



●目的

野生動物のペット利用の需要を削減する

●ターゲット

野生動物をペットとして飼いたいと思っている消費者

●ターゲットに促す行動

野生動物をペットとして飼わない

●実施背景

日本は欧米に並ぶ野生動物の輸入大国とされており、2021年のペット利用される野生動物の輸入頭数※は、推定40万頭にもなります。

野生動物のペット利用は、以下「5つのリスク」があることから、WWFジャパンでは、ペット利用によって絶滅の危機に晒される野生動物をゼロにすることを目指し活動しています。

1. 野生動物を絶滅に追い込むリスク
2. 密猟・密輸を増加させるリスク
3. 動物由来感染症に感染するリスク
4. 動物福祉を維持できないリスク
5. 外来生物を発生・拡散させるリスク

※厚生労働省の輸入動物統計から家畜化された動物（フェレット、ハムスター、ラット、マウス、モルモット、ハト）を除く哺乳類、鳥類、及び財務省貿易統計から爬虫類、両生類の輸入量を概算。



実施概要

STEP 1
SAVE

AUDIENCES

事前調査

ターゲット層の特定とそのインサイトを探るため、定性および定量調査を実施。

STEP 2
NATURE

NORMAL

コミュニケーション施策

- ① 行動変容コミュニケーション：6種類の動物について、動物園の飼育員さんが、野生の生態や習性、それに伴うペットとしての飼育の難しさを解説し、さらにリスクを伝える動画
- ② 「#ペットにしても幸せにできない動物は飼わない」という声をTwitter上で広げ可視化することで社会規範の形成をめざした。

STEP 3
PLEASE

EVALUATE

評価・改善

定性調査で改善ポイントを洗い出し、コミュニケーション施策をアップデート。

インパクト

2026年に定量調査を実施し、飼育意向の増減等を計測予定

●関連リンク

キャンペーンサイト

▶ <https://www.wwf.or.jp/campaign/uranokao/>

事前調査

▶ https://wwf.panda.org/wwf_news/?4588966/A-new-study-unveils-consumer-motivations-for-exotic-pets-in-japan

