し、彼／女たちによる消費、利用、また生産といったあらゆる形をもったテーマパークとのかかわりのダイナミックな実態を観察した。そして、彼／女たちの活動によってテーマパークは、単なる「見せ物の場所」ではなく「生まれる空間」としても再生産されていることを確認した。

第1章では、本研究の問題設定と研究目的を明示したうえで、本研究に用いた三つの視点、すなわち、グローバリゼーション、空間の生産及び空間のポリティックスについて述べ、先行研究の検討を通じて本稿の理論的枠組みについて紹介した。まず人間主義地理学を代表する中国系アメリカ人地理学者のトゥンの場所論、レフの役場性に関する理論を紹介し、彼らの理論が都市空間の分析にどのような有効性と制約をもつかを検討した、そこから新しい空間論への展開の必要性を痛感した後、ルフェーブルの「空間の生産」とスージャの「第三空間」をめぐる諸概念を考察した。本稿では、都市空間を捉える際に、ルフェーブルによる「空間は社会的生産物である」という空間の新しい定義を議論の出発点とした。また、本研究の理論的枠組みの一部として、香港中文大学の馬健偉による「ヒ－・工場・南中国都市文化研究」（1985年）に小池文人：化粧品専門店の現状とGISによる立地分析　——資生堂チェインストアを中心として　

わが国の中小売業店舗数は、大学の業種において1965年以降減少を続けている。しかし、化粧品小売業店舗数は1991年から98年まで減少したが99年以降横ばいに推移している。その要因の一つに化粧品専門店専用ブランドがある。これにより流通業において化粧品専門店は他の流通チャネルとの競合を回避できている。

そこで本稿では、流通業以外での化粧品専門店の特殊性を明らかにするため店舗調査および聞き取り調査を行った。調査対象地域は東京都品川区・世田谷区・目黒区・大田区の4区とし、対象店舗は資生堂チェインストアの中でも化粧品専門店専用ブランドであるベネフィットを用いたもの。店舗調査および聞き取り調査の結果、資生堂のみを扱っている化粧品専門店はわずかで、少なくとも2つ、最も多く店舗で5つのメーカーの系列店になっていて、資生堂のみの場合、その店舗の主たる商品は薬品であることが多い、複数メーカーを取り扱うこと　

5章の結論では、テーマパークにおいて考察した「見せ物の場所」と「生まれる空間」といった二つの空間のまなざしを深く都市空間に向けることによって、都市の都市空間を再定義した。すなわち、深川は現実に先端的な経済活動が展開される（現代的）都市空間であると同時に、現代性を象徴する記号的な空間である。深川という都市そのものが、いわばひとつのテーマパークのような存在であり、そのテーマ（記号）というのが、「グローバル化」（の展開）であり、中国の改革開放経済の成功（社会主義体制）と「市場資本主義的経済様式」との接合）である。深川の都市社会空間は社会主義の中国政策による経済のグローバル化と民国家の政治的アイデンティティへの追求の元で空間の実践の産物であると同時に、深川の人々によって日々の生産と消費など諸活動のなかで生産・再生産されている「生まれる空間」である。

（お茶の水女子大・院）
学会記事
(247)

巻く環境はますます厳しくなってきている。そこで、本稿ではさらにGISを用いて立地分析を行なった。具体的には、鉄道駅を中心としてポロノイ分割を行い、その地域における店舗数と潜在顧客数の関係を踏み出した。
その結果、各地域における店舗数と人口には、店舗数が多い地域は人口も多いという相関が見られた。また、対象地域における1店舗あたりの平均潜在顧客数を求め、65あるポロノイ地域において半数以上の地域で平均を下回っていることも明らかになった。さらに、最近近隣測度においても集塊分布を示していることがわかった。

（青山学院大学・院）

西山弘泰：都市圏郊外ミニ開発住宅地における住宅の更新と住民特性——埼玉県富士見市関沢地区を事例に——

これまでの郊外住宅地研究は分厚い研究蓄積があるにも関わらず、居住階級の上昇にあたる大規模住宅地を対象としたものが多く、郊外全体を捉えられているとは言い難い。郊外の住宅地開発は大手ヴィラリバーなどの大規模開発と、中小ジェリバーーや工務店などのミニック開発が、郊外はそれらの住宅地が混在して形成されている。特に、埼玉県南部など1970年後半の地域高騰と宅地開発ブームによって、スプールを伴った急激な人口増加を経験した地域では、マイ開発が速まったミニック開発住宅地が多くなっている。そこで本研究では、1970年前後に乱立したミニック開発住宅地の更新と住民特性を、住宅の建設状況や、住民の人口移動を中心にみなながら明らかにした。

調査対象地は敷地面積100㎡以下の戸建住宅の割合が50%と高く、狭小な住宅が密集する埼玉県富士見市関沢地区として、主な資料は1967年から2007年までの建築確認申請と1971年から2007年までの住宅図である。

関沢地区は1970年前後に最も多くのかねて戸建住宅が建設されたが、敷地面積は100㎡以下のものが多かった。また、住居者の大半が25-34歳と0-9歳であることから、関沢地区は戸建住民にみられるステップアップ初期の住居地であったと推測される。1970年代中頃から1980年代前半は世帯の増大のために増築が多くなったが、一方で住居者は世帯の増大のために転居を余儀なくされ住居者の入れ替えが活発となる。とはいえ転出者の約半数は関沢地区内で分譲された敷地面積100-149㎡の戸建住宅に転居していた。それら関沢地区内転居者の平均移動距離は250mで、敷地面積の平均増加数は32㎡であった。一方で、1980年代中頃から2000年までは建替えが増えるが、建替えの増床面積は平均44.17㎡であった。これは1970年前後に建設された狭小な住宅に滞留し、もしくは転入してきた者の増床を目的とした行為であったと考えられる。

以上のことから、ミニ開発住宅地についても住宅内多元にあるような居住階級がみられ、それがかなかない場合、建替えによる増床によって夢のマイホーム取得を成し得ていることが明らかとなった。

（明治大・院）

小泉 諭：東京大都市圏における若年者の就業・生活の地域的傾向との規定因

1990年代後半以降の日本経済は、IT化やグローバル化などに伴うニューエコノミーの影響が強まり、雇用をはじめとする社会・経済の構造的変化が顕在化した。これにより、特に労働市場へ参入した若者の就業や生活にも大きな影響を及ぼし、フリーター等の非正規雇用やニュートの増加となって現れている。しかしながら、このような多様な社会的変化は、地域の労働市場の特性をもたらすと考えられる。特に、地域の労働市場の特性をもたらすと考えられる。

そこで本研究は、国勢調査報告、就業構造基本調査などの統計資料を用いて、東京大都市圏に居住し1990年代以降に参入した若者の就業と生活に関する要因の相互の構造的関係を示す統計的モデルを構築し、そのモデル化を示すことができるローカルな要因の存在を明らかにすることを目的とした。

これまでの社会学や経済学など隣接学問分野での議論をふまえて、近年の若者が抱える問題を踏まえるために提出するバライサイト・シングルの分布を目的変数として、説明変数には、就業状態として臨時雇用者と無業者、社会階層因子として大学卒業者とホワイトカラー、世帯因子として未婚者、バライサイト、世帯当たりの住宅面積を採用し、

採用した各変数の地域的傾向を明らかにするために、ローカルな空間的自己相関統計量を用いて分析を行ったが、20-34歳までの年齢層を5歳階級で3区分した上で分析に分ける、合計6グループについてバス解析を行った。その結果、バライサイト・シングルのなかでも20-24歳と25-34歳とに異なる要因が存在し、さらに年齢層で異なる因果モデルが成立することが明らかとなった。

これらの分析から、バライサイト・シングルと一括にされる懸念でも、そこにいる過程や要因は年齢や性格