

平成 30 年度基本活動にあたり

昨年度の世界経済を振り返ると、各国がおしなべて明るさを示した一年でした。先進国はそろって好調に推移し、日本も消費者マインドの回復がやや遅れているもののデフレ脱却に向けて着実に進みました。一方、AI や IoT といった“次世代テクノロジー”などによって消費者を取り巻く環境、そしてあらゆるビジネスモデルが急速に変化し続けています。

そのような変化と共に、ペットビジネスにも大きな潮流の変化が3つ起きています。

1つ目は、猫の飼育数が犬の飼育数を上回ったことです。

昨年度の日本全国の犬の飼育頭数は約 8,920 千頭、猫の飼育頭数は約 9,526 千頭と推計され、猫の飼育数が犬の飼育数を上回りました。この変化は、SAE としてこれまで犬を中心とした教育事業のドメインに影響を及ぼす可能性があり、対策を講じなければなりません。

2つ目は、世界の重心の変化です。

ペットビジネスは、ここにきて中国の存在感がどんどん大きくなってきていることは誰もが感じていることです。言ってみれば、数とスピードを背景とした中国型のグローバリズムが伸長しつつあるということで、近い将来、成長鈍化の兆しが見られない米国をも凌駕すると推測されます。この成長する中国に SAE はビジネスモデルの創造が求められます。

3つ目は、顧客志向の変化です。

日本のペットビジネスの規模は横ばいで推移しておりますが、顧客志向は、良いモノ、良いサービスにはお金をかける傾向が強まってきました。例えば 100%無添加や抗生物質不使用であることを確認し、自分や我が子に望むものと同水準の製品を求め、購入するようになってきました。従来の産業構造を一新するような動きが加速しており、その先を見据えたビジネスの展開が求められます。

今年度の SAE は、刻々と変化する社会・産業・顧客（法人、個人）ニーズに対してソリューションを提供し続け、変貌を遂げていかなければなりません。我々を取り巻く環境が大きく変化しつつある今、我々が自分の仕事をもう一度見直した時、顧客や社会に対して、本当にど真ん中のソリューションを提供できるかをしっかりと考えて活動していきます。