



上海

アジアの街から

8月下旬、上海で催されたペット産業展。10万平方メートルの会場に950社が出展、4日間で4万人以上が足を運んだ。中国のペット産業は2016年で1200億元（2兆円）に達した。1兆4千億円台とされる日本を追い抜き、すでにアジア随一の規模だ。

顧客であるペットの飼い主にアピールできる商材を見つくるバイヤーの動きは忙しい。産業として成熟した工業機械や自動車、家電の見本市に比べると、バイヤーの足取りは早い印象だ。トリミング用の機材やペット用スパ、しつけ用の教材など、品ぞろえも多様になっている。

爬虫（はちゅう）類の専用ブースもあり、体長1メートルのヘビがガラスケースで体をくねらせていた。中国のペットといえば籠に入ったメジロやコオロギといっ

人に劣らず、ペットも「食」重視

たイメージは過去のものになりつつある。ただ、会場の多くを占めたのはやはりペットフードだ。「クコの実が入り、ワンちゃんの健康にもいいですよ」。栄養寵物食品の営業担当、王亮さんは新製品の売り込みに声を枯らしていた。見込み客と対話アプリ「微信（ウィーチャット）」で友人になり、「保持連係（連絡を取り合いましよう）」と言葉を交わす光景が繰り返されていた。

「高級食材がはよされた時期もあったが、今は機能性も重視されている」。日本ペットアライアンス（神戸市）の田川俊中社長はコエンザイムQ10やグルコサミン、ビフィズス菌などを配合した製品を展示した。

外箱はあえて日本語で表記、高品質の印象を出す。

「民以食为天」。国民は食えることを何より重視するという言葉だが、事情はペットでも同様だ。ペット市場は20年には2千億元と円換算で3兆円超まで膨らむとの予測がある。ペットフードは市場の3分の1を占めるだけに、人の食事に劣らぬ開発競争が繰り広げられそうだ。

（上海＝張勇祥）