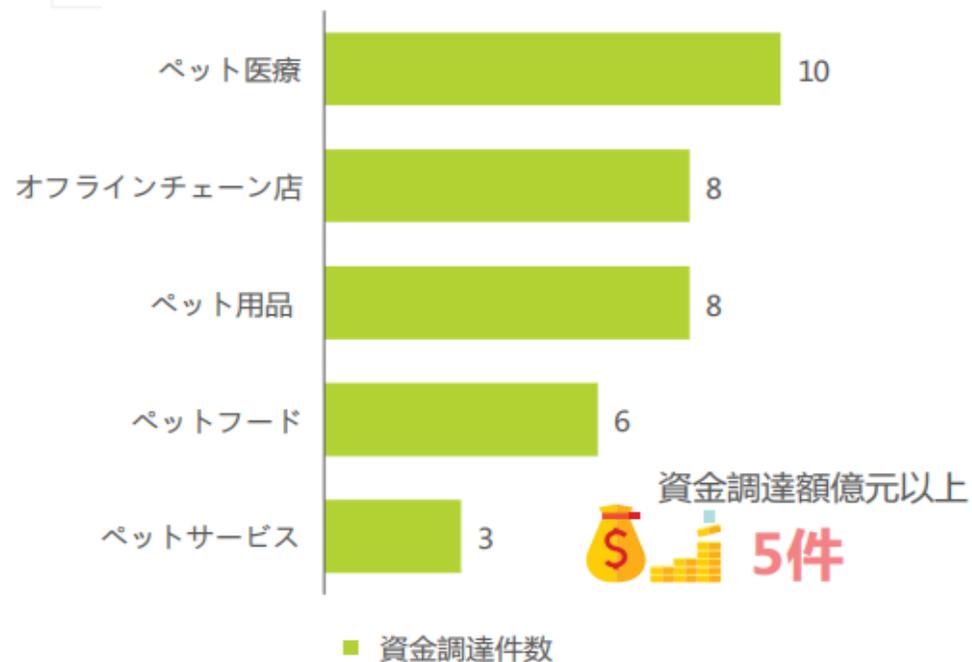
2022年、中国のペット業界の融資案件は合計35件。海外で行った融資案件は20件だった。近年、中国では、ペット市場への融資が活発になり、特にペットの健康に関わるサービス事業が今後大きく成長していくだろう。

2014-2021年中国ペット市場の資金調達状況



2022年ペット市場の分野別の資金調達状況

中国国内トップ3のペット病院がいずれも融資を受けた



データ出所：中国ペット健康消費白書 2023年2月iResearch Inc.により発表

2 中国ペット消費市場の概要

- バリューチェーン
- 中国国内のリーディングカンパニー
- ペット消費市場概況

中国ペット消費市場の概要

バリューチェーン

現在、中国のペット業界の産業チェーンが整っており、各分野を幅広くカバーし、ペットサービスも多元化で成長している。



資料参照：2023中国ペット業界今後の発展の見込みレポート 億欧智库により発表

中国ペット消費市場の概要

中国国内のリーディングカンパニー

分野	企業	事業内容	傘下ブランド
ペット 食品	中宠股份 CHINA PET FOODS	1998年に設立され、2017年8月に深圳証券取引所に上場。 乾燥製品の加工事業から始まり、ペット産業の中国企業を先駆けて、アメリカ、カナダ、ニュージーランドなど、海外で工場を建設している。 現在、海外市場ではOEM/ODMの受託製造、国内市場では自社ブランドを中心に事業を展開している。	  
	佩蒂股份	2002年10月に設立され、2017年7月11日に深圳証券取引所の創業板上場。 佩蒂股份は、中国で比較的早くペットフード業界を参入した中国企業。主力製品は歯の衛生・健康に配慮した商品であり、出荷量は世界トップクラス。 好适嘉HEALTHGUARD、爵宴MEATY WAY、SMART BALANCE、齿能CHEW NERGY、SMART BONESなどのブランドを持っている。	     
	乖宝宠物	2006年に設立され、2022年6月に深圳証券取引所の創業板上場申請中。 同社は主にペットフードの研究開発、製造、販売を行っており、主要製品はドッグフードやキャットフード、おやつ、健康補助品など。 設立当初、「乖宝宠物」の主力事業はペットフードの輸出代工サービスであり、多くのグローバルペットフード企業のOEM/ODMサプライヤーだった。	 

中国ペット消費市場の概要

中国国内のリーディングカンパニー

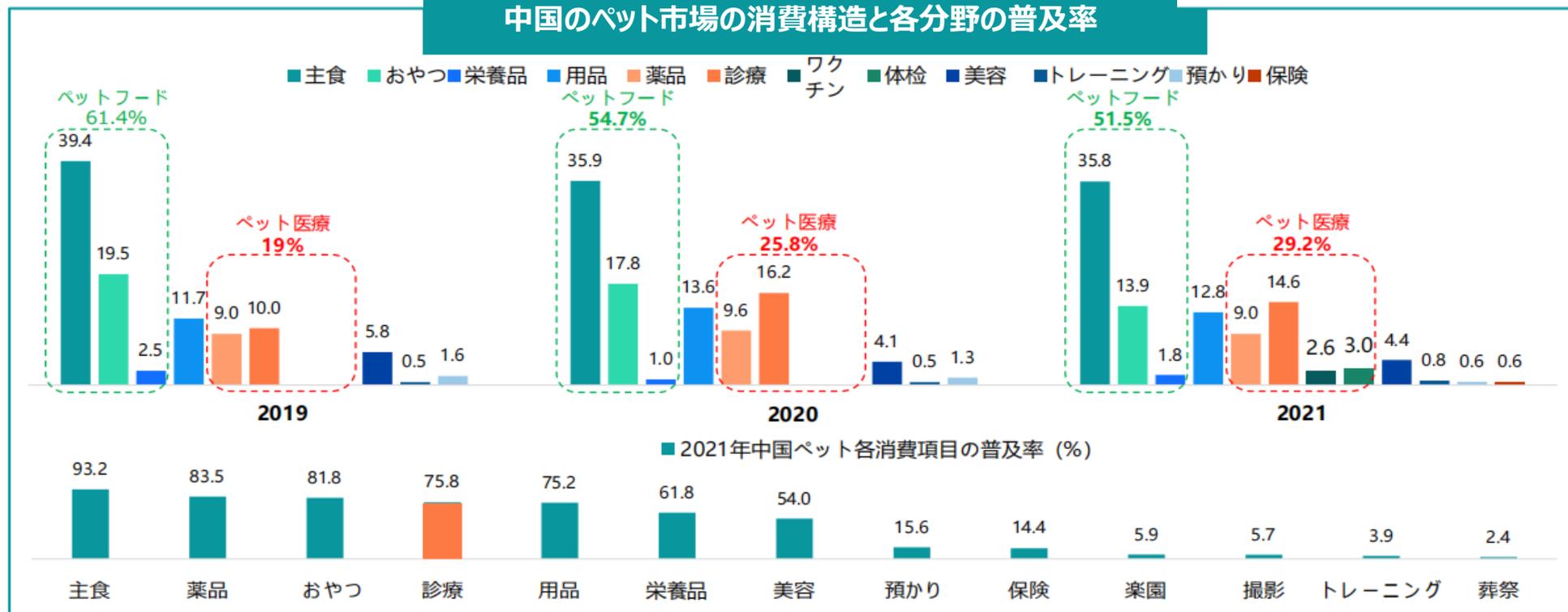
分野	企業	事業内容
ペット用品	天元宠物	2003年6月に設立され、2022年11月に深圳証券取引所に上場。 ペット用品のデザイン、研究開発、生産と販売。 ペットのトイレシート、猫用の登り台、ペット用おもちゃ、ペット用の服、電子スマートペット用品、ペットフードなど、数多くのペット商品を取り扱っている。アメリカ、オーストラリア、ドイツなど、世界数十カ国に商品を輸出している
	源飞宠物	2004年9月に設立され、2022年8月に深圳証券取引所の主板に上場。同社の主要事業はペット用品とペットのおやつの研究開発、製造、販売。 アメリカのペット用品小売大手であるPetco、PetSmart、Pets at Home、Walmart、Targetなどと良好なビジネス関係を構築している。
	依依股份	1990年5月に設立され、2021年5月に深圳証券取引所の主板に上場。 同社の主な事業は使い捨ての衛生商品や不織布の研究開発、製造、販売。使い捨ての衛生商品には、一般人用の衛生用品も含まれる。
ペット健康医療 (動物病院)	新瑞鹏	主な事業はペットの医療。中国各地で1000か所を超える動物病院、国際動物クリニックを展開している 傘下には美連衆合、puppytown、docpet、RUIPENG、ANAN、Ai-Pi動物病院など20社以上のブランドを持っている。
	瑞派	瑞派は2012年に設立され、本社は天津市経済技術開発区にある。 瑞派は大手のペット病院チェーン店の運営・管理を特化した企業。現在、瑞派は全国の27の省で約600のか所のペット病院を管理している。
	瑞辰	2021年5月に設立され、ペット医療サービスをコアとする大手の総合企業。ペット医療、実験室、ペット美容、ペット商品販売、ペット文化普及の取組など、ペット産業分野では幅広く展開している。

中国ペット消費市場の概要

ペット消費市場概況

ペットフードはペットの必需品として、ペット産業市場で最もシェアの大きいセグメント。2021年、中国のペットフードはペット市場に占めた割合は51.5%。また、ペットフードと同様に必需品とされるペット医療の分野も着実に成長しており、ワクチンや健康診断などのサービスも普及している。その中、ペットの診療サービスの普及率が4番目であり、医療分野で占めた市場シェア率は1番目。市場の潜在力が期待できる

中国のペット市場の消費構造と各分野の普及率



資料参照：2022年中国ペット消費市場研究レポート Mob研究院により発表



中国ペット消費市場の概要

ペットフード市場概況

- 中国ペット市場の全体で需要が一番高いのがペットフード。主に主食、おやつ、健康食品の3種類が挙げられる。その中、主食の割合は64%で、最も高い。(2021年のデータ)。
- 中国のペットフード市場が急成長している。近年、年間平均成長率は20%前後を維持している。多くのペット飼い主はペットを家族の一員として大切にしているため、質の良い、栄養の高いペットフードを選んでいる。そのため、ペットフードの安全性品質の良さも重要視とされている。
- 中国のペットフード市場は依然とし外資企業が多い。例えばMars Incorporated、Royal Canin、Pedigree、Nestle Purina Petfoodなどのようなグローバル企業が大きなシェアを持っている。2021年、ネスレは中国でペットフード加工事業を拡大する計画を発表した。グローバル企業の多くは早い段階で市場を参入したため、中国の消費者にとっては認知度の高いブランドとして愛用してきた。
- 中国のペットフード販売は海外ブランドを中心としているが、国内ブランドの競争も激しい。

MARS



ROYAL CANIN

*資料の出所不明(インターネット調査)



中国ペット消費市場の概要

ペット健康医療市場概況

- ペット医療は、ペット業界で資金調達と技術が最も難しい課題とされている。中にはペットの診療、ペット用医薬品、ペット用ワクチンも含まれている。
- **ペット診療の面において**、現在、私立ペット病院が主流であり、サービスの差が激しい。大手ペット医療のグループ会社が成長し、チェーン店の拡大によって、中国のペット病院はより専門化・集約化へと進化していく。

ペット用医薬品について、中国では独自の研究開発が遅れている。研究開発への投資規模が大きい、かつ時間もかかる。そのため、現在、国産の医薬品の種類は少なく、品質も低い。

ペット用ワクチンからみると、外資企業は市場の90%以上を占めている。国産ワクチンの効果が弱い、また消費者の認知度も低いため、競争に勝てず、当分輸入品に頼ざる得ない。

*資料の出所不明(インターネット調査)



中国ペット消費市場の概要

ペット用品市場概況

- ペット用品は食品を除いたその他の必需品と言われ、主には、衛生用品、掃除用品、服、おもちゃなど。特に、ペットの日用品と掃除用品を示す割合が大きく、合わせると約80%に近い。
- 現在、ペット用品2つのトレンド：**国産化、スマート化**
- 国産化：中国は高い技術力を持つ生産受託工場があり、C2Mといった新しい生産モデルによって、ビッグデータを活用したカスタマイズ生産が可能になった。
スマート化：技術向上とペット飼い犬の所得増加によって、スマート商品の数も増えている。とりわけ、スマート化した猫用トイレや自動給餌器、ペット用飲料水機なども急増している。また、ペット用スマートウェアラブルデバイスやペット環境モニタリングデバイスも人気を集めている。

*資料の出所不明(インターネット調査)



中国ペット消費市場の概要

ペットサービス市場概況

- 中国のペットサービス業の発展が遅れている。今は、ペット関連商品の販売やトリミングなどのサービスを提供できる総合店舗が増えている。葬儀、写真撮影、お預かりサービスなど新しい分野も生まれ、ペットサービス市場の細分化はさらに進み、産業発展の一助になった。
- 全体から見ると、ペットサービス市場を参入するにはそれほど難しいことではない。例えば、ペットショップの多くは独立しており、チェーン店が少ない。スタッフは専門知識の学習が足りず、サービスを高める必要がある。サービス内容は従来のシャンプーやカットが中心で、写真撮影やイベントといった飼い主にとって精神的なニーズを満たすサービスが足りない。しかし、今後、この分野の市場拡大が期待できる。

*資料の出所不明(インターネット調査)

3 ペット産業の今後の発展の見込み

- ペット用品がスマート化に進む
- 国産ペットフードメーカーは益々主力になる
- 全チャンネルをカバーするチェーン店がトレンドになる



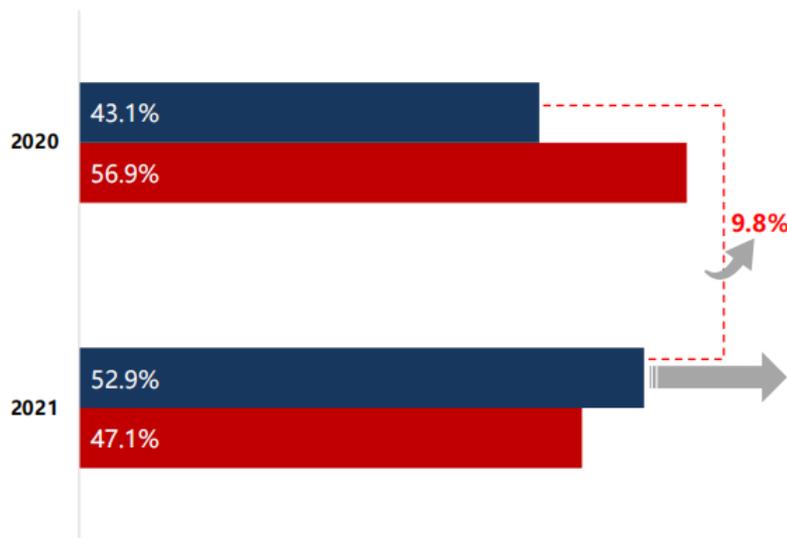
ペット産業の今後の発展の見込み

ペット用品のスマート化

ペット用品のスマート化は自動トイレ、自動給餌器、自動給水器、スマートカメラなど様々である。これまでの商品をスマート化しただけでなく、ペットの健康状態や食事の様子をリアルタイムでモニタリングできるアプリと一緒に使うこともできる。スマホのシャオミ（小米）や家電メーカー美的（Midea）といった有名ブランドも参入し始めている。2019年9月、ペット用のスマート機器メーカー「猫猫狗狗（KITTEN & PUPPY）」に出資したシャオミは、自社の家電ブランド「米家（MIJIA）」でスマート給水器とスマート給餌器の量産化を実現した。とは言え、スマート機器はまだ普及していないため、価格の高騰が課題となっている。

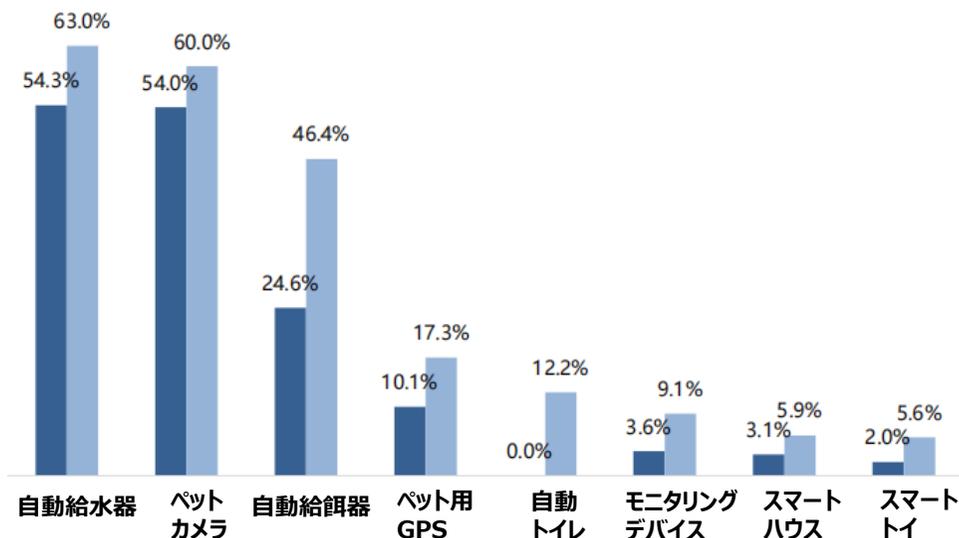
ペットスマート用品の普及率

■購入 ■未購入



人気のスマート用品類型

■2020 ■2021



資料参照：2022年中国ペット消費市場研究レポート Mob研究院により発表

ペット産業の今後の発展の見込み

国産ペットフードメーカーは今後の主力

中国国内のペットフードメーカーは商品のポジショニングと品質向上に力を入れ、将来は大きな潜在力が見込まれている。正確な市場参入によってターゲットとなる客層を絞る。商品のブランディング及び長期的なマーケティング戦略において差別化を図り、ブルーオーシャン市場で事業を展開していく。

Myfoodie

主要商品: 犬・猫の主食、おやつ、缶詰、猫用のウェットフード、歯磨きグッズ、サプリメント、猫砂など。カスタム製品もある

ターゲット市場: 若い世代

企業戦略: グローバル研究開発センターを設立し、オンラインとオフラインの全チャネルで事業をカバーすることを目指す。商品調達のグローバル化+スマート製造を実現し、効率的なサプライチェーンを構築

Purenatural

主要商品: 犬・猫向けの高級天然フード。ペットの種類に応じた高級商品の開発。

ターゲット市場: 1級と2級都市にいる消費能力のあるペット飼い主

ブランド戦略: 高級品を消費できる客層をターゲットに、よりヘルシーで価格の高い天然食品のみを製造している（4Dミートや副産物は使用しない）。商品の差別化によって、高級品を求める飼い主にとって商品の選択肢も増える

Wanpy

主要商品: 犬・猫のドライフード、ウェットフード、おやつ

ターゲット市場: 若い消費者

チャネル/ブランド戦略: 商品開発から生産、ブランディング、販路の構築まで独自のサプライチェーンを持っている。若者中心のプラットフォームで、若者を代表するアーティストとのコラボを通じて、若者の好感度や認知度を向上させることを目指す

サプライチェーンの強化、コアコンピタンスの確立

国内ブランド

GAMBOL®

依蕴
ENOVA

中宠股份
CHONGPET FOODS

Myfoodie
麦富迪
有猫有狗 就有麦富迪

伯纳天纯®
Pure Natural

Wanpy®

品牌运营

産業チェーン

研究開発

原材料生産

加工

SALE

販売ルート

オンライン

オフライン

主要商品

主食

歯磨きグッズ

健康医療

クリーニング商品

栄養品

保健商品

おやつ

*「4Dミート」とは、「DEAD（屠札以外で死んだ動物の肉）」「DISEASED（病気の動物の肉）」「DYNING（死にかけの動物の肉）」「DISABLED（障害がある動物の肉）」という意味を表す言葉

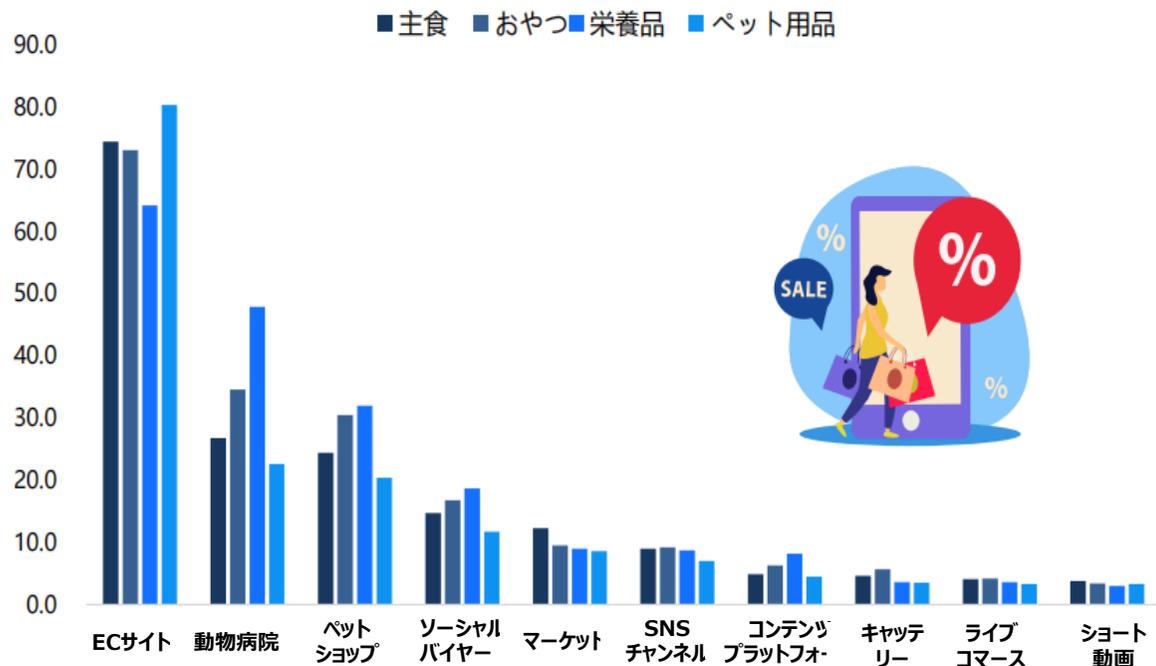


ペット産業の今後の発展の見込み

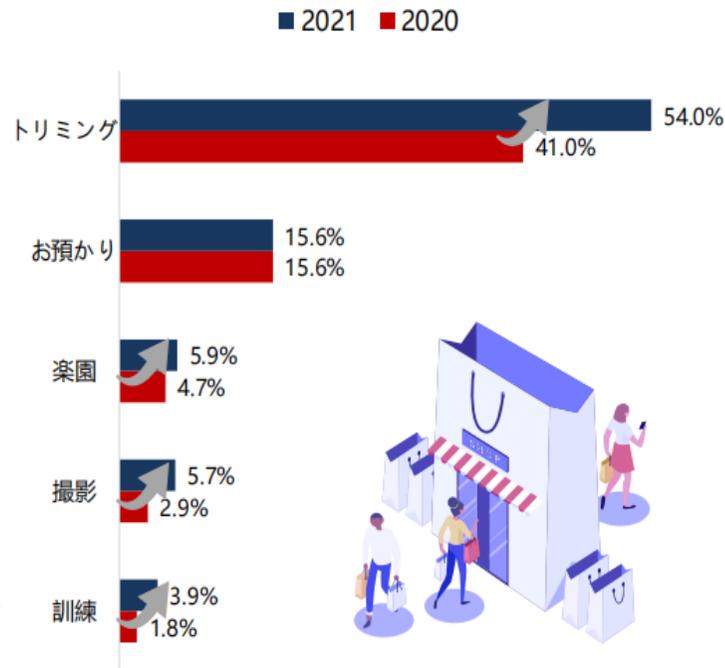
今後のトレンド：産業全体をカバーできるチェーン店

ペットの飼い主はネットショップで買い物する傾向がある一方、ペットサービスはオフラインのほうが増えている。ペットの飼い主の増加や消費慣習の変化に伴い、ワンストップのサービスを提供するペットモールが今後の主流になる。

2021年飼い主の購入ルートの傾向（％）



2020-2021年オフラインペットサービスの普及率



資料参照：2022年中国ペット消費市場研究レポート Mob研究院により発表

中国の都市レベルの区分	
一線都市	北京市、上海市、広州市、深セン市
新一線都市	成都市、重慶市、杭州市、武漢市、西安市、天津市、蘇州市、南京市、鄭州市、長沙市、東莞市、瀋陽市、青島市、合肥市、佛山市
二線都市	昆明市、大連市、無錫市、寧波市、廈門市、福州市、ハルビン市、済南市、温州市、長春市、石家庄市、常州市、泉州市、南寧市、貴陽市、南昌市、南通市、金華市、徐州市、太原市、嘉興市、煙台市、惠州市、保定市、台州市、中山市、紹興市、ウルムチ市、濰坊市、蘭州市
三線都市	唐山市、廊坊市、邯鄲市、秦皇島市、滄州市、邢台市、呼和浩特市、包頭市、洛陽市、南陽市、商丘市、新郷市、許昌市、信陽市、駐馬店市、宜昌市、荊州市、襄陽市、黄冈市、株洲市、衡陽市、岳陽市、常德市、湘潭市、蕪湖市、蚌埠市、滁州市、阜陽市、銅陵市、漳州市、莆田市、寧徳市、鎮江市、塩城市、揚州市、泰州市、淮安市、連雲港市、宿遷市、贛州市、九江市、上饒市、宜春市、威海市、臨沂市、済寧市、淄博市、荷澤市、潮州市、珠海市、江門市、汕頭市、湛江市、肇慶市、揭陽市、潮州市、桂林市、柳州市、海口市、三亞市、大慶市、吉林市、鞍山市、銀川市、西寧市、咸陽市、遵義市、綿陽市、徳陽市、曲靖市
四線都市	以上に表列されていない都市

特别说明

1. 本文件撰写时将贵司提供的资料或信息作为依据之一，贵司应保证该等资料或信息的真实性、完整性，本公司已尽力严谨处理此参考信息和资料，但本公司对其准确性、完整性不作保证，本公司不对因信息的不合理、不准确或遗漏导致的任何损失或损害承担责任。
2. 本文件仅依据其提交之日前的资料或信息编制，若有关资料或信息发生变动，导致项目需予以变更、无法执行或执行成本较高的，本司不承担责任，在此情况下，文件接收人应当及时告知我司，协商处理或依据双方订立的服务协议约定方式处理。
3. 本资料知识产权为本公司所有，本公司向资料接受者展示（交付）不表明向其转让或授权本资料的知识产权。资料接受者如需向第三人展示或提供仍需获得本公司之授权。
4. 本资料中涉及的企业商号、标识、项目照片、人物照片等均专属权利，未经权利人许可的使用行为为侵权行为。
5. 本资料内容的最终解释权归属于北京信伊产业投资咨询服务有限公司。



THANK YOU!

 **北京信伊产业投资咨询服务有限公司**
Beijing Xin Yi Industry Investment Consulting Service Co., Ltd.