

ポストコロナ時代のペット産業の新たなビジネスモデルの模索 ～日中両国におけるペットオークションの変革に着目して～

張 玥

【要旨】

近年、急速に拡大し続けたペット経済はペット生体販売に多くの問題や弱点があることを露呈した。ペットオークションの出現により、ペットの流通量は一層高まった。仕入れ方法は、複数の個人店舗、個人ブリーダーで広範囲かつ複雑に仕入れる従来の形から、オークションにより希望の種類および頭数を一か所で安易に仕入れる形になった。一方で、大量繁殖により乱繁殖、遺伝的障害、近親交配を繰り返すことで障害を持った生体が市場に流通する問題が起こった。このような背景から、ペットを「商品」と「命」の両面から考慮する必要があり、筆者は生体販売市場における情報の非対称問題の解決が急務であると考えた。

そこで、本論文は中国の淘宝网や大衆点评のような EC プラットホーム企業におけるロコミ制度という取引評価システムの仕組みに着目した。大量取引、大量生産、大量売買の流通システムの欠陥を補完する効果に関する考察を行ったところ、ロコミ制度の仕組みは売り手のブランドを形成するのに役立っていることがわかった。また、ペットオークションというプラットフォーム上にロコミ制度を導入することで市場情報を有効に開示し、ブリーダーと小売店の間の情報格差を解消する効果があるだろうと結論づけた。ロコミ制度により、ブリーダーのブランド化を促進し、「悪質ブリーダー」の出現を効果的に抑制し、業界全体の改善につなげることができるものと期待される。

【講評】

本論文は、ペット産業の「闇」ともいえる乱繁殖や殺処分の問題を解決するために新たなビジネス・モデルを提示している。単なるアイデアにとどまらず、ペット業界の現状を踏まえて、流通システムやプラットフォーム・ビジネスなどに関する先行研究の検討を行った上で、新たなビジネス・モデルを提示していること、ペットという「命」でもあり「商品」でもあるものをどのように取引すべきかという難解なテーマに取り組んだこと、さらに、日本と中国の小売店とブリーダーに取材して執筆していることは、本論文において評価すべき点である。一方で、日本と中国で共通のビジネス・モデルを探る必要性について本論文は明確に議論していない。この点について説得力のある主張が望まれると考える。