



Petpanche

ペットページ

特別版

被災ペット救援活動の始まりと
付随する問題の発生と

天災

天災は忘れる前に何度も訪れた…。被災時、救援活動は瞬時を争う。そのために錯綜と混乱、パニックが現地を激しく揺さぶった。



1993年に雲仙普賢岳の噴火で、住民だけでなく多数のペットが被災した。日本動物愛護協会を通じてペット業界が支援した被災ペットの救出の最初であったように思う。以降、1995年の阪神大震災、2000年の三宅島噴火、有珠山噴火、2004年新潟中越地震災。そして2011年東日本大震災、2015年熊本地震へと忘れる間も無く続く。しかし、これだけ経験を積んでも毎度のことのように被災地での救援活動は手間取り、物資輸送、被災ペット保護活動は錯綜し、そして義援金の使途などの課題が残される。現地災害本部の稼働の遅れなど初動対応に於いて、蓄積された記録と経験が余り生かされていなかった模様でもある。

災害の影響は被災地に止まらない。いずれの災害でも多少に関わらずペット市場の成長を押し止めてきたのは事実である。

阪神大震災ではもう一つのエピソード。観賞魚ヒーターによる火災が4件発生。行政より観賞魚業界に安全性確保の問いかけがあり、これが契機となって一般社団法人日本ペット用品工業会では安全対策のための自主基準を策定、後にこれがベースとなって法制化(電気用品安全法)に至った。



有限会社動物の企画社の誕生から30年の取材・編集活動のなかで、業界に大きな衝撃を与えた事件、また印象的な出来事を、ペットページ紙面から12件を抽出した。

日本のペットフード製造業を、一時完全に停止させ業界をパニックに追い込んだBSE。漁獲制限域200海里問題によって猫缶の供給が窮地に立たされたこと。動愛法改正でペットの繁殖・管理・販売が厳しく規制されたこと。ワシントン条約、外来生物法の動物取引に関する国際的な規制によって小鳥、小動物の輸入が激減したこと。業界団体の横断組織が実現したこと。それはペット産業の社会的地位を確立するために超えなくてはならないハードルでもあったようだ。

ペットページ・ルポ

12の深層

苦難と明るい未来が交錯

パルボ、ジステンパー、鳥インフル、BSE、コイヘルペス、サルモネラ、ニューカッスル：

感染

生体に止まらず
その問題はペットフードに

動物の病気感染問題は業界に大きな影響を与えてきた。2001年9月、15年ぶりに狂牛病(=BSE)が発生した。この病気はペットが感染する病気ではないが、BSEに感染した牛の脳や脊(せき)髄などを原料としたえさが、他の牛に与えられたことが原因で死亡するという病気だった。そこで、牛の脳や脊髄などの組織を家畜のえさに混ぜないといった処置が行われた結果、ペットフードの原材料の一部である肉骨粉、肉粉等を含む原材料の使用、輸入が禁止された。ペットフード工業会(現一般社団法人ペットフード協会)の尽力で1ヶ月余りで条件付き(製造基準に適合すること)で解除されたが、ペットフードが牛のえさに使用されていたことが問題をこじらせ、一時、ペットフードのパッケージに「牛には食べさせないでください」という注意書き表示が義務づけられた。なお政治的な背景があったのか、この禁止処置において、アメリカからのペットフードの輸入は国内よりいち早く解除されている。ともあれ、ペットフード製品に対する行政と業界との安全・安心への取組の始まりとなった。

2005年、中国で発生した鳥インフルエンザでは中国からのジャーキー用の「さきみ肉」について、熱処理方法の基準が設けられるなど輸入規制が敷かれた。

「感染」ではなく「混入」の事件だったが、アメリカでペットフードにメラニンが混合したこの犬猫健康被害事件は、日本の「ペットフード安全法」制定への引き金となった。

2003年10月、茨城県霞ヶ浦で発生した大量死を引き起こしたコイヘルペス感染は、錦鯉業界に大きな打撃を与えた。品評会会場では感染防止のために、プール池を一つ一つ囲って水しぶきが他の鯉にかからないようにしたり、展示は1尾ずつとして混泳を避けるなど感染予防対策を講じていた。

緊急速報

ペットフード工業会

狂牛病問題対応に見解

これも狂牛病の発生では驚かされた。我が国初めての狂牛病、牛海綿状脳症(BSE)の発生が今年11月、北陸の豊後から仕入れた肉の一端で、輸入肉の不明、製造過程の不明の中で、狂牛病の発生が確認された。肉類を含む原材料の輸入、輸入業者による検査体制の強化、狂牛病の発生が確認された。狂牛病の発生が確認された。狂牛病の発生が確認された。

ペット注意報

〜フードに殺鼠剤とメラミン〜

ペットフードの安全性が脅かされている。殺鼠剤とメラミンが検出された。ペットフードの安全性が脅かされている。殺鼠剤とメラミンが検出された。ペットフードの安全性が脅かされている。殺鼠剤とメラミンが検出された。

New

輸出再開

EUの鯉賞魚に鯉鯉「Hikori」のEU向け輸出再開

EUの鯉賞魚に鯉鯉「Hikori」のEU向け輸出再開。Hikoriの輸出再開が決定された。Hikoriの輸出再開が決定された。Hikoriの輸出再開が決定された。

ペットページ

ペットクライシス

Number

言語犬育成の現状と未来
現代病に悩むペット
スーパーマーケットウォーズ

血統書登録団体別犬の登録数

犬の引取数(純種数)+返還数

犬の引取数

猫の引取数

犬猫の処分数

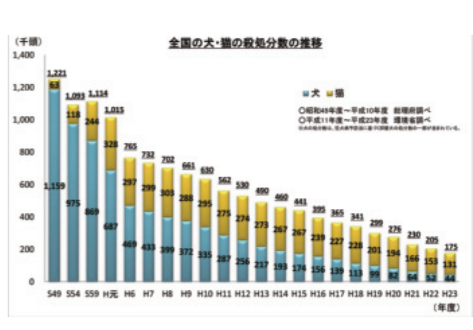
全国の犬・猫の殺処分数の推移

我が国の動愛法は
73年から始まり変遷を重ねる

当初は、虐待防止と人名・財産の保護に重きを置いていた。

今や動物愛護団体だけでなく行政、業界においても「犬猫殺処分ゼロ」活動が推進されているが、25年前ペットページ誌上において、保護・捕獲急増の現状を訴えた特集記事「ペットクライシス」を振り返る。殺処分は、愛護センター、保健所に引き取りが求められた数は1984年、犬54万頭、猫25万頭にのぼっていた。以後少なくとも年もあるが、それでも1990年は犬60万頭、猫26万頭であった。そして同年、実際殺処分となった犬は60万頭、猫32万頭であった。その頃、身体又は財産の保護と公衆衛生上の問題から野良犬、野良猫駆除を目的に捕獲(掃討)して殺処分されたケースも多く、飼育放棄された犬、猫が全てではなかったが。

マルチーズ、シーズ、ヨーキー、プードルの小型犬の第2次ブームとシェルティー、ラブラドル人気でペット業界は盛り上がっていたが、この「殺処分」問題は、ペット業界に必ず大きな障害となるという「危機感」を投げかけた特集であった。



ペット産業は成長と共に 社会的な役割と責任を担うように

社会

社会的な役割として、被災ペットの救助活動、盲導犬育成支援など、業界は販売するだけでなく、社会的な貢献が求められていった。

なぜ今、ペット飼育効果の 報道が増えているのか？



ペット飼育の効果に関する報道が増えている。これは、ペットが人間の健康や生活に与える影響が注目されているためである。特に、高齢者や障害者に対するケアにおいて、ペットの役割がますます重要視されている。

「少女が犬に負傷させられたことによる裁判」

裁判官は「犬は動物であり、人間の命を脅かす可能性がある」として、飼い主に対して厳格な注意を促している。この事件は、ペットの飼育責任と安全確保に関する社会的議論を巻き起こしている。

「猫が犬に咬み傷」

飼い主同士のトラブルが頻発している。ペット同士の相性や飼育環境の違いが原因とされている。専門家は、適切な飼育指導と飼い主間のコミュニケーションの重要性を指摘している。

犬ビジネスの怪しい方程式

高額な繁殖費と販売価格の乖離が顕著。消費者はペットの健康と福祉を優先し、過度な繁殖や販売を抑制する必要があると警告されている。

盲導犬

視覚障害者の生活を支える重要な存在。盲導犬育成の現状と未来について、専門家が詳しく解説している。

育成施設	1970年	1980年	1990年	2000年
アイマイト盲導犬協会	0	0	40	90
日本盲導犬協会	35	35	32	35
日本盲導犬協会	3	5	5	10
日本盲導犬協会	11	12	15	15
日本盲導犬協会	25	25	18	18
日本盲導犬協会	13	13	18	18
日本盲導犬協会	27	18	24	11
日本盲導犬協会	6	8	7	7
日本盲導犬協会	21	21	28	28
日本盲導犬協会	5	3	16	7
日本盲導犬協会	1979年設立			
日本盲導犬協会	1981年設立			



日本のペット事情(犬猫対象)

項目	アメリカ	日本
●飼育率	90%	70%
●飼育人口	1億人	1億人
●飼育人口1人あたりの飼育数	1.5匹	1.2匹
●飼育人口1人あたりの飼育費	10万円	5万円

スーパーペットストアへの道

大阪・神奈川・宮城3店舗集中取材

ペットショップの進化と、消費者のニーズの変化について詳しく分析している。

From Petpage Entertainment Conference

ペット業界の最新動向とエンターテインメント化のトレンドについて議論している。

大資本は売場を動かした

大手企業がペット業界に参入し、市場を大きく変えている。消費者の行動パターンも大きく変化している。

International Pet Industrial Conf

日本ペット関連団体12団体が出席して開催された国際会議の模様と意義について紹介している。

大流行のペットパーク

ペットパークのブームが全国に広がっている。展示施設や娯楽施設としての役割が注目されている。

潮流

ペット業界を誘導する様々な潮流。

流通再編、国際化への始まり 専門店は大規模化し、ペットは小型化

1990年代に入ってから流通再編の動きが顕著になってきた。売り場の量販化、大型化、(後にはIT化)によって商流、物流が変化、専門店と問屋業の存在の危うさが指摘されるようになった。

また、1997年日米業界団体による業界初の国際会議が横浜で開催された。国内12団体とアメリカ3団体、アメリカ大使館関係者で行われた。グローバル化とまではいかないが、日米の団体同士が集う画期的な会議であった。図らずも1度だけに終わったが、ペット関連団体の横断組織の必要性を業界に示した。この後2005年に日本版PIJACの設立を目指した業界団体の横断組織化の準備が行われたが、一時中断。しかし、その活動は復活して2010年、ペットとの共生推進協議会の設立へとつながっていく。

今そこにある危険からペット団体が連合するとき

ペット業界の競争激化と消費者保護の観点から、業界団体の連携が求められている。

ペットフード

プレミアム
スーパープレミアム
ナチュラル
etc...

プレミアムフードの視点から トレンドを見る

専門店フード、専門店商材は、価格競争では太刀打ちできない量販店(ホームセンター、スーパーなど)に対する戦略商品として導入された。用品類もあるが、その中心となったのはドライドッグフードである。その代表が、70年代、「プレミアム」フードと称してアメリカから日本上陸したサイエンスダイエットだった。これにユーカヌバ、ANFが続き、国産のペットフードも参画しプレミアムフード市場が形成された。1980年代の話である。

当初プレミアムフードの定義は「特定の使用目的をもって製品化されたペットフードのことで、例えばライフステージ別で、幼犬用、成犬用、老犬用フード」であった。その後機能別の肥満用、猫ドライフードに尿道結石対応などが加わった。またプレミアムフードには、原料、価格、ペットの栄養学に裏づけされた品質におけるプレミアムを指してもいる。原料はスクラップを使用せずヒューマングレードにこだわり、一から原料を調達したフードと考えもある。明確な目的・機能性重視で作るので、当然のことながら原料の選定は厳しく、そのためコスト高にはなるので、通常価格より高価で販売されるという。

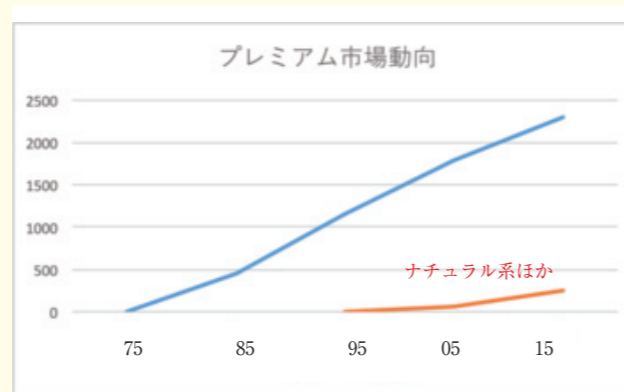
プレミアムフード市場の形成後も、欧米加豪からの輸入品が増え続け、特に、原料へのこだわりを謳ったプレミアムフードが多くを占めるようになった。プレミアムフード市場は進化を

続け、プレミアムよりさらに1段階上のグレードを指した「スーパープレミアム」が新たにセグメントされた。

プレミアムフード、スーパープレミアムの展開の中で、これ以外の製品群の中にも、例えば年齢(特にシニア製品)や体調(猫ではヘアボールケア等)に配慮した製品が多くあって、各セグメント間の線引きが曖昧になっていったが…。

競合他社製品との差別化を価格に捕らわれず使用する原料・素材・添加成分等の違いをアピールポイントする潮流が生まれていた。飼育者のより繊細なニーズへの対応が、このトレンドをより加速させた。

プレミアム、スーパープレミアムのカテゴリーに入ると思われるが、ナチュラル、オーガニックといったフードが2010年頃から目立ってきた。これはアメリカのペットフードマーケットの動向に追随するもので、「ナチュラルフード」の多くは自然素材・天然素材を使用していて、人工的な保存料や香料、着色料などの添加物を加えていないものとされている。なかには、人間の食材と同等、有機栽培された原料を使用しているものもある。多くのフードは、基本的には天然・自然の原材料から作られているという。



ペットフードの表記において、ペットフード公正取引協議会ガイドラインには「ナチュラル」をこう定義している。

「ナチュラル」及びこれに類似する用語は化学的合成物及び着色料を使用していないものとされている。(※但し、総合栄養食については、栄養バランス上欠かせないビタミン、ミネラル、アミノ酸類のみに化学的合成物をしているもので、定められた条件を満たせば表示が可能。)

消費者は自分自身のためだけでなく自分のペットのために、栄養密度の高い食の健康上の利点をますます認識するようになってきたことが背景にある。この傾向は、「健康志向」「安全・安心」を基調にした消費者の需要の変化に対応するための準備ができていたペットフードメーカーに大きな可能性をもたらし、ペットフード市場の成長を支えることになる。また、ペットのヒト化がその成長を促進している。

ペットの先進国であるアメリカのドッグフード市場で注目されているのがオーガニック、ヒューマングレード、そしてグレインフリーフードである。その中でも、グレインフリーフードは特に伸張率が高く、2014年に発売されたペット専門店フードの40%は同タイプであったという。「ドッグフードに使用されている小麦やトウモロコシの穀物は、犬にとって消化に負担がかかることで、アレルギーによって皮膚トラブルを招く場合がある」ことなどで注目されているという。プレミアム市場は、飼い主の健康意識の高まり、機能性フード充実、そして売り場作りが後押ししながら、多様化と成長の道を歩んでいる。

