

くいのである。

交流活動によるメリットとは、より潜在的・長期的に現れるものといえるのかもしれない。交流活動が行なわれる地域は、いわば、「舞台として提供されている地域」であり、その舞台で人々に培われたものは、異なる舞台（地域）でも、実践に移され得る。舞台を提供した地域の住民が、短期的に目に見える利益を受けることは少ないが、「過疎地域や農業問題への高い意識をもった人間」を、都市へと確実に送り出している。このような営みは、潜在的であるにせよ、舞台となった地域の価値を、より確固たるものにするものでもあるといえるのではないだろうか。

日本人ワーキングホリデーメーカーの実態

野呂 厚子

本論文の目的は、ワーキングホリデー制度を利用する日本人の若者の実態を調査・分析し、彼らが何を考え、悩み、帰国後に何を得ているのか、等の考察を試みることである。

まずは、ワーキングホリデー制度の概要と、同制度の利用者の若者の日常生活における意識をまとめた。

国民総中流といわれる現代の日本において、日本の若者は、経済力のある両親に育てられ、幅広い選択肢を与えられている。多くの自由の中、彼らは自己や職業等のアイデンティティを確立しようともがいている。

国際化時代と言われながらも、実際に異文化間交流の機会が多いとは言えない現代の日本社会の中でワーキングホリデー制度は、日本人の求める新しい旅行形態としての性格を持ち、長期間の海外生活により国際体験をすることができるという、観光・労働・留学等各種ビザのとは異なった特長を持っている。

このような現状とワーキングホリデーメーカーの実態を分析し、全体像を把握した上で、筆者自身が同制度を利用した際に渡航先で出会った友人10人からインタビュー形式で調査を行った。その結果、次のような結果が得られた。

日本人ワーキングホリデーメーカー達は、日本の若者の現状を映し出すように、日常のゆとりのない生活に不満足や疲れを感じ、また将来の方向を見定めた様な様々な思いを抱えており、就職を考える時機が訪れたことや、仕事での精神的余裕が生まれたこと等により、両親や周囲の環境に囲まれた「日常」を離れる決意をしていた。そして外国という「非日常」の中で一年間、もしくはそれに近い長期間を仕事・語学学習、旅行・各種アクティビティなど、それぞれの目的に沿って過ごすことで、通常の観光では得られない様々な人や文化との交流や、仕事・アクティビティなどの非日常体験をしていることも分かった。このような諸体験を通し、彼・彼女らは新たな認識を持ち、自己の再発見をし、同じ悩みや意識を持つ友人を得るなど、それぞれが何らかの「満足感・達成感」を得て帰国していた。

帰国後の彼・彼女らは、渡航先での経験を生かした職を見つけるものもいれば、1年間を休暇や観光旅行的なものと捉えて、渡航前と同様な生活に戻って行く者もある。また能力向上や、旅への欲求が更に深まり、留学や長期旅行、異なった国へのワーキングホリデー制度の利用などを行う者もいた。

ワーキングホリデー制度には、ひとつ間違うとその目的を見誤り、危険な目に遭う可能性を孕むといった問題点もある。しかし、渡航先において画一的ではない各々の個性にあった多様な生活を体験することができるのである。またさらには自己を見つめ直し、精神的自立を促す機会をも提供している大変有意義で貴重な制度と言える。

ファーストフード店における飲料品目の売上個数と気温の関係

森 真理子

ファーストフード店で長期に渡るアルバイト経験の中で、気温と飲料品目の売行きに相関関係があることを発見し、興味深く感じた。このことは自分の行動を考えれば当然のことかもしれない。そこで、実際の売上個数データと気温データを用いることによって、これらの相関係数を求め、結

果が予測どおりになるか否かを確認してみたいと思ったのがこのテーマを選んだ第一の動機である。

また、飲食店では消費者の食べ残しも含め、仕込みから一定期間が経過したものなど、食べ物が大量に廃棄処分されているのに憤りを感じることもさることながら、これらの廃棄物が環境に与える負荷を懸念した。そこで、本研究の成果が外食産業により活用されるようになれば、材料の発注や商品の仕込みなどをより合理的に行うことが可能となり、結果として廃棄物が減少することによる環境負荷の軽減をもたらすのではないかと考え、ここにも研究意義を見出した。

使用する主なデータは、都内某店(アルバイト先)における観察データ(働きながら見聞きして得られた情報)、および飲料品目の売上個数(日別)データ1年分(1998年5月1日～1999年4月30日)、同期間の東京の毎時気温データ(地域気象観測《アメダス》府県毎時月表による)の3つである。これらのデータを用いて、飲料品目の売上個数と気温(営業時間の平均気温)について、以下の3種の相関係数を求めた。①通年、②曜日ごと、③前日差。

「通年」とは各データを通年で照らし合わせたものである。これにより、季節変化による相関が明らかになる。「曜日ごと」とは曜日ごとにデータを並べ替え、曜日ごとに相関係数を求めたものである。こうすることにより、客層や来店客数などの曜日別の特徴を除去できるからである。そして3番目の「前日差」とは、売上個数データ、気温データとも前日との差を求めたものである。これによって、季節変化による相関を除去できるからである。

解析結果は、いずれの方法でも温かい飲み物で負の相関が、冷たい飲み物で正の相関が得られた(一部例外もある)。また、「曜日ごと」で求めるとビールA以外のアルコール類には気温との相関がほとんどなかった。また、売上個数が多いものほど高い相関を示した。個人的に興味深いと思ったことは、ウイスキーWで負の相関が得られたことである。結果はほぼ予想通り得られたが、アルコール類の相関係数が低かったことは、自分の中の常識を覆すものとなった。また、ウイスキーWで負の相関が得られたのは、ウイスキーの「冷たい飲み物」という要因より「アルコール摂取による体温上昇」という要因が強かったからであろう。先

行研究に、気温の上昇とともに果汁ドリンクのような清涼飲料水と比較して味の濃厚なものの売上が下がるという報告があるので、これはそのことに対応しているものと思った。

相関の高い品目は、気温の変動を的確に予想することにより、また、相関の低いものに関しては過去の売上データや曜日別客層などの観察データを徹底解析することにより、材料の発注や商品の仕込みをより合理的に行うことができると考えているので、外食産業はこの類の研究を積極的に取り入れ、少しでも廃棄物を減らすことに熱心になってほしいと願う。

神通川流域における強風について

井波 千尋

本研究の目的は、神通川右岸の大沢野町における強風の特徴を、大沢野消防署の毎時観測データを用いて、明らかにすることである。主に使用するデータは1998.2.1～1999.1.31である。

富山県では庄川の流域に井波風と呼ばれる強風が知られているが、東側に隣接する神通川流域には名前をついた強風は知られていない。しかし大沢野町では風力発電が試みられた事実もあり、ある程度の強風が吹くことが推定されるので、実測データに基づく調査を行うこととした。

まず、最初に大沢野町の風速・風向の概観について述べる。春に強い風が多く13m/s以上の風も吹く。風向の特色は春に南よりの風が多く、夏には東よりの風も増えてくる。10月頃から東よりの風が少なくなり、11月頃には北よりの風も減り、冬にはほとんど南よりの風となる。

次に、大沢野町の強風の特徴について述べる。風速5m/s以上で3h以上連続して吹いている風を強風と定義し、強風の月別頻度、強風の継続時間別頻度、吹き始め時刻・吹き終わり時刻について分析した。強風の頻度は春と冬に高くなり、風向は南より(SE<南東>～SW<南西>)と北より(WNW<西北西>～NNE<北北東>)の成分が出現する。1年を通して南よりの強風が多く、冬には北より強風はほとんど吹かない。継続時間の長い強風は南よりであり春・秋・冬に吹く。北より