

参加と対話によるヘルスプロモーションモデルの創出

(1) 食・農・エコ環境協働活動

山内エコクラブ ○竜王真紀 井阪尚司

【目的】住民へのヘルスプロモーション戦略では、地域のニーズに合わせ、異なった社会・文化・経済システムを考慮に入れた多部門からの社会生態学的アプローチが必要である。当エコクラブは、誰もが参加でき、対話を重視した健康的な地域づくりを目指しているが、今回農業とエコ環境を融合させた「いきものみつけファームプロジェクト」を開始した。この事業のヘルスプロモーション的要件を、公衆衛生の視点から検討したので報告する。

【方法】①概念化と事業根拠：オタワ憲章のヘルスプロモーション5つの優先課題との整合性検討 ②参加者の価値判断検討：参加者のヒアリング ③公共政策化と産業化モデルの検討

【結果】①本プロジェクトの目的には「食・農と環境を結びつけた安心・安全な農作物の生産を通じて、持続可能な社会を構築すると共に、個人・地域の健康増進に寄与する」とあり、「健康的公共政策」「支援的環境創造」「地域活動展開」「個人的スキルの向上」などのヘルスプロモーション要件を満たしている。②地域住民の反応は、積極的参加者、傍観者、批判者など多様であったが、「いきものみつけファーム」や、郷土料理の「おむすびの会」、介護予防ハンドベルサークル「ふらんしーず」など、誰もが参加できる機会を提供した結果、テーマごとに参加者は増えつつある。参加者は地域内外で公的な活動の場を増やすことで、自信や生きがいを持たたという声が聞かれた。③これらの活動は産官学民の協働事業として、健康づくりや介護予防として認知されている。④地域での定着化にはビジネスモデル化と経済的实践としての付加価値化による経済モデルとしての6次産業化や商品の発信・流通・デザイン・人的交流・感動と体験等の取り組み課題が見えてきた

⑤健康的公共政策に寄与するには、住民参加→対話→作業→問題解決→価値創造→対価→楽しみ→自信→生きがいへと発展循環させる必要がある。

【考察】ヘルスプロモーションは、保健医療だけが入り口ではなく、人が学び、働き、遊び、愛し合う毎日の生活すべての場面において人々が参加し、楽しく活動する中で健康を創造できるのである。当クラブが基調とする“先人が工夫した知的遺産”とヘルスプロモーションの構造化や生業への付加価値付け(六次産業化)も視野に入れながら、交流・体験・活動・発信できる支援を続けていきたいと考える。