

愛犬とのレジャーを通して、楽しい思い出と幸せな家族を増やす～宿泊施設・観光地・交通機関と自動車メーカーの取り組み～

文：尾形聡子

夏は旅行やレジャーなど、普段は行かないような場所に出かける機会が増える季節です。けれども愛犬と暮らす人々は、愛犬を置いて出かけることができないから、一緒に行くと周りに迷惑がかかるから、犬と一緒に入れる施設が少ないから・・・と諦めてしまう人も決して少なくないようです。その一方で、ペットと一緒に旅行がしたいと考える人も増えてきています。

近年ペットを家族として見なす人が増加している傾向にあるとはいえ（[山田昌弘先生の特別講演報告をご参照ください](#)）、8割の世帯では犬や猫を飼っていないのが現状です。ペットとの旅行をなるべく自由に楽しむためにも、ペットと暮らしていない人々がそれをどのように感じるか、ということも重要になってきます。

第7回例会は、ペットと一緒に泊まれる宿泊施設情報サイト『[ペット宿ドットコム](#)』を1999年から運営されている藤野宇一郎さん（株式会社ぐらんぱう、Pet-RV 株式会社、代表取締役）と、愛犬との快適で安全な旅行を提案するために2012年『[トヨタドッグサークル](#)』を設立した土橋代幸さん（株式会社トヨタマーケティングジャパン取締役）のお二人をお招きし、国内のペットツーリズムの現状や取り組みなどについてご講演いただきました。

『藤野宇一郎氏：ペット同伴旅行を日本の文化へ』

最初は“ペット同伴旅行を日本の文化へ”をビジョンに掲げる藤野さん（株式会社ぐらんぱう、Pet-RV 株式会社、代表取締役）よりお話がありました。藤野さんはペット宿ドットコムを通じて、日本のペットツーリズムの現場を18年間見続けてこられています。



藤野宇一郎さん

「最初に簡単に会社の紹介をさせていただきたいと思います。1999年6月からペット同伴旅行の総合サイト、ペット宿ドットコムというサイトを運営しています。現在年間で150万人ほどの方々にご利用いただいています。もともと、ペットとの同伴旅行というものを作っていきたいというところから始めたのですが、当初は1日50人ほどの訪問がやっとのところでした。ペット同伴旅行がやっと形になってきていると思います。」

藤野さんは、ペット同伴旅行を日本の文化にすることを目的にさまざまな取組を行ってきています。

「どうしたらペット同伴旅行が当たり前になっていくのか、そのひとつとして、ドッグスポーツイベント“[イヌリンピック](#)”を2004年から開催しています。家の周りを散歩しているだけではトレーニングの必要性を感じられなかったり、犬と一緒に遠くへ出かけるきっかけもなかなかありません。ですので、犬を連れ出して参加できるイベントをやりたいかったです。」

イヌリンピックの競技には、直線 50 メートルのタイムレース、フィールドドレトリブ、トラップタイムレースなどがあります。

「たとえば 50 メートル走は、ゴールにいる飼い主さんが犬を呼び、犬は飼い主さん目指して一直線に走っていくというものです。ちなみにこれまでの最高タイムは 3.8 秒でした。前後の足を動かすのを 1 回とすると、17 回くらい動かすとゴールできるくらいになります。」

また、犬を連れて旅行に行ける環境を作っていくために、リゾート開発の手伝いもされているそうです。

「飼い主さんと犬との距離をノーリードで体感してもらいたいという思いがありまして、福島県にあります **レジ** **一ナの森** という宿泊施設では、ノーリード散歩コースというものを提案しました。通常のドッグランですと、飼い主さんは犬を放して自分は動かない、というのが一般的ですから。」

ペット飼育の課題は？

2012 年、藤野さんは全国規模のアンケート調査を実施されました。アンケートには犬の飼い主だけではなく、犬を飼っていない人も含め、約 6,000 名が参加しました。アンケートの質問とその回答から考えられるペット飼育の課題点について、考察を交えながらお話は進められていきました。

愛犬はあなたにとってどんな存在？

子ども 56.8%

パートナー 20.5%

・・・40 代以上の女性の 70%以上は子どもと回答

愛犬と暮らしていて不便なことは？

長時間留守にできない 59.1%

旅行に出かけられない 58.0%

「6 割の方が愛犬を子どものような存在だとし、6 割の方が長時間留守にできないとしています。犬は人でいうところの 3 歳児くらいの感覚だと思いますので、3 歳児の子どもを独りぼっちで家に置いて長時間出かけられない

旅行経験者対象：旅行へ行って一番困ったことは？

ペットの排泄 42.0%

自分たちの食事のとき 20.1%

い、と考えるのは当たり前かと。ですから、インフラを整えることでこの点に対応していければと改めて感じた結果でした。」

「愛犬と旅行したことがある人を対象に、何が一番困ったかとたずねたところ、やはり一番に挙げられたのはペットの排泄でした。どこでトイレをさせたらいいのか、といったことですね。2 つ目の自分たちの食事のときですが、これも当然で、昔に比べれば増えたとはいえペット同伴 OK のお店は決して多いわけではありません。この仕事を始めた 18 年前くらいは、同伴旅行をする方々はコンビニでご飯を買って適当な公園で食べる、という人がとても多かったです。」

旅行未経験者対象：旅行へ行かない理由は？

- ペットの移動が心配 37.2%
- ペットの排泄が心配 28.8%
- ペットの無駄吠えが心配 22.2%

「一方、愛犬と一緒に旅行したことがないという飼い主さんに、なぜ旅行に行かないのか聞いてきました。結果、移動にまつわる心配が一番の理由となっていました。車に何時間乗せられるのかといったことだけでなく、そもそも車のどこにどのようにして乗せればいいのかということも分からない方がたくさんいます。2番目は排泄でした。旅行経験者ではトップの問題が、未経験者対象では2番手に挙げられています。そして、22%ほどの人が、犬の無駄吠えが心配で行かない、という回答でした。うちの子は吠えちゃうからダメ、迷惑をかけてしまうから旅行になんて連れていけない、というような状況があるということです。」

愛犬と旅行へ行ったことがありますか？（日帰り含む）

- 行ったことがある 39.1%
- 内、宿泊旅行経験者は約半数

旅行未経験の方は、今後愛犬と旅行に行きたいですか？

- 行きたい 47.9%（飼育世帯全体の約30%）

「愛犬と旅行に行きたいけれど行けていない、という方が多く存在していることが分かる結果です。これは、飼い主の60%以上が愛犬と一緒に旅行していない、約500万世帯以上、1,000万人以上の方が行けていないという現状であるとも言えます。今後のニーズを考えますと、愛犬との宿泊旅行は2倍以上に拡大する可能性がある、ということです。」

ペットツーリズムの変化

ペットと一緒に旅行をすることを意味するペットツーリズムという言葉は、数年前から一般的に使われるようになりました。

「ペットツーリズムの変遷をペットと泊まれる宿の軒数から考えますと、ペット宿ドットコムを始めた18年前は約170軒ほどだったものが、2015年には約800軒にまで増加しています。年間だいたい30施設以上増えているのですが、近年は施設そのものが増えているというよりも、部屋数が増えている傾向にあります。施設そのものが巨大化したり、部屋数の多い施設がペット同伴可能な部屋を増やしているという状況です。」

さかのぼって18年前、ペット宿ドットコムがスタートしたときにはどのような課題があったのでしょうか。

「そのとき飼い主さんからは、しっかりとした情報がない、古い情報が多いといった声が多く寄せられていました。受け入れ側としては、飼い主さんのマナーが良くない、ターゲット層が絞れず情報が届けられない、という状態にありました。」

このような状況を解決するために、飼い主さんと施設の双方に新鮮な情報を発信したいという思いで始めたのがペット宿ドットコムだといいます。

「2005年くらいになりますと、ペット同伴宿のニーズが拡大し、施設も増加していきます。飼い主さんとしては楽しい旅行にしたい、愛犬にも楽しませたいという声が多くなってきて、受け入れ側としても犬のための設備に投資をしたり、ペット専門宿として対応を始めるようになります。たとえばドッグランが必ずあるような宿が増えてきました。」

また施設側としては、スタッフ教育を行ったり専門性の高い学校へ求人を出すようにもなり、スタッフの充実を図る動きも始まってきたそうです。

「現在は、観光地やその周辺環境での受け入れができてきています。飼い主さんとしては、自分や愛犬に合った旅行をしたい、観光地を選定したいという要望が出てきています。これまでの旅行は宿が決まったらそこが旅行先となっていました。今は観光地を探すという行為がとられるようになってきています。一方受け入れ側も、宿の周辺情報を発信したり、観光地の受け入れ施設の開拓を同じ地区全体で行うようになってきています。」

各観光地ではペット同伴旅行用の観光案内マップを発行したり、サービスエリアや道の駅でのペット受け入れも進めているようです。

「今後のペットツーリズムですが、飼い主さんからはもっと観光を含めた旅行をしたい、より目的を絞った旅行をしたいというニーズが高まっています。受け入れ側としては、マナーの良い飼い主を受け入れたいという動きが出てきています。これまでは泊まりに来てもらえればそれでよかったのですが、できるだけマナーの良い飼い主を受け入れていきたいということです。そのために、どうやって情報発信をすればマナーの良い飼い主さんが集まるのか、という動きが始まってきています。」

プラスアルファとして、点を線で結ぶために交通機関、バスツアー、レンタカー、フェリーなどのインフラを整える必要があるとも考えているそうです。

ペット同伴旅行、楽しさは体験してみるのが一番！

現在、犬と一緒に様々なアクティビティを楽しめる施設が増えてきています。

「たとえば、屋上全体をドッグランにしている施設があったり、ドッグランは当たり前のように増えてきています。大きなプールがある施設もあります。もともとテニス施設だったところなのですが、テニスが下火になったため犬専用の施設となり、25メートルプールが犬専用になっているという形です。」

運動をするための施設だけではなく、人と同じように犬もリラックスをとというようなサービスも提供され始めています。

「人用の露天風呂に並んで犬用の小さな露天風呂が設置されている施設や、犬用の懐石料理メニューが用意されているところもあります。そこでは板前さんが犬の食餌を勉強し、メニューを作っているそうです。」

人と一緒に行くアクティビティとしてはカヌーやスノートレッキング、珍しいところでは愛犬とゴルフコースをまわれるところが出てきているそうです。そして、キャンピングカーなどの車を使って全国津々浦々を旅する人々も増加しています。

「飼い主さんが旅先で楽しんでいると、犬もそれを感じて楽しんでいる様子が見て取れますよね。余談になりますが、犬と一緒に旅をするとより多くの楽しみが待っています。たとえばサービスエリアで家族がトイレにいき、私が一人でトイレの前で待っていても何も起こりませんし、とりわけ楽しくもありません。けれど、今の私の愛犬ジョンと一緒に待っていると、それだけで多くの方が声をかけてきてくれるんですよね。そういった経験ができることが、私の旅の楽しみにもなっています。」

宿泊施設やそれに付随するアクティビティだけではなく、一般の商業施設である水族館にも犬と一緒に入れるところもあり、犬の受け入れ施設が全国的に増えてきている状況がうかがえます。

「旅先は非日常ですから、日常の散歩では味わえない経験ができます。犬連れ旅行先の観光地などで旅行者の方を会うと、犬と一緒にいいですね、楽しそうですね、という接し方をしてくれます。日常生活の中で犬が散歩をしているのを見てもなんとも思わない人でも、旅行中に犬と会うと感じ方が少し違ってくるのかもしれないと思います。」

18年間で振り返って

宿泊旅行に行くまでの飼い主の行動の変化にはだいたいのパターンがあることが分かったそうです。

「まずは家周辺を散歩するところから始まります。次に、近所のドッグランなどへ出かけるようになり、ドッグカフェやホームセンターなどにも行くようになっていきます。さらにはイベントやオフ会などに参加するようになり、日帰り観光旅行を始めるようになります。そしてついに宿泊旅行へ、となります。」

このようなステップを踏んでいかないと、旅行まで進んでいきにくいと藤野さんは言います。

「家の周りだけを散歩している人が、いきなり宿泊旅行へ行こうとはなかなかありませんよね。日帰り旅行の手前で止まっているケースが飼い主さんの60%ほどいます。」

ペット同伴の受け入れ施設の状況にもいくつかのパターンが出てきています。

「ペットホテルを併設している施設、一部の部屋をペット向けにしている施設、姉妹施設としてペット専用宿を作る施設、全館ペット受け入れのためにリニューアルする施設などです。もちろん、新築でペット専用宿を作る場所も最近多くなっています。」

受け入れ施設の拡大増加は、顧客の固定化が約15年以上続くと見込まれるようになってきたために投資が入りやすくなっているからではないかと感じているそうです。

「飼い主さんが施設を気に入ってくれば、間違いなく顧客の固定化へと繋がります。たとえば共働きの夫婦で、普段は犬と楽しいことがあまりできていないから、2週間に1度は犬と一緒にどこかへ泊まりに行こうというよ

うなケースも増えてきています。」

そして藤野さんは、ペットツーリズムの拡大はペット業界や周辺の業界の活性化にも繋がると感じているそうです。

「ペットツーリズムが拡大すると、犬が家族であるという意識が強固になります。そうすると行動範囲が広がっていきます。そこから、自動車や住宅、家電、ドッググッズ、ケア商品など、犬製品であってもクオリティが人用のもののように高くなっていきます。先ほども言いましたが、犬との生活はずっと3歳のままでの子どもと生活を続けていくようなものですので、チャイルドシートやオムツといった子ども用品のメーカーもどんどんペット業界に参入してきています。」

また、アンケートのところで出てきましたように、500万世帯、1,000万人以上の人々が犬と旅行に行きたいけれど行けていないという状況は、国内需要からすれば大損失とも考えられます。

「そういう点でも観光を活性化することはとても大切です。福島県には大内宿という宿場町があるのですが、そこにはもともと人がペットと一緒に暮らしていますので、昔から犬や猫がいますし、看板犬も看板猫もいます。犬連れで入れる蕎麦屋もあります。大内宿ではそれが当たり前前の風景です。しかし最近は家の中で生活するペットが増え、それが当たり前になってきています。同時に、子どもたちがペットを見たりペットと接したりする機会が減っているのを実感しており、犬や猫がどんな生き物か知らないまま大人になる可能性が高くなってしまっているのではないかと思います。ですので、ペットとの行動範囲を広げ、色々な場所で楽しんでいる姿を子どもたちに見てもらうことも重要ではないかと考えています。今の飼い主さんがペットとの楽しい思い出をたくさん作っていけば、未来の飼い主さんが増えることにも繋がっていく、そう思っています。」

『土橋代幸氏：TOYOTA DOG サークルについて』

2012年、人と犬の両方に快適で安全なカーライフを提案するために設立されたトヨタドッグサークル。それから5年、トヨタドッグサークルがこれまでにやってきた取り組みや、そこに込められた想いについて土橋さん(株式会社トヨタマーケティングジャパン取締役)よりお話がありました。

「トヨタマーケティングジャパンはもともとトヨタの宣伝部として、普段は自動車のコマーシャルやモーターショーなど一般的なPR活動を行っている会社です。なぜ自動車会社がトヨタドッグサークルのようなことをやっているのかについて、お話したいと思います。」

土橋さんは、15歳半の黒ラブ、土橋ペペロンチーノ黒幸(愛称ペペ)とご家族と一緒に、ペットツーリズムを積極的に実践されています。

「ペペが歳をとったため今年はまだ旅行に行けていませんが、去年までは時間を見つけては犬連れで宿泊旅行をするのが楽しみでした。夫婦で楽しんでいる様子を見ても、犬が楽しんでくれるので、ペットツーリズムはとても心が癒されるものだと実感しています。」



土橋代幸さん

ちなみに土橋さんは犬に限らず大のペット好きだそう。金魚や亀に始まり、十姉妹や九官鳥などの鳥類からクワガタやカブトムシなどの昆虫、猫そして犬と実にさまざまな生物と暮らしてきた経緯があります。

「なぜなら私はペットが大好きだから、という理由でトヨタドッグサークルをやっているというわけではないのですが（笑）。マーケティング的なことを話しますと、車への興味関心が長期的にダウントレンドとなっていたからです。」

ライフスタイルに寄り添ったマーケティングへ

サークルを立ち上げる前の 2005 年から 2011 年までの車への興味関心の推移はどんどん低下していました。

「我々の頃は車がないとデートにも事欠くという感じだったのですが、現在車は単に移動手段であり、とくに都会では無くてもいいものになってきています。そこで、なんとか車に興味を持ってもらいたいということで、あの手この手を使っているいろいろなことをやっているのが我々の会社の活動そのものでもあります。車に興味を持ってもらっていないと、新車がでようがどうでもいい、ということになってしまうわけですから。」

それまで車が主体だったマーケティングから、ライフスタイルに寄り添ったマーケティングへと変化していきます。

「車そのものの人気なくなってきましたので、人気がある別のものに寄り添うしか方法がないのです。そこで、人気のあるペット、とくに犬に寄り添おうということで、トヨタドッグサークルが設立されました。」

トヨタドッグサークルを設立した後、そこでの経験を発展させた形でライフスタイルマガジン“**Colors (カラーズ)**”というウェブサイトも立ち上げられました。

「Colors ではスポーツや趣味、子育て、グルメなど、さまざまなライフスタイルに応じた車の使い方を提案しています。生活の中でいかに車を使っていたか、というマーケティング活動ですね。」

トヨタドッグサークルが設立された今から 5 年ほど前の日本は、子どもの人口よりもペットの飼育頭数の方が多くなってきたと盛んにいわれていたころでした。

「ペットと一緒に出かけるための交通手段としては、マイカーがほかの交通手段よりも利用しやすいこともありました。そのようなこともあり、ペットの中でも車との相性がいい犬を主体として活動を行うことにしたのです。」

取り組みの 3 本柱は“プロモーション”、“販売店”、“商品”

トヨタドッグサークルを開始するにあたり、人が集まるさまざまな場所で、“車と犬”に関するヒアリング調査を行ったところ、犬と一緒に車で出かけるときに、臭いや毛などを筆頭として数々の問題があることが分かってきたそうです。

「トヨタ自動車の考え方として、普段から交通安全はとても大切にしていますので、ヒアリング調査の結果を踏まえつつ、ペットツーリズムの中でも“安全・快適”というところにテーマを絞りました。そうして『ヒトとイヌ

の「快適で安全な」カーライフの共創』をテーマとし、いろいろな取り組みを行ってきました。」

具体的な取り組みは大きく3つ、プロモーションと販売店、商品としているそうです。

「ウェブサイトを中心としたプロモーション活動、全国に5,000拠点ある販売店でさまざまなトライをする、ドッグオーナーの方がお出かけするときに使える商品を開発する、という活動を行ってきました。」

①プロモーション

トヨタドッグサークルではまず、犬好きの人々にターゲットを絞ったコミュニケーションをはかる場として、ウェブサイトを展開しました。

「ある調べでは、ドッグオーナーが情報源として利用しているものには動物病院や口コミ、ペットショップなどがありますが、中でも1番はウェブだという報告があります。ウェブサイトを運営する中で、お客さまとの接点づくりとして、愛犬のごはんと健康を考える、愛犬フォトテクニック講座、犬の肥満講座、移動中の熱中症の話といったさまざまなコンテンツを展開しています。また、ペットツーリズムを盛り上げていくために、お出かけをしたときの愛犬の写真を募集してウェブサイトにアップしてもらい、その中から週に一度独断で一番ステキな写真を選ぶ、シュウイチ DOG というコーナーもあります。実はうちのペペも見事シュウイチ DOG になりました（笑）。」

ウェブサイトでは、愛犬と車を使ったお出かけの提案もしています。

「犬に優しい施設の紹介や、犬とのお出かけに使いやすい車、犬のサイズに合った車の提案をしたり、犬を安全に車に乗せるにはどうしたらいいかといったハウツーの紹介をしています。また、熱中症などの危険が伴う夏場のお出かけで気を付けるポイントなども紹介しています。たまに車の窓から顔を出して乗っている犬を見かけますが、私たちからすると子どもがシートベルトをしなくて顔を出しているのと同じで、とても不安に感じます。悲しい事故が起こらないよう、そのような点を本当に注意していただきたいと呼びかけています。」

犬に優しい車を選ぶ際のポイントや、犬が乗り降りしやすい車の寸法チェックの仕方、犬に優しいカー用品の開発などをして、さまざまな提案も行っているそうです。

「まだそれほど数は多くないですが、犬に優しいトヨタのお店として、ドッグランを併設したり、店舗の中にも一緒に入れるといった店舗づくりも始まっています。」

②販売店

「それぞれの販売店ではペットツーリズムにちなんだイベントをたくさん開催し、ペットとのお出かけを推奨しています。」

イベント開催はマーケティング的にもとても効果があるそうです。

「いま、車を販売店に購入しに来てくださるお客さまの多くは、前回もトヨタの車を購入してくれた常顧客の方です。他社の車を購入された方が突然トヨタの販売店に来ることはほとんどないのですが、このようなイベントを行うと、他社の顧客の方も大勢いらしてくださるんです。ですから、営業的には非常にいい作戦になるのではないかと考えています。」

③商品

トヨタの純正用品として、ペットキャリー、ペットシートカバー、リードフック、フロアマット、リードコード、ステッカーなどの犬用品を開発し、販売を行っているそうです。

「トヨタドッグサークルでは、新しいお客さまとの接点を犬を通じてつくっていき、犬とのカーライフを広げて車で出かけることの楽しさを味わっていただき、そして車をご購入いただくために、今後もますます充実したものを提供できるよう頑張っけて続けていきたいと思っています。最後に、ドッグサークル Web 限定動画『[Smile Again](#)』をご覧くださいと思います。」

お二人のご講演の後は、恒例の質疑応答の時間に。日本ペットサミット会長で東京大学獣医外科学教室教授の西村亮平先生の進行のもと、会場からは数多くの質問が寄せられました。

ーペットツーリズムといいますとペットの中でもやはり犬が中心になってくると思いますが、猫とペットツーリズムについてはどう捉えていますか？



藤野さん：ペット宿ドットコムという名前にしたのも、犬だけを対象としたペットツーリズムを考えていたのではないからです。実際色々な動物を連れて泊まりに行っています。もちろん猫と泊まれる宿もあるのですが、実はあまり表に出てきていないという状況です。実際に利用した人がブログなどにアップすることもなく、話題になることもほとんどありません。なぜなら、叩かれるからです。犬は人につく、猫は家につく、といいますように、猫を家の外に連れ出すのは大きなストレスを与えることになる、という意識が当たり前の世の中になっていますから。キャンピングカーのレンタルを始めた理由のひとつがそこにあります。普段駐車場に泊まっているキャンピングカーの中でも猫と一緒に過ごしているので、家がそのまま動いていくともいえるキャンピングカーなら、猫もストレスなく旅行ができるという話も聞いています。とはいえやはり、猫を旅行に連れていくとどの程度ストレスに感じるのか、どのような生活をするか猫を旅に連れ出しても大丈夫になるのか、猫を車に乗せるときはどのようにしたら安全なのか、といったようなことを専門家の方々に研究していただければと思っています。

土橋さん：まだ犬しかやっておりませんが、猫用に爪をといでも大丈夫なシートの開発など進めないのですね（笑）。出かけた先で迷子になっても居場所がつかめる GPS など、車の技術を多方面に活かして開発していけたらと思います。

西村先生：確かに猫を車に乗せるときは犬より気をつけなくてはならないかと思っています。といいますのも昔、猫をそのまま車に乗せたことがあるのですが、車の中を走り回って大変な目に遭ったことが・・・。

—今までペットツーリズムという発想がなかった人たちに新しい形を提案してきた中で、一番難しいと思ったことは何でしょうか。そして、それをどのように解決しましたか。

藤野さん：ペット宿ドットコムを始めた18年前は、まったくといっていいほどペットツーリズムの需要がありませんでした。ですので、一番の課題はそういうものがあるのを“知ってもらうこと”でした。イベントを開催したり、紙で情報を出したりと、時代に逆行することをしてきましたが、なぜならそうしないと気付いてもらえなかったからです。ペット宿ドットコムの冊子は、いぬのきもちという雑誌に年に2回同梱して購読者の方に届けています。インターネットで探してくれる方ならいいのですが、ペットと泊まれる宿があるということを知らない人は探すこともしませんから。

18年前にもペットと泊まれる宿はあったので、その頃にすでに犬同伴旅行をしたことがある方もいたのですが、たいていの場合行って失敗していました。一般の人には通さないような、北向きでカビ臭く、眺めの悪いような部屋が主でしたし、おまけに食事もあり美味しくないというような経験をしたら、ペット宿には二度と行きたくないと思ってしまい、見向きもしなくなってしまうですね。そういった方にも、今はいろいろな宿がありますよ、という情報を届けようとしています。なので、とにかくまずは“知ってもらうこと”だと思っています。

土橋さん：先ほどもお話しましたが、私たちの目的としては車離れを何とか解消したいということでやっております。しかし、まったくトレンドが変わっていないのが現状です。ペットツーリズムだけでなく、いかにしてお客様の関心のあるところに車をおけるのか、という点ではまだ全然できていないのでチャレンジを続けていきたいと思っています。

—本栖湖や西湖で犬を泳がせることについて、行政や漁業組合、保健所などともめています。山梨県はペットツーリズムを推進している県でありながらも意見がまとまりません。どのように進めていけばいいのでしょうか。

藤野さん：以前から、普段犬が来ていないところに犬連れで行くということに対するクレームはあがっています。たとえば、国立公園の管理をしているところから、その場所の観光地を紹介しないでくださいといわれたこともあります。犬が入ることで生態系が崩れるからと。結局は飼い主さんのマナーやモラルの問題が一番大きいと感じています。それと、異例すぎるということも挙げられると思います。犬がいるのが当たり前ではない、ということです。たぶんヨーロッパなどでは湖で犬が泳ぐことは大昔から当たり前のように行われていたと思いますが、日本はそのような環境ではなかったこともあると思うのです。ですから、どうすれば犬をOKにしてもらえるのでしょうか？というところから対話を始めていくしかないかと思っています。

ワンコネット那須の森村さん（会場より参加）：結論からいいますと、日本全国どこでも同じ問題を抱えていると思います。那須には天皇陛下からいただいた平成の森という広大な土地があり、ガイドがつけば人は入れますが、ペットは入場禁止です。その森は自然環境を守ろうということで譲り受けたもののため、生態系を乱す恐れのあるペットはNGだと環境省ではいっています。しかし、隣接している森は犬OKなのです。なぜなら環境省の管轄外だからです。このような状況に対して色々思うところはありますが、その部分に対してパワーを使っても徒労に終わることが非常に多いので、ペットツーリズムを盛り上げていこうとする民間だけで、ひとつひとつサービスの輪を広げていくという活動をしています。規制のある中で何ができるかを考えていく方がはるかに建設的ですし、お客様に喜んでいただけることになると思っています。

西村先生：見たことのないものは排除する、なぜなら前例がないから、というところがあると思います。時間はかかるけれども、少しずつ輪を広げていって社会的な合意を高めていくことはひとつの道だと思います。そのためには、やはり、規制の範囲内でできるだけのことをやっていくのはひとつの方向性になるのではないかと。日本の社会の中では、いきなり突破するという方法は難しいと感じます。

ー旅先で犬連れの旅行者を見た犬に興味がない人に、犬と一緒に楽しそうだな、犬を飼ってみたいと思わせるようなことができるのでしょうか。何かヒントはありますか。

藤野さん：交渉に2年かかりましたが、最初は八景島シーパラダイスでイベント（イヌリンピック）を開催しました。なぜなら、一般の方がより多い場所でやりたかったからです。一般の人、ペットとまったく関わることのないような人にも犬と生活をしている人の姿を見てもらうチャンスが増えます。また、イヌリンピックは犬のコントロールがある程度できる人が参加されていますので、より楽しそうな姿を見てもらう機会が増えるわけです。一般の方が犬の飼い主さんと話したり、犬と一緒にいる様子を見てもらったりするのは大切なことだと思っています。楽しさが伝われば、環境も変わってきて、犬を飼う人が増えていくと思います。

土橋さん：いかに身近に感じられるかが大事だと思っています。販売店に犬と一緒に来ていただけるような店づくりを少しずつ進めています。最初はすごく心配でした。そこら中にオシッコしてしまうのではないかとか、車の中が毛だらけになってしまうのではないかとか。けれど実際にやってみると、犬と一緒にいらっしゃるオーナーさんはきちんとしつけをされていて、まったくトラブルもありませんでした。ですので、そのような姿を店頭で見た方が犬を飼いたいと思ってくださるといいと思います。実際スタッフの中では、犬に興味なかったのに飼い始めたという人が出てきていますから、そういった世界を作っていくことが一番大事なのではないかと思っています。

ーペット同伴の宿の中にはマナーの良い顧客を選択して受け入れたいという動きがあるとのことですが、どうしてなのでしょう。

藤野さん：お客さんのターゲットをどう絞るか、というのが一番の目的です。目的をしっかり掲げると、目的を持ったお客さんが利用しに来ます。そのようなお客さんは宿に嫌われるようなことはしたくないものなのです。どのような環境をつくり、どのような人に情報を届けるか、というのが重要だと私は考えています。

ー社会性を身につけ、しつけをしっかりすることが、ペットとの旅行に行きやすくなるポイントだと思っていますが、そのあたりはどのようにお考えでしょうか。

藤野さん：規則が厳しいペット宿は、とても厳しくしていますね。犬が吠え続けていたり周りに迷惑がかかる行為をしても、飼い主さんが注意もしないような場合には、“お金要りませんので食事が終わったら帰ってください”と、お客さんを帰してしまうようなところもあります。そうすることで差別化されますので、そのような宿はマナーが良い人しか行かない場所に変わっていきます。しつけやトレーニングはとても大切だと思いますが、実際にやったことがない人も多いのが現状です。家の周りしか散歩しない、遠くに犬の姿を見かけたら避ける、というような生活を続けているので、迷惑をかけるだろう吠えをどうしたら止めさせることができるのか、といったことを経験しないままです。ドッグトレーナーの探し方が分からない方も多いです。犬と一緒に必ず外に出なくてはならないような仕組みを作り、どんな飼い主さんもいろいろ体験すべきだと思っています。

ーヨーロッパのように犬が日常の中に普通にいるような社会を作っていくためには、日本社会としては何が課題だと考えますか。

藤野さん：結局のところは環境だと思います。日本の文化とヨーロッパの文化は違いすぎますので、環境を変えていくところからスタートしなくてはならないと思います。そのためには子どもたちが大切だと考えています。小さなときから、それぞれのペットはどのような生き物なのか、どのように触れ合えばいいのか、といったことを教えていくことが重要です。ビジネス的にはどうしても大人がターゲットになってしまうでしょうが、そこにどのようにして子どもを入れていくかを考えることが大切だと思うのです。新たな文化を作っていくためには**20年、30年**とかかるでしょうが、大人がしっかり啓発していかないとならないと思います。

土橋さん：外に出たり移動したりということは社会性そのものですので、権利と責任をセットにして進めていくことになるのではないかと思います。

西村先生：ヨーロッパのやり方を見えている部分だけそのまま日本に取り入れようとしてもうまく行かないと思います。動物福祉という点で日本は決して遅れているわけではなく、いい面もたくさんあると思っています。