

生活水準向上とともに、伸長著しい中国ペット市場

◆都市部で伸びるペット市場、新型コロナウイルス感染症も追い風

中国でも国民の生活水準の向上とともに、「丁克（DINKs）」「単身貴族」の登場など、ライフスタイル、余暇の過ごし方にも大きな変化が生じている。それにともない中国のペット市場にも、急成長の波が押し寄せているようだ。

中国の場合、愛玩動物の主力である犬と猫で見ると、犬派が85%、猫派が15%で圧倒的に犬派が優勢だ。北京、上海、広州、重慶、武漢が中国の五大ペット都市といわれてきたが、天津、成都、瀋陽、西安、石家荘、済南、長沙、烏魯木齊等の地方の省都級都市でも、ペットの飼育に関心が高まりペット市場が急拡大している。日本同様、新型コロナウイルス感染症の感染拡大にともない、在宅時間が長くなっていることもペット市場での消費増の追い風となっている。

◆衣食足りて犬を買う目的も変化

市場調査会社の艾瑞諮詢（iResearch）が発表した「[2021年中国寵物消費趨勢白書](#)」によると、20年のペット市場は2,988億元とコロナ禍にもかかわらず前年比18.5%の成長となっている。市場の内訳は、ペットフードが全体の40%を占めて最大で、ワクチン接種や健康診断などを含むペット医療が20%、トリミングやホテル、訓練などのペット向けサービスは12%、ペット用品とペット売買はともに10%を占める。

中国のペットフードという2007年に、アメリカで販売された中国製ペットフードから有害物質のメラミンが

検出され、100匹以上の犬や猫が死亡した事件を連想する。ただ当時と違って、AIの活用などによる当局の監視体制が厳しくなっており、悪質な業者は淘汰されたと推察される。衣食足って、犬も「食べ物」としてではなく「愛玩物」として飼われるようになった。中国の変化は激しい。

【森山博之】

