

## 審査の結果の要旨

氏名 バージェス アンドリュー イアン

一般消費者に対する食料の合理的な流通においては、スーパーマーケットやコンビニエンスストアといった、それぞれのマーケットが意図するサービス立地計画をもとに、特異な展開をしてきた。また近年には、ドラッグストアやホームセンターといった、伝統的な食糧販売店舗とは異なるタイプの店舗も出現しており、地域社会における食料の流通や販売店舗のあり方は多様化してきている。こうした店舗の立地やタイプや販売形態は、地域居住者のライフスタイルや都市計画規制や経済状況といった、多様な要因によって影響を受けている。そして、こうした社会からの影響を多様に受けつつ成り立っている、地域の食料品店舗を通じた食糧購買行動は、日々のルーティーン行動、社会参加、健康や文化に係る自己実現性、といった諸点において地域生活者の日常生活において、極めて重要な位置づけを有している。

以上の点を踏まえ、本研究においては、特定地域における食料品店舗の立地状況と、そこで行われる食料品購買行動がもたらす「フードスケープ」に着目し、それがどのように異なる地域において成立しているかを検討することをとおして、食料の流通を通してみた都市環境の新しい意味を探ることを目的としている。

論文は3部構成となっており、第1部（第1、2、3、4章）はフードスケープの分析手法に関して記述しており、第2部（第5、6、7章）は第1部で得られた成果をケーススタディに適用する部分の記述である。そして第3部（第8章）では、本研究の成果の検討が行われている。各章の内容は以下のような構成となっている。

第1章は導入部分であり、研究の背景と目的、仮説の提示等がなされている。また、研究対象としての外食行為は、地域における食に係る行為として重要な行為ではあるが、ルーティーン行為とみなすことができるとし、食料品購買行為を対象とすることの意義が述べられている。さらに、今回主として、農村環境ではなく都市環境に着目する理由が述べられ、本研究が対象とするべき範囲を明確に限定している。

第2章では、食料品購買行動が議論されている。食料品購買行動は一般の商品買い物行動における「買回り品」というよりはむしろ「最寄品」であることを指摘し、そのことが食料品購買行動のルーティーン行為としての本質であると述べている。さらに、日本の食料品購買行動が、たくさんの異なる食料品店舗を巡回して行われることに特徴があることを議論している。

第3章では、食料品店の種類をどのように分けるべきかについて既往研究をもとに議論している。これまでの既往研究のオーヴァービューをとおして、食料品店が一般的に経済的視点にもとづいた分類と、健康的視点にもとづいた分類にカテゴリー分けできることを示したうえで、フード・デザートとよばれる食料品店がない状態の地域をはじめとする、食料品店舗間の物理的距離の問題に関する論点整理を行っている。

第4章では、この研究の主要分析手法として用いられているネットワーク分析のフードスケープへの適用について論じており、都市環境を説明するうえで重要な指標群の導入を試みている。それを踏まえ、フードスケープが店舗と購買者という2要素をセットして持つ二連性のネットワークとして描けることを示している。そして、グローバル・クラスタリング係数の分析からは、食料品店舗群による「コミュニティ」の形態が、購買行動のパターンとかかわりを持つことを示している。このことは、ある特定の店が「橋渡し役」としての機能を有し、店舗間距離や中心性の

概念や地域的クラスタリング係数を用いた分析によって、それぞれの地域にとってのコアとなりうる店舗が特定できうることを示している。

第5章では、柏市を対象としたケーススタディの手法について述べている。市内の5つの中学校の生徒の親を対象とし、一つの食料品について10までの食料品購入先を記入してもらった形での調査を計画・実施した経緯を述べている。

第6章は、第5章で述べたケーススタディとしてのアンケート調査の結果が示されており、対象としたエリアごとの店舗数に違いがあるにもかかわらず、購買行動の特徴としては全ケーススタディエリアを通じて、一貫した特性を示していることがわかった。

第7章は、第6章で示されたデータを分析したプロセスが記述されている。まず、各エリアにおける店舗数の違いが、購買行動のための移動の長さに影響を与えていることが示される。そして、二連性のネットワークとして描かれるフードスケープの特性を生かした分析では、フードスケープが「モノモーダル」「バイモーダル」「ポリモーダル」といった3種のカテゴリーに分類できることを示している。さらに、店舗ごとの特徴については、パン屋や菓子屋は、当該地域において支配的なスーパーマーケットによって形成されるネットワークに足して強い独立性を示し、これらの店舗は店舗同士のコミュニティにおいて、「橋渡し役」となっているケースが多いことが示される。さらに、ある特定の食料品に対する買い物行動のパターンはエリアに関わらず特定性を持つ一方で、店舗のタイプがエリアによって随分と異なることを指摘している。本章では、これらの分析結果を踏まえて、食料品店の種類の多様性が都市環境の多様性に結びついていることを指摘している。

第8章では、本研究の成果の質について、既往研究の成果を踏まえた上で論じられている。本研究でも、既往研究における指摘と同様に、地域におけるスーパーマーケットの支配性と購買行動によって生じるネットワークの太さを形成しているこ

とが確認できた。しかしながら、本研究のネットワーク分析からは、食料品店舗同士の非空間的な結びつきの存在を示すことができ、この結びつきが単なる都市環境における生活者の移動パターンを示すのみならず、その都市環境が持っているレジリエントなネットワークを形成する可能性をも示していることが明らかにされている。

このように、フードスケープという概念が、都市環境の新たな解釈の可能性を示す装置として有効なことを示した点において、本研究の結果は、極めて有用であり、その意義は大きいといえる。

よって、本論文は博士(工学)の学位請求論文として合格と認められる。