

愛犬を身近に感じるための商品試作の取り組みー愛犬を通じた幸福の可視化ー

1. 研究テーマについて

SNSやAIの発展により、私たちは日々「理想化された幸福」を目にし、現実の生活を過小評価しやすくなっている。一方で、福井県は幸福度ランキングで上位を維持しているにもかかわらず、県民の主観的幸福感にはギャップがあることが分かった。自分自身が最も幸福を感じる瞬間が「愛犬との触れ合い」であることから、日常の中にある“身近な幸福”を可視化する手段として、愛犬をテーマに研究を進めることにした。

2. 調査活動の経過と概要

- 10月
- ・活動の方向性整理
 - ・福井県との関連性を検討
 - ・実毛を使用した試作品を制作
 - ・「身近さ（触れ合い・ぬくもり）」の定義を検討
- 11月
- ・「福井県民は本当に幸福なのか？」を再設定
 - ・異なるタイプの試作品を2点制作
 - ・協力先候補の整理、付加価値・差別化を議論
- 12月
- ・ペットと幸福の関係性に関する文献調査（健康・心理・免疫・家族認識・社会背景など）
 - ・福井県民の幸福度データを確認
- 1月
- ・愛犬の成長を残す視点を追加
 - ・ニーズ調査の必要性を再確認
 - ・来年度の活動計画を整理し、方向性を確定

3. 調査活動の結果

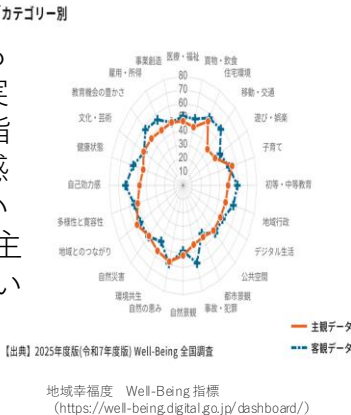
福井県民の幸福度のギャップ

福井県は客観的な幸福度ランキングで12年連続1位、主観的幸福度でも2025年度1位という結果が出ており、全国的に見ても「幸福な県」であることは事実である。しかし、Well-Being指標を詳しく見ると、自己効力感や遊び・娯楽の満足度など、いくつかの項目で“客観データと主観データの差”が大きく開いている部分がある。

このギャップは、福井県民が「不幸」というわけではなく、本来感じられるはずの幸福を十分に受け取れていない可能性を示している。

ペットの家庭内での立ち位置

近年、日本では子ども人口より犬・猫の飼育数が多く、ペットが家庭内で非常に重要な存在になっている。調査では、約99%の飼い主がペットを「家族」と認識しており、単なる“飼育動物”ではなく、生活の一部・心の支えとして扱われていることが分かった。



試作品の意義

実毛を使用した以下の三点を制作。“今を記録する”“触れられる温かさ”という点で、市場の追悼型商品とは異なる独自性がある。



4. 成果と展望

次年度の活動方針

- ・プロトタイプ制作・改良
- ・協力者からの評価収集
- ・ペットイベントへの出展
- ・試作品の販売とアンケート調査
- ・福井県民の幸福感に関するデータ収集
- ・最終発表に向けた成果整理

今年度は“土台づくり”の期間であったため、来年度はこの基盤をもとに、明確な成果につながる活動を進めていきたい。

