

## 卒業論文概要

経営学部経営学科 B4R11191 山本 紗里夏

今後ペットショップはどのように活動、存続していくのか

日本では、ペットは愛玩動物（ペット）から伴侶動物（コンパニオン・アニマル）として認知され始めている。人と長い歴史を共に暮らしてきた身近な動物を、伴侶や家族、友達と同様に位置付けて、コンパニオン・アニマルと呼ばれている。人の生活の変化に伴って、その存在意義や価値、役割が変わり、近年の社会環境の中で見直され、家族の一人、社会の一員として位置づけられるようになってきている。コンパニオン・アニマルとして認知され始めたことにより、現在人間に対する様々な商品やサービスを提供するビジネスが、そのままペットにも当てはまることになる。ペットと人間の関係がより密接になればなるほど、ペットビジネスのビジネスチャンスが広がることになるだろう。その先駆けとして、ペット産業の新サービスを多く取り入れている施設がある。それが pecos（ペコス）幕張新都心店である。従来のペット産業に加え、多種多様な新サービス内容の施設となっている。

ペット飼育頭数が減っていくとしても、ペットと人間の関係がより密接になることで、ペット 1 頭にかかるお金が増えているのではないかと考える。また、将来的には西欧諸国のように生体販売が廃止され、生体販売はブリーダーが主流になり、ペットショップは美容、医療、ペットシッターが主なサービス内容になって、ペットアドバイザーとしての役割、提案した相談室兼診療所が新たにできるのではないかと考える。