

# 2018年度 地理学コース卒業論文要旨

## 都市中小河川における低水路の開放と親水活動の実現条件－神田川水系を事例に－

飯田 佑美子

1970年代に「親水」の概念が提起されたことをきっかけとして、近年では都市河川でも水に近づける場所が増え、最も実現のハードルが高いと考えられる低水路内での親水活動も実現されつつある。本研究では、「川らしさ」を失いつつも人々の生活に溶け込む現代の都市中小河川において、低水路での親水活動の実現条件と課題について、東京都を流れる神田川水系を事例として明らかにした。

本研究では、人が入れない構造になっている河川の低水路の開放とその後の親水活動を実現するためには、施設整備において地域の参加、行政の理解、用地の取得、河川環境への配慮、資金調達、持続性の6条件、安全管理において適切な水質、適切な水深・流速・流量、気象の変化への対応、災害・事故時の対応の4条件を満たす必要があると考えた。またこれらの条件は、地域、行政、土地利用、自然環境、経済のうちのいずれかあるいは複数の要素に依存すると仮定した。

以上のことを踏まえて、神田川水系で低水路にアプローチできる親水施設のうち3地点を事例に調査したところ、いずれの施設でも開放のきっかけは地域や行政またはその両方によって起こり、その後の実現および維持の可否は地域と行政に加えて土地利用、自然環境、経済によって決まることが分かった。一方で各要素への依存度や依存のあり方は低水路に入る方法や施設が位置する場所、そして施設の後背地が持つ性質に影響され、施設によって異なることが明らかになった。

現時点では、低水路の開放を伴う親水活動の実現は行政に依る部分が多い。しかし地域の住民や組織からの参加が薄く行政主導で事業を進める場合、その地域に本当に必要があるのかを見定めなければならない。また河川は地点ごとに個別の対応を取りつつも水環境を共有する者同士で分断することなく検討すべき存在であり、行政のみならず市民もその認識を共有する必要があると考え、今後への展望とした。

(指導教員：宮澤 仁)

CSA (Community Supported Agriculture) にお

## ける“C”の特性－東京大都市圏3地域のCSA農家を対象に－

大垣 志織

現在、日本においてはSDG15を達成する見込みは低く、持続的な社会の実現に向けてさらなる努力が求められている。有機農業は、環境保全効果は慣行農法に比べ高い農法だとされるものの、農家側の負担が大きく手間がかかる。そのため、有機農業を持続的に行うためには、労働力や販路の安定などといった経済的負担をクリアすることが求められている。これに対し、特定の消費者会員が前払いを行い、リスクを共有する仕組みであるCSAは有機農家の販路安定や労働力の確保など、経済的負担を軽減するための一つの有効的な手段として注目されている。CSAはその仕組みの中で農家と消費者会員の間に積極的な交流を持つことを理想としているが、その核となるのが「生産者」と「消費者会員」から構成される「コミュニティ」である。これまでCSAの発展には「会員の実態の把握」が必要だとされながらも、十分な分析は行われてこなかった。そこで本研究では、東京大都市圏のCSAにおける「消費者会員」に焦点を当てることでCSAの“C (Community)”の特性を考察した。

調査の結果、農場によってCSAコミュニティのあり方は多様である一方、属性、ニーズ、農場が抱える課題点など、東京大都市圏のCSA消費者会員間には幾つかの共通事項を見出すことができた。特に、課題に関しては、どの農場でも「人手不足」「経済的不安定さ」という課題を等しく抱えていることが明らかになった。農場経営の安定を図り、持続可能な有機農業を行うための有効な手段としてCSAは期待されるが、効力を発揮するためには、経済的な不安定さ、および人手不足といったCSAが抱える課題を克服できるよう、CSAを支える消費者会員をいかに取り込むかが重要になってくる。

CSAは農家と消費者会員の空間的距離が近い点に特徴があり、主な会員圏は10km圏内もしくは20分以内で農場に行くことができる範囲になる。そのため、CSAの実践において持続的な有機農業を試みようとするならば、今後、有機農業の主な担い手になるであろう新規就農者がどこで農業を始めるかは、非常に重要にな

ってくる。

(本誌にフルペーパーを掲載。指導教員：宮澤 仁)

### 場所論から考察する現代書店の役割—岩手県盛岡市を事例に—

大竹 あすか

本論文は、情報化社会の中で現代書店がどのような役割を果たしているのかについて、既存の場所論と空間論における観点において考察することである。まず、場所論と空間論の先行研究を展望し、日本では実証主義地理学と人文主義地理学のアプローチが分断されていることを指摘した。さらに、書店を事例とするにあたり、再販制と委託制の概要、既存研究と現状の差異を明らかにした。対象地域は、2017年度家計調査で、世帯別書籍購入量が全国1位であった岩手県盛岡市に設定し、書店経営者と出版社に聞き取り調査と、客層の量的調査と利用客の滞在行動調査を行った。

その結果、場所論と空間論の観点から以下のことが明らかになった。まず、場所論における考察では2点を指摘した。1点目は書店の利用と購買行動には知的関心が大きく作用している点である。特に盛岡市周辺の出身著名人には文豪が多く、場所愛の強さが知的関心に結びつく可能性が高い。2点目は、盛岡市は同様の人口規模の都市と比較しても書店数と書店面積が多く、多様な書店が立地する点である。要因としては、岩手県内の高等教育機関が集中していること、市内には歴史がある地域から新しく造成された地域まで混在し、若年層から高齢層まで生活様式が多様であることが考えられる。そのため、書籍に対する関心が高く、需要も幅広いことが考えられる。次に空間論の観点における考察では以下の2点が明らかになった。建築学における空間概念からは、書店は不買者でもアクセスできる一種の公共空間の役割を指摘した。地理学における空間概念では、書店の経営方針が立地している地域の特徴によって決定される可能性が高い点を示した。

本論文では今後の課題が複数挙げられる。まず、国外研究との比較が必要なことである。さらに、複数人で行い、調査の正確性を向上させることである。3点目は調査店舗の抽出方法である。調査対象地域の書店を事業主や販売形態で分類してから、調査対象店舗を選定する必要がある。

(指導教員：水野 勲)

### 「関係人口」について—愛媛県宇和島市吉田町ワーキングホリデーを事例に—

尾形 希莉子

本論文では「関係人口とはなにか」、また「関係人口はどのように創出されるのか」を明らかにすることを目的としている。人口減少や人口の都市一極集中が叫ばれている中、都市住民の農山村への関心が高まっているのも事実である。そのような人たちに対し、今までは移住・交流政策ばかりが取り組まれてきたが、それでは自治体間で人口の取り合いになりかねない。そこで、近年「関係人口」という概念が出現した。この概念は国の政策にも取り入れられ、国としても重要な概念に位置付けられているが、まだ議論が十分にはなされていない。そこで、本研究を通して関係人口を深掘りすることを試みる。Ⅱではまず先行研究を用いて、関係人口がよそ者として地域に役立つ存在であることを示した。次に、今までなされてきた定義をまとめ、本論文での関係人口を「狭義の関係人口」と「広義の関係人口」の二つに定義づけた。Ⅲでは実際に関係人口を生み出していると考えられる、愛媛県宇和島市吉田町で行われている「えひめ・みきゃんワーホリ」を事例として挙げ、参加者の一部を対象に行ったアンケート結果をまとめている。Ⅳではそのアンケート結果をもとに、どのような関係人口がなぜ創出されたか、関係人口はどのような影響を地域にもたらしたのかなどを考察した。ワーホリによって創出された関係人口は主に、①愛着はあるが行動に移せていない人、②愛着があり、行動もしている人の2種類に分類され、関係人口を創出できたのは現地での交流、ワーホリ参加へのハードルの低さ、中間支援施設の存在が大きな要因であることがわかった。最後に、アンケート結果から関係人口を再定義し、概念図としてまとめた。関係人口は、①愛着を持ちつつ行動に移している人、②愛着を持ちつつも行動に移せていない人、③愛着はないが地域への行動が見られる人の三つに分類した。行動に表れていなくても、その地域への愛着がある人々を無下にはできず、地域の役に立つ可能性があるということは、今後地域政策を考える上で参考になるだろう。

(指導教員：水野 勲)

### 都市養蜂の成立要因と活動の課題—東京都区部の活動団体を対象とした調査から—

粕淵 麻央

近年、都市養蜂が注目を集めている。都市養蜂には、

都市部で個人的に行われている専門的養蜂や趣味的養蜂がある一方で、地域の商店街や行政が主体となり、採蜜ではなく地域活性化や環境保護を目的とするプロジェクト型の活動も増えてきている。本研究では、このようなプロジェクト型の都市養蜂を調査し、その成立要因（内的要因と外的要因）を明らかにした上で、課題と今後必要とされる取組みについて考察した。調査の対象は東京都区部において都市養蜂に取り組む三つの団体であり、方法は文献調査、聞き取り調査、参与観察である。

調査の結果、それぞれの団体における活動の成立要因として次の諸点が明らかとなった。養蜂技術の習得に関しては各団体とも養蜂経験者に指導してもらうという共通点があるのに対して、実際に作業にあたるボランティアの関わり方には相違がみられた。そのボランティアには、活動を通して蜂や自然、地域への意識が変化した人が多く、活動の支えとなっていた。都市養蜂では採蜜量と販売収益に限られるため、活動の継続には安定した財源の確保が必要とされていた。また、蜜源の安定的確保に向けた緑化活動が求められるものの、その認識は団体によって異なっていた。さらに地域社会の理解向上に向けた取組みとして、イベント参加や商品開発が行われていた。ただし、事前に十分な準備や計画を行わないまま養蜂を始めてしまうという側面もあり、都市養蜂はあくまでも何らかの目的を達成するための手段として考えられているようであった。

以上の調査結果を踏まえれば、団体相互の技術・意識の向上および新規の団体が失敗するリスクを軽減するために、都市養蜂の活動団体間に情報交換等を目的としたネットワークを形成することが望まれるであろう。しかし、このことに付随して発生する可能性のある問題（蜜源争いやハチミツの商品競争等）については今後の課題としたい。

（指導教員：宮澤 仁）

## 広島在地誌における文学作品の役割—広島在住の作家小山田浩子の作品を事例に—

鈴木 結奈

小山田浩子は生まれてから広島以外の場所に住んだことがなく、広島をモデルとした作品を描いてきた作家である。本稿の目的は、作家小山田浩子が現実の広島の生活世界をどのように認識し、その日常性を作品中でどのように変形していったかを追うことで、広島の地誌のもうひとつの姿を描き出すことである。

小山田浩子の作品には、広島の地名が使われていないにもかかわらず広島らしい雰囲気が高い、老人や子供が広島方言を話し、コケをはじめとする動植物が「解像度を上げて」描かれる。読者は小説の中の「異化」された表現を読み、これまで習慣的で紋切型にとらえてきた日常生活に対し新しい見方、「解放的な関心」を持つようになる。それは従来の実証的な地誌の記述では得られない、小説ならではの表現方法である。

以上を検証するため、本稿では小山田浩子の作品『工場』を分析する。この作品では人々や動植物の描写は不自然なほど淡々と生きている状況として描かれるので、広島という場所に企業城下町ならではの「もっと大きなものに取り囲まれている」閉塞感があることが読者に感じられる。それは、他作品で描かれる田舎の老人や子供の生き生きとした方言描写とは対照的である。このことから、広島は異なる雰囲気が同居したさまざまな顔を持つ場所であると小山田浩子に認識されることが分かる。

本稿では、場所の日常的な物事がこれまでの地理学研究で「当たり前なもの」とされてきたことを問題とし、小山田浩子の小説を例に、日常を新しく認識させる効果が小説に備わっていることを示そうとした。この試みを地理学研究の中で行った例は少なく、手探りで研究を進めたため、分析手法には改善の余地がある。今後の文学地理学の研究が進み、今回明らかになった課題が解決されていくことに期待したい。

（指導教員：水野 勲）

## 成熟した専門店街・神田神保町における古書店を中心とした来街者回遊行動について

多賀 麻里子

本論文は、消費者のライフスタイルの変化や大店舗の各地進出により、商業発展や文化発信の拠点となりうる同業種商業集積（以下、専門店街）が全国各地で衰退している現状に問題意識を置き、専門店街として成熟した古書店街・神田神保町を事例として、専門店街を訪れる来街者の回遊行動の現状を明らかにしようとしたものである。

専門化した店舗が密集する空間において賑わい創出やモノ・コトの消費から商業地としての地区の活性化を担う来街者は、どのような利用者層であり、またどのような回遊行動をしているのかについて、アンケート調査と観察調査、聞き取り調査を通して質的・量的にその傾向を検討した。

調査では、先行研究から来街者の回遊性の有無を表す指標を店舗利用の「予定／非予定」とし、専門店街における来街者の非予定行動がどの店舗・古書店内ではどの店舗部位において行われているのか明らかにした。

その結果、古書店街においては、古書店街特有の仕入れ方法により生み出される奥深い品揃えの偶然性が来街者の古書店「非予定」店舗利用を生み出し、回遊性を生み出していることがわかった。また、店舗調査においては専門店街において特徴的な「品揃えの柔軟性」は古書店街では「専門分野」「商品形態」「店舗形態」に現れ、世間の動向に合わせて専門店街成熟期から柔軟に変化していることが明らかになった。

また、古書店舗自体においては、専門度が低く、専門店街においては「マス」層と「マニア」層の中間領域とされる「店外」の店先ワゴン・棚が古書店単位では「非予定」行動をより生み出していることがわかった。

まとめでは、専門店街においては、回遊性は店舗自体の品揃えの偶然性により生み出されるという結論に至り、また店舗単位では中間領域である店先ワゴン・棚が来街頻度にかかわらず回遊性を高める機能を果たしているのではないかという提示をし、本論文の結びとした。

(2018年度卒論優秀賞受賞論文。指導教員：水野 勲)

## 大都市圏郊外における「子育てひろば」の実態と役割—相模原市地域子育て支援拠点事業と住民による地域活動を事例に—

土屋 友貴美

近年孤立して子育てをする家庭が増加したことにより、地域をベースにした子育て支援が求められている。本研究では、乳幼児とその保護者が集い交流する「子育てひろば」に着目し、複数の取組みの運営実態と利用特性を明らかにすることを通して、地域の子育て環境における子育てひろばの役割と継続性について考察した。対象地域は東京大都市圏郊外の神奈川県相模原市であり、調査の対象には、行政から民間に委託して運営されている「地域子育て支援拠点事業」の各類型と、地域住民主体の活動を選定した。調査方法はスタッフおよび利用者へのアンケート調査と聞き取り調査である。得られた知見を以下にまとめる。

拠点事業のひろばでは、母親を受容し尊重する姿勢

や母親同士の関係づくりに注力するなど、スタッフから利用者への接し方に一定の共通点がみられた。その一方で、専門資格の有無に関する各ひろばの方針や、ひろばの設置形態の違いによって、利用者の異なるニーズを満たしていた。また、住民主体の活動におけるひろばでは、地元の住民組織との積極的な連携や、サービスの受け手にとどまらない利用者の主体的な姿勢がみられた。こうしたことから、対象地域における子育てひろばは以下の役割を担っていると考えられる。まず、子どもの遊び場が限られている中で、安全に体を動かせる空間として、乳幼児期の貴重な遊び場となっている。同時に、スタッフから母親へのカウンセリングと母親同士のピアサポートがみられ、子育ての悩みの相談をはじめとする情緒的サポート機能を担っている。さらに、利用者間の口コミにより、地域の子育て資源などの情報にアクセスできる空間としても機能しているといえる。こうした空間として活動を続けていくためには、①活動場所と資金の確保、②スタッフ同士の信頼関係と世代交代、③各機関との連携と関係づくり、④広報活動の実施、⑤スタッフへの支援の充実が必要であると考えられる。

(本誌にフルペーパーを掲載。指導教員：宮澤 仁)

## 一般書にみる地理学のアウトリーチ

中川 優希

複雑化する現代社会において、物事を総合的にとらえる視点を持つ地理学を積極的にアウトリーチしていくことは重要であると考えられる。しかし、地理学関連一般書の現状は思わしくない。先行研究では、多くの書店で地理コーナーが設置されておらず、地理学が世間一般に意識されにくい状況であることが指摘されている。本研究では、地理学につながる知識や視点を含んだ一般書を地理学関連一般書と呼び、これらの書籍の特徴や書店での扱われ方について調査を行った。まず、地理学関連一般書80点の著者の職業を調べると、地理学入門書や地理全般を扱った書籍は、研究者よりも中学高校の教師や塾講師によるものの方が多かった。また、限定された地域の特性を地形や歴史をテーマに紹介する「散歩系」の書籍は、特に地形のテーマにおいて、地理学と関連のない本業を持つ著者によるものが多かった。次に、都内の主要な書店9店舗を対象に地理学関連一般書の配架を調査した。すると、地理の棚が設置される場所は書店によって理工書エリア、人文書エリア、地図・旅行エリアの三つの場合に分かれた。

また、地理学関連一般書が他ジャンルの棚に置かれる場合や、同じ書籍が複数箇所にも置かれる場合もあり、書店によって配架はさまざまであった。書店と図書館の配架を比較すると、書店ではタイトルに「地理」がつく本は地理の棚に置かれやすく、図書館では自然地理学分野の書籍は地学に配架される傾向が見られた。地理学は扱う対象が広いゆえに分類がバラついてしまうが、その特性を活かして他分野と融合した書籍をつくれればそこから地理学へいざなうこともできる。また、「散歩系」の書籍でも地理学へつながるアプローチをすることはできる。このような一般書が増えれば、世間一般の地理学への関心は高まるのではないだろうか。また、書店の売上が減少し書店のあり方の変化が求められる現在、配架自体を地理学専門家が提案することも地理学のアウトリーチにつながるのではないだろうか。

(指導教員：長谷川 直子)

### 聴覚障害者の余暇活動と情報アクセシビリティー 映画鑑賞を事例にー

野尻 佳那

近年、障害者の情報アクセシビリティを高めるためのさまざまな取組みがなされており、その対象は生活の質の向上に関わる余暇活動にまで広がっている。しかし、余暇活動において必要な情報を受け取れないことにより満足に活動することのできない聴覚障害者はいまだに多い。そこで、本研究では映画鑑賞を事例に取り上げ、聴覚障害者の余暇活動に対するニーズと障壁の実態を明らかにすることを目的とした。現在、聴覚障害者は映画をDVDやテレビの地上波放送、映画専門のチャンネルを通して鑑賞でき、それぞれに日本語字幕を表示したり比較的コストをかけずに楽しむことができたりする。しかし、字幕の精度の問題や公開日からのタイムラグ等、聴覚障害者が作品を完全な状態でいち早く楽しむことはできないという障壁が存在する。それに対して、最新の映画を鑑賞することのできる映画館においては、日本語字幕付き上映や無料アプリケーションUDCastを使用できるバリアフリー上映が進められており、最近ではすべての人が平等に映画鑑賞を楽しめるユニバーサルシアターも創設された。以前と比べて映画館における聴覚障害者の情報アクセシビリティは大幅に向上したといえる。しかし、聴覚障害者が映画を実際に鑑賞することのできる映画館や上映期間、作品は大きく限定されている。さらに、そ

れらは聴覚障害者の中でもろう者には不十分であるなどバリアフリーの対象に取りこぼしが発生している。加えて緊急時には映画館において音声のみで情報のやり取りが行われることがほとんどであり、その際に重要な情報にアクセスできず身の危険にさらされる聴覚障害者が多く出現することも懸念される。以上のように映画館が発信する「情報」に容易にアクセスできない聴覚障害者もいまだ少なくないことが本研究を通じて明らかになった。その解決に向けては、視聴覚機器や技術の発達だけでなく、周囲の健聴者の理解やサポートといった人による支援も重要となってくる。

(指導教員：宮澤 仁)

### 登山道管理体制の成立要因と課題ー東京大都市圏 近郊の低山 笹尾根における調査を通じてー

平岩 理菜

日本では山の維持管理に関して、担い手の弱体化や消失が進んでいる。他方でレクリエーションの場として山を利用する機会が増えており、それを想定した山の管理体制を新たに築く必要がある。そこで本研究では、登山のレクリエーションとしての特徴を検討するとともに、登山を行う空間としての登山道の管理体制の実態を事例調査から明らかにし、そのあり方に新たな示唆を得ることを目的とした。その結果、以下の知見が得られた。

第一に、登山は身体負荷および行為目的が異なる各種活動の総称であり、登山道の利用者の技術レベル・利用目的も多様であることがわかった。また、登山道か否かの判断は、登山者がその道を登山道と思うかどうかによって依るところが大きいため、登山と登山道は不可分の関係であることがわかった。しかし、登山道は法・行政制度上の位置づけが曖昧であるがゆえに、整備・管理の担当者が曖昧になりやすく、特に関係主体が複雑な自然公園外や国有林でない地域では登山道の管理体制が不明瞭になる傾向が指摘された。

そこで、第二に、都市近郊の低山である笹尾根周辺を事例地域に選定し、登山道の管理体制を調査した結果、①都県主導で自然公園と同じ体制下で管理されている区間、②市町村主導で管理されている区間、③地元有志が自主的に管理している区間、④管理者不明の区間が把握された。そして、各管理体制の成立要因として、「登山道」が行政制度に位置付けられているか、または山麓の住民同士の関係性が強く、彼らを主導するリーダー格の人物がいるか、が重要であると考えら

れた。また、共通した課題として、持続的に整備主体を確保できるとは限らない点、都道府県をまたいだ登山道の管理体制が構築されているとは言い難い点、さらに登山道管理の前提である土地所有者との調整が行われないままで登山道整備を進めてきた事例が存在する点が見出された。これらの解決策については、今後の検討課題である。

(指導教員：宮澤 仁)

## 地域ブランドの成立過程—十勝川西長いもを事例に—

### 廣川 文香

地域活性化のための手段のひとつとして、地域ブランドに注目が集まっており、多くの自治体が地域ブランドを生み出すことに力を入れている。本論文では地域ブランドがどのようにして成立するのか、またその名称における地名がどのような意味を持つのかをテーマとしている。地理的表示保護制度・地域団体商標制度という二つの制度に登録された「十勝川西長いも」を事例とし、十勝川西長いもが生産される十勝地域を対象に、JA 帯広かわにしの方に聞き取り調査を行った。

調査の結果、産地化にあたり、自然条件などの一見不利に感じられるようなことを逆に利に変えているということ、産地として成立したことを活かした近隣の

JA との共同での生産体制を整え、持ちつ持たれつとの関係を保っていること、取得しているさまざまな認証を活かし、海外への輸出を積極的に行っていること、これらが地域ブランドの形成に大きな役割を果たしていることがわかった。また、同じ農産物の名称を利用して複数の JA での生産を行っている産品が十勝川西長いも以外にもいくつかあった。

十勝川西長いもがブランドとして確立された要素には、品質が広く認められたことや、認証を数多く取得していたことが挙げられると考えられる。それに加えて、ブランドの力がある「十勝」という地名とほとんど知名度のない「川西」というローカルな地名を、組み合わせる名称としたことが挙げられるのではないだろうか。すでにイメージが付加されている大きな地名と、希少性を与える小さな地名の魅力をうまく利用できたと考えられる。このことから、大きなまともに所属しつつも、小さな名前を使うことに利益があると言えるのではないだろうか。

国内においての場所や地名のイメージや認識を想定したが、輸出を視野に入れた場合、外国における認識も考える必要があるだろう。また、地理的表示保護制度には登録されてまだ日が浅く、その影響については今後考えていく必要があると考える。

(指導教員：水野 勲)