

① Thornthwaiteの最大大可能蒸発散量による気候学的水収支の計算

② Martonneの乾燥指数

③ Köppenの年候

また、ハイサーグラフの作成と年降水量と月降水量の変動のグラフ作成や①の Thornthwaiteの最大可能蒸発散量による気候学的水収支の計算に基づき、干ばつ事例(1913年7月, 1922年8月, 1924年7月)を抽出し、GISによって月平均気温, 月降水量, Martonneの乾燥指数の分布図の作成を行った。

以上の方法によって得られた結果は以下のとおりである。

奈良盆地内の Thornthwaite法で求めた気候学的水収支計算の結果は、水分不足が起きる季節は、夏季、特に7月～8月に顕著な水分不足となる例が多かった。水分不足となった原因をまとめると、1913年7月の月平均気温は奈良県全体で平年よりも低かったものの、盆地内は他の地域よりも気温が比較的高く、月降水量が平年の10～40%であったために水分不足となった。1922年7月は月降水量が平年の20%～80%の雨量であった。しかし、月平均気温が平年より2℃ほど高くなったために蒸発散量が多くなり、水不足が起こった。1924年8月は月平均気温が平年よりも1℃～2℃高く、さらに月降水量が平年の30%程度と極端に少なかったために顕著な水分不足が起こった例であった。

奈良盆地は盆地気候であるため、夏季に高温となりやすい気候特性を持ち、さらにフェーン現象が起りやすく降水量が少ないという気候特性を持つ。この気候特性が干ばつという現象を起りやすくさせていると考えられる。

奈良盆地内の気候の地域分布を見ると、北部と南部で気温や降水量の特徴が分かれる傾向が見られた。奈良盆地南部の八木付近は特異な傾向がみられ、この八木の特異性が北部と南部の特徴を分けた原因と考えられる。特異な傾向は事例によって異なり、1913年7月の例では八木の降水量が他の地域と比べてやや多かった。しかし1922年8月と1924年7月は八木付近の降水量は他の地域と比べてやや少ない傾向にあった。

奈良盆地内における Köppenの気候区分の解析結果は、平年値では Cfaであるが、年候を用いると Cfaと Cw気候が約半分ずつの割合で出現した。このことは奈良盆地内では降水量が一定ではなく、月々の変動が大きいということを示している。このような動的手法である年候を用いることで、月単位における詳細な気候特性を示すことができた。

(主指導教員：長谷川直子)

■2010年度 卒業論文要旨■

信用に基づく農産物直売所

一埼玉県深谷市の道の駅を事例に—

児玉 恵理

多種多様でグローバル化した流通商業形態が存在する中で、農産物直売所が注目されている。消費者が、大量農薬の使用と産地偽装などの問題に対し、不安を抱いていることも影響している。本研究は、顔の見える農業といった社会的・文化的な観点が必要になる埼玉県深谷市の道の駅併設型農産物直売所における調査分析を行った。

農産物直売所は、かつて日本各地に存在していた定期市と似たような役割を果たしていると考えられる。そこで、農産物直売所と定期市の比較検討を行った。定期市は、構成員の大部分が定着農耕民からなる社会の中で、農民の側に発生した若干の余剰をもとに、交換の場として成立した。直売所においても、農協に出荷した農産物の余り、例えば規格外商品を直売所に出荷していることがある。相対取引を行う定期市と農産物直売所は、余剰物の交換の場という点で共通している。

また、定期市や直売所では、生産者は栽培して、収穫した野菜を自分で店頭で並べ、値段を自由につけることができ、消費者の声を直に聞くことができる。さらに本論文が対象とした深谷市の道の駅併設型の農産物直売所は道の駅が果たすとされる、休憩機能、情報発信機能、地域振興機能という三つの機能も新たに付

加されているといえる。

以上より、直売所のもつ社会・文化的機能は以下のようにまとめられる。まず直売所には生産者が直接直売所に農産物を持ち寄って、店頭に並べ、消費者と生産者が触れ合う空間が形成されている。また直売所では販売・体験イベントも行われており、これは定期市で大道芸などのサービス業が行われていたこととも関連し、人々が売り買するという空間に娯楽の要素を持ち込んでいるといえる。さらに道の駅併設型の農産物直売所は、地域の振興の場としても機能している。さらに、農産物の地域ブランドを活かすことで、農産物の出所表示や顧客吸引、そして品質保証の機能が付加されることにより、信用に基づく農産物直売所として特徴づけられるものでもある。

(主指導教員：水野 勲)

応益負担に関する利用者の意識

—丹沢大山の大山山頂トイレを事例に—

齋藤 みどり

自然公園内にある公共施設の維持管理を含めた自然環境保全には多額の資金が必要であり、その資金はほとんどが自治体という公的なところから出ている現在、登山者自身が環境保全に関わりを持つ最も容易な方法は、金銭的負担なのではないだろうか、筆者は考えた。特にトイレは、登山に訪れたほとんどの人が利用すると予想され、また、非利用価値を有する自然と違って、登山に訪れた人という特定の人に直接的利用価値があるものである。したがって、トイレの利用に際して金銭的負担を求めることで、トイレという公共施設の維持管理費の一部を利用者が負担することになり、自然環境保全に間接的に関わることができるのではないかと考えた。そこで大山山頂トイレをフィールドに、トイレ利用者の応益負担に関する意識を明らかにすることを目的として研究を行った。

調査の結果として、大山山頂トイレの有料化は前向きに検討していくべき議題であると言えるが、有料化

を進めるためにはまだ課題も多いことが分かった。トイレの有料化に際して利用者は、自然環境保全に間接的に関わるという意識はほとんどなく、有料トイレに清潔さや混雑の解消を求めていることが分かった。その期待に応えようとするならば、トイレの改修や増築に費用がかかり、また、環境への負荷も大きくなる。

応益負担の目的を、利用者の間接的な自然環境保全への関わりとするならば、利用者の意識を登山マナー講習会や環境保全センターの展示などを通して変えていくことが必要だろうと考えられる。または、トイレという直接的利用価値のある特定の施設に限定せず、非利用価値を有する山全体において入山料という形で応益負担を求めることも、検討していく必要があると言えるだろう。

(主指導教員：長谷川直子)

東京のグローバル都市化に伴う逆輸入飲食店の立地

—スシバーを事例に—

松川 千穂

国境を越えた人々の移動が活発になる中、スシが海外へ渡りSUSHIへと変貌を遂げた姿に注目し、さらにそのスシの日本への逆輸入はどのようなものかを、卒論で調査することにした。すなわち、グローバル化が進む都市の中で食文化変容はいかにして起きるのか、食文化変容が二段階で起り日本に逆輸入される場合はどのようなものか、誰をターゲットに、どこに立地すべきなのかを、スシバーを事例に検証することが本研究の目的である。

まず東京のグローバル化について触れ、外国人の流入によって大都市が変化する様子を追った。現在韓国、中国、アメリカなど多種多様な国籍の人々が東京で生活を送っている。そして、企業体質も国際化し、その中心となっているのが東京である。

外国人の流入によって町も変化し、飲食店事情も刻々と変化している中で、日本の伝統食であるスシに視点をあて、スシの歴史を振り返った。もとは保存食