

参考資料1：動愛法改正のためのアンケート結果

参考資料2：動物愛護をコンセプトとした地域再生事業の構築についての提案書

●結論から

1) 全ての規則は数値化が必要 「地方行政の裁量では判断できないので放置」が実態



9月初旬 7月に行政が指導に入った関西のブリーダーにて、7頭がケージにギッシリ詰め込まれていた。[写真提供は、動物愛護団体NPO エンジェルス]

環境省から地方行政への2月5日通知 「ケージ内で動物を過密に飼育している。」

(飼育改善指導が必要な例(虐待に該当する可能性、あるいは放置すれば虐待に該当する可能性があると考えられる例)

上記に基づいてどうぶつ基金から指導を要請したところ

関西の大都市の地方行政動物愛護管理室の職員(獣医師)は上記の状態を見て、

担当 「一つのケージに何匹以上が詰め込みすぎでダメなのか? 2匹だったらいいのか? 3匹だったらいいのか? 簡単に虐待とむすびつけていいのか? …」

この施設には、約200匹の犬がいたが、犬が多すぎると感じたので、減らしなさいと言いました。」

2) 業およびシェルターは登録制から許認可制に。

※関西の某県で起こった事件では、廃業届を出した翌週に妻が開業届を出して、営業を続けている。

3) 具体的数値についてはアンケート結果(民意)を重く受け止め決定すべきである。

1、移動販売(特定の店舗を持たない販売形式規制の検討) 禁止

どうぶつ基金で数件の愛護シェルター、シェルターを持たない里親探しを行う愛護団体、にヒヤリングしたところ移動販売と譲渡会に関して「禁止にするべきである。もしそれで譲渡会が禁止になっても、譲渡の方法はいくらでもある。私たちに遠慮する必要は皆無です。私たちの生の意見を届けてください」というものでした。これは全員一致でした。

- 2、飼養施設（犬猫のケージの大きさ等の具体的数値規制の検討）適温と湿度についても数値で示すべきである。またバックヤード と 展示施設とは分けて考える。
- 3、飼養する職員の数も数値化すべきである。

●まず現状を把握しましょう。

## ※参考資料1 参照 アンケート集計

---

民意は

（アンケート結果より抜粋）

展示して小売する業態自体に無理があるので反対 70%

繁殖は一般人も含めて免許制にすべきだ 83%

一般の飼い主に不妊を義務付けるべきだ 59%

繁殖業を全面廃止すべきだ 34%

ブリーダーと聞いてあなたが連想するイメージ 複数回答可能 2259

回答 票数 %

動物が好きな優しい人 10%

悪徳ブリーダー 80%

犬を愛している人たち 12%

命よりお金が大事な人たち 77%

---

これを見た業界は

「ただでさえ儲からない商売なのに、こんな数値規制までされたら、ますます赤字だ。つぶれてしまう。数値規制には業界を挙げて反対！！」「動物愛護は敵だ！」

これは業界正常化に対するビジョンがない事による不安にすぎないのです。

---

「ペット業界 VS. 動物愛護団体や一般人」「行政 VS. 動物愛護団体や一般人」という対立が存在するのは明らかです。

真の動物愛護国家実現には、この対立構造を解きほぐし共に協力し合って殺処分ゼロを目指す事が重要です。

大事なのはペット業界は構造不況業種であるという認識を持つ事

悪徳ブリーダーが増える原因はペット業界の構造不況が産んだ貧困である。自分たちで儲からない業態にしてしまった。

●こうなった原因の大きな理由の一つは供給過剰

知識のない家庭ブリーダー、兼業ブリーダーの増加、(ペットショップが2匹売りたいために繁殖でお小遣い稼ぎ等といった素人繁殖をあおった結果)マルチ商法が確実に崩壊するのと同じ事になった。

数値化規制に反対して現状維持を図ろうとすればするほど、ブリーダーが（一見）安易な金もうけに見えてしまい。構造不況スパイラルに落ちていく。

**業者が儲からない事は動物にとっても良くない事。**

**衣食足りて礼節を知る**

逆にいえば、**業者が安定した生活が送れるという事は、動物にとっても確実に良い事**です。

今こそ、新しい公共の担い手としての財団法人や社団法人、民間ボランティアそしてペット業界、行政が共に新たなビジョンを持つ事が、動物にとっても全てのみなさんにとっても最善の策です。

## **※参考資料2 参照：動物愛護をコンセプトとした地域再生事業の構築についての提案書**

本資料は実現可能なビジョンを示しています。ご高覧いただきご指導をいただくと共に、実現に向けて一緒に動いていただければ幸いです。

繁殖場→セリ→小売店→消費者

15万匹が流過程で7万匹に減ってしまう。売れ残りが安売りされて価格崩壊。最後は殺処分。

繁殖場→消費者 流通をシンプルに

直売による中間マージンの削除

完全予約制で無駄をなくす。[売れ残りをなくす]

※そうすると

高値安定

小売業者は生体販売を予約窓口業務に変えてリスクゼロ、用品を売る

繁殖を一般人にも制限する＝業者から買う以外に方法は無くなり、業者の売り上げは増える。[本来ある需要は約100万匹]（実態 50万頭（JKC） 15万頭 [環境省]

●ペット業界が殺処分ゼロに協力する＝業者から買う以外に方法は無くなり、業者の売り上げは増える。

●制限を厳しくする＝悪徳業者が去り、1匹あたりの単価も高くなり、業者の生活は安定する。

●セリや小売りに対して規制を厳しくする＝直売しかできなくなり、1匹あたりの単価は高くなり、業者の生活は安定する。完全予約制になり売れ残りがなくなる。

### **★みんなで一緒に変えましょう★**

文責

公益財団法人どうぶつ基金

理事長 佐上邦久

兵庫県芦屋市奥池南町 71-7

0797-57-1215 FAX 0797-25-2075

contact@doubutukikin.or.jp

## 動愛法改正のためのアンケート結果 有効回答数 932 件

あなたの立場

932

回答	票数	%	
動物愛護ボランティアスタッフ	146	16%	
シェルターを運営している	2	0%	
シェルターで働いている。	0	0%	
保護犬や猫などの里親になっている	298	32%	
獣医	3	0%	
動物取扱業者	11	1%	
その他	472	51%	

回答	票数	%	
男性	113	12%	
女性	819	88%	

動物取扱業の規制は

回答	票数	%	
----	----	---	--

数値化すべきである。	906	97%	
数値化すべきではない。	26	3%	

**動物取扱業は**

932

回答	票数	%	
免許制にすべきだ	923	99%	932
今のまま届け出制でよい	9	1%	

**1、深夜販売（深夜販売禁止等の具体的数値規制の検討）**

回答	票数	%	
17時まで	314	34%	
18時まで	205	22%	
19時まで	186	20%	
20時まで	127	14%	
21時まで	43	5%	932
22時まで	12	1%	
23時まで	4	0%	
24時まで	3	0%	
深夜販売を規制することに反対	38	4%	

**2、子犬（6か月未満）の販売時間（展示販売や休憩時間等の具体的数値規制の検討）**

回答	票数	%	
1日合計4時間、2時間ごとに1時間の休憩	762	82%	
1日合計5時間 3時間ごとに1時間の休憩	100	11%	
1日合計6時間 3時間ごとに1時間の休憩	44	5%	
1日合計8時間 4時間ごとに1時間の休憩	12	1%	
時間規制をすることに反対	14	2%	

932

### 6か月以上の成犬の販売時間（展示販売や休憩時間等の具体的数値規制の検討）

回答	票数	%	
1日合計4時間、2時間ごとに1時間の休憩	455	49%	
1日合計5時間 3時間ごとに1時間の休憩	204	22%	
1日合計6時間 3時間ごとに1時間の休憩	210	23%	
1日合計8時間 4時間ごとに1時間の休憩	48	5%	
時間規制をすることに反対	15	2%	

932

### 3、移動販売（特定の店舗を持たない販売形式規制の検討）

回答	票数	%	
全面的に禁止	793	85%	
屋外での移動販売を禁止	23	2%	
厳しい条件付きで許可	110	12%	
禁止すべきでない（今のままでよい）	6	1%	

932

#### 4、 インターネット販売 ( 対面販売を行わない販売形式規制の検討 )

回答	票 数	%
ネットで紹介して受け渡しは対面で飼養方法や動物の特徴について十分な説明をすればよい。	24 2	26 %
ネット販売は全面禁止	68 4	73 %
規制すべきではない ( 今のままでよい )	6	1%

932

#### 5、 犬猫幼齢動物の販売日齢 ( 販売日齢制限の具体的数値制限の検討 )

回答	票 数	%
7 週間 4 9 日	12	1%
8 週間 5 6 日	67	7%
9 週間 6 3 日	142	15%
1 0 週間 7 0 日	89	10%
1 1 週間 7 7 日	21	2%
1 2 週間 8 4 日	148	16%
1 3 週間 9 1 日	453	49%

932

#### 6、 繁殖制限措置 ( 繁殖年齢や回数の制限等の具体的数値規制の検討 )

回答	票 数	%
1 年に 2 回 一生で 8 回出産	15	2%

932

1年に1回 一生で6回	244	26%	
2年に1回 一生で4回	673	72%	

7、 普段暮らす飼養施設（犬猫のケージの大きさ等の具体的数値規制の検討）

回答	票数	%	
中小型犬1匹あたり1平米	18	2%	
2平米	138	15%	
3平米	113	12%	
4平米	129	14%	
5平米	194	21%	
6平米	73	8%	
7平米	250	27%	
規制に反対	17	2%	

932

7、 展示売り場などでの飼養施設（犬猫のケージの大きさ等の具体的数値規制の検討）

回答	票数	%	
中小型犬1匹あたり0.5平米	17	2%	

932

1 平米	141	15%	
2 平米	285	31%	
3 平米	104	11%	
4 平米	94	10%	
5 平米	105	11%	
6 平米	27	3%	
7 平米	151	16%	
規制に反対	8	1%	

#### 温度について

回答	票数	%	
15 ~ 28 度	860	92%	
10 ~ 30 度	46	5%	932
5 ~ 35 度	4	0%	
数値規制に反対	22	2%	

#### 飼養に必要な職員の最低数

回答	票数	%	
親犬 5 匹にひとりが必要	816	88%	
10 匹にひとり	99	11%	932
15 匹にひとり	2	0%	

20匹にひとり	4	0%	
規制に反対	11	1%	

その他の意見 複数回答可能

回答	票数	%	
展示して小売する業態自体に無理があるので反対	658	70%	
繁殖は一般人も含めて免許制にすべきだ	782	83%	932
一般の飼い主に不妊を義務付けるべきだ	553	59%	
繁殖業を全面廃止すべきだ	320	34%	

ブリーダーと聞いてあなたが連想するイメージ 複数回答可能

回答	票数	%	
動物が好きな優しい人	101	10%	
悪徳ブリーダー	753	80%	
犬を愛している人たち	119	12%	231
命よりお金が大事な人たち	721	77%	3
反社会的組織の関係者が多い	233	25%	
純血種の血統、伝統をまもろうとする責任ある人たち	332	35%	

主催：公益財団法人どうぶつ基金

アンケート募集期間 9月11日～9月14日

募集方法

どうぶつ基金のメーリングリストで参加を呼び掛けた。

どうぶつ基金のブログで参加と広報を呼び掛けた。

その他：

○集計結果の正確性を保つため、氏名、電話番号、メールアドレスの記入を必須とした。  
表記するパーセントについては小数点以下は切り捨てとした。

○アンケートに多くのコメントが寄せられました。(A4用紙296枚分)

どうぶつ基金のブログで全文を公開しましたのでご参照ください。

<http://doubutukikin2010.blog58.fc2.com/>

動物愛護をコンセプトとした地域再生事業の構築  
についての提案書

= 関係者各位 =

<地域再生策> とはさまざまな社会環境変化によって、それまで多くの人達を支えて来た地域社会の構造そのものが衰退し維持が成り立たなくなろうとしている危機について、新しい発想から対策を講じ、住民参加による清新なコミュニティ社会を目指すものと考えられます。本提案書は部外者(都市生活者)が地域再生策を上記のように理解し、それをマーケティング的視点からなるべく具体的に捉えたものであり、地域再生を必要とする当事者の立場からなされるものではありませんが、上記の視点のみから言えば「地域再生対策はその地域で自己完結するものではなく都市住民をマーケットにすることによってのみ成り立つ」というのが逃れられない大前提であり、したがってマーケット対象である都市住民からの提言にも検討されるべき価値があると考えております。

未熟な企画ではありますが、ご一読いただきご指導をいただければ幸いです。

今後ともよろしくお願い申し上げます。

2010年9月

公益財団法人どうぶつ基金

主たる提案者

衆生恒幸(しゅじょう つねゆき)

理事長 佐上邦久(さがみ くにひさ)

公益財団法人どうぶつ基金

兵庫県芦屋市奥池南町71-7

0797-57-1215

ファックス0797-25-2075

Ksagami@kcc.zaq.ne.jp

I 提案者の現状認識と本提案書の意義

1 現状認識

農林水産一次産業の就業人口高齢化や労働集約型工場の空洞化などの地元産業の衰退は、地方においての深刻な就業人口の減少と若中年人口の就職機会不足を招き、その結果として若中年人口

の大都市流出を招き、若中年労働人口の減少した地域では高齢人口の相対的比率増加を招いています。

その結果は自治体では税収減少と福祉などの経費負担増、民間では公共投資の減少や地域経済の疲弊による地元商業の衰退といった現象に現れ、それらが出生率、医療、教育、文化、娯楽の不足といった地方生活のドミノ崩壊的な環境劣化を招き、それが更に地域の沈滞を加速するスパイラルに陥っていることは、改めて申し上げるまでもなく、それに対する危機感は独り当該地域のみのことではなく日本全体の問題であるとして都市部住民にも理解されています。

この流れを食い止め逆転すべく、すなわち農業などの振興を支援すると共に、地域産業活性化や観光産業の育成が試みられていますが、農業不振は地域立地によっては産物に高付加価値をつけづらい構造的なものであり、また産業活性化も従来型の企業誘致はままならず、独自の地元産業の育成に取り組もうにも、担い手や資金、企画が不足する中での挑戦は非常に困難な状況に立ちすくんでいるのが現状と言えます。

問題が目の前にあるために放置することは許されないにも関わらず、抜本的な構造改善手段が見出せない現状では政治に出来る役割にも限界があり、結局は対症療法的な交付金などで問題解決を先送りして延命処置を講じているのみかのように見受けられます。

その困難の中で、与えられた環境を生かすアイデアを見出し、目覚ましい再生を成し遂げている地域もないではありませんが、その多くは経済的には小規模であり、企画のユニークさは評価出来るにしても、他の地域も横並びにその真似をすれば成果が上がるというほどのパワーは持ち合わせていないと言い切って差し支えないと思います。

しかしながら、それぞれの地域にはそれぞれの異なった環境があるわけであって、経済的に小規模なのは当然だとも言えます。従来の感覚で小規模であっても地域再生に貢献していればそれでいいのですから。

本来的に1000の異なった地域があれば1000の異なった再生メニューがなければならないと考えた方が、より積極的に個性的な地元産業を構築出来る可能性があります。

本提案書で後述する動物愛護を地元産業とする企画は以上のような前提に立ち、事業規模は非常に小さく、またどこでも通用する提案ではないものの、どこか一カ所でも「壺にハマれば」、当該地域の再生に貢献出来る可能性があります。

#### 地域再生策の基本認識

地域再生策は、経済活性化により衰退の流れを逆回転させることにより達成されると考えられているが、それは基本的には正しい。

したがって、「地域再生事業」とは、限られた資金や人材などのハンディを創意工夫で乗り越えて地元で出来る新しい事業の可能性を掘り起こすことで産業を興し、若中年労働人口の流入を促して経済を再生し豊かで調和のとれたコミュニティを目指すことと考えられるが、それを具体的な事業内容とするのには下記の条件が必要と思われる。

個性的な企画であること（ニュース価値・話題性・知名度の浸透）

常に問題とされるのが「ないないづくし」の地元で行なう事業内容だが、他地域の成功例を見習い（補助金を使って）他地域と同じことをしていたのでは急速な地域再生は覚束かない。

スピーディな企画であること

日々状況が悪化している地域環境では再生事業のスピード（軌道に乗るまでの所要時間）が非常に重要だとの認識を持つことが必要である。

地域内外から興味と好感を持って迎えらるる企画であること

一般的に言って、地域主体で新しい事業を興していくのは資金面よりもビジネスセンスや経験の不足が絶対的に不足している。

このウィークポイントを克服するには、外部の能力を上手に利用することが必要になる。

一過性でなく継続的な事業展開の見込める企画であること

ブームに便乗した企画を地元で実施するのは取り組みやすい代わりに一過性で

終わってしまうことが多い。大河ドラマは論外としても、他との差別化が充分でないご当地食材や観光への設備投資は怪我の元とも言えよう。

地元での人材雇用につながる企画内容であること

若者の地元就職機会を確保することも大切であるが、まずは現実に生活している高齢者の生活レベルを向上させること（過酷な肉体労働や不安定な収入からの解放）が必要と思われる。

幸い高齢者にはある程度の社会保障があるので、収入的には多くなくても楽しんで参加出来るような業種を創造することが求められる。

地域生産額の多くが地元に残ること

地域経済の観点からすれば現地生産品を広い地域に販売出来る業種であり、生産額の多くが人件費や生産委託などの形で一旦地元に着ることが望ましい。

小規模から実施し、徐々に拡大できる企画であること

初期投資費用が多額でなく、純民間でも調達できる規模であること

つまり、自治体からの資金援助に依存しなくても実施出来る規模であること

事業環境が決して恵まれているわけではない中での新規事業展開は、一攫千金とは言わないまでも挑戦的要素が必要であるから、駄目で元々と言えるくらいの資金リスクで事業を立ち上げること（テストマーケティングを行なえる業種）を目指すべきである。

ベンチャー性の強い事業は行政の参加に馴染まないもので、一定の進捗が見られるまでは純民間でリスク負担をし、行政や公共性の強い組織（農協など）には、一例として遊休地の貸し出しなどリスクの少ない部分での協力を期待したい。

同様のことは地元民の立場についても言えるのであって、若者発想であるベンチャー的思考は一般的には農業的生活感覚に馴染まず先ず不安が先に立ってしまうものと思われる。

この隘路への対応は「リスクテカーを外部に求めることで乗り越える」と一応は考えられるが、「リスクは外部に負担させ成功した時の分け前は自分達に多く」という発想では（油田を掘るのでもない限り）実現に近づくわけがないので、「分を弁えた招致活動」が必要になる。その意味で企画の成否は地元のリーダーの資質に左右されるところが多いと考えられる。

ローリスクハイリターンな事業を展開するためにインターネットや携帯活用が可能な業種を企画すること。

ローリスクハイリターンは、「リスクが少なくして利潤が大きい」という虫のいい話ではなく「失敗の可能性は高くても失敗によるダメージリスクが少ない（ので成功するまで再挑戦

出来る)と理解すべきである。

商品や情報を送り出して行く上で、地元や近隣しか対象にならないような企画ではタコが自分の足を食えるという喩えと変わらなくなってしまう。

過疎地域であることをハンディにしないためには過度の競争に曝されなくて済む事業内容の案出が重要になる。

理想的には「メディア受け」「ネット受け」する企画で、広告費用を使わなくても情報が一人歩きするような企画が求められる。

人口の多い大都市圏の消費者を味方につけること。

そのためには消費者にイメージのよい業種を企画すること。

大都市を商圏にしたビジネスを構築しなければ、税金や補助金に頼らない地域再生事業は不可能であることに異論を唱える人はいないと思うが、大都市の消費者の生活感覚に合致する商品開発などを出来る能力は感性に根差すものなので、まずは地域との感性のズレを克服できないと思わなければならない。

したがって、ここでも商品開発リスクは大都市感覚のベンチャー企業に引き受けてもらわざるを得ないが、地元の役割が用地提供だけでは従来の都市による地方の植民地化でしかなくなってしまうので、地元からも何らかの参加もしくはリスク負担が必要になる。

地域の環境に悪影響を与えないこと

ここでは別に地球規模の環境問題やエコロジーを云々するわけではないが、もし地元で都会発の企画に反発する勢力が出来れば、事実であろうとなかろうとまず「環境破壊」を反対理由に挙げるのは間違いないので、企画が自然破壊に繋がるようなものであることはビジネス上圧倒的に不利であると言っているに過ぎない。

現在あって未利用なものを活用出来ること

前述のリスク問題と連動するが、未利用なものを活用して収入増加に繋げることが出来れば地元のリスクは少なく、その分企画に対する反発も少ないだろうと考えられる。

容易に思いつくものとしては撤退した工場空き地、廃校、売れる見込みのない工業団地、高齢労働力など。

豊かな自然や朴訥な人情だけを売り物にするワンパターンな観光事業は実際には供給過多であり、それだけを地域再生の核にするのは難しい。

地域内で一部の積極的賛成と大多数の中立があれば実施できる企画であること

地域内に不利益を被る住民、競合する業種を持たない企画であること

地元によくのお金が落ちる公共工事や、ゴルフ場開発などは地元民の間に利害相反や利益の偏在が起きるので、コミュニティの破壊に繋がりがねない。

まして、すでにコミュニティが破壊されつつあって地域活性化を必要とするようなところでは人々の調和には特別な配慮がなされなければならない。

前提条件ではないが好ましい事業内容の条件として、

国際的(なイメージ)であること

マスメディアに対して常にニュースを供給出来ること

女性受けする企画であること

#### 事業評価の指標

数年以内に事業対象地域での市町村民税税収を倍増以上に向上させる。

例えば事業を行う地域(集落)の人口を3,000人とすれば、高齢者や扶養家族を除いた納税人口はおそらく300人程度、つまり労働人口が50%(150人)流入して、増加労働人口がその地域の平均収入に達していれば20%の税収増加につながる。他にふるさと納税を村民税と同額以上にする。

#### 仮想事業対象地域

< 事業実施前の条件 >	< 事業開始3年後の推定 >
人口 3,000人	人口流入 300人(内労働人口200人)
所得割り税率6%による納税者 300人	納税人口450人(新旧合計150%増)
平均市町村民税納税額 ¥20,000	平均市町村民税納税額 ¥28,000
納税総額 ¥6,000,000	納税総額 ¥12,600,000
ふるさと納税 ¥0	ふるさと納税 ¥10,000,000

#### II 地域再生の観点から見たペット産業としての動物愛護活動

ここでは、一地域での再生の切り札として、『動物愛護をコンセプトとするペット関連新事業の複合的構築』を提案したい。

動物愛護活動(犬と猫を想定)を地域再生活動の中核に置くと同時に、地域を全国の動物愛護活動の中核に置く「動物愛護村構想」を実現することで、この企画は成功する。

動物愛護への社会的関心の高まりは目覚ましいものがあるが、それは同時にビジネスとして捉えるチャンスでもある。つまり動物愛護「産業」は成り立つ。

地域再生の中核としての「動物愛護産業」には次のようなことを複合的に行なうことが考えられる。なお、下記羅列順は開設の時系列順による。

これらの事業内容を全国的に発信することが「動物愛護村構想」(後述)である。

- (1) ブリーダー団地の開設と運営、業界への参入
- (2) ブリーダー養成スクールの開設と運営
- (3) 飼育された子犬子猫の直売(現地販売と販売会実施)
- (4) 地域特産品の開発と、動物愛護活動ルートを通じた直売
- (5) 地域特産品の動物好き消費者への直売
- (6) アニマルシェルターの開設と運営
- (7) 地域による老犬介護、老猫介護システムの構築
- (8) 犬猫寺と霊園開設・運営
- (9) 上記による訪問人口増加による地域活性化
- (10) 上記による流入労働人口受入れによる地域活性化
- (11) ふるさと納税など地域と都会住民との関係構築

(1) プリーダー団地の開設と運営、業界への参入

ここで言うプリーダー団地とは、地元がインフラを整えた上でプリーダー参加者を募集し様々なサービスを提供するシステムを指します。

プリーダー団地の経営形態

1. 地元の有志や農協などを発起人としたソーシャルベンチャーを志向し、行政の支援を受けながらベンチャー企業、マーケティング会社、動物愛護団体などの外部参加を募り、団地参加者の募集、団地管理、団地や地元の宣伝、子犬の販売、プリーダー養成学校や動物病院の運営地元特産品の生産販売などを一貫して経営する組織（協同組合を想定・以下仮称＝動物愛護村協同組合）を作る。
2. 地元では当初上記協同組合を設立し、地元の協力態勢（世論作り）と団地敷地を提供することで、地元外企業や団地参加者の募集をやりやすくする。
3. プリーダー団地参加希望者の募集方法・運営目論見書については後述
4. 将来的には地元を中心に作る「動物愛護村」構想に参加する。

<プリーダー団地の提案理由>

1. プリーダービジネスは一定の規模により効率化されるので、零細業者・家族経営の多い業界に、団地全体で新規参入すれば十二分の競争力がある。
2. 再生地域内の耕作放棄地などの遊休土地や活用の不十分な土地（廃校・廃工場など）を用地として提供し対価を受け取ることが出来る。適正規格的には10ha（30,000坪）程度と考えられるが、地域内での数カ所に分散させることが出来る。
3. 将来性のある成長分野である。現在の潜在需要は年間50万頭。  
今後社会の動物愛護意識の向上により、繁殖環境などに規制が設けられていくものと予想されるが、プリーダー団地は規制に対して有利にはたらく。
4. プリーダー業務は動物が好きでさえあれば（農業など）に比べ短期間で容易に技術修得が出来る。  
大きな体力を必要としないので中高年でも参加することが出来、また家族経営にも向いている業種なので流入人口に直結する経営参加者の募集がしやすい。  
（団地化することで、清掃や給餌など一部業務を地元へアウトソーシングすることなどが可能になり、例えば週休二日制を取れるなど、現在のプリーダーの劣悪な労働環境とは無縁のものが出来る。）
5. 前項により都会地からの労働人口流入と定着を見込むことが出来る。
6. プリーダー団地のコンセプト自体が日本で初めてのものであり、話題性もあるので、希望者を集めきれないという懸念はない。
7. 団地規模になれば当然獣医師が必要になるが、獣医師は地元でも活用可能である。
8. 犬猫を購入する人達は間違いなく犬猫が好きな人たちである。

動物愛護をコンセプトとしたブリーダー団地や販売組織は好感をもって迎えられる。

#### 9. ブリーダー団地による近隣への迷惑は発生しない。

犬の吠え声は立地条件に配慮し敷地を広く取ることで事前に解決出来る

( 人家から離れた方が運営にも都合がいいという立地条件が成立する業種である。)

団地であれば一業者では不可能な犬の尿尿問題も敷地内設備で処理出来る。

「ブリーダー」という言葉には、純粋血統を保持するために行なう繁殖をする人という厳格かつ狭義な意味で使う場合と、より広義に家庭犬を販売するために出産飼育を手掛ける人を呼ぶ場合があるようですが、ここで言うブリーダーとは後者を指しています。

ブリーダー団地の開設と運営は下記のように行なう。

#### 3. 団地の設備予算は下記の通り

項目		( 単位 ; 万円 )	
敷地	10ha	無償賃借	4 年後より有償化する
本部建物	民家 1 軒	有償賃借 50	廃校などが利用出来ればなお可
敷地整備	一式	3,000	汚水焼却設備、電気、自家水道など
犬舎	30 組	3,000	
宿舍 A	30 組	9,000	木造 3LDK 妻帯者向けコテージ@300 万
宿舍 B	10 組	500	独身者寮
学校・病院	各 1	2,000	建物と医療機器など
募集費用	一式	1,000	
本部費用	一式	1,000	準備期間 1 年を想定 事務費・職員費用
予備費	一式	450	
合計		20,000	2 億円

#### 4. 収入予算想定は下記の通り

参加権利金	30 組	15,000	500 万×30 組 = 1 億 5 千万
組合出資金		5,000	

前述 3. の補足

ブリーダー団地運営目論見書

商品としての犬猫は主に繁殖業者 ( ブリーダー ) → ( 主に競り市 ) → ペットショップ → 消費者という形で供給されているが、

① 川上の繁殖業者は流通を川下のペットショップなどに握られていて

安値での供給が常態化している

② 小資本で参加出来るために零細業者や家族経営が多い、

などのために動物愛護にまで配慮する経営に至っていないのが実情である。

ブリーダー団地では前述のように団地のブリーダーが子犬の販売までを行なうのではなく、

飼育のみに専念し、協同組合が一括して買い上げ販売を行なう。

飼育犬種を多様化できるスケールメリットと知名度、情報発信力を兼ね備えたブリーダー団地なら可能な飼主さんへの直売により、高い利益や質の高いアフターサービスなどを確保できるので、

地域再生の核となることが期待される。

#### 参加募集のコンセプト

仕事の第一線を離れて「田舎暮らしをしたい」と考える都会地に暮らす中高年層を募集の主対象とし、他に若年独身層を加える。(地域への移住にあたって子供の教育環境などは地元でカバーしきれないために、小さい子供のいる年代層は除外する。)  
ブリーダー業務は基本的に家族経営が望ましいため主対象については夫婦など2人以上の家族での参加を原則とする。)

#### 参加検討者への訴求ポイント

- i 地方に移住しても安定した高収入が見込めるので人生設計を確実に出来る。
- ii 初期の開業資金が他業種での開業資金に比べて約 500 万円(一次募集)と桁違いに安い上に、ローン等の支援策も充実している。
- iii 業務内容は犬が好きでさえあれば決して難しくなく、楽しく仕事ができる  
当初の知識や経験はブリーダー養成学校で学ぶことができるし、専門的な内容については協同組合に相談することができる
- iv 団地内では外注をすることが出来るので、ブリーダー業者に付き物の過酷な労働環境とは無縁であり、週休2日制で働くことができる。  
都会出身の仲間が周囲に多くいるので、田舎に独りで落下傘降下するようなカルチャーショックはない
- v 将来引退を希望する場合でも廃業による煩わしさや大きな出費がない。  
(組合員は権利であるから、組合を仲介してゴルフ会員権のように新しいブリーダー希望者に事業を売り渡すことができる。)
- vi 組合員として保険加入など福利関係も充実している

#### 想定されるネガティブな反応と対応

- 1. 実績がないので不安・自治体の理解と応援を得ている。
- 2. 収入は確保されるのか?・犬の感染症などに備えて組合内での相互扶助組織

#### ブリーダー経営のアウトライン

団地では 30 組のブリーダー経営者による運営を第一期(開設後 3 年まで)として想定します。  
なお、1 組とは 1 家族を指します。  
その際の経営シミュレーションは下記の通りです。

飼育する犬種は中型犬、小型犬、超小型犬とする

1 組(2 人)の母犬飼育頭数 30 頭  
年間出荷頭数 200 頭 (総数 6,000 頭)

売り上げ 1,200 万円 60,000×200

飼育に関わる経費 300 万円(母犬と子犬の飼育費医療費など)  
犬舎維持管理固定経費 200 万円

当初資金の償却	100万円（5年償却）
利益（2人の人件費）	600万円

## (2) ブリーダー養成学校の併設

この企画はブリーダー志望者を養成し、ブリーダー団地参加者を確保しやすくすることが主目的にはなりますが、それ以外に多面的な狙いがあります。

1. ブリーダーは犬が好きならば誰にでもなれる職業であり、また家族経営に向いている業種なので自然の中で暮らしながら収入を確保出来る。  
転職を考える人にとって非常に魅力のある業種だと言える。  
地域再生の見地からすれば養成学校を併設することで質の高い労働人口を確保出来る。  
もちろん、犬の出産や飼育管理は経験と勘に頼る部分もあるが、適切な指導者が周囲にいれば決して難しいものではなく、しかも団地であれば出産時の立ち会い指導など開業後の支援を受けることも出来るので、一定期間の研修後にブリーダー団地で開業しながら更に学ぶことも可能である。
2. ブリーダーの養成学校は日本にはまだ存在せず、開設されれば「日本初という話題性」も期待出来るので、ブリーダー希望者を集める有効な手段にもなり得る。  
また、養成後に団地のメンバーになれば飼育収益から学費を後払い出来るなどといった応募しやすい条件も考えられる。
3. 当初の指導者を確保することが難しいのは覚悟しなければならない。  
動物愛護団体で多数の犬を保護しているところはあるが、母犬の出産した犬を母犬と一緒に育てるブリーダー業務を指導出来る人材はいないと思われるので、その確保が課題になる。動物専門学校とのタイアップか？
4. 養成学校の敷地は廃校など建物付きのところを一部宿泊施設に転用すること望ましいが、それが出来なければブリーダー団地内に確保し、実習機会を多く作るようにする。  
この場合の参加者の生活スペースを用意には地域内空き家を改装出来れば理想的。
5. 地域内で養豚や養鶏経験のある農家が団地外の自分の敷地でブリーダーを開業することも想定し、養成学校への参加を勧誘する。
6. 都会の動物専門学校などと提携し、実地研修場に開放する。
7. その他養成学校を中心に様々なイベントを企画し、都会から人を呼び込む。

## (3) 飼育された子犬子猫の直売（現地販売と販売会実施）

ブリーダー団地では販売をすべて地域再生組織が請け負うことで飼育と販売の分業を行ない、ブリーダーは飼育に専念出来るようにします。

1. 現況のブリーダーの業態ではブリーダーは競り市に出品するか、ペットショップの下請けとしてしか自分の育てた犬達を販売出来ない。  
結果として消費者（飼主）は自分の購入する犬がどんな環境で育てられたか知ることが出来ない。ネギやダイコンですらトレーサビリティを言われる昨今の社会での情報閉鎖は明らかに時代錯誤である。  
( ネット販売をしているところもあるが、ブリーダー自身が飼育する犬種は限られてしまうので利益率が高くても飼主さんへの直販は効率が良いとは言えない。 )

更に問題なのは競り市で競り落とされた犬がペットショップに展示される時に落札価格の数倍の小売価格がついてしまうこともあると言われる流通形態である。

しかし、ブリーダー団地では「団地」の規模効率を生かすことで飼主への直接販売を行なう事業規模を確保出来るので、飼育者と販売者の双方の利益を相反させずに双方で利益を上げることが出来る。

- 2.今まで社会的地位の認知が必ずしも高くなく、業務内容がブラックボックス化しているブリーダー業であるが、ブリーダー団地では恵まれた環境で丁寧に飼育されている情報を積極的に公開することで、飼主さんの信頼を勝ち取ることが出来る。  
今までのブリーダーイメージと差別化することで販売価格や利益率の向上につなげることが出来る。
- 3.利益本位のペットショップでは出来ないサービス価値をつけることで逆に販売を促進し、利益を上げていくことも可能である。  
例えば動物愛護精神とリンクさせた「幼令不妊手術済み」「マイクロチップ装着」「ワクチン接種済み」などを専従獣医師により低価格で容易に行なうことが出来る。
- 4.子犬の販売は市場規模が大きく安定した業種であり、しかもブリーダー団地として価格よりもイメージやサービスで競争力を発揮出来れば、今後の社会情勢の変化により値崩れがあっても、むしろその時に強みを発揮出来る。  
特に、ペットの店頭販売そのものが欧米では禁止されていることから、日本も早晚店頭販売に制限が加えられていくのは確実である。
- 5.販売は①飼主さんが団地に来て犬と面会して購入する②都会地で予約販売会を開催する、などの方法が考えられる。  
告知活動はネットで行ない、広い範囲から薄く飼主さんを募ることで優良な飼主を確保する。(お金を払えば誰にでも販売するというのではなく、一定の飼育環境を満たしている人のみを対象にする。そうすることで販売側も飼主さんのステータスも上がるようにする。)
- 6.前項予約販売会は東京(あるいは名古屋大阪)に常設会場を借り受け、そこを東京事業所として他の業務(特産品の販売、募集活動その他)を行なうようにする。  
犬の購入者は車で来ることが多いので、賃料の高い都心に開設する必要はない。

#### 動物愛護村協同組合ブリーダー団地部門の収支予測

団地では30組のブリーダー経営者による運営を第一期(開設後3年まで)として想定します。なお、1組とは1家族を指します。経営シミュレーションは下記の通りです。

#### 3年後の収支予測

(数字根拠についてはブリーダー経営のアウトライン参照)

売り上げ	6,000頭×120,000	= 720,000,000
仕入	6,000頭×60,000	= 360,000,000
販売経費		=240,000,000(人件費、販売促進費など)
利益		=120,000,000

#### (4) 地域特産品の開発と、動物愛護活動ルートを通じた直売

犬を購入する人は犬好きであるという単純な真実を最大限活用したマーケティングを行なうことで、地域経済の活性化を図ります。

- 1.犬好きであれば、動物愛護を前面に押し出して犬を大事に育てたり保護したりしている活動にも好感を持つ。  
したがって、地域特産品は必ずしもユニークなものである必要はない。消費者が同類の商品を他で買う場合と价格的に競争して利益を上げることが出来ればよいと言える。
- 2.利益をあげていくには、おそらく消費者への通信販売が前提になると思われるが、消費者への直販は利益率が高い代わりに人手や手間がかかってしまうため、地域再生のコンセプトと両立させて商売を出来る業種は限られてしまう。  
しかし、今回の場合には事業の目的がそもそも地域再生のためにあるのだから、人や手間がかかるとは言ってもその分が地元を支払われることになるので、一見不利に見えることもメリットになる。(消費者への直売は梱包など高齢者でも出来る単純作業が非常に多い)
- 3.地域特産品の開発については地域により多彩に考えられるのでここでは触れず個別に考える。

#### (6) アニマルシェルターの開設と運営

アニマルシェルターの開設と運営は直接的に利益を生むものではありませんが、動物愛護村のイメージはブリーダー事業にも特産品販売にもプラスに働くので、愛護村を象徴するものとしてのアニマルシェルターの運営は不可欠であると考えられます。

- 1.アニマルシェルターではブリーダーが供給する純血種の子犬を補完する形で、保健所に持ち込まれた子犬や成犬を飼育しながら譲渡先を探していく活動をメインにするが、地元貢献の見地から、何らかの理由で譲渡出来なかったものの、おとなしい性格で飼育の楽な犬達を地域内の犬好きな住民に有償で飼育をしてもらうことを考える。  
もちろん、大きな金額にはならないが自宅で出来る現金収入が増えることに間違いはない。
- 2.アニマルシェルターを動物愛護村のシンボルとして、特産品やキャラクター製品などを販売出来る。(東国原知事の似顔絵の代わりに犬や猫のキャラクターがあると思えばよい。)
- 3.アニマルシェルターの運営費は1.に言う譲渡収入と一般からの寄付金、ブリーダー団地からの寄付金で賄うことが出来るようにするが、シェルターのある村ということでふるさと納税を促進して地元貢献出来る。
4. シェルターではドッグランが必要になるが、その敷地は同時の他の目的に使うことも出来る。(林檎、梅などの果樹園、芝生やキノコの栽培、ヤギの飼育など・・これらは地元雇用を増やす他、生産物を地域特産品として利用したり、ボランティアや観光客を呼び込む手段としても役立つ)

#### (7) 地域による老犬介護、老猫介護システムの構築

日本国全体の高齢社会化によって、高齢になった飼主さんが飼育出来なくなった犬が保健所に持ち込まれて殺処分される例が年を追うごとに増えています。その保護活動を協同組合事業に組み入れることで、少なくともその一部は殺さないで済ますことが出来、動物愛護村のイメージを高めることが出来ます。

1. 保健所に持ち込まれる前に老犬を引取るシステムを作ることで、終生飼育費用を徴収出来る。前例が少ないため、そこまでして老犬にお金を払うかという疑念は(特に現地では)あると思われるが、情報発信量が多ければ必ず希望者を確保出来る。
- 2.収容場所としては(6)-1と同様に地域内の犬好き家庭に家族的に飼育してもらうことが考えら

れる。

3.飼主から徴収する金額や地元で飼育する家庭への報酬は追って検討する。

(8) 犬猫寺と霊園開設・運営

本項は他の事業展開の後の企画になるので、現時点では割愛する。

基本的な考え方として檀家が少なくなって寺院の維持が困難になっているような地域での協力体制を想定している。

(9) 上記(1)～(7)による訪問人口増加による地域活性化

新事業による地域活性化については既に述べたところですが、それ以外の分野でも訪問人口の増加が見込まれます。(数字はすべて3年後)

新事業による訪問人口としてはブリーダー団地に犬を購入するために訪れる人達だけで3,000人が見込める。(ほとんどが家族連れのため、年間6,000頭の販売のうち、1,500頭を地域で販売するとすれば訪問者は大人だけで3,000人程度は見込めることになる。東京との距離により比率は大幅に変動する。遠距離の場合地元施設があれば泊まり客を見込める) シェルターへのボランティア見学者や譲渡希望者も年間3,000人程度見込める。

1.これらの訪問者に税金が地元に着ることを説明し、たとえばタバコをカートン単位でお土産代わりに買ってもらう努力をすれば年間10,000箱(1,000カートン)のタバコを買ってもらうだけでも187万円の市町村民税が増収になる。(協同組合で小売り免許を取れば上記の販売数で300,000円の利益。)

2.シェルターボランティアやブリーダー養成学校では宿泊設備が必要になる。

1日平均6人が滞在するとして年間2,000人。

1泊¥3,000として地元に着る金額は600万円。

将来的に一般客向けの宿泊設備がペイするようになれば地元に着る金額は飛躍的に増大するが、これは周辺に観光地があるかなど地域差が大きいので、ここでは割愛する。

(10) 上記による流入労働人口受入れによる地域活性化効果

調査中なので後述

(11) ふるさと納税など地域と都会住民との関係構築

動物好きの人を対象に幅広くふるさと納税を呼びかけ、得られた納税をシェルターや老犬老猫の終生飼育受託費用に使えるようにします。

純血種であれシェルターの雑種であれ、犬を購入する人はほとんどが納税者だと考えられるので何らかの特典をつけてふるさと納税のシステムを啓蒙し、納税に協力してもらう。

<http://www.furusato-nouzei.jp/>

### III 事業対象地域への経済効果

5年以内に上記企画が実施された場合の地元を与える経済効果は下記のようになると推測されます。

人口流入 400人 (内労働人口286人)

< 内訳 >

ブリーダー団地	350人 (内労働人口 250人)	ブリーダー参加者、指導員、獣医師など
子犬販売業務	10人 (内労働人口 7人)	
シェルター	20人 (内労働人口 15人)	
特産品関係	10人 (内労働人口 7人)	
その他	10人 (内労働人口 7人)	

流入人口に対する労働人口の割合は職種により若年者が多いなどの理由から一定ではない。

地域雇用の増加

< 内訳 >

団地、シェルター勤務パートタイム	50人 (主に高齢者を想定・清掃など)	3,000万
団地、シェルター勤務フルタイム	20人	3,600万
販売業務勤務パートタイム	20人 (主に高齢者を想定・清掃など)	1,200万
販売業務勤務フルタイム	10人	1,800万
在宅作業	50人 30,000/月	1,800万
合計	150人	104,000,000円

地域生産額の増加

市町村民税収の増加

< 論点の整理 >

冒頭で地域再生に必要な事業計画はどうあるべきかを一般論として言及しました。

動物愛護を地域再生の核とする構想において、それが地域再生のための事業計画とどう整合性を持つか、ここで一度振り返ってみたいと考えます。

個性的な企画であること ( ニュース価値・話題性・知名度の浸透 )

→事業計画の中心となるブリーダー団地は、地域再生事業としてはもちろん一般的な事業としても日本では初めての試みになる。

悪質ブリーダーの問題は今でもしばしばメディアなどで取り上げられていますが、今後動物愛護法により規制が進めば更に多くの業者が淘汰されることになるので、その反極にあるブリーダー団地は適切な情報発信を行なうことで必ず話題になる。

また、高齢労働力を生かした地域事業、田舎暮らしの夢を叶える仕事、犬達の楽園など、マスコミに取り上げられる切り口には事欠かない。

スピーディな企画であること

地元の協力体制と外部からの人材確保が出来れば、施設建設や参加者募集の時間を見ても1年程度で開業まで漕ぎ着けることが可能だと思われる。

地域内外から好感を持って迎えらるる企画であること

動物愛護のイメージに加え、競合する業種が（世間的にはあまり評判のよくない）ペットシヨップとブリーダーだけなので、いわゆる業界からの反発は懸念する程とは思われない。

一過性でなく継続的な事業展開の見込める企画であること

犬の世代交代は毎年100万あり、その内の50万頭は純血種とされている。

飼育総数の1,200万頭も大きく落ち込むとは考えづらいし、もしそうなっても競争力があれば問題ない。

ローリスクハイリターンな事業を展開するためにインターネットや携帯活用が可能な業種を企画すること。

子犬や特産品の販売先は不特定多数の個人家庭であり、インターネットがあつて初めて成り立つ業種である。他のさまざまな情報発信についても同様でネットを活用出来る。

地元での人材雇用につながる企画内容であること

元々地元の雇用促進が目的の一つなので、企画が実現すれば多数の雇用や自宅収入が見込める。事業の発展度合いによっては民宿や送迎バスなど波及的な人材需要が発生する。

小規模から実施し、徐々に拡大できる企画であること

初期投資費用が多額でなく、純民間でも調達できる規模であること

つまり、行政からの資金援助に依存しなくても実施出来る規模であること

当初の設備に資金が必要であるが、遊休地や廃校の利用などが出来れば、事業規模の割には非常に小額で済む。（3年後の売り上げ見込みは犬の販売のみで7億2千万円、初期投資は2億円。しかもその内、1億5千万円は団地参加者の権利金で回収出来る。）

人口の多い大都市圏の消費者を味方につけること。

そのためには消費者にイメージのよい業種を企画すること。

現在、本企画以上のものは思いつかない。

地域の環境に悪影響を与えないこと

敷地を広くするなど事前の準備をすれば、犬の吠え声によって人間が迷惑することはないが、野生動物（特にタヌキ）は吠え声や臭いに怯えていなくなることは考えられる。

その代わりに、設備の配置位置によってはシカ、サル、イノシシも近づき難くなる。

現在あつて未利用なものを活用出来ること

遊休地、耕作放棄地、廃校、廃工場、空き家などがあれば、どのようにも利用可能。

地域内で一部の積極的賛成と大多数の中立があれば実施できる企画であること

地域内に不利益を被る住民、競合する業種を持たない企画であること

前提条件ではないが好ましい事業内容の条件として、  
国際的（なイメージ）であること

<むすび>

本企画の実現性については、他のベンチャービジネスと同様に最終的には事業に本気で取り組む有能な人材（達）と、他の企画に比べて大きく軽減・短縮されているとは言え、当初の立ち上げ資金と、事業が軌道に乗るまでの数年間の時間が必要になります。

地域再生を必要としている地域は多数あり、情報収集力さえあれば企画に適合する地域を見出すのは困難ではないと考えられますが、その地域で熱意を持ち、かつ有能な複数の人材を確保出来るかどうかは全く別問題になります。

都会地におけるパートナー企業については、動物愛護精神は必須条件ではあるもののいわゆる動物愛護団体では話にならないので、業種を絞ることなく企画力のある企業、この仕事が利益に結びつくと判断する企業を探していくことになろうかと思えます。

また本提案書で触れられていないのが政治および行政との協力体制の模索です。

地域活性化は行政にとっても喫緊の課題であり、どのような提案であっても耳を傾けてもらえるものとは思いますが、この提案にある税収増加や雇用の拡大、人口流入といった見込みが数値的にどれほどの魅力と考えられるかは未知数です。

特にこの件に関して諸賢のご指導を願ってやみません。

## 動物愛護活動から見た「動物愛護村構想」

次に今まで述べた事柄を動物愛護活動の観点から見てみることにしますが、その前に現在の動物愛護活動内容についての問題点を整理します。

動物愛護村構想がこれらの問題点の解決にもつながれば、動物愛護活動そのもののレベルアップに貢献することにもなると思われるからです。

<現状の動物愛護の問題点>

最大の問題点は、動物愛護活動そのものがアマチュアリズム化していることです。

そのために、自分達が善意で活動を行っていることに甘えた「成果より動悸やプロセスを大事にする」(参加することに意義がある)など実績をあげなくてもいいように最初から言い訳を用意した上での活動がはびこっています。

今一般に動物愛護活動と考えられているものを敢えて分類すれば、下記のような内容になるかと思えます。

- ① 行政による協力と民間の実践活動  
行政に持ち込まれ殺処分される犬猫の根絶と救出、里親募集
- ② 行政による指導と民間による虐待犬猫の救出、里親募集

繁殖業者やペットショップなど営利事業者による動物虐待の根絶と救出、里親募集

- ③ 一般家庭で飼育される犬猫の飼育放棄防止、虐待防止啓蒙活動と救出作業
- ④ 一般家庭で飼育される犬猫の QOL 向上（避妊去勢手術、ワクチン接種、マイクロチップ装着、飼育方法や飼育環境など）への啓蒙活動
- ⑤ 野良猫の地域猫化や TNR 活動など、動物との共生を図る啓蒙&実践活動
- ⑥ 行き場のない動物達の終生飼育
- ⑦ その他（実験動物の扱いなど）

これら、すべてについて従来の動物愛護活動団体が十分な成果を挙げているとは言いがたく、また、現状レベルの活動の延長線上に何らかの展望が開けているとも思えません。

眼に見える成果が得られないのは前述したアマチュアリズムに大きな理由があります。

活動成果を挙げられない理由に、資金不足、周囲の無理解、行政の非協力などを挙げる団体がよく見られますが、活動不振の言い訳を他罰的に捉える精神構造ことからしてアマチュアリズムの典型であると言えます。

安易な寄付金集めをしている（そして十分に集まらないでいる）団体は多いですが、ある意味、資金不足状態に安住し、「お金がない中で苦勞して活動をしている私達はなんて素敵なんだろう！」という自己陶醉で終わってしまっているのが現実でしょう。

これは人間の助けを待っている犬猫に対する裏切りであり、動物愛護の理念に対する冒瀆です。これらのアマチュアリズムは実際に成果を挙げている少数の活動団体に対する僻み、そねみにつながらずだけでなく、一般市民に動物愛護団体への違和感や嫌悪感を生んでしまうからです。

「行政の非協力、怠慢」を口にする団体についても同じことで、ここでも「行政は何を言っても動かない」という安心感から「行政を批判していれば動物愛護活動家としてのアリバイが作れる」という皮肉な側面があります。（もっとも、この点については昨今多くの自治体が積極的に譲渡活動を推進するようになって事情は大分違ってきましたが・・・）

周囲の支援と実績は「にわとりタマゴ」の関係ですが、広く支援を求めようと思えば「実績」が先に立つことは社会的常識です。

活動年月が長いだけで十分な実績も挙げていない団体に「協力しろ」と言われても、結果責任を問われる行政が「駄目でもともと」と割り切れるわけがありません。

その他、愛護活動には様々な問題があるでしょうが、行政の方針が動物愛護に舵を切りつつある今、先ず民間側の主体になる動物愛護活動団体の主役交代＝プロフェッショナル化が動物愛護の成果を得るための最優先課題である、ということを申し上げました。

もともとプロ集団である行政に対して民間もプロ集団にならなければ行政が投げかける課題に答えることも、一緒に試行錯誤をすることも不可能です。

長い回り道をしましたが、ここで本題の動物愛護活動からみた動物愛護村構想の話に戻ることになります。

これまで申し述べてきたことから容易にご推察いただけるように、動物愛護村構想は、動物愛護活動をプロフェッショナル化することで、幅広い人達の共感を得て、「動物愛護を声高に叫ぶ一部の人間の活動から、愛護意識そのものを改めて言うまでもない国民の常識とし」、「慈悲するを知らずして慈悲するを慈悲と云う」社会を作ることにあります。

この視点を強く打ち出すことは、地域再生のみを目的とする人達に不安感を与えかねないので、言動に注意は必要かと思いますが、本提案ではたとえ活動が地域住民との同床異夢であってもお互いに好ましい相乗効果( 経済的効果と動物愛護活動成果 )が期待できることをご理解いただきたいと思います。

## 1 プリーダー団地について

プリーダー団地は「動物愛護村構想」の入り口として、多方面の賛同を得やすいと思われませんが、単なる地域再生の経済活動の一環としてだけでなく、動物愛護の観点からも意味のある企画と考えられます。

全国で繁殖業者やペットショップから流通する子犬子猫の数は膨大になりますが、極端に言えば大半の繁殖業への従事者にとって、その仕事は営利事業としてしか捉えられておらず、行政の規制についても「規制されているから従っている」か「規制されても従わない」かのどちらかであって、動物愛護の観点から自発的に規制に準じている業者は数少ないかと思います。

これは規制にある衛生や設備基準が業者の経費負担を増大させる方向に働くために、利益余力を持たない業者には圧力に働くこと、にもかかわらず規制を遵守したときの積極的メリットがないことによるものと思われれます。

同様に動物愛護の観点からも、営利業者に動物愛護を強制する形をとっても(それが現実にそぐわなければ)大きな成果は期待できないので、むしろ規制を守った方が利益面で有利である、動物愛護精神に準じて親犬子犬を育てた方が営業上有利であるという構図を作る必要があると思われれます。

繁殖業は営利目的で行われているという原点を踏まえて、業者に対する動物愛護の働きかけも出発させる必要があります。

その意味でプリーダー団地は従来の繁殖業者に対しても、新しい繁殖コンセプト、新しい流通形態の提案に成り得ると言えます。

子犬子猫を商品として粗製乱造するよりも、きちんと育ててきちんと販売していく、消費者(新しい飼い主)が、子犬子猫の育成環境や価格の透明性を理解して購入できるシステムを提案し、実際にそのほうが儲かることを示すことで、繁殖業界の意識変革につながる事が期待され、そうならば今では誰の眼にも触れないところで過密飼育されたり、病気になった子を殺してしまう(治療費をかけるより殺処分して新しい子を育てた方が安上がり)、出産年齢を超えたり、流行おくれになった犬種の親犬を餓死させたり殺処分してしまうといった不幸な事例を減らすことが出来るはずです。

また、動物愛護だけの観点で言えば、プリーダー団地があれば愛護意識を持った人たちが実際に繁殖飼育現場に参加できるというメリットがあります。

考えてみれば不思議な話ですが、繁殖業者の愛護精神欠落を非難する動物愛護家で自らが繁殖業の現場や運営を日常的に経験した人はおそらく皆無であり、現場を見ることもなく、伝聞情報だけで業者イコール悪、一部イコール全体、の発想で業界いじめをしているとしか思えない発言を繰り返している団体も数多くあります。

保健所の犬猫と同じく、流通の一番川上である繁殖業界の体質改善により不運な犬猫の発生を減らせるのであれば、まず業者の事業内容について偏見を持たずに判断し、動物を愛護した方が利益増に通じるというアドバイスや支援を出来るだけの能力を愛護側が身につける必要があるかと思います。

たとえば、愛護側に業者の良し悪しを見分けるだけの目があれば、プリーダーミシュランを

作り、優秀な繁殖業者を支援することも可能になります。(たとえば優秀ブリーダーの推薦、優秀なブリーダー施設を愛護村ブリーダー団地の外注先にするなどが考えられます。)

行政の指導が鞭の側面を持つとすれば、これは飴の側面を持ちます。

繁殖業者なくして犬猫の流通は成り立たないのですから、優良な業者を育成することは、そして優良な繁殖業者が例外ではなくて当たり前前の業界にすることは動物愛護に必須な活動であると思われまます。

他の活動分野についても言えることですが、何よりも先ず動物愛護活動団体がリスクをとってやってみせること、成功例を作ってそれを敷衍していくことが必要であるとするならば、このブリーダー団地は情報の発信源として重要な意味を持ちます。

次に p 14、(7) 地域による老犬介護、老猫介護システムの構築を動物愛護の面から考えてみることにします。

周知のように行政における犬の殺処分数は年々減少し、10万頭を下回るまでになりました。その中で、数の比較的小さい子犬の殺処分の問題はすでに解決方法の道筋が見えており、後は地域の自治体と動物愛護活動団体が本気で活動をするかどうか、だけの問題にまで到達しています。(中小の自治体単位ではすでに子犬の殺処分ゼロのところが多数出てきている。また、都会の自治体では子犬の譲受希望者の方が圧倒的に多く数ヶ月も待たされている一方、地方自治体では相変わらず県外への譲渡をせず無駄に殺処分をしている状況が見られている。)

成犬の殺処分数については減少を続けているもののその内容に変化があり、多くの地域で捕獲犬数が減る反面、飼い主による飼育放棄により持ち込まれるケースが比率的に増えている状況にあります。また、捕獲される犬についても、いわゆる野犬が減少し、飼い主が保健所に持ち込む代わりに捨ててしまったと思われる犬が増えていると言われています。

これらの傾向は地域差もあり、問題として表面化するまでには至っていませんが、今後もこの傾向は続くものと思われまます。

成犬の持ち込みといえば「無責任な飼い主」というのが一般的な見方であり、それが事実の一般であることも確かですが、現在の事情はもう少し複雑です。

普通であれば飼い主さんより先に寿命の来るはずだった犬よりも飼い主さんが病気になったり死亡したりして、犬の面倒をできなくなり、そのために行き場のなくなった犬達が保健所に持ち込まれたと思われるケースが目立つようになってきました。

社会構造の変化で核家族化が進み、老人の飼っていた犬猫を次世代が引き続き飼うということが必ずしも出来なくなってしまうということだと思ひます。

昨今の経済不況も影響しているかもしれません。

保健所に持ち込まれた成犬の譲渡率は地域差が極端にあるものの平均すれば決して高くありません。特に、高齢犬であれば尚更です。

皮肉なことに都会地では、無責任な飼育放棄の犬はまだ若いのもらわれやすい傾向があります。都会地ではペットショップで購入した純血種が持ち込まれることが多く、いわば中古価値があるのが理由だと思ひます。雑種犬の譲渡率は純血種に比べて一段低いのはどの行政機関でも見られる傾向のようです。

動物愛護活動の根幹をなす部分として殺処分の減少を促進するためには、この高齢犬の持ち込みへの対応が必要です。

もちろん一朝一夕で片付く問題ではありませんが、高齢犬の問題は「動物愛護村構想」の中で対応することが可能です。具体的な方法内容は地域再生構想の中でも説明いたしましたが、再譲渡に不向きな高齢犬には動物愛護村で終生飼育するのに向いている点が多々あります。内容的に重複しますが、ここで繰り返しをさせてもらおうと以下のように実行可能だと思われる環境があります。

- ① 動物愛護村地域にも、ご自身が高齢化したために犬の飼育をあきらめている飼育経験者が多数いるはずですが、この人達に犬の終生飼育を有償でお願いすることが出来ます。

もちろん、一昔前の犬の飼い方(残飯をあげる、放し飼いにするなど)は改めてもらわなければなりません。動物愛護村であれば定期的な飼育指導や飼育相談をするシステムを作れます。また、システムとして運営することで、もし仮に飼育を引き受けた高齢者が飼育を続けられなくなっても村内で飼育者を移動することが可能になり、行き先のない犬が再生産される懸念はありません。受け入れ後一定期間をシェルターで飼育し、その犬の性格などを把握した上で相性のいい犬同士を適当な飼育者に配分すれば事故の確率も低くなります。

- ② 運営は当初赤字になりますが、動物愛護村の活動の中で複合的に捉えれば資金的には若干の赤字でも、資金のほとんどが地元高齢者への報酬として使われること、愛護村の知名度獲得やイメージアップ、来村者の増加などを考えれば十分に引き合う活動になると思われます。
- ③ この活動を動物愛護村で行うことの強みは、愛護村シェルターの能力を活用できることにあります。犬の健康チェック、餌などの配達など日常的な業務はシェルターの獣医師や職員でこなすことが出来ます。

そのことで受け入れを有償化する根拠が出来るので、受け入れ犬の年齢を犬の平均寿命である12才以上として無責任な飼育放棄を防ぎ、さらに飼育者から本人が飼育し続けたいかかかろう(餌代や医療費用など)を勘案して月額数千円の飼育代行費用を徴収できれば高齢者への報酬のかなりの部分を補填出来るはずですが。

餌代、医療などの現物費用は動物愛護村に寄せられる支援物資やブリーダー団地が協力することで賄うことができます。

- ③ 有償化することで、その費用を負担してもらえない犬たちと負担してもらえない犬達の間には犬の責任でない不公平が生じることになってしまうので、愛護村への持ち込みはあくまでも最終手段であるとし、その前段階で各地の動物愛護団体が無償で引き受けてくれる先を探すなどの緩和処置を考える必要があるかもしれません。

- ④ 受け入れ可能数は今後の活動規模によりますが、ひとつの家庭で2~3頭の飼育は十分に可能です。つまり毎月2~3万円の副収入源が生じます。

飼育条件を備えた家庭を100ヶ所確保できれば、常時2~300頭の飼育が出来る計算になります。高齢犬の余命は限られているので、それを5年(平均寿命17才以上)としても、年間50~60頭の受け入れ余力が発生します。

- ⑤ 高齢犬の飼育代行だけで言えば、飼育家庭の範囲を動物愛護村周辺に広げることも可能かと思われ。この企画についても他のベンチャー企画と同様、愛護村で成功させ、他の地域にも一般化させることで、さらに多くの命を救う動物愛護活動本来の姿勢が必要になります。

行政や愛護団体によく見られるメッセージに「犬や猫は一旦飼ったら15年は生きています。

犬猫を飼うなら一生責任を持ちましょう」というのがあります。

たしかにペットショップで衝動買いして飽きたら捨ててしまう飼い主がいるのは事実でしょう

が、それでも行政に持ち込まれる犬猫の救出に関わった身には、このメッセージは空虚に聞こえます。

15年の間にはどの人の人生にもいろいろなことが起こります。

みんながみんな15年間、何もなく生きられるものではありません。

もし、そうであれば住宅ローンを滞納する人も離婚をする人もいないはずです。

後知恵でローンを組んだのは軽率だったという言い方は出来るかもしれませんが、それだってローン審査は通ったはずです。

それでも滞納者が出てしまうように、犬猫を飼育始めた時点では想定できなかったいろいろなことに巻き込まれる人達がみんな「無責任な飼い主」であるわけがありません。

問題はむしろ、犬猫を飼育する人達にとって、そして飼育される犬猫にとって何のセーフティネットも存在しないことにあります。

保健所に持ち込まれる高齢犬高齢猫は問題のごく一部です。

保健所に持ち込まないまでも、飼い主に持て余されて劣悪な飼育状況に置かれている犬猫はその数十倍、数百倍に及ぶでしょう。

老人の介護福祉さえ思うに任せない今、高齢犬猫の福祉を政治や行政に訴えることは現実的ではありません。もちろん、口先だけの動物愛護団体には「責任を持って一生飼育しましょう」と「上から目線」で言う以外の能力はありません。

これこそ、民間の動物好きの人達が「明日はわが身」と想像力を働かして、何かをするしかありません。

動物愛護村での終生飼育システムが軌道に乗れば、少なくともセーフティネットの張り方について提案できることになります。

マイクロチップの装着を促進するために、全国10,000軒の動物病院でチップ装着時に多少の金銭を上乗せし、将来(12年後)もし何かがあった時にはセーフティネットを使えるシステムを提案できれば「薄く広く犬猫飼育者の支持を得られる可能性があります。

マイクロチップがあれば犬の年齢や寄付の有無を確認できます。事務経費や終生飼育に一頭あたり30万円かかるとしても、¥1,000の寄付を受け付ければ300分の1の確率で終生飼育犬を受け入れられます。この場合には保険的な色彩が強く多額の金銭のプール(最初の経費発生が12年後)が発生するので行政の関与が必要になりますが税金を使うわけではありません。

その資金が犬猫の福祉と同時に、動物愛護村地域だけでなく全国の高齢者の収入につながるという二重の社会的意義を考えれば、あながち無理な企画ではないかもしれません。

そのためにも実験地域としての動物愛護村での終生飼育システムはぜひとも成功させなければならぬと思われれます。

## 動物愛護村と愛護活動の結び

今、環境省をはじめとする行政機関では、行政に持ち込まれた犬猫の殺処分を回避する方向に大きく舵を切っていますが、もとより動物愛護活動はそれだけで済むものではありません。

しかし、行政が動物愛護に取り組むには民間との協力が不可欠であるにもかかわらず、民の側の力不足が目立っていると言えるでしょう。

行政が投げるボールをしっかりと受け止められるだけの理解力行動力を持った民間組織は従来型の動物愛護団体にはありません。

官民協同のためには、先ず十分な問題解決能力を持った民間団体を作るところから始める必要があります。

本提案においては、民間の動物愛護側の主体としてベンチャーの色彩を持った企業の参加を前提にしています。

動物愛護は「いつ誰がどこでどのように行っても結果が出ればよい」というものでなければなりません。それには、白い猫でも黒い猫でもネズミをとる猫がよい猫であるように、プラグマティックな発想と実行力が必要です。利益目的であっても結果として犬猫達の命を救うことになれば目的は達成されます。

アマチュアリズムの排除とプロフェッショナルによる活動を主張するのもそこに理由がありません。

本提案の動物愛護に関する記述にはいささか過激な内容があるとは自覚していますが、これは提案者にとって動物愛護活動の発展が願いであり、地域再生の提案はそれを実施するための手段と考えているためです。

情の先行する部分については適当に割り引いてお読みいただければ幸いです。

公益財団法人どうぶつ基金

主たる提案者 衆生恒幸 (しゅじょう つねゆき)

理事長 佐上邦久 (さがみ くにひさ)

兵庫県芦屋市奥池南町71-7

0797-57-1215

ファックス0797-25-2075

Ksagami@kcc.zaq.ne.jp