

地域猫活動における「合意」形成の条件 —ソーシャル・マーケティングによる分析—

石川 雅康

【要旨】

本論文では、野良猫問題への解決策として行われる「地域猫活動」に着目する。

1990年代以降、野良猫による生活環境問題の解決策として、地域猫活動が全国に普及している。一方で、活動を成功に導くための知見は現場の実践知レベルに留まっており、研究の蓄積も限られている。

そこで、本研究では地域社会における地域猫活動の「合意」形成の条件を検討する。この合意は地域住民からの理解・協力を得ることを意味し、地域猫活動を成功に導く上で重要な要素とされる。

分析にあたっては、東京都世田谷区を事例としてソーシャル・マーケティングの視点から地域猫活動を捉える。世田谷区では猫の問題を地域の問題として捉え、行政、ボランティアとの協働による解決を目指している。

研究の結果、地域社会における地域猫活動の「合意」形成には、3つの条件と適切な活動プロセスによって、地域猫活動を実施するという動機づけがなされることが、重要だとわかった。

【講評】

本論文は、1990年代から日本各地で顕在化・深刻化している野良猫問題に対して、地域が講ずるべき有効な対策法を考察した理論的・実証的研究である。野良猫の糞尿・鳴き声による被害や、野良猫への餌やりに関するトラブルなどに地域として取り組む「地域猫活動」における、地域での合意形成をめぐる、「現場レベルで共有されるべき方法論や活動のプロセスなど」が具体的に論じられている。先行研究を丹念に整理・検討した上で、聞き取り調査・アンケート調査や、ソーシャル・マーケティングの観点からの理論的分析が丁寧になされており、高く評価される。論の展開に飛躍がなく、着実に積み重ねられた考察によって提示された結論は説得力に富む。今後、野良猫問題を抱える現場において本論文の有効性が確認されることが期待できる。

導出された結論や野良猫問題解決のためのフローは、当該問題についての先行研究に新たな知見を加え、同領域の研究の水準を高めるものであり、学部生の論文として卓越している。野良猫問題のみならず、地域が抱える諸問題への取り組み方や解決法に幅広く適用される可能性を有する、発展性のある研究である。本論文の執筆者が商学部での学びをとおして獲得した多くの知識やフィールドワークの手法、時間をかけて培ってきた思考力がもたらした学術成果であると考えられる。