

地域コミュニケーションの向上を目指した施設建設の提案

～ドッグラン施設の建設計画～

1070511 鈴木 理恵 By Rie SUZUKI

指導教員：草柳俊二教授

高知工科大学工学部 社会システム工学科 建設マネジメント研究室

近年、我が国ではライフスタイルの変化により、コミュニケーション不足が社会的問題となっている。コミュニケーション不足の進行は、人それぞれの性格や容姿、価値観、思考等の違いを容認せず、疎外感、差別視などが増加し、衝動的犯罪の増加や“いじめ”といった、様々な問題を引き起こしている。初対面の段階で同世代・異世代間でコミュニケーションをとることが出来るようになるためには、共通するツールが必要となる。本研究は、同世代・異世代間のコミュニケーションの向上を目指す施設として、既存施設を再活用した安価で安全なドッグラン施設の建設を目指したものである

Key Words: communication, decrease in communication skills, dog run, reuse

1. 序論

(1) 背景・目的

図-1 で示したように、ニート・少年犯罪人口が増加傾向にある。これらの問題は、コミュニケーション能力の低下が原因と考えられる。その背景にあるのが、現代社会のコミュニケーション不足である。近年、ライフスタイルの変化により、夫婦共働きや高齢者の一人暮らしが増加傾向にある。また、オンラインゲーム、インターネットの普及率が増加し、屋内で遊ぶ子供が増えている。このように、人と話す機会が減ることにより、コミュニケーション不足が進行していると考えられる。

また、同世代・異世代間のコミュニケーション不足が進行することでコミュニケーション能力の低下も深刻化していく。また、人にはそれぞれ、性格や容姿、価値観、思考等の違いが存在する。その違いにより、疎外感、差別視などの感情が生まれ、様々な問題を引き起こす。違いは、障害ではなく互いを理解するための要素と認識することが重要である。そして、違いを認めることで、よりよい人間関係を築くことができると考えられる。そのため、同世代・異世代間の交流は、互いの相違の存在を知り、『違い』を認めることができるようになるためにも必要なものである。高橋賢多氏の「世代間交流による地域の活性化に関する研究：建設マネジメント研究室

2005 年度卒業論文」のアンケート結果より、「高齢者は若者との交流を積極的に望んでいるが、家族以外での交流機会が存在しないため、世代間交流を行えない状況にある」という見解が得られた。また、初対面の段階で同世代・異世代間でコミュニケーションをとることが出来るようになるためには、共通するツールが必要となる。共通するツールがあることにより、親近感をもつことができ、より親密な関係を築くことが出来る。また、お互いの意見交換によって相手を理解し、コミュニケーションがスムーズに進むと考えられる。そのためには、どの世代でも参加でき世代間交流ができるように、健康維持や安価で安全に楽しめるといった条件を満たすことが必要である。

本研究は、同世代・異世代間のコミュニケーションの向上を目指す施設として、既存施設を再活用した安価で安全なドッグラン施設の建設を目指す。

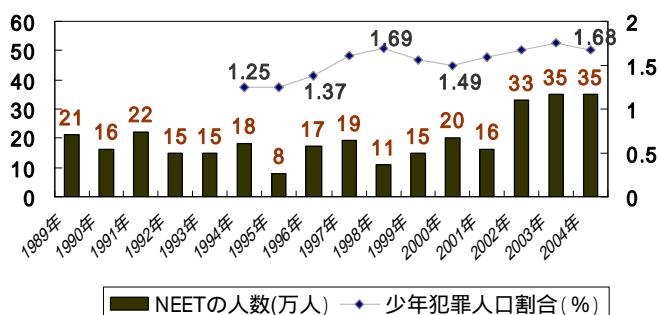


図-1. ニート・少年犯罪人口の推移

2. コミュニケーション向上のための施設の選定

異世代・同世代間に共通するツールとして、スポーツや芸術、音楽、動物などが挙げられる。また、どの世代でも楽しみ、体力の負荷が少なく、健康維持ができ、気軽に楽しむことができるように安価であるといった条件が必要となる。その条件を満たすツールが、動物である。動物の中でも特に、犬は家族の一員として多くの人に飼われている。平成14年度から犬飼育率は増加傾向にあり、平成17年においては、約5世帯に1世帯が犬を飼育している。色々な世代に愛されて飼われている犬は、異世代・同世代間に共通するツールとして最適だと言える。ここで提案したいのが、ドッグランである。ドッグランとは、犬と飼い主にのびのび遊べる場所を提供する施設である。ドッグランは、犬と遊ぶことによる軽い運動と安全で安価に楽しめることから世代間交流に適した施設と言える。

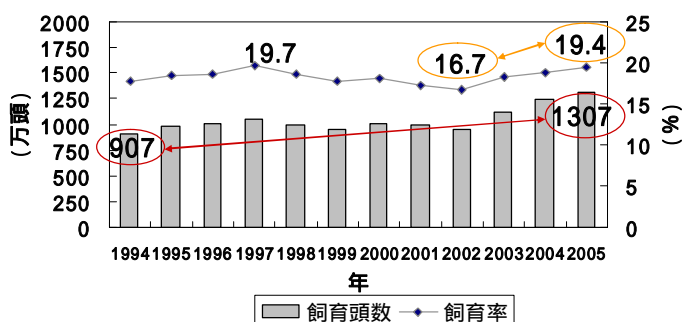


図 - 2. 全国での犬飼育頭数および飼育率

3. ドッグラン施設需要調査

ドッグラン施設に関する需要調査のために以下のアンケート調査を実施した。

目的：高知県の人におけるコミュニケーション不足を解消する方策としての『ドッグラン』建設に対する意見調査

調査方法：路上アンケート

対象地域：高知市，香美市，香南市

回収数：174 枚（高知市 56，香美市 86，香南市 32）

回収率：100%

内容：犬の飼育状況，ドッグラン知名度
ドッグラン施設のニーズ

図 - 3 にドッグラン需要のアンケート調査結果を示す。

犬を飼っている人：63人 犬を飼っていない人：111人

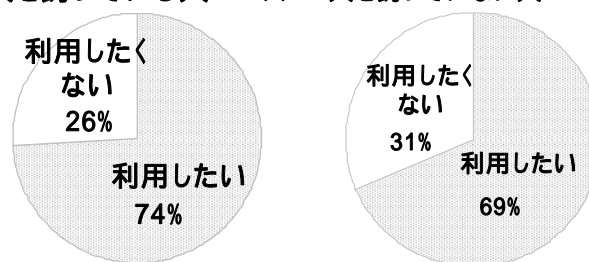


図 - 3. ドッグラン需要のアンケート調査

調査結果では、犬を飼っている人の74%の人が『ドッグラン』を利用したいと考えている。また、犬を飼っていない人の69%の人でも『ドッグラン』を利用したいと考えていることが分かった。また、犬は現代社会で欠かせぬ存在となってきており、大都市部だけではなく、地方都市や市町村でもドッグランの需要は高まっていることが分かる。

4. コンセプトの決定

ドッグラン施設建設には以下のようなコンセプトが考えられる。

誰とでもふれあえる空間
人と動物との憩いの空間
森の中の心地よい空間

コミュニケーションの向上を目的としているため、まずに示す「誰とでもふれあえる空間」をコンセプトにした。また、高知県の林野率（総土地面積に占める林野面積の割合）は84%で、全国1位である。自然に触れる機会の少ない市街地の人々に自然を感じさせることの出来る施設にするために、と示す「人と動物との憩いの空間」、「森の中の心地よい空間」をコンセプトに設定した。

3. 対象地域調査

まず、建設費用・土地購入費を抑えるために、既存の施設を利用することを考えた。香南市・香美市の空き施設を調べたところ、シャトー三宝が現在使われていないことが分かった。シャトー三宝跡地は、三宝山の頂上に位置し、図4に示すように7191.5㎡の平地、1019.6㎡のスカイレストラン跡地、シャトー三宝建造物から成り立つ。土地の広さや周囲の環境から、コンセプトの「森の中の心地よい空間」に合った空き施設だと考えられ、ドッグラン施設に適した対象地域と言える。

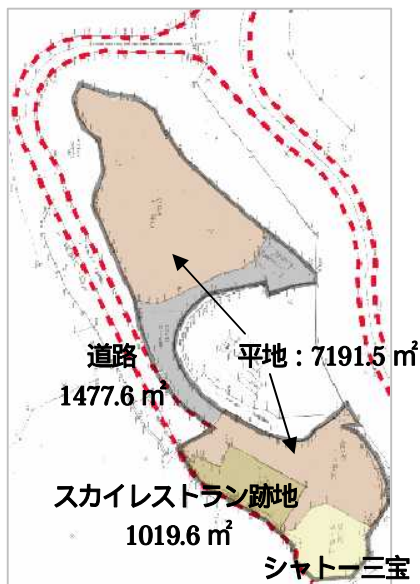


図 - 4. シャトー三宝跡地の構成

6. コンテンツ内容の決定

6.1. アンケート調査

図 5 にコンテンツ内容のアンケート調査結果を示す。結果より、『ドッグラン』を利用したいと答えた 123 人中約 60%の人が「カフェ」を必要としている。また、しつけ教室や病院、シャンプー室の順に需要があると分かった。

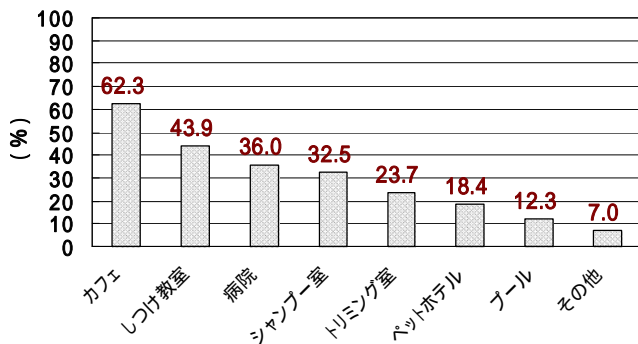


図 - 5. コンテンツ内容のアンケート調査

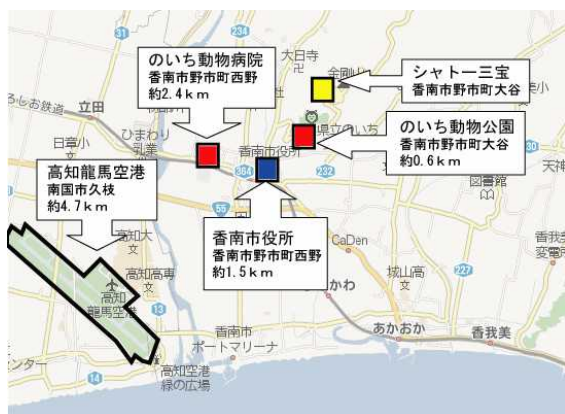


図 - 6. シャトー三宝跡地の周辺地域

6.2. 周辺地域調査

図 - 6 は建設予定地の周辺地域を示す。シャトー三宝跡地から南西に約 2.4 kmのところ、競合施設となる動物病院が存在している。

アンケート調査結果で、回答者の約 36%の人が必要と答えた動物病院だが、近辺に競合施設となる「のいち動物病院」が立地しており、採算が見込まれないため、予算的に可能なカフェ・しつけ教室・シャンプー室トリミング室・ペットホテル・グッズ販売をドッグラン施設内コンテンツと決定する。

7. 具体的な提供方法

7.1. 施設設計

決定したコンテンツは、すべてシャトー三宝の中に設置した。(図 - 7.図 - 8 参照) また、敷地内の平地とスカイレストラン三宝跡地をつなげて 8073 m²の広大なドッグランを設置した。

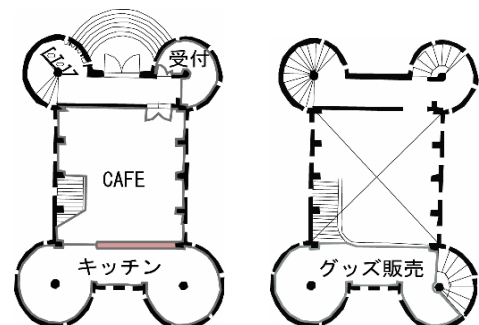


図 - 7. シャトー三宝 1 階・中 2 階平面図

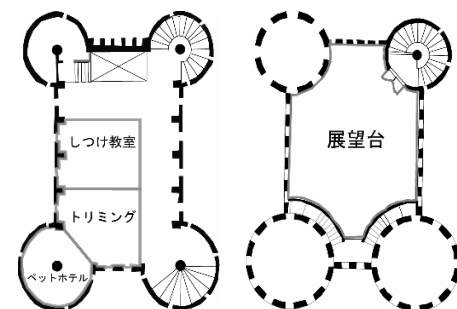


図 - 8. シャトー三宝 2 階・屋上平面図

7.2. ドッグラン施設の運営

アンケート調査より、『ドッグランを利用したい』と答えた人の 8 割の利用時間帯が、9 時から 18 時に分布していたことから、9 時から 18 時に営業時間を設定した。また、利用者の負担が少なく採算が取れる金額を利用料金とする。アンケート結果と、コンテンツの規模を考慮し、営業日数・最大客数・利用料金を以下の表 - 1 のように設定した。

	営業方法	営業日数	最大収容数
ドッグラン	年中無休	365日	140人
ドッグカフェ	木曜日無休	317日	45人
ペットホテル	年中無休	365日	30人
トリミング	火曜日無休	317日	7人
しつけ教室	月・火・金曜日の営業	144日	21人

	利用料金
ドッグラン	500円/人
ペットホテル	2500円/泊
トリミング	5000円/回
しつけ教室	4000円/回

表 - 1. 各コンテンツの営業内容

7.3. ドッグラン施設の積算

表 - 2 は、ドッグラン施設の初期投資費を示す。また、表 - 3 は、ドッグラン施設の季節・休日を考慮した場合の予測集客率を示す。表 - 2 の初期費用にかかった約 5200 万円は、全額を借入金で賄うこととし、借入金は、元利均等返済方法を利用し、20 年で返済する計画を立てた。元利均等返済 20 年で計算したところ、固定金利・税金に約 300 万円かかり施設償却費の約 260 万円と運営費の約 3000 万円を合わせると年間固定経費は約 3500 万円となる。また、表 - 3 で示すように、各コンテンツの一日の予測集客率を設定すると、変動経費は微小な値のため、収入計算時に入れて計算すると、年間収入額が約 4300 万円となる。その結果、年間収入額が年間固定経費を上回り、年間約 760 万円の利益ができることが分かる。仮定した予測集客率を維持することで、図 - 9 に表すように、10 年目から利益累計が施設建設費負担額を超え、10 年目からは純利益のできる施設にすることが可能となる。

コンテンツ内容	整備費	設備・用具費
<1階>		
・受付	169,929	1,112,182
・カフェ	234,984	9,687,272
・キッチン	210,081	5,321,786
<中2階>		
・グッズ	210,592	2,307,537
・廊下	202,654	415,285
<2階>		
・トリミング	90,017	2,604,192
・ペットホテル	84,222	2,681,228
・しつけ教室	69,286	2,427,500
・廊下	251,116	3,295,771
<屋上>		
・廊下	66,903	852
<外装>		
・ドッグラン	15,910,455	4,957,760
合計金額		52,311,603

(単位:円)

表 - 2. ドッグラン施設の初期投資費

ドッグラン	季節	平日	休日
	春・秋	50%:70人/日	60%:84人/日
	夏	55%:77人/日	65%:91人/日
	冬	50%:70人/日	60%:84人/日

	平日	休日
ドッグカフェ	50%:23人/日	60%:27人/日
ペットホテル	40%:12人/日	40%:12人/日
トリミング	50%:4人/日	50%:4人/日
しつけ教室	55%:12人/日	

表 - 3. 各コンテンツの予測集客率

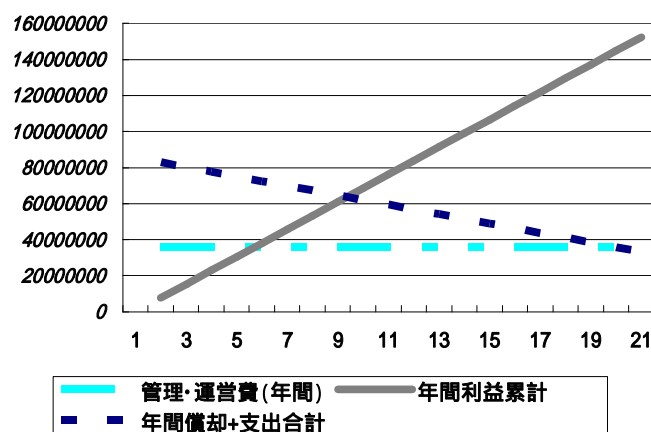


図 - 9. ドッグラン施設の採算性

9. 結論

本研究は、コミュニケーションの向上を実現するために、異世代・同世代間の共通するツールを組み込んだ施設を提案した。空き施設を再利用することで、低コスト・低料金での提供が可能となり、また、ニーズの高いコンテンツを配置したことで採算性が見込めることが分かった。その結果より、ドッグラン施設を実現することは可能だと分かった。また、実現したことにより犬を中心としたコミュニケーションが出来、本研究の目的である『コミュニケーションの向上』も期待できると考える。また、本研究は、シャトー三宝の建物所有者である、高知新聞社に提案することとなっている。

参考資料

- 1) 高橋賢多氏の「世代間交流による地域の活性化に関する研究：建設マネジメント研究室 2005 年度卒業論文」
- 2) 国勢調査 「労働力調査」
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/kihon2/00/hyodai.htm>
- 3) 国内総計インデックス 「少年犯罪人口推移」
<http://ms-t.jp/Domestic-statistics/index.html>
- 4) ペットフード工業会 「犬猫飼育率 全国調査」
<http://www.jpffma.org/shiryu/shiryu-set.html>