出る杭研究

お散歩マップ・わんわんマルシェによる地域社会とwell-being向上について

Laboratory of Human-Animal Interaction and Reciprocity
AZABU UNIVERSITY

中村凪沙・難波花帆・菊水健史・永澤美保

研究の背景と目的

【背景】

- ヒト同士の交流はイヌがコミュニケーションの媒介となることによって増すと指摘されている。
- 他者との関わりが少ないヒトにとって、イヌの存在は他者との強い絆と近隣の社会的結束の間に正の相関をもたらす。
- ドッグパークでは、イヌ飼育者が他のイヌ飼育者との交流が得られることで、地域社会の交流が深まることがわかっている。

『well-being(ウェルビーイング) とは？』

心身と社会的な健康を意味する概念。５つの質問（WHO-5：精神的健康状態表）で測られる。

【目的】

★イヌと交流しやすい地域や時間を可視化し、イヌを介したヒト同士のコミュニケーションの場を増やすことで地域ネットワークを強め、well-beingを高めることができるかを明らかにする。

★わんちゃん参加型イベント実施によって、イヌを介したコミュニケーションが増えることでイヌ飼育者と非飼育者である地域住民の関わりが強まるかを調査する。

研究・調査方法

本研究は３～５年計画で実施

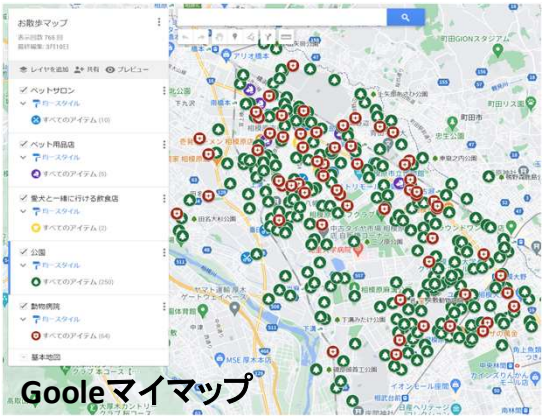
【わんちゃんのお散歩マップ作成】

→お散歩が楽しめる情報を「Googleマイマップ」により公開し「Instagram」と連携して場所に関する情報を見られるよう広める

【わんちゃん参加型イベントを開催】

→地域住民と飼い主さんとの関わりの場をつくる

この２つを行っていくことで３～５年で他者との交流頻度から地域の関係性の強化を調査し、**well-beingの変化**を見ていく。



Gooleマイマップ

結果と考察

【わんわんマルシェ初年度の実績】

来場者数：6470人　　ドッグラン利用者数：2480人

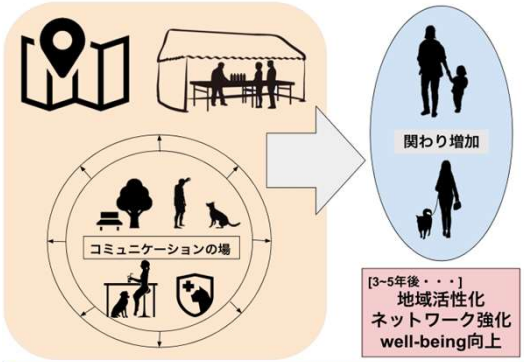
来場者アンケート回答数：1242名

※アンケート配布に対する回答率37.7%　(1家庭につき1枚)

イベント内ではイヌ同士・ヒト同士の交流が多く見受けられた。

これにより、イヌの介入によりヒト同士の交流が広がりそこからwell-being向上へと繋がる可能性を実感した。

これから



・お散歩マップを公開し利用していただく

・わんわんマルシェを毎年開催、アンケートを収集し解析する

この２つを通じて、

飼い主・非飼い主を含む地域住民の関わりが増え、

地域ネットワークが強まりwell-beingが向上しているのか

を引き続き調査していく。