

横内航二郎・早田圭汰・澤中菜緒・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。(Lockwood, 1983)
- 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。(Vertalka, 2017)
- 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。(Vertalka, 2017)

【目的】

イヌを介してヒトとつながるきっかけとなる場を設けることで地域コミュニティを強化し、well-being向上するかどうかを明らかにすること。

『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。

研究・調査方法

イヌやヒトを対象としたマルシェイベントで3～5年に渡って他者との関わりやwell-beingに関するアンケートを実施することでデータを集める⇒2024年のデータをJASP (0.19.1.0)を用いて解析

結果と考察

【2024年わんわんマルシェの実績】

来場者数：6470名 ドッグラン利用者数：2480名

来場者アンケート回答数：1242件

※アンケート配布に対する回答率37.7% (1家庭につき1枚)

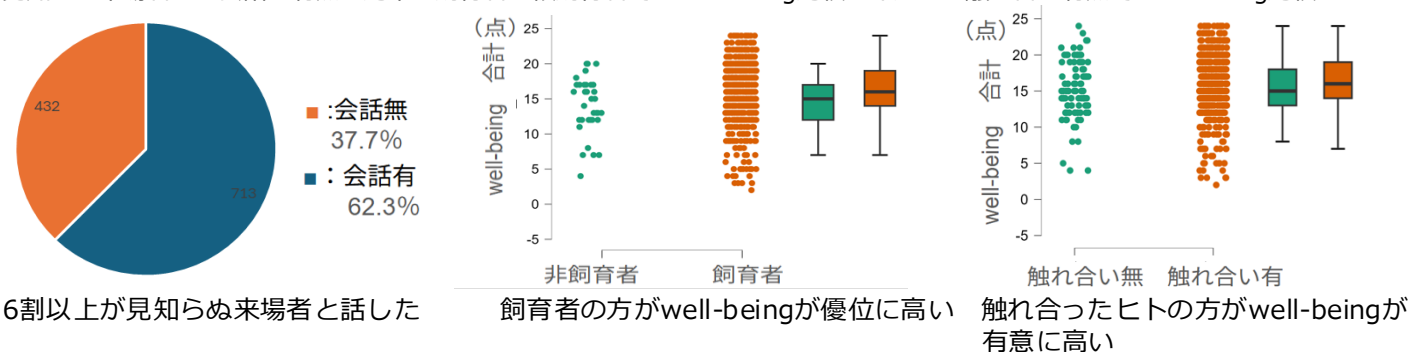
【2025年Oneマルシェの実績】

来場者数：5132名 ドッグラン利用者数：1910名

来場者アンケート回答数：568件 (1家庭につき1枚)

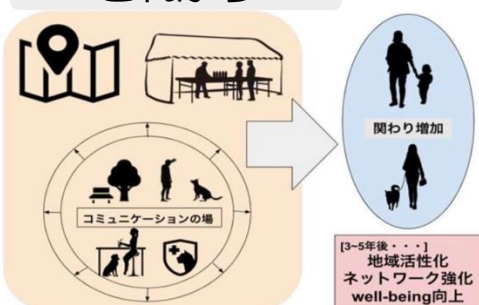
【2024年わんわんマルシェデータ】

見知らぬ来場者との会話の有無の比率 飼育者・被飼育者でのwell-being比較 イヌとの触れ合い有無でのwell-being比較



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



Oneマルシェを毎年開催、アンケートを収集し解析する



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る。
さらに今後は関わりが少ないヒトとの交流によって強い絆と近隣の社会的結束が高まり、well-beingが向上しているのかを引き続き調査していく。