

特集] 事後規制の罠。ニッポン企業よ、規制・処分に振り回されるな!

Nikkei Business

日経ビジネス

ソフトバンク 反骨の研究
もう大人は目指さない
第2特集「人間並み」が当たり前
百花繚乱ペットビジネス

2007.9.3

2007年9月3日発行(毎週月曜日) 1406号 1959年10月20日創刊(日経新聞社)



ルールなき
行政介入

事後規制に負けない!

達観する会社



市場拡大に重い課題

問われる売り手責任、飼い手責任

我が子同然に溺愛されるペットがいる一方で、殺処分されるペットも年間で31万頭を超える。市場拡大には売り手責任、飼い手責任の明確化が不可欠だ。

その施設に連れてこられた時点で、ペットたちの運命はおおよそ決まってしまう。

1週間経っても引き取る飼い主が現れなければ、8日目の朝が最期となる。その日を迎えた犬や猫たちは「ドリームボックス」と呼ばれる金属製の箱の中へと追い込まれる。かわいらしい名前とは不釣り合いな頑丈な箱。扉が閉まると、内部は高濃度の炭酸ガスで満たされる。

自らの運命を悟るのだろうか、

箱に入れられたペットたちは激しく抵抗する。しかし、ガスが充填されると一瞬で床に倒れ込む。眠ったようにも見えるが、もちろん二度と目を覚ますことはない――。

年30万頭以上が殺処分に

自治体が運営する動物愛護センター。「愛護」の名称とは裏腹に、ここ

に運び込まれたほとんどのペットにとっては終末の地となる。都道府県や政令指定都市にはこのような施設がそれぞれ設置されており、捕獲された動物が保健所から運ばれてくる。

人間並みの商品やサービスが続々と登場しているペット市場。異業種からの参入も活発化しているが、一皮むくと深刻な歪みも見えてくる。

施設に連れてこられた犬や猫。飼い主が現れるのをじっと待つ



猫の処分数は高止まり

全国で殺処分される犬と猫の数



動物愛護センターでの殺処分は月曜日から金曜日まで毎日行われている。処分される犬や猫の数は年間で31万頭余りに達する(2005年度)。

1980年代には年に80万頭近くが処分されていたが、現在その数は4割を切るまでに減少した。狂犬病予防法による飼い犬登録が浸透したことなどで、全国的に野犬の数が大幅に減った効果大きい。

その中で、処分数が高止まりしているのは猫だ。猫は犬のように登録が義務づけられていない。加えて放し飼いの多いので、飼い主が気づかないうちに子猫が生まれていたというケースが少なくない。結果として、段ボールにまとめて子猫が捨てられる不幸が後を絶たない。

中には「老人ホームに入居することになり、ペットが飼えなくなった」など、やむにやまれぬ理由でセンターにペットを持ち込む飼い主もいる。ペットには残酷だが、こうした飼い主はある意味、最低限の責任を果たしていると言える。現状ではむしろ、センターに処理を依頼せず、勝手に捨ててしまう人が圧倒的に多い。

自治体は住民からの通報があれば、

捨てられたペットも引き取らなければならない。徘徊している犬や猫を捕まえるのも、センターの職員の仕事だ。

犬の場合、捕獲されるのは雑種がほとんどだが、中には純血種もいる。ペットショップで10万円以上の値段で売られるプードル、ミニチュアダックスフンドといった高級犬も、大半は施設で8日目の朝を迎える。捨てられたのか、迷子になったのか、真相は飼い主にしか分からない。

チップの普及率は1%

飼い主による安易な廃棄などを減らすため、2000年以降はペット飼育の際のマイクロチップ導入が推奨されている。15ケタの数字が記録されたチップを犬や猫の皮下に埋め込み、トラブルがあった時に飼い主を特定できるようにする。しかし、日本での装着率は1%以下にとどまり、50%を超える欧米に比べると大きく後れを取っている。こうした中で、日本のペット業界でもようやく現状を是正しようとする動きが出始めた。

マイクロチップ導入にいち早く乗り出したペットショップチェーン大手のワンニャン村。

正宗伸麻社長は「我々売り手だけでなく、飼い主様にも生き物を扱っているという自覚をもっと強く持ってもらいたい」と話す。

日本のペット販売には悪しき習慣が染みついている。生後間もない子犬や子猫を親から引き離し、ペットショップの飾り窓にさらす。衝動買いを促す日本の売り方は、ブリーダー(ペットの繁殖家)が時間をかけて飼い主を探す欧米の売り方とは全く異なる。

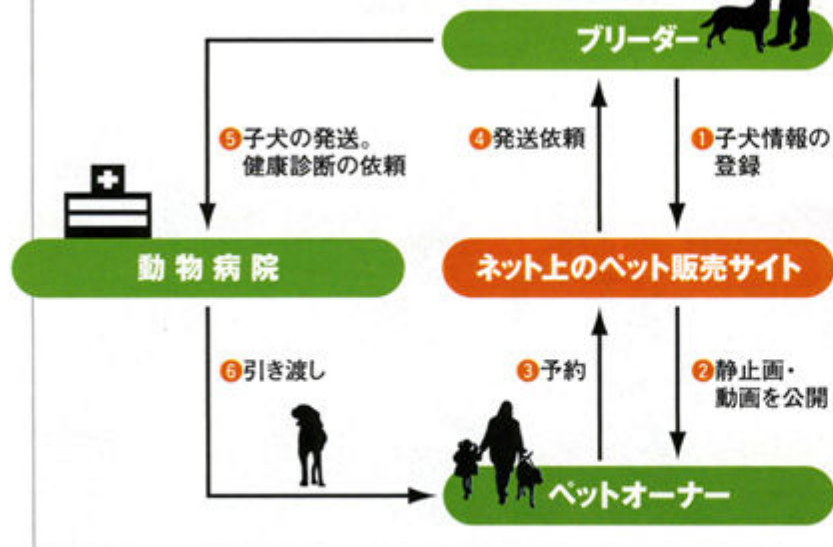
ペットを飼うコストがどれだけかかるか。においや鳴き声によるトラブルを防止できる住環境にあるか。人間に依存しなければ生きてはいけないペットの飼育は、それだけ重い責任を伴う。本来なら、それを飼い主にきちんと認識させたいと売らなければならないが、多くのペットショップでは満足な説明がなされていないのが実態だ。

背景には、業界の過当競争がある。一昔前までペット販売の粗利は5割を超え、家族経営の小規模ペットショップなら月に7~8頭も売れば十分に生活が成り立った。いきおい新規参入が増え、価格競争が始まった。

ペット販売の問題点の改善に立ち上がったワンニャン村の正宗伸麻社長。動物病院を巻き込み、オーナーに「安心」を売る

動物病院を介して安心を提供

「動物病院ダイレクト」のペット販売の仕組み



ペット嫌いとも共生できるか

新築マンションの7割超が「ペット可」に――。不動産経済研究所の調査によると、昨年首都圏で売り出された分譲マンションのうち、74.5%でペット飼育が認められている。1999年の3.1%から、その比率は20倍以上に拡大した。

ペット同伴可能な宿泊施設も増加している。インターネットのサイト「pet宿.com」を運営するジョイントフォーによると、ペット同伴可能な宿泊施設は現在、全国で約830カ所に上る。

ペットは既に日本の社会に広く、深く入り込んでいる。しかし、日本人全員がそれを歓迎しているわけではない。ペットと飼い主の行動範囲が広がる中で、鳴き声やにおいを巡るトラブルがあちこちで起きている。あらゆる場面で「ペット可」が当たり前になりつつある時代だからこそ、企業は動物

首都圏の「ペット可」マンションの推移



注：不動産経済研究所調べ

嫌いの人も含めた「人間とペットの共生」に知恵を絞らなければならない。

マンション、ホテルといった分野では、ペットを飼わない人に配慮する具体的な動きが既に出始めている。

三井不動産レジデンシャルなどが昨年分譲した東京都港区のマンション

「芝浦アイランド ケープタワー」(1095戸)では、正面玄関とは別にペット向けの入り口を設け、廊下の汚れや傷を防ぐため、犬を乗せて建物内を移動する専用カートも配備した。会員制リゾートホテルのセラヴィリゾート泉郷は、犬の同伴が可能なホテルを国内6カ所で運営しているが、宿泊施設自体を一般客と分けている。

ペットの機内預かりサービスを提供する航空会社も、リスク管理とのバランスに頭を悩ませている。

日本航空は小型犬に限って認めていた客室内への持ち込みを昨年4月に中止。今年7月20日以降はブルドッグとフレンチブルドッグの貨物室預かりも中止し、全日本空輸も追隨した。「他犬種と比べ、温度変化や揺れに弱く、衰弱死しやすい」のが理由だが、飼い主の要求に応じることで起きるトラブルを防ぐ面もある。

ペットの売り手、飼い手のモラルと同時に、商品、サービスを提供する企業にも高い節度が求められている。

販売価格が下がれば、経費を削るためにエサの質を落とし、必要な予防接種もなくなる。すると、顧客に売る前に病気にかかる子犬や子猫が増える。こうした状況を改善するため、環境省は2005年に動物愛護法を改正し、ペット販売業者やブリーダーなどに対する規制を強化した。

ワンニャン村の正宗社長は、この法改正で従来の商法は成り立たなくなると考え、ペット販売の新しい仕組みの構築に動き出した。

2006年11月に始めた「動物病院ダイレクト」はペットショップではなく、動物病院でペットを受け取るサービスだ。まずは犬からスタートし、今後猫の販売にも乗り出す。

実際の取引の流れはこうだ。ブリーダーは子犬が生まれると、写真などの情報をデータベースに登録する。ペット購入希望者は動物病院ダイレクトの

ホームページにアクセスし、このデータを見ながら希望の子犬を探す。気に入った子犬が見つかったら予約を入れ、受け取りを希望する動物病院を指定する。

病気の犬を販売しない

ただし、予約を入れても子犬はすぐには発送されない。子犬は母乳を飲む期間である生後8週間は親元で育てられる。そのうえで動物病院での健康診断を実施し、問題なしと判断されてから飼い主に引き渡される。

送られてきた子犬を見て気に入らなければ、手数料を払って返送することもできる。返ってきた子犬はワンニャン村のペットショップで販売される。

この仕組みの重要なポイントは、病気の発生をできるだけ抑え、なおかつ病気の子犬を販売しないことだ。それによって、飼い主に「安心」を提供す

る。通常のペットショップよりも価格は1～2割高くなるが、ブリーダーも売り急ぐ必要がないので、質の良い子犬が集まりやすいと考えられる。

動物病院ダイレクトはワンニャン村とは別に正宗社長個人が新たに設立したペットリゾートカレッジが運営する。同社は今年8月に「老犬ホーム」も開業した。

家族で飼育できなくなった高齢犬を有料で預かり、終生飼育を代行する。料金は小型犬でも年間60万円と安くはないが、家族同然だった愛犬を処分するのは忍びないというニーズをすくい上げる。

1兆円を超えるペット関連市場の中で、正宗社長の試みはまだほんの小さな一石にすぎない。だが、日本のペット文化、ペット産業の健全な発展を考えた時、業界の体質転換は避けて通れない課題と言える。