

ビジュアル・ナラティブ—視覚イメージで語る

メンタルヘルスマガジンの表紙になる

—精神障がい者の自己開示とリカバリー—

小平朋江*・丹羽大輔**・いとうたけひこ***

* 聖隷クリストファー大学・

** 認定 NPO 法人 地域精神保健福祉機構 (コンボ) 『こころの元気+』・

*** 和光大学現代人間学部・心理教育学科

1 精神障がい者の精神障がい者による
精神障がい者のための雑誌

1. コンボについて

みなさんは、メンタルヘルスマガジン『こころの元気+』という雑誌をご存知だろうか。『こころの元気+』は NPO 法人地域精神保健福祉機構 (通称=コンボ) が発行している月刊誌である。

コンボは、職種や属性のような立場にこだわらず、精神保健福祉の向上をめざす団体として、2007年に創設した団体である。創設時に、コンボの理念を「精神疾患をもつひとたちが主体的に生きていくことができる社会のしくみをつくりたい。そのために、私たちは、地域で活動するさまざまな人たちと連携し、科学的に根拠のあるサービスの普及に貢献をする」とした。そうした理念のもと、出版活動・精神保健福祉についての研究活動などを行っている認定 NPO 法人である。

2. メンタルヘルスマガジン『こころの元気+』

とは

『こころの元気+』の読者対象は、精神疾患をもつ人 (以下=当事者) 全般、およびそのご家族を想定している。しかし、実際には、病院の関係者、学校関係者などの専門職の方にもかなり広く読まれている。

雑誌の基本的な方針は、「ささいな日常生活のことから、医療情報まで、当事者や家族が抱える悩みを広くあつかう」、「できるだけ最新のそして正確な情報提供をこころがける」だ。

そして一番重要なことは『こころの元気+』の編集は、当事者の視点に寄り添うものであること、そして「リカバリー」という考え方が根底に横たわっていることである。リカバリーについては、後述する。

この雑誌の最大の特徴は、当事者が主役である、ということだ。

まず、表紙だが、これは全員、精神疾患をもつ当事者の方達である。もちろんプロのフォトグラファーが撮影している。フォトグラファーは撮影するときに、その方の病気のことに関心があるわけではないので、その人の健康な部分がどんどん引き出されていく。そのため、この表紙には、その人達の健康な部分がよく現れていると多くの人たちから評価されている。

文章の中身も、当事者が書いたものが 80%、専門職の人の文章は 20% である。このなかで、当事者たちは、実にさまざまな体験を書いて下さっている。創刊号から、2017年2月号まで、のべ 4,317 人の当事者の文章が掲載されている。

当事者が書いた体験談には、読者がいろいろと気づかされるのがたくさん埋め込まれている。

精神疾患を患った人たちは、さまざまな挫折を体験している。そうした人生のどん底状態から、徐々に自信をとりもどし、自分を肯定できるような状態になっていくプロセスは、読者にとっても自信と勇気を取り戻すきっかけとなりうるのである。

この雑誌を読んだ人の感想として、「読んで元気になった」というものだけではなく、「勇気ももらった」というものも、とても多いのが特徴である。「勇気ももらった」という感想は、精神疾患を患うことで、たとえば、ちょっとしたことにチャレンジをする気持ちすら、失われてしまう人が多いことを指し示しているのではないかと感じる。

3. 『こころの元気+』表紙の意味するもの

2007年1月に創設したコンボは、『こころの元気+』を同年3月から発行することを決めていた。雑誌の内容とタイトルが論議の末に決まったものの、表紙をどうするのかがなかなか決まらなかった。当事者の描いたイラストや絵画、心和む自然の風景、季節感のあるボタニカルアートなど、さまざまなアイデアを検討したが、どうにも雑誌のコンセプトに合致するものではなかった。そう思ううちに発行までのタイムリミットが迫っていた。

書店に並ぶ雑誌の多くは表紙がモデルやタレントなど人物の写真である。しかしコンボにはモデルさんを雇うお金はない。どんな表紙にするのかが、なかなか決まらないまま時間が過ぎたが、ある日、編集長がふと手にした育児雑誌をべらべらとめくっていた。育児雑誌なので、表紙はもちろん赤ちゃんの写真である。その雑誌の中に、「読者モデル募集」の広告を見つけたときに、「この手があった！」とひらめいた。さっそく、編集長が理事達にそのアイデアを伝えたところ、全員が即座に表紙を読者モデル——すなわち精神疾患をもつ当事者の写真でいくことが決定した。

もし、ファッション雑誌を創刊するのであれば、その編集者は何も迷うことなく、モデルさんを表紙写真にするはずである。しかし、偏見 (スティグマ) がつきまとう精神疾患を扱う雑誌の表紙に

当事者を起用することは、その当時、いや、もし今現在創刊をしたとしても、なかなかそのアイデアはうかばなかったはずである。

では、NPO 法人コンボはなぜ、当事者を表紙に起用することに、ためらいがなかったのか。この雑誌を創刊した 2007 年当時、地域精神保健福祉に関わる人たちは、「当事者の時代が来つつある」ことを肌で感じ始めたころだった。それまでは、医師や精神保健福祉士などの専門職、家族などが地域を変える運動の担い手の中心であった。しかし、当事者たちが徐々に力をつけ、NPO 法人コンボが創設された 2007 年前後には、これから当事者たちが顔を隠さず、地域で普通に暮らす時代のうねりがやってくることを多くの関係者が実感し始めていたときだったのだ。

そして、プロのメイクアップアーティストにメイクをしてもらい、プロのフォトグラファーが撮影するかっていい表紙は、きっと多くの読者が「自分も写真を撮ってもらいたい」と感じ、モデルの応募者は絶えることはない、と予想をし、この表紙でいくことをスタートさせた。

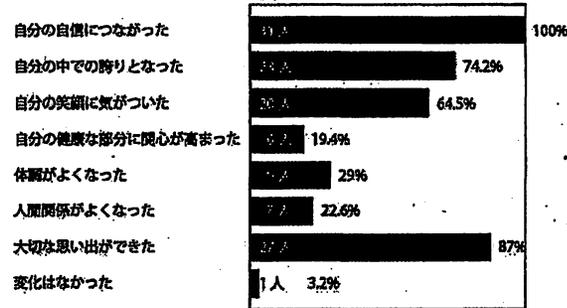
コンボが表紙写真でこだわったことがいくつかある。①プロのメイクアップアーティストによるメイクとプロのフォトグラファーによる写真、②撮影のスタジオは青山。まず、かっていい写真で表紙を飾るということは、本人の魅力を最大限引き出し、本人の自信にもつながる。また、全国から来てくれるモデルさんにとって、東京の青山で撮影をしたということは、一生の思い出になると思ったからである。(図 1)。

4. 『こころの元気+』のコンセプト

『こころの元気+』は、精神疾患をもつ本人 (当事者) の視点に立った紙面作りこだわってきた。なぜならば、精神保健・医療・福祉の現場は、当事者を管理するような視点で関わる側面がまだまだ主流となっている。これは、少ない人員で患者を管理する精神科特例の影響のもとに形成された精神科病院内の文化が残っているからだ。

その結果、当事者の人たちは、周りの人から、「あ

表紙モデルをした後の変化について



調査期間 2017年6月13日～6月30日のネット調査 有効回答数31人
調査方法 表紙モデルをした方への呼びかけ、WEBによる調査票にて記入してもらった。

図1 表紙モデルになったことの効果 (31人)

れはいけな」「これはやめたほうがいい」といわれ続けるような、チャレンジのない、無難な人生が当たり前だと思えるような生き方をしている人が多くなってしまふ。それは、あたかも、人生という自分の車を他人に運転をしてもらっているような状況を生み出している。人生という車を自分自身で運転をする、という「当たり前」の状況をつくること——それがこの雑誌の目的である。このことを精神保健福祉の領域では近年「リカバリー」といっている。そうした雑誌にするために、一番効果的なことは、たくさんの体験談を掲載し続けることだと思っている。

II ビジュアル・ナラティブの視点から

ここからは、『こころの元気+』を研究的な視点で、ビジュアル・ナラティブを切り口にして、その意義を考えたい。

やまだ・木戸 (2017) は、ビジュアル・ナラティブとは、『「視覚的イメージ」と「広義の言語による語り」の両方のメディア (媒体) を相互交流するメディアミックスを含む概念でもある』と述べ、「狭義の言語とは異なる特徴をもつ、優れた語り様式」であり、「言語によって構成される時間構造や概念枠組を超え、イメージを飛躍させ、感性や感情の伝達を容易にし、異文化コミュニケーションに威力を発揮する」と述べている。

笠井 (2015) は、回復には、「本人と支援者が理解を共有するプロセスが重要」で、「脳科学や発達疫学的手法だけでは限界があり、… (中略) …リカバリーのプロセスを歩んだ体験者の語り (ナラティブ) から学ぶことが必要」とした。

小平・いとう (2012) は、精神障がい者の体験の語りを、看護学や心理学において「ナラティブ教材」として教育的活用を展望し、メディアの種類に着目して7つに分類した上で統合失調症の闘病記217冊のリストを作成した。『こころの元気+』は7

つの分類において、「定期刊行物」に位置づけ、表紙に当事者が素顔で登場し (図2参照)、その語りから病いの経験を知ることができ、病名や発症の経過を語ることは、病いと共に生きるお互いの姿が見え、病いの経験がどう語られるか知るきっかけになったと意義づけた。

病名や自分の素顔の開示は勇気のいることだが、当事者が表紙のモデルであり、多様なリカバリーの語りの共有を可能にしている。モデルになる経緯を記した記事「私モデルになっちゃいました!」には、モデルになる動機や理由と、本人のリカバリーが密接に関連することが読み取れる。モデルで登場する当事者は、素顔の写真とともにどのように病いの経験を自己開示するのか、当事者視点から明らかにしたいと考えた。研究1で表紙モデル100記事における話題の特徴について、そして研究2で表紙モデルになる動機と理由の特徴について明らかにする。2つの研究に取り組んだ。2つの研究の倫理的配慮として、分析対象は一般に出版・公開されている雑誌であり、著作権に配慮し著者の表現や言葉などを改変せず、引用部分を明示し、出典を明記した。

III 研究1:『こころの元気+』の表紙モデル100記事における話題の特徴

1. 目的

表紙に当事者がモデルとして登場した「私モデルになっちゃいました!」の記事のテキストを分析することで、リカバリーをしている人の語りの特徴を明らかにする。

2. 研究方法

①分析対象

創刊2007年3月号 (通巻1号) ~ 2015年7月号 (通巻101号) までに発表されたモデルの人たちの、「私モデルになっちゃいました!」100記事の全文を対象にテキストマイニング分析した。

②分析方法

テキストの量的分析にはText Mining Studioを用い、単語の出現回数の多い表現を集計した。この方法により、どんな言葉が頻繁に使われ、多く話題にざれていることは何か、などを知ることができる。テキストマイニングとは、集められたテキスト (文章) からマイニング (発掘) する、という意味である。

3. 結果

①モデルで登場した人の背景の特徴

100記事の中に、「統合失調症」(44)、「精神分裂病」(1)の記述があった (カッコ内は記事数を示す)。

②単語頻度分析: 使用頻度の多い形容詞と名詞

特にリカバリーしている人の気持ちを知られたので形容詞に注目した。出現頻度の多かった形容詞の単語は、「よい」「楽しい」「うれしい」などであった。名詞では上位に、「統合失調症」が出現し、「薬」「夢」「病院」などがあつた。

③モデルで登場した人たちの語りの例

原文に戻り、実際にどのように語るかを確認した。形容詞の「よい」「楽しい」「うれしい」、名詞の「統合失調症」を含む原文の例は以下の通りである。

1) 「よい」「楽しい」「うれしい」をどのように語るか: 「病気をもって今はよくなったと思うからです」 (菅原俊光さん, 2013年6月号)、「私が統合失調症と言われたのは、二〇代前半でした。

何回も入退院をくり返しましたが、今は毎日楽しくデイケアに通っています」 (藤崎伸一さん, 2008年9月号)、「夢は、自分が体験したつらさを、苦しんで人のお役にたてられたらうれしいです」 (沼田大市さん, 2013年8月号)

2) 「統合失調症」をどのように語るか: 「統合失調症の当事者として、サービス提供者に働きかけをしております」 (古川奈都子さん, 2008年3月号)、「私は、統合失調症です。看護師として、大学病院に正職員で勤務していた時期もあります」 (伊藤克子さん, 2010年2月号)、「私たちは、統合失調症です」 (小林竜也さん・宗田千麗さん, 2011年4月号)、「ボクの父ちゃんと母ちゃんは、統合失調症という病気なんだって」 (中田孝博さん・幸さん・心くん, 2013年4月号)、「統合失調症ですが、5年位前から注射のおかげで薬もずいぶん減り、症状も幻聴がなければ病気でないのかと思うくらいよくなりました」 (佐々木長英さん・池田智香さん, 2014年8月号)

4. 考察

記事の内容は、モデルになった経過や理由、撮影中のワクワクした気持ち、これまでの人生の振り返りなどが述べられていた。分析結果より、記事の表現の特徴から、リカバリーをしている人は、病いととも生きる経験をポジティブに捉え、その経験を人々と共有したい思いから、社会に発信している人が多いことが示された。Ridgway (2001) のいう、病いからくる苦勞にめげずに、自らの体験を残すことが当事者の重要な役割だとする「サバイバー・ミッション」が多くの撮影参加者にみられた。表紙モデルの表現活動がリカバリーにとって同様の意義をもつと指摘できる。家族やパートナーと一緒に登場し、記事が執筆されている場合もあり、同様の境遇にある家族にとっても、これから家族を作ろうとしている人にとっても、病いととも生きる家族のイメージを持つことを可能にしてくれる。

IV 研究2:『こころの元気+』表紙モデルになる動機と理由

表1 表紙モデルになった動機や理由

全体テーマ	カテゴリー	サブカテゴリー	語りの例
人に伝えたい自分がある	人のためになりたい	勇気・希望を持って前向きに生きてほしい思いを伝えたい	病気でも、私たちのように、イイおつきあいをしたり、結婚等もできるということを皆さんにも伝えたくて、表紙モデルに応募しました。(小林竜也さん・宗田千麗さん, 2011年4月号) 親のすずめと、少しでも病気に対する偏見(怖さ等)をなくしたいという願いからです。病気になる前後のモラトリアムな時代から、友人や親戚などと疎遠になり、もどかしかった経験から、病気になっても前向きに過ごしている姿を見てもらい、親近感を持ってもらえたらなと思いました。(清水香奈さん, 2013年1月号)
		自分が関わっている当事者活動について知ってもらいたい	表紙モデルに応募した目的は、自分がネット上で運営する「こころらじお」のPR(小熊俊雄さん, 2011年11月号)
	自分を知ってもらいたい	自分の笑顔を見てもらいたい	いま現在の自分の笑顔を残しておきたかったからです。(川北誠さん, 2009年5月号)
		学んでチャレンジして参加すること	私の大好きな友人の渡邊恵子さんが2013年12月号の読者モデルになったからです。私も負けていられないと思い、私もなれたらいいという気持ちが湧いてきたからです。(小野弘美さん, 2015年5月号)
		回復した姿を見てもらいたい	今回表紙の撮影に挑んだのは、ここまで回復した自分の姿を見てもらいたいという想いがあります。(伊澤吉弘さん, 2013年10月号)
		新しい自分になる	新しい自分になるきっかけともしたいと考えて応募しました。(小林由樹さん, 2007年8月号)
		感謝の気持ちを伝えたい	この元気なモデル姿は、家族や職場の方々、私を見守ってくださるすべての方々に感謝の気持ちとして見せたいと思います。(吉野比抄子さん, 2008年12月号)
		あこがれと夢を実現する	私は小さい頃から、本の表紙になるのが夢でした。(山崎治子さん, 2012年9月号)
		誇りと自信	何かを感じたからです。…(略)…私はモデルになれたことを誇りに思いますし、これから自信をもって生きていきたいと思っています。(藤崎伸一さん, 2008年9月号)
		生きた証し	文章とは違った形で「自分が生きた証」を残したい!と思ったからです。(藤澤正志さん, 2008年11月号)



人のためになりたい

自分を知ってもらいたい

人に伝えたい自分がある

図2 自己開示とリカバリー

4. 考 察

モデルになった動機や理由の分析で得られたカテゴリー〈人のためになりたい〉と〈自分を知ってもらいたい〉は、【人に伝えたい自分がある】ということであり、向谷地(2015)が「自分の言葉で語る事ができた時に回復がはじま」としたことに通じる。言葉で語る行為を通して社会に発信することは、当事者・支援者の境界を越え、社会が多様なリカバリーを理解し共有できることを可能にする。『ココロの元気+』が、このような場やきっかけを作ることで、当事者と社会とを結びつけていると考えられる。表1と図2に登場する小野弘美さん(2015年5月号)の語りでは、表紙モデルとしての友人のカミング・アウトと回復の姿を見ることがきっかけになり、自分の回復をイメージしての新たな人間関係への参加とチャレンジであり、当事者自身が他者の回復に貢献することが示されている。

V 総合考察

2つの研究により、リカバリーの姿が、記事によるテキストと表紙によるビジュアルイメージの両方で表現されていることを示した。

やまだ(2015)は「ビジュアル・ナラティブは、『もの』を媒介に入れた三項関係になる。二人が対

面するのではなく、並んでおなじものを見る関係をつくることで、互いの協働作業としての語りが生まれやすくなる」とした。

やまだ(2015)の三項関係ナラティブのモデルを拡張して、『ココロの元気+』の表紙モデルの仕組みの意義を考察してみたい。撮影の際はスタジオに丹羽が同行し、表紙の写真を選ぶために、当事者と丹羽とで画面を一緒に見て語り合いながら、どの表情や笑顔が良いか選んでいく。この交流が、病気を抱えながらも当事者自身の健康な面に焦点を当てて語り合い、リカバリーのプロセスを楽しむことを大切に、「リカバリー(回復)はディスカバリー(発見)である」の認識に通じるものと考えられ、「並んでおなじものを見る関係」(やまだ, 2015)といえよう。同時に、このことは、やまだ・木戸(2017)のいう、ビジュアル・ナラティブは、「狭義の言語とは異なる特徴をもつ、優れた語り様式」に通じるものであり、ビジュアル・ナラティブによる三項関係ナラティブを実現した姿であると考えられる。丹羽の作り出した仕組みは、精神障がいからの一人ひとりのリカバリーが多様なあり方を、当事者・家族・支援者など、さまざまな立場の読者にとって、「モデル」として共有することを可能にしているといえよう。

1. 目 的

当事者が表紙モデルになる動機と理由を分析し、リカバリーをしている人の語りの特徴を明らかにする。

2. 研究方法

①分析対象

分析対象は研究1と同じで、100記事中、28記事にはモデルになった動機や理由の明確な記述があり、その内容を分析の対象とした。

②分析方法

28記事から動機や理由を記述している部分を抽出し、意味内容を読み取りながら意味の類似性に沿ってカテゴリー化を行い質的に分析した。

3. 結 果

28記事の中からモデルになった動機や理由は30の記述が得られた。その記述例を表1に「語りの例」として示し、図2では表紙例と対応させた。

①モデルになった動機や理由

ビジュアル・ナラティブの観点から、注目したいモデルになった動機や理由の「語りの例」を表1に示した。

②語りから得られたカテゴリー

表1に示すように、10のサブカテゴリーで構成され、それらがさらに2のカテゴリーに集約された。2のカテゴリー〈人のためになりたい〉〈自分を知ってもらいたい〉について、さらに、その意味内容を検討した結果、【人に伝えたい自分がある】に集約され、これを28記事から得られた、モデルになった30の動機や理由における全体テーマと位置づけた。

Riessman (1965) はヘルパー・セラピー原則を提唱した。これをうけて Gartner & Riessman (1977/1985) は、ヘルパー・セラピー原則を、「援助をする人がもっとも援助を受ける」として、次のように3つのメカニズム、1) 援助者は依存的であることが少なくなる。2) 同じような問題をもつ人のことで苦闘するなかで、援助者は自分の問題を距離をおいてみる機会が与えられている。3) 援助者は援助の役割をとることによって社会的に役立っているという感じをもつことができる、を説明した。研究2の表紙モデルになった動機や理由の分析では、同じ経験をもつ人たちの助けになりたい思いが確かめられ、*「人のためになりたい」*の категория が得られた。加えて、前述の表紙モデルをした人に対するコンボの調査では、表紙モデルをした後の変化について、「自分の自信につながった」(100%)、「自分の中の誇りとなった」(74.2%) という結果が得られている。つまり、モデルになった人は、当事者であり支援者であり、自分のリカバリーの物語で*「人のためになりたい」*という思いから、自分の姿・表情・言葉での語り、他者への支援となり、自分にとっては、自信や誇りを取り戻し、自分を助ける(自分の援助)ことになる。リカバリーをめぐる、*「人のためになりたい」* 思いを表紙モデルとして表現することは、「援助をする人がもっとも援助を受ける」というヘルパー・セラピー原則のメカニズムに通じる根拠になりうると言えるのではないか。

表紙モデルという、素顔の開示と精神障がいからのリカバリーの多様な物語があるビジュアル・ナラティブにより、リカバリーのあり方のヒントを知ることができ、当事者にとっても社会にとっても新たな可能性を導くものである。

VI おわりに

小平・いとう (2017) は当事者研究において、自己開示 (Uncovery) と発見 (Discovery) と回復 (Recovery) の UDR サイクルがあることを提唱した。表紙モデルになることも、「人に伝えたい自分がある」という自己開示、メイクアップアーティ

ストとフォトグラファーによるかっこいい自分の発見、表紙になったことによるその後の回復という UDR のプロセスがあることが解明された。

謝辞：本研究は JSPS 科研費 15K11827 の助成を受けた。資料整理では木下恵美さんと阿部恵子さん、図表作成では松上伸丈さんに記して感謝します。

付記：本論文は、2017年の第12回日本統合失調症学会および日本発達心理学会第28回大会において発表されたものに加筆修正したものである。本研究における利益相反は存在しない。

文献

Gartner, A. & Riessman, F. (1977) Self-help in the Human Services. Jossey-Bass. (久保敏章監訳 (1985) セルフ・ヘルプ・グループの理論と実際：人間としての自立と連帯へのアプローチ。川島書店.)

笠井清登 (2015) 統合失調症。In: 笠井清登・藤井直敬・福田正人・長谷川眞理子編：思春期学。東京大学出版会, pp.219-229.

小平朋江・いとうたけひこ (2012) 統合失調症の関わり方のリスト：ナラティブ教材の可能性を展望する。心理科学, 33(2): 64-77.

小平朋江・いとうたけひこ (2017) べてるの家の当事者研究における自己病名と研究テーマのテキストマイニング：メンタルヘルスマガジン『こころの元気+』を分析対象にして。日本質的心理学会第14回大会 in 東京プログラム抄録集, 74.

向谷地生良 (2015) 精神障害と教会：教会が教会であるために。いのちのことば社。

Riessman, F. (1965) The helper therapy principle. Social Work, 10(2): 27-32.

Ridgway, P. (2001) Restorying psychiatric disability: Learning from first person recovery narratives. Psychiatric Rehabilitation Journal, 24(4): 335-343.

やまだようこ (2015) 生涯発達心理学の立場から。GLOCOL ブックレット, 17: 73-87. (<https://core.ac.uk/download/pdf/38260694.pdf>, <http://hdl.handle.net/11094/55566>, <http://ir.library.osaka-u.ac.jp/dspace/handle/11094/55566>)

やまだようこ・木戸彩恵 (2017)。「かわいい」と感じるのはなぜか?：ビジュアル・ナラティブによる異種むすび法。質的心理学研究, 16: 7-24.

精神障害者の啓発支援雑誌「こころの元気+」
当事者の声を届けて10周年

山陰中央新報 2017.3.23 朝刊



創刊10周年を迎えた「こころの元気+」3月号の表紙

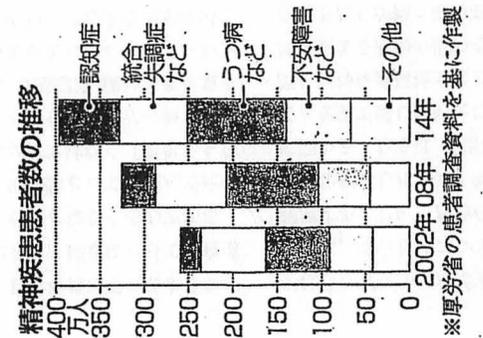
NPO法人地域精神健康促進機構(股総コノホ)が、精神障害がある当事者向けに発行している月刊啓発雑誌「こころの元気+」が、3月号で創刊10周年を迎えた。

コノホは、精神障害者の主体的な社会参加の実現を目的に、患者、家族、医師らが2007年1月に設立。同年3月から雑誌発行を始め、創刊号は「あなたの夢は何ですか?」を特集に掲げた。

毎月、当事者が表紙写真のモデルとなり、今月号の巻頭語の友人のグループを含め10年で計141人が登場した。

厚労省の患者調査(2014年)によると、精神疾患で医療機関にかかっている人は全国で約89万人。認知症のほかうつ病などの気分障害が近年増加傾向にある。回復期療養の片羽大輔さん(59)によると、精神疾患は慢性化するケースが多いため、当事者が必要とする情報は医療の知識にとどまらない。学校や仕事、結婚といった生活上の悩みに本人や家族らがどう対応しているかについての記事の二つが高いという。

そこで同誌は、当事者の体験をまとめることに力を入れ、これまでに4800余りの手記を掲載。さまざまな解決策や折り返しの工夫などを誌面に掲載してきた。書店での販売はまずコノホから直接会員に郵送する方式で毎月約1万部を発行している。



片羽大輔さんは「私には一貫して、病気を抱えている人も人生の方向性を自分で決め、自分の責任を歩むという考え方を広めよう」と努力してきた。次の10年もさらに充実した雑誌を作りたいと話している。

雑誌は定価400円(税込み、送料別)。