

地方の農産物直売所の運営に住民が関わって生じた変化

著者	依田 明子, 宮崎 紀枝, 細谷 たき子, 友安 直子, 征矢野 文恵
雑誌名	佐久大学看護研究雑誌
巻	10
号	1
ページ	25-34
発行年	2018-03
URL	http://id.nii.ac.jp/1050/00000209/



研究報告

地方の農産物直売所の運営に 住民が関わって生じた変化

Change Experienced by Local People Who Participated
in Management of a Farmers' Market

依田 明子 宮崎 紀枝 細谷 たき子 友安 直子 征矢野 文恵

Akiko Yoda, Toshie Miyazaki, Takiko Hosoya,
Naoko Tomoyasu, Fumie Soyano

キーワード：農産物直売所，地域住民，ネットワーク，ソーシャルキャピタル

Key words : Farmers' Market, Community People, Networks, Social Capital

Abstract

The purpose of this study was to elucidate changes experienced by local people who have engaged in activities related to a farmers' market management in Nagano prefecture as a registered member. We qualitatively analyzed semi-structured interview data from 9 members who agreed to participate in the study. The interviews focused on exploring what brought them to become its member, and some changes they have experienced since then. The results identified 5 core-categories consisting of 15 sub-categories. The core categories were "Activities related farmers' market provided occasions for making tighter networks among people and more relations with the community than before," "They motivated people to start new lifestyle and brought about something to live for," "They have let them feel healthy and fit" "The farmers wished their community vitalized," and "Farmers' market business must be kept going." The farmers' market that has been managed continuously by community participants may significantly provide networks of people, effective use of their agricultural products, and social capitals to be created.

要旨

本研究は、長野県のA直売所に関わることで生じた会員の変化を明らかにすることを目的とした。直売所の会員で同意が得られた者を対象に、直売所に関わったきっかけや直売所と関わったことで生じた変化について半構成的面接を行い、インタビュー内容を質的に分析した。その結果、会員9名の面談から、15のカテゴリで構成される5つのコアカテゴリ【人や地域とのつながりが強まる】【新たな生き方や生きがい生まれる】【健康や元気を実感する】【地域の活性化を願う】【直売所の継続に努める】が抽出された。地域の住民が参加できる直売所が継続運営されることにより、人々が繋がり、身近な農産物を活かした活動が広がることで、地方の農村地域におけるソーシャルキャピタルを醸成するためのネットワークの強まりを可能にす

受付日2017年10月2日 受理日2018年1月22日
佐久大学看護学部 Saku University School of Nursing

る場であると考える。

I. 緒言

農村地域は高度成長期以降、農林業の衰退および若年層減少と急激な高齢化が進み、農村の高齢者の割合は日本全国と比較して20年程度先に進んでいる(農林水産省農村振興局農村政策課, 2008)。高齢期は身体的衰退と様々な喪失が目立つ時期と位置付けられている。かつてのコミュニティが変化するなか、高齢者の孤立化のリスクが高まっている。例えば、社会的ネットワークの程度が低く社会との接触が少ない人は、社会との接触が高い人と比較し死亡率が1.8-4.8倍高くなるという報告がある(Berkman & Syme, 1979)。また、社会的な活動は健康に貢献することが報告されている(長田, 鈴木, 高田, 西下, 2010)。

農村地域に設営されている農産物直売所では、地域の農業関係者や消費者が集まる交流の機会があり、地域開発の手段でもある。農産物直売所(以降「直売所」とは農林水産省統計部が称する「産地直売所」と同義であり、生産者が自ら生産した農産物(農産物加工品を含む)を生産者または生産者のグループが定期的に地域内外の消費者と直接対面で販売するために開設した場所、または施設のことである(農林水産省統計部, 2005)。直売所の始まりは、集落組織、生活改善グループ、農協女性部等を母体とした生産者組織による直売所が全国各地に出現した1980年代以降であり、その多くは少人数で組織され、当番制によってメンバーが労力を分け合っていた(櫻井, 2008)。少人数の女性グループで直売所を開設し、20年以上運営を継続してきた新潟県の農業協同組合婦人部のリーダーは、「当時余った野菜を売ってお金をもらうことに反対する意見も多かった。そのようななか、野菜を売るのは恥ずかしくない、女性に通帳を

持たせたいと説得して歩いた。売れ残りは自分が買い取る覚悟でスタートした」(川崎, 2014)と、女性の自主的な活動を語っている。

長野県のA直売所も生活改善グループで学んだ女性グループが20年前に自主的な活動により開設したものであり、現在は300名の会員を有する。直売所には地域農業振興、地域農家活性化、農家や女性農業者の自立、地域おこし、地産地消推進などと地域に密着した目的をもって設立される場合が多く、直売所経営改善マニュアル(都市農山村交流活性化機構, 2010)には、組織運営について明確な理念や基本方針を確立しておくことが重要であると述べられている。A直売所の申し合わせにも基本方針として、安全安心な農産物をおすそ分けの精神で消費者に提供、消費者と生産者の交流、地域活性化の拠点、老若男女の交流、高齢者の生きがいがづくり、ボランティア精神の養成、女性の自立が明記されている。こうした基本方針に基づき、A直売所では利益拡大ではなく、地域づくりを最優先の目的とし、新しい漬物の開発等により「食アメニティコンテスト」で特別賞を受賞した(信濃毎日新聞, 2016)。また、農業体験や食育教育も実施している。

農林水産省の平成21年度農産物地産地消等実態調査結果(2011)によると、全国直売所16,816か所のうち、運営主体は農業協同組合32.1%が最も多く、生産者・生産者グループは28.0%であり、第3セクターや地方公共団体の規模の大きな直売所が出てきている。また、直売所間の競合や、生産者の高齢化や減少に伴い販売額の減少が直売所継続の課題となっている(小柴, 2005)。直売所経営改善マニュアル(都市農山村交流活性化機構, 2010)によると、地域活動であると同時に商売である直売所には、先見性のあるリーダーが必要

であるとされる。長期間にわたって直売所経営を維持するためには会員の協力体制と商売の要素が必至である。

ソーシャルキャピタルとは、「人々の協同行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる。信頼、規範、ネットワークといった社会的組織の特徴」(Putnam, 2000)と定義される。A直売所に関わる会員のネットワークは地域開発と信頼関係、規範を共有する意味で、地域のソーシャルネットワークであることととらえることができよう。しかし、ネットワークとしての直売所に関わることで、住民の生活意識が具体的にどのように変わってきたかはこれまで明らかにされていない。そこで、本研究の目的は、A直売所の運営にかかわったことで生じた会員の変化を明らかにすることとした。

20余年の長期に渡って経営が継続されてきた直売所に関わる会員の認識を明らかにし、農村の地域づくりのための情報提供に貢献するものである。

Ⅱ. 研究方法

1. 研究対象者

A直売所を立ち上げたB氏と、直売所の運営に協力してきた会員および生産物を出荷している会員のうち、調査への協力を同意した者とした。

2. 調査方法

調査期間は2016年8月から10月。調査場所は、対象者の希望に沿い、直売所の食堂及び休憩室とし、プライバシーを守ることに配慮した。インタビューは30分から1時間程度の面接を実施した。

調査内容は、対象者の背景については調査票を用いて自記式記入を依頼し、記入が難しい場合は聞き取りにて記録した。インタビューは半構成的面接の手法を用いて、インタビ

ューガイドにて「直売所にかかわるきっかけ」「直売所と関わりはじめてからの生活変化」「直売所でのかかわりで大切にしてきたこと」「直売所と関わって感じたこと」を設問とし、対象者の同意を得てICレコーダーに録音した。録音の同意を得られなかった場合は、フィールドノートにメモとして記録した。

3. 分析方法

質的・記述的に分析した。記録したインタビューデータから速やかに逐語録を起こし、直売所でのかかわりが会員の生活に影響した内容が語られた文脈を読み取ってコードを作成した。コードの内容を考慮し、抽象度を上げ、カテゴリ、コアカテゴリを作成した。内容の妥当性については、分析を進める過程において共同研究者間で繰り返し検討を重ね、確認を行った。

4. 倫理的配慮

調査対象者には研究の主旨を文書と口頭で説明し、同意を得た。研究協力の自由意思、プライバシーの保護、匿名性、中断の自由などを保障し、不利益のないことを説明した。

本研究は、佐久大学倫理委員会の承認を得て実施した(承認番号20160002号)。

Ⅲ. 結果

1. 研究協力者の概要

研究参加の同意が得られた対象者は9名であった。協力者の概要を表1に示した。男性4名、女性5名、平均年齢67.2(±9.7)歳であった。職業は、農業5名、パート3名、その他1名であった。直売所への関わりは、直売所に関する事業と出荷に関わっている者が4名、出荷のみが5名であった。研究協力者はいずれも地域の役員経験があり、その種類の数は1から7で、内容は、隣組長、公民館役員、保健補導員などであった。

表1 研究協力者の概要

NO	性別	年齢	家族構成	職業	直売所へのかかわり	地区の役員歴の数	主な役員歴
1	女性	60代後半	夫婦二人	農業	直売所に関する事業出荷	7	食生活改善推進員、保健補導員等
2	男性	70代後半	夫婦二人	農業自営業	直売所経営出荷	3	隣組長、公民館役員等
3	女性	50代後半	3世代	パート	直売所に関する事業出荷	2	保健補導員 PTA
4	女性	40代後半	2世代	パート	直売所に関する事業	1	PTA
5	女性	70代後半	夫婦二人	パート	出荷	2	老人会等
6	女性	60代後半	夫婦二人	農業	出荷	2	婦人会長 保健補導員
7	男性	60代後半	1人	その他	出荷	2	隣組の3役、自治会役員
8	男性	70代後半	夫婦二人	農業	出荷	4	隣組長、 交通安全協会等
9	男性	70代前半	夫婦二人	農業	出荷	7	隣組長、 土地改良区担当等

2. 直売所に関わって生じた住民の変化

分析の結果、5つのコアカテゴリ、15のカテゴリが抽出された(表2)。

コアカテゴリを【 】、カテゴリを[]、コードを< >で示す。また、データを「 」、データ中の()は研究者による補足を記した。

1) 【人や地域とのつながりが強まる】

直売所に関わったことで、出荷する会員、経営者、顧客等様々な人との交流が始まり[人や地域とのふれあいが生まれる]場となっていた。「直売所に来るといろいろな人に会える。あの人、どうしたかな…と思っている人にも会えるからね」と、今までの交流範囲が広がり、また、夫婦間であっても「あまり共通の話題がなかったのですが、家族の会話が増えました」と、身近な人との関係にも変化が生まれていた。特に、[人を惹きつけられるリーダーがいる]ことは大きく、学びたい、支援したいとの気持ちが生まれることによって、直売所や人との関わりが強くなっていき、「とにかくリーダーさんたちががんばってやっているの、少しでもお手伝いしていければなあと思っています」と語られてい

た。しかし、反面、[ひと付き合いは難しいこともある]と感ずることもあり、「焼きもちっぽい人があるのも事実。あんなのつぶしてやれ」と、地域の中からの中傷などもあるが、「言いたい奴には、言わせておけ…っていう感じですね」「自然に任せて。来る人は拒まずで。去る人も、無理に追わないで…っていう感じで」との語りから、工夫しながら様々な人と関わっていた。

このような中、直売所を運営している仲間として[支援しあえる関係性が生まれる]ことを感じていた。「(直売所の)当番をやる人がいなくて困ったなあーと思えば、来て下さる方がいて」と、サポート体制が築けるような関係性が作り上げられていき、そしてその場に人を受け入れる土壌を作ろうという姿勢を大切にしていた。

2) 【新たな生き方や生きがい生まれる】

直売所へのお荷や運営参加を通じて「珍しい野菜なんかが届くと、どうやって料理するのか聞いたりね。自分のためにもなった」と自分の学びを感じたり、「年上の人が多いので、年上の人への声掛けや話し方とか勉強に

表2 直売所に関わって生じた住民の変化

コアカテゴリ	カテゴリ	コード
人や地域とのつながりが強まる	人や地域とのふれあいが生まれる	家族の中が深まる
		近所とさらにつながる
		お客さんとつながりができる
		いろいろなひとと新しくつながる
		保育園を通じて地域と関わる
	付き合いは大切	
	支援しあえる関係性が生まれる	いろいろな人に助けてもらっている
		ボランティアとして支えてくれる
		必要とされる受け入れ体制
	人を惹きつけられるリーダーがいる	リーダーから学ぶ
		リーダーを応援したい
	ひと付き合いは難しいこともある	やきもちをやかれる
現状を踏まえて関わらないといけ ない 来る人拒まずだが、無理に追わない		
新たな生き方や生きがいが生まれる	新しい体験はやりがいを生む	自分の学びとなった
		作って売れる楽しみを感じた
		ものが無駄にならなくなった
		お客さんから期待された
	自分のペースで働き、わずかだがお金になる	自分に合ったペースで働ける
		女性が自由にできるお金になる わずかだが生活の足しになる
	直売所の存在が生活のよりどころになっている	直売所を誇りに思う
		多くの人に支えあう喜びを感じる 女性が自由を感じられる場所になっている
	直売所がやりがいになるありがたさ	やりがいがあることへの感謝
		参加者のやりがいを支える
健康や元気を実感する	直売所と関わることで元気でいられる	人との関わりが元気を生む
		良いものを作ることが元気になる
		直売所があると頑張れる
	健康を保てる	体を動かすことが健康的
		遠慮しないで生活できる
		ボケ防止になる 地元のものを食べることで健康にプラスになる
地域の活性化を願う	直売所を地域おこしの拠点にする	高い理想を掲げて始めた
		過疎に歯止めをかけたい
		継続することが大切
	地域全体の動向を把握する	地域住民の生活を知る
		地域の直売所やお店の現状を把握する 生産物の特徴や流行りを把握する
	直売所の活動を広げる	販売品と販売場所の拡大を考える
資金運営の工夫と拡大が必要		
直売所の継続に努める	責任を持って直売所を継続させる	よりよい生産物を提供する責任がある
		支援金を使って展開することができる
		過疎地でも続けてほしいと言われる
		無農薬野菜は扱いが難しい
		責任を担う人材が確保できにくい
	後継者がいなくて困っている	
	野菜販売の工夫をはかることで顧客と生産者をつなぐ	生産者と顧客をつなぐ手紙や料理法のチラシを入れる
		季節の自家製野菜という商品で工夫する
		顧客ニーズを把握してサービスを提供する
		顧客の立場で商品配置や種類を工夫する
お客相手の仕事を覚える 従業員の仕事に対する経営者の工夫		

なった」「いいの(出荷物)ができて、買ってくれる人がいるので、それが生きがい」と、作って売れる楽しみを感じたりお客さんから期待されたりと、楽しみや生きがいを感じていた。このように、会員が直売所に関わることで[新しい体験はやりがいを生む]機会となっていたことがわかった。

また、女性が働く職場として[自分のペースで働き、わずかだがお金になる]体験となっていた。「家からも近いし、学校のことや何か用事があれば調整してもらったり、働きやすい場所です」と都合に合わせた勤務が可能であったり、「ここでの売り上げを頼りにしているわけではないですが、自分のお金なので娘にも何かを買ってやれるのはうれしいです」と、自由になる金銭が手元に入る喜びを感じていた。

そして、「高い理想を掲げて出発した直売所です」「新会員が入って、会員が300人くらいで、こんなに多い直売所は他にはない」と語り、理想を持ち多くの人会員である直売所に関わっていることを誇りに感じていた。さらに、「私が勤めていた時は思い描いていたのとは違う生活だった。不満じゃないけれど、でもどうしようもなかった。今の女性はこうやって自分たちでいくらでも生活を変えられる」「(直売所とかかわっていることで女でも)自由に家を出たり入ったりできるから、今が一番」と、直売所の関わりが女性の新たな生き方や自立の一助となっていた。また、「皆さん来て、何らかのやりがいがあってここに見えるよね。それがすべてです」と語り、[直売所がやりがいになるありがたさ]を感じていた。

3) 【健康や元気を実感する】

直売所と関わることで、健康の保持にも良い影響を受けていると感じていた。「話をすることが元気のもとですね。気持ちのはけ口になっているというか」「私と夫の生活を充実させてくれているのも意欲からだと思いま

す。よいものを作る意欲が毎日を充実させる」との語りから、精神的な健康につながっていると感じ、また、「ここへ来ることによって、お年寄りが元気でいられるって、それが一番のポイントですね」と、高齢者にとって活力を得る場となっていることがうかがえた。また、身体的な[健康を保てる]とも感じていた。「何もやらないでいたら、やはり体も鍛えられないし、健康的じゃない」「直売所も、生活リズムを作るのに、たいへん役立ってます」「ほけないでいられるのも、直売所のおかげだからってね」と語られ、直売所との関わりが体を動かすことやほけ防止など健康面でのプラスになっていると感じていた。

4) 【地域の活性化を願う】

[直売所を地域おこしの拠点にする]思いを持って活動を進めてきたことが語られた。「ここは、当初から設立の理念というか、地域とのつながりを大事にしてきたんで」「(ここが)地域おこしの拠点であることは、間違いありません」と、この直売所は当初から地域とのつながりを考えて運営されていた。そして、人口が増える要素が見出しにくい地域で、[地域全体の動向を把握する]活動をしながらか、直売所がどのような役割を果たせばよいかを試行錯誤していることがうかがえた。例えば、中小企業活性化支援金などの公的な資金を活用した取り組みや、大規模なスーパーでの直売コーナー、駅構内の土産物販売所、地元の温泉への出荷など、[直売所の活動を広げる]取り組みをしていた。

5) 【直売所の継続に努める】

この直売所が地域に貢献する存在になるためには、[責任を持って直売所を継続させる]ことが重要であり、質の良い品物の確保や、スタッフ間での責任を共有する働きかけもされていた。「品質には注意しています。お客に買ってもらって、見てもらうものですから傷はないか、虫はついていないかには注意しています」との語りや、「お当番に来ている若

い子に『責任もってやってくんない?』っていうと、みんなやだっていうんですよね。だから同じ加工でも責任者になるとね。手伝いにはきますけど、責任ある仕事はやだよって」と、会員同士で責任を共有する働きかけもされていることがわかった。

また、様々な工夫をしながら運営していることが示された。「俺は出す(出荷する)。だから、その中に手紙とかを書いて入れて『こんな風にやっています』ということをやれば、向こうも、美味しかったとか…まあ関係性は作れると思うんだけど」と顧客に働きかける工夫をしたり、「ほうずきなんかはあまり作る人いなくて。都会の人はよく知っているわけですよ。レストランに出すとワンパックで1000円とかそのくらいで、出るわけだ」と、都会の顧客を意識した品ぞろえに取り組んだり「野菜販売の工夫をはかることで顧客と生産者をつなぐ」取り組みがされていた。

IV. 考察

直売所を通じて【人や地域とのつながりが強まる】【新たな生き方や生きがい生まれる】、そして【健康や元気を実感する】という3つの変化をもたらしていた。そして、【地域の活性化を願う】思いが3つの変化を可能とし、3つの変化の好循環がさらに【地域の活性化を願う】という思いを推進していた。また、これらの循環を維持するためには、経営者を中心とする会員は【直売所の継続に努める】ことが重要であると考えられた(図1)。

考察では、初めに3つの変化について論述し、【地域の活性化を願う】というビジョンの重要性、最後に【直売所の継続に努める】必要性について論述する。

1. 人とのつながり、生き方や生きがいは健康と関係する。

人とのつながりと健康について島貫ら(2007)

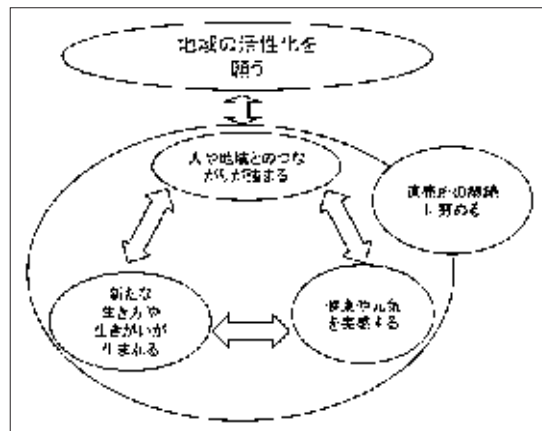


図1 直売所に関わって生じた変化

は、ボランティア活動参加を通じての人とのかかわりがその人の健康にポジティブな影響を与えていたと報告している。また、生きがいと健康については、星ら(2009)は、日々の生きがいが多いほど主観的健康観が高まったと述べている。さらに、人のつながりと生きがいの関連について近藤、鎌田(2004)は、女性については日々の活動量の多い人のほうが生きがい感は大きく、80歳以上で生きがいに関連する重要な項目は社会的外向性であったと述べている。以上のように、人との関わりや生きがいは健康に影響を及ぼし、生きがいはまた、人とのつながりにより得られるといった相互の関係を持っており、今回の研究から得られた3つのカテゴリ【人や地域とのつながりが強まる】【新たな生き方や生きがい生まれる】【健康や元気を実感する】も、相互に関連しあいよい循環をもたらしていると考えられた。

人口減少傾向にある地域において、住民に良い変化を生じさせていた要因の一つに、農産物直売所という場が影響していると考えられる。農産物直売所は地元で収穫した野菜や果物、花などを直接販売する場であり、そこに出荷している住民にとって「自給農作物の余剰が販売できる」「規格や数量に拘束されずに出荷できる」(辻, 2007)等のメリットのように、おすそ分けの精神でできる。また、

農業は定年がないため、今まで積み上げてきた農業の知識や工夫がそのまま活用できる。農産物の直売所は日頃携わっている農業の延長上に存在しているため参加しやすく、また、地元であることで昔からの人間関係の風土や地域性を承知して関わっていける意味で、直売所は気軽に参加できる場である。また、住民にとって新たな刺激をもらう場になっていた。例えば、良いものをつくる工夫など教えあうことで役割を感じたり、自分のうまいかないことを教えてもらったりと、農業を通じての学習の場として存在していた。そして、良い農産物ができることでともに喜びを感じられることなども、やりがいにつながる。特に、長い間農業に関わってきた高齢者はその知識や工夫をより活用できる場となり、齊藤(2008)が述べているように、直売所での他人の役に立つという体験は高齢者の生きがいに結びつくと考えられる。

一方、女性が直売所を通じて社会参加することは、地方における女性の活動範囲を広げることにつながっていくと考えられる。「私が勤めていた時は思い描いていたのとは違う生活だった。今の女性はこうやって自分たちでいくらでも生活を変えられる」と語られているように、女性が自分の意志で自由に生産し販売できることは、女性の新たな生き方を経験する場となる。長野県健康長寿の要因分析(長野県健康長寿プロジェクト・研究事業研究チーム, 2015)によると、65歳以上の男性の就業率は平均寿命及び健康寿命との間に有意な正の相関が認められており、また、女性においては社会活動・ボランティア参加率と健康寿命との間に正の相関が認められている。農村における直売所は、その存在を通じて住民が仕事を持つことや、社会活動に携わる機会を作ることとなり、その地に住む住民ひとりひとりの心身の健康に寄与する資源の一つになると考えられる。

2. 直売所を地域の活性化の拠点としたいというビジョンを持つ

今回調査したA直売所は、20年前の開設時から地域活性化の拠点となる基本方針を明記して取り組んできた。このようなビジョンを持って進めてきた活動であるからこそ、人とのつながりや生きがい・やりがいとなり、健康につながる変化を起こしていると考えられる。理念やビジョンを描くことは、目的を明確にし、活動の質に影響を与える(宮崎, 2003)。また、住み続けられる街づくりという永続的な目標を持った経済活動は、住民の将来の世代の暮らしを持続可能な形で改善する方向に進んでいくと言われている(国連開発計画, 2015)。A直売所もまた、地域の活性化をビジョンに掲げ、会員同士がビジョンを共有して活動を実施していた。人がつながり、人に生きがいを与え、健康に影響を与えていく循環は、このビジョンの存在が大きいと考えられた。そして、直売所においてビジョンの共有や生きがいやりがいを体験した会員が活動していくことで、会員は直売所の存在の在り方や重要性を理解し、直売所への思いをまた新たに認識するという循環の中で、その地域や住民に合った特有なネットワークが構築されていく関係性が存在することが示唆された。

3. 活性化の拠点となるために必要な直売所の運営・継続

農産物直売所を通じた地域の活性化を図るためには、その拠点となる直売所の運営を継続させる必要がある。しかし、理念を継続しながら直売所を運営していくことは容易なことではない。佐藤, 齊藤, 若山, 芳賀(2016)は、コミュニティにおける住民のエンパワメントの変化に影響を及ぼす存在として、地域への影響力が強いリーダーと一般から選出されたコアメンバーの存在は大きく、取り組みの広がりや継続性を支える一因になると述べている。A直売所を立ち上げたリーダーは、会員

が共有できるビジョンを掲げ、そして伝えながら経営を継続するという役割を果たしていたと考える。また、インタビュー対象者が全員地区の役員を経験していたが、その経験が地域活性化を意識することに貢献した可能性がある。

多賀谷, 北山, 深山, 那須, 吉村(2011)は、グループで農業活動を進めていくためには地域のアイデンティティの強さも大きな要素であると述べている。直売所が地域と密着した存在となり、その継続を可能にするためには、常に地域の情勢を見据えながら、課題を探り、地域にあった進め方を模索していくことが必要である。また、井上, 渡辺(2015)は農村部の特性について、「農業から生み出される資源を上手に生かすという地域の知恵が集積されているという特性を持っている」と述べている。そのように考えると、農産物直売所は、地方の農村地域におけるソーシャルキャピタルを醸成するためのネットワークの強まりを可能にする場であると考えられる。

4. 研究の限界

本研究結果は、開設当初から地域の活性化という基本方針を掲げ取り組んできたA直売所を対象としたもので、他の直売所に適応できるものではない。しかし、地域で長期間運営を継続してきたA直売所の特性は、地域づくりに貴重な情報を提供するものと考えられる。

謝辞

本研究を実施するにあたり、調査にご協力いただきましたA直売所経営者様をはじめとする会員の皆様に深く感謝申し上げます。

文献

Berkman, L. F. Syme, S. L. (1979). Social

networks, host resistance, and mortality: a nine-year follow-up study of Alameda County residents. *American Journal of Epidemiology*, 109(2), 186-203.

星旦二, 栗盛須雅子, 猪野由紀子, 高橋俊彦, 長谷川卓志, 巴山玉蓮, ……長谷川明弘(2009). 都市在宅高齢者における緑に関連する楽しみと生きがいの実態と主観的健康観との関連. *厚生指標*, 56(4), 16-21.

井上智代, 渡辺修一郎(2015). 農村における健康に資するソーシャルキャピタルの質的分析. *日本公衆衛生学会誌*, 63(5), 723-733.

川崎澄子(2014). 女性力で魅力ある店づくり・商品づくり, 活動紹介. *全国農産物直売ネットワークだより*, 18(1), 6.

国連開発計画(2015). 持続可能な開発目標(SDGs), 2017/9/15, <http://www.jp.undp.org/content/tokyo/ja/home/sdg/post-2015-development-agenda.html>

近藤勉, 鎌田次郎(2004). 高齢者の生きがい感に影響する性別と年代から見た要因. *老年精神医学雑誌*, 15(11), 1281-1290.

小柴有里江(2005). 課題へのアプローチ, 農政調査委員会, 農産物直売所とインショップの存立構造. *日本の農業第1部*, 232.

宮崎紀枝(2003). 事業開発過程における保健師のマネジメント. *日本地域看護学会誌*, 5(2), 34-42.

長野県健康長寿プロジェクト・研究事業研究チーム(2015). 長野県健康長寿プロジェクト・研究事業報告書～長野県健康長寿の要因分析～, 2017/9/10, <https://www.pref.nagano.lg.jp/kenko-fukushi/kenko/kenko/documents/mokuji.pdf>

農林水産省農村振興局農村政策課(2008). 農村の現状と進行施策の展開方法. 過疎問題懇談会資料, 1-25.

農林水産省大臣官房統計部生産流通消費統計課消費統計室(2011). 農産物地産地消等実態調査, 2017/12/10, <http://www.maff.go>.

- jp/j/tokei/kouhyou/tisan/
農林水産統計部(2005). 2005年農林業センサス第7巻農山村地域調査及び農林集落調査報告書, 利用者のために. 19.
- 長田久雄, 鈴木貴子, 高田和子, 西下彰俊(2010). 高齢者の社会的活動と関連要因: シルバー人材センターおよび老人クラブの登録者を対象として. 日本公衆衛生雑誌, 57(4), 279-290.
- Putnam, Robert, D. (2000) / 柴内康文訳(2006). 孤独なボウリングー米国コミュニティの崩壊と再生. 14, 柏書房.
- 斎藤静(2008). 高齢者における生きがいと適応に関する研究ーネットワークの観点から一. 現代社会文化研究, 41, 63-75.
- 櫻井清一(2008). 農産物直売組織の組織再編過程ー直売運営組織と生産者の関係性, 農産物産地をめぐる関係性マーケティング分析. 農林統計協会.
- 佐藤美由紀, 齊藤恭平, 若山好美, 芳賀博(2016). アクションリサーチによる地域高齢者の社会参加促進型ヘルスプロモーション・プログラムのプロセス. 老年社会科学, 38(1), 3-14.
- 島貫秀樹, 本田春彦, 伊藤常久, 河西敏幸, 高戸仁郎, 坂本譲, ……芳賀博(2007). 地域在宅高齢者の介護予防推進ボランティア活動と社会・身体的健康及びQOLとの関係. 日本公衆衛生学会誌, 54(11), 749-759.
- 信濃毎日新聞, 農山漁村の女性ら対象食のコンテスト佐久の直売所特別賞を受賞, 4月12日2016.
- 多賀谷昭, 北山秋雄, 深山智代, 那須裕, 吉村隆(2011). 中山間地域における女性高齢者によるグループ農業の成立条件. 信州公衆衛生学会誌, 6, 40-41.
- 都市農山村交流活性化機構(2010). 農産物直売所経営改善マニュアル, 42.
- 辻和良(2007). 農家グループ直売所の魅力・問題点とその対応策. 和歌山県農林水産総合技術センター農業試験場成果100選, 2017/9/10, <http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/070109/gaiyou/001/seika/Taro-044.jtd.pdf>