

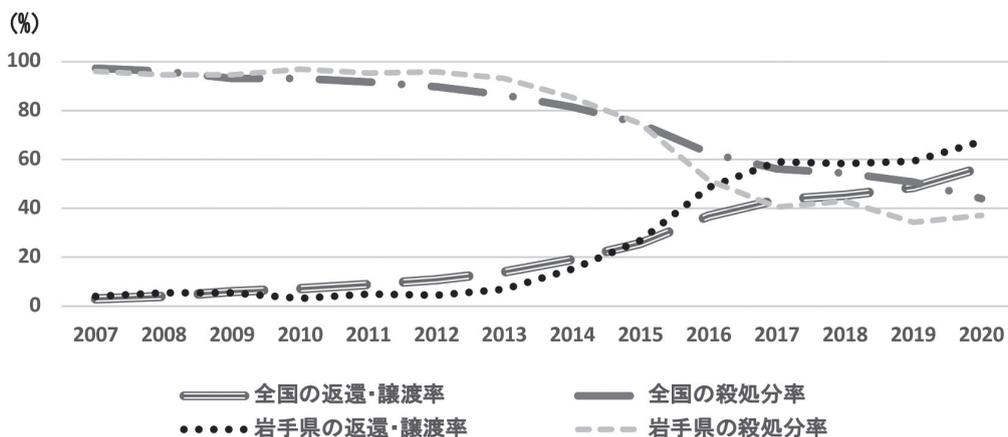
保護猫の飼育・認知状況と譲渡普及

—アンケート結果を中心とした考察—

塚本善弘*・昆野里菜**

1. はじめに

猫ブームが続き、新規の国内飼育頭数が2021年にかけて3年連続で増加する中（推計：一般社団法人ペットフード協会，2021a：2），マスメディアやインターネットのニュースサイト，SNS等で取り上げられる機会や，各地に里親（譲渡希望者）募集型の猫カフェが増えてきたこと（5節で後述）もあり，保護猫の存在や保護猫（譲渡等の）活動も近年，知られるようになってきた（朝日新聞デジタル，2022a）。前稿（昆野・塚本，2022）でも指摘したように猫飼育者で，動物愛護センター・保健所など地方自治体運営，及び市民（動物愛護）団体運営の収容・保護施設（＝シェルター）を知らなかった割合は低下傾向にあり（同上：122），広範な世代の東京・都政モニター対象17年調査でも，愛護センター等の行政機関による譲渡を知っている割合が7割超に上っていた（東京都生活文化局，2018）。こうした市民の間での保護猫・保護猫活動の認知度上昇と，動物愛護管理法改正を始めとする国・自治体の保護猫施策や官民連携による譲渡促進策が相俟って，10年代に入り，各地で行政に引き取られた（保護）猫の返



（出処）環境省，2022，岩手県，2014：41，及び同，2022：36に基づき，筆者作成。

図1 猫の返還・譲渡率と殺処分率の推移（全国と岩手県）

* 岩手大学人文社会科学部（環境社会学）。

** 岩手大学人文社会科学部地域政策課程（環境共生専修プログラム 主専修），2022年3月卒業生。

還・譲渡率が上昇、殺処分率と20年に全国数値で逆転するまでに至った（図1参照）。本学のある岩手県でも同様に、10年代半ば近くになり下降し始めた殺処分率が、半ば過ぎから全国を上回るペースで減少、17年には返還・譲渡率が殺処分を逆転し、その後、全国水準以上の返還・譲渡率（全国を下回る殺処分率）が継続している——とりわけ（重度のケガ・病気等で回復困難な保護猫を除いた）自治体公表数値で、殺処分ゼロを17年に達成・継続している盛岡市が、同県内の取り組みを先導してきた——。

しかし、保健管理が不十分な繁殖・販売事業者によって流通過程で死亡する個体も含め、年間・数万匹以上の猫が“殺処分”され、コロナ禍の中、自身の家庭が猫の生命を預かる上での飼育条件（後述）を充たしているか否かを飼育し始める前に十分検討せず、安易に飼育放棄されるケースが少なくなく、純血種も捨てられているという（堤, 2022）。また、全国各地で一般市民だけでなく、業者による劣悪な環境下での繁殖・飼育や多頭飼育崩壊例も続発している。実際、岩手でも22年6月、内陸南部・奥州市内で以前から行政の立ち入り検査時に繰り返し指導を受けていたペット店の廃業後に、犬猫など動物が300匹以上放置され、県が緊急保護し、愛護団体と連携して譲渡を進める重大事案も起きた（岩手日報, 2022b）。さらに、同じ内陸南部に位置し、以前から捨て猫・野良猫や猫犬苦情件数が多い地域と言われる一関市周辺で21年、子猫の遺棄・保護頭数が急増・問題化し、背景に、放し飼いや無責任な餌やり、不妊去勢手術未実施など、終生飼養や室内飼いを始め他者に迷惑をかけない飼い主としての責任・モラル意識の他地域と比較した低さがあることが指摘されている（岩手日報, 2021a, 2022a）。加えて、ペットフード協会・21年調査では、猫飼育者のシェルター認知度も（増加傾向にあるとはいえ）半数でしかなく（一般社団法人ペットフード協会, 2021b: 85）、更なる保護猫譲渡促進・殺処分減には課題が少なくない現状がある。前稿で検討した行政－市民連携・協働により、殺処分ゼロ・大幅低減や不妊去勢手術済み地域猫の管理に成功した地域が国内各地に一定数、現れてきている一方、飼えない命の増加や譲渡が進まない地域との格差、市民の間での猫・ペット飼養をめぐる意識・認識の差の大きさを縮小させていくことが求められる段階とも言えよう。

そこで、広範な市民に開かれた愛護センター設置・運営や自治体－市民間連携体制構築・活用等によって保護猫譲渡促進・殺処分大幅減に成功した、本学のある盛岡市を含む国内先進地域（但し愛護センター未設置の盛岡はあくまで、官民連携に基づく取り組みの成功例）を取り上げ、それら地域で自治体・愛護団体による活動・施策が成果を収めた要因を調査結果に基づき分析した前稿に続き、本稿では、先進地域調査と同時期の21年後半に盛岡周辺地域在住者中心に行なったアンケート調査結果から、保護猫やその譲渡・飼育をめぐる実態、認知・理解度の差の一端を明らかにし、今後の適正飼育や保護猫譲渡促進、殺処分低減の方途を探りたい。

2. アンケート調査の概要と保護猫に対する認知・理解度の差

（1）実施した保護猫とその譲渡に関するアンケート概要—調査方法と対象者の特徴—

まず、このアンケート調査は前稿（昆野・塚本, 2022: 119）でも述べたように、コロナ禍もあり近年、保護猫数が増えた盛岡市保健所担当者から本学への、未だに活動・取り組みを認識していない市民が少なくない、シェルターによる譲渡（保護猫活動）の認知度向上や譲渡希望者増加策の調査研究依頼に応え、21年度に昆野を主たる担当者として、塚本や盛岡市担当者等が支援しつつ進めた研究（本稿末尾・追記でも再掲、補足）の一環で、盛岡市周辺在住者を

主対象に、市民の保護猫やその譲渡・飼育の現状、認知状況・理解度を把握すべく実施したものである。より具体的には、同様の先行調査・研究例と高く評価出来る岩倉由貴と公益社団法人アニマル・ドネーション等による国内在住の犬猫飼育者対象インターネット調査（岩倉，2019，ペットコト編集部，2017），及び（継続的に毎年実施されている）ペットフード協会による犬猫飼育者や非飼育だが今後の飼育意向を有する市民対象のネット調査（同協会，2021a，2021b，2021c，2021dなど）の内容を参考にしつつ、盛岡市担当者からの示唆も活かして、昆野を中心に作成した質問紙（調査票）を用い、以下の形態で行なった。

- ①同市保健所，同市とその近郊にある公営動物展示施設や複数の愛護団体の事務局，団体運営猫カフェ，複数のペット販売店，これらへの来訪者に対する直接の質問紙配布・回収。
- ②これら施設・団体でのQRコード付きポスター掲示や施設・団体の関連ウェブサイト，SNS等に掲載されたウェブ回答への協力呼びかけに応じた，ネットのアンケートフォームを活用しての回答・データ収集。
- ③同市内大型商業施設来訪者への直接の質問紙配布・回収。

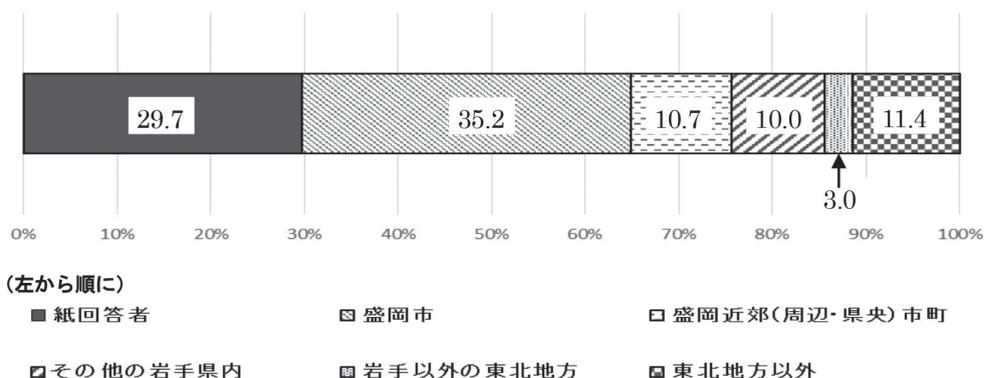


図2 回答者の内訳（質問紙での回答，及びウェブ回答者の居住地域別）

その結果，図2に示したように有効回収サンプル数・708名のうち，公営動物展示施設と大型商業施設来訪者を主とした紙（質問紙自体での）回答者が3割弱——紙回答者には居住地を尋ねていないが，盛岡市と近郊市町（いわゆる盛岡広域＝岩手県央地域の盛岡を含む8市町）在住者が大半を占めると推測される——，残るウェブ回答者の方も，全体の5割弱（45.9%）が盛岡近郊在住で，合わせて調査回答者の3/4が盛岡近郊に居住，岩手県内居住が85%程（推定）を占める形となった。なお，ウェブ回答者は動物展示施設や愛護団体，猫カフェ，保健所等のサイト・SNSページに主体的にアクセスした上で，リンク先のアンケートフォームに移り答えているケースも多く，猫や動物一般に対する一定以上の興味・関心，知識を有する方が少なくないだろう。また，それらの施設・団体に掲示されていたQRコード付きポスターからのウェブ回答の場合も，携帯・スマホで自ら読み取り回答せねばならず，同様の傾向があると推測される。実際，後述するように，本アンケートの集計・分析結果では回答者全体的に見ても，保護猫とその譲渡に関する認知度が高くなっており¹⁾，必ずしも広範な猫飼育に関心の低

1) 紙幅の関係上，詳細な分析データの掲載は割愛するが，保護猫の認知度や飼育経験，保護猫活動参加状況

い一般市民も多数対象とした無作為抽出法による調査結果ではない点には、注意する必要がある。そのため以下では、主に保護猫飼育経験の違いに注目しながら、考察していくことにしたい²⁾。

そこで次に、回答者の保護猫や猫等の飼育経験がどのようになっているのかを確認しておこう。本アンケートでは保護猫関連の最初の設問として、現在の猫と犬の飼育状況、ならびに過去の猫に限定した飼育経験について尋ねた。その結果を示したのが、図3-1、2である。

回答者のうち現在、保護猫を飼育している方が³24.6%、過去に飼った経験のある方が⁴(図3-2の該当する2選択肢(上から2つ目と3つ目)の回答者を合わせ)33.5%で、勿論、現在

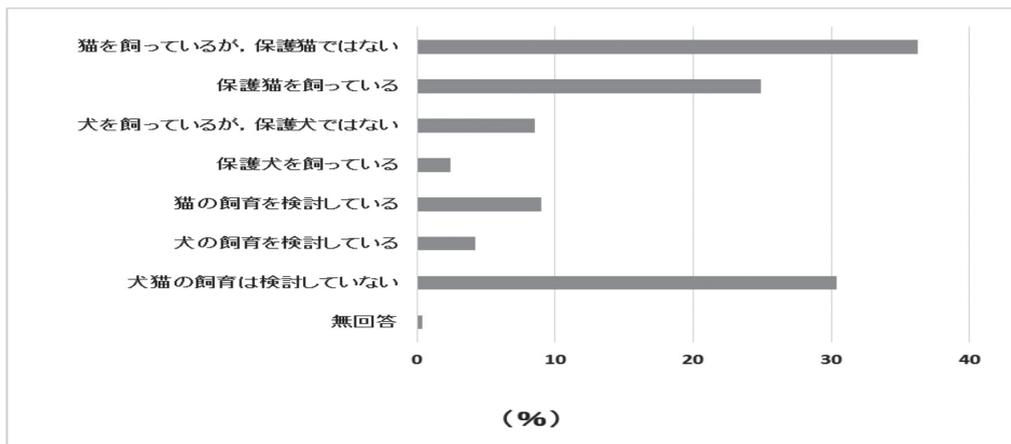


図3-1 現在の猫・犬飼育状況 (複数回答)

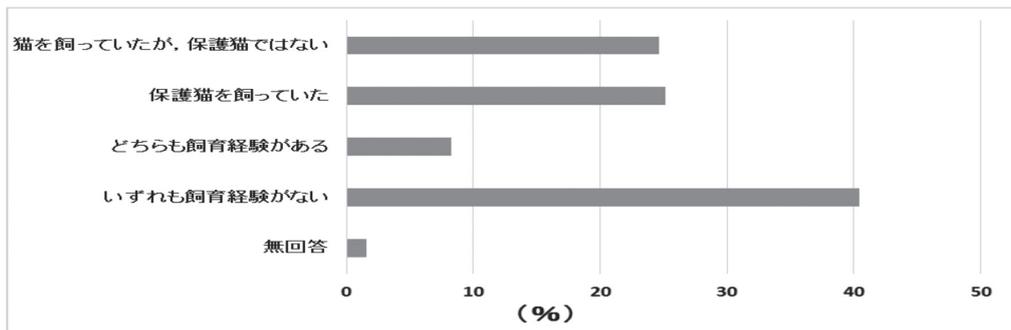


図3-2 過去の猫飼育経験 (複数回答)

など、紙回答者に比べウェブ回答者の数値が総じて高い/多い結果となっていた(昆野, 2022)。さらには、動物展示施設や愛護団体、ペット販売店関連の紙回答とウェブ回答が9割を占め、回答者全体的にも猫・動物への関心が高かったことは確かだろう。

2) なお、追記でも触れているが、本稿執筆にあたっては、あらためて塚本がアンケート回答データを再度、集計・分析し直した上で、考察に用いていることを断っておく。また当調査では、回答者の家族構成や居住形態などの属性項目、飼育中の猫の飼育形態等、以下で取り上げていない事項も尋ねているが、あくまで本稿では紙幅の都合もあり、主要な質問事項に絞って検討することにしたい。

と過去の両方、保護猫を飼育している／いた方も少なくなく、全体の43.9%が現在か過去に飼育経験があるという高い割合となっていた。また保護猫以外も含め、猫を現在飼育している方も、集計したところ51.6%と半数超に上っており、ペットフード協会21年・全国調査で9.8%だったのと比べ（同協会、2021a：3）、本アンケート回答者の高飼育率が窺える³⁾。

もっとも、後ほど、現在の猫入手（予定を含む）方法について触れるが、本調査回答者の中には一定数、野良猫を自身で拾ったり友人・知人から貰い受けたケースも含め、「保護猫」と解釈し回答していたケースが——そうした入手方法による猫は保護猫に含まれない旨、質問紙に記す等、注意喚起はしていたものの——見られた⁴⁾。このような本来の定義とは異なる回答については、「保護猫ではない猫」として集計し直したが、同様の傾向が岩倉らの先行調査の際にも表れており（岩倉、2019：170 - 171）、後述する保護猫に対する理解が、市民の間で未だ十分深まっていないままであることを示しているのではなからうか。他方、現在の保護犬飼育者が2.4%いたが、保護犬飼育者も保護猫やその譲渡について、一定以上の情報・知識を有していると推測され、実際、本アンケートでの保護犬飼育者による保護猫・譲渡の認知度は、保護猫飼育経験がある方と同様に非常に高く、保護猫のイメージに関しても、保護猫飼育経験がある方と類似した回答傾向（回答選択比率）になっている項目が多かった。こうした以降の考察で取り上げる設問に対する回答傾向も考慮し⁵⁾、ここからの分析にあたっては、図3-1、2の回答を統合・集約し、図4に示したように「現在、または過去に保護猫、もしくは保護犬を飼っている／いた」方（保護犬飼育は現在のみ）を1つめのカテゴリーとし、次に「保護猫ではない猫のみを飼っている／いた」方、3つめのカテゴリーとして、上記2つには当てはまらないものの、「現在、猫の飼育を検討している」方、最後に、これらの「いずれにも該当しない」方という4つに回答者を区分した上で、この4区分を主に使いつつ考察していくことにしたい。

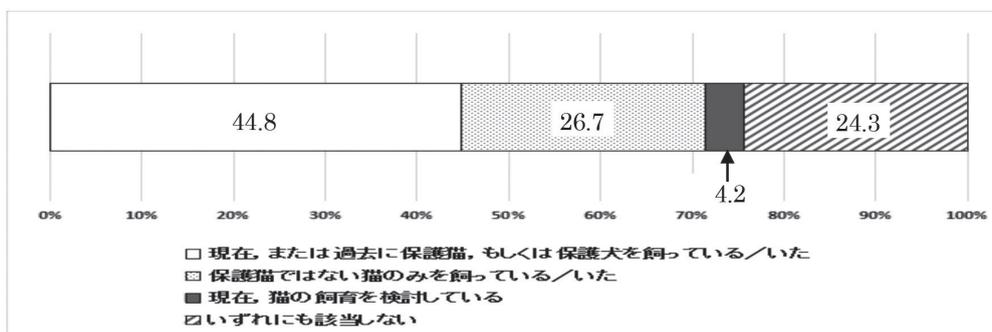


図4 現在と過去の保護猫・保護犬、及び猫飼育状況

3) 逆に本アンケート結果で現在、猫飼育を検討している方は1割未満で（図3-1参照）、ペットフード協会調査における今後の猫飼育意向者割合15.0%より低く（同協会、2021a：3）、今回のアンケート回答者の飼育中比率が非常に高く、その分、新規ないし追加の飼育希望者が多くない結果となっていると言えよう。

4) 回答内容からは、全体の1割近い方が「保護猫」という言葉を間違って解釈していると捉えることが出来た。この数字は、決して少なくはないだろう。

5) 本稿では紙幅の関係上、ならびに分析が煩雑になることもあり、以下で取り上げる質問項目について、（図3-1、2に示した）現在の猫・犬飼育状況と過去の猫飼育経験に関する、それぞれの選択肢回答者毎のクロス集計・分析結果を掲載していないことを断っておく。

現在・過去の飼育状況を纏めた結果、これまでに保護猫か保護犬を飼育したことがある方（以下、「保護猫犬飼育経験層」と表記）が半数近く（317名、うち保護猫飼育経験者311名）を占め、保護猫以外の猫のみ飼育経験者（層）が1/4強（189名）で、2カテゴリーを合わせた（その殆どを占める）猫飼育経験者が全体の7割余りとなり、逆に過去の猫飼育経験がなく、現在も飼育を検討していない方（以下、「飼育経験なし・未検討層」；172名）が1/4弱となった（なお現在、猫飼育を初めて検討中は30名）。では、調査結果の本格的検討に入っていこう。

（2）保護猫・譲渡の認知度と情報獲得媒体

最初に、「保護猫」の存在を知っていたか否か（「保護猫」自体の認知度）を尋ねたところ（図5参照）、「どのようなものか知っている」という方（高認知層）が全体の8割、「名前を聞いたことがある」（低認知層）も含め、殆どの回答者が認知していた。そして一定以上、認知している方は、やはり保護猫犬飼育経験層が最も高く、飼育経験なし・未検討層では、認知度が下がる傾向にある。同様の傾向は図6のように、次いで質問した「保護猫の譲渡」の取り組みの認知度に関しても見られた——なお、猫飼育検討層で「どのようなものか知っている」と回答した割合が、保護猫以外の猫のみ飼育経験層より高いのは、検討に際し譲渡の情報も集めている方が多いことを示しているのかもしれない——。

さらに本アンケートでは、これらの設問に関連し、認知している（＝「どのようなものか知っている」と「名前を聞いたことがある」）と回答した方を対象に、続けて「保護猫」自体とその譲渡の取り組み各々の情報・知識入手先も尋ねてみた（複数回答可）。その結果（図7

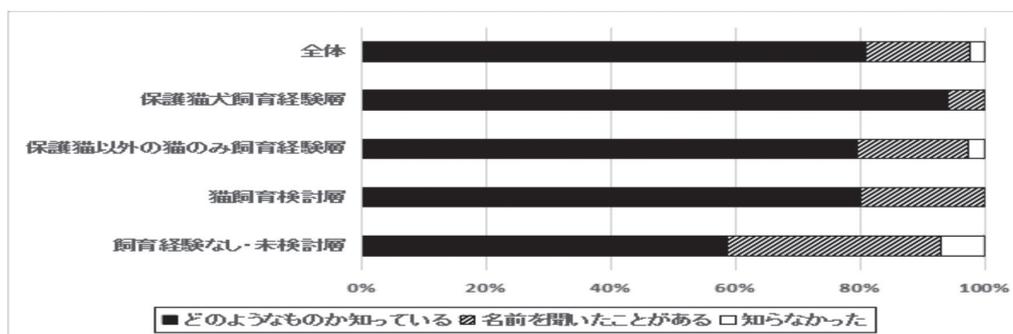


図5 「保護猫」の存在の認知度

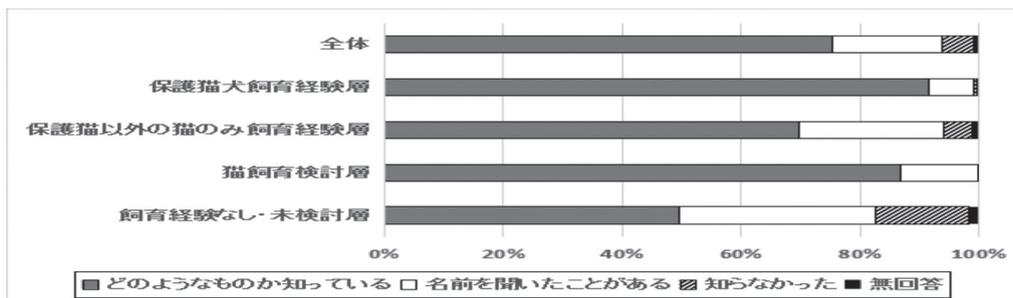
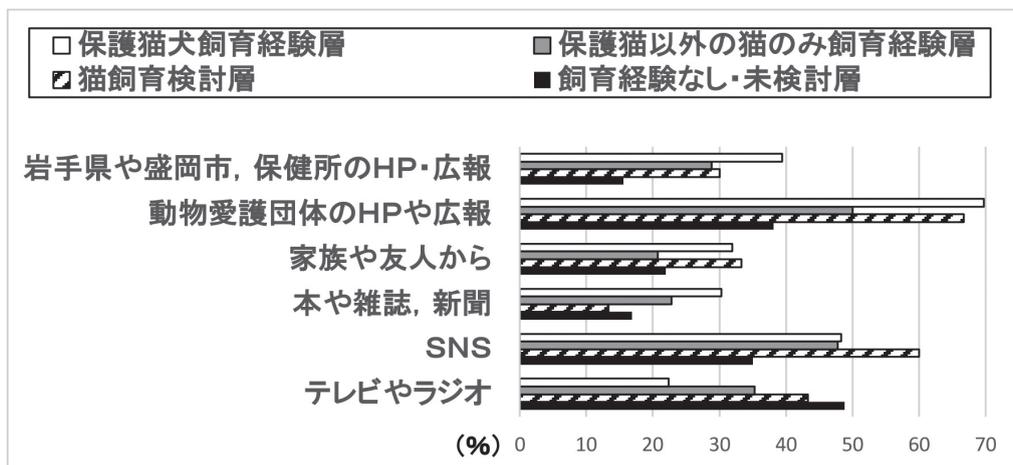


図6 「保護猫の譲渡」の取り組みの認知度

－1, 2に, 回答選択比率・上位6媒体を掲載⁶⁾, 広報もりおか以外の「岩手県や盛岡市, 保健所のHP・広報」や愛護団体HP・広報, 「本や雑誌, 新聞」等, 図に示した情報入手・獲得媒体の多くで, 認知度と同様, 保護猫犬飼育経験層が高く, 主体的に多様な媒体・方法を使い保護猫情報を収集している様子が窺える反面, 飼育経験なし・未検討層ほど低くなる傾向が見られる。ただ, 猫飼育を現在検討中の「猫飼育検討層」では, SNSや愛護団体のHP・広報が高率となっており, 飼育したい猫情報に比較的容易かつ効率的にアクセス可能なネットを中心に, 情報検索しようとしている姿が垣間見える。他方, 唯一異なる回答傾向を示した媒体が「テレビやラジオ」で(主にテレビだろう), 保護猫犬飼育経験層は選択率が低く, 飼育経験なし・未検討層になるに従い高くなる(特に図7-1)。図表は割愛するが, 保護猫や譲渡の取り組みの認知度とそれぞれの情報・知識入手先とのクロス集計も行なったところ, 「テレビとラジオ」以外の全ての媒体(「その他」を除く)が, 保護猫の「名前を聞いたことがある」低認知層より「どのようなものか知っている」高認知層の選択比率が高くなっていった中, 逆に低認知層の「テレビとラジオ」の数値だけが高認知層の2倍近くに上り, 突出していた⁷⁾。これは, 飼育経験なし・未検討層を主に, テレビ・ラジオという受け身の側面も強いメディアからの断片的, 一時的な保護猫情報・知識の入手が中心となり, 表面的な浅い理解に留まっている市民も少なくなく, 保護猫とその譲渡に対する弱い認知度や, ひいては上述したような誤った認識に繋がっていることを意味しているのではないかと推察される。市民一般のレベルでの保護猫や譲渡活動をめぐる認知度向上, 譲渡促進には, こうした受動的な情報接触層を意識した普及啓発が鍵

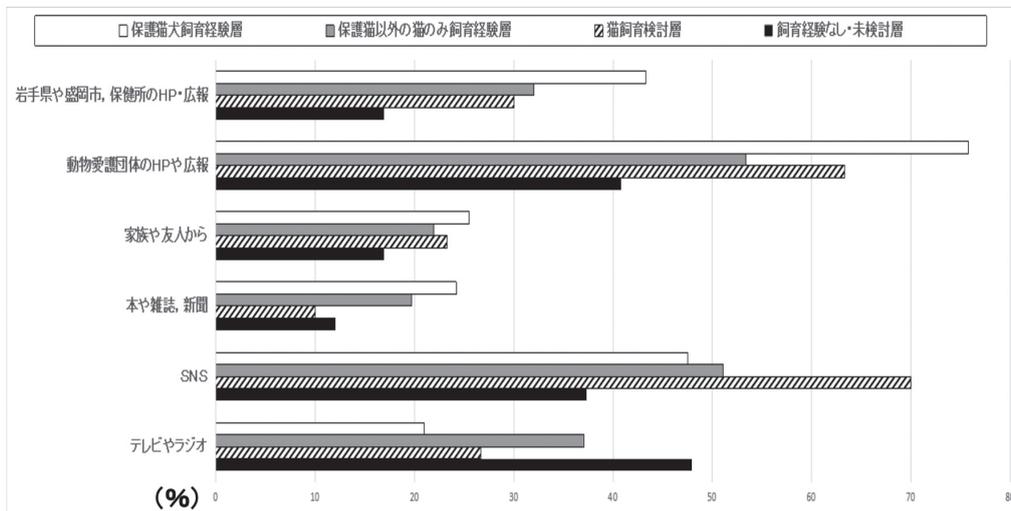


(全体回答者数691)

図7-1 「保護猫」に関する情報・知識の入手先(選択比率上位の媒体・方法)

6) 紙幅の関係もあり掲載しなかった選択肢は, 「シンポジウムや講演会など」, 「広報もりおか」, 「その他」, 及び無回答であり, (無回答を除き)それぞれの選択率は数~9%台の範囲内で, 保護猫・猫飼育経験の違いによる有意な差は見られなかった。なお, 「その他」の自由記述内容は, その約半数を動物病院関連が占め, 学校なども挙がっていた。

7) 情報・知識の入手先として「テレビとラジオ」を挙げた割合は, 「保護猫」自体に関して「どのようなものか知っている」高認知層の28.8%に対し, 「名前を聞いたことがある」低認知層で52.5%, 「保護猫の譲渡」の取り組みの方は, 高認知層の26.5%に対し, 低認知層が51.1%と高率になっていた。なお, 低認知層だけの数値で見ても, 情報・知識入手先の各選択肢のうち, 「テレビとラジオ」が群を抜いて選択率が高く, 反対に高認知層側では, 愛護団体HP・広報とSNSが5割前後~6割台で, 最上位2つを占めている。



(全体回答者数664)

図7-2 「保護猫の譲渡」の取り組みに関する情報・知識入手先（選択比率上位の媒体・方法）

となってくるだろう。

なお、先行のペットフード協会調査では、保護猫や譲渡の取り組みに関する情報・知識入手先ではなく、現在の猫飼育者にペット入手時の情報源を尋ね（複数回答）、21年は「インターネット」（34.4%）、「友人／知人」（29.4%）、「ペットショップ」（22.7%）が上位で、「テレビ／ラジオなどの情報番組」は9.5%、「シェルター」4.7%などの結果だった（同協会、2021b：82）⁸⁾。選択肢が本アンケートと異なるため、単純比較は出来ないものの、この「インターネット」に、SNSや行政・愛護団体HPを含めて捉えると、ネットや友人が上位にあるのは、本アンケート・上記設問の猫飼育経験者や飼育検討層と同様と言える。反面、居住地域周辺での猫入手に関する詳細／具体的な情報が電波に乗って伝えられるケースが少ないテレビ・ラジオは、実際の飼育猫を入手・購入する際の媒体として、あまり重視されておらず、保護猫・猫一般に関心を持ってもらう入口の役割が大きいメディアであろう。

（3）保護猫イメージの差異—飼育経験・検討有無や保護猫・譲渡認知度の違いから—

次に本アンケート調査では、「保護猫」と聞いて連想するイメージを尋ねた（複数回答可）。まず、現在・過去の飼育経験・飼育検討状況別に見ると（図8-1参照）、「人に慣れていない」と「衛生的ではない」の2つが、保護猫犬飼育経験層で（比較的）低く、飼育経験なし・未検討層ほど高い選択率となる一方、「雑種が多い（純血が少ない）」では逆に、猫飼育検討層や飼育経験なし・未検討層が低く、保護猫犬飼育経験層が最も高い選択比率となった⁹⁾。また、

8) また、広範な市民が含まれるデータではあるが、東京・都政モニター対象17年調査でも、ペットに関する情報の入手先として、「インターネット」が55.5%と群を抜き、次いで「ペットショップ」（33.2%）、「テレビ・ラジオ」（31.7%）、「家族・知人からの話」（28.8%）の順になっていた（東京都生活文化局、2018）。

9) なお、「保護猫」から連想する「その他」のイメージの自由記述内容としては、（要約すると）人間の勝手な都合によって、愛情をもらえなかったり見捨てられ、厳しい環境で可哀な辛い、不幸な過去を送ってきた動物であり、助けたいという旨の回答（「かわいそう」なイメージ）が、全体の4割余りを占めた。その反

保護猫の存在や譲渡の取り組みの認知度と保護猫から連想するイメージとのクロス集計結果(図8-2, 3参照)でも同様に、「人に慣れていない」の選択率は、保護猫や譲渡の取り組みの高認知層より「名前を聞いたことがある」低認知層の方が大幅に高く、「しつけがされていない」も、高認知層から低認知層、(保護猫・譲渡の取り組みを「知らなかった」)未認知層に

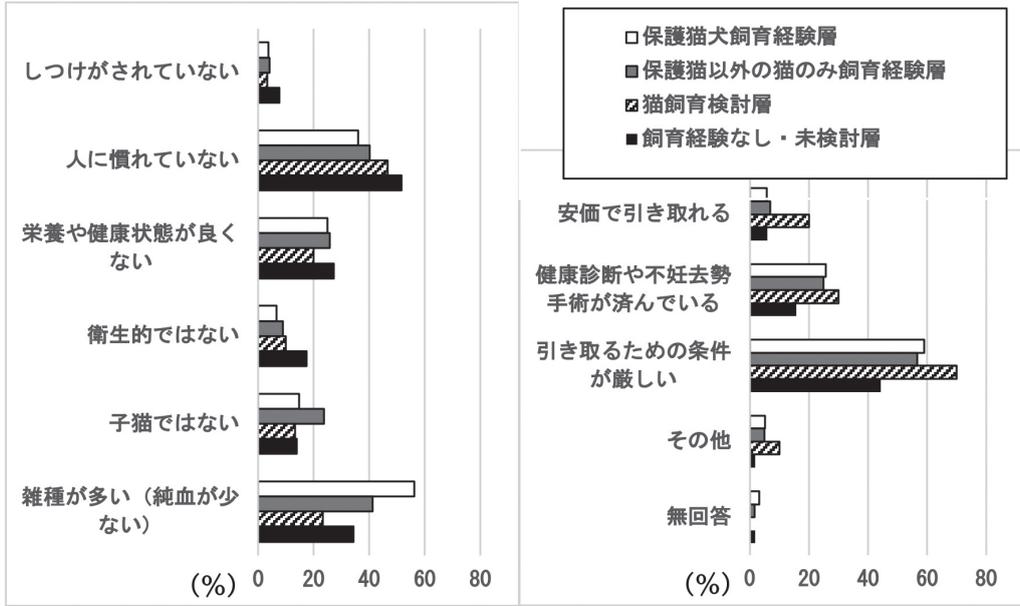


図8-1 「保護猫」から連想するイメージ (飼育経験・検討状況別)

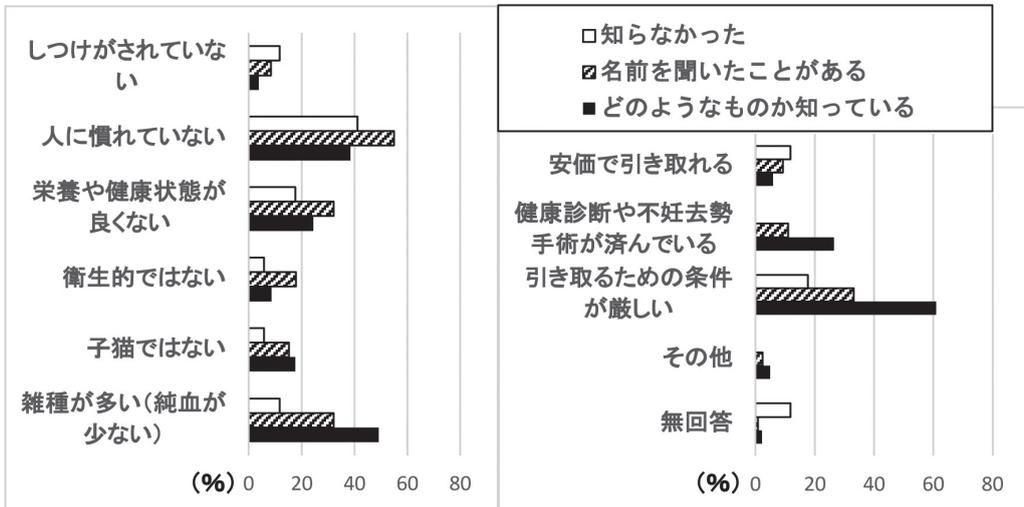


図8-2 「保護猫」から連想するイメージ (保護猫の存在の認知度別)

面、「かわいい」という記述も1割以上あった。

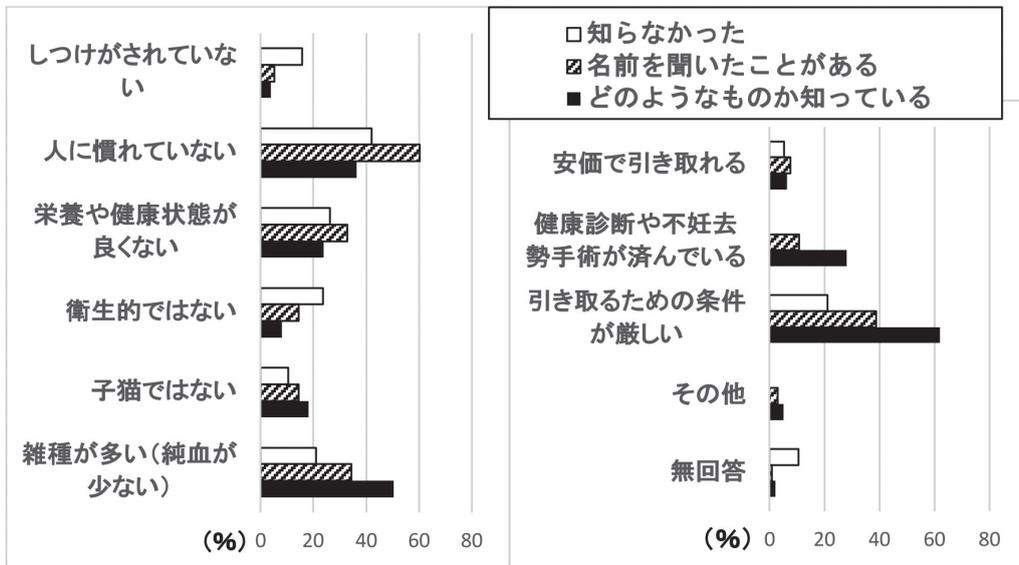


図8-3 「保護猫」から連想するイメージ（譲渡の取り組みの認知度別）

なるに従い、選択比率が高まっていた。さらに、ここでも逆に「雑種が多い」「引き取るための条件が厳しい」「健康診断や不妊去勢手術が済んでいる」「子猫ではない」などは、高認知層ほど選択比率が高くなる傾向にあった。

これらのイメージのうち「人に慣れていない」は、岩倉らによる先行調査でも、保護猫飼育者とペット店等からの購入猫飼育者との間に大きな差が生じていたが（ペトコト編集部，2017），各地の愛護センター・保健所や愛護団体では，シェルター施設内や一時預かり飼育（ミルク／保護）ボランティア等の形で，保護猫の世話・馴化訓練を多数の市民の支援を得て行なっているケースも多い（前稿：134-135など）。この「人に慣れていない」に加え「衛生的ではない」「しつげがされていない」というイメージは，確かにシェルターに保護された当初はその通りである。しかし，保護後の世話・馴化訓練期間に改善された上で譲渡となる場合が一般的であり，飼育経験なし・未検討層や保護猫・譲渡の取り組み低認知，未認知層が，大きく報道されるケースが少なくない，馴化や健康管理が不十分な多頭飼育崩壊に伴う保護時点等の情報，特徴を強く印象付けられ，保護後の猫の状況，関係機関・団体の譲渡適正向上努力に関する情報，実態を十分認知していないことを示していると言えよう。一方，「雑種が多い」や「引き取るための条件が厳しい」，行政・愛護団体により譲渡前に「健康診断や不妊去勢手術が済んでいる」ことは，保護猫の特徴や譲渡時の従来の条件，実情に見合っており，保護猫犬飼育経験層や保護猫・譲渡の取り組み高認知層では，保護猫やその譲渡に対する正しい情報・知識が浸透し，理解度が高いと見做せるだろう。なお，「子猫ではない」の比率が保護猫・譲渡の取り組み高認知層ほど高くなっている点については，譲渡が成立するのは子猫が多いもの——実際，全国の21年度・譲渡数に占める（主に離乳していない）幼齢個体の比率は66.6%（環境省，2022）——，成猫で新たな飼い主が見つからず，譲渡先募集が長期間となり，愛護団体のシェルター等で世話され続けていることも少なくない現実¹⁰⁾の印象が強いためな

10) 筆者・両名で2021年6月17日に盛岡市内で行なった同市保健所担当者Aさんへのインタビュー，及び昆野

のかもしれない。また今後、地域で飼い主のいない猫の過剰繁殖抑制のため、地域猫活動の一環としてのTNR活動やTNTA活動（詳しくは前稿：135-136など）が様々な地域で普及・進展していくと、成猫、さらに老猫の保護数が増加することも考えられ¹¹⁾、離乳期を過ぎた保護猫の譲渡促進対策が一層、重要さを増してこよう。なお、成猫の場合は給餌回数が少なく済むといった、飼育しやすい利点があり（岩手日報、2021b）、子猫に注目しがちな飼育希望者の目線を変えるべく、成猫の良さを訴えかけることも効果的なのではなかろうか。

ところで再度、図8-1に戻り猫飼育検討層の各イメージ選択比率を見ると、他の回答者層に比べ「安価で引き取れる」と「引き取るための条件が厳しい」の2つが最も高くなっている点も注目される。これは、実際に飼育し始めた後の世話・しつけの行ない易さに関わる他の側面もさることながら、その前の猫入手・引き取り時の経済的負担——譲渡の場合、不妊去勢手術を主としたワクチン接種、ウイルス検査などに要する医療費を中心に、シェルターでの飼養費の一部負担などを含め数万円程度要するケースが一般的であろう——や入手し易さにも関心が強いことを意味し、入手時に大きく関連した促進・阻害要因に目が向くのは、初めて猫飼育を検討している層ならではの傾向と言えよう（引き取り時の条件については、改めて後述する）。

3. 猫入手方法と飼育理由—譲渡と他の入手方法、特にペット店購入との比較を中心に—

(1) 飼育猫の入手（予定）方法—譲渡の割合の大きさとペット店購入者とのイメージ差—

続けて本アンケート調査では、現在の猫飼育者と猫飼育検討者（計428名）を対象に、飼育している猫の入手方法、ならびに検討中の猫の入手予定方法について尋ねた（複数回答可）。以前からペット店購入による入手が一般的な犬に対し、猫の場合、ペットビジネス隆盛に伴いペット店購入が増えつつあるとはいえ、ペットフード協会による現在の猫（外猫を除く）飼育者対象調査でも、「野良猫を拾った」がトップを占めてきた——例えば21年調査では36.0%；「友人／知人からもらった」26.8%や「ペットショップで購入」16.0%が続き、保護猫の「シェルターからの譲渡」は僅か4.2%に留まる（同協会、2021b：83など）¹²⁾——。こうした拾ったり（知り合いから）もらう形態が依然、猫特有の入手法として一般には多く、譲渡は少数派だが、猫、とりわけ保護猫に関心の高い方に多数、協力していただけた本アンケートでは、回答データを集約し図9-1に示したように、現猫飼育者と飼育検討者全体の数値を見ると、確かに「野良猫を拾った」も4割と多いものの、愛護団体や保健所（行政）からの保護猫譲渡も合わせて約半数を占めている。勿論、保護猫以外の飼育中の猫入手先は、その6割強は野良猫を拾ったケースで、「友人・知人からもらった」場合と合わせた2つが多数となったが、回答者全体では、愛護団体からの譲渡を中心とした入手・飼育中保護猫が大きな数値を占めるだけでなく¹³⁾、飼育検討中の猫入手予定方法・予定先も、（検討者の）半数超が愛護団体・保健所か

が同年8月3日に同市内で行なった動物愛護団体担当者（理事長）Bさんへのインタビューなど。

11) 昆野が2021年11月20日にリアルタイム・オンライン形式で実施した、東京都千代田区の動物愛護団体担当者Cさんへのインタビュー。

12) 同じ調査で、犬の現飼育者に尋ねた入手先は「ペットショップで購入」が50.9%と突出し、「野良犬を拾った」は1.7%のみだった（ペットフード協会、2021b：83）。

13) 飼育中の保護猫入手先で、愛護団体が保健所（行政）を大幅に上回っているのは、飼育者の大半を占める岩手県内に愛護センターが設置されておらず、行政と連携ないし行政をカバーする愛護団体による（定期的

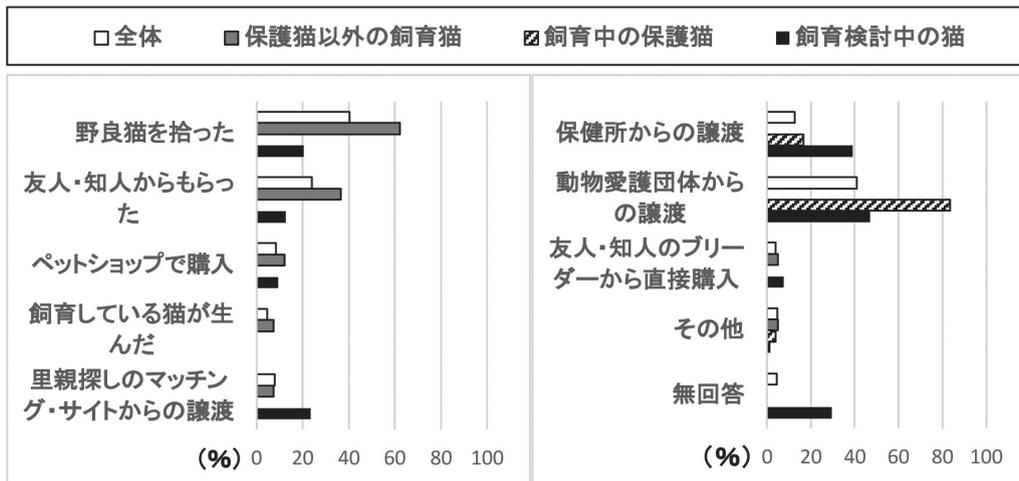


図9-1 飼育中・飼育検討中の猫入手（予定）方法

らの譲渡を挙げ、野良猫を拾ったり個人間での譲り渡し、ペット店購入等を上回っている点も注目されよう。朝日新聞デジタルHP上で17年に行われたアンケート調査でも、現在・過去10年で一番最近飼育し始めた犬猫入手先として、猫に関し「ひろった／もらった」(25.4%)が「動物愛護団体／地方自治体から」の譲渡(9.5%)を上回った一方、これから新たに飼おうとした場合の入手先は、愛護団体／自治体(22.5%)が「ひろう／もらう」(11.2%)を逆転していた(朝日新聞デジタル, 2019)。あくまで今は未だ、特に保護猫への関心の高い層に見られる現象かもしれないが、譲渡を飼育猫入手の選択肢として考慮する人が増え始めていることは、ペット飼育をめぐる社会的潮流が変容していく予兆とも捉えられる。

本アンケート実施にあたって、拾う／もらうものだった猫が、若年層を主体にペット店から購入し飼育するものへと移行しつつある中で(前稿: 118-119)、入手方法としてのペット店購入と、ペットビジネスの負の側面としての劣悪環境下での繁殖・飼育など、受難を強いられた猫を保護・ケアした上で、新たな飼い主へ命を繋ぐ譲渡という、対照的な2つの選択肢の関係性、異同にも注目していた。本アンケートでのペット店購入率は、保護猫以外の飼育猫でもペットフード協会調査より低い12.1%で、飼育検討中の入手予定方法も1割未満と多くはなかったものの、他にも、興味深いクロス集計結果が出ている。とりわけ、飼育中・飼育検討中の猫入手(予定)方法と「保護猫」から連想するイメージをクロス集計したところ、ペット店購入(予定)者と保健所・愛護団体からの譲渡(予定)者との間で選択比率の差、すなわちイメージの乖離が大きかったのが、データを抜粋して図9-2に示した3つだった。「栄養や健康状態が良くない」と「衛生的ではない」は、ペット店購入(予定)者が譲渡(予定)者の2倍程多く選択し、逆に「安価で引き取れる」は、譲渡(予定)者の選択率がペット店購入(予定)者の3~4倍超に上っていた(これら以外のイメージは、ペット店購入者と譲渡者で有意

な譲渡会開催やレスキューを始め) 精力的な保護猫活動が地域メディアで報道、紹介される機会も多く、保護猫飼育に関心のある市民にとり、愛護団体が譲渡元として馴染み易いことも要因に挙げられるかもしれない。なお、飼育中保護猫の「その他」の自由記述内容は、動物病院関連(動物病院の里親募集など)が大半を占めたが、今回は広義に捉え、譲渡に含めて集計した。

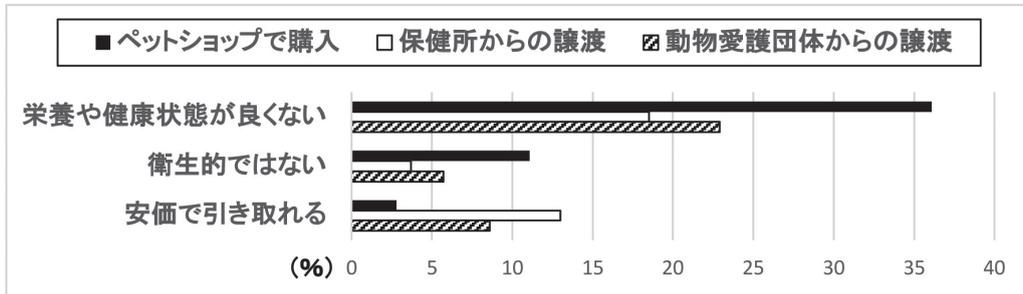


図9-2 飼育・飼育検討中の猫入手方法別に見た「保護猫」のイメージ（一部抜粋）

な差が見られなかった)。前者は、ペット店購入（予定）者が保護猫の健康・衛生面に懸念を抱いていることを示しているが、とりわけ保護された猫の衛生面や栄養・健康状態は上述した通り、愛護センター・保健所や愛護団体による保護後の世話・治療で改善するケースも多い。また、それら機関・団体が健康診断などで各個体の体調・持病等を把握しており、そうした情報を譲渡希望者に伝えている場合が殆どで¹⁴⁾、その点は十分、信頼が置けるはずである。むしろペット店購入猫であっても、購入・飼育後に先天性の病気が発見されたり、繁殖時の無理な交配による遺伝子疾患のリスクを有している可能性等があることは否めない（昆野，2022：11）。行政・愛護団体による保護後の猫の世話や様々な取り組みに関する情報だけでなく、ペット店で販売される猫やペット動物をめぐる問題の多い繁殖・流通過程の実態も、未だ一般市民の間に伝わっていないのではないか。その結果が、ペット店での店頭展示・販売猫の甘美な表面的印象に心を動かされての（十分な吟味期間を置かない）購入行動に繋がっていると言えよう。このことは、次の（2）で挙げる飼育猫・飼育検討中猫の飼育（検討）理由にも顕著に表れてくる。

なお、譲渡（予定）者で「安価で引き取れる」というイメージの比率が高くなっていたことに関しては、より詳細な集計データから（図表は割愛）、上述した猫飼育検討層がこの数値を上昇させているのが判明しており、改めて譲渡検討者にとって、入手時にペット店購入と比べ経済的負担が少ない点が、メリットの一つと感じられているのは確かである。

（2）入手方法による飼育（検討）理由の相違

（1）の入手（検討）方法に次いで、飼育（検討）理由を（1）と同様に、現在の猫飼育者と猫飼育検討者に尋ねたところ（複数回答可、図10-1参照）、全体では「過去に飼育経験があったから」の選択率が最も高く、「生活に癒しが欲しかったから」「家族や夫婦間のコミュニケーションに役立つと思ったから」が続いた（「その他」を除く）。図10-1の数値、さらに詳細な集計結果からは、保護猫以外の猫のみの飼育者や、猫を飼っていない新規飼育検討者と比べ、保護猫飼育者の方が、これらの理由を選択している割合が高いだけでなく、他の理由も含め全体的に多くの理由を挙げる傾向にあり、とりわけ保護猫に対する思いの強さが現れているように感じられた。また、岩倉らの調査でも猫犬両方、「保護動物の飼育経験があると保護動物を飼育する傾向」（岩倉，2019：174）にあったが、本アンケートからも、過去の飼育経験が次なる飼育を促す要因となっている点は、保護猫やその譲渡に関し、まずは多くの市民に、正

14) 2021年3月16日に盛岡市内で行なったAさん、及び8月3日に行なったBさんへのインタビューなど。

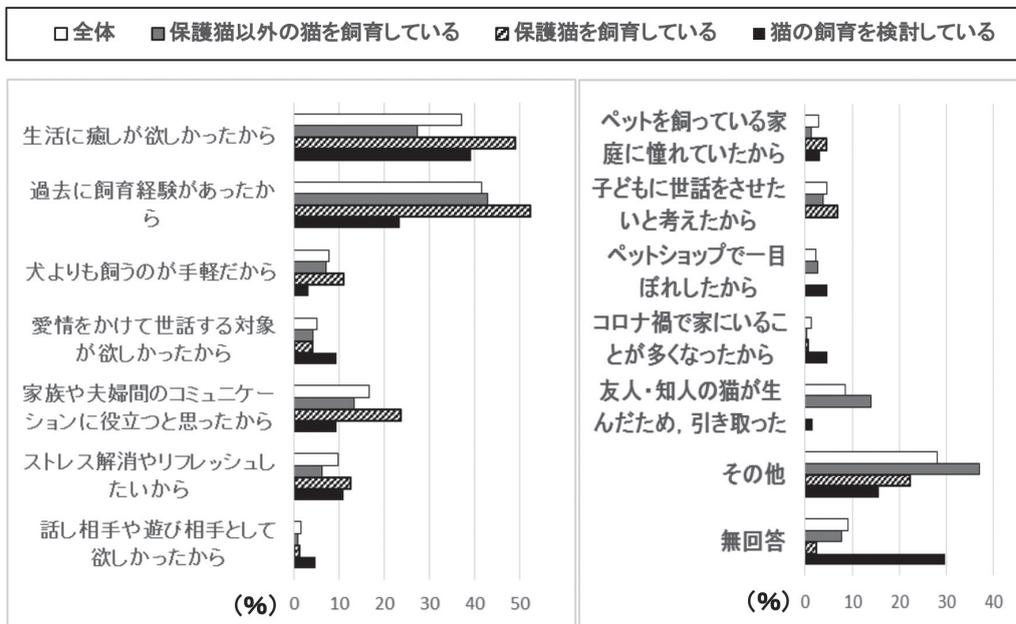


図10-1 猫の飼育・飼育検討理由（飼育・飼育検討中の猫入手方法別）

確かつ詳細な情報を伝達し把握してもらい、入手方法の選択肢に含めるよう誘導する働きかけ、取り組みが重要となることを改めて示していよう。なお、この飼育（検討）理由の回答は「その他」が全体の3割弱を占めたが、その多くは、入手方法が野良猫を拾ったり知り合いからもらった場合と行政・愛護団体から譲渡を受けた場合で、前者は自由記述内容に「捨てられたり迷い込んできて、放っておけず助けたかった」という旨のものが、後者は「可哀想で助けたかった、社会のためになると思った」を始め、多様な回答が挙げられていた（この譲渡を受けた理由については後述）。さらに、他の入手方法の場合も含めて、「その他」を選択した1/3の方から「猫が好きだから」という回答がなされていた点も特徴的であった。

ところで、入手方法と飼育（検討）理由をクロス集計し、ペット店購入（予定）者と譲渡（予定）者を比較したところ——図10-2参照；ペット店購入（予定）者が挙げた飼育（検討）理由・上位5つまで（「その他」の理由を除く）を抜粋——、上位2つは全体と同じ結果で、先述した通り譲渡（予定）者の方が、それらの選択率が高く、以前の保護猫飼育経験の重要性を感じさせる形となっていた。そして、この集計結果の中で最も特徴的なのは、ペット店購入（予定）者が3番目に多く挙げた（19.7%）「ペットショップで一目ぼれしたから」という理由だろう。勿論、愛護団体から譲渡を受けた方の中にも「その他」の飼育理由として、「保護猫のチラシで一目惚れ」「譲渡会で一目惚れしたから」「ふと立ち寄った譲渡会で懐いてくれ、（良くないんですが）衝動的に」といった自由記述回答があったが、譲渡の場合、シェルター訪問や譲渡会参加当日、気に入った猫を引き取り譲渡成立・飼育開始という形態は、まず想定できない。特に愛護団体の場合、譲渡条件や飼育環境（後述）の調査・確認・審査等のあと、飼育法の説明・講習を受けた上、後日、「トライアル」と呼ばれる自宅での一定の試験的同居・飼養期間を経た上で、晴れて正式に譲渡となるケースが一般的と考えられ、飼育希望者・家庭のメンバーは、正式譲渡までの長い日数の間に、終生飼育が可能か否かを熟考、見極め

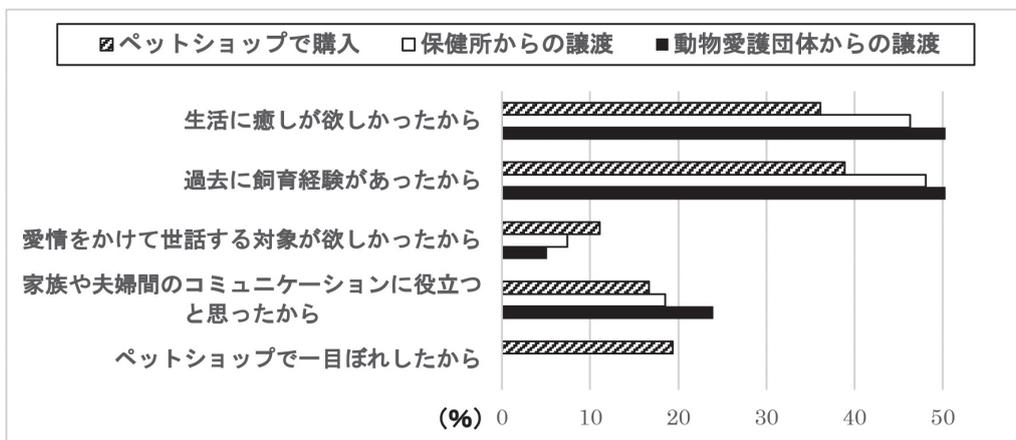


図10-2 猫の飼育・飼育検討理由（ペット店購入と譲渡の比較；一部抜粋）

で、最終的な判断を下すことが出来るシステムとなっている。他方、ペット店購入の場合、店頭で購入契約を結び、飼育法などの説明の後、事業者によって異なり、健康診断やワクチン接種等を行なった上で後日引き渡しとなるケースもあるが、それらを終え、生後の販売禁止期間が過ぎていれば、購入当日に自宅へ連れて帰ることも可能である。つまり、ペット店やシェルター、譲渡会等で一目惚れしたとしても、譲渡の場合、冷静に考え直す時間や飼育希望者自身・家族の飼育適性、希望個体との相性などを確認する期間が長く、正式譲渡後の飼育放棄を防ぐ機能を果たしている一方、ペット店購入には、そうした時間的猶予が（あまり）なく、衝動買いや飼育後の安易な飼育放棄に繋がり易い、猫入手システム上の特性を元来有している。このペット店購入による入手方法の負の側面が、コロナ禍で寂しさを埋め合わせ、癒しを求めた故の飼育後に¹⁵⁾手放される猫の増加となり現れる結果となったのである（前稿：119など）。

そうした中で21年7月から1年間、日本動物愛護協会の活動をACジャパンが支援するキャンペーンCM「一目惚れ」が、テレビ・ラジオ・新聞広告等で放送、掲載され、「その一目惚れ、迷惑です」というフレーズが脚光を浴び、一時的感情に基づく衝動買いがペットの受難に繋がり、店頭で猫犬などに運命を感じたとしても、命の大切さをしっかり確認した上で購入する必要性を強調していた。このキャンペーンは、飼い主のみならず、売る側の責任も訴え、猫など動物を“商品”ではなく、生命として向き合うことを促したのもであったが（公益財団法人日本動物愛護協会、2021、藤村、2021）、依然、動物は民法で権利主体ではなく所有物（確かに動物愛護法では、動物を物として扱っていないが）、すなわち客体としての“物”に過ぎず（細川、2022）、猫犬を繁殖・販売する側の経済的利益優先で、ペット動物の命を軽んじた意識・行動や、市民の安易な購入、虐待・飼育放棄などにも繋がっている。人間は従来、野

15) なお、図10-1からも分かるが、本アンケートでは「コロナ禍で家にいることが多くなったから」という理由は、全体で僅か1.2%に留まった。これには、全国の中で岩手県内が比較的、新型コロナウイルス感染症の陽性確認者数や人口あたりの人数が少ない水準で推移し、コロナ禍に伴う自宅でのオンライン勤務が多くなかったこと等も影響しているかもしれない。東北地方全体的に見ても、日本政策投資銀行が22年6月に行なった企業行動に関する意識調査で、東北の企業でウィズコロナ・アフターコロナ下の理想的出社率が「100%」とした割合が、全国10地域で最高の62.1%と、リモート勤務否定派が多い状況にあるなど（河北新報、2022）、大都市圏とは異なっている。

生動物に対し、愛らしさ・美しさといった美的価値を求めてきたが、それはペット動物に対しても同様で、甘美な愛玩の対象としての“可愛さ”を追求してきた側面が強く、ペットの家族化の中¹⁶⁾、その傾向はより明確になっている。しかし他方で、自分の“物”=所有物として、自分の思い通りにならない場合や飼育継続に不都合が生じた場合、虐待や飼育放棄という行動も生じ易く、動物の権利や動物倫理意識が欧州等に比べ弱い日本では、ペット動物の生命軽視が繰り返されてきた。野生動物と同様、ペットも動物である以上、人間にとり良い面だけでなく、悪い面——しつけても思い通りにならない、日頃の種々の世話の大変さ、疾病を抱えていた、多頭飼育崩壊や不妊去勢手術なしの放し飼いによる地域での過剰繁殖、近隣被害・トラブル発生など——の両方を有する存在である（丸山, 2017: 26-27）¹⁷⁾。人間中心主義的に“可愛い”愛玩の物的対象としてのみ捉えるのではなく、飼育する以上は同じ「家族」のメンバーとして、世話が大変な面なども含め全体的に受け止め、対等な関係への転換が求められる。こうした点に関連し、ペットの衝動買い、ひいてはペット、飼い主双方にとっての不幸な事態を防ぐべく、仏では21年秋成立の改正動物愛護法で、購入する場合、飼育に責任を持つ等を誓約した書類提出が義務付けられ、署名から購入までに1週間空けることが定められた。加えて24年以降は、ペット店による猫犬販売を禁止し、保護団体等からの譲渡とブリーダーからの直接購入に制限する画期的なものとなっている（朝日新聞, 2021）。ペットビジネス隆盛の中、関連業界に対する規制が遅れてきた日本で、一足飛びにペット店販売禁止措置導入は困難と考えられ、まずは行政やペット店など関連事業者・団体等が連携し、衝動買い防止対策に少しずつでも着手していき、動物福祉の観点からの広範な愛護教育を含む、保護猫譲渡の普及啓発と合わせ、猫やペット動物全般に対する社会全体的な価値観、認識の変容を促さねばならないだろう。

4. 保護猫飼育の促進・阻害要因と厳しい譲渡条件

(1) 保護猫を引き取った理由

ここからは、本アンケート終盤の設問であった保護猫引き取り・飼育を促進する要因と阻害する要因について検討していく。まず、促進要因として、保護猫飼育経験者（311名）に保護猫を引き取った（譲渡を受けた）理由を尋ねたところ（複数回答可、図11参照）、その動機を尋ねた岩倉らの先行調査（ペトコト編集部, 2017）と同様、「可愛かったから」（46.8%）が群を抜き、「種類やサイズにこだわりがなかったから」（28.0%）、「社会貢献したいと思ったから」（22.8%）の順に多かった。特に2～3番目の理由は、保護猫特有と言え、飼育希望猫の種類・サイズに拘りがあると、ペット店や知り合いのブリーダー等からの購入の方が入手し易いだろうし、保護猫数・殺処分数の多さが社会問題化する中、譲渡を受ける社会的意義は大きい。この「社会貢献したいと思ったから」の選択率は、詳細なクロス集計結果から、過去にのみ保護

16) ペット関連商品市場の成長が続いているが、その背景に、ペットを「家族の一員」と見做す考え方の浸透があつて、より高付加価値商品へ支出する傾向が継続するとも指摘されている（岩手日報, 2022c）。

17) 上記・日本動物愛護協会と同様に、WWF（世界自然保護基金）ジャパンも22年8月から、スナネコヤコツメカワウソなど、可愛さで人気のある野生動物6種を挙げ、飼育の難しさや診察可能獣医師の少なさ等から、安易に飼育しないよう訴えるキャンペーンを開始しており、こうしたエキゾチックアニマルは、過剰捕獲による絶滅危機や人も感染する病原体の保有、国内生態系へのダメージなど負の側面が多く、思い止まる必要があることが強調されている（岩手日報, 2022d）。

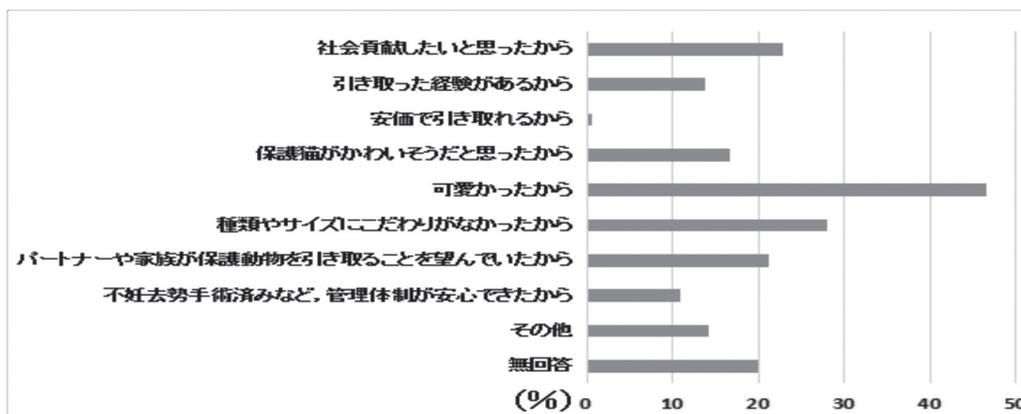


図11 保護猫を引き取った理由

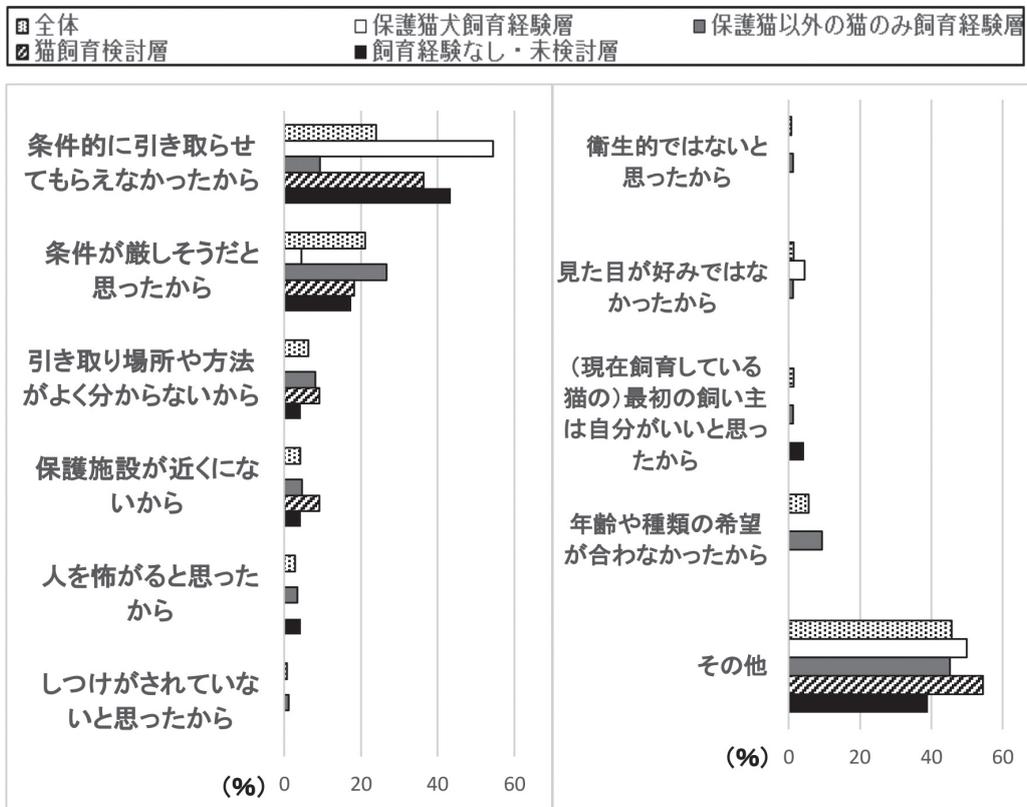
猫を飼育していた方では8.1%と低く、現在と過去の両方飼育している方（32.3%）や現在のみ飼育している方（37.3%）では高くなる傾向にあった（図表は割愛）。保護猫の存在が近年、社会的に知られるようになるとともに、入手方法として、より強く社会貢献の観点からの譲渡を選ぶ人が増えてきているのではないか。一方、この設問も「その他」が一定割合（14.1%）に上っていた¹⁸⁾。その自由記述内容は、上述した猫全体的な飼育（検討）理由と相似し、「猫が好きだから」やシェルター・保護猫カフェ等で「一目惚れした」（（保護）猫カフェについては後述）、「目が合ったから」といった理由だけでなく、より保護猫譲渡に関連した「生体販売への嫌悪感やペット店での購入に抵抗」があった、「命を助け／救いたい、幸せにしたい」、保護猫や譲渡の特徴・制度を知り「引き取りたいと思っていた」等も半数を占め、現飼育者の社会貢献意識や保護猫に対する理解度の高さも感じられる結果と言えよう。

（2）譲渡を受けなかった、及び断られた理由—譲渡条件緩和の必要性—

他方で未だ、保護猫の存在や譲渡を知っていながら、引き取らなかった（譲渡を受けなかった／受けられなかった）人も多い。そこで上記とは逆に、保護猫の存在を認知していたものの、引き取らなかったことがある方に、その理由を尋ねたところ（複数回答可で有効回答者数は142名、図12-1参照¹⁹⁾、全体で「その他」（45.8%）以外では「条件的に引き取らせてもらえなかったから」（23.9%）と「条件が厳しそうだったから」（21.1%）が多く、次いで「引き取り場所や方法がよく分からないから」（6.3%）の順となった。クロス集計を行なったところ、同図の通り、保護猫飼育経験の違いによる差が見られ、保護猫犬飼育経験層の半数超が「条件的に引き取らせてもらえなかったから」を挙げた（猫飼育検討層と飼育経験なし・未検

18) ところで、下記の譲渡を受けなかった理由の設問も同様だが、この引き取った理由は、該当していながら無回答だった方が19.9%に達していた。これは、用いた質問紙等で、アンケート終盤の回答者が限定される複数の設問に対し、誰に回答を求めているのか、回答者に対する指示の文言・表記が分かり難い形式となっていたことが大きいと考えられる（特に引き取った理由に関して）。

19) 本来、当該設問の該当者は403名だったが、うち64.8%（261名）は無回答で、注記18)で述べた理由に加え、2節（1）で記した通り、野良猫を拾ったり、知り合いに貰った場合も「保護猫」であると誤って捉えていたケースが少なくなかったこと（その場合、本設問の該当者ではないと、回答者が自主判断してしまう）も影響している。あまりに無回答が多いため、変則的だが、図12-1には有効回答のみでの比率を示した。



(全体 = 有効回答者・142名に占める割合)

図12-1 保護猫を引き取らなかった理由

討層も4割前後と、高めの数値)のに対し、保護猫以外の猫のみ飼育経験層の1/4余り、猫飼育検討層と飼育経験なし・未検討層の2割弱が「条件が厳しそうだと思ったから」を、保護猫以外の猫のみ飼育経験層と猫飼育検討層の1割弱が「引き取り場所や方法がよく分からないから」を選択し(逆に保護猫犬飼育経験層では、後者2理由の選択率は僅少)、対照的な形となっていた。こうした結果は、やはり保護猫犬飼育経験層以外では譲渡に関する情報の認知・理解度が高くなく、正確な知識を持たないまま、条件が厳しそうというイメージが先行していることを指している。一方、「その他」の自由記述内容は、飼育する上で不十分な経済力や世話する時間的余裕の不足、年齢的に終生飼育が困難、猫アレルギーやアトピー等の体質・健康上の支障、転勤による引越しの多さや飼育禁止の集合住宅在住などの居住形態・環境面がネックといった“自身や家族に関わる問題”と、飼育中猫犬の年齢・頭数が多くなるために新規の引き取りが困難などの“既に飼っている(先住)ペットの問題”が多く挙げられた。21年・ペットフード協会調査での猫飼育検討層対象・猫一般の飼育阻害要因に関する設問でも、集合住宅居住で飼育禁止が最多の34.3%を占め、経済的要因や時間、仕事関連要因も1割台で上位の選択率であったのと同様の結果で(同協会、2021c:88)、保護猫に限らず、猫飼育一般の阻害因子と言えよう。保護猫に特化した回答としては、「当時は保護猫活動を知らなかった」や「近くにあるのに、犬の保護施設しかないと思っていた」が挙げられ、保護猫や譲渡をめぐる

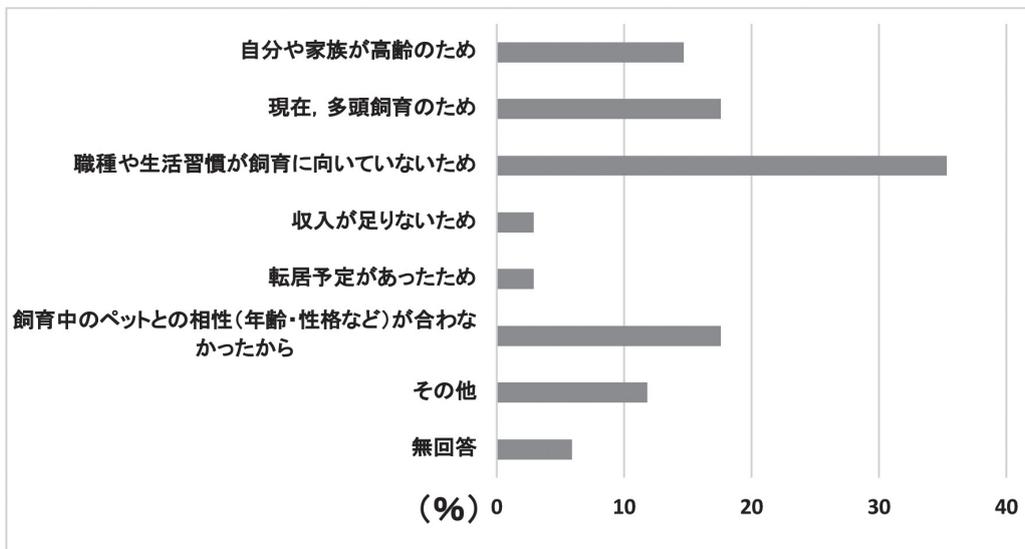


図12-2 引き取りを断られた理由

以前の情報流通不足が背景となっていた。また、岩倉らの調査（ペトコト編集部, 2017）でも、猫犬を合わせ保護動物を引き取らなかった理由として、「条件的に引き取らせてもらえなかったから」と「その他」の回答（条件が厳しいというイメージや一人暮らし、共働きなどで無理だと思ったから、等）が群を抜く形となっており、ほぼ同様の要因が譲渡の阻害に繋がっていることが判明した。

さらに本アンケートでは続けて、引き取らなかった理由として「条件的に引き取らせてもらえなかったから」を選択した方（34名）に、引き取りを断られた理由も尋ねたところ（複数回答可、図12-2 参照）、「職種や生活習慣が飼育に向いていないため」が最も多く（35.3%）、「現在, 多頭飼育のため」と「飼育中のペットとの相性（年齢・性格など）が合わなかったから」が同率（17.6%）、「自分や家族が高齢のため」（14.7%）も一定数、選択された。引き取らなかった理由と相似の回答結果と言える。こうした引き取りの条件に関連し、例えば前節で触れた日本動物愛護協会では、動物一般が飼えなくなった主な理由に、飼育禁止住宅での発覚や去勢不妊手術なしの多頭状態、飼育家族のアレルギー症状、世話等の時間・体力不足、飼育者の高齢化などを挙げ（同協会, 2022b）、ペット店購入など譲渡以外の場合も含む飼育放棄・虐待等の事前防止のため、住宅条件や家族の合意、身体的支障が無いことや時間的・経済的負担の確認・考慮、飼育できなくなった場合の受け皿検討など、「飼い主に必要な10の条件」を提唱し（同協会, 2022a）、それらを充たすことによる終生・適正飼養を訴えている。勿論、既に過酷な命の危機を経験した保護猫が再度、不幸な事態に遭遇するのを最大限回避すべく、譲渡の厳しい前提条件は必要なものだろう。しかし、少しずつ保護猫や譲渡の認知度が上昇し、日本でもペット店・繁殖業者に対する規制が強まっており、今後は徐々に仏のように、一般の飼育猫犬（入手方法）に占める譲渡の割合が増えていく可能性が高い。譲渡希望者が増加する半面、一層の高齢化や単身世帯化の進展が見込まれる中、厳しい条件を課し、柔軟性なく譲渡対象者を制限するようでは、現状以上に譲渡促進へのネックとなり、新たな飼い主とのマッチングが成立せず、コロナ禍に入り一定期間経過するまで保護猫活動が停滞を余儀なくされていた

時期と同じく、シェルターに多数の保護猫犬が滞留したり、シェルターへの新規収容やレスキューなど行政・愛護団体の活動自体に大きな支障が出かねない。岩手・一関市の愛護団体が、新たな飼い主が見つからない1歳以上の成猫の預かりボランティアを、高齢で譲渡条件を充たせなかった方も含め広く募集したり（岩手日報, 2021b）、盛岡市の愛護団体も感染症・ハンディを抱える猫の終生預かりボランティア制度を導入、さらに飼育者が死亡後の飼育猫を託す先等を決めておく安全信託に取り組む事業者・愛護団体も現れているなど（前稿：138）、高齢者でも猫・保護猫と共に暮らす多様な選択肢が生まれつつある——先述した本アンケート・猫飼育理由の設問に対する選択肢「その他」の自由記述の中には、愛護団体から譲渡を受けた方で「預かりボランティアを経験して、そのまま家族として迎え入れた」という回答もあり、高齢者ではなくても、一時預かりが正式譲渡に繋がったり、保護猫飼養の貴重な機会・経験ともなって、市民の間での保護猫理解も深まるだろう——。一時的に飼い主が飼育猫の世話を出来ない時に、依頼することが可能な親族が比較的近郊に居住している場合なども含め、保護猫と飼育希望者、さらにはマンパワー不足のシェルター運営機関・団体それぞれが“Win - Winの関係”になりうるよう、保護猫の一定の（預かりも含めた実質的な）飼養条件緩和が、多くの関係機関・団体で検討されるべき時期に（保護猫が以前に比べ知られるようになり、猫ブームで猫への注目が続いている現在こそ）差しかかっているのではないだろうか²⁰⁾。また、特に多くの保護猫の譲渡元となってきた愛護団体全般的に、団体自体の運営に関する事項も含め、保護猫やその譲渡条件・手続き、地域での保護猫活動に関する情報などを、従来以上に積極的に公開・発信し、団体そのものの認知・知名度も高める必要がある。そうすることで、多数の市民に活動内容を知ってもらうとともに、より市民の信頼感向上を図るのも譲渡普及には不可欠で（ペトコト編集部, 2017など）、地域メディアの有効活用を戦略的に行なっていく等も求められよう。

5. 保護猫関連活動に対する認知・参加状況と保護猫・譲渡の理解度向上

(1) 盛岡市内での保護猫関連の取り組み認知度・参加状況

では実際、どの程度、地域での保護猫関連の活動・取り組みが認知されているのだろうか。この点を確認すべく、本アンケートでは中盤の設問で、盛岡市内で行なわれている保護猫に関連する取り組み・事業等の認知度も、回答者全員に尋ねた。具体的には、①町内会の範囲レベルでの住民主体の取り組みを、同市も不妊手術、ワクチン接種費等の一部経費助成により支援している「盛岡市地域ねこ活動（事業）」（前稿：133-134）、②同市が市内・愛護団体（下記③施設の運営団体）との協働で展開している、一時預かりボランティアに餌・トイレ砂などの支給、預かり猫の医療費負担、ボランティアからの相談対応、助言も行なう「保護猫預かりボランティア支援事業」（同上：137-138）、③上記②の団体（14年・活動開始）が、その当初から同市・中心繁華街ビル内に開設・運営し、シェルターを譲渡型の猫カフェとして開放している「保護猫カフェもりねこ」、④市内の緑地公園や公営動物展示施設等で行なわれている「動物愛

20) 実際、本アンケートの最終選択式設問の後に設けてあった自由記述欄・記入内容でも、譲渡条件について現実的ではなく、単身者への譲渡を可能にする（もしもの場合に備えた）引き取り、預かり、里親同士の助け合い等の保証・支援制度導入や、単身の入居者同士が協力して飼育出来る公営集合住宅、民間賃貸物件の整備等、厳しい条件を緩和可能な仕組み、ハード面の充実などの要望・提案が多く寄せられている。

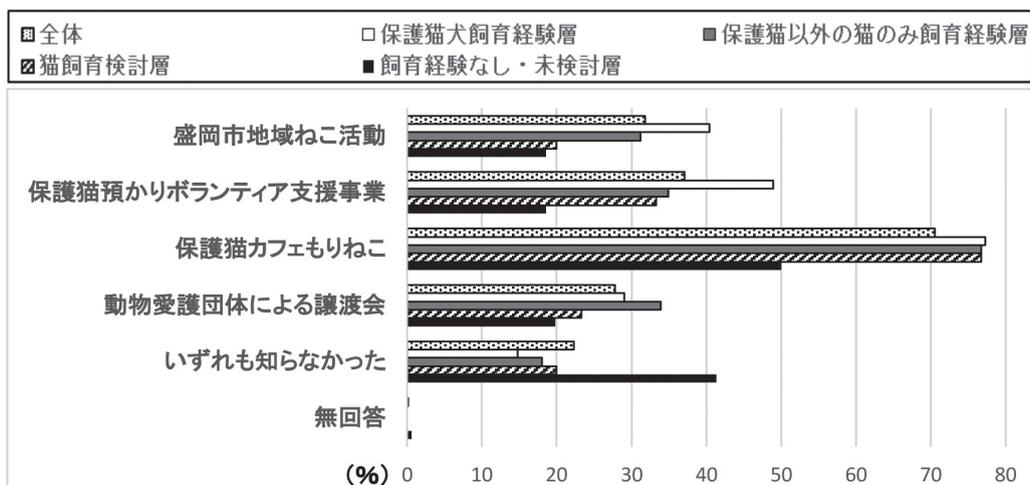


図13-1 盛岡市内での「保護猫」に関する取り組みの認知度（飼育経験・検討状況別）

護団体による譲渡会」の4つである。これらを知っていたか否か尋ねたところ、まず現在・過去の保護猫等飼育経験・飼育検討状況別に見ると（図13-1参照）、地域ねこ活動と預かりボランティア支援事業、譲渡会の3つは概ね、保護猫犬飼育経験層の認知率が高く（とはいっても、3割～5割弱に留まる）、飼育経験なし・未検討層ほど低くなる傾向にあり、「いずれも知らなかった」割合は飼育経験なし・未検討層で4割超と、最も高くなっていた。保護猫犬飼育経験層が保護猫関連の取り組みを知っているのは当然の結果と言えるが、但し、保護猫カフェもりねこだけは例外で、飼育経験なし・未検討層でも半数、他の3つの層全て7割台後半の高率となった。これは、地域メディアで当該カフェや運営団体が取り上げられるケースが少なくなく、かつ本アンケート回答者の3割が同団体・カフェ来訪者、または団体・カフェ関連のサイト、SNS経由のウェブ回答者が占めることが大きいと考えられる²¹⁾。

次に、盛岡市・近郊在住者が大半を占めると考えられる紙回答者、及びウェブ回答者の居住地域別に、4つの取り組みの認知度を比較したところ（図13-2参照）、猫や動物への関心、知識を有する方が多いと推測されるウェブ回答者では、地域ねこ活動と預かりボランティア支援事業について、やはり同市・近郊在住者が高率で、盛岡から距離が遠くなるに従い、認知率が低下する傾向にあった。一方、保護猫カフェもりねこは、ウェブ回答の岩手県内在住者で8～9割台と、認知率が非常に高く、岩手以外の東北在住者（該当21名）でも半数超となり、盛岡周辺在住者以外の動物・猫に関心の高い層の間で一定以上知られていた。また譲渡会は、県内全体的に3割前後となったが、これは、県内でも県都・盛岡で開催されるケースが多いためではないかと考えられる。他方、紙回答者に注目すると、保護猫カフェもりねこが6割に達した以外は、2割台前半～3割程の認知率で、（詳細な集計結果の図表は割愛するが）同カフェを除き、（紙回答者のうち）保護猫犬飼育経験層が高くなる傾向にあったが、同カフェに関しては、紙回答者の飼育経験なし・未検討層（該当87名）でも42.5%の方から認知され、猫飼育

21) もっとも、詳細な集計を行なったところ（図表は割愛）、当該団体・カフェの関連サイト、SNS経由以外のウェブ回答者や、他の場所での紙回答者も、当カフェについて少なくとも5割台前半～最高で100%の認知率を示しており、既に幅広い市民に名称が知られた存在であることは間違いない。

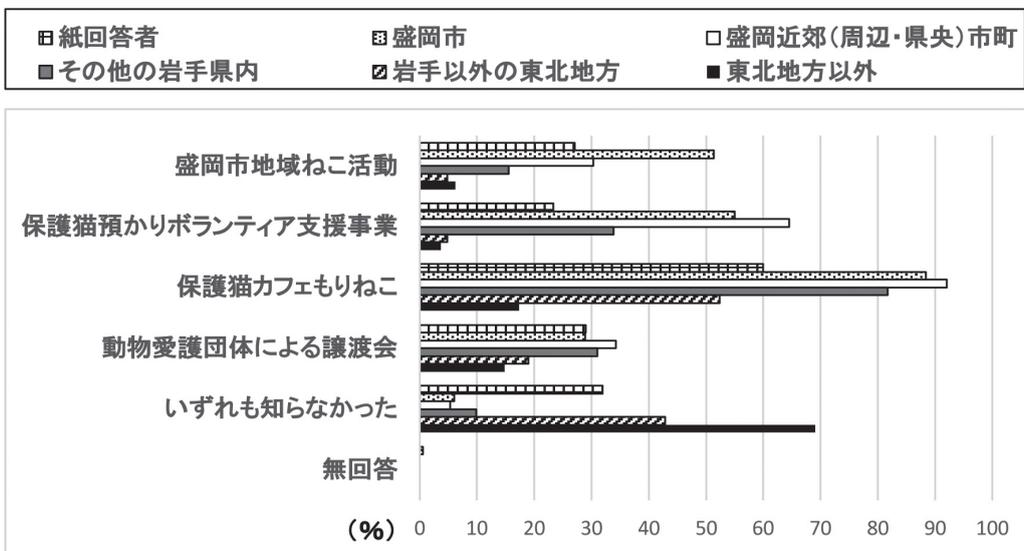
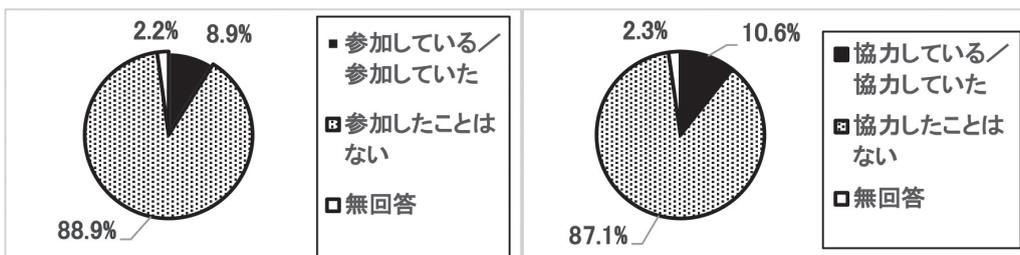


図13-2 「保護猫」に関する取り組みの認知度（紙回答者、ウェブ回答者の居住地域別）

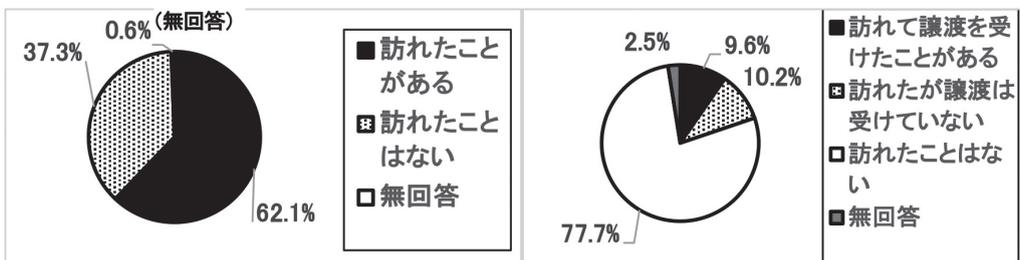


(該当者・225名に占める割合)

(1) 盛岡市地域ねこ活動

(該当者・263名)

(2) 保護猫預かりボランティア支援事業



(該当者・499名)

(3) 保護猫カフェもりねこ

(該当者・197名)

(4) 愛護団体による譲渡会

図13-3 認知していた取り組み等への参加・協力・訪問経験

に対する関心があまり高くない一般市民の間でも一定の認知を受けていることが、改めて分かる。

さて、では、4つの取り組み・事業等を認知していた場合、どの程度、参加・協力・訪問等の経験があるのか。それぞれを知っていた方に、その活動・事業、保護猫カフェ・譲渡会への参加・協力・訪問経験の有無を尋ねたところ（図13-3（1）～（4）参照）、地域ねこ活動（事業）と預かりボランティア支援事業への参加・協力経験があったのは1割程度と低率（別途、集計した紙回答者と盛岡周辺在住ウェブ回答者の数値も、該当者全体とほぼ同様）、譲渡会も、訪問経験がない方が3/4超を占め、2割の訪問経験者のうち、譲渡会で譲渡を受けたことがあるのは約半数と、あまり多くはなかった。そうした中、保護猫カフェもりねこだけは6割超が訪問経験を有し、（別途、集計したところ）県内在住ウェブ回答者は7割前後、紙回答者でも42.1%と、一定の訪問率を示していた。なお、行政が強く関係・主導する前2者の活動・事業より、愛護団体主体の后者2つの取り組み・活動の方が、実際に訪問・参加している割合が高かったのは、より市民から見て訪問・参加し易い内容のためと考えられよう。

いずれにせよ、こうした保護猫関連の取り組みの認知度、参加・協力・訪問状況に関する集計結果からは、保護猫カフェもりねこを除き飼育経験なし・未検討層を中心に——猫飼育経験者や飼育検討層を含め（保護猫飼育経験がある層も入れた方が良いのかもしれない）——、盛岡周辺在住者でも知られていない取り組み、保護猫活動が多く²²⁾、アンケート回答者全体からすると、参加・協力・訪問がある割合は、猫や動物に興味がある方の回答が多いにもかかわらず低率となっている——勿論、時間的要因を始め、保護猫活動に参加・協力できない理由を改めて検討する必要があるが——。見方を変えると、広範な周辺在住者への一層の周知、認知度向上による活動参加・協力者増の可能性は大きく、まだ譲渡促進の余地は十分あると言えよう。

（2）保護猫と譲渡の認知・理解度向上に向けて

多様な市民に、保護猫自体や譲渡の取り組みを知ってもらう上では、敷居の高くない、気軽に訪れ易い入口が不可欠で、前稿で取り上げた長野・新潟県等の（コロナ禍前まで）極めて多数の来場者を集め、住民に支持される動物愛護教育や飼養者責任などの普及啓発プログラム、イベント等を展開してきた県・市レベルの愛護センターは、不可欠な存在となろう。その点、まず、センター整備が遅れている岩手県・盛岡市への早急な設置が求められること（前稿：129など）は、改めて指摘しておきたい。こうした愛護センター未設置の中、団体設立以来、とりわけ盛岡を中心に行政が保護した（同市保健所や県内保健所に収容された）猫の団体譲渡を受け、そのケアを始め新たな飼い主に繋ぐ活動を行政と連携しつつ展開してきたのが、上記・保護猫カフェの運営団体であり、その活動拠点にシェルターも兼ね、県内初の猫カフェとして開設された保護猫カフェが設置当初、地元メディアを主に多数取り上げられ、話題となった。その後も、同団体や運営保護猫カフェが全国紙や猫関連サイト等に掲載されることが度々あり、同カフェが市民の訪問し易い施設となってきたことを鑑みると²³⁾、県内在住者を主体に高い認知度を示したアンケート結果は、何ら不思議ではない。むしろ、同カフェが既に広範な市民に知られている点を保護猫・譲渡の啓発や譲渡促進に活かしていくことが有効で、当カ

22) 本アンケート最後の自由記述欄にも、保護猫カフェ以外の地域ねこ等の活動は認知しておらず、多様な媒体を使い行政等が周知すべきとの意見や、子どもが小さい頃から授業で保護猫や地域猫について教え、学校の愛護教育充実を求める声など、保護猫活動全般的な広報・周知不足に対する指摘、提案が少なくなかった。

23) 前稿：138、及び2021年8月3日に行なったBさんへのインタビューなど。

フェ自体、「社会問題は多くの人に知ってもらわないと変わらない」ため、「『公開できる場所』を作りたかった」という理事長Bさんの思い（朝日新聞, 2022）に基づき、設けられた。実際、当カフェは現在まで、訪問した市民にとってのレジャー施設、保護猫・譲渡の普及啓発拠点としての役割も有し（訪問者に必ず、保護猫の実態や新飼い主が見つかり難いハンディ猫・老猫等の説明を施す）、愛護センターの代替施設とも言い得る貴重な場所となっている。加えて、シェルターとは異なる猫カフェ方式の利点として、保護猫側には①収容当初、社会化不十分な子猫の多い中、そうした個体が複数の猫と接し、社会性向上が可能、②多様な訪問者と触れ合い、人に馴れ、譲渡適正も上昇することが、他方、譲渡を受ける猫を検討している側には、③譲渡会だと構えてしまい、訪問したからには譲渡を受けようと思ってしまう場合もあるが、レジャー施設的要素もあるカフェは、気軽な訪問が可能、④単日や期間限定の譲渡会は、短時間の見た目だけで猫を探し、“一目惚れ”に伴う飼い手との mismatch が生じ易く、トライアルを行なっても正式譲渡まで至らない可能性が想定され得るが、常設のカフェは何度も訪問出来、猫と触れ合いつつ猫の性格や相性をゆっくり確認可能で、日常の姿も観察した上で猫を選べ、正式譲渡に至る確率が高まることが挙げられる。さらに、保護猫カフェもりねの場合、譲渡目的は訪問者の1割程と低いものの、⑤譲渡目的ではない来店者が、触れ合う中で特定個体を気に入って、正式譲渡まで至る場合も一定数存在し、譲渡数向上に繋がり易いメリットがあり、通常のシェルター飼育や譲渡会での出会いと比較して、保護猫個体と飼い主となる側双方、さらには譲渡が進むことで収容余力が生まれ、訪問者からの入場料の形で保護猫活動資金も調達出来る運営団体にとっても、譲渡型保護猫カフェが有する利点、社会的意義は大きなものがある²⁴⁾。

全国的に見ても、国内で05年頃に誕生したとされる猫カフェは、05年の3店舗から15年末に約300店、21年時点で600店程まで増え、営業形態も従来の流通ルートから入手した猫を扱うカフェ（一般的な猫カフェ）から、保護猫を扱い、里親募集もする譲渡型保護猫カフェやペット店・ブリーダー経営による子猫販売を実施するもの等、多様化し、とりわけ最近では譲渡型保護猫カフェ（環境省の15年調査データでは、当時の1/3；環境省, 2016b）が増加しているという——「猫カフェ協会」が14年に関東地方の店舗で設立、20年に（一社）全国猫カフェ協会に拡大・発展するとともに、別途、地域にある「保護猫カフェ」の存在を「見える化」すべく、17年に（一社）「保護ねこカフェ協会」も設立されるなど、周知や業界の発展に向けた連携も行なわれている——（環境省, 2016a, 2016b, 一般社団法人 全国猫カフェ協会, 2021, 一般社団法人 保護猫カフェ協会, 2022など）。岩倉らの先行調査でも、実際に保護猫を引き取った場所として、「ボランティア団体の保護施設」(62.1%)に次ぎ、2番目に「猫カフェ」(6.5%)が挙がっており、シェルターに比べれば少ないものの、譲渡を受ける猫との新たな出会いの場となっていた（ペトコト編集部, 2017）。未だ、とりわけ保護猫カフェは、地方では店舗数があまり多くはないものと推測されるが、盛岡など既に立地している地域にとっては貴重な存在であり、譲渡拠点としての一層の活用も期待出来る。そのためにも、飼育経験なし・未検討層を主に、身近な地域にあることを知らなかったり、認知しつつも訪問したことがない市民が少なくないことも踏まえ、カフェ自体の更なる周知・PR、ひいては保護猫自体の存在や譲渡成立にまで至る仕組み、一定の期間/程度以上、シェルター・保護猫カフェ等でケアを受けた後の猫の変化、特徴等のより広範な市民への周知が欠かせない。

その点では、コロナ禍前まで盛岡市内や近郊で行なわれ、一旦休止を余儀なくされた（徐々

24) 2021年8月3日に行なったBさんへのインタビュー、及び朝日新聞デジタル, 2022bなど。

に再開され始めている)比較的規模の大きな一般市民向け動物愛護啓発イベントの本格的再開だけでなく、開催頻度の増加も求められよう。特に盛岡周辺ではこれまで、秋の動物愛護週間(9月)に合わせ、本アンケート実施にあたっても協力を得た盛岡市内・公営動物展示施設にて開催されるイベントの中で、身近な動物の福祉(アニマル・ウェルフェア)を考える企画として、上記・保護猫カフェ運営団体が保護猫譲渡会や団体のグッズ販売、パネル展示による活動紹介と保護猫を取り巻く状況の講話など、普及啓発活動を展開したり、同時期や春に郊外の馬をテーマとした(乗馬やふれ合い等)公園や市内・緑地公園で、猫犬などペットを主とする動物愛護イベントを同市・県保健所や県獣医師会、同市周辺で活動する他の愛護団体等の協働により開催し、保護猫犬譲渡会やしつけ教室・相談、愛護活動紹介など、動物一般や馬に関心はあるものの、あまり猫犬には関心のない市民等も訪問し易い空間で(ゲームなど子ども連れも楽しめる形態のものも含め)実施され、譲渡や保護猫犬の普及啓発に努めてきた²⁵⁾。とりわけ今後は、こうした啓発イベントを小規模化した形で、様々な地区の公園・公共施設等にて積極的に催し、より多くの市民に身近な場所で知ってもらえる機会を作っていくことが必要ではなからうか。また、上記・動物展示施設が保護猫カフェ運営団体との協働で、(動物展示施設飼育動物や猫のイラスト等がデザインされた)コラボラベルのカフェインレス・コーヒー販売を企画し、展示施設外開催のイベントで販売、売上げを全額、愛護団体に寄付していることも²⁶⁾、動物一般に関心がある市民や、あまり関心がない市民でも普段コーヒーを飲む際に、愛護団体や保護猫を知ってもらったり、意識してもらおう機会、“初めの一步”となり得、さらに愛護団体の活動資金獲得の一助にもなる興味深い試みと言えよう。当該愛護団体担当者が、保護猫活動を何より知ってもらわなければならない、「知ることも支援の一環として受け止めてもらえれば」(盛岡経済新聞, 2018)と述べている通り、多様な場・手段を用い、カフェや運営団体を始めとした地域に拠点がある多くの愛護団体、そして保護猫のことを出来るだけ多数の市民に周知し、正しい情報の普及浸透を図る、地道な広報・普及啓発活動が不可欠となる。

勿論、22年7月からACジャパンが、上述した「一目惚れ」に続く日本動物愛護協会活動支援キャンペーンCMとして、保護猫以上に一般に浸透していないであろう地域猫活動を周知し認知・理解度を向上すべく開始した「HELLO地域猫」——日本企業による猫をモデルとした、耳にリボンを付けた可愛らしい世界の人気キャラクター(ハローキティ)と、(繁殖制限手術が施された地域猫の証明である)耳カットした猫のイラストを左右に並べた広告で注目を集めている——のように(藤村, 2022, 公益社団法人ACジャパン, 2022), 誰もが知るキャラクターの絶大な訴求力を活かしたPRが出来れば、効果は相当大きいだろう。そうしたPR法を、個別の愛護団体や自治体レベルで用いるのは難しいかもしれないが、ただ、保護猫をキャラクター化し、耳目をひく形でPRすることも必要で、例えば21年に本学部・人間文化課程所属生が、盛岡市保健所と連携した保護猫譲渡普及研究の一環として、市担当者から過去に保護・譲渡された猫たちの譲渡にまで至るエピソードを伺った上、市内中心部の一部店舗で、一定数の猫のユーモラスなキャッチフレーズを付けたポスター掲示、及びカードの店頭設置・配布を行なっているが(岩手日報, 2021cなど)²⁷⁾、保護猫のことをあまり理解していない市民を、2節で述

25) 2021年3月16日に行なったAさんへのインタビュー、盛岡経済新聞, 2020, 及び盛岡市, 2022など。

26) 公営動物展示施設、保護猫カフェ運営団体の公式SNS(盛岡市動物公園, 2022など)同年9月中旬掲載情報、及び菊月, 2022などを参照。例えば、9月17・18日に隣接する滝沢市内で開催された、地元ガス会社による一般市民向けイベント「ガス展」にて、動物展示施設と愛護団体合同でブース出展・販売されている(同公園, 2022, 盛岡ガス, 2022)。

27) 追記で明示している、保護猫譲渡に関する本学の令和3(2021)年度「地域課題解決プログラム」採択課題

べた衛生的でなかったり、人に慣れていないのではないかといった否定的イメージから脱却させ、保護猫にプラスイメージを与える、ささやかではあるが有効な取り組みの一つであろう。こうした新たな手法も戦略的に取り入れつつ、広範な市民周知・PRを積み重ねていくことが、保護猫活動の支援者・ボランティア参加者の増加、譲渡促進に繋がるのではないだろうか。

確かに、保護猫に対する理解度が上昇し、保護された後のシェルターや一時預かり先でのケアによって大きく改善される（従来は否定的イメージとなってきた）人慣れ度合いや衛生・健康面等の先入観は取り除かれ、問題視されなくなっていく。また、厳しい譲渡条件の問題も、4節で述べたように緩和が検討される余地は十分あろう。さらに従来、そうした条件の中でも高いハードルの一つとなってきた、集合住宅居住に代表される住まい条件も、最近では、ペット飼育可や飼育を前提とした室内環境が予め整備されている物件も珍しくなくなっており、更なる飼育可能物件増、住宅整備が期待されよう。ところが、2節で考察した保護猫の上位の否定的イメージの一つであり、譲渡阻害要因にもなってきた「雑種が多い（純血が少ない）」こと——4節で検討した「保護猫を引き取った理由」の2番目に多かった「種類やサイズにこだわりがなかったから」の裏返しで、岩倉らによる先行調査では「保護犬猫を引き取りたいと思う要因」の第2位に「犬・猫の年齢や種類の希望があれば」が挙がっていた（ペトコト編集部, 2017）——、その事実は簡単には変わらない。近年は保護猫でも、大都市圏中心に純血種や人気種が混ざった個体も増加してきているようではあるが²⁸⁾、現状では全国的に未だ雑種が大半を占めており、特に子猫の純血種を望む層に、入手方法として譲渡を選択するよう誘導するのは、容易ではないかもしれない。しかし、利用者・利用団体は限定的なものの国内に既に存在する、ネット上で保護猫譲渡希望者と（審査を通過した）愛護団体を結び、保護猫犬のマッチングを行なうサイト（例えばPETOKOTO, 2022）を活用する方法がある。今後、利用団体が増加し、里親募集中猫の登録数も増えていくと、マッチングサイトで純血・人気種や希望する年齢の保護猫と出会える可能性も高まるのではないかと²⁹⁾。

もっとも、飼育希望猫の種類や年齢等にあまりに強く拘り（“アクセサリー” 感覚とも言える）、飼育しよう、引き取ろうとすることは、「衝動買い」にも通じるものがあり、しつけに合わない／飼い主の思い通りに動かない等、何らかのきっかけで飼育放棄や酷い場合には虐待等に転化しかねず、リスクも感じる。また、3節での“可愛さ”をめぐるとも少し重複するが、東京・千代田区の愛護団体・副代表も、猫の年齢に関し子猫を好んで求め、成猫譲渡が成立し辛い背景に、日本社会の「カワイイ文化」があり、「小さくて可愛らしいものが好きで」「猫も子猫が大人気で一番にもらわれ」る反面、欧米では「『大人はキャラクターが立っているから』と、成猫も子猫と同じくらい可愛いと思われるので人気に差はない」（堤, 2022）と指摘している。“可愛さ”の追求が成猫の不遇に繋がってきたが、2節で述べたように、子猫より成猫の方が（老猫の場合、尚更）落ち着きがあり飼育し易く、子どもとの相性も良い場合が多い。改めて、猫飼育に関する正しい知識を市民が身につけた上で、飼育猫を選択出来る

の研究は、本稿・筆者である昆野を主担当とした環境社会学（塚本）研究室での調査研究とは別途、この人間文化課程・五味研究室所属生Dさんによる、塚本・昆野の手法とは大きく異なるアプローチ法に基づく保護猫自体のイメージ上昇を目指したものと、両方が実施された。

28) 2021年11月20日に行なったCさんへのインタビュー。

29) なお、終生飼育が出来なくなった猫のシェルターへの流入抑制対策という観点からは、純血種の飼育を希望する場合、飼育希望者が保護猫譲渡に過度に拘らず、飼育中の純血種を手放さざるを得ない飼い主との直接譲渡の形で、個人間の引き渡しをすべく、サイト等を利用しマッチングを行なうことを優先した方が（少なくとも現時点では）現実的で、取引成立の可能性は高いと言えるかもしれない。

ような、猫に関する基礎的な情報発信・普及啓発が求められてくる。猫や保護動物に対する先入観、認識変容を図る必要があるが、そのためにも、実際に保護猫・保護動物と直接ふれ合って、各個体に肯定的な印象を持つことが重要なのではないかと、盛岡市内の上述・保護猫カフェ運営団体担当者も強調している³⁰⁾。見方を変えると、雑種であるということは、当該個体にしかない唯一無二のオリジナリティを有していることも意味する。注記9)にも記したが、「保護猫」から連想するイメージの「その他」の自由記述のうち1割以上は、こうした雑種や保護猫が「かわいい」という声で、盛岡の保護猫カフェや他地域の保護猫カフェでも、オープンから間もない10年代半ば頃には、来店者の猫カフェとの違いやその仕組みに対する理解度は低かったが、近年は運営団体の活動や店舗の役割を理解し、問題意識を持ち訪問してくれるケースが増えている（盛岡経済新聞，2018，朝日新聞デジタル，2022aなど）。一般市民向けの多様な手法による広報・普及啓発の強化が、最近の保護猫自体や保護猫カフェをめぐる環境の変化、好転に一層裨差す形に繋がっていきだろう。このような保護猫や譲渡に対する認知・理解度向上と、特に岩手の場合には、愛護センター設置による広範な市民への動物愛護思想を含む愛護教育や、飼い主への適正飼育、飼養責任等に関する教育の本格導入・実施が相俟って、一層の譲渡促進、殺処分減が可能となるはずである。

参考文献・資料

- 朝日新聞（2021）「仏、ペット店で犬・猫の販売禁止へ—24年以降」，11月20日朝刊。
- 朝日新聞（2022）「猫も人も幸せな社会へ—始まりは保護猫カフェ NPOの挑戦」(sippo)，8月23日夕刊。
- 朝日新聞デジタル（2019）「結果発表—ペットとどう出会う？」，5月9日，<<https://www.asahi.com/opinion/forum/092/>>（アクセス日：2022年9月9日）。
- 朝日新聞デジタル（2022a）「路頭に迷う猫たちを救いたい—広がる保護活動，飼育考える人も」，1月20日，<<https://digital.asahi.com/articles/ASQ1G4K4XPDQPTIB00T.html>>（アクセス日：同年8月30日）。
- 朝日新聞デジタル（2022b）「半年で20匹以上の命救った—じわり浸透，幸せ運ぶ保護カフェ」，4月6日，<<https://digital.asahi.com/articles/ASQ446DL8Q44PTLC014.html>>（アクセス日：同年9月4日）。
- 藤村かおり（2021）「別れの時までペットの世話ができますか？—CMが問う，犬や猫を売る側と買う側の責任」，sippo（朝日新聞社），9月4日，<<https://sippo.asahi.com/article/14427428>>（アクセス日：2022年9月12日）。
- 藤村かおり（2022）「ハローキティと一緒に地域猫について考えよう—CMに込めた思いとは」，sippo，8月16日，<<https://sippo.asahi.com/article/14690013>>（アクセス日：同年9月23日）。
- 細川幸一（2022）「動物に『法人格』—命ある『権利の主体』に」，朝日新聞，8月30日朝刊。
- 一般社団法人 保護猫カフェ協会（2022）「一般社団法人 保護猫カフェ協会」ウェブサイト，<<https://hogoneko.org/>>（アクセス日：同年9月2日）。
- 一般社団法人 ペットフード協会（2021a）「2021年（令和3年）全国犬猫飼育実態調査 結果」，<<https://petfood.or.jp/topics/img/211223.pdf>>（アクセス日：2022年8月30日）。
- 一般社団法人 ペットフード協会（2021b）「ペット入手時の情報源・入手先」（令和3年 全国犬猫飼育実態調査），<<https://petfood.or.jp/data/chart2021/9.pdf>>（アクセス日：2022年8月30日）。
- 一般社団法人 ペットフード協会（2021c）「ペット飼育阻害要因」（同上），<<https://petfood.or.jp/data/chart2021/10.pdf>>（アクセス日：2022年9月3日）。
- 一般社団法人 ペットフード協会（2021d）「I. 調査概要」（同上），<<https://petfood.or.jp/data/chart2021/1.pdf>>（アクセス日：2022年9月4日）。
- 一般社団法人 全国猫カフェ協会（2021）「トピックス—【猫カフェコラム①】 展示業って？」（協会ウェブサイト内），10月1日，<<https://jcatcafe.jp/info/4198403>>（アクセス日：2022年9月2日）。
- 岩倉由貴（2019）「保護動物飼育の阻害要因」（東北大学経済学会編『研究年報経済学』77巻1号），169 - 175。

30) 2021年8月3日に行なったBさんへのインタビュー。

- 岩手県 (2014) 『第2次岩手県動物愛護管理推進計画～人と動物が共生する社会づくりに向けて～』, 平成26年3月, 岩手県環境生活部県民くらしの安全課。
- 岩手県 (2022) 『第3次岩手県動物愛護管理推進計画～人と動物が共生する社会づくりに向けて～』, 令和4年3月, 岩手県環境生活部県民くらしの安全課。
- 岩手日報 (2021a) 「一関 捨て猫 後絶たず一保護急増し団体悲鳴 県, 18日に譲渡会開催」, 7月15日。
- 岩手日報 (2021b) 「保護猫 預かりませんか 一関の団体一ボランティア募集 1歳以上 譲渡に壁」, 8月24日。
- 岩手日報 (2021c) 「保護猫 ユーモラスに紹介—岩手大 イメージアップ目指す」, 12月9日。
- 岩手日報 (2022a) 「犬猫飼育 意識高めて 一関, 苦情件数 (人口1万人当たり) 最多—獣医師杉山さん 県内5保健所20年調査 不妊手術や餌やり指摘」, 2月8日。
- 岩手日報 (2022b) 「動物300匹以上保護 県, 奥州の廃業ペット店から—譲渡へ愛護団体と連携」, 6月30日。
- 岩手日報 (2022c) 「ペット商品市場成長続く—『家族の一員』考え浸透」, 7月4日。
- 岩手日報 (2022d) 「野生動物 かわいいけれど—安易に飼育しないで—WWFジャパン, 動画で訴え」, 8月24日。
- 河北新報 (Online News) (2022) 「『理想は全員出社』 6割超—東北の企業はまだだりモート否定派多数 政投銀調査」, 9月13日, <<https://kahoku.news/articles/20220912khn000033.html?mailmaga=0625>> (アクセス日: 同日)。
- 環境省 (2016a) 「猫カフェ業界の現状と猫カフェ協会による取組について」(中央環境審議会動物愛護部会(第42回, 3月1日開催)配布資料2-3), <<https://www.env.go.jp/council/14animal/y140-42/900435214.pdf>> (アクセス日: 2022年9月2日)。
- 環境省 (2016b) 「猫カフェの実態調査」(同上会議配布資料2-2), <<https://www.env.go.jp/council/14animal/y140-42/900435213.pdf>> (アクセス日: 2022年9月2日)。
- 環境省 (2022) 「犬・猫の引取り及び負傷動物等の収容並びに処分の状況」(統計資料), <https://www.env.go.jp/nature/dobutsu/aigo/2_data/statistics/dog-cat.html> (アクセス日: 同年8月29日)。
- 菊月圭吾 (2022) 「盛岡市動物公園 再開楽しみ」(日報論壇), 岩手日報, 9月16日。
- 公益社団法人 ACジャパン (2022) 「HELLO 地域猫! (支援キャンペーン)」, <https://www.ad-c.or.jp/campaign/support/support_01.html> (アクセス日: 同年8月24日)。
- 公益財団法人 日本動物愛護協会 (2021) 「『一目惚れ』TVCMスタートしました」(facebookページ), 7月1日, <<https://www.facebook.com/JSFCA.nyanco/photos/a.630430993768110/2485057831638741/?type=3>> (アクセス日: 2022年8月24日)。
- 公益財団法人 日本動物愛護協会 (2022a) 「飼い主に必要な10の条件」, <<https://jspca.or.jp/think10.html>> (アクセス日: 同年8月24日)。
- 公益財団法人 日本動物愛護協会 (2022b) 「飼う前に考えよう」, <<https://jspca.or.jp/think.html>> (アクセス日: 同年8月24日)。
- 昆野里菜 (2022) 「保護猫の譲渡普及先進例にみる市民参加—これからの動物愛護管理行政のために—」, 岩手大学人文社会科学部 地域政策課程 (環境社会学研究室) 2021年度特別研究。
- 昆野里菜・塚本善弘 (2022) 「行政—市民協働に基づく保護猫譲渡促進—先進地域での取り組みを中心とした事例分析—」(『アルテス リベラレス』, 第110号), 117 - 144。
- 丸山康司 (2017) 「野生動物の保護と獣害問題」(鳥越皓之・帯谷博明編『よくわかる環境社会学 [第2版]』, ミネルヴァ書房), 26-28。
- 盛岡ガス (2022) 「SAMPLE (ガス展2022秋 チラシ)」, <https://www.morioka-gas.co.jp/cms/wp-content/uploads/2022/09/20220917gasten_chirasi.pdf> (アクセス日: 同年9月23日)。
- 盛岡経済新聞 (2018) 「盛岡・保護猫カフェ『もりねこ』が4周年—猫たちがPRする記念クリアファイルも」, 2月7日, <<https://morioka.keizai.biz/headline/2520/>> (アクセス日: 2022年9月23日)。
- 盛岡経済新聞 (2020) 「盛岡市動物公園で『人と動物の福祉』テーマにイベント—楽しみながら学んで」, 9月11日, <<https://morioka.keizai.biz/headline/3148/>> (アクセス日: 2022年9月23日)。
- 盛岡市 (2022) 「令和4年度動物愛護フェスティバルの開催について」, 9月14日, <https://www.city.morioka.iwate.jp/kurashi/pet/pet_kurashi/1036227.html> (アクセス日: 同年9月23日)。
- 盛岡市動物公園 (2022) 「盛岡市動物公園ZOOMO」facebookページ, <<https://www.facebook.com/morioka-zoo/>> (アクセス日: 同年9月23日)。
- PETOKOTO (2022) 「OMUSUBI (お結び)—保護犬猫と里親を結ぶ場所」, <<https://omusubi-pet.com/>> (アクセス日: 同年9月24日)。
- ペトコト編集部 (2017) 「なぜ保護犬・保護猫にしなかったの?—実態調査でわかったこと」, 11月1日, <<https://petokoto.com/articles/1219>> (アクセス日: 2022年9月5日)。

堤美佳子 (2022) 「『純血種の猫も捨てられている』—飼育放棄の背景にあるコロナ、高齢化社会、カワイイ文化」, 集英社オンライン, 6月15日, <<https://shueisha.online/life/23518>> (アクセス日: 同年9月22日)。
東京都生活文化局 (2018) 「平成29年度第4回インターネット都政モニター『東京におけるペットの飼育』アンケート結果」, <<https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2018/01/29/01.html>> (アクセス日: 2022年8月30日)。

(2022年10月18日受理)

(追記)

本稿は、本学 研究支援・産学連携センターによる令和3年度「地域課題解決プログラム」採択課題「保護猫を新しい飼い主につなぐ取組の推進について～譲渡希望者を増やす効果的な手法の検討～」(盛岡市保健所が研究依頼元で、環境社会学研究室所属(当時)・昆野さんを主担当に調査研究を行ない、本学から調査経費支援を受けた)の成果の一部である。本稿投稿にあたり、参考文献にある昆野さんの特別研究(卒業論文: 昆野, 2022)の中の(本稿2節で示した)アンケート調査結果に関連する分析・記述を参考にしつつも、塚本がアンケートのデータを再集計・再分析し、その結果を踏まえ、塚本が主となって取り纏めた。

また、当アンケート実施の際には、同市保健所や動物愛護団体、公営動物展示施設、大型商業施設、ペット販売店担当者、多くの市民の方に、ご協力を頂いた。さらに、質問紙配布・回収やデータ入力・集計作業では、上記研究室・22年3月卒業生の阿部芹奈・吉田藍さん、及び22年度卒業年次生の佐藤美紗・田巻望さんから、大きな支援を得た。ここに記し、改めて感謝したい(塚本記)。