

【ポスター発表】

世界の盲導犬育成団体によるインターネット啓発の実態調査

○ 東京農工大学 甲田菜穂子 (005914)

キーワード：盲導犬・ウェブサイト・啓発

1. 研究目的

盲導犬は、視覚障害者の歩行を補助し、心身両面で生活を支える。盲導犬事業は世界各国で行われ、事業を促進するための国際盲導犬連盟（International Guide Dog Federation、以下 IGDF）という国際機関がある。2022 年には、34 か国の 99 団体が加盟し、加盟条件を満たさない小規模団体や新しい団体は、準加盟団体である。日本では、9 つの盲導犬育成団体が IGDF に加盟している。盲導犬育成団体の多くは非営利団体であり、会員からの会費、民間からの寄付金、助成金や補助金が基本的な財源である。非営利団体の情報提供や資金調達的手段として、ウェブサイトでのマーケティング需要が高まっている。しかし、多くの非営利団体では、予算や人員の制約や、多様な利害関係者への対応に多くの労力が必要であるなどの課題を抱えることが先行研究により指摘されているが、盲導犬事業のウェブサイトの実態は明らかでない。そこで本研究は、世界各国の盲導犬育成団体のウェブサイトを調査し、盲導犬事業の実態を把握した。また、各国と日本を比較し、日本の盲導犬事業の広報の特徴を明らかにした。さらに、日本や他国の盲導犬事業向上への提言をした。

2. 研究の視点および方法

IGDF の加盟団体（31 か国 90 団体）と準加盟団体（14 か国 20 団体）の公式ウェブサイトを対象に、盲導犬育成団体の基本情報、職員紹介、トップページの内容、トップページの画像、寄付案内、盲導犬使用希望者への案内、盲導犬使用者の体験談・コメント、その他の啓発内容を記録した。そして、日本の盲導犬育成団体の特徴、各国の盲導犬育成団体の特徴を分析した。調査期間は、2021 年 7 月～2022 年 8 月であった。

3. 倫理的配慮

本研究は、各団体が公表した資料を対象としているため、研究倫理審査を必要としないが、一般社団法人日本社会福祉学会研究倫理規程等に則り実施した。本報告に関連し、開示すべき COI 関係にある企業等はない。

4. 研究結果

ウェブサイトのトップページに画像または動画が表示されたのは、加盟団体の 88 団体 (98%)、準加盟団体の 18 団体 (90%) であった。加盟団体の 74 団体 (82%)、準加盟団体の 12 団体 (60%) が、ウェブサイトのトップページにイヌの画像を使用していた。また、加盟団体では 77 団体 (86%)、準加盟団体では 16 団体 (80%) で寄付を募る案内が記載されていた。加盟団体の寄付の特徴として、オンライン上で寄付できること (71 団体・92%)、税額控除 (63 団体・82%)、遺贈ができること (57 団体・74%) の記載が多かった。また、通常の金銭寄付だけでなく、寄付イベントへの参加や物品寄付、寄付金の用途指定など様々な寄付形態があった。盲導犬の使用希望者への案内が記載されていたのは、加盟団体で 70 団体 (78%)、準加盟団体で 12 団体 (60%) であった。トップページから 1 クリックで使用希望者への案内の項目にたどり着けたのは、加盟団体では 45 団体 (50%)、準加盟団体では 8 団体 (40%) であった。ウェブサイト全体の啓発内容では、加盟団体・準加盟団体共に、盲導犬は視覚障害者が使用すること、歩行補助、特別な訓練を受けていることの 3 つが多く記載されていた。ウェブサイト全体の啓発内容の調査項目のうち、日本の全団体が記載していた項目は 9 つあり、ウェブサイトの内容がある程度統一されていた。日本の団体の方が、加盟団体全体より、ほとんどの項目で内容を記載していた割合が同じか高く、内容が充実していた。

5. 考察

盲導犬育成団体のウェブサイトは、盲導犬事業に関する情報の発信や、寄付の呼びかけ、盲導犬の使用希望者への情報提供など、様々な役割を果たしていた。多くのウェブサイトのトップページにイヌの画像が使用されており、閲覧者に興味を持たせたり協力を仰いだりするのに効果的だと考えられる。盲導犬育成団体の多くは非営利団体であり、寄付を募るのにウェブサイトを使用していた。また、多くの団体でオンライン振り込みや多様な種類の寄付の仕方が見られ、閲覧者の寄付へのハードルを下げたり、寄付のきっかけを作ったりする工夫がされていた。盲導犬使用希望者への案内は多くの団体で記載されていたが、情報へのアクセスのしやすさは改善の余地があった。盲導犬育成団体のウェブサイトは、晴眼者にも視覚障害者にも、よりアクセスしやすいものである必要がある。ウェブサイト全体の啓発内容では、盲導犬事業の基本的な情報の記載割合が高かった。日本の各団体のウェブサイトは、内容がある程度統一されており情報量が多い傾向があった。日本の全国盲導犬施設連合会には、加盟団体の 8 団体が加入しており、情報の共有や啓発の協力体制が取れていると考えられる。本調査を踏まえ、日本や他国の盲導犬事業によるインターネット啓発の向上への 3 つの提言を行った。すなわち、ウェブサイトに必要な情報を記載すること、ウェブサイトのレイアウトを簡潔にすること、盲導犬事業への認知・共感・信頼により、閲覧者の寄付や協力への意欲を高めることである。

謝辞：本研究の実施にあたり、水田さくら氏のご協力をいただきました。