

報道関係者各位

 日本ヒルズ・コルゲート株式会社
 2026年2月吉日

～ヒルズ：ペットの健康のために最先端の栄養科学を届けて50年目～

昭和・平成・令和で見る“ペットと人の関係史” 平均寿命14歳超^(※1)。

～ペットの「生涯の半分がシニア期」の時代へ～

米国の獣医師がNo.1^(※2)に推奨するペットフードブランド「ヒルズ」を展開する日本ヒルズ・コルゲート株式会社(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：アルノー・ブレル、以下ヒルズ)は、ヒルズ所属獣医師の知見を踏まえ、ペット(犬・猫)における昭和・平成・令和での変化を、「寿命」「フード」「名前」に着目して整理しました。その結果、平均寿命の延伸や、かつては「エサ」と呼ばれていた食事が健康管理の一部として役割が変化したこと、さらに名前の傾向に家族観の変化が表れていることが判明しました。

超高齢化や核家族化が進み、人と人との繋がりが希薄になる日本社会において、ペットは今や「精神的な支柱」となり、失うことへの不安(ペットロス)も増大しています。本リリースでは、こうした背景を踏まえ、大切な家族と1日でも長く健やかに過ごすために、人間同様の「早期の健康ケア」を取り入れるべきという、新たな健康基準についても提言します。



「人生100年時代」ならぬ「犬猫20歳時代」へ

犬・猫の平均寿命は昭和から令和にかけて大きく伸び、ペットも人間同様、長い老後をどう健康に過ごすかが問われる時代になっています。一部研究で昭和期の犬・猫の平均寿命は3～4歳^(※3)と推計されていたのに対し、令和(2023年度)は犬14.1歳・猫14.5歳^(※1)と報告されており、昭和期と比べて約10歳程度の延伸が見

られます。背景として、獣医師数の増加など医療体制の整備により治療・予防の選択肢が広がったことや、幼齢期の死亡リスクが低下したことが挙げられます。獣医師数（届出者総数）は、昭和末期（1986年）約26,000人^(*4) だったのに対し、令和（2024年）は約40,000人^(*5) と増加しており、医療・栄養の専門化が進んできたことがうかがえます。

こうした獣医療・栄養の専門化は企業側にも広がっており、その一例としてヒルズには、臨床経験と栄養学の知見を持つ獣医師、認定栄養士、食品科学者が、全世界で220名以上在籍しています。

【昭和】犬・猫は「短命が当たり前」だった時代

昭和期は屋外飼育が一般的で、予防医療も十分に普及していませんでした。そのため、病気やケガによる死亡リスクも相対的に高く、長期的な健康維持が難しい環境にありました。また、ワクチン接種や寄生虫予防が現在ほど一般的ではなく、幼齢期の死亡リスクが高かったことも背景にあります。

一部研究では、当時の犬・猫の平均寿命は3~4歳^(*3) と推計されており、人間年齢に換算すると30代に相当します。

【平成】長寿化が進んだ転換期

平成期に入ると、室内飼育の普及やペットフードの改良に加え、獣医師数の増加や動物病院の整備などにより医療提供体制が拡充し、フィラリア症対策をはじめとするワクチン接種や定期健診といった予防医療が広がりしました。これにより、犬・猫の寿命は大きく延びました。2008年頃の調査では、犬の平均寿命は13.2歳、猫の平均寿命は13.9歳^(*1) に達しており、人間年齢では70代にあたります。

この頃から、ペットは「飼う存在」から「家族の一員」として位置づけられるようになり、シニア期のケアを前提にした暮らし方が徐々に広がっていきました。

【令和】平均寿命14歳超、ペットの“生涯の半分がシニア期”に

令和に入り、犬・猫の長寿化はさらに進んでいます。2023年度の調査では、犬の平均寿命は14.1歳、猫は14.5歳^(*1) と報告されており、平成期（2008年頃）^(*1) と比較するとおおむね1歳程度延びています。

背景には、予防医療や定期健診の定着に加え、シニア期を前提とした食事・体重管理、療法食の普及などにより、慢性疾患と付き合いながら長く暮らすためのケアが一般化してきたことが挙げられます。その一方で、長寿化に伴い、がんや腎臓病などシニア期に多い健康課題もより身近になっています。

昭和から令和にかけての寿命延伸の傾向を踏まえると、「人生100年時代」ならぬ「犬猫20歳時代」が視野に入りつつあります。一般的にペットのシニア期は7歳頃からとされるため、平均寿命から見ても“生涯の約半分がシニア期”となり、日常のケアが長期化するからこそ、日々の食事や体重管理を含む継続的な健康サポートの重要性が一層高まっています。

日本のドッグ・キャットフードは「ねこまんま」から「健康維持フード」へ変化

日本のドッグ・キャットフードは、昭和から令和にかけて「空腹を満たすための食事」から、「健康寿命を支えるためのケア」へと役割を大きく変えてきました。人の食事の延長として与えられていた時代から、栄養設計を重視する総合栄養食の普及を経て、現在では腸内環境や免疫など体の内側の健康維持に着目したフードが広がっています。ペットの長寿化が進む中で、毎日の食事は健康維持の重要な手段として位置づけられるようになっていきます。

【昭和】人の食事の延長だった「ねこまんま」の時代



昭和の時代、犬や猫の食事は家庭の残り物を与える「ねこまんま」が一般的でした。ペット専用のフードはまだ限られており、当時は粉状（粉末）フード、ビスケット・ペレット、缶詰・ウェットタイプの3種類しかなく、栄養設計の考え方も十分には普及していませんでした。

（参考）日本発売当時の「ヒルズ サイエンス・ダイエット」パッケージ

【平成】栄養バランスを重視する「総合栄養食」への転換



平成に入るとペットフード市場が本格的に拡大し、犬・猫に必要な栄養を科学的に設計した「総合栄養食」が普及しました。フードの種類はこの時代から、水分量で「ドライ」「ソフトドライ」「セミモイスト」「ウェット」の4種類に分類されるようになり、フードの種類は7種類になりました。ペットの健康寿命を意識した食事管理が一般化し、「何を食べさせるか」が飼い主にとって重要な選択肢となりました。

（参考）2003年の「ヒルズ サイエンス・ダイエット」パッケージ

【令和】健康を支える“ケアとしての食事”の時代へ



（参考）2026年の「ヒルズ サイエンス・ダイエット」パッケージ※順次発売

令和では、健康志向がさらに細分化し、年齢や体質、疾患などの健康状態に応じて選択するものへと進化しています。毎日の食事を通じて健康を支えるという考え方が浸透する中、高品質な原材料や希少性の高い食材を使用したフード、サプリメントなどの関連商品も拡大し、家族の一員となったペットに対するフードへの支出額は増加傾向にあります。

こうした食事で健康を支えるニーズの高まりを背景に、ヒルズは、10年以上にわたるペットの腸内細菌叢（腸内フローラ）研究の知見を基盤に、2025年よりハーバード大学 T.H. Chan 公衆衛生大学院との連携も強化いたしました。栄養による健康維持の重要性を追求し、科学的根拠に基づいた腸内細菌叢研究をさらに推進しています。

ペットの名前に見る「家族化」の進展

昭和の「記号的な名前」から、平成の「個性を映す名前」、そして令和の「人間と変わらない名前」へと、ペットの名前は進化してきました。この変遷から、ペットが家族の一員として受け入れられてきた社会的変化がうかがえます。

【昭和】

1992年以前の調査では、

犬の名前は、第1位「コロ」、第2位「チビ」、第3位「タロー」でした。^(*6)

※昭和期においては、猫の名前に関する体系的なランキングデータが確認できなかったため、本リリースでは犬の名前データのみを掲載しています。

【平成】

2008年の調査では、

犬の名前は、オスが第1位「チョコ」、第2位「マロン」、第3位「ソラ」、
メスが第1位「モモ」、第2位「チョコ」、第3位「ハナ」でした。^(*7)

猫の名前は、オスが第1位「レオ」第2位「ソラ」第3位「コタロウ」、
メスが第1位「モモ」、第2位「ハナ」、第3位「サクラ」でした。^(*8)

定番の呼び名から呼びやすさや親しみやすさを重視した名前へと多様化が進みました。

【令和】

2025年の調査では、

犬の名前は、オスが第1位「レオ」、第2位「ムギ」、第3位「ソラ」、
メスが第1位「ココ」、第2位「ムギ」、第3位「モカ」でした。^(*9)

猫の名前は、オスが第1位「レオ」第2位「ソラ」第3位「ムギ」、
メスが第1位「ルナ」、第2位「ココ」、第3位「ムギ」でした。^(*10)

近年は、響きを重視した“人の名前のような”傾向が強まっています。実際に人の名前ランキングでも男子「ソラ」(9位)、女子「ツムギ」(8位)^(*11)が上位に入っており、ペットの名づけでも“人の名前のような”傾向が強まっていることがうかがえます。

暮らしが同期した今、健康意識も「人間基準」へ

昭和から令和へ、彼らは玄関先の犬小屋からリビングへ、そしてベッドの中へと、私たちと同じ空間で暮らすようになりました。生活環境が完全に同期した今、彼らは人間と同じようなストレスや、生活習慣病のリスクにもさらされています。

私たち人間が、人生100年時代を健康に生き抜くために「腸活」や「免疫ケア」といった早期の健康ケアを当たり前に取り入れるようになった今、「家族である彼らの健康管理も、『治療』から『早期の健康ケア』へとアップデートする時代」にきています。

言葉を話せない彼らは、自分で食事を選べません。だからこそ、内側から健康をサポートする毎日の食事が重要になります。

冒頭で触れた通り、現代の私たちにとって、ペットは失うことへの恐怖を感じるほど大きな存在です。だからこそヒルズは、「1日でも長く、健やかに一緒にいたい」というペットペアレントの切実な願いに応えたい。日本ヒルズ・コルゲートは、次の50年も、最先端の科学を基にペットペアレントの「心の安心」とペットの「健康な未来」を支え続けていきます。

日本ヒルズ・コルゲート株式会社について

ヒルズは、世界で初めて獣医師監修による療法食を開発したパイオニアとして、75年以上にわたり臨床栄養学に基づいたペットの栄養学を追求し続けています。「人とペットのかけがえのない絆を生涯にわたって豊かにする」という使命のもと、220名以上の獣医師、栄養学博士、食品科学者が、最新の知見に基づいた革新的な製品開発に取り組んでいます。

日本市場においては、1977年の上陸以来、約半世紀もの長きにわたり、日本ヒルズ・コルゲート株式会社が日本の皆様とペットに寄り添い、科学に裏打ちされた最高の栄養をお届けしています。

ヒルズは米国獣医師がNo.1に推奨するペットフードブランド^{(*)2}として、疾患の管理をサポートする特別療法食「ヒルズ プリスクリプション・ダイエット」をはじめ、毎日の健康維持を支える総合栄養食「ヒルズ サイエンス・ダイエット」、そして動物病院およびペット専門店限定の総合栄養食「ヒルズ サイエンス・ダイエット ベット・エッセンシャル」を展開しています。

最先端の科学を日本に届け続けて50年 ヒルズとの思い出キャンペーン 概要

ヒルズが日本に最先端の栄養科学を届け続けて50年。その歩みの中で生まれた、愛犬・愛猫との数えきれない思い出に感謝を込めて、「最先端の科学を日本に届け続けて50年 ヒルズとの思い出キャンペーン」を実施いたします。

期間：2026年2月15日（日）～2026年6月30日（火）

景品：ヒルズの総合栄養食 サイエンス・ダイエット犬製品1年分 50名／ヒルズの総合栄養食 サイエンス・ダイエット猫製品1年分 50名

※12か月にわたって毎月お届けします。

応募方法：応募フォームに必要事項とともにあなたの愛犬・愛猫とヒルズとの思い出を記入し、応募期間中にご応募ください。

※応募はおひとり様につき1回限りです。

※これまでにヒルズ製品をお使いいただいたことがあり、現在ペットと暮らしているすべてのみなさまが対象です。

キャンペーンURL、応募フォーム：

https://cloud.info.hillspetnutrition.com/JP50?utm_source=prrelease&utm_medium=pr&utm_campaign=jp50

PRESS RELEASE



■注釈説明

*1 [アニコム損害保険株式会社「家庭どうぶつ白書」2025年版](#)

*2 2025年 Kynetec (旧 CM Research) 調査

*3 [公益社団法人日本獣医師会「家庭動物（犬猫）の高齢化対策」](#)

*4 [文部科学省獣医師数の推移](#)

*5 農林水産省「獣医師の届出状況」（獣医師数）令和6年

*6 [株式会社ライフジェムジャパンが運営するPrecious One「ペットの名前のトレンド（4）30年で犬の名前は
どう変化してきたのか？」](#)

*7 [アニコム損害保険株式会社「犬の名前ランキング2008」](#)

*8 [アニコム損害保険株式会社「猫の名前ランキング2008」](#)

*9 [アニコム損害保険株式会社「犬の名前ランキング2025」](#)

*10 [アニコム損害保険株式会社「猫の名前ランキング2025」](#)

*11 [株式会社ベネッセコーポレーションが運営するたまひよ「2025年たまひよ赤ちゃんの名前ランキング」](#)

日本ヒルズ・コルゲートPR事務局（アウル株式会社内）
TEL: 03-5545-3888 FAX: 03-5545-3887 MAIL: hills-ml@aur.co.jp
〒107-0052 東京都港区赤坂2-8-5 若林ビル2F