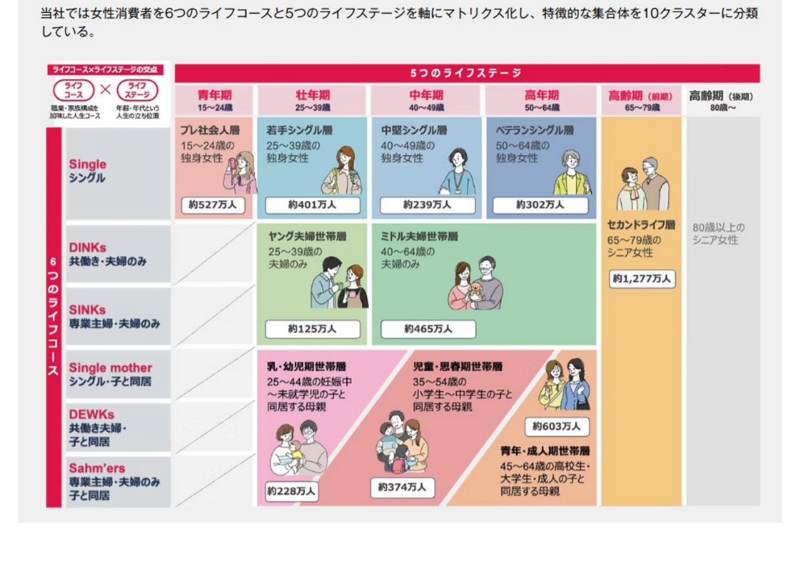
今月の女性インサイト調査（アンケート）

アニマル関連消費の実態調査2026
～今後したいこと「動物と触れ合いたい」が1位～

ペットを飼わなくても、動物は私たちの日常に深く入り込んでいる。スマートフォンで猫の動画を見て癒やされ、ハンカチや雑貨には好きな動物のモチーフを選び、休日にはアニマルカフェへ足を運ぶ――そんな「アニマル関連消費」は、いまや特定の愛好家だけのものではなくなっている。
本調査では、15歳以上の男女599人を対象に、グッズ購入・体験利用・支出・嗜好の4軸からアニマル関連消費の実態を読み解く。

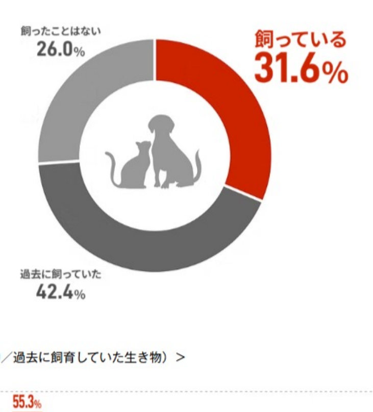
※n数が30未満の項目については、参考値としてご覧ください

当社では女性消費者を6つのライフコースと5つのライフステージを軸にマトリクス化し、特徴的な集合体を10クラスターに分類している。

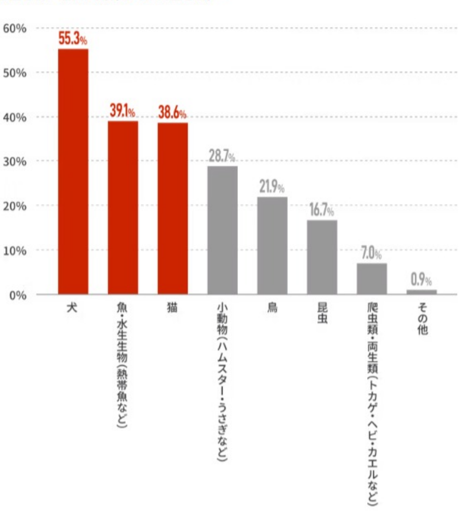

ライフコース×ライフステージの交点
ライフコース × ライフステージ
職業・家族構成を加味した人生コース
年齢・年代という人生の立ち位置
5つのライフステージ
青年期 15～24歳
壮年期 25～39歳
中年期 40～49歳
高年期 50～64歳
高齢期（前期）65～79歳
高齢期（後期）80歳～
6つのライフコース
Single シングル
DINKs 共働き・夫婦のみ
SINKs 専業主婦・夫婦のみ
Single mother シングル・子と同居
DEWKs 共働き夫婦・子と同居
Sahm'ers 専業主婦・夫婦のみ 子と同居
プレ社会人層 15～24歳の独身女性 約527万人
若手シングル層 25～39歳の独身女性 約401万人
中堅シングル層 40～49歳の独身女性 約239万人
ベテランシングル層 50～64歳の独身女性 約302万人
セカンドライフ層 65～79歳のシニア女性 約1,277万人
80歳以上のシニア女性
ヤング夫婦世帯層 25～39歳の夫婦のみ 約125万人
ミドル夫婦世帯層 40～64歳の夫婦のみ 約465万人
乳・幼児期世帯層 25～44歳の妊娠中～未就学児の子と同居する母親 約228万人
児童・思春期世帯層 35～54歳の小学生～中学生の子と同居する母親 約374万人
約603万人
青年・成人期世帯層 45～64歳の高校生・大学生・成人の子と同居する母親

■調査概要期間：2026年4月16日～2026年4月24日
対象： 15歳以上の男女599人（男性：78人、女性：521人）
「アニマルグッズ・体験に関するアンケート」
方法： インターネット調査 株式会社ハー・ストーリィ https://herstory.co.jp

＜ペット飼育状況＞



＜種類別（現在飼育している生き物／過去に飼育していた生き物）＞



■目次

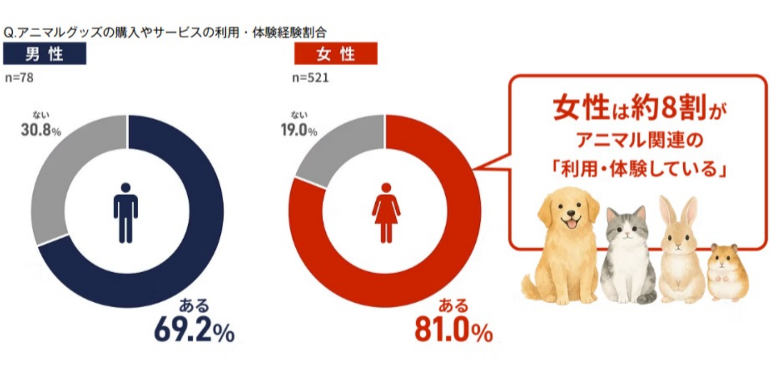
1.アニマルグッズやサービスの利用・体験経験割合
2.アニマル関連で利用・体験している内容
～『アニマル体験』について～
3.アニマル体験にかかる1回あたりの支出金額
4.好きなアニマルモチーフ

～『アニマルグッズ』について～
5.購入しているアニマルグッズカテゴリ
6.『アニマルグッズ』に関する月間支出金額
7.アニマルグッズ購入理由（FA一部抜粋）
8.今後のアニマル関連消費意欲

1.アニマルグッズやサービスの利用・体験経験割合

女性は約8割がアニマル関連の「利用・体験をしている」

Q.アニマルグッズの購入やサービスの利用・体験経験割合

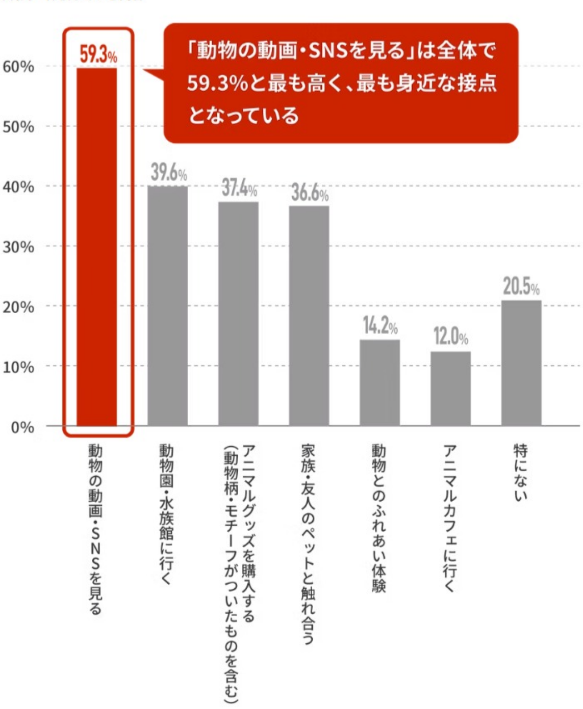


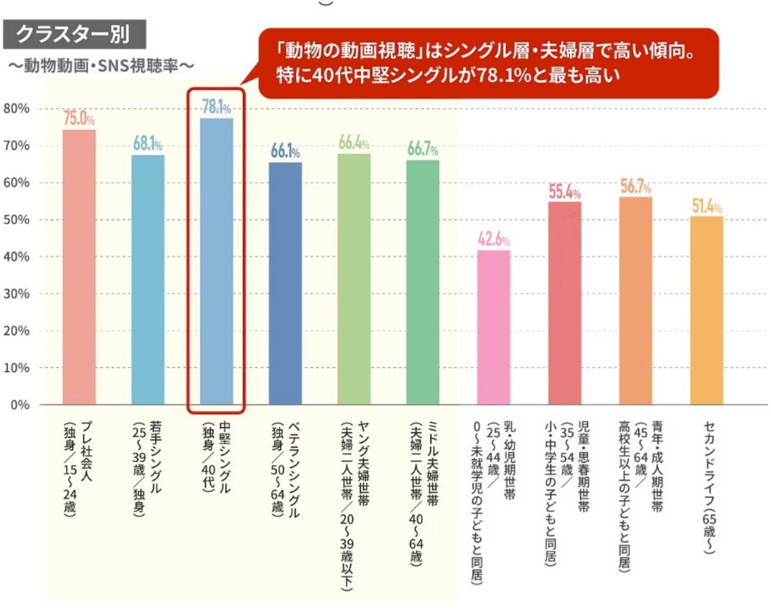
◆ 傾向
・女性は約8割がアニマルグッズ購入やサービスを利用・体験しており、男性より約1割高い。

2.アニマル関連で利用・体験している内容

アニマル関連の接点は「動画・SNS（59.3%）」が最も高く、特にシングル層・夫婦層で利用が高い

Q.アニマル関連で利用・体験している内容





◆ 傾向
・「動物の動画・SNSを見る」は女性全体で59.3%で最も高く、最も身近な接点となっている。
特にシングル層、夫婦層では動画視聴が特に高く、中堅シングルでは78.1%と最も高い。

実際の声

30代前半
若手シングル

動物が本当に癒やしで、無料の触れ合い動物園に行って、寝ているハムスターを閉園までひたすら抱っこしていました。

30代後半
児童・思春期世帯

私は動物園派なのですが、子どもは水族館が好きなので水族館に行くことが多いです。
インスタで動物の関連動画が上がってくると、つい見てしまいます。

～『アニマル体験』について～
3.アニマル体験にかかる1回あたりの支出金額

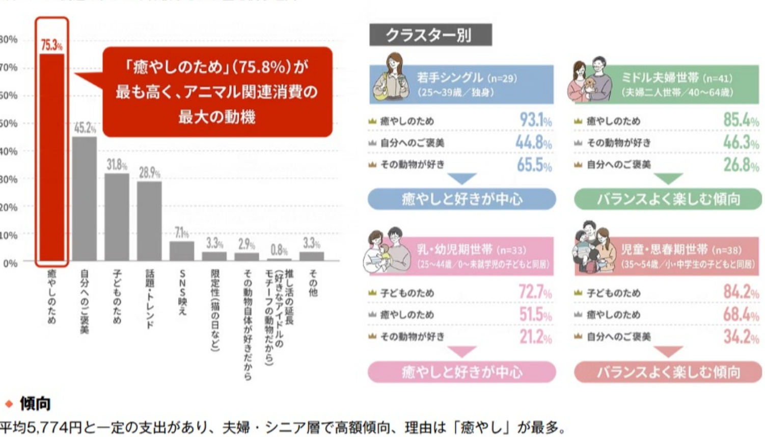
体験支出は約5,800円。夫婦・シニア層で高額傾向

Q.アニマル体験・利用にかかる1回あたりの支出金額

1回あたり平均
5,774円

「夫婦世帯」「シニア層」では「5万円以上」の層も一部おり、平均支出が高い傾向

Q.アニマル関連のグッズや体験などにお金を使う理由



◆ 傾向
平均5,774円と一定の支出があり、夫婦・シニア層で高額傾向、理由は「癒やし」が最多。

4.好きなアニマルモチーフ

犬猫を中心に幅広く「好き」。「特に好きな動物はない」は1割にとどまる

Q.つい選んでしまう・好きなアニマルモチーフ・柄

女性
n=521

1位 猫 (46.4%)
2位 犬 (44.5%)
3位 シマエナガ (23.4%)
4位 うさぎ (22.6%)
5位 パンダ (17.9%)
6位 クマ (16.1%)
7位 ペンギン (14.6%)
8位 イルカ (10.0%)
9位 ハリネズミ、ヒヨコ (7.7%)
9位 カワウソ (7.3%)
⋮
特にない (10.9%)

「特にない」は10.9%にとどまり、9割の人は何らかの動物モチーフに関心あり

世帯別傾向

猫系

シングル層（独身） セカンドライフ（65歳～）

シングル層では猫の比率が全体と比べ約+10ptほど高い傾向。

アニマルカフェ系

夫婦世帯

39歳以下のヤング夫婦では「ハリネズミ」「ブタ」などアニマルカフェ関連の動物も好まれる傾向。

水族館・動物園系

子育て世帯

乳・幼児期では子ども用品のモチーフにされやすい「クマ」をはじめ、「カワウソ」「ペンギン」「イルカ」など水族館の人気者も高い傾向。

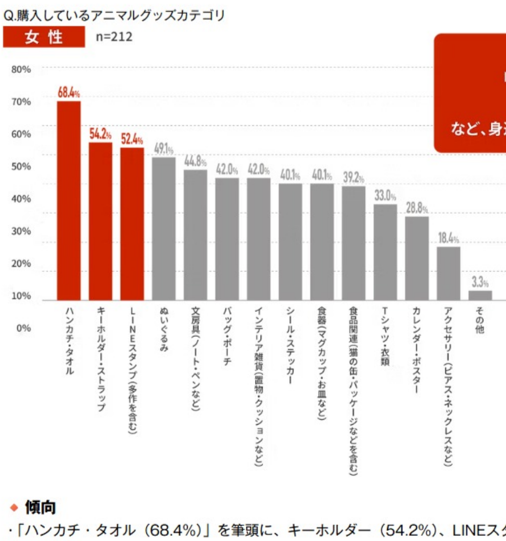
◆ 傾向
・上位は犬・猫を中心に、小動物（シマエナガ23.4%、うさぎ22.6%）が続く。
「特にない」は10.9%にとどまり、約9割が何らかの動物モチーフに関心がある。

～『アニマルグッズ』について～
5.購入しているアニマルグッズカテゴリ

「ハンカチ・タオル（68.4%）」を中心に、日常的に使えるグッズが上位

Q.購入しているアニマルグッズカテゴリ

女性 n=212



「ハンカチ・タオル」「キーホルダー・ストラップ」「LINEスタンプ」など、身近で手軽に楽しめるアイテムが上位

ありがとう
了解です
おはよう
おやすみ
よろしく
OK
おつかれさま
うれしい

◆ 傾向
・「ハンカチ・タオル（68.4%）」を筆頭に、キーホルダー（54.2%）、LINEスタンプ（52.4%）など、身近に使えるグッズが上位。

＜クラスター傾向＞
（全体平均との差（%）が大きい項目を掲載。+は全体より高く、ーは低い項目）

プレ社会人（独身／15～24歳） [n=6]	・食品関連：66.7%（+29.2） ・キーホルダー・ストラップ：83.3%（+28.9） ・バッグ・ポーチ：66.7%（+26.0） ・文房具：66.7%（+23.4） ・カレンダー・ポスター：50.0%（+21.0）
中堅シングル（独身／40代） [n=13]	・食品関連：61.5%（+24.0） ・バッグ・ポーチ：53.8%（+13.2） ・ぬいぐるみ：23.1%（ー26.0） ・文房具：23.1%（ー20.2）
ヤング夫婦世帯 （夫婦二人世帯／25～39歳以下） [n=6]	・食器：83.3%（+44.5） ・インテリア雑貨：50.0%（+9.4） ・文房具：16.7%（ー26.6）
児童・思春期世帯（35～54歳／小・中学生の子どもと同居） [n=21]	・シール・ステッカー：71.4%（+33.0） ・文房具：71.4%（+28.1） ・ハンカチ・タオル：85.7%（+19.6） ・ぬいぐるみ：61.9%（+12.8） ・カレンダー：9.5%（ー19.5）
セカンドライフ（65歳～） [n=11]	・カレンダー・ポスター：54.5%（+25.5） ・LINEスタンプ：72.7%（+21.8） ・文房具：63.6%（+20.3） ・インテリア雑貨：54.5%（+13.9） ・ぬいぐるみ：36.4%（ー12.7）

6.『アニマルグッズ』に関する月間支出金額

猫飼育者が最も高く、若年層・夫婦世帯で支出が高い

女性全体平均
n=521
2,087円

現在ペットを飼っている人の平均
[n=101]
2,851円

いままでペットを飼ったことのない人の平均
[n=34]
2,294円

ペット『未飼育』であっても、アニマルグッズを平均より購入している

飼育動物別

現在
犬を飼っている人 **2,369円**

+839円

現在
猫を買っている人 **3,208円**

「現在、猫を飼っている」人の方がアニマルグッズに使う金額が高い

＜クラスター別 ランキング＞

1位	ヤング夫婦世帯：2,917円
2位	プレ社会人：2,833円
3位	ミドル夫婦世帯：2,769円
4位	若手シングル：2,734円
5位	ベテランシングル：2,207円

◆ 傾向
・使用金額が最も高いのは、猫飼育者（3,208円）で、他層より大きく上回る。
・上位は「若年層・夫婦層」が中心で、比較的若い層で支出が高い傾向。

実際の声

30代前半
若手シングル

コンビニのプリントコンテンツ（ネットプリント）で好きなハムスターのキャラクターのポストカードをプリントしています。
プリントしたものを部屋に飾ったり、友達の誕生にメッセージカードとして贈ったりしています。

50代前半
ベテランシングル

犬を飼っているので、犬関連のイベントに行ったりします。
イベントに行くと犬の洋服など2万円くらい使ってしまうことも…

7.アニマルグッズ購入理由（FA一部抜粋）

■その動物自体が「推し」
・最初に動物園でホッキョクグマの本物を見て可愛いと思い好きになった。グッズを見かけると買ってしまう。
また、パンダ好きの友人のためにパンダグッズも買っている。（若手シングル（独身）/20代後半）

■飼っているペットに似ている
・愛犬と同じ犬種だと意図せず欲しくなるから笑買いすぎないように我慢しています。（ヤング夫婦世帯（夫婦二人世帯）/30代後半）
・トイプードルを飼っているのですが、かわいくてスタンプやグッズもトイプードルを選んでしまいます（児童・思春期世帯（小・中学生の子どもと同居）/30代後半）

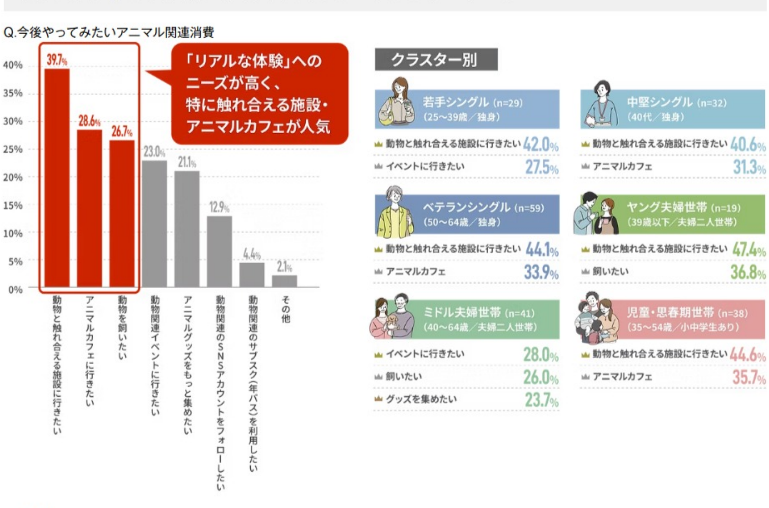
■推し（アイドル・キャラ）に紐づく動物
・元々ハリネズミが好きで、最近推し始めたアイドルのイメージアニマルもハリネズミなので、見かけるとつい買ってしまう。（若手シングル（独身）/20代後半）
・推しのアイドルのモチーフになっている動物だから。（児童・思春期世帯（小・中学生の子どもと同居）/40代前半）

■子ども関連
・子供が動物系のぬいぐるみが好きで。出かけ先で見かけると買わされる…（乳・幼児期世帯（0～未就学児の子どもと同居）/30代後半）

8.今後のアニマル関連消費意欲

動物と触れ合える体験が最も高く、関心の中心となっている

Q.今後やってみたいアニマル関連消費



◆ 傾向
動物と触れ合える体験（37.7%）が最も高く、アニマルカフェ（27.0%）など体験型への関心が上位を占める。

実際の声

30代前半
若手シングル

お別れが悲しいので動物を飼うよりは、触れ合いのできるところに行きたいです。
アニマルカフェのSNSをフォローはしているのですが、まだ行けていないので行きたいです。

【今月の調査】オンラインインタビュー
「癒やし」から「家族の体験」まで。
三者三様のアニマルライフと消費スタイル

■本記事は「HERSTORY REVIEW／2026年6月号」掲載です

INDEX
■TOPページ
・今月の見どころ

■女性インサイト調査（アンケート）
＜アンケート＞
アニマル関連消費の実態調査2026
～今後したいこと「動物と触れ合いたい」が1位～

＜オンラインインタビュー＞
「癒やし」から「家族の体験」まで。
三者三様のアニマルライフと消費スタイル

■企業事例
株式会社フェリシモ『YOU+MORE!（ユーモア）』

■今月のトレンド
【2026年6月号】女性10クラスターのトレンド HER TREND

2026年6月号TOPに戻る
会員ページTOPに戻る

女性インサイト総研
HERSTORY
個人情報保護方針

運営会社
会社名：株式会社ハー・ストーリィ　Herstory Co.,Ltd.
所在地：〒154-0024
東京都世田谷区三軒茶屋1-37-8 ワコーレ三軒茶屋64ビル 3F
電話番号：03-6805-3743