

ないであろう。」と述べられている。今後、TRMM や GEWEX 等、衛星を利用した数々の地球規模の水の循環に関する観測が予定されているが、これらのプロジェクトを思い浮かべながら読むと一層興味深く読むことができる。

肩の凝らない手ごろな読物として、また、これから気

象学をめざそうとする、学部学生あるいは教養部学生の副読本として最適な本である。そして、表紙のレーダーエコーの3次元表示も本書を読むのに彩りを添えてくれている。

(北海道大学理学部 遊馬芳雄)



朝倉正・赤津邦夫・奥山和彦 著
現代の気象テクノロジー6
「経済活動と気象」

朝倉書店, 1992年 167頁,
3,708円 (本体3,600円)

人間生活は気象と切っても切れない縁がある。人間の経済活動が農業などの一次産業から次第に複雑化して、経済の変動要因もまた大変複雑になったが、気象因子の重要性が認識、あるいは再認識されている。経済の本流からみればブラックボックスであった気象影響の中身に気象専門家の立場でメスを加えたのが本書の特徴であろう。この方面の現場第一線で活躍中の著者らの生々しい声が伝わってくる。

第1章「経済に役立つ気象情報」と第2章「異常気象と消費経済」は、経済活動全般について気象がどのように影響し、またそこで気象情報がどのように役立てられているかが概説されている。とくに第2章では消費経済の各分野について具体例が説明されている。

第3章「流通業界における情報化時代」、第4章「来店客数と気象」、第5章「商品の売行きと気象」、第6章「ウェザーマーチャンダイジング」は、本書の中心となる部分で、経済活動における気象影響というブラックボックスを流通分野について解析し、ウェザーマーチャンダイジング情報という役に立つ気象情報として還元することの説明である。ブラックボックスの解明には流通業界と気象双方のデータが必要である。前者のデータはバーコードで知られる POS「Point of Sale、販売時点情報

管理」によって基本的なデータが得られるようになった。第3章は POS の説明である。POS データと気象データを使って来店客数と商品の売行きを解析し気象影響の予測システムを構築することが第4、第5章に示されている。数多くの実例も示されている。第6章はこうして構築された来店客数予測システム「客ダス」、商品の売行き予測システム「売レダス」の説明とともに、これらのシステムを含め店舗経営に必要な気象情報を一括して「ウェザーマーチャンダイジング情報」として説明している。

第7章「気象と景気」は気象が経済活動に影響を与えた結果として生じた景気の消長の概説である。

本書は経済活動という広汎な分野に気象がどのように入り込んでいるか概括的に知るうえで役に立つが、むしろ気象影響というブラックボックスに切り込んでいる著者らのパイオニア的な仕事の説明が興味深い。解析された結果から導いた来店客数や売行き予測のモデル式の精度も案外よい。ただし実際の予測となると気象要素の予測というワンクッションが入る。

また、気象専門家の立場では通常手に入らない経済関係のデータ、あるいは経済専門家の予測(式)との整合・融合という問題もある。本書では周辺の催し物の有無、競合店の情報などの例をあげて予測式の使い方を説明しているが、むしろ、気象影響のブラックボックスは分かってきた、さあ経済専門家と一緒に予測をやらせようと呼びかけているもののようにも思える。この意味でも関係者にぜひ一読して欲しい本である。

(日本気象協会 柳原一夫)