

動物に対する好き嫌いが与える印象 —イヌとネコにおける検討—

大森 慈子・石黒 由貴・氏田 麻美・森本 文人・水田 敏郎

仁愛大学人間学部心理学科

Effect of likes and dislikes of animals on impressions: A study in dogs and cats

Yasuko Omori, Yuki Ishiguro, Ujita Asami, Fumihito Morimoto, and Toshiro Mizuta

Faculty of Human Studies, Jin-ai University

本研究の目的は、動物に対する好き嫌いが印象に与える影響について、特にイヌおよびネコについて検討し、さらに自身における動物の好悪との関係を調べることであった。被験者は大学生83名（男性25名、女性58名）で、イヌおよびネコに対する好き嫌いが文章で呈示された人物に対する印象を評定した。人物は、「犬が好きな人」「犬が嫌いな人」「猫が好きな人」「猫が嫌いな人」の4通りで表記された。イヌおよびネコの好き嫌いの程度に対する回答も求めた。因子分析の結果、“親近性”“積極性”“信頼性”の3因子が抽出された。動物好きの人の印象は、動物嫌いの人の印象よりも親近性と積極性が高いというものであった。イヌがとても好きと回答した人は、「猫が好きな人」より「犬が好きな人」に対するイメージのほうが親近性があると評定した。以上、本研究により、イヌおよびネコに対する好悪と印象の関係が明らかとなった。

キーワード： イヌとネコ、動物に対する好き嫌い、印象

1. 序 論

私たちは、日常生活の中で様々な人と接し、その人物に何らかの印象を抱く。印象（impression）とは、ある人物に対して持つ好悪を基礎とした全体的な評価のことである。初対面の相手に対する印象は、第一印象（first impression）といわれる。人物に対する印象は、その人の顔、表情、服装、話し方や内容などの断片的な情報から、まとまりのある全体像として形成される。この過程を、印象形成（impression formation）という（大森・宮田、1994）。

印象は、広く対人認知として捉えられている。対人認知（interpersonal cognition）は、観察しうる様々な情報を手がかりとして、パーソナリティ、意図、欲求など、他者の内面に潜む属性や心理過程を知る働きをさす。印象形成は、対人認知の中で、特にパーソナリティの認知と同義に用いられることが多い。ある人物に対する認知は、必ずいくつかの共通した次元に基づ

いて行われる。林（1978）は、対人認知の基本的な次元を“個人的親しみやすさ”“社会的望ましさ”“活動性”の3つに整理した。この中で、“個人的親しみやすさ”と“社会的望ましさ”の2次元は、対人認知における主要な評価次元と考えられている。

ところで、近年のペットブームにより、日本でもイヌおよびネコに代表される動物が多く飼われている。2017年の飼育頭数は、イヌが約892万頭、ネコは約953万頭と推計されている（日本ペットフード協会、2018）。同年の15歳未満の人口が1553万人であるため（総務省、2018）、子供の数よりペットである犬猫のほうが多いということになる。

ヒトと動物が共に生活してきた歴史は長く、1万年をはるかに超える。もともとは使役動物としての役割が中心であったが、現在では生活していく上でのより密接な関係をヒトとの間に築く存在といえる。こうした中で、動物がヒトにもたらす癒しや安らぎといった

快適な状態や望ましい効果が注目されている。高齢者や障がい者施設などでは、動物を用いたアニマルセラピー（animal therapy）が行われている。認知症の患者がネコを抱くと、無目的な行動や衝動的な行為が抑えられるといった報告がある（横山，1996）。また、室内に放し飼いにしている猫と関わる時間を提供するネコカフェにおいて、ネコを見るだけで緊張が低減し、さらに直接的な触れ合いが強いリラクセーション効果を持つことが確認されている（今野・尾形，2008）。

人の印象に影響を与える要因には、その人物の持ち物、好みや趣味など広範なものまでが含まれる。動物に関することでは、飼育経験の有無による違いがある。ペットを飼っている人に対する印象は、同じようにペットを飼っている人であれば、気持ちが綺麗、人間的にゆとりがある、人懐っこい、温かく優しいなど好意的に評価するが、ペットを飼っていない人からは、嫉妬ができてない、だらしない、寂しい、家庭的な感じを持っていないなど否定的になる（金児，2006）。

一方、動物の好みやペットの種類を問題にする際、イヌ好きかネコ好きかなどと表現する場合がある。動物の好悪が人となりを判断する1つの情報として扱われているといえる。実際、ネコ好きの人はイヌ好きの人より開放的な性格で、逆にイヌ好きの人はネコ好きの人より調和性が高く、他者との関わりを重視する傾向にある（齋藤，2010；齋藤・中村・平石・長谷川，2011）。

本研究の目的は、動物に対する好き嫌いが印象に与える影響について、特にイヌおよびネコについて検討し、さらに自身における動物に対する好悪との関係を調べることであった。

2. 方 法

1) 被験者

被験者は、大学生83名（男性25名、女性58名）、平均年齢は20.7歳（範囲20-24歳）であった。

2) 実験刺激

実験刺激は、動物に対する好き嫌いが文章で呈示された人物であった。動物には、イヌとネコの2種類があった。

3) 実験条件

実験条件は、刺激人物の動物に対する好き嫌いによって、好き条件と嫌い条件の2条件を設定した。好き条件における刺激人物は「犬が好きな人」と「猫が好きな人」、嫌い条件においては「犬が嫌いな人」と「猫が嫌いな人」の各2通り、計4通りで表記された。

4) 印象評定

印象評定には、林（1976，1978，1979，1981，1982）をもとに作成された特性形容詞尺度（宮本，2001）を用いた。20項目の形容詞対からなり（表1参照）、「どちらともいえない」を中心として、「やや」「かなり」「非常に」の7段階尺度であった。評定用紙はA4判の白紙1枚に黒字印刷されたもので、項目の順序と左右の形容詞の配置が異なる4種類があった。印象評定については、刺激人物に対する「あなたのイメージをお答えください」と記載されていた。

5) 質問紙

イヌおよびネコに対する好き嫌いの程度について、それぞれ「とても好き」「好き」「どちらかといえば好き」「どちらかといえば嫌い」「嫌い」「とても嫌い」の6件法で回答するものであった。質問紙は、A4判の白紙1枚に黒字印刷されたもので、最後に動物の飼育経験や内省報告を記述する欄が設けられていた。

6) 実験手続き

集団実験として評定冊子を被験者に配布し、「はじめてください」という指示により、各刺激人物に対する印象評定が行われた。評定に時間的な制限はなかった。犬猫（2）×好悪条件（2）の4種類の刺激人物の呈示順序と評定項目の配置および組み合わせは、被験者間でカウンターバランスされていた。最後に、質問紙に記入を求め、評定冊子を実験室で回収した。

3. 結 果

1) 印象評定の因子分析

2（犬猫）×2（好悪条件）×83（被験者）の332ケースにおける各項目の評定値を基に、主因子解を用いた主成分分析を行った。固有値が1.0以上の3因子を抽

出後、バリマックス回転を施した。回転後の各項目の因子負荷量は、表1に示す通りである。第Ⅰ因子は“感じのわるい—感じのよい”“にくらしい—かわいらしい”“心のせまい—心のひろい”などの項目で因子負荷量が高く、“親近性”と命名した。第Ⅱ因子は“自信のない—自信のある”“消極的な—積極的な”“無気力な—意欲的な”などの項目で因子負荷量が高く、“積極性”と命名した。第Ⅲ因子は“無分別な—分別のある”“軽率な—慎重な”などの項目で因子負荷量が高く、“信頼性”と命名した。

2) 動物の好悪に対する動物好きの程度別の印象

質問紙における「あなたは犬が好きですか」および「あなたは猫が好きですか」という問いに対する回答から、イヌ好きおよびネコ好きによる印象を比較

表1. 各印象評定項目の因子負荷量

項 目	因子負荷量		
	I	II	III
感じのわるい—感じのよい	.83	.25	.12
にくらしい—かわいらしい	.81	.14	.09
心のせまい—心のひろい	.80	.27	.11
人のわるい—人のよい	.79	.34	.18
近づきたい—ひとなつっこい	.76	.42	-.04
不親切な—親切的な	.75	.34	.25
親しみにくい—親しみやすい	.75	.30	-.00
短気な—気長な	.74	.04	.19
沈んだ—うきうきした	.57	.57	-.01
なまいきな—なまいきでない	.55	-.09	.24
自信のない—自信のある	.09	.79	.15
消極的な—積極的な	.39	.73	.04
無気力な—意欲的な	.41	.70	.06
恥しらずの—恥ずかしがりの	.08	-.61	.30
非社交的な—社交的な	.58	.59	.00
卑屈な—堂々とした	.45	.57	.19
無分別な—分別のある	.02	.24	.68
軽率な—慎重な	-.04	-.38	.67
責任感のない—責任感のある	.38	.24	.58
軽薄な—重厚な	.36	-.09	.51
固有値	9.00	2.28	1.22
寄与率 (%)	44.98	11.40	6.10

注) 第Ⅰ因子は“親近性”，第Ⅱ因子は“積極性”，第Ⅲ因子は“信頼性”と命名された。

した。

(1) イヌ好き度別

全被験者83名中、「犬が好きですか」という問いに対して、“とても好き”と答えた29名をイヌ好き度高群，“好き”と答えた24名をイヌ好き度中群，“どちらかといえば好き”と答えた25名をイヌ好き度低群として分析を行った。なお，“どちらかといえば嫌い”“嫌い”または“とても嫌い”と答えた5名は分析対象にできなかった。

図1は，“親近性”因子における好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点を、イヌ好き度別に示したものである。“親近性”の因子得点について、2（犬猫）×2（好悪条件）×3（イヌ好き度）の分散分析を行ったところ、犬猫の主効果は有意でなかった。好悪条件の主効果が見られた（ $F(1, 75)=178.10, p<.001$ ）。イヌ好き度の主効果はなかった。犬猫と好悪条件とイヌ好き度の交互作用があった（ $F(2, 75)=4.70, p<.05$ ）。その他の交互作用は認められなかった。LSD検定の結果（ $p<.05$ ）、イヌ好き度高群、中群、低群のイヌおよびネコの好き嫌いに対する評定において、好き条件と嫌い条件の間の差が有意であった。イヌ好き度高群の好き条件において、イヌとネコの好き嫌いに対する評定に有意な差があった。つまり、好き条件のほうが嫌い条件より親近性があるという印象であった。イヌ好き度高群の好き条件においてのみ、イヌの好き嫌いに対する評定のほうがネコの好き嫌いに対する評定より親近性があるという印象であった。

図2は，“積極性”因子における好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点を、イヌ好き度別に示したものである。“積極性”の因子得点について、2（犬猫）×2（好悪条件）×3（イヌ好き度）の分散分析を行ったところ、犬猫の主効果があった（ $F(1, 75)=17.62, p<.001$ ）。好悪条件の主効果がみられた（ $F(1, 75)=26.18, p<.001$ ）。イヌ好き度の主効果は有意でなかった。犬猫と好悪条件の交互作用が認められた（ $F(1, 75)=17.63, p<.001$ ）。その他の交互作用はなかった。LSD検定の結果（ $p<.05$ ）、イヌの好き嫌いに対する評定において、好き条件と嫌い条件の間に有意な差が見られた。好き条件において、イヌとネコの好き嫌いに対する評定の間の差が有意であった。つまり、イヌの好

き嫌いに対する評価は、ネコの好き嫌いに対する評価に比べて積極性があるという印象で、特に好き条件において顕著であった。さらに、好き条件のほうが嫌い条件より積極性があると評価され、特にイヌの好き嫌

いに対する評価において顕著であった。イヌ好き度による積極性の印象に違いはなかった。

図3は、“信頼性”因子における好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点を、イヌ好き度別に示したも

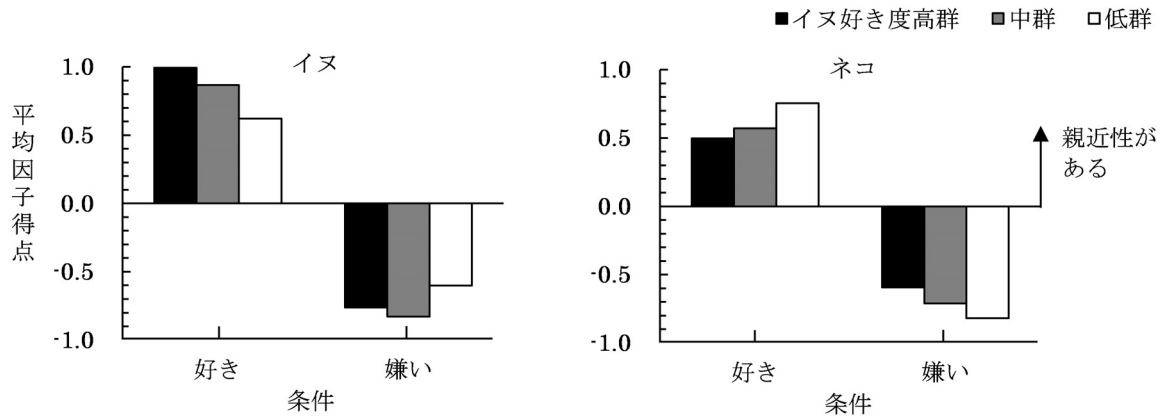


図1. “親近性”因子におけるイヌ好き度別の好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

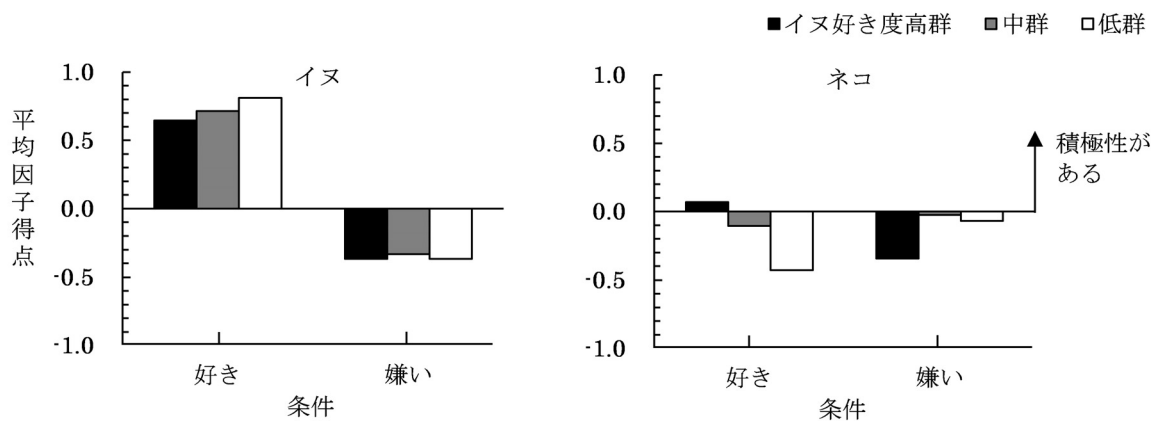


図2. “積極性”因子におけるイヌ好き度別の好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

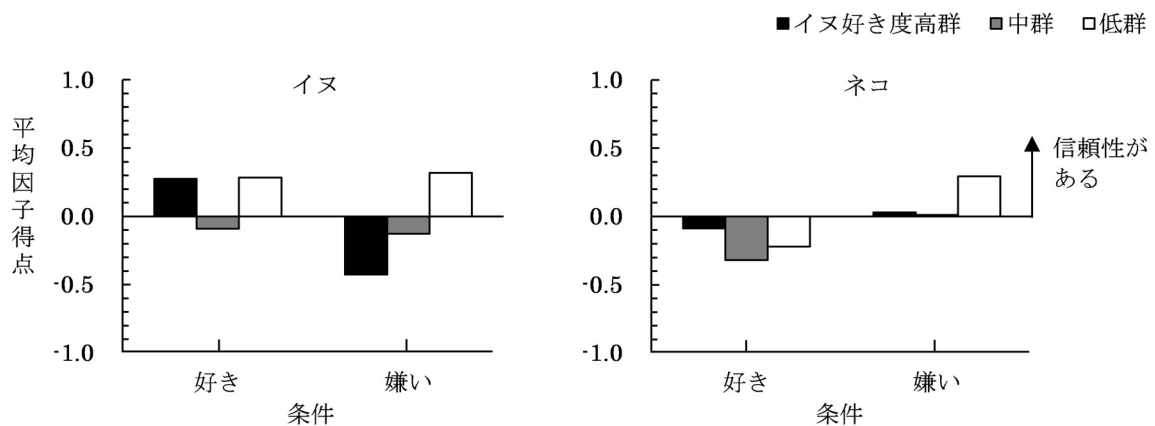


図3. “信頼性”因子におけるイヌ好き度別の好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

のである。“信頼性”の因子得点について、2（犬猫）×2（好悪条件）×3（イヌ好き度）の分散分析を行ったところ、犬猫の主効果は有意でなかった。好悪条件の主効果は見られなかった。イヌ好き度の主効果が認められた（ $F(2, 75)=3.80, p<.05$ ）。犬猫と好悪条件の交互作用があった（ $F(1, 75)=6.58, p<.05$ ）。その他の交互作用は認められなかった。LSD検定の結果（ $p<.05$ ）、イヌ好き度高群、中群とイヌ好き度低群の間に有意な差が見られた。好き条件において、イヌとネコの好き嫌いに対する評価の間の差が有意であった。ネコの好き嫌いに対する評価において、好き条件と嫌い条件の間に有意な差があった。つまり、イヌ好き度高群、中群よりイヌ好き度低群のほうが信頼性があると評価した。好き条件においてのみ、ネコの好き嫌いに対する評価のほうがイヌの好き嫌いに対する評価より信頼性がないという印象であった。ネコの好き嫌いに対する評価においてのみ、好き条件のほうが嫌い条件より信頼性がないと評価された。

(2) ネコ好き度別

全被験者83名中、「猫が好きですか」という問いに対して、“とても好き”と答えた27名をネコ好き度高群、“好き”と答えた25名をネコ好き度中群、“どちらかといえば好き”と答えた24名をネコ好き度低群として分析を行った。なお、“どちらかといえば嫌い”“嫌い”または“とても嫌い”と答えた7名は分析対象にできなかった。

図4は、“親近性”因子における好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点を、ネコ好き度別に示したものである。“親近性”の因子得点について、2（犬猫）×2（好悪条件）×3（ネコ好き度）の分散分析を行ったところ、犬猫の主効果は有意でなかった。好悪条件の主効果があった（ $F(1, 73)=157.41, p<.001$ ）。ネコ好き度の主効果は見られなかった。交互作用は全て認められなかった。つまり、好き条件のほうが嫌い条件より親近性があると評価された。動物の種類とネコ好き度による親近性の印象の違いはなかった。

図5は、“積極性”因子における好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点を、ネコ好き度別に示したものである。“積極性”の因子得点について、2（犬猫）×2（好悪条件）×3（ネコ好き度）の分散分析を行っ

たところ、犬猫の主効果があった（ $F(1, 73)=18.01, p<.001$ ）。好悪条件の主効果が認められた（ $F(1, 73)=29.44, p<.001$ ）。ネコ好き度の主効果はなかった。犬猫と好悪条件の交互作用が有意であった（ $F(1, 73)=15.94, p<.001$ ）。犬猫とネコ好き度の交互作用がみられた（ $F(2, 73)=3.42, p<.05$ ）。その他の交互作用はなかった。LSD検定の結果（ $p<.05$ ）、イヌの好き嫌いに対する評価において、好き条件と嫌い条件の間に有意な差があった。好き条件において、イヌとネコの好き嫌いに対する評価の間に有意な差が認められた。ネコ好き度高群、中群において、イヌとネコの好き嫌いに対する評価の間に有意な差が見られた。イヌの好き嫌いに対する評価において、ネコ好き度高群とネコ好き度低群の間の差が有意であった。つまり、イヌの好き嫌いに対する評価は、ネコの好き嫌いに対する評価に比べて積極性があるという印象で、特に好き条件において、また、ネコ好き度高群、中群において顕著であった。さらに、好き条件のほうが嫌い条件よりも積極性があると評価され、特にイヌの好き嫌いに対する評価において顕著であった。イヌの好き嫌いに対する評価においてのみ、ネコ好き度高群のほうがネコ好き度低群より積極性があるという印象であった。

図6は、“信頼性”因子における好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点を、ネコ好き度別に示したものである。“信頼性”の因子得点について、2（犬猫）×2（好悪条件）×3（ネコ好き度）の分散分析を行ったところ、犬猫の主効果は有意でなかった。好悪条件の主効果も見られなかった。ネコ好き度の主効果もなかった。犬猫と好悪条件の交互作用があった（ $F(1, 73)=5.74, p<.05$ ）。その他の交互作用は認められなかった。LSD検定の結果（ $p<.05$ ）、好き条件において、イヌとネコの好き嫌いに対する評価の間の差が有意であった。ネコの好き嫌いに対する評価において、好き条件と嫌い条件の間に有意な差がみられた。つまり、好き条件においてのみ、イヌの好き嫌いに対する評価のほうがネコの好き嫌いに対する評価より信頼性があるという印象であった。ネコの好き嫌いに対する評価においてのみ、好き条件のほうが嫌い条件より信頼性がないと評価された。ネコ好き度による信頼性の印象の違いはなかった。

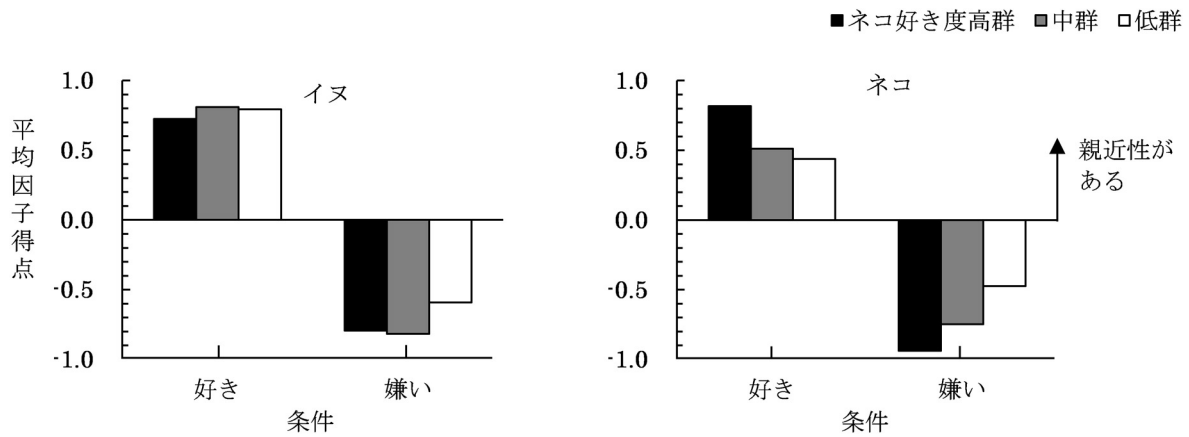


図4. “親近性”因子におけるネコ好き度別の好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

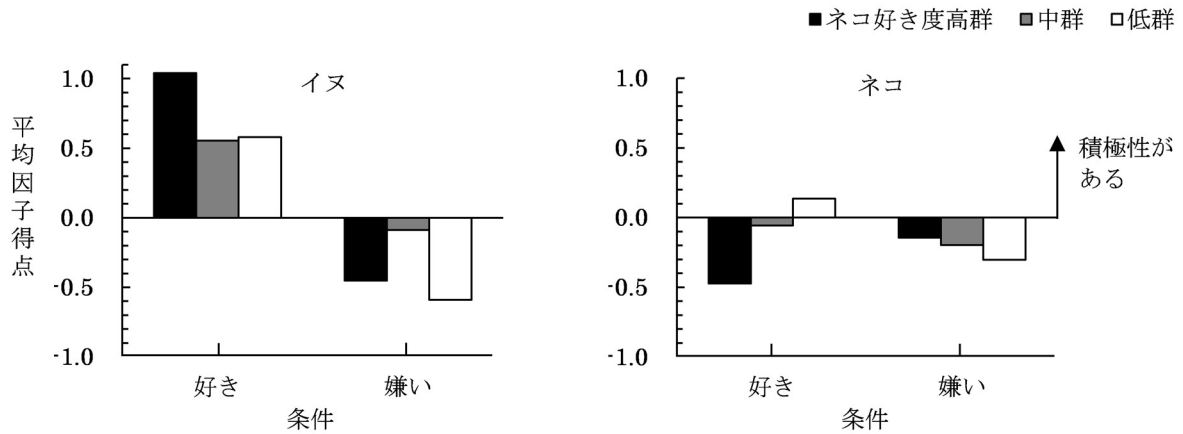


図5. “積極性”因子におけるネコ好き度別の好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

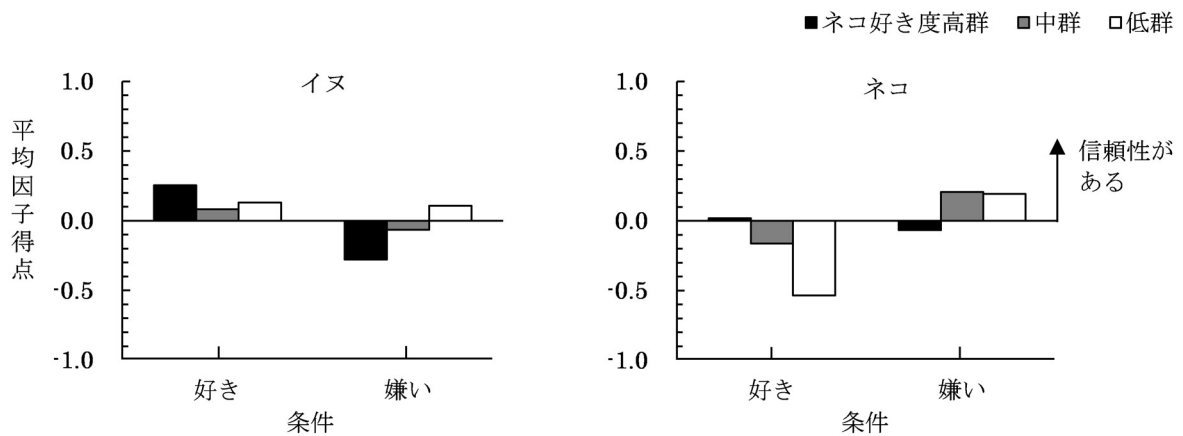


図6. “信頼性”因子におけるネコ好き度別の好悪条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

4. 考 察

本研究は、イヌおよびネコに対する好悪が印象に与える影響について、自身における好悪との関連をふま

えて検討するものである。

因子分析の結果、刺激人物に対する印象は、“親近性”“積極性”“信頼性”の3因子に整理された。これ

らは、林（1978）が対人認知の主要な3次元として整理した“個人的親しみやすさ”“活動性”“社会的望ましさ”にそれぞれ対応していた。対人認知の評価次元ではない“活動性”に相当する“積極性”が第Ⅱ因子として抽出されたことから、動物の好悪が社会的評価よりも行動の活発さに関するイメージに結びついている可能性が示唆される。

動物好きな人は、動物嫌いな人に比べて親近性と積極性があるという印象であった。動物への視点である動物観には、親密、一体感、仲間感、依存感といった観点がある（大西・米澤，2009）。種類に関係なく動物好きであるという情報から推測される動物に対する捉え方が、親しみやすい評価につながったと考えられる。また、絵の中でかたわらに動物が描かれている人物は、肯定的に解釈される傾向にある（ロックウッド，1994）。刺激人物は文章で呈示されたが、印象評定の際には動物が存在する視覚的イメージが持たれた可能性もある。さらに、怒りや悲しみなどの否定的な感情を含む文章は、不快感を与える要因となる。ネガティブ感情表現を見た時に不快と感じるのは、自身が他者と同様の感情を抱く心理現象が一因となる感情伝染が起こっているためとされる（大家・宮下，2013）。動物が嫌いという情報が不快感情を喚起させ、否定的な印象になったのかもしれない。

イヌ好きの人に対する印象は、ネコ好きの人に対する印象より積極性と信頼性があると評定された。ネコ好きの人の性格は開放的で、イヌ好きの人は調和性が高い（齋藤ら，2011）。開放的であることは自由奔放な印象の裏返しとなって信頼性が低くなり、逆に協力的とか友好的とか柔軟であるといった調和性は信頼性を高める。また、イヌとネコの種としての性格の違いが、イヌとネコの好悪に対する印象に関係しているとも思われる。イヌは、ヒトとの間に信頼関係を築き、ヒトの表情や身振りの理解に優れており、撫でられたり抱かれたりといった触れ合いを好む積極的なコミュニケーションをとる動物である。一方、ネコもヒトの感情や情動状態を区別し、ヒトと音声を中心としたコミュニケーションを行うことなどを示す報告が多くあるものの（齋藤，2018）、一般的には、自らがヒトとインタラクティブをしたいときにだけ積極的に働きかけをし、

撫でられるのも好きではないイメージがある。これらは、動物の好き嫌いに対する印象の違いが、イヌ好きの人は親近性、ネコ好きの人は積極性に見られた結果とも関連性があると考えられる。

また、イヌがとても好きな人のイヌが好きな人に対する印象は、ネコが好きな人に対する印象より親近性があるというものであった。対人魅力の重要な要因の1つである類似性（similarity）が、大きく影響していると推察される。

内省報告の「しいていうなら犬と猫のどちらが好きか」という問いにおいて、イヌがとても好きな人29名中、ネコよりイヌのほうが好きな人は24名で約83%であった。ネコが好きな人25名中、ネコよりイヌのほうが好きな人が15名で6割がイヌ好きであった。また、全被験者83名中、イヌの飼育経験があるのは20名、ネコは16名といずれも少なく、動物が好きという感情が触れ合いや世話をする過程で生じたものではなく、単に外見やしぐさにみられる可愛さなどからきているとも考えられる。なお、イヌは、ネコに比較して体の大きさ、顔つきや毛並みが様々であり、犬種によっても印象が大きく異なるため（大森・石黒・千秋，2014）、どういうイヌが好きかによってもイメージは異なるかと推測される。本研究では、動物好きの程度に着目したが、他に飼育経験、動物に対する愛着度や理解度によっても印象が変化する可能性があり、今後、さらなる検討が望まれる。

以上、本研究により、イヌおよびネコに対する好き嫌いとの印象の関係が明らかとなった。

謝 辞

本研究の実施にあたってご尽力頂いた、仁愛大学人間学部心理学科2015年度卒業生の月田沙希さんに、深く感謝いたします。

引用文献

- 林文俊（1976）. 対人認知構造における個人差の測定（Ⅰ）— 認知的複雑性の測度についての予備的検討— 名古屋大学教育学部紀要（教育心理学科）、**23**, 27-38.
- 林文俊（1978）. 対人認知構造の基本的次元についての一考察 名古屋大学教育学部紀要（教育心理学科）、**25**, 233-

- 247.
- 林文俊 (1979). 対人認知構造における個人差の測定 (IV) — INDSCALモデルによる多次元解析的アプローチ — 心理学研究, **50**, 211-218.
- 林文俊 (1981). 対人認知構造における個人差の測定 (V) — 認知者の性及び年齢差についての検討 — 心理学研究, **52**, 244-247.
- 林文俊 (1982). 対人認知構造における個人差の測定 (VIII) — 認知者の自己概念および欲求との関連について — 実験社会心理学研究, **22**, 1-9.
- 今野洋子・尾形良子 (2008). 大学祭における「猫カフェ」の効果 — 「猫カフェ」体験型のAAE(動物介在教育)が来場者に及ぼす影響 — 北翔大学北方圏学術情報センター年報, **1**, 1-10.
- 金児恵 (2006). コンパニオン・アニマルが飼主の主観的幸福感と社会的ネットワークに与える影響 心理学研究, **77**, 1-9.
- ロックウッド, R. (1994). 動物の存在が社会的知覚に及ぼす影響 キャッチャー, A. H.・ベック, A. M. (著) 鈴木百合子 (訳) コンパニオン・アニマル—人と動物のきずなを求めて— 第4章 誠信書房 pp. 39-55.
- 宮本聡介 (2001). 他者の認知・他者への好意—対人認知—掘洋道 (監修) 吉田富二雄 (編) 心理測定尺度集Ⅱ — 人間と社会のつながりをとらえる〈対人関係・価値観〉 — サイエンス社 pp. 1-13.
- 日本ペットフード協会 (2018). 犬猫飼育率全国調査 <https://petfood.or.jp/data/index.html> (2018年12月6日閲覧)
- 大森慈子・石黒由貴・千秋紀子 (2014). イヌに対する認知—被毛と体の大きさが印象に与える影響— 人間学研究, **12**, 45-52.
- 大森慈子・宮田洋 (1994). 印象研究に関する方法論的考察 関西学院大学人文論究, **44**, 17-29.
- 大西奈央・米澤好史 (2008). 人間とペット動物の関係性—動物観の構造とその形成過程を探る— 和歌山大学教育学部紀要, **59**, 17-26.
- 大家睦美・宮下芳明 (2013). 文章の不快感レベルを制御する手法群とその実装 情報処理学会インタラクション2013論文集, 550-555.
- 齋藤慈子 (2010). ネコ好きとイヌ好きでパーソナリティは異なるか 日本心理学会第74回大会発表論文集, 21.
- 齋藤慈子 (2018). なぜネコは伴侶動物になりえたのか —比較認知科学的観点からのネコ家畜化の考察— 動物心理学研究, **68**, 77-88. 日本心理学会第74回大会発表論文集, 21.
- 齋藤慈子・中村敏健・平石界・長谷川寿一 (2011). ネコ好きとイヌ好きでパーソナリティは異なるか (2) 日本心理学会第75回大会発表論文集, 40.
- 総務省 (2018). 統計トピックスNo.109 <https://www.stat.go.jp/data/jinsui/topics/topi1090.html> (2018年12月4日閲覧)
- 横山章光 (1996). アニマル・セラピーとは何か 日本放送出版協会