

教育

大学生

総合地球環境学研究所准教授 遠藤 愛子さん(49) 漁業経済学・海洋政策学



国税専門官から研究者に転身した遠藤准教授。「研究は興味や疑問が次々に出てくる。研究者以外には羨れない」と語る (京都市北区・総合地球環境学研究所)

探究人

官に。映画「マルサの女」の主人公ながらに、張り込みや家宅捜索で脱税を摘発する毎日を送る。関東の税務署での勤務を終った後に、東京国税局会計課に配属され、当時数少ない女性調査官としての活躍が期待されていたが「将来が見えた気がした。好きな英語の勉強がしたいなあ」と思う気持ちが強くなったと周囲の反対を押し切って9年9カ月で同局を退職した。

2000年に渡英し、ブリティッシュ大学で海洋政策を学んだ。修士論文のテーマは「捕鯨」。日本の沿岸捕鯨の拠点である和歌山県太地町を訪れ、現地でも聞き取り調査を行った。

最大生物圏科学研究所で捕鯨の研究を続け、クジラやイルカ肉の生産から流通、消費までのフードシステムを博士論文にまとめた。

08年には海洋政策研究財団(東京都)の研究員として日本の沿岸域を管理する手法の開発を手掛けた。先進的な沿岸域管理を実施している全国20カ所に出向き、国の出先機関や地方自治体やNPOなどに関わり調査し、海だけでなく上流域の森や川との関係性に着目しながら政策提言を行った。

13年に現職に就き、それまでの研究で抱いていた「水を通して陸から海へ栄養塩もこみ運ばれてく

の開発を行ったために、下流域で農業や漁業のための水が不足している。水資源をエネルギー生産に利用するのかが、このような事例の解決にこそ、ネクサスの概念が重要になるのだという。国内でも、岩手県大槌町や福井県小浜市、大分県別府市などで市民参加型の地下水調査などをチームで実施して、科学と社会の連携の在り方を模索する。

研究がさまざまな分野にまたがることは学際的と表現されるが、「もはや研究者のみでは地球環境問題の解決は難しい、どう謙虚な姿勢から、社会のさまざまな人たちが一緒に解決する『超学際』的な仕組み作りを目指していきたい」。

(松尾博通)

海を守るため陸域調査 相反関係の在り方模索

人間社会を成り立たせる上で欠かせないのが水とエネルギーと食料。今後も人口増加や経済発展で需要の増大が見込まれている。一方、これら3つの資源は、例えば、食料生産を増やそうとすると水やエネルギーをますます消費することになる、このような相反関係が存在する。このようなつながりをネクサスと名付け、資源間のつながりを解明し、利害関係をうまく調整して持続可能な社会を構築する政策提言を目指す。

持続可能な社会へ政策提言

長浜市の出身。高校卒業までを琵琶湖のすぐ近くで過ごした。英語塾を経営していた母親が確定申告をするのを見て「税理士になりたい」との思いを強くする。青山学院大経営学部に進学し、卒業後は税理士の資格を取るのに有利な国税専門

大きな収穫は、沿岸域で行われる小規模な捕鯨と陸域で行われる調査捕鯨は、文化的にも経済的にも異なる性格を持つことが分かったことだ。学内では日本の捕鯨に批判的な見方が多かったが論文は高い評価を受けた。帰国後も、広

る。沿岸域の抱える問題は、陸域と海を切り離して考えることはできない」との思いを形にしているのが、今のネクサスプロジェクトだ。エネルギー需要がますます増加するなか、南シナ海に流れるメコン川では、上流国が大規模な水力発電

心理学 おふさいど

脚本 忍

19世紀後半に、大きさと重さの錯覚について明らかにするため、直徑4cmと10cmの同じ重さのボールを持ち上げる実験がなされました。その結果、被験者たちは直徑4cmのボールを重く感じたという報告がされています。このような錯覚に関する心理的効果は、シャルパンティエという実験者の名前から命名されています。実験結果からは、4cmのボールのほうが表面積が小さいので10cmのボールよりも高い圧力を感じたのでは…という疑問もありますが、視覚イメージで重さを判断してしまっている錯覚現象を、現在で

④ シャルパンティエ効果

は、マーケティングや消費者心理学で応用されています。レモン50個分のピタミニ、京セラドーム三つ三つの広さ、お相撲さん10人が果てる…その画像が浮かんで、スゴいと思ってしまうんですか。何で、何で、何でと数値だけではピンと来ていないものを提示されると思わず驚かされてしまいますね。さらに、応用を重ねると、割引価格の心理マジックに使えます。例えば、本日全商品30%オフ！現金払いならさらに20%オフと広告されていると、1万円の商品なら44%オフの5600円ですが、数字のイメージで半額と勘違いする人もあるみたいです。冷静に考えると誰にでもわかることですが、私たちの日常生活には、いろんなシャルパンティエ効果が振り回されているので、ちょっと買

視覚イメージで勘違い

い物するにもワカワカできないと気が縮まります。しかし、手のひらサイズの小型化、タバコ箱の大きさ、などについてだけで理解できるのは、とても便利なのであります。どうやらこの効果は、購買行動では一長一短とわけていこうか。

ところで、1と11、4と41、6と61のように数字と漢数字とは、断然、漢数字のほうが数をイメージしやすいことが明らかになっています。実際に、私たちの日常の買い物シーンでは、漢数字で価格を見かける機会はほとんどありません。でも、売り手側の戦略としては、都合の悪い価格の時には、何げなく漢数字で示すのもトリックのひとつかもしれませんね。たとえば、「一、二、三」なら、ともかく、「壹、貳、參」は、やりすぎでしょうか。

(聖東大准教授)