ペット部門新鉱脈のヒントが満載!!

日本初の国際ペットフェア
『インターペット』
プレビュー❶
INTERVIEW

一般社団法人 ペットフード協会会長・ペットフード公正取引協議会会長

越村義雄氏

ペットとの共生、ペットとの豊かな暮らしを啓発・提案。ホームセンターの今後の売場づくりの大きなヒントになります!

8月25~28日にかけて、日本初の国際ペットフェアである「interpets(インターペット)」がいよいよ開催される。開催に当たって主催者であるペットフード協会会長・越村義雄氏に、フェア開催の目的や意義、今後のペット市場について幅広く語っていただいた。

「ペットは家族」の意識さらに高まる

――まずはペットフード市場全般について、現状をどのように見ていますか。

越村 ペットフード協会は、売上に応じて各会員企業が負担する会費で運営されているのですが、昨年は初めて金額ベースでマイナス成長を記録しました。なかなか厳しい状況にあります。ひとつは景気の低迷という背景がありますが、犬については飼育されているうちの約65%が10kg以下の小型犬という状況になり、1頭当たりの食べる量が減っていることも大きいです。

しかし潜在的な飼育意向は強く、当協会の2010年調査では、犬の飼育率が17・8%、猫が10・6%ですが、今後飼いたいと思っている人はその倍くらいおります。そのため業界としてのポテンシャルは非常に大きいとみています。

――近年ペットと人との関係や意識が変わってきたといわれています。

越村 確かに現在はペットというより、家族の一員という意識が高まっています。フードの安全性や機能性への関心が高まっているのも、そうした意識変化の現れでしょう。また高齢者がペットと共に生活することで血圧の安定や笑顔が増える、ペットに対する責任感が生活の張りになる、寝たきりになりにくいなど、さまざまな効能が指摘されるようになっています。結果として医療費の削減にもつながる効果があると考えています。

さらにペットは夫婦関係や親子関係など、家族の潤滑油的な役割を果たすという海外の研究結果もあります。09年から飼育頭数は下降傾向にありますが、こうした効果が認知されていくことで、あらためてペットの役割が見直されていくはずです。

こうしたペットが人に与える精神的、肉体的な効用の調査、研究が日本でも進められるようになっています。その啓発・啓もう活動の重要性が近年ますます高まってきております。人の〝心〟と〝体〟をいやすペットのための製品、サービスの提供を使命とするペット産業はいまや〝健康産業〟として注目されるべきと考えています。協会としても、そうした啓発活動を継続していきたいと考えています。

国内外のペット関連製品、サービスが一堂に集結

――国内初、アジア最大の国際ペットフェアである「インターペット」では、どんな成果を期待されていますか。

越村 今回のフェアは、より多くの人々にペットとの共生、ならびにペットとの豊かな暮らしを啓発・啓もうすることが最大の目的です。メサゴ・メッセフランクフルトと協力し、日本で初めての本格的なペット産業国際見本市となります。入場料の一部は東日本大震災の被災者や被災地動物救護のための義援金として寄付する予定になっています。

フェアには国内外のペット関連製品、サービス、ペットのQOL(生活の質)を高めるための獣医療に関連する企業が広く出展するので、小売業界・卸業界ならびに医療分野において、輸出入を含めて実りのある商談の場となることを願っています。

また今後協会では「ペットフード・飼主マナー検定」制度を発足します。ペットフードの選び方、与え方、商品ラベルの読み方など、基本的な知識を普及させるための制度ですが、この資格試験の実施に向けて、インターペットでは公式テキストの販売も行います。

――ありがとうございました。

ペット部門新鉱脈のヒントが満

日本初の国際ペットフェア
『インターペット』
プレビュー❷

人とペットの豊かな暮らしフェア「インターペット」開催!!

日本初・アジア最大のペット産業国際見本市である「interpets(インターペット)」が、いよいよ開催される。15万人の来場を見込むペット産業最大のイベント。日本のペット市場は、ペットオーナーがペットにいやしや可愛らしさだけを求めている段階から「どうすればペットと快適に、幸せに、そして心身ともに健康で暮らしていけるか」という次のステージを迎えている。そのための国際的な情報プラットフォームとして位置づけられているのが日本初の国際ペット産業見本市「インターペット」だ。

BtoB、BtoCの双方からのアプローチ

「インターペット」は、出展者とプロのバイヤーが質の高い商談をするビジネスステージ(商談日)と、出展者が直接消費者に自らの製品・サービス・アイデアをアピールできるパブリックステージ(一般公開日)の2つのステージを持ち、フェアに期待されるBtoBとBtoCの両面をカバーする。

フェア初日・2日目「8月25日(木)・26日(金)」に設定されるビジネスステージでは、業界関係バイヤーの入場とし、出展者には既存顧客、新規顧客との商談、情報・アイデア交換等、今後のビジネス発展に集中していただける環境を提供。

2日目・3日目・最終日「8月26日(金)・27日(土)・28日(日)」の週末に設定されるパブリックステージでは、各種関連メディアなどを通じ、ペットオーナーや潜在ペットオーナー等の一般消費者も幅広く動員する。また、パブリックステージには業界関係バイヤーの入場も可能で、一般消費者の消費動向のマーケティング調査等にも利用できる。

そして何よりも国内の見本市として魅力的なのは、豊かな国際性だ。メサゴ・メッセフランクフルト(株)のグローバル・ネットワークを最大限活用し、国内はもとよりペット先進国の欧米、さらには生産地域であるアジア各国からも幅広く出展者を誘致。世界各国からの斬新な製品・サービス・アイデアに触れてもらうことによって、日本のペット産業・文化の向上に貢献することも大きな狙いのひとつだ。

多彩なスペシャルイベント

専門性の高い多彩なスペシャルイベントも「インターペット」の特徴のひとつ。フェア会場内に設置する特設会場「interpets agora」で開催を予定しており、来場者、出展者の利便性も高い。

開催予定イベント一覧

●interpets academy
出展者とトレードバイヤー向けに、マーケットトレンドなどに焦点を当てた専門家によるセミナー。

●interpets talk show
ペット産業の各分野から著名なゲストを迎え、一般来場者も楽しめるトーク・ショー。

●interpets fashion show
ペットファッションの出展者、または主催者によるトレンディーなファッション・ショー。

●interpets happy hour
出展者と主催者との交流会。従来コンタクトのなかった関係各社や異業者同士との交流によって、新ビジネスやコラボレーションなどを見いだせる場。

出展対象とゾーニング

●フード(ペットフード&おやつ全般)
●ブティック(人とペットのファッション&アクセサリー製品全般)
●@ホーム(人とペットのリビング&インテリア製品全般)
●トイレタリー(ペットのトイレ用品全般)
●プレゼント(人とペットのギフト&アイデア製品全般)
●お出かけ(人とペットのアウトドア&レジャー製品全般)
●学び(ペットのしつけ用品、サービス全般)
●ビューティー(ペットの美容製品、サービス全般)
●ヘルスケア(健康維持製品、サービス全般)
●ホスピタル(ペットの医療器具、医薬品全般)
●シルバー(ペットの介護製品、サービス全般)
●冠婚葬祭(ペットのセレモニー・メモリアル製品、サービス全般)
●教育・情報(専門学校、出版、IT)
●マルチプル(複合のカテゴリー商品、サービス)
●業界団体、動物愛護団体、愛犬・愛猫訓練団体
●ペットグッズ販売店舗、通販
●その他

開催概要

●名称	interpets(インターペット) 〜人とペットの豊かな暮らしフェア〜
●テーマ	ペットが運ぶ心と体の健康
●会期	8月25日・26日 ビジネスステージ(商談日)
	8月26日・27日・28日 パブリックステージ(一般公開日)
●開催時間	10:00〜18:00(最終日のみ〜17:00)
●会場	幕張メッセ ホール7
●入場料	1,500円 (入場割引券持参者は1,000円、 ビジネス関係事前登録者無料)
●出展者数	国内・世界各国より約210社(予定)
●来場者数	ビジネスステージ20,000名
	パブリックステージ130,000名(予定)
●主催	一般社団法人ペットフード協会、 メサゴ・メッセフランクフルト株式会社
●interpets特設サイトURL	http://www.interpets.jp//