

株式会社AHBに対する提言書

人とペットが共生する 未来の日本社会のために

【発行】

AHBパートナードッグ & キャットプログラム

アドバイザリーボード

私共アドバイザリーボードは、人とペットが共生する未来の日本社会に向け、AHBに対し、以下の提言をいたします。

- 理想的な人とペットの共生社会作りに向けて、協働を前提とした取り組み
 1. 理想的な人とペットの共生の未来を考え続ける場を継続的に設けること
 2. 他業種・他分野の調査や意見交換を行い、新たな価値創造を模索すること
 3. 多様な主体と連携し、飼育困難に対するセーフティネット作りを行うこと
- 理想的な犬猫との出会い方への変化に向けて、AHB独自に実施すべき取り組み
 1. アニマルウェルフェアチームを創設すること
 2. ブリーダー評価と基準を満たしたブリーダーの支援を行うこと
 3. 子犬子猫の展示販売の中止の検討を開始すること
 4. 成犬成猫中心の店舗など、新たな出会いの形を具体的に作っていくこと
 5. 社員教育を充実させ、飼い主教育の新たな手法を開発すること

私共は、AHBが生体販売・ペット産業のリーディングカンパニーとなるだけでなく、人とペットが共生する未来の日本社会をリードしていく事を期待しています。

はじめに	6
第1部 本提言書の概要	7
§.1 本提言書の概要	7
1-1 アドバイザリーボード	7
アドバイザリーボード設置の経緯	7
アドバイザリーボード実施概要	7
アドバイザー	8
1-2 提言書作成の目的	10
人と動物の共生社会への変化を加速する	10
1-3 提言書の位置づけ	10
発行者	10
アドバイザリーボードの会議での議論内容と、本提言内容の整理	10
提言先	10
提言書の公表	11
1-4 提言書の内容	11
人と動物の共生社会のビジョンの具体化	11
人と犬猫の出会いの在り方のビジョンの具体化	11
具体的提言	11
1-5 提言書の構成	12
第1部 本提言書の概要	12
第2部 パートナードッグ&キャットプログラムへの提言	12
第3部 理想的な人とペットの共生社会に向けた提言	12
第2部 パートナードッグ&キャットプログラムに関する提言	13
§.2 パートナードッグ&キャットプログラム	13
2-1 パートナードッグ&キャットプログラム実施の経緯	13
2-2 パートナードッグ&キャットプログラムとは	13
2-3 アドバイザリーボード実施以前のAHBの課題意識	14
§.3 アドバイザリーボードにおける議論	15
3-1 各回の実施項目	15
3-2 第1回実施内容	15
概要	15
AHBからの本プログラムに関する説明	15
アドバイザーからの意見(抜粋)	15
3-3 第2回実施内容	16
概要	16
アドバイザーからの意見(抜粋)	17
3-4 第3回実施内容	18
概要	18
アドバイザーからの意見(抜粋)	19
3-5 第4回実施内容	20
概要	21

アドバイザーからの意見(抜粋)	21
第3部 人とペットが共生する理想的な社会作りに関する提言	23
§.4 現状認識	23
4-1 現状認識の概要	23
4-2 広がるペット格差	23
4-3 公助・セーフティネットの未整備	24
4-4 生体販売・流通の課題	24
4-5 生体販売と保護活動の同質化	24
4-6 動物への理解、犬猫との関わり方の教育・文化の未成熟	25
§.5 今後の社会の変化の予測	25
5-1 少子高齢化・人口減少の進展	26
5-2 格差の拡大	26
5-3 動物愛護・福祉への意識向上	26
5-4 CSRとしての動物福祉への取り組みの増加	27
5-5 動愛法による規制強化、店頭展示販売の規制強化	27
5-6 犬猫の出生頭数の減少	28
§.6 理想的な未来の姿：人とペットの共生のビジョン	29
6-1 本章の前提	29
アドバイザーボードの考えるビジョン	29
本章の記載について	29
6-2 「家族の一員」から「社会の一員」へ	29
理想的な未来 法令や制度に動物の存在が組み込まれる	29
理想的な未来 ペットや野良犬猫に関する迷惑行為・迷惑事案の減少	29
理想的な未来 「社会の担い手」として認識される	30
6-3 地域・福祉・NPO・ペット産業の垣根を超えたセーフティネットの構築	30
理想的な未来 地域包括ケアへの参画と相談窓口の整備	30
理想的な未来 セーフティネットへの多様な関係者の参画	30
理想的な未来 多様な財源によるセーフティネットの運営	30
6-4 誰もがペットと関わることのできる社会	30
理想的な未来 高齢者でも安心して飼育できる社会に	31
理想的な未来 飼わなくてもペットと関われる社会	31
6-5 暮らしをサポートするペットショップのNPO化	31
理想的な未来 ペット飼育に関する相談や支援が行き交う場所に	31
6-6 動物への理解の進展、そして、文化として根づく	31
理想的な未来 飼い主や、飼い主以外の一般の人の理解の進展	31
理想的な未来 ペット事業者・従事者の理解の進展	32
理想的な未来 初等教育でのペットとの関わり方の教育	32
理想的な未来 マスメディアの理解の進展	32
理想的な未来 企業からの発信の増加	32
§.7 理想的な未来の姿：人と犬猫の出会い方のビジョン	33
7-1 本章の前提	33
アドバイザーボードの考えるビジョン	33

本章の記載について	33
7-2 犬猫が生まれる場所と需給バランスの変化	33
理想的な未来 殺処分数の減少と保護犬猫の減少	33
理想的な未来 ブリーダーによる出生数の減少	34
理想的な未来 家庭での出生数の増加	34
理想的な未来 迎えたい人が迎えられる社会	34
7-3 命の誕生に関わる家庭の増加	34
理想的な未来 里帰り出産の一般化家庭が繁殖に関わる機会の増加	34
理想的な未来 小動物産科の確立とサポート体制の充実	34
7-4 ブリーダーの質の向上	35
理想的な未来 ブリーダーにおける繁殖の質の向上	35
理想的な未来 ブリーダーの積極的な情報開示	35
理想的な未来 子犬子猫を選ぶのではなく、ブリーダーを選ぶ	35
7-5 迎える飼い主の意識が変わる	35
理想的な未来 飼い主の知識と倫理観の向上	35
7-6 ペットショップは、ペットライフのコーディネーターに	36
理想的な未来 犬猫を売る場所から、犬猫との生活を支える場所へ	36
理想的な未来 AIによるマッチング診断	36
理想的な未来 成犬成猫の展示が中心になる	36
理想的な未来 ペットショップによるブリーダー紹介の一般化	36
§.8 理想的な人とペットの共生社会に向け、多様な関係者と協働し推進すべき取り組み	37
8-1 本章の前提	37
ビジョンに向け、様々な主体と協働し、1～2年以内に実施すべき取り組み	37
8-2 理想的な人とペットの共生社会を考え続ける場づくり	37
AHBへの提案 未来を考える意見交換の場の継続	37
AHBへの提案 新たな担い手を巻き込む場づくり	37
8-3 他分野への参画の模索と新たなニーズ開拓	38
AHBへの提案 ペット関連企業のノウハウを必要としている分野へのニーズ調査	38
AHBへの提案 ペット産業のDX化に関する積極的模索	38
8-4 多様な主体が連携したセーフティネットの構築	39
AHBへの提案 多様な主体と協働した、セーフティネットへの参画	39
AHBへの提案 担当チームの設置と勉強会への参加	39
§.9 理想的な犬猫との出会い方への変化を促すために、AHBが実施すべき取り組み	40
9-1 本章の前提	40
ビジョンに向け、生体販売の分野で、AHBが1～2年以内に実施すべき取り組み	40
9-2 アニマルウェルフェアチームの設立	40
AHBへの提案 自律的に動物福祉を経営に織り込む仕組みづくりを	40
AHBへの提案 社内外の声を拾う仕組みづくりを	40
AHBへの提案 動物福祉についての啓発の実施	40
9-3 ブリーダー評価と、基準を満たしたブリーダーの支援	41
AHBへの提案 AHBによるブリーダーの飼育環境の評価の実施と公表	41
AHBへの提案 動物福祉指導評価獣医師の設置	41
AHBへの提案 基準を満たしたブリーダーの優先的支援	41

9-4 子犬子猫の店頭展示販売中止の検討の開始	41
【補足】法改正による店頭展示販売禁止の予測について	41
AHBへの提案 子犬子猫の店頭展示販売の中止の検討開始	42
AHBへの提案 規制される側から、枠組みを作る側への意識転換	43
9-5 新たな出会いの形の創出	43
AHBへの提案 生まれてから、家に来るまでの写真や動画の提供	43
AHBへの提案 ブリーダーとのオンライン面談	43
AHBへの提案 成犬成猫展示+ブリーダー紹介の店舗運営	43
9-6 飼い主教育の充実・新たな手法の開発	44
AHBへの提案 店舗スタッフ全員に対する研修の充実	44
AHBへの提案 飼い主に対するサポートの充実	44
§.10 AHBへの期待	44
10-1 本章の前提	45
10-2 業界だけでなく、社会をリードする企業に	45
10-3 AHBの魂が入った「理想的な人と動物の共生社会」のビジョン作成・発表を	45
10-4 失敗をいとわず、実行する	45
10-5 社会の声を聴き続ける、対話し続ける	46

はじめに

本提言書は、AHBパートナードッグ&キャットプログラムにて設置された、アドバイザリーボードの活動の中で生まれた提言書です。発行者は、株式会社AHB(以下「AHB」という)ではなく、AHBより、動物愛護・福祉の専門家として依頼を受けた、アドバイザリーボードのメンバー6名です。そのため、AHBの立場を代弁するものではありません。

2019年に動物の愛護及び管理に関する法律が改正され、2021年には「第一種動物取扱業者及び第二種動物取扱業者が取り扱う動物の管理の方法等の基準を定める省令」が施行されました。こうした流れの中で、ペット産業はまさに変化の最中にあります。

AHBでは「動物と人間の幸せな共生社会に貢献すること」をミッションに掲げ、日々の経営、ペットショップの運営を行っています。そして、アドバイザリーボードの会議の中でも、幾度となく、ペット産業のリーディングカンパニーとなれるような経営を目指しているということを言及いただいています。

ペット産業に関わらず、動物の福祉に配慮することを強く求められるようになってきている昨今、その流れとは裏腹に、一部のブリーダーにおける不適切な飼育管理の問題は日々ニュースに上がっています。ペット産業が抱える問題への対応は、一刻の猶予もありません。

このような背景の中、我々アドバイザリーボードメンバーは、AHBより「犬猫の生体販売の繁殖・流通における動物福祉を向上させたい。人とペットが共生する社会創りに貢献したい。動物福祉を守り、社会からもペット産業のリーディングカンパニーとして認められ、多くの飼い主様から応援されるだけでなく、動物愛護・保護活動をされている皆様から見ても納得されるような経営を行いたい。そのためにはどうしたらよいか」との問いを頂きました。そして、その問いに応えるべく、アドバイザリーボードの中で、AHBの皆さまと共に、真剣な議論を繰り返してまいりました。私たちは、AHBが真に人と動物の共生社会実現を目指すリーディングカンパニーたることを願い、期待し、本提言書をまとめさせていただきました。

そして同時に、人と動物の共生社会は、ペット産業の変化だけで達成されるものではありません。現在見えているペット産業の課題が解決すれば、すなわち共生社会になるものではありません。現在の課題を解決することはマイナスをゼロにする事であり、本来あるべき人と動物の共生社会を築くためにはゼロをプラスに変えていく変化が必要です。そのためには、人と動物の共生社会のビジョンを示す必要があると考えました。本提言書では、理想的な人と動物の共生社会のビジョンを示し、その中の中核的な重要な変化として、ペット産業・生体販売の変化を位置づけています。

本提言書で示す、理想的な人と動物の共生社会ビジョンや、それに向けた具体的な施策については、アドバイザリーボード内の議論で提示された「案」であり、必ずしも「正解」ではありません。立場が違えば見える景色も違うように、様々な角度から様々な意見があってしかるべきだと考えています。本提言書はあくまでも、議論の出発点としての提言書であり、この提言をどう受け止め、今後の議論の一要素としてどのように活用するかは、それぞれの関係者次第であると考えています。

この提言書が、これからのAHBの経営判断を行う上での指針の一つとなり、ひいては、理想的な人と動物の共生社会創りの一助となる事を願い、ここに発表させていただきます。

第1部 本提言書の概要

第1部では、本提言書および発行者であるアドバイザーボードの概要について記載いたします。

アドバイザーボードは、2020年11月にAHBが動物愛護・福祉に関する専門家を招聘して設置され、2022年5月までに6回の会議を実施しています。本提言書はその取り組みの最終成果物として、アドバイザーボードからAHBに提出されたものです。

AHBは業界のリーディングカンパニーを目指す姿勢を明確にしており、アドバイザーボード設置もその一環です。本提言書では、AHBのそうした姿勢に対し期待を込め、AHBにとって厳しい提言についても忌憚なく記載し、AHBの変化・進化のきっかけとなる情報提供を行います。

§.1 本提言書の概要

1-1 アドバイザーボード

アドバイザーボード設置の経緯

AHBは、「動物と人間の幸せな共生社会の実現に貢献する」ことをミッションに事業運営をしています。近年、犬猫の販売に関しては、繁殖に用いられる一部の犬猫の不適切な飼養管理が問題視されています。そのため、2019年の動物愛護管理法の改正で数値基準等が定められました。AHBは生体販売を行う企業の責任を果たすために、より動物福祉の観点に寄り添った事業運営に繋げていけるように、2020年11月に、動物愛護・福祉に関する専門家を招聘し、アドバイザーボードを設置しました。

【参考URL】<https://www.atpress.ne.jp/news/254895>

全国116店舗のペットショップを運営するAHB、ペット業界における動物福祉向上のためアドバイザーボードを設置

アドバイザーボード実施概要

アドバイザーボードの実施内容については以下の通りです。詳細はリンク先をご参照ください。

	実施日	テーマ
第1回	2020年12月24日	パートナードッグ&キャットプログラムに対する期待と懸念、プログラムに対するAHBの基本姿勢に関する検討
第2回	2021年3月2日	情報公開の方針と、社会とのコミュニケーションの在り方について
第3回	2021年5月27日	新設するケアセンターの構造等に関する報告、および「募集～マッチング～アフターケア」のプロセスについて
第4回	2021年7月29日	飼い主様が終生責任を果たすことをサポートするための保障サービス、および、フリーダーにおける動物福祉の向上に向けた取り組みについて

第5回	2021年10月21日	日本の人と動物の共生の未来について、および、理想の人と動物の未来に向けた要所解明
第6回	2022年2月	人と動物が共生する未来の日本社会に向けた提言書のとりまとめについて

アドバイザー

アドバイザーボードに、アドバイザーとして参加し、本提言書の発行者でもある、6名の専門家は以下の通りです。



浅野明子氏
弁護士 (高木國雄法律事務所)



井島七海氏
株式会社 PETOKOTO 執行役員
兼 OMUSUBI 事業責任者



今本 成樹氏
新庄動物病院 院長



奥田 順之氏
認定 NPO 法人
人と動物の共生センター 理事長



上山 琴美氏
認定 NPO 法人キドックス 代表理事



安野 舞子氏
横浜国立大学 高大接続・
全学教育推進センター 准教授

浅野 明子 氏

弁護士(高木國雄法律事務所)、愛玩動物飼養管理士1級、ペット法学会会員

早稲田大学法学部卒業。1999年弁護士登録(第一東京弁護士会)。主に、相続等一般民事事件及びペットに関する法律相談等を扱う。現在、農林水産省獣医事審議会委員、環境省中央環境審議会動物愛護部会臨時委員、公益社団法人日本愛玩動物協会理事などを務める。主な著書に、『ペット判例集』、『知って得する！ペットトラブル解決力アップの秘訣38!』(ともに大成出版社)など。

井島 七海 氏

株式会社PETOKOTO 執行役員COO 兼 OMUSUBI事業責任者

2018年同社入社。企業理念「人が動物と共に生きる社会をつくる」の体現を目指し、CS、事業推進に従事。保護犬猫マッチングサイトOMUSUBI(お結び)の運営を担い、2019年には審査制の保護犬猫マッチングサイトで日本一の規模に成長。その他メディアでの情報発信や支援企画も積極的に実施。現在は同社の執行役員COO兼OMUSUBI事業責任者として事業推進に従事。休日はシェルターボランティア活動を行う。

今本 成樹 氏

新庄動物病院 院長

北里大学卒業、東京大学農学部生命科学科大学院研究生課程を経て、新庄動物病院を開業。日本獣医学会(近畿)において犬の遺伝性疾患の研究で優秀研究褒賞を3度受賞。東日本大震災では、警戒区域内の動物救護を国からの許可を得て行う。その様子は多くのメディアで報道されアメリカのNational Evacuation Conferenceで講演。平成26年に全日本アマチュアボクシング社会人選手権にて優勝。

奥田 順之 氏

認定NPO法人人と動物の共生センター 理事長、獣医行動診療科認定医

2012年NPO法人人と動物の共生センター設立。適正飼育の普及のため、犬のしつけ教室ONELife/ぎふ動物行動クリニックを運営。2017年獣医行動診療科認定医取得。ペット産業の適正化を目指し、ペット関連企業や業界団体らと積極的に対話を行い、発刊物の監修や調査提言を行う。著書に「動物の精神科医が教える犬の咬みグセ解決塾」「ペット産業CSR白書-生体販売の社会的責任-」。

上山 琴美 氏

認定NPO法人キドックス 代表理事、社会福祉士、キャリアコンサルタント

筑波大学人間学類卒業。学生時代から非行少年や引きこもりの青年の支援活動や捨て犬の保護活動に携わり、アメリカのカリフォルニア州・オレゴン州で動物介在活動のプログラム研修を受けた後、2010年から日本で活動を開始。現在は茨城県土浦市にキドックスシェルターを、つくば市に保護犬と出会えるカフェキドックスカフェの2拠点を開設し、子ども若者と保護犬の支援活動を行っている。2012年にNPO法人化、2020年に認定NPO取得。

安野 舞子 氏

横浜国立大学 高大接続・全学教育推進センター 准教授

カリフォルニア大学ロサンゼルス校(UCLA)教育学大学院よりPh.D.(Education)。元々の専門分野は高等教育だが、近年、「人と動物の関係学」の分野でも研究を始め、「大学生のメンタルヘルスケアに有効な動物介在プログラムの構築」、「高齢者と伴侶動物の福祉を連携させるサポートシステムの構築」をテーマに国から補助金(科研費)を得て、「人と動物の幸せな共生社会」の実現に向けた調査研究活動を行っている。

1-2 提言書作成の目的

人と動物の共生社会への変化を加速する

本提言書は、本アドバイザリーボードから、AHBに向けた提言書です。本提言書では、本アドバイザリーボードが考える、理想的な人と動物の共生社会のビジョンを示すと共に、その実現に向けて、AHBが取り組むべき具体的な施策案について記載しています。

理想的な人と動物の共生社会創りには、多くの関係者の関与が必要であり、AHBという個別企業の変化のみでは実現しません。一方で、AHBは生体販売を行う企業として「動物と人間の幸せな共生社会に貢献すること」をミッションに掲げ、業界のリーディングカンパニーを目指す姿勢を打ち出しています。AHBの変化は、業界の変化に波及し、業界の変化は社会の変化に波及すると考えています。

本提言書では、AHBの変化を促すことを起点として、生体販売業界、そして、社会の変化を加速させていくことを目的としています。

1-3 提言書の位置づけ

発行者

本提言書は、AHBパートナードッグ & キャットプログラムにて設置された、アドバイザリーボードの活動の中で生まれた提言書です。執筆者・発行者は、AHBではなく、AHBより、動物愛護・福祉の専門家として依頼を受けた、アドバイザリーボードのメンバー6名です。そのため、AHBの立場を代弁するものではなく、アドバイザリーボードの意見を取りまとめた提言書です。

アドバイザリーボードの会議での議論内容と、本提言内容の整理

アドバイザリーボードでは、2020年12月～2022年5月にかけて、計6回の会議を開催し、AHBへの助言を行ってきました。

1回～4回にかけては、パートナードッグ & キャットプログラムの内容に対する議論を行っており、この内容については本提言書2部に概要を記載しております。詳細については、ホームページより議事録をご参照ください。

第5回、第6回については、理想的な人とペットの共生社会のビジョンとそれに向かうための具体的な施策について検討し、本提言書の3部として取りまとめています。

提言先

本提言書は、本アドバイザリーボードより、AHBに対して提出されるものです。AHBは、生体販売を行う企業として「動物と人間の幸せな共生社会に貢献すること」をミッションに掲げ、業界のリーディングカンパニーを目指す姿勢を打ち出しています。アドバイザリーボードの設置は、その姿勢を体現しようとする、社会の声を積極的に聴こう、取り入れようとする場であったと感じています。

アドバイザリーボードでは、AHBのそうした姿勢を真摯に受け止め、率直な意見、AHBにとって厳しい意見も出してきました。本提言書においても、AHBが業界をリードする期待を込め、AHBにとって厳しい提言についても忌憚なく記載し、AHBの変化・進化のきっかけとなる情報提供を行います。

提言書の公表

本アドバイザーボードがAHBに対して行った提言を社会に公表することは、AHBの経営の透明性を高めるという意味があります。消費者などの第三者が、AHBがアドバイザーボードからどのような提言を受けているのかを知り、提言を経営判断に活かしているかどうかという視点から評価することは、社会が健全な企業を育成していく上で必要なプロセスであると考えています。

また、本提言書は、AHBに対する提言をまとめたものですが、その内容については、広く社会の人とペットの共生のあり方についても触れられたものとなっています。本提言書のように、理想的な人とペットの共生のビジョンや、そこに向かうために必要な施策等について総合的にまとめられた資料は少なく、公表することによって、多くの人が、理想的な人とペットの共生社会作りを考えるヒントになるのではないかと考えています。

1-4 提言書の内容

人と動物の共生社会のビジョンの具体化

人と動物の共生社会という言葉は、広く賛同できる響きを持っています。しかしながら、具体的にどのような状態が人と動物の共生社会と言えるのかというビジョンについては、広く共通した見解は示されていません。

本提言書では、本アドバイザーボードが考える、人と動物の共生社会の具体的なビジョンを記載することを試みます。人と動物の共生社会のビジョンは多様であり、本提言書のビジョンは一つの可能性に過ぎません。その可能性を示すことにより、人々のイメージを喚起し、人と動物の共生社会に向かう変化を促したいと考えています。

人と犬猫の出会いの在り方のビジョンの具体化

AHBは生体販売を行う企業であり、人々と犬猫の出会いをコーディネートすることが中核的な業務です。一方で、生体販売に関しては、ブリーダー等における劣悪な飼育環境について批判が集まっており、2021年6月には「第一種動物取扱業者及び第二種動物取扱業者が取り扱う動物の管理の方法等の基準を定める省令」が施行され、飼育環境等について、明確な数値による管理が行われるようになりました。

人と動物の共生社会の構成要素として、人と犬猫の出会いの在り方は重要な位置づけを占めます。本アドバイザーボードメンバーは、生体販売業界に属さない外部の専門家で構成されています。本提言書では、業界内部の意見ではなく、広く社会の声を反映した、将来の人と犬猫の出会いの在り方についてのビジョンを具体的に示します。同時に、そこに向かうために必要な変化について記載することで、AHBはじめ、生体販売企業等の変化を促します。

具体的提言

本提言書では、10年、20年という長期に渡る大きな変化の結果 生まれる理想的な社会像を示すだけでなく、その10年、20年の変化のきっかけになるような、直近1～2年以内に必要と思われる変化について、具体的な提言として取りまとめています。

ビジョンを絵に描いた餅で終わらせないための具体的な判断や行動が伴ってこそ、意味のある提言書になると考えています。必ずしも本提言書内にある提言通りに変化するとは考えていませんが、提言内容をヒントに、行動を起こしてもらうことが、将来の変化を生み出すきっかけになると考えています。

1-5 提言書の構成

第1部 本提言書の概要

本提言書の概要(作成の経緯、位置づけ、目的等)について取りまとめています。

第2部 パートナードッグ & キャットプログラムへの提言

第1回～第4回のアドバイザリーボードで実施した、パートナードッグ & キャットプログラムに対する提言について、その概要を取りまとめています。

第3部 理想的な人とペットの共生社会に向けた提言

本提言書の主要な内容となります。理想的な人とペットの共生社会のビジョン、理想的な人と犬猫の出会い方のビジョンを示すとともに、そこに向けてAHBが具体的にどのように行動していくことができるかについて、具体的な提案として取りまとめています。

第2部 パートナードッグ & キャットプログラムに関する提言

AHBは、2020年より、ブリーディング引退犬猫に新しい家族を探す『パートナードッグ & キャットプログラム』を生体販売を行う企業の責任として実施しています。しかしながら、新たな取り組みであることから、その内容は手探りであったため、適正な運営を行い、社会的責任を果たすために、アドバイザリーボードを設置し、助言を求めた経緯があります。

第2部では、アドバイザリーボードの第1回～第4回会議で実施した、パートナードッグ & キャットプログラムに対する助言・提言の内容について、その概要を取りまとめています。

§.2 パートナードッグ & キャットプログラム

2-1 パートナードッグ&キャットプログラム実施の経緯

AHBは、「動物と人間の幸せな共生社会に貢献すること」をミッションとし、事業を行っています。

近年、生体販売に関しては、繁殖に用いられる犬猫の飼養管理状態が問題視されてきました。2019年には動物愛護管理法が改正され、犬猫の飼養面積や、従業員1人あたりの飼養上限数、繁殖回数等を定めた数値基準の導入が決まり、2021年6月から施行されています。

こうした社会変化に際し、AHBがどのように生体販売を行う企業として社会的責任を果たすべきかについては、2019年の法改正や、2020年のアドバイザリーボード設置以前よりAHB社内で議論が行われていました。

2019年の法改正に前後し、数値基準導入後の大きな変化として、ブリーディングを引退した犬猫の行先がなくなることが指摘されてきました。ブリーディング引退犬猫について保護団体に引き取りを依頼するブリーダーの存在は、動物保護団体を中心に問題視されてきました。

ブリーディングを行う犬猫については、現役時代から十分にケアされ、ブリーダー自身で終生飼養ができない場合は、引退したら適切な家庭に譲渡されることが必要です。劣悪な環境で飼育され、心身ともに不健全な状態で動物保護団体に引き渡すことはあってはならないことです。

AHBでは、こうした問題を解決する第一歩として、子犬子猫の販売だけでなく、ブリーディングを引退した犬猫を新しい家族にマッチングする事業が必要であると考え、2020年3月より「パートナードッグ & キャットプログラム」を開始しました。

そして、同プログラムを、より適正に運営し、社会から求められる責任を果たしていくことを目的に、2020年11月に「アドバイザリーボード」が設置されました。

2-2 パートナードッグ & キャットプログラムとは

本プログラムは、繁殖を引退した犬猫や、販売に適さない犬猫の、新しい家族との出会いをコーディネートする取り組みです。本プログラムでは、繁殖を引退した犬猫のことを、パートナードッグ・パートナーキャットと呼び、ホームページや店頭での展示を通じて、飼い主への紹介を行っています。

AHBでは、2022年3月現在122店舗の「ペットプラス」、1店舗のパートナードッグ & キャット専門店「パートナープラス」を運営しており、全ての店舗でパートナードッグ & キャットをお迎えできる体制となっています。

2020年3月の開始から、2022年2月までの2年間に、全国で607頭のパートナードッグ & キャットが、新しい家族に迎えられています。

尚、新しい飼い主が決まった際には、飼い主に対し、プログラム実施経費として、1頭あたり、犬98,000円、猫88,000円を負担いただく形となっています。

2-3 アドバイザリーボード実施以前のAHBの課題意識

AHBはパートナードッグ & キャットプログラムを実施するにあたり、社会から同プログラムが、保護団体の行っている譲渡活動に類似した取り組みであると認識されるという観点、生体販売について社会に厳しい意見が多く存在するという観点から、適正な運営と社会的責任を果たすためには第三者的なアドバイザーの存在が必要であると判断し、アドバイザリーボードを設置しました。

アドバイザリーボード設置以前に、AHBが抱いていた課題意識の中心は保護活動との混同という観点でした。近年、「保護犬」「保護猫」の存在の認知度が向上したことにより、「保護犬」「保護猫」を迎えようとする飼い主も増えています。一方で、一般の皆様には、保護活動が扱う「保護犬」「保護猫」と、繁殖引退犬猫の境界はあいまいで、同一視される方も少なくありません。

本プログラムではブリーディングを引退した犬猫を対象にしており、保護犬・保護猫の譲渡促進プログラムではありません。AHBが企業の社会的責任として取り組むプログラムです。保護活動との境界を明確にし、それを飼い主や社会にも理解してもらうということが、AHBの当初抱いていた課題意識でした。

また、繁殖引退犬猫を適正にマッチングしていくためには、どのようなノウハウが必要かという部分については、これまで保護活動を実施されてきた方から学ぶ必要があると考えており、保護活動・譲渡活動に関係する方にアドバイザーを依頼した経緯があります。

そして、パートナードッグ & キャットプログラムが、適正に運営され、社会的責任を果たすために、あらゆる懸念事項をアドバイザーから聴き、対応して行かなければならないという課題意識がありました。

§.3 アドバイザリーボードにおける議論

3-1 各回の実施項目

アドバイザリーボード1回～4回会議では、AHBから相談したい事項に対して提示し、その内容について、アドバイザーからのアドバイスをを行いました。各回のテーマは以下の通りです。

	実施日	テーマ
第1回	2020年12月24日	パートナーシップ&キャットプログラムに対する期待と懸念、プログラムに対するAHBの基本姿勢に関する検討
第2回	2021年3月2日	情報公開の方針と、社会とのコミュニケーションの在り方について
第3回	2021年5月27日	新設するケアセンターの構造等に関する報告、および「募集～マッチング～アフターケア」のプロセスについて
第4回	2021年7月29日	飼い主様が終生責任を果たすことをサポートするための保障サービス、および、ブリーダーにおける動物福祉の向上に向けた取り組みについて

3-2 第1回実施内容

概要

●テーマ

パートナーシップ & キャットプログラムに対する期待と懸念、プログラムに対するAHBの基本姿勢に関する検討

●概要

本プログラムの実施内容・展望をAHBからアドバイザーに説明し、会議実施時点における本プログラムに対する期待と懸念についての洗い出し、AHBの本プログラムに対する基本姿勢、実施経費についての討議を行いました。

●議事内容の公開

議事要旨についてはAHBのWEBサイト内で公開されています。

https://www.ahb.jpn.com/press_releases/6208

AHBからの本プログラムに関する説明

AHBより本プログラムに関して、保護団体がこれまでに行ってきた保護活動のイメージを棄損するような取り組みにしないために、「保護犬」「保護猫」「シェルター」などの用語を用いないことや、ブリーディング引退犬猫を扱っていることを飼い主に分かりやすく説明するようにするなど、本プログラムに対する基本姿勢の説明がありました。また、第1回会議実施時点でのパートナーシップ & キャットプログラムの実施状況について説明がありました。

アドバイザーからの意見(抜粋)

- 情報発信の方法
 - 「保護犬」「保護猫」というワードに逃げず、ブリーディング引退犬猫であることを明示すべき。「譲渡」「シェルター」という言葉も適切ではない。
 - ブリーディング引退犬猫であることを明示することは、一般の飼い主に、そうした存在を認知させることにつながる。
 - SNSなどでは否定的な反応も少なくない。AHBの意図が伝わる方法で、社会への発信を行うべきである。発信の方法には工夫と配慮が必要である。
 - AHBが本プログラムを通じて、生体販売のあるべき姿を社会に提言していく姿勢で、情報公開を行っていくべき。
- 実施経費／プログラムの持続可能性に関して
 - 犬98,000円、猫88,000円は、保護団体と比較すれば安くなく、人件費含め、どのような費用に使われているか明示し、透明性を担保すべき。可能であれば、本プログラム単体の会計報告は出したほうが良い。
 - 98,000円が比較的高いため、「営利の追求」として捉えられることを危惧する。納得感のある説明が欲しい。
 - ケアを行う部分に経費をかけることは間違っていない。そこに付加価値が生まれる。他の企業が行う、類似の取り組みとの差別化にもなる。
 - この価格で持続可能なのか。1年目はこの価格で良いと思うが、2年目以降で実際の経費の状況を見て見直す形が良いのではないか。
 - 非営利団体では、寄付があったり、ボランティアの手があるため、譲渡費用としては、本プログラムの実施経費負担に比べ安くなるわけだが、その部分を理解してもらえるかはわからない。
 - パートナードッグ&キャットの引き渡し後のアフターサービスで利益を生み出せないか。
- ブリーダーとの関係に関して
 - 本プログラムに関連してブリーダーの情報公開の必要性も出てくる。その際にブリーダーとの関係の変化や、ブリーダーへの働きかけの必要性が出てくる。
 - ブリーダーから無料で引き取ることで、ブリーダーを助けているだけでは、飼育環境の質の改善につながらない。引き取るブリーダーの基準を設ける、優良なブリーダーのみ支援するなど、ブリーダーの質を向上する取り組みとすべきである。
 - 動物愛護管理法よりも厳しいAHBの独自の基準を求めたい。基準を守っているブリーダーからだけ我々は引き取っていますという姿勢が望ましい。
 - 優良なブリーダーを支援するという意味では、そうしたブリーダーからのみ引き取るようにできないか。
 - 第三者評価が行える仕組みを作れると良い
- 実施内容について
 - ウェルネスセンター(犬猫のケアを行う施設)の運営が重要。身体のケアを行うと同時に適切なトレーニングを実施すべき。
 - 治る見込みのない、苦痛を伴う疾患がある犬猫を引き受けることになった場合は、安楽殺も検討しなければならないが、その際は、動物福祉に精通したアドバイザーと獣医師の意見を考慮すべき。
 - 高齢者へのマッチングは、引き渡し後のアフターフォローを充実させる必要がある。飼えなくなった場合の保証も含めて検討すべき。
 - 引き渡し後に高額な医療費がかかることもあるため、事前の説明を徹底し、注意すべき。ペット保険の活用も合わせて検討すべき。

3-3 第2回実施内容

概要

●テーマ

情報公開の方針と、社会とのコミュニケーションの在り方について

●概要

第2回会議では、「本プログラムに対する社会の反応から考える社会的コミュニケーションのあり方」をテーマに討議を行いました。本プログラムに対する社会の反応は、拒絶～応援まで幅広く考えられます。AHBは、なぜ拒絶(批判)されるのかという現実に向き合う姿勢が求められています。そのうえで、広く応援(共感)を得られるようにするためには、これまでのやり方を変えていくことが必要です。

このような問題意識から、AHBがどのような姿勢で社会とのコミュニケーションを行い、本プログラムを進めていくべきかについて討議しました。

●議事内容の公開

議事要旨についてはAHBのWEBサイト内で公開されています。

https://www.ahb.jp/press_releases/6443

アドバイザーからの意見(抜粋)

- 社会から寄せられる可能性のある嫌悪的な反応
 - 生体販売ビジネス自体への不信感
 - 「ペットショップのプログラムだから信用できない。」「命をお金で売買することに対して嫌悪感がある」という意見は少なくない。
 - 本プログラムが意義のあるものであっても、感情的に受け入れられない人はいる。
 - それでも、対話は絶対に諦めてはいけない。対話を行い、背景や理由を説明すれば理解してくれる人がいるだろう。
 - プログラム内容に対する疑念
 - どんなブリーダーで、どんな環境から来た子が明示されなければ、不適切なブリーダーを助けているのではないかという疑念につながる
 - 数値基準を守れていないブリーダーをサポートすると息が長くなってしまいうという懸念がある
 - ホームページ上で個体の情報の掲載量が少ないことで、健康状態での問題や行動面での問題がある犬猫を、情報を知らされずに押しつけられるのではないかという疑念につながる。
 - 対象が引退犬猫なのか、売れ残りなのか、店頭に出なかった子なのか。対象の定義を明確にする必要がある。
 - 店頭で売れ残った個体は本プログラムでは取り扱わない
 - 例えばプードルの場合、ふわふわをイメージするが、毛穴が弱ってきているとふわふわにならないこともある。期待と現実のギャップがあったときに、「健康上問題のある犬を押し付けられた」という感情になるだろう。
 - 新しい飼い主さんに負担いただくプログラム実施経費の金額設定(犬98,000円/猫88,000円)については、企業が継続した活動をするために必要な経費であることは納得できるが、保護団体との比較となると「高い」という印象を与えるだろう。

- アドバイザーがAHBや業界に忖度しているのではないか、あるいはアドバイザーが助言しても取り入れられていないのではないかという疑念に応える必要がある。
- 社会から寄せられる可能性のある、共感・応援的反応
 - 情報公開への賛同
 - 繁殖引退犬猫やハンディキャップ犬猫という、生体販売の裏側もきちんと公開していくことが大切である。
 - 繁殖引退犬猫の存在を世に知らしめることは重要
 - ペットショップの新たな形、未来のペットショップの形作りに向けて取り組んでいるプログラムだということが大事
 - このプログラムは、長期的な目線がないと共感しづらい面はあるだろう。10年後のスタンダードを目指すプログラム。実績を積み重ねていくことで信頼を得ていく必要がある。
 - 反対意見を聴く姿勢
 - 反対する方に意見交換の場に参加してもらいたい。
 - 「プログラムはまだ未熟で、変化する可能性を持っている、これが完成形ではない」と打ち出して、「皆さんからの意見をください」と伝え、結果良いモデルになったという形がよいだろう。
- プログラム案に対する具体的な改善提案
 - ブリーダーとの連携
 - 数値基準よりも一段厳しい基準を示し、それに則ったブリーダーとだけ連携すべきである。
 - 情報発信
 - 連携するブリーダーの想いがHPで紹介されることがとても大切
 - 責任を果たすというスタンスは基本的に重要だが、それよりも繁殖犬猫の第二の人生を応援するというスタンスを伝えたい。
 - 繁殖犬猫の特徴 やメリットデメリットを丁寧に説明し理解を得る必要がある。
 - 審査基準や審査のプロセスを明示すべき。
 - プログラム実施経費については、企業がやる以上、人件費含め様々なコストがかかることは理解できるが、社会の納得を得るためには、必要な経費であることをわかりやすく説明できるとよい。
 - 「保護犬猫」は使わないとのことだが「譲渡」「シェルター」なども使うべきではない。
 - 文字が多いと読んでもらえないので、プログラムの象徴となるような、10箇条を作るといいのではないか。
 - 対話の場
 - 反対意見も含め、様々な人から話を聴く会を行うべき。
 - 実施プロセス
 - トライアルもなしでその場で連れて帰るといった部分は、今後プロセスを検討していかなければならない。
 - アフターチェックの仕組みを作るために、例えば、1年後にアンケートをとるといったのも良いだろう。

3-4 第3回実施内容

概要

●テーマ

「募集～マッチング～アフターケア」のプロセスについて

●概要

第3回会議では、「本プログラムの「募集～マッチング～アフターケア」のプロセスについて」をテーマに討議を行いました。

AHBから現在の流れについての説明を受け、アドバイザーからの意見を伺いました。特に審査とホームステイの流れについては、第3回会議前の時点で整理が曖昧だった部分が見られたため、会議内で助言を行いました。既に多くの箇所改善を行っていただいています。

●議事内容の公開

議事要旨についてはAHBのWEBサイト内で公開されています。

https://www.ahb.jpn.com/press_releases/6943

アドバイザーからの意見(抜粋)

- 情報公開の方法
 - 現在のWEB上での表示内容では、細かな情報がほとんどわからない。採用システム上の限界という話もあったが、システム改修を含めて情報を開示する方法を考えた方が良い
 - 各個体の情報を細かく示すには、「ブリーダーからの引き取り時に、このようなヒアリングシートを私たちは使用しています」とヒアリングシートのフォーマットを示し、「お問い合わせいただいた方には一つ一つ丁寧に説明します」とすると透明性も保てるのではないかと
- 声帯除去／断尾断耳
 - 「パートナードッグ & キャットプログラムでは声帯除去を行った犬は扱いません」と表明することはできないか？
 - 本プログラム内では扱わないとなった場合でも、類似の取り組みでは声帯除去していても引き取ってもらえるとなると「AHBだけで抑止力になるのか？」という疑問はある
 - 引き取りの際に、該当の犬が声帯除去されていた場合、その子は引き取るがブリーダーには注意をしていくという方法もある
 - 「ここを境にやめます」ということを決めないといけない。例えば、既に審議会でも声帯除去は虐待ではないかという議論が上がっている
 - 海外も含めた動物福祉の流れとして、断尾・断耳と同じで声帯除去も行わない方向に進めていくべきだろう。
 - 店舗で声帯除去された犬を見たお客様は可哀想だと思うだろうし、AHBはこういうブリーダーと提携しているんだと思ってショックを受ける方も多いと思う。
- マッチング
 - マッチングと審査は違う。マッチングとはその犬猫の特性と希望者のライフスタイル・飼育スキルを比較検討して、より適切な組み合わせに沿って提案していくこと。初めて犬を飼う家庭であれば、お散歩時にあまり引っ張らない子にするとか。アクティブに過ごしたい家に老犬では合わないかもしれない。

- 審査はマッチングが成立した後に行うこと。しっかりマッチングがされていれば 審査は通りやすくなる。
- 審査項目の内容が少なくて薄い。これでは相手の状況がわからない。
- 審査については審査体制について明示すべき。担当者の意思に振り回される べきではない。
- マッチングにはスタッフの技量が必要になる。スタッフ育成が非常に重要。
- マッチングと審査については様々な課題があるが、解決するには今のシステム だとなかなか難しい面もあるだろう。このサイトのプログラム自体をどこまで今 後作り込むのか考えていくべき。
- アフターフォロー
 - アフターフォローが重要。今は電話しかしていないかもしれないが、色々なツ ールが開発されており活用できる。他社ではLINEを使っているところもある。ZOO MなどのWEBミーティングツールをWEBマッチングに用いているとのことだった が、アフターフォローでも使用して顧客との関係性を強めていくと、その後の別の サービスに繋がっていくのでは？
 - プレゼントをして店舗に来てもらうなど、飼い主さんにメリットのある方法で、飼い 主さんとのエンゲージメントを高めていくべき
- 新たな価値創造の可能性
 - パートナー専門の店舗があれば、成犬・成猫のマッチングのノウハウが蓄積され ていく。そうすると、万が一の引き取り保障のサービスが作りやすくなるのではな いか？
 - 例えば、年間1～2万円を積み立ててもらい、万が一飼えなくなった場合に引き取 るという仕組み。飼えなくなるということは、高齢の方だけでなく事故や病気で若 い方でも突然起こる。飼い主さんも予測できないことは多い。
 - 最期まで飼う責任を果たすという意味でも保障に入ることが責任になる。
 - 本プログラムも65歳以上の方で保証人がいなければ、お迎え不可となっている が、それも保障サービスがあれば変わるだろう。飼育困難のリスクを分散させる ことができる。
- 生体販売のあり方の改革
 - 犬猫を選ぶのではなく、迎えたい方に情報を登録してもらって、その方のニー ズにあった犬猫が入舎した時にお知らせ・紹介するような形も考えられる。
 - 希望者の事前登録・提案型のマッチングが充実して回っていくようになれば、理 想的には子犬・子猫の販売も受注生産に切り替えることができるのではないかと？

3-5 第4回実施内容

概要

●テーマ

情報公開の方針と、社会とのコミュニケーションの在り方について

●概要

第4回会議では、パートナードッグ&キャットプログラムに関連し、AHBが実施を検討している事業、①飼い主様が終生責任を果たすことをサポートするための保障サービス(パートナープラスパック)、②保障サービスの利益を活用したブリーダーにおける動物福祉の向上に向けた取り組みについての討議を行いました。

●議事内容の公開

議事要旨についてはAHBのWEBサイト内で公開されています。

https://www.ahb.jpn.com/press_releases/7277

アドバイザーからの意見(抜粋)

- パートナープラスパックのビジネスモデルについて
 - 終生飼養の定義を明確にしないと、この引き取りサポートが悪に見えることがある。一人の飼い主が最期まで飼うという自己責任論はいまだに根強いが、超高齢社会の中で現実的ではない。社会全体で終生飼養し、犬猫を幸せにしていこうという意図を打ち出していくべき
 - 高齢者の飼いたいというニーズには応えてあげてほしい。義理の両親は二人で住んでいて70代後半。しっかり飼える人であれば、飼育はできる。保障があればニーズに応えられる。
 - 入院時や、災害時にも、預けることができる保障は心強いが、現在のサービス内容だと1か月のうち2週間の期間のみ預けることができるとなっている。実際は1か月間連続で預かることもあるだろうから、プラス数百円で預かり期間を延長できるようにすると尚よいのではないか。
- パートナープラスパックでの引き取り基準について
 - 引き取りについては、サービス加入者から依頼されたら、飼えなくなった理由がどのような理由であっても引き取らざるを得ないだろう。でなければ、「保健所に連れていきます」と言われる。
 - 悪用する人がいるかもしれない。高齢になって治療費がかかるから引き取ってもらおうという人がいても引き取るべきなのか？
 - 引き取り基準を上げれば上げるほど捨てられる(保健所に持ち込む、遺棄される)ため、上げない方が良いただろう。
 - 基本的には全て引き取らざるを得ないが、手放さなければならない理由をしっかりとヒアリングし、実際に引き取るかどうかは個別に判断していくべきである。
 - 理由を聞いておくことで、実際にどの程度の不適切な利用があったかが見える化できる。
- ブリーダーにおける動物福祉の向上のための施策について
 - ブリーダー支援の目的
 - ブリーダー支援の目的は、ペット業界における動物福祉の向上にある
 - なぜブリーダーを支援するのかを説明しなければならない

- 一般的には、ブリーダー支援よりも保護団体に寄付してほしいという感覚になる。
- 支援をするという事であれば、基準を作り、正しい繁殖を行っているブリーダーを支援しなければならない。
- 例えば声帯除去は動物福祉の観点から行うべきではない。正しい繁殖を行っているブリーダーのみを支援すべき。
- ブリーダーのニーズ
 - ブリーダーのニーズが十分に把握されておらず、アドバイザーのなかにブリーダーがいないので、まずは、ブリーダーのニーズ調査を行うべきではないか。
- 獣医師派遣の必要性
 - 獣医師の派遣は支援になるだろう。
 - AHB が基準を作り、基準の実施状況を確認する目的で AHB から獣医師を派遣すべき。
 - パートナープラスパックの収入から、基金をつくり、第三者的に動ける場、業界の忖度が入らず専門家が協議する場所が必要。
 - 獣医師の派遣は、ブリーダーに対するサービスになり、ブリーダーの評価の体制にもなる。
 - 考え方を合わせて協力できるブリーダーとの取り組みを先行してやるのがよいのではないか。
- 動物福祉行動に向けた全般的な取り組み
 - 何をすればブリーダーだけでなくペット業界全体としての福祉が向上するのかをもっと考えた方がよい。
 - 新型のエンリッチモデルとして、店舗の作り方やケージの作り方を模索するのにパートナープラスではやりやすいのではないか。
 - 動物の心理的健康も含めた店舗設計も考えられると良い
 - 環境省が実施するようなシンポジウムを開催する。ペット業界の動物福祉に関するシンポジウムも面白い。営利企業がやりそうにないことにチャレンジする。

第3部 人とペットが共生する理想的な社会作りに関する提言

第3部では、人とペットを取り巻く様々な課題の現状認識、今後の社会の変化の予測、理想的な人とペットの共生社会のあり方のビジョン、理想的な人と犬猫の出会いのあり方についてのビジョンを示すと共に、そこに向かうために、AHBが具体的に実施すべき取り組みの提案について取りまとめています。

いずれも、アドバイザリーボードの見解であり、絶対的な正解を示すようなものではありません。特に理想的なビジョンはあくまでも一つの可能性であり、理想の形は人によって様々であると理解しています。

本提言書の目的は、AHBの中で具体的な変化・新たな取り組みへの挑戦を促すことです。取り組みを促す上では、その取り組みがどんな未来につながると考えているのかを示す必要があります。そこで第3部では、できるだけ詳細に未来の状況をイメージできるように、理想的なビジョンを示すと共に、具体的にAHBが行動可能な提案を行うことを意識して記載しています。

§.4 現状認識

4-1 現状認識の概要

少子高齢化、孤立無縁社会が進行する中で、生活困窮者に絡むペットの問題では、本人には公的扶助があるものの、ペットに関しては制度の枠外であり、対応に苦慮する場面があります。これは、ペットは「個人の所有物」「個人の趣味趣向の範囲」と捉えられており、ペットへの対応は公的扶助の制度の中に組み込まれていないという現状が背景にあります。

同様に、ペット防災に関しても、指定避難所でのペットの飼育場所は、一部避難所でのみ検討されている状況であり、広く社会にペットやペット飼育をしている飼い主が受け入れられているわけではないと言えます。

一方、飼育困難のリスクから、保護団体や行政で、高齢者等への譲渡を制限することがありますが、それにより、経済的・社会的に恵まれていなければ、本人が希望していてもペットと暮らすことができないという、ペット格差が広がっています。

生体販売については、継続的に劣悪な飼育環境への指摘がなされていますが、劣悪な飼育環境そのものだけでなく、ペットショップの店頭で親犬親猫の実態がつかめない、透明性が低い事についても大きな課題です。近年の傾向として、繁殖引退犬猫を新しい飼い主につなげる取り組みが加速しており、結果として、生体販売と保護活動の同質化が進んでいます。

より広く社会全体の傾向として、「ペットは家族」という認識は定着したものの、社会一般の動物に対する理解や、飼い主教育については、不十分であると考えています。

4-2 広がるペット格差

孤立無縁社会が進行し、経済的格差が広がる日本において、経済的にもコミュニティ的にも豊かな人がペットを飼うことができる社会になっています。1頭当たりの平均飼育費用は堅調に増加しているだけでなく、保護団体の譲渡活動では高齢者や独身者への譲渡を制限することがあるなど、経済的に貧しかったり、社会的なつながりに乏しく孤立している人はペットを飼いにくい社会になっています。社会的に孤立した方が、自宅内で犬や猫を過剰に繁殖させてしまい、多頭飼育崩壊を起こす事例も報告されていますが、そうした方から単にペットを取り上げることが、豊かな社会であるとは言えないでしょう。

4-3 公助・セーフティネットの未整備

高齢者の入院や死亡による飼育放棄や、多頭飼育崩壊など、ペット飼育の課題が発生した際には、動物保護団体等が解決の中心となっています。

多頭飼育崩壊は、社会的なつながりが乏しい、障害を持っているといった、生きづらさを抱えた方が、動物を飼育することで、結果として問題に発展することが多くあります。そのため、行政や社会福祉を担う事業者と動物保護団体等が連携しサポートを行うことが解決には必要であると指摘されています。

高齢者の入院等による飼育困難についても、ケアマネージャー等がサポートに入っているにもかかわらず、動物そのものへの支援は介護福祉制度の枠外であることから、解決に困難を生じる場面が少なくないと聞きます。

今後加速度的に進行する、独居高齢者の増加等の社会的変化を受けて、支援の必要な事案が増加することが考えられます。現状では、そうした飼育者が飼育困難に陥った際に頼ることのできるセーフティネットの整備が十分でなく、今後取り組みが求められていくでしょう。

注)セーフティネットとは:万一の事態に備えて整えておく、最低限の生活保障や社会保険などの仕組み。

4-4 生体販売・流通の課題

生体販売に関しては、一部のブリーダーによる劣悪な飼育環境が問題視されています。2021年6月からは、いわゆる数値規制の段階的な施行が始まっています。親犬親猫の福祉を適切なものにしていくことは急務です。さらに、親犬親猫に対し、適正な飼育がなされていなければ、その影響は子犬子猫にもおよび、正常な行動発達を阻害します。結果として問題行動を増やし、飼い主の負担を増大させます。

劣悪な飼育環境そのものが問題であることもさることながら、その実態がつかめない、透明性が低いことも大きな課題です。消費者が、ペットショップの店頭で、その子犬子猫の親犬親猫がどのような環境で飼育されているか確認する術はありません。ペットショップのスタッフでも、親犬親猫の写真すら見たことがないとも聞きます。

また、子犬子猫の店頭展示販売については、子犬子猫の行動発達に最も重要とされる社会化期に、十分な社会化が実施できるかどうかは大きな課題です。

4-5 生体販売と保護活動の同質化

2019年の動物愛護管理法改正、2021年の数値基準の段階的施行により、AHBを含めた生体販売関係事業者が、繁殖を引退した犬猫に新しい飼い主を見つける取り組みを開始しています。繁殖引退犬猫の終生飼育は、生体販売事業者の責任であり、新しい飼い主を見つけることも含めて事業の一環であるべきで、当然実施すべき事業であり、慈善事業ではありません。

しかしながら、繁殖引退犬猫であることをつまびらかにせず、「保護犬」「保護猫」と称し、「里親募集」を行う事業者もいます。こうした行為は、保護団体やボランティアがこれまでに築いてきた保護活動のイメージを、盗用する行為であり、不適切と言わざるを得ません。

一方で、保護団体がブリーダーから繁殖引退犬猫を保護し、譲渡活動を行う場面も増えてきています。ブリーダーの営業が継続されている状態での、保護団体による繁殖引退犬猫の保護・譲渡は、結果として、悪質なブリーダーの営業継続を助けているとの批判が見られます。また、繁殖引退犬猫の譲渡手数料を元に、事業を運営する団体もあります。このように、一部の保護団体は、事実として生体販売の責任を補完する存在になっている現状があります。

また、一部ペットショップでは、子犬子猫の生体販売を中止し、保護団体の譲渡会会場として提供する施設も見られます。AHBをはじめとして、ペットショップを運営する企業が子犬子猫の展示ではなく、繁殖引退犬猫の展示に切り替える店舗も見られます。

生体販売業者と保護団体は、共に、飼い主と犬猫のマッチングを行うことを活動としており、徐々に両者の取り組みの垣根がなくなってきていると言えます。

4-6 動物への理解、犬猫との関わり方の教育・文化の未成熟

社会一般に動物に対する理解が深まること、適切な動物との接し方・付き合い方が文化として定着することは、一朝一夕になされるものではありません。

1990年代からのペットブームを受け、「ペットは家族の一員」として、飼っている人にとっては身近な存在になったものの、飼っていない人にとっては、動物と接する機会は乏しく、遠い存在のままであると考えられます。また、犬猫を飼っている人にとっては、犬猫は身近な存在ではあるものの、飼育マナーの問題、問題行動の発生、飼育放棄などの課題が散見され、飼い主教育が十分に進んでいるとは言えません。

飼い主以外の方にとってはもちろんのこと、飼い主であっても、動物自身の感情を読み取り、その感情に寄り添うという姿勢や、動物の尊厳を尊重するという態度は、個人個人の経験等によって差が大きい現状があります。

動物の生態の理解度や、動物の尊厳の尊重の態度は、各個人の経験に影響を受けています。都市化による自然や動物と触れ合う機会の減少、経済格差によるペットを飼育できない家庭の増加、野良犬野良猫の減少、初等教育での学校動物飼育の減少など、動物と関わる機会のある人となない人がはっきり分かれる社会になっていると言えます。

§.5 今後の社会の変化の予測

5-1 少子高齢化・人口減少の進展

日本の人口減は2011年に始まったとされ、今後も長期にわたり人口の減少が見込まれています。2045年の人口は1億642万人と推計されており、2015年の1億2,709万人から2,000万人以上減少する見通しです。また、日本においては少子高齢化が顕著で、全人口に占める15歳未満人口の割合は12.5%(2015年)から10.7%(2045年)に減少する一方で、65歳以上人口の割合は26.6%(2015年)から36.8%(2045年)に大きく増加します。2045年には1人の高齢者を1.4人の生産年齢人口(15-64歳)で支える時代の到来が見込まれます。

2040年には世帯主が65歳以上の「高齢世帯」のうち40%が一人暮らしとなります。東京都で45%超となるのを筆頭に、すべての都道府県で30%を超える見込みです。

このような社会構造の中で、一人暮らしをはじめ、高齢者のみの世帯を支えながら社会を回していく視点が不可欠です。人とペットの共生という観点から見ても、高齢者とペットの共生を支えながら、高齢者のみの世帯を支えることも含めた事業活動が、企業やNPOに強く求められていくでしょう。

5-2 格差の拡大

日本においては、格差の指標である金融資産のジニ係数は、長期的に上昇傾向にあります。金融資産格差・所得格差は、未婚者・単身者を増加させ、少子化を加速させています。親世代の所得格差は、子どもたちに教育格差を生み、格差の固定化が起こっています。このような格差の広がりが今後も続くかどうか、格差が固定化されていくかどうかは、政府の経済政策や、企業経営の在り方に大いに影響される側面があります。

世帯間の格差は、ペット飼育の可能性にも影響を与えます。ペット飼育にはお金も時間もかかり、比較的裕福な世帯の方が飼育しやすくなっています。経済的に余裕のない世帯は、ペット飼育を行っていく状態にあります。

一部の人がしかペットを飼育できない社会が、理想的な人とペットの共生社会とは言いにくいでしょう。格差が拡大していくという背景があるからこそ、経済的に恵まれていなくても、ペットとの関わりを得ることができるような支援が必要とされるようになるのではないかと考えられます。

注)ジニ係数:所得などの分布の均等度合を示す指標。ジニ係数の値は0から1の間をとり、係数が0に近づくほど所得格差が小さく、1に近づくほど所得格差が拡大していることを示す。一般に0.5を超えると所得格差がかなり高い状態。

5-3 動物愛護・福祉への意識向上

近年、動物愛護・動物福祉に関する関心は高まってきています。ネットメディアやSNSを中心に、動物愛護・福祉に関する記事が頻繁にシェアされ、認知が拡大しています。動物保護団体等によるクラウドファンディングでは、多くの支援が集まり、動物関連活動に対する寄付文化は根付き始めていると言えます。2021年1月1日～12月31日の1年間に認証されたNPO法人1406法人のうち、49法人(3.5%)が動物に関わる活動を行う法人であり、市民活動の中でも大きな割合を占めるテーマとなっています。

このような動物愛護・動物福祉への関心の向上は、今後も継続して進行して行くと考えられます。現状では身近な動物であり、殺処分も行われている犬猫に注目が集まっていますが、そのほかの展示動物、畜産動物、実験動物、野生動物に関心が広がっていく事も考えられます。

さらに、動物愛護から、動物福祉に関心が移っていくとも考えられます。動物愛護とは、「人が動物を大切に思う気持ち」を指し、主観的なものです。動物福祉とは「動物が生きている状態の質」のことであり、動物福祉の向上とは「動物の生活の質を、客観的に評価し、改善する」ことを指します。現在、動物福祉という言葉そのものは認知が拡大していますが、今後は動物福祉の概念について認知されていく段階になると考えられます。

5-4 CSRとしての動物福祉への取り組みの増加

犬猫に限らない動物への関心が高まり、動物福祉についての理解が深まることで、企業に対する動物福祉の要求も高くなっていくと考えられます。企業が社会的責任として、動物福祉への取り組みを加速させていくことになるでしょう。

例えば畜産動物の福祉についての理解が深まることで、鶏卵について、ケージフリー（平飼い卵）を優先的に購入する人が増えていくと考えられます。豚・牛については、豚の妊娠ストールの不使用や、放牧制限をしないといった対応が求められるようになっていくでしょう。また、肉や卵などの動物性食品の消費量を削減しようという運動も活発化すると思われます。さらには、代替肉の消費喚起も行われるかもしれません。また、化粧品や日用品については動物実験を行っていない事が求められるようになっていくでしょう。こうした社会からの要求に対して、各企業は社会的責任として事業の中で応えていくことが求められます。

同様に、動物福祉への関心が高まることで、犬猫の販売についても、社会からの要求は大きくなっていくと考えられます。犬猫の販売を行っているショッピングセンターや、ホームセンターなどが、消費者への期待に応える形で、犬猫の流通・販売場面における、動物福祉に関する指針を発表したり、そうした指針に沿った経営を行う事が求められるようになるでしょう。

注) CSR: 企業の社会的責任。Corporate Social Responsibilityの略。企業があらゆるステークホルダー（利害関係者のこと。消費者だけでなく、取引先、労働者、地域、環境など社会全体が含まれる）との交流の中で、自主的に、ステークホルダーの多様な要求に対して、適切な対応をとる事を指す。

注) 豚の妊娠ストール: 妊娠ストールとは、子豚を妊娠した母豚を単独飼育するための個別の檻のこと。狭い面積であり、回転することもできない。動物福祉を侵害する劣悪な飼育であると批判されている。EUやスイス、ニュージーランドなどは禁止している。

5-5 動愛法による規制強化、店頭展示販売の規制強化

2019年の動物愛護管理法の改正では、ブリーダーにおける飼養環境を適正化するための数値規制や、マイクロチップの挿入の義務化が行われました。数値規制は2021年6月に施行され、第一種動物取扱業については、経過措置を経て2024年に完全施行となります。動物愛護管理法改正は5年に1度という目安が示されていますが、完全施行後の状況を見てからの改正となると考えられることから、次回改正は2028年～2030年ごろになるのではないかと予測されます。

社会全体の動物愛護・福祉への意識向上を受けて、2019年の改正以後も、ペット産業に対する批判は大きい状況が続いています。当然ながら、次回の改正においても、ペット産業の規制強化を求める声は大きくなり、ペット産業に対するさらなる規制強化が進展すると考えられます。

フランスでは、2024年からペットショップでの犬・猫の販売や、水族館でのイルカ・シャチのショー、サーカスでの野生動物の使用、ミンクの養殖などが禁止される法案が可決されました。動物福祉向上を求める潮流は世界的なものであり、日本も例外ではありません。また、日本では、動物福祉政策については、海外を手本にすべきという意識も根強く、フランスの例を日本でも導入すべきとの意見は大きくなるでしょう。

こうした流れから、次回法改正の焦点として、犬猫以外の動物種に関する規制をどのように進めるかという点に加え、犬猫については店頭展示販売に関する規制について取り上げられるのではないかと考えられます。

現在、日本国内では、ブリーダーにおける飼育環境の適正化に注目が集まっています。店頭展示販売の規制は、『①店頭展示により社会化期の発達の機会を奪わないようにする』、という店頭展示の直接的なデメリットの観点だけでなく、『②ブリーダーの飼育施設に消費者の目を入れ、ブリーダーにおける繁殖育成環境を透明化する』ことを目的に行われると考えられます。子犬子猫の店頭展示販売を規制することにより、消費者が子犬子猫を迎えたい場合はブリーダーに直接訪問する、あるいは何らかの形でブリーダーとやり取りをする必要が生じます。消費者に見せられないような飼育をすることができないようにしていくことが必要な法改正が行われると考えられます。一方、保護団体の譲渡活動を規制することは避けなければならない観点から、成犬成猫の店頭展示は可能な法改正になるでしょう。

5-6 犬猫の出生頭数の減少

2019年の動物愛護管理法改正、2021年の数値規制の施行により、ブリーダーでは、従業員1人あたりに飼養できる犬猫の頭数、犬猫を飼養するための面積の基準が設けられました。この改正により、これまで従業員数や面積に比して、多数の犬猫を飼養していたブリーダーでは、飼養頭数を減らす必要に迫られるようになりました。

2024年までに第一種動物取扱業の規制が段階を追って施行されますが、その過程で、当然ながら、繁殖に用いる犬猫の頭数も減少し、結果として出生頭数も減少することが考えられます。ブリーダー業への新規参入や、ペットショップによる直営ブリーディング施設の開設も行われるでしょうが、ブリーダー全体の出生頭数は減少することが予測されます。

また、飼い主の犬猫の入手先として、保護団体の存在が大きくなってきていますが、ブリーダーの飼養規模が縮小することで、ブリーダーから保護団体に收容される犬猫の数も減少することが考えられます。

保護団体は、野外で繁殖した犬猫を保護する場合も多くあります。特に野外で繁殖する猫の数は多くいます。野外で死亡し遺体回収される猫の遺体数は、全国で推計29万頭(2019年)(NPO法人人と動物の共生センター,全国ロードキル調査,2021)にのぼり、殺処分数の約10倍です。野外での繁殖が、子猫の大きな供給源となっています。一方で、野外で死亡し遺体回収される猫の遺体数は、年々減少しており、2015年から2019年の5年間で21.6%減少しています。将来的には、野良猫の数は減少し、野良猫が産む子猫の数も減少するものと考えられます。

このように、ブリーダーでの出生数、野外で繁殖する猫の出生数が減少することで、日本全体の犬猫の出生数が減少すると考えられます。

§.6 理想的な未来の姿：人とペットの共生のビジョン

6-1 本章の前提

アドバイザーボードの考えるビジョン

本章では、アドバイザーボードが理想的だと考える、人とペットが共生した社会のビジョンについて記載します。人々が理想的だと考える未来は人それぞれであり、本提言書のビジョンも一つのアイデア・可能性です。

一方で、具体的なビジョンを示すことで、そこに向かう行動を明確化することができます。本章の狙いは、AHBが実施可能な具体的な提案の先に、どんな未来が待っていると考えているかを示す事です。

本章の記載について

本章の記載は、理想的な未来の社会像について記載しています。既に起こっている事実の記載ではありませんので、ご注意ください。

6-2 「家族の一員」から「社会の一員」へ

【理想的な未来の概要】

「ペットは家族の一員」という認識から、「ペットは社会の一員」と認識されるようになり、法令や制度の中でも動物の存在が考慮され、社会の中で受け入れられる存在になっている

理想的な未来 | 法令や制度に動物の存在が組み込まれる

- 住居、公共施設、交通などに関わる法令・計画の中に、ペットの存在を位置づける法改正が行われる
 - 都市公園法に、ドッグラン整備に関する条文が入る
 - 補助犬などの大型犬がいても、人も犬もが安心して歩けるゾーニングが行われる
 - 介護保険制度で、要支援者が飼育するペットの世話や対応について、介護報酬の支払い対象になる
 - 多くの指定避難所で、ペット同伴避難が可能になる
 - ペットと飼い主専用の避難所の整備が進む
 - 学校教育において、動物介在教育が浸透・拡充する

理想的な未来 | ペットや野良犬猫に関する迷惑行為・迷惑事案の減少

- ペットに関わる事業者による飼い主への情報提供の質が向上し、飼い主教育が浸透する
- 飼い主の常識が変化し、ノーリードで散歩する、糞尿を放置するといった、迷惑行為が全国的に減少し、ペット迷惑を感じている方の割合が減少する
- TNR等の野良犬・野良猫を減少させる取り組みが奏功し、野良犬・野良猫に関わる地域での迷惑が減少する
- 野良猫の減少により、野良猫を複数保護し、繁殖させてしまうことによって起こる、多頭飼育崩壊が減少する。
- 犬猫を好きではない方、嫌いな方にとっても、暮らしやすい社会になる

理想的な未来 | 「社会の担い手」として認識される

- ペットが人に与える、心身への健康の効果、地域コミュニケーションの潤滑油としての効果に対する認知が広がり、ペットの社会的存在価値が高く評価されている
- ペットは「個人の趣味趣向」という認識から、「社会の一員」という認識に変化し、「社会全体で護っていくべき対象」と認識されるようになっていく

6-3 地域・福祉・NPO・ペット産業の垣根を超えたセーフティネットの構築

【理想的な未来の概要】

ペットの命と生活を護るセーフティネットが整っており、飼い主が不慮の事故や病気などで飼育困難になった場合にあっても、ペットの心身のケアを行いながら、次の飼い主につなぐ体制が整っている社会

理想的な未来 | 地域包括ケアへの参画と相談窓口の整備

- 各地域の地域包括ケアシステムの中に、ペット関連のNPOや事業者が参画し、行政と共に飼育困難事案が深刻化する前にサポートに入る体制が構築されている
- 生活困窮世帯等のペット飼育に関する問題を相談できる行政やNPO等の窓口が整っている

理想的な未来 | セーフティネットへの多様な関係者の参画

- 飼育困難事案について、相談窓口が中心となる解決にあたっている
- ペットシッター、保護猫カフェ、保護団体、動物病院、ペットショップ等のペット事業者等との連携により解決を行っている
- ペットショップは、保護された犬猫に新しい飼い主を見つける役割で、セーフティネットに参画している

理想的な未来 | 多様な財源によるセーフティネットの運営

- セーフティネット機能の一部は、飼い主が万が一飼えなくなる事態に備える保険のようなサービスとして成立しており、加入する飼い主からの保険料が中核的な財源となっている
- こうしたサービスが、ペットショップや保護団体によって販売されている
- 一方で、完全に受益者負担のモデルではなく、多様な財源が活用されている
- 企業がセーフティネットのスポンサーとなったり、寄付つき商品を販売している
- 生活困窮者の支援は行政が担うべき役割でもあるとの側面から、一部税金による補助も行われている

6-4 誰もがペットと関わることのできる社会

【理想的な未来の概要】

高齢者だから、一人暮らしだから、経済的に恵まれていないから等、一人一人に様々な事情があっても、その人が望めば、ペットと関わることのできる居場所があり、ペットと過ごす恩恵を受けられるような社会

理想的な未来 | 高齢者でも安心して飼育できる社会に

- 高齢者が子犬子猫を迎えることはほぼなくなり、年齢の合った成犬成猫を迎えることが一般的になっている
- 成犬成猫であっても飼育困難に陥ることがあるが、前述のセーフティネットが整備されており、飼育困難時にも次の飼い主につなぐことができるようになっている

理想的な未来 | 飼わなくてもペットと関われる社会

- 「家庭に迎え飼育する」以外の方法で犬猫と関わることができる社会になっている
- 地域の高齢者の活躍の場となる保護猫・保護犬シェルターや、保護犬・保護猫カフェが運営され、高齢者が犬猫と共に過ごせる居場所が増加している
- 子どもが放課後過ごす居場所や学校外の活動の場で、犬猫と共に過ごせる居場所が用意されている

6-5 暮らしをサポートするペットショップのNPO化

【理想的な未来の概要】

ペットショップは営利事業だけを担う存在ではなく、非営利的な事業も行い、ペット飼育に関する総合的な相談窓口になっている社会

理想的な未来 | ペット飼育に関する相談や支援が行き交う場所に

- ペットショップが、ペットに関する飼育困難(多頭飼育崩壊、野良猫問題、高齢者の飼育問題等)に関する相談が寄せられる場所になっている
- 地域のNPO、社会福祉を担う団体、地域のペット関連事業者、獣医師会、行政と連携し、相談の解決を担っている
- ペットショップ＝営利というイメージが薄くなり、非営利と営利の垣根は低くなっている
- 他のNPOや事業者と共に、地域のペットとの暮らしを下支えする存在となっている

6-6 動物への理解の進展、そして、文化として根づく

【理想的な未来の概要】

様々な主体からの飼い主教育が徹底されたことで、飼い主を中心に、犬猫を中心とした動物の生態への理解、動物福祉への理解、実際の接し方に関する理解が進み、飼い主以外の人へも、動物への理解・倫理観・関わり方が、文化として伝播している社会

理想的な未来 | 飼い主や、飼い主以外の一般の人の理解の進展

- 無知による虐待行為や、嫌がっているのに一方的に可愛がる、衝動的に買うといった、動物の意志をないがしろにし、動物の尊厳を傷つける行為が減少する
- 動物の生態の理解に基づく、育て方、生活環境の整え方、しつけ方等が浸透し、日本の動物に対する文化として根づきはじめる

理想的な未来 | ペット事業者・従事者の理解の進展

- DXの進展により、専門学校教育や、社員教育が変化し、個人個人の業務形態・スキルに合わせた研修設計が可能になり、動物に関する知識や、飼い主教育のために必要な知識の学習効率が向上している

- 研修が、非日常的な業務ではなく、日常業務内に取り入れられ、情報を常にアップデートできる体制になっている

理想的な未来 | 初等教育でのペットとの関わり方の教育

- 初等教育での動物介在教育が浸透し、動物との付き合い方を学ぶ機会が増えている
- 小中学校の教科書に、動物福祉に関する記述が増える
- NPO等の啓発団体が、企業のスポンサーを得て、動物の生態や動物との付き合い方について学べる素材を作成し、学校に提供している

理想的な未来 | マスメディアの理解の進展

- 動物番組の倫理観が変化し、動物を支配するような表現や、動物の生態を理解せず過度に擬人化するような表現方法について自主規制が行われている
- 番組制作において、センシティブな動物を飼育する、撮影に使う動物を酷使するといった、動物福祉を侵害する扱いについて自主規制が行われている
- 自主規制が徹底されていない動物番組には、スポンサーがつかなくなっている

理想的な未来 | 企業からの発信の増加

- 大手小売業をはじめとして、直接動物の生体を扱っている企業が、自社の動物の取り扱いに関する声明を積極的に発信している
- 保険会社がペット防災に関する発信をする、自動車の会社が野生動物との共生について発信をするなど、直接的に動物に関係してない企業からも動物に関連した声明等の発信が増加している

注)本章の記載について

本章の記載はアドバイザリーボードのメンバーが理想と考えるビジョンであり、フィクションです。

§.7 理想的な未来の姿：人と犬猫の出会い方のビジョン

7-1 本章の前提

アドバイザーボードの考えるビジョン

本章では、アドバイザーボードが理想的だと考える、人と犬猫の出会い方のビジョンについて記載します。人々が理想的だと考える未来は人それぞれであり、本提言書のビジョンも一つのアイデア・可能性です。

一方で、具体的なビジョンを示すことで、そこに向かう行動を明確化することができます。本章の狙いは、AHBが実施可能な具体的な提案の先に、どんな未来が待っていると考えているかを示す事です。

本章の記載について

本章の記載は、理想的な未来の社会像について記載しています。既に起こっている事実の記載ではありませんので、ご注意ください。

7-2 犬猫が生まれる場所と需給バランスの変化

【理想的な未来の概要】

保護犬猫が減少し、ブリーダーにおいても繁殖数が減少する一方で、家庭で生まれる犬猫の数が増加し、犬猫の出生数と犬猫を迎えたい人の数が拮抗し、犬猫をきちんと飼育できる人であれば、無理なく迎えられる社会

※補足

保護犬猫が減少し、ブリーダーにおいても繁殖数が減少すると、日本全体の犬猫の出生数が減少することになります。犬猫の出生数が減少すると、犬猫を迎えたくても迎えられない人が多くなってしまいますが、それは理想的な未来とは言えません。

欧州では、ブリーダー規制の強い国に対して、規制の緩い国から犬猫を密輸する事態も発生しています。日本国内で需給のバランスがとれないと、密輸や密売等、犬猫が違法行為に用いられる可能性があります。

日本国内で需給のバランスがとれることが理想的であり、そのためには、動物福祉をしっかりと守った上で、家庭が繁殖に関わり、家庭で犬猫が生まれることが自然な社会になっていく必要があると考えます。

理想的な未来 | 殺処分数の減少と保護犬猫の減少

- TNR、地域猫活動、多頭飼育崩壊の予防、適正飼育方法の啓発、セーフティネットの整備等の施策により、保護しなければならない犬猫の数が減少する
- 殺処分される犬猫がほぼゼロになる
- 保護犬猫が減少する一方、保護犬猫を迎えようとする人は増え、譲渡が決まりやすい状態になっている

理想的な未来 | ブリーダーによる出生数の減少

- 2019年の動物愛護管理法改正により、数値基準が設定されたことや、様々な施策により、丁寧な繁殖が行われるようになる
- ブリーダー1施設あたりの出生数が減少し、日本国内のブリーダー全体でみても、出生数が減少する

理想的な未来 | 家庭での出生数の増加

- (7-3「命の誕生に関わる家庭の増加」に詳細を記載)

理想的な未来 | 迎えたい人が迎えられる社会

- 犬猫の出生数と、犬猫を迎えたい人の数が拮抗する
- 犬猫を迎えたい家庭では、適正飼育ができることを前提として、現実的な金銭的負担で犬猫を迎えることができている

7-3 命の誕生に関わる家庭の増加

【理想的な未来の概要】

犬猫の誕生のプロセスへの立ち合いが、ブリーダーやペットショップに限定されるのではなく、家庭に開かれ、家庭で繁殖を行ったり、家庭で飼育されている犬猫がブリーダーや獣医師のサポートの元、繁殖を行う社会

理想的な未来 | 里帰り出産の一般化家庭が繁殖に関わる機会の増加

- 家庭に迎えた犬猫について、後述のサポート体制の充実を前提に、家庭で繁殖させる選択肢が示されるようになる
 - ブリーダー／ペットショップ／動物病院などで、家庭で繁殖するという選択肢が示されるようになっている
- 家庭で飼育されている犬猫が、ブリーダーの元に里帰りし繁殖を行う「里帰り出産」が広まっている
 - 出身ブリーダーとの信頼関係が強い家庭が参加
 - 交配、妊娠期の管理、出産の管理等は、ブリーダーの元に里帰りして行い、生まれた子犬子猫は、ブリーダーが新たな飼い主に引き渡す
 - 繁殖個体のうち、里帰り出産の割合が増えることで、福祉に配慮した管理が可能になり、繁殖に用いられる犬猫の福祉全体が向上する

理想的な未来 | 小動物産科の確立とサポート体制の充実

- 獣医師、愛玩動物看護師、ブリーダー、ペットショップが連携し、家庭での繁殖に対するサポート体制が築かれている
- 獣医師やブリーダーを中心に、小動物産科に関わる研究組織が発足し、専門知識が普及されている
- 愛玩動物看護師に対する専門教育が提供され、人医でいうところの助産師資格制度が確立される
- ペットショップは、家庭での繁殖をサポートする専門家の紹介、生まれた子犬子猫を新しい飼い主につなぐサポートを提供している

- 帝王切開などの出産に関する医療費については、犬猫の出産専用の医療保険が確立され、十分な医療が提供されている

7-4 ブリーダーの質の向上

【理想的な未来の概要】

ブリーダーにおける繁殖・飼養管理の質が向上すると共に、ブリーダーから積極的な情報開示が行われ、子犬子猫を選ぶというよりも、どのブリーダーから迎えるかを選ぶようになっている社会

理想的な未来 | ブリーダーにおける繁殖の質の向上

- 多品種・多頭を飼育している大規模ブリーダーは徐々に衰退し、少品種(1~2犬種・猫種)・少数を飼育している小規模なブリーダーが中心となっていく
- 単一遺伝子疾患の排除はもちろんのこと、多因子遺伝性疾患についても研究が進み、研究結果に基づいた情報がブリーダーに周知され、適切な遺伝的組み合わせによる交配が行われている
- 性格傾向についても、過度な不安、過度な攻撃性等が発生しにくいように、配慮された交配が行われている

理想的な未来 | ブリーダーの積極的な情報開示

- ブリーダーに飼い主が見学に行くことが当たり前になる
- 見学を受け付けないブリーダーは衰退する
- ペットショップにおいて、ブリーダーの飼育施設の環境や、親犬猫の飼育状態をオンラインで確認できる
- ペットショップにおいて、ブリーダーとのオンライン面談ができる

理想的な未来 | 子犬子猫を選ぶのではなく、ブリーダーを選ぶ

- 飼い主は、迎える子犬子猫を選ぶという感覚よりも、ブリーダーから開示される情報を見て、どのブリーダーから選ぶか検討するという感覚になっている

7-5 迎える飼い主の意識が変わる

【理想的な未来の概要】

飼い主の意識・倫理観が向上し、不適切な飼育を行う飼い主が少なくなり、ほとんどの飼い主が適切な理解に基づく適切な飼育を行うことができる社会

理想的な未来 | 飼い主の知識と倫理観の向上

- 飼い主の意識・倫理観が向上している。
- ほとんどの飼い主が、犬猫を迎える前に、以下の事柄等、犬猫を飼育する上で必要な事項を理解している
 - 捨てられる犬猫がいること
 - 適切な飼育には、予防医療をはじめとした適切な医療や、適切なケア、適切なしつけが必要であり、相応のお金と時間がかかること
 - 飼い主と犬猫の間で問題行動が発生することがあること
 - 犬猫の生態に対する理解や、ボディランゲージの理解が必要なこと

7-6 ペットショップは、ペットライフのコーディネーターに

【理想的な未来の概要】

ペットショップは、子犬子猫を展示し販売する場所から、飼い主の飼育相談を解決し、犬猫との生活を支える場所になる

理想的な未来 | 犬猫を売る場所から、犬猫との生活を支える場所へ

- ペットショップは、犬猫との出会いから、ペットロスの対応まで、身近な相談できる場所、飼い主と犬猫の生活を支える場所になっている
- 飼い主の頼れる相談役としての機能を果たしており、必要に応じて、ペット関係事業者等（動物病院、トレーナー、施設、旅行社、運輸業など）につなぐ役割を果たしている
- ペットショップを中心に、飼い主コミュニティがつくられ、相談や支援の中心となっている
- 飼い主の細かな困りごとを解決するサービス提供を行い、収益を挙げている

理想的な未来 | AIによるマッチング診断

- 飼い主家族と犬猫のマッチング診断AIが開発され、ペットショップを中心に活用されている
- マッチング診断AIでは、それぞれの飼い主にとって、どのような年齢、性別、品種、出自の犬猫を選ぶと、最も双方の幸せにつながるかについて、飼い主への詳細な質問を元に診断が行われる
- AIの診断をベースとしながら、ペットショップスタッフが具体的にどこから迎えるべきかなどの相談を行い、マッチングを行っている

理想的な未来 | 成犬成猫の展示が中心になる

- 子犬子猫の店頭展示がなくなり、繁殖引退犬猫や、飼い主が手放した犬猫など、成犬成猫の展示のみになっている

理想的な未来 | ペットショップによるブリーダー紹介の一般化

- 飼い主が子犬子猫を迎えたい場合は、ペットショップがブリーダーを紹介し、予約する形が一般的になっている
- ペットショップは、ブリーダーに対する客観的評価と格付けを行い、その情報を飼い主に開示している
- ペットショップは、ブリーダーに対し情報開示を促すために、オンライン会議システムでの飼い主の面談や、飼い主によるブリーダーの見学を奨励している
- ペットショップは、ブリーダーへの仲介手数料を得ると共に、ブリーダーではフォローできない付随的なサービス（ペット保険、しつけ相談、飼育相談等）を提供している

注)本章の記載について

本章の記載はアドバイザリーボードのメンバーが理想と考えるビジョンであり、フィクションです。

§.8 理想的な人とペットの共生社会に向け、多様な関係者と協働し推進すべき取り組み

8-1 本章の前提

ビジョンに向け、様々な主体と協働し、1～2年以内に実施すべき取り組み

本章では、6章・7章のビジョンを踏まえ、ビジョンを実現する上で、AHBが様々な主体と協働し、1～2年以内に実施すべきと考える内容について記載しています。

本提言書は、AHBに対する提言書ですが、理想的な人とペットの共生社会の実現には、多様な関係者の力が不可欠です。本章では、多様な関係者との協働を前提として記載します。

AHBに対しては、ここで挙げる提言について、多様な関係者との協働関係を築きながら推進することを強く期待します。

8-2 理想的な人とペットの共生社会を考え続ける場づくり

今回のアドバイザリーボードのように、より多くの関係者と共に、理想的な人とペットの共生社会を考え続ける場を継続することが大切です。企業・NPO・各種関係団体（職域団体）・行政・政治家などの枠を超えて、互いにのしり合うのではなく、外部からの批判を恐れず、本音でじっくりと話し合える場を作り続けることが変化を促していくと考えます。

AHBへの提案 | 未来を考える意見交換の場の継続

- 未来を考える場を作り続けることこそ、理想の未来を実現していくためのカギになるため、アドバイザリーボードの終了、提言書の提出で終わらせず、議論を継続する場を設けるべき
- 理想的には、生体販売企業だけでなく、ブリーダー、ショッピングモールやホームセンター、ペット用品を扱う企業、獣医師、愛玩動物看護師、ペットサロン、ペット関連以外の企業、NPO、行政、議員、一般飼い主等、立場を超えて参加できる場が必要と考える
- 一方で、多様な参加者が参加することで、批判に曝されるのではないかと不安が生まれ、場の心理的健全性が損なわれる可能性があるため、議論の場を分科会に分けるなど、多層構造にする必要があるだろう
- 具体的にこうした場を整えるためには、本アドバイザリーボードのように、AHBが主導し意見交換の場づくりを行うという選択肢、もしくは、全く新たな組織を立ち上げるという選択肢がある
- いずれにしろ、社外を巻き込んだ議論を継続するためには、社内で人とペットの共生の未来と動物福祉について検討するタスクフォースの設置(9-2参照)が必要であると考え

AHBへの提案 | 新たな担い手を巻き込む場づくり

- 理想的な人とペットの共生社会を目指して行く上では、その担い手を増やしていくことが重要である
- 既に積極的に活動している主体ではなく、ペット分野に関わっていない企業や組織が担い手になることで、担い手の層を厚くすることができる

- AHBや、AHBが参加するネットワークが中心となって、ペット関連でない企業や、ペット関連でない組織に、参画を促す機会を作ることは、人とペットの共生社会の担い手を増やすことにつながると考える
- 同時に、こうしたつながりは、新たなビジネスを産むための土壌となる

8-3 他分野への参画の模索と新たなニーズ開拓

ペット関連事業の領域ばかりを見るのではなく、視野を拡げ、他業種・他分野との交流を深め、ニーズを知り、ペット関連企業だからこそできること、解決できることを提案していくことが、新たなサービスを生み出し、価値新たなを提供し、ビジネスモデルを進化させていく上で重要であると考えます。

AHBへの提案 | ペット関連企業のノウハウを必要としている分野へのニーズ調査

- 高齢者福祉分野
 - 高齢者福祉サービスの中では、高齢者とペットの暮らしが課題になっている
 - サービス付き高齢者住宅や老人ホーム等でのペット飼育はニーズはあるものの、ノウハウが足りていない部分である
 - 飼育困難に対するセーフティネット(8-4参照)に関連するが、地域の相談が寄せられる、地域包括支援センター／ケアマネージャー等もペットに関するノウハウを必要としている
- 防災分野
 - ペットの存在は避難行動の大きな課題となっており、ペット関連企業・NPOが防災分野に参画することは、社会的ニーズとしても高まっている
- 教育分野
 - 動物のことを学びたい子どもたちは多くおり、獣医師、トレーナー、ペットショップスタッフ等は憧れの職業の上位にランクされている。
 - 習い事や放課後デイサービス分野で、ペットに関するノウハウが必要とされているかもしれない。

AHBへの提案 | ペット産業のDX化に関する積極的模索

- ペット産業内にある新たなニーズを掘り起こしていくことも重要である
- そのためには、あらゆる産業の進化を促しつつある、DX化について、ペット産業での可能性を積極的に模索し、固定概念を排して検討する必要がある
- ペット業界でもテック企業の参入が始まっているが、より多くのテック企業の参画を促すために、テック企業とペット産業の意見交換の場を作るべきである

注)テック企業:テクノロジーを用い、特にIT(情報技術)・IOT(住宅・建物、車、家電製品、電子機器などが、ネットワークを通じてサーバーやクラウドサービスに接続されること)・AI(人工知能)等の分野を専門として、開発または運営している企業のこと。

8-4 多様な主体が連携したセーフティネットの構築

独居高齢者が増加する日本において、高齢者等の飼育困難に対応するセーフティネットは、ニーズが高いものの、十分なサービスが構築されていない分野です。事業の中核をなす新たなビジネスになる可能性も十分にあり、積極的に調査・投資を行うべきと考えます。

AHBへの提案 | 多様な主体と協働した、セーフティネットへの参画

- ペットショップ、他のペット関連企業、NPO(保護団体)等が、有料のセーフティネット創りに関して、それぞれに動き出し、サービスを具体化させつつあるものの、広く飼い主に行き渡るサービスにはなっていない
- 飼い主は、万が一のことがあれば、普段から世話になっているペットシッターやペットホテルに預けたいと考えていることが多いが、一般のペットシッターやペットホテルが万が一の預かり先になるサービスは一般的になっていない
- 現在提供されているセーフティネットサービスでは、提供組織が持つシェルターに収容する形が一般的であるが、飼い主は遠方のシェルターに預けることに対する抵抗感を持っている事があり、できれば飼い主の居住地付近で預かってくれる場所が欲しいと考えている
- これらの課題を解決するためには、セーフティネットサービスを構築しようとする組織が横断的に連携したネットワークを構築し、各地域に相談対応できる窓口、収容できるシェルター、譲渡できる施設が存在する状態を目指すべきである
- AHB単体でセーフティネットサービスを考えるのではなく、他の組織との連携を前提として、この分野の調査・投資を行い、積極的に意見交換し、多様な主体と共に構築されるセーフティネットに参画すべきである

AHBへの提案 | 担当チームの設置と勉強会への参加

- 連携を前提としたセーフティネットの作りについて、AHB社内ですっかりと検討を進めるために、担当者や担当チームを設置すべきである
- アドバイザーの奥田が理事長を務める、NPO法人人と動物の共生センターでは、月1回のペースでセーフティネット作りに向けた勉強会(ペット後見相互勉強会)を開催しており、保険会社、行政書士、ペットシッター、NPOなど、セーフティネット作りに興味関心のあるメンバーが参画して意見交換を行っている
- 奥田の主催する勉強会に限らず、担当者や担当チームは、情報収集のために、各種勉強会・意見交換会に参加すると良いだろう

§.9 理想的な犬猫との出会い方への変化を促すために、AHBが実施すべき取り組み

9-1 本章の前提

ビジョンに向け、生体販売の分野で、AHBが1～2年以内に実施すべき取り組み

本章では、7章の「理想的な犬猫との出会い方」のビジョンを踏まえ、ビジョンを実現する上で、AHBが、1～2年以内に実施すべきと考える内容について記載しています。

理想的な犬猫との出会い方のビジョンを実現するためには、生体販売業界が変化していく事が重要です。AHBには、生体販売業界ひいてはペット業界におけるリーディングカンパニーを目指す姿勢を持つ企業として、ビジョン実現に向けた取り組みを率先して実施する事を期待します。

9-2 アニマルウェルフェアチームの設立

AHBが自律的・継続的に動物福祉の向上に関する取り組みを実施していくために、アニマルウェルフェアチームの設立と運用を提案します。

AHBへの提案 | 自律的に動物福祉を経営に織り込む仕組みづくりを

- チームと担当者を設置し、継続的に育成、定期的に(3～6か月に1回)取締役会で報告会を開く等、動物福祉の課題と対応を経営に織り込む仕組みを導入すべきである
- 動物福祉を学び導入することは、リーディングカンパニーであることを志向するAHBにとって、成長の糧となる
- 社内に動物福祉に精通しているスタッフを育成することは、他社への優位性を高める

AHBへの提案 | 社内外の声を拾う仕組みづくりを

- 動物福祉に関する課題は、様々な関係者から声を拾っていくことで、重要な課題を把握することができる
- 本アドバイザリーボードのように外部の専門家の意見を聴く場合は継続的に実施すべきである
- 社内の従業員／契約ブリーダーやその他の取引先／お迎えいただいた飼い主からの意見を拾うアンケート調査を定期的実施すべきである

AHBへの提案 | 動物福祉についての啓発の実施

- Petplusの店頭での掲示や映像を使うなどして、一般の飼い主に対して動物福祉の啓発を行っていくべきである
- 現在の日本の社会の中では、動物福祉と動物愛護の違いを理解している人は少ない
- AHBが本来動物福祉に適う管理方法を行っていても、感覚的に「かわいそう」と思われる管理方法を行っていれば、適切な評価は得られず、イメージを損なう結果となる
- 例えば、子犬子猫を使い捨ての専用段ボール箱に入れて運搬する方法は、クレートやケージで運搬する方法に比べ、感染症管理や温度管理の面で優れており、動物福祉上

の問題を緩和する方法であるが、一般感覚からすると「段ボールに入れてかわいそう」となってしまうことがある

- ペットショップをはじめとした、動物の専門家は動物福祉をベースとした考え方で動物の管理を行うべきであるが、一般感覚との差がある管理方法等については、一般感覚との差を埋める啓発を意識して実施していくべきである

9-3 ブリーダー評価と、基準を満たしたブリーダーの支援

契約ブリーダーに対する客観的評価を実施し、評価内容の公表、飼い主への周知を行うと同時に、AHBが定める基準を満たしたブリーダーを支援することを提案します。

AHBへの提案 | AHBによるブリーダーの飼育環境の評価の実施と公表

- ブリーダーの飼育環境等の質は、ペットショップが保証すべき事項である
- AHBがブリーダーに求める、飼育環境等の質に関する基準を作り、契約ブリーダーに対して客観的評価を行いその内容を公表することを提案する
- 年1回程度の評価を実施、評価内容は、店頭で子犬子猫を紹介する際に、確認できるようにすると良い
- 評価は、AHBから派遣する獣医師が実施することが望ましい

AHBへの提案 | 動物福祉指導評価獣医師の設置

- 評価を実施するにあたっては、評価者として獣医師の介在を得ることが望ましい
- そのためには、年1回の狂犬病予防接種や定期健診について、AHBからの獣医師派遣を行える体制を整えるべきである
- 獣医師の派遣について、契約ブリーダーにとってメリットのある価格で実施できれば、ブリーダー支援につながる
- このような体制の中で、定期的な訪問の際に、獣医師が評価項目に沿った評価を行い、且つ、助言を行えるようにすることで、ブリーダーに対する評価をより適正なものにすることができると考える

AHBへの提案 | 基準を満たしたブリーダーの優先的支援

- 獣医師評価により、基準を満たしたブリーダーには、ワクチン接種費用を割引するといった特典を用意すると良い

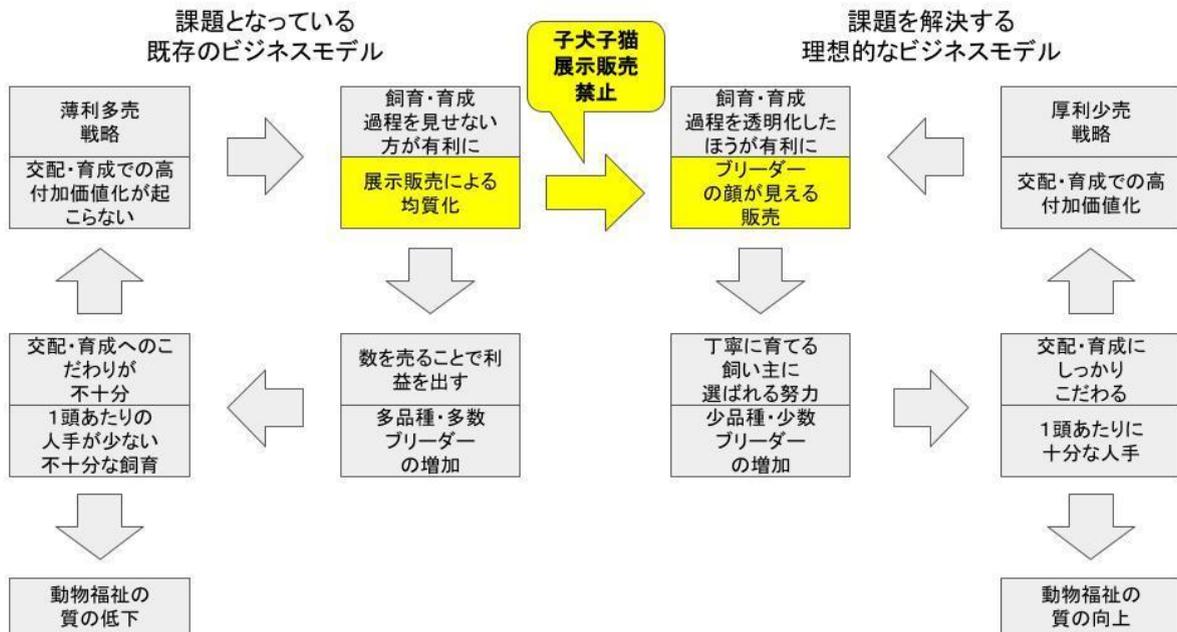
9-4 子犬子猫の店頭展示販売中止の検討の開始

次回、動物愛護管理法改正に先行し、子犬子猫の店頭展示販売の中止の検討を開始することを提案します。

【補足】法改正による店頭展示販売禁止の予測について

次回(2028年～2030年ごろと予測)の動物愛護管理法改正では、子犬子猫の店頭展示販売の規制が行われる可能性が十分に考えられます。店頭展示販売は、犬猫が育つブリーダーの飼育環境を一般飼い主の目から遠ざけることにつながります。法改正による店頭展示販売の禁止は、ブリーダーの飼育環境に一般の目を入れ、飼育環境のさらなる改善を促すことにつながります。

以下の図は、動物福祉への配慮が行き届いていない課題となるビジネスモデルと、動物福祉を向上させる理想的なビジネスモデルの比較です。両者の大きな違いは、親犬親猫の飼育状況、子犬子猫の育成状況などの環境が一般に開示され、透明化、見える化されているかどうかです。



次回法改正でも、これまでの流れと同じように、何らかの規制強化が行われるでしょう。その中で、子犬子猫の店頭展示販売を中止し、一般の監視の目をブリーダーに向けさせ、ブリーダーの飼育環境の質を向上させようという意見は筋が通っており、法改正の内容に含まれる可能性は十分に考えられます。具体的には、例えば、諸外国での例に習い、生後6か月未満の子犬子猫の店頭展示を中止し、子犬子猫を迎えたい場合はブリーダー(子犬子猫が生まれた場所)に直接訪問することが望ましいという形になることが考えられます。合わせて、保護犬保護猫の譲渡に配慮し生後6か月以上の犬猫は店頭展示できる形になると考えられます。

AHBへの提案 | 子犬子猫の店頭展示販売の中止の検討開始

- 近い将来の法改正の可能性に鑑み、子犬子猫の店頭展示販売中止について現実的な検討を開始するべきである
- アニマルウェルフェアチームが中心となり、動物福祉や法改正に関わる専門家への継続的なヒアリングを行いながら、今後の予測を行うと同時に、法改正により子犬子猫の店頭展示販売が中止になっても、安定した経営ができるように、その先の体制を見越した準備を行っていくべきである

AHBへの提案 | 規制される側から、枠組みを作る側への意識転換

- 法改正について、規制される側の立場であれば「できるだけ規制を緩くしてほしい、遅くしてほしい」と考えるのが自然であるが、それでは、動物福祉の向上、理想的な犬猫との共生社会の実現にはマイナスの姿勢になってしまう

- 規制される側の立場ではなく、枠組みを提案し作っていく側の立場に立つ意識をもつ方が、理想的な犬猫との共生社会の実現により力強くコミットしていくことができるのではないか
- 枠組みを提案する立場であれば、規制の枠組みを考え、その決定を見越して先んじてビジネスの形を進化させていくことができる
- アニマルウェルフェアチームを中心に、より良い人とペットの共生を作るための枠組みを作る意識で、法改正に対しても関わっていくべきである

9-5 新たな出会いの形の創出

子犬子猫の店頭展示販売中止等、新たなビジネスの枠組みは直近1~2年で変化する物ではありません。今できる部分から着手し、新たな出会いの形を創出していくことを提案します。

AHBへの提案 | 生まれてから、家に来るまでの写真や動画の提供

- 親犬親猫の様子や、生まれてから家に来るまでの子犬子猫の成長過程を撮影した写真や動画を提供することを提案する
- これらの情報は、ブリーダーの情報開示の一環となる
- これらのサービスは、犬猫の適切な育成・管理を保証することとなり、飼い主との信頼関係を育み、優位性につながる

AHBへの提案 | ブリーダーとのオンライン面談

- ブリーダー、飼い主、ペットショップの三者によるオンライン面談を実施することを提案する
- ブリーダーの人柄や育成状況を伝え、理解を促す上で良い方法になるだろう
- 今後、子犬子猫の出自に興味関心を抱く飼い主が増えていくと、オンライン面談の需要は高まっていくだろう

AHBへの提案 | 成犬成猫展示+ブリーダー紹介の店舗運営

- 成犬成猫の展示のみを行い、子犬子猫はブリーダー紹介のみを行う形の店舗を作っていくことを提案する
- AHBでは既にパートナープラスを運営されているが、その機能に子犬子猫のブリーダー紹介を付加していくと良いだろう。
- 子犬子猫を展示しなくても成り立つペットショップのモデルを確立していくことにつながる

9-6 飼い主教育の充実・新たな手法の開発

社会の中で理想的な飼い主が増えていくために、犬猫と飼い主の出会いの場であるペットショップこそが最前線に立ち、飼い主教育を担うべきです。ペットショップの現場を活用し、飼い主教育を充実させていくために、積極的に飼い主教育の手法を開発していくことを提案します。

AHBへの提案 | 店舗スタッフ全員に対する研修の充実

- 飼い主教育の充実には、直接的な担い手である店舗スタッフの教育の充実は欠かせない要素である

- スタッフ教育の充実のためには、年数回の研修で学ぶよりも、日常業務の中で学び続けられる環境が必要である
- 日常業務のなかでの学びを継続するためには、例えば、オーディオブック型（耳で聞く）研修を導入し、犬猫の社会化のための音響再生装置を利用して、研修用オーディオを再生することができれば、スタッフは日常業務の中で負担なく、繰り返し知識を得ることができる
- また、個別のレベルや興味関心に合わせた、教育コンテンツを提供するために、研修のDX化を行い、社員それぞれに合わせた教育を提供できるようにすると良いだろう

AHBへの提案 | 飼い主に対するサポートの充実

- 飼い主教育の充実と同時に、飼い主に対する飼育サポートを充実させることを提案する。
- 飼い主サポートと飼い主教育は、飼い主とのコミュニケーションの両輪であり、サポートが充実することで、飼い主はペットショップから提供する情報に敏感になり、教育を受ける意識が向上する
- 具体的には以下のようなサポートの充実を提案する
 - 子犬を販売する場合に、オプションでパピークラスを販売するのではなく、パピークラス受講券付きで子犬を販売する
 - パピークラスに通うことが難しい飼い主に対しては、代替として、オンラインしつけ相談を提供する
 - 子犬子猫の飼い主に対して、LINE等によるメルマガ & 動画提供を行う

§.10 AHBへの期待

10-1 本章の前提

これまでの章では、AHBに対する提言内容について個別具体的な内容について述べてきました。最終章となる本章では、本提言書のまとめとして、AHBがどのような姿勢で本提言に向き合っていたいただきたいかについて、アドバイザリーボードの期待を記載します。

10-2 業界だけでなく、社会をリードする企業に

これまでの会議の中でも「AHBは業界をリードするリーディングカンパニーを目指す」という意志をお伺いしてきました。

しかし、本質的に、人とペットの共生社会を目指すためには、業界をリードするだけではなく、そのさらに先、社会全体のペットとの在り方、ペットへの見方、ペット文化をリードするという意志をもって、経営を行っていただくことを期待いたします。

業界の中でより良いものを提供するという視座では、業界の常識を乗り越えることはできません。しかし、日本の人とペットの共生社会をリードするという視座に立てば、業界の常識や慣習を超えた変革を起こすことができるのではないかと思います。

10-3 AHBの魂が入った「理想的な人と動物の共生社会」のビジョン作成・発表を

本提言書は、アドバイザリーボードから、AHBに対しての提言をまとめた提言書です。本提言書にまとめられているビジョンは、アドバイザリーボードが理想と考える人とペットの共生社会の形です。それは、AHBが企業として考える、理想的な人とペットの共生社会の形とは異なるだろうと考えています。

本提言書では、生体販売業界の課題について、忌憚なく記載させていただいています。それは、生体販売業界に身を置くAHBにとって、耳が痛い話も含まれるでしょう。

しかし、私たちは、AHBは、ペット産業が抱える課題を打破し、犬猫の福祉を守るための変革をいとわないと信じています。それは、AHBは、生体販売業界の常識、慣習を乗り越える力が潜在的にあると信じるからです。

そして、そのためには、AHB社内で、AHBの魂を込めた、言い訳抜き「理想的な人とペットの共生社会」のビジョンを描くこと、描き続けることが必要だと感じています。それこそが、業界の常識・慣習を超えて、社会をリードするために必要なイメージであると思います。

そして、AHBの魂を込めたビジョンを、しっかりと社会に提示してもらいたいと思います。批判や反発もあるでしょう。なぜこんなことを言われなければならないのかと憤ることもあるでしょう。しかし、そうした批判を受けて尚、信ずべきビジョンがあれば、前に進むことができます。

AHBの魂のビジョンを見せてください。

10-4 失敗をいとわず、実行する

ビジョンを考えるまで動けないでは意味がありません。ビジョンを考えながら走る、できる部分から手をつける、トライ&エラーを繰り返す姿勢を社会は期待しています。

私たちは6回の会議を通じて、AHBは、いいと思ったことはやってみる、できることからやってみる、そういう企業であると感じています。失敗はつきものだと思いますが、試し続ける姿勢、立ち止まらない姿勢をこれからも貫いて欲しいと思います。

10-5 社会の声を聴き続ける、対話し続ける

今回のアドバイザリーボードの取り組みは、社会の声を聴く一つの方法だったと思います。その中で、AHB内部の人間だけでは気づけなかった点、持てなかった視野を知っていただく機会にはなかったのではないかと思います。そして、そうした情報がAHBの経営判断に少なからず影響を与えているならば、アドバイザリーボードが一定の役割を果たすことができたと言えるのではないかと考えています。

一方で、これで終わりにしてしまってははいけません。社会は常に変化し、変化の速度は加速しています。生体販売企業は、特に社会に開かれていかなければならない企業です。どんな形であれ社会の声を聴き、厳しい意見であっても耳を傾け続ける感性を持ち続けていただきたいと思います。

同時に、社会に自分たちの思いを伝え続けることも大切です。AHBの魂がこもったビジョンを描き、そのビジョンを発表する、そして、小さな一歩であっても変化を実践し、発信していくことが大切です。反発も含めて社会の声です。反発を恐れて発信しないのではなく、考え抜いて発信する姿勢を期待します。