



馬 耳 東 風

2026年4月、都内で大きなイベントが二つ開催された。一つはインターペット、もう一つは世界獣医師会大会2026である。後者については、日本獣医師会雑誌等でも紹介されているため、本稿ではインターペットの参加報告に絞りたい。

インターペットは国内外の企業が多数出展する日本最大級のペット産業総合展示会で、今年は4月2日から5日までの4日間、東京ビッグサイトにて開催された。13カ国・地域から633社が出展し、来場者は6万人を超える大規模イベントとなり、ペット産業の現在地を象徴する場であった。そもそもインターペットは、「人とペットのより良い暮らし」をテーマに、ペットフードや医療関連製品だけでなく、住環境、旅行、IT、さらにはライフスタイル提案までを包含する総合展示会である。2026年の開催テーマも、人とペットの共生をより豊かにする方向性が色濃く打ち出されており、単なる“ペット産業展示会”の枠を超えた広がりを感じさせた。

筆者自身、ほぼ毎年参加しているが、今年特に印象に残ったのは来場しているペットオーナーの“熱量”である。単に商品を見に来ているのではない。自らの家族であるペットのために、より良いものを選びたい、より豊かな時間を提供したいという意志が、会場全体から伝わってきた。この点は、臨床現場に立つわれわれ獣医師にとってきわめて重要な示唆を含んでいる。あの会場にいるような高い意識と期待を持つ人々が、日常的にわれわれの動物病院を訪れているのである。にもかかわらず、その期待値を十分に理解しないまま、従来型の医療サービスを提供し続けてはいないだろうか。いま求められているのは、単なる治療の提供ではなく、価値の提案であり、体験の設計である。

自分の職域を大きな川の流に例えた場合、私は常々、「川上をみることの重要性」を感じている。インターペットはまさにその“川上”である。ペットオーナーの価値観、消費行動、期待水準が最もリアルに表出する場であり、ここを知らずして臨床の未来を語ることはできない。

また、インターペットの特徴の一つとして、多くのペットが同伴可能である点が挙げられる。チワワのような小型犬からグレートデンのような大型犬まで、実に多様な犬種が来場していたが、特筆すべきはそのマナーの良さが年々向上していることである。混雑した会場においても、トラブルはほとんどみられず、オーナーの意識の高さが際立っていた。これは日本のペット文化が成熟の方向に向かっている光景と言えるだろう。

出展内容もきわめて多岐にわたっていた。フードやサプリメントはもちろんのこと、ヘルスケア機器、ウェアラブルデバイス、ペット同伴旅行サービスなど、従来の枠を超えた提案が数多くみられた。さらに年々、海外企業の出展も増加しており、日本市場がグローバルな競争環境に組み込まれていることを実感する。

今回のインターペットを通じて改めて感じたのは、ペット医療はもはや“医療だけ”では成立しない時代に入っているということである。オーナーの価値観は確実に変化しており、その変化のスピードはわれわれの想像以上に速い。だからこそ、現場に閉じこもるのではなく、川上に足を運び、時代の空気を肌で感じる必要がある。

インターペットは単なる展示会ではない。未来の臨床を考えるための“ヒントの宝庫”である。来年以降、まだ参加したことのない会員諸兄には、ぜひ一度足を運んでいただきたい。そこには、これからの動物病院のあり方を問い直す、多くの示唆が存在している。（も）