

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、人々が売り買いく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