

# 農産物直売所への出荷行動が健康に与える効果

音成陽子 甲斐 諭

## The Effects of Shipping Agriculture Products to Farmer's Markets on Farmer's Health

Yoko Otonari Satoshi Kai

(2009年11月27日受理)

### 1. はじめに

健康と生活の質 (Quality of Life: 以下, QOL) は補完・重複する関係にあるといえる。WHO は「健康とは、身体、精神、社会的に完璧に良好な状態をいい、単に病気でないとか虚弱でないということではない」とし、今日の代表的な健康の定義となっている (大澤ら2004b)。一方、QOL は概念が様々で、広範囲にわたること、文化的・宗教的影響が大きいことから久保田ら (2006) は WHO の健康の定義がこれまで提案されてきた QOL の概念を網羅するほど広義であり、QOL の定義に近いとしている。なお、WHO は QOL を「個人が生活する文化、価値システムの中で、自分の目標、期待、基準及び関心に関連して、自分自身が生活の中で置かれている状況に対する認識」と定義している (大澤ら2006a)。さらに、WHO はどの文化においてもあてはまる QOL の概念の根幹をなす部分を以下の6つの面に分け定義した (The WHO QOL Group 1996)。

- (1) 身体の面 (体力・疲労など)
- (2) 心理の面 (前向きな気持ちなど)
- (3) 自立の程度 (可動性、日常生活動作など)
- (4) 社会的つながり (社会的支援など)
- (5) 個人の信条や心の持ち方 (生きる意志、生きがいなど)
- (6) 環境面 (医療・介護施設へのアクセスしやすさなど)

農産物直売所とは農産物を生産者が持ち込み、卸売業者や小売業者を介さずに消費者が購入できる施設である。その運営主体は地方自治体や農業協同組合 (JA) などの大規模なものから、生産者あるいは生産者グループによる販売所、無人販売所など小

規模なものまで多種多様であり、その数は把握できないほどである。農林水産省が抽出調査した農産物直売所の平成18年度年間販売額の平均は3,387万円であり、運営が大規模になると平均8,870万円に、第3セクターや農業協同組合 (JA) では1億円を超す販売額となる所もある (農林水産省2008)。なお、福岡県内において把握されている農産物直売所は222カ所、年間来客数は延べ2,300万人、年間総販売額は280億円 (推計) であり、販売額1億円を超える農産物直売所は69カ所となっている (福岡県2009)。販売されるものは地域の特産物、農産物、加工品などが主である。

食育が提唱され、食品の品質や安全性が問われるなか、消費者は生産者がみえるものを求めるようになってきている。したがって、生産者は品質や安全の保障・管理に責任を持って取り組むことになる。このような生産者に対して消費者は「あの農産物は〇〇さんが良い」と評価し、購入のきっかけとなることもある。そして、生産者と消費者との間に生じた良好な信頼感によって、さらに品質や安全性が向上するという好循環をもたらすといえる。また、農産物直売所に消費者を呼び込むために、駐車場や外観の整備、生産物の旬に応じたイベントなどを行っている。農産物直売所が、生産者に経済的自立や生産者と消費者にコミュニケーションの機会を提供し、生きがいをもたらす (白武2003; 甲斐ら2006) のであれば健康・QOL の向上が図られると考えられる。そこで、農産物直売所に出荷する生産者の健康実態と変化を明らかにすることを目的に福岡県内の農産物直売所の出荷者を対象に調査を行った。

## 2. 研究の方法

調査の方法、対象者は以下のとおりである。

- ・配布時期：5月下旬～6月上旬。
- ・回収時期：6月中旬～下旬。
- ・方法：自己記入式質問紙を用い、無記名にて回答してもらった。
- ・調査内容：出荷者の基本的属性、出荷の頻度や売上げ、健康の変化とした。さらに、米沢ら（1997）による地域の状況、波多野ら（1987）による健康状態のチェックについて、それぞれ項目をWHOのQOLの概念の根幹（The WHO QOL Group 1996）から見直したのち、設定しなおした。
- ・対象：協力の承諾が得られた直売所7カ所。出荷者が出荷時に調査用紙を配布した。
- ・回収数・率：592/840部（70.5%）
- ・有効回答数・率（健康の変化、健康チェックに欠損が無かったもの）：340/840部（40.5%）

## 3. 結果と考察

### 1) 出荷者

本研究の有効回答者は男性125人（36.8%、平均54.3±1.0歳、22-82歳）、女性215人（63.2%、平均58.8±0.9歳、22-83歳）であった。性別には $p<0.001$ で有意差があり、女性が多いという結果であった。年齢構成を表1に示した。農産物を生産することにはいわゆる定年がないことから20代から80代までの幅広い年齢構成となった。その中で男女ともに50代および60代をあわせて全体の6割以上を占めていた。農産物直売所への出荷歴は平均5.9±4.3年であり、最も長い者で19年であった。

表2には職業を示した。専業および兼業の農家は7割以上を占めた。出荷者は必ずしも農家であるわけではないことがわかった。農家に次いで多かったのは自営業であり、農産物直売所がサテライトとしての役割を持つことも示唆される。

出荷の頻度を表3に示した。出荷者は約半数が毎日出荷しており、週に1回出荷している者は85%を超えることがわかった。表4は年間販売額を表したものである。年間50万円以内の者が最も多く、

表1 出荷者の年齢構成

単位：人（%）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	無回答	計
男性	6 (4.8)	14 (11.2)	17 (13.6)	35 (28.0)	40 (32.0)	11 (8.8)	2 (1.6)	0	125
女性	1 (0.5)	9 (4.2)	23 (10.7)	74 (34.4)	75 (34.9)	30 (14.0)	2 (0.9)	1 (0.5)	215
全体	7 (2.1)	23 (6.8)	40 (11.8)	109 (32.1)	115 (33.8)	41 (12.1)	4 (1.2)	1 (0.3)	340

表2 出荷者の職業

単位：人（%）

専業農家	兼業農家	会社員 (町内)	会社員 (町外)	自営業	団体職員	公務員	パート タイマー	漁業	その他	無回答	計
132 (38.8)	86 (25.3)	11 (3.2)	12 (3.2)	51 (15.0)	4 (1.2)	2 (0.6)	9 (2.6)	7 (2.1)	18 (5.3)	8 (2.4)	340

表3 出荷頻度

単位：人（%）

毎日	2日に1度	週に1～2回	月に数回	年に数回	無回答	計
165 (48.5)	65 (19.1)	60 (17.6)	29 (8.5)	13 (3.8)	8 (2.4)	340

表4 年間販売額

単位：上段：万円 下段：人（%）

～50	51 ～100	101 ～200	201 ～300	301 ～400	401 ～500	501 ～700	701～	無回答	計
98 (28.8)	63 (18.5)	57 (16.8)	37 (10.9)	23 (6.8)	16 (4.7)	13 (3.8)	22 (6.5)	11 (3.2)	340

200万円以内で6割を占めていた。

## 2) 出荷者の健康

### (1) 現在の健康状態

表5に現在の健康状態を表した。「はい」の回答が健康上、望ましい回答であり、さらに、「はい」

の回答を1点として各領域の平均点を算出した。その結果、精神面、食生活、身体面、社会性の順に高い平均点を示した。一方、最も低かったのは運動習慣であり、「はい」よりも「いいえ」の回答が多かったものは4項目であった。そして、運動習慣の4項目は運動不足の認識や日常生活における身体活

表5 健康チェック表

領域	項目	はい 人(%)	いいえ 人(%)	平均点
食生活 得点= 8項目×1.0	食事の時間は規則的である	248 (72.9)	92 (27.1)	5.6±1.5
	朝食は欠かさない	281 (82.6)	59 (17.4)	
	間食は食べ過ぎない	262 (77.1)	78 (22.9)	
	ご飯、パン、パスタなどの炭水化物は食べ過ぎない	236 (69.4)	104 (30.6)	
	タンパク質、カルシウム、新鮮な野菜をよく食べるようにしている	316 (92.9)	24 (7.1)	
	インスタント食品はあまり食べない	260 (76.5)	80 (23.5)	
	毎日の食事を楽しんでいる	291 (85.6)	49 (14.4)	
	毎日、食欲がある	311 (91.5)	29 (8.5)	
仕事と 休息 得点= 8項目×1.0	仕事を始めるときに、元気がある	288 (84.7)	52 (15.3)	4.6±1.9
	休み時間は、仕事から解放される	219 (64.4)	121 (35.6)	
	残業はほとんどない	173 (50.9)	167 (49.1)	
	<b>休日をレクリエーションで楽しんでいる</b>	<b>107 (31.5)</b>	<b>233 (68.5)</b>	
	居眠りをしない	192 (56.5)	148 (43.5)	
	<b>目の疲れや肩こりはない</b>	<b>95 (27.9)</b>	<b>245 (72.1)</b>	
	寝つきはよい方である	275 (80.9)	65 (19.1)	
	朝、目覚めた時に気分は爽快である	210 (61.8)	130 (38.2)	
身体面 得点= 10項目×0.8	今年度の健康診断を受けた(確実に受ける予定である)	218 (64.1)	122 (35.9)	5.4±1.6
	<b>「疲れ安い」とは思わない</b>	<b>152 (44.7)</b>	<b>188 (55.3)</b>	
	階段を楽に上がることができる	198 (58.2)	142 (41.8)	
	「かぜをひき安い」とは思わない	254 (74.7)	86 (25.3)	
	病気で仕事を休むことはない方である	299 (87.9)	41 (12.1)	
	胃は丈夫である	261 (76.8)	79 (23.2)	
	高血圧だと言われたことはない	222 (65.3)	118 (34.7)	
	太りすぎではないと思う	209 (61.5)	131 (38.5)	
運動習慣 得点= 8項目×1.0	タバコは吸わない	284 (83.5)	56 (16.5)	3.2±2.0
	無理をしてもすぐに回復する	184 (54.1)	156 (45.9)	
	<b>運動不足ではない</b>	<b>156 (45.9)</b>	<b>184 (54.1)</b>	
	<b>ちょっとした距離は歩いて出かける</b>	<b>135 (39.7)</b>	<b>205 (60.3)</b>	
	<b>健康のために何か運動を心がけている</b>	<b>112 (32.9)</b>	<b>228 (67.1)</b>	
	自分の年齢に見合った体力を持っている	220 (64.7)	120 (35.3)	
	<b>参加するのが好きなスポーツがある</b>	<b>115 (33.8)</b>	<b>225 (66.2)</b>	
	汗をかいた後は爽快感を感じる	241 (70.9)	99 (29.1)	
精神面 得点= 8項目×1.0	スポーツ用品を3種類以上持っている	52 (15.3)	288 (84.7)	5.7±2.3
	スポーツシューズを3種類以上持っている	44 (12.9)	296 (87.1)	
	人生が楽しい	261 (76.8)	79 (23.2)	
	忙しくても苦にならない方である	260 (76.5)	80 (23.5)	
	小さな失敗を忘れて、新しい目標に進むことができる	269 (79.1)	71 (20.9)	
	自分の感情を素直に表現できる	237 (69.7)	103 (30.3)	
	自分の判断に自信がある	213 (62.6)	127 (37.4)	
	一つの目標に対して色々な方法を考えることができる	254 (74.7)	86 (25.3)	
社会性 得点= 8項目×1.0	生きる目標を持っている	280 (82.4)	60 (17.6)	5.2±1.9
	<b>家庭で悩みはほとんどない</b>	<b>162 (47.6)</b>	<b>178 (52.4)</b>	
	家庭だんらんが楽しみである	273 (80.3)	67 (19.7)	
	<b>夕食の時にテレビはつけない</b>	<b>57 (16.8)</b>	<b>283 (83.2)</b>	
	人前に出ることは平気である	179 (52.6)	161 (47.4)	
	人間関係は良好である	282 (82.9)	58 (17.1)	
	他人のために仕事をしたり、奉仕したりするのが好きである	230 (67.6)	110 (32.4)	
	他人と違った意見を持っているときに、気後れせず発表できる	176 (51.8)	164 (48.2)	
社会の出来事に関心を払っている	276 (81.2)	64 (18.8)		
人生とは出会いであるという実感がある	297 (87.4)	43 (12.6)	合計 31.1±8.2	

\* 波多野ら;『健康体力づくりのスポーツ科学』(1987) [8]より筆者らが改編した。

\* 各項目に「はい:1点」「いいえ:0点」として平均点を算出した。

動の機会などをたずねていることから、身体活動量が不足していることがわかった。

図1には健康チェックから得られる各領域の合計をもとに、決定木分析を行った結果である。強い相関があるR2乗値=0.7以上になるところで分岐を停止した。健康チェックにおいて最も平均値に差がみられるのは精神面(得点6)による2分割であった。その後は対数値が大きいものを順次みると、次いで平均値に差が見られるのは精神面(>6)における身体面(得点8)、精神面(<6)における社会性(得点4)、身体面(>8)における仕事と休息(得点7)ということがわかった。したがって、出荷者の健康には精神面が最も寄与し、次いで身体面、社会性、仕事と休息の順であることが示唆された。これらの領域で「はい」の回答が高かったのは、精神面「生きる目標を持っている」、身体面「病気で仕事を休むことはない方である」、社会性「人生は出会いであるという実感がある」、仕事と休息「仕事を始めるとき、元気がある」であった。

生きがいや人との出会い、仕事健康に良い影響を与えているのではないかと考えられる。

(2) 健康の変化

農産物直売所に出荷を始めてからの健康の変化を表6に示した。約3割の者に元気になったという結果が得られた。元気になった者の36.9%は身体が丈夫になったといい、25.2%は病気をしなくなったという回答を得られた。表7に農産物直売所に出荷を始めてからの病院への通院回数を示した。通院回数は約7割の者が変わらなかったものの、約2割の者に通院回数の減少がみられた。

農産物直売所に加入してからの年数と健康の変化との間に有意な関係はみられなかった。また、健康の変化と出荷頻度との間、年間販売額との間にも有意な関係はみられなかった。そして、通院回数の変化と健康の変化には $p<0.01$ で有意な関係がみられた。農業や出荷作業など身体を使った仕事ができることは元気である必要があるため、このような結果

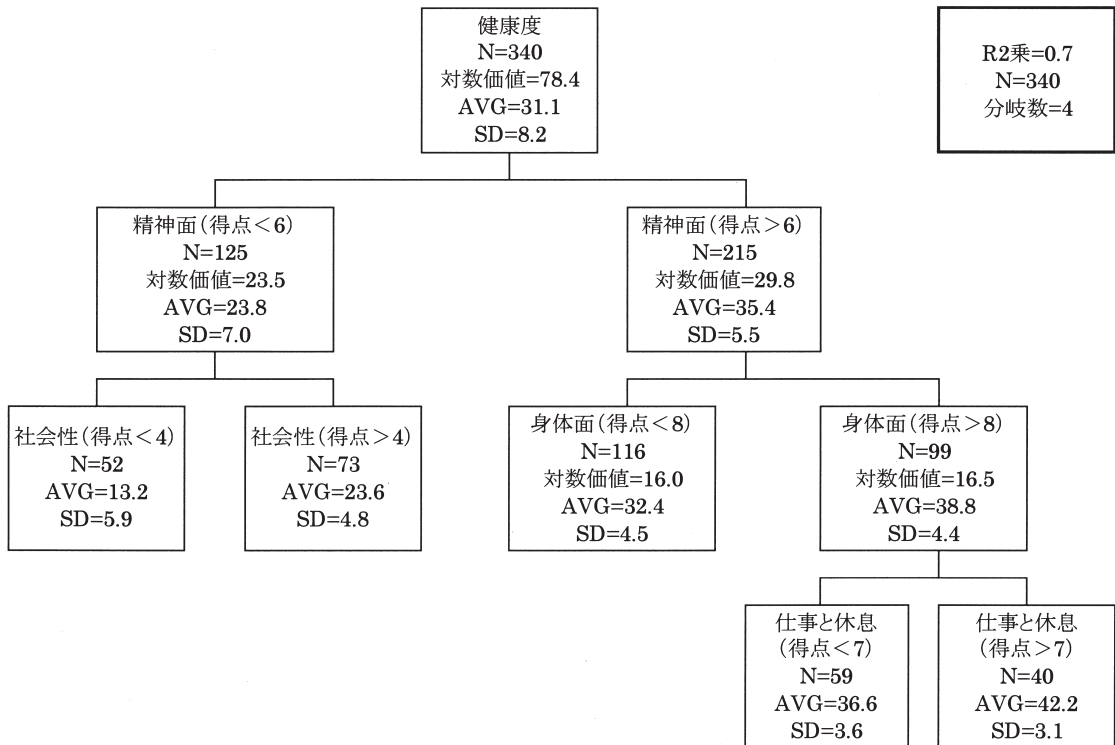


図1 健康チェックの回帰木

表6 健康の変化

単位:人(%)

元気になった	変わらない	元気がなくなった	計
103 (30.3)	223 (65.6)	14 (4.1)	340

表7 通院回数

単位:人(%)

減った	変わらない	増えた	無回答	計
64 (18.8)	235 (69.1)	21 (6.2)	20 (5.9)	340

になったと考えられる。また、通院回数が減ったり、変化しなかったりしたことから加齢による身体機能への支障にも変化がないため変わらないという割合が高くなったことも推察される。

農産物直売所に出荷を始めてからの気持ちの変化を表8に示した。約半数の者は楽しくなったという結果になった。楽しくなった理由（複数回答）は人との触れ合いがあるから（48.8%）、自分で作ったものに自分で値段が付けられるから（38.2%）、経済的に豊かになった（15.3%）の順に高い割合を示した。気持ちの変化と健康の変化との間にはPearsonの検定により $p < 0.01$ で有意な関係が得られた。このことから、出荷者の気持ちの変化は健康へも影響を及ぼしていることが示唆された。

表8 気持ちの変化 単位：人（%）

楽しくなった	変わらない	楽しくなくなった	無回答	計
242 (48.8)	87 (256)	6 (1.8)	5 (1.5)	340

### 3) 出荷者からみた地域の変化

出荷者からみた地域の変化を図2に示した。出荷者の約半数は地域に活気がでてきたと回答した。そして、10項目の条件（米沢ら1997）から地域を判断してもらった結果を図3に示した。出荷者は交通

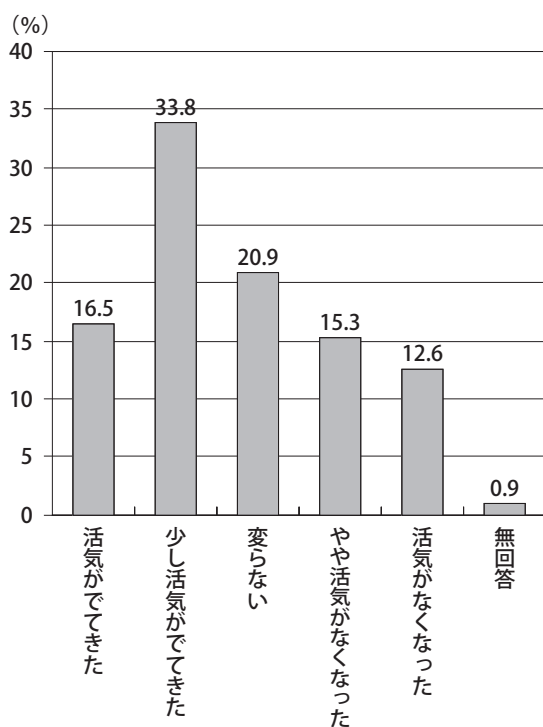


図2 10年間の活気の変化

条件や買い物などの利便性は良くなったものの、自然環境や働く場所、生活のゆとりは悪くなったと認識していることがわかった。また、公共性の高い教育、医療、福祉の環境や文化・スポーツ施設、余暇を過ごす場所の充実は変化がないと認識していることがわかった。

## 4. おわりに

農産物直売所は消費者側からは商品の鮮度、安全性、品質、価格、生産者とのふれあいを期待している（櫻井2001；甲斐2005 b；甲斐2007 a）。この消費者のニーズを反映させることが消費者の取り込みやリピートのために農産物直売所が行う重要課題であるといえる。よって、農産物直売所は出荷者に対して出荷する商品の鮮度、安全性、品質、さらに適切な価格設定を要求することになる。出荷者は消費者からの期待、農産物直売所からの要求に応えようと行動することが考えられる。つまり、商品に対する様々な要求は出荷者にとってやりがいでもあり、自己効力感（その行動をどの程度うまくできるかという期待を認知すること（WHO 1997））や自己信頼感、セルフエスティーム（自分は価値ある存在だと認識すること（WHO 1997））などの精神面での健康を高める重要な役割を果たすともいえる。

一方、出荷者が農産物直売所に期待できることは商品の規格や出荷単位の制約を受けずに自由に販売できること、自由に価格設定ができること、日々の販売成果がわかること、消費者の声が聞けること、出荷者同士や消費者との交流ができること、高齢者や女性が参加しやすいことなどがあげられる（櫻井2001；白武2003；甲斐2005 b；甲斐2007 a）。これらのことは出荷者にとって、自己有能感や意思決定、他者とのコミュニケーション、経済的自立をもたらすといえる。

QOLを規定するのは個人の状態（身体面、心理面、社会的健康状態と社会経済的地位）と環境条件であり、個人の主観によって評価され（主観的QOL）、役割達成感をもって生きがいにつながると考えられている（柴田1996；出村ら2006）。本研究の結果をこのQOLの規定から検討すると精神面や社会性における健康度の高さはライフスキル（日常生活における様々な問題・要求に対して、建設的かつ効果的に対処する能力（WHO 1997））の高さでもあり、QOLの向上に貢献していると考えられる。しかしながら、運動不足の認識や歩くことを避ける、運動を心がけるなどの運動習慣からみた健康度の低さは、将来的な身体機能の低下、日常生活動

作の低下を招く可能性があり今後の課題となるといえる。

生きがいは家族、地域社会やそれらを包み込む社会全体の社会的・経済的・文化的構造やその社会に支配的な価値のあり方にも規定される(安藤ら1976)ことから農産物直売所が果たす役割を検討することも重要である。農産物直売所の成功は売上高といった経済的意義もあるが、生産者からの消費者への直接販売という特質を持つため、個々の生産者の特質(人格性や個別性)の発揮が生かされているかということが重要であるという(細谷ら2006)。つまり、販売されている商品は出荷者がそれぞれに持ち込むものであり、商品のパッケージやレシピの提供などにも配慮するということになる。また、農産物直売所に出荷される農産物を主体に弁当や総菜の調理販売を行い、学校給食への提供なども行われている(甲斐ら2007b)。このようなことにおいても、出荷者はより自分の個性を発揮する機会を得ることができると考えられる。そして、農産物直売所は出荷者の特質を利用しながら、消費者へ「ここでなければ」と認識してもらうことも必要なのだろう。さらに、グリーン・ツーリズムという観点から都市と農山漁村地域との交流(甲斐ら2005a)、それに伴うホスピタリティなども農産物直売所が地域貢献できることのひとつである。つまり、人と触れあえる場の提供を農産物直売所は担っているともいえる。農産物直売所の可能性は出荷者の可能性を引き出すものであると考えられる。

## 文献

- ・安藤喜久雄ら, 1976, 生きがい・働きがいの構造, 駒沢社会学研究, 8, 1-16
- ・出村慎一, 佐藤進, 2006, 日本人高齢者のQOL評価—研究の流れと健康関連QOLおよび主観的QOL, 体育学研究, 51, 103-115,
- ・福岡県, 2009, 福岡県食糧・農業・農村の動向—平成20年度農業白書—, 42
- <http://www.trip.co.jp/gtmap/list.php?Genre=1> (2009/09/09閲覧)
- ・波多野義郎ら, 1987, 健康体力づくりのスポーツ科学, 205-206, 同朋舎出版
- ・細谷昂, 小野寺敦子, 2006, 農産物直売所に
- とって成功とは何か—岩手県内直売所の事例—, 総合政策, 7 (2), 187-216
- ・甲斐論, 2005 a, 山村の暮らしの再興, NPO 法人九州学術出版振興センター, 139
- ・甲斐論, 2005 b, 山村の暮らしの再興, NPO 法人九州学術出版振興センター, 198-199
- ・甲斐論ら, 2006, 総合交流ターミナル(農産物直売所)の役割と地域農業の活性化, 福岡県経営構造対策推進機構, 6-7
- ・甲斐論ら, 2007 a, 地産地消における農産物直売所の展開と意義, 福岡県経営構造対策推進機構, 5-6
- ・甲斐論ら, 2007 b, 地産地消における農産物直売所の展開と意義, 福岡県経営構造対策推進機構, 8-9
- ・久保田晃生, 波多野義郎, 2006, 社会福祉学におけるQOL研究の意義, 社会福祉学, 47 (3), 43-51
- ・農林水産省, 2008, 平成19年農産物地産地消等実態調査(平成20年3月27日公表)
- <http://www.maff.go.jp/toukei/sokuhou/data/tisanti-zittai2007/tisanti-zittai2007.pdf>
- ・大澤清二ら, 2004 a, 学校保健・健康教育用語辞典, 大修館書店, 101
- ・大澤清二ら, 2004 b, 学校保健・健康教育用語辞典, 大修館書店, 113
- ・櫻井清一, 2001, 都市・農村連携の視点からみた農産物直売活動, 農村計画学会誌20 (3), 203-208
- ・柴田博, 1996高齢者のQuality of Lifeと生活機能, 理学療法, 23 (3), 87-93,
- ・白武義治, 2003, 地域農業再生と活性化に果たす農産物直売所: 長崎県における農産物直売所を事例として, 農業経済論集, 54 (1), 25-38
- ・The WHO QOL Group, 1996, What Quality of Life?, In World Health Forum, 17, 354-356
- ・WHO, 1997, 『WHO ライフスキル教育プログラム』, 大修館書店, 19-20
- ・米沢和彦ら, 1997, 地域活性化の評価手法に関する基礎的研究—熊本県における実態調査を中心に—, 熊本県立大学アドミニストレーション, 4 (2), 1-53