

(特別講演)

— 観光と緑地と林業 —

九州大学 加藤退介助教授

(講演要旨)

(司会者) 次に九州大学の加藤退介先生に、「観光と緑地と林業」というテーマで御講演をおねがいします。御清聴をお願い申し上げます。

なお、先生は鹿児島大学農学部の前身であります鹿児島高等農林学校の林学科を御卒業後、九州大学を御卒業になりまして、ずっと九州大学に御奉職であります。主として造園学・風致工学の方を長年御研究なさっており、会員の皆さんには、すでに十分に御承知の方でございます。

先生には、最近、欧州から東南アジアの方をおまわりになり、さらに一段と造詣を深めて、お帰りになっております。先生の業績はきわめて数多く、たとえば大牟田の三井・グリーンランドの計画設計、また九州各地でのレクリエーションエリアや、関門トンネルの入口の造園設計などは、すべて先生の手になっております。さらに、鹿児島大学や宮崎の都城高専などの校庭も先生の設計になっております。

(九州大学 加藤退介助教授、講演)

只今御紹介にあずかりました加藤でございます。ちょうどこの会場のあります別府市とその周辺は、国際的観光地として有名であります。ここ別府だけに限らず、現在では観光ということが九州全体の成長・有望産業の一つとして考えられるようになってきております。それで九州の各県各市では、観光ということをとにかく将来計画にくりこまないではおられない位の状況になってまいりました。丁度このような時に、またこのような場所で、日林協と林学会との二つの九州大会が開かれた機会でもありますので、観光と林業とのかかわり合いの問題、あるいはその中にどうしてもはいりこんでござるを得ない緑地の問題をも含めて考えていこうという意図をもって、「観光と緑地と林業」という題を選ばせていただいたわけであります。

先程外山先生から御紹介ありましたように、私は、

ユネスコの依頼でヨーロッパ、東南アジアにおける緑地保全と遺跡の保存の状態を見てまわる旅行から帰ってきたばかりでありますので、その視察旅行、またその前二回の海外視察から得た収穫を加えて、お話してみたいと思っています。

現在、観光という言葉は、新聞や雑誌でごろんになればおわかりになるように、観光という活字が紙面に氾濫しているぐらい用いられておりますが、いざそれでは「観光とは何か」と考えてみますと百人百様の考え方がありまして、観光ということの本質や実態は漠然としているのが現実の姿であります。しかし世界を見まわしますと観光を国策としている国はきわめて多いのでありまして、数少ない例外的な国を除いては今後ますます観光に、国策として大いに力を注いでいこう、とする国がほとんどであります。たとえば外国をまわるにしても、私共の場合は、「政府の命により……」という目的を書いた公用旅券を持ちまわりましたし、会社の社用で行かれた方はきっと「ビジネスのため……」という目的を明記した旅券を持ちまわらなければならぬでしょう。ところが、面白いことに、どこの国にいても、その国の税関で、一番にここにこされて、しかも一番歓迎されるのは、「観光旅行のために……」という目的を書いた旅券を持っている人達です。すなわち、観光客が、一番大事にされるわけです。もちろんこれは、その国の観光地で銭を使ってくれるから、金を落しに来てくれた大事なお客様という意味もありましようが、もっとそれ以上に、気持の上で「俺の国をよっぽどいい国だと思って、はるばるたずねて来てくれたのか」という自尊心が満されたことによる好意的な態度である、と考えられるのであります。

それは、日本人が外人の観光客を見て感ずる心情とはちょっと違うように思われます。事実、わが国も一応は観光日本をうたっており、いかにも「観光国家であります」というような宣伝に力をいれているように

思われます。しかし、実態は、およそ観光国家としての本質から程遠いものであります。たしかに三年位前には、外国の観光客は僅か30万人程度でありましたが只今では50万人内外と推定されるにいたっております。ところがイタリーでは1,000万人以上の観光客が毎年やって来ます。スペインでは最近になってとうとうイタリーを追い越し3,000万人ぐらの国民総人口のところに大体1,300万人もの観光客が毎年流れこんでくる状態になりました。このような日本と他の諸国との観光国家としての質的な違いというものは、観光の問題を考えていく上で、きわめて重要なことだと思います。

さて九州の山林、林地、あるいは九州全域の気候・風土を、将来における「九州における観光の問題」としてとりあげ、その条件や資質の要因を考えていく場合、さきにもべましたようなことを十分に念頭におきながら検討していただきたいものです。さもないと、とんでもない状態、すなわち、美しい風土と、すばらしい観光地としての九州そのものが、さんざんに荒らされる状態になってしまうだろう、という心配がでてきます。またそれと同時に緑地問題では、不思議なことに林業関係者も緑地の破壊者として悪質な観光業者と同じ仲間に入れられてしまい、国民の多数から白眼視されるような風潮もいささか出てまいりました。しかし、ここでよく考えてみますと、林業自体が観光と緑地問題の板ばさみ状態になっているケースも少なくありません。このような事態に対処するには、結論を先に申すようなこととなりますが、「われわれの林業に対する姿勢を従来の内弁慶的な林業に向けるのではなくて、もっと攻撃的な林業の方向へ身構えなおさない」ということとなります。このことを今から少しずつお話していきたいと思えます。

まず一番問題なのは、林業や林学にたずさわっている人たちこそ、真実、緑地造成の最大の担い手であるということが、国民一般には、案に相違してそれほど知られていない、ということでもあります。われわれのように林業・林学にたずさわる者には十分わかっていることなのですが、海岸林をはじめ、国有林、民有林を問わず、いろいろな森林が、長年月にわたるわれわれの先輩、すなわち、篤林家であるとか森林をこよなく愛した人々の血の出るような苦勞と、ほとぼしる情熱とによって造成されたものであることが、それほど国民にひろく知られていない、ということでもあります。また林業や林学の世界にいるわれわれでさえも、森林の直接的な問題とはちがって、「森林と緑地と観

光」という問題に対しては、認識不足や誤解といわぬまでも、見解の不統一というものはあることは事実であります。そして、一般的な傾向としてわれわれは、観光に結びついた緑地の問題に対しては、消極的かつ防禦的に身構えている、といえましょう。先ほど、「もっと攻撃的な林業への方向づけ……」と申しましたのは、いまのべたような消極的、防禦的身構えから脱皮して、何とか観光と緑地の問題を林業・林学のプラスの方向にもっていけないか、ということでもあります。

そこで、これからお話しいたしますことは、「観光とは何か」ということの本質の説明に大きな比重をかけていきたいと思えます。また、「観光の本質」と申しましても、世界各国が共通の基盤に立っていることを前提にした本質論ではなく、それぞれの国が、それぞれに固有の風土と社会基盤の上に立っていることを十分に認識した上のものであることは、当然であります。したがって、外国の「観光と緑地」の好適例を、そのまま日本にもって来て真似をしてみても、それはかえって、わが国の観光の本質から大きく外れることになることは、いうまでもありません。したがって、日本は日本独自の林業観光、或は少くとも観光と林地と林業のバランスのとれた在り方、成功裡に終わった万国博の謳い文句を借りていいますと、観光と林地・緑地と林業における「進歩と調和」を皆さんが前向きに考えていただくさいに、私のこの話が、いささかの御参考に供し得れば、幸わせに思えます。

さて、まず「観光とは何か」ということを、私の考えにもとづいて説明してみましよう。ここで一つ、東京という大都市を頭にえがいて下さい。そこには、大きな住宅集団であるとか、巨大な産業集団であるとか、またそれらの複合であるとか考えることができます。そのような大きな都市は、緑地のとぼしい、たとえば、都市周辺部に僅かに緑地が配されているような地域であるのが普通です。一方、対照的に緑地が豊かで、住宅集団としては小さな規模の農村や山村といわれる地域を考えてみましょう。このような地域では住宅集団あるいはもっと広い意味に解して、居住集団の内にも外にも、十分な緑地をはじめとして、レクリエーションエリアとして十分通用するような区域が、広範囲に存在してしています。東京という緑地のきわめてとぼしい大都市と、農村や山村のように、豊かな緑地と可能性としてのレクリエーションエリアを広範囲にかかえている地域との対照的な二つの地域で、それぞれに生活空間を形成させている住民とレクリエーションや観光との関連は、次のようなことになりそうで

す。まず、東京には、東京タワーや48階建てのビルなどがあります。それは決して、観光のための施設ではありませんが、農山村に生活空間を形成させている人々が、東京見物に出たついでにそれを眺めたり、屋上にのぼって東京を一望のもとに収めたりしますと、「観光」としての要素がでてまいります。しかし、東京都近くに住んでいる人や、ましてや東京タワーに勤めている人々が、タワーの頂上から眺望していても「観光」という意味づけは、ほとんど不可能です。また、逆に東京都心やその周辺に生活空間を形成させている人々が、緑を求めて、山に行くとか、農山村近くの緑地にピクニックにやってくることは、上にみたようなことと逆の様相ですが、本質的には「観光」という意味がでてまいります。しかし、ここでも農山村の人々がその近傍の山や緑地に出かけていくことは、前にのべたのと同じ意味で、「観光」とはいえません。

このような考え方を、いま少し広げていきますと、東京や大阪の人々が鹿児島、宮崎など南九州方面へ出かけることも「観光」という意味がでてきますし、南九州の人が、東京や大阪といった大都市へ出かけていく、さらには大都市に限らず、東北、北陸あるいは北海道などの農山村に出かけていくことも「観光」という意味がでてきます。

いま少しこの考え方を広げてみます。九州と申しますと日本では「暖かい地域」という特性をもった所、北海道は反対に「寒い地域」という特性をそなえた所であると理解できます。九州も北海道も、それぞれに人口100万ぐらいの都市と、いろいろな規模の市町村をかかえています。北海道と九州の間を、それぞれの住民が相互に行ったり来たりすることは、都市から農山村へ、農山村から都市へ、というサイクルをいま一つ超えた「暖い土地から寒い土地へ」あるいは「寒い土地から暖い土地へ」という、より大きなサイクルの中での「観光」になってまいります。さらにもっと大きくこの考え方を拡大させて考えますと、日本の国全体と他のある国との関係を観光という意味で結びつけることもできます。たとえば日本からアメリカ国内の国立公園内、エンパイヤステートビルなど何でも見て廻るという類のものも、一つの観光になります。

このように、スケールの小さいほうから大きい方へと考え方を広げる段階に応じて、いろいろな名称を与えることができます。たとえば、大都市から郊外の緑地へ出かける程度の観光には「近隣型」、大都市へ農山村から出かけてくる程度の観光などには「都市型」、大都市から農山村に出かけていくタイプのものには田

園型」、あるいは「山村型」などといった具合です。さらに、九州から北海道へ、という類のものは「広域型」、日本から他の諸国へ、といったものは「国際型」という名称を与えることができましょう。もっとも、広域型と国際型というように区別をしても、たとえばヨーロッパ諸国間相互での観光などでは広域型と国際型とが、実質的には区分できない状態になっている場合も珍しくありません。

さて、次に、「観光と緑地」という問題を考えてみたいと思いますが、その前に考えておかなければならない要素として、レクリエーションがあります。レクリエーションとしてはいままでのべてきたすべての「型」を含ませることができません。たとえ、レクリエーションの中にも含ませることが無理であるような場合でも、一つの休養という型にはめこむことはできません。しかし、これをわれわれ林学・林業をやっている者の立場から見まして、「観光と緑地」というように、二つの要素を結びつけたものを真実の意味での「観光」と考えますと、さきにもべました農山村から大都市へやってくる類の観光は、異質のものとしてとりあつかわなければなりません。

さて、観光における緑地の必要性をのべておきましょう。さきに、いろいろな名称を与えましたが、近隣型、田園型、或は広域型というのは必ずこれは広大な緑地が必要になります。例外は別です。この例外についてはおもしろい例外を見てまいりましたが、ここでは詳しく触れている余裕がありませんので省略します。

「観光」ということについては、いろいろな理解のしかたがあるようです。どうかすると、観光の条件づけというような立場から定義したものもあつたりしますが、それらを具体的に現実のものにおきかえて行きますと、内容としては何とはなしにスポーツセンターのような性格を帯びてきてしまうものもあります。しかし、観光ということで、いちばんはっきりしていることは、「観光は経営的な事業である」ということであります。

もちろん、観光は、他の営利本位の事業と異なり、社会的に公共性に富んだ事業であることには相違ありませんが、それかといって、採算を無視した慈善事業ではない、ことも確かなことであります。

それで、観光事業をおこしてみても、経営的に効果があり、採算がとれれば尊重されることになります。これが一応この事業のあらゆる場合の本質になってまいりますので、そのようなことからいろんな問題が観光でも起ってくるわけです。

しかし観光事業を進めるに当っては、自然保護とのかねあいが、問題になってまいります。一般的に理解されていることは、「観光事業がすすむと、自然保護がおろそかになり、自然が破壊される」ということのように、実際には「観光事業と自然保護との利害関係は一致する」という場合が、非常に多いのであります。すくなくとも、最近の傾向としては、そういう例がきわめて多い、ということが出来ます。たとえばイタリーでは、自然保護を積極的にすすめているのが観光事業を営んでいる会社そのものという例が、最近めだつて多くなってきました。ただ、いままでのところ、日本ではいまだに自然破壊をすすめているような観光業者も現存していることは確かなことですが、それはおそらく過渡的な傾向でありまして、最近はおわが国でも自然保護を重視する観光業者が多くなっていることも事実です。ただ、わが国における観光資源の性格から見て自然保護には二つの方向を考える必要があります。一つの方向は、人を引きつけるために自然保護をしなければならぬ、という立場なり方針をとるものです。そして、いま一つの方向は、古墳とか遺跡を観光資源とする場合のように、その本体と周辺の自然を保護しながら、一般への活用をはかるという方針をとるものです。最近では、わが国でも、文化庁が遺跡の保存と保護をとり上げるようになったのは、後者の方向をとるものであると理解できます。実は、私の今回の外国視察旅行も、後者の立場にかなりの比重をかけたものであったわけですから。

このあたりで、観光の社会的な意義と申しますか、あるいは現代人の生活空間における観光行動の必要性といったものを申し上げてみたいと思います。

結論的に申しますと、「現代人が知らず知らずのうちに、その生活空間の中でうっせきさせているストレスから開放されるために、観光にかかわる行動が必要である」ということになります。もっとも、現代人の大部分がストレスを感じている。ということは、もはや定説的なものとなっていますけれども、とにかくストレスを感じていようが感じていまいが、開放感というものが現代人には必要だという意味あいから、このような結論を導いた次第です。

ここで一つおことわりしておかねばならないのは、普通にカイホウというときには解放、すなわち「ときはなす」意味に理解されていますが、私は、同時に「あけはなす」意味、あるいは開き放すほうの開放という意味もこめて、観光にかかわる現代人の行動を考えてみたい、ということです。それは、現代人が意識的

にストレスを感じている場合には、観光行動によって「解き放たれる」という結果を期待することになるのですが、ストレスが意識下に埋没されていて自覚されない状態にあるような場合の方が実際には多いわけで、そのような場合には「開かれた」という感じの方が、より適当な表現であろう、と考えるからに他なりません。

さて、「観光」と申しますと、林学や林業関係の人々が、中心的な問題といわぬまでも、かなり大きな比重をかけて関心を示されるものの中に「美観」の問題があります。しかし、実際に観光の問題を手がけている者の立場からいいますと、「美観」なしに「美意識」と観光とは、それほど深い関係はないのです。それよりも重要なことは「開放感」を味あわせてくれる要素とはどのようなものであるか、をはっきりさせることです。「開放感」を味わう側からいいますと、おかしなことに条件として「不足感」あるいは「不満感」というものが内包されていなければ開放感を味わうことが不可能になります。このような前提を考えることは非常に重要なことであります。不足感ないし不満感ということをわかり易くいいますと、「必要にして十分な無駄」とでも申しませうか、あるいは「心残り」といいますか、さらに美化して申しますと、日本という「わび」とか「さび」というように理解されていることにも通ずるもの、ということが出来ます。人間とは不可解な要素を豊富にもっている存在でありまして「至れり尽せり」の状態におかれると、かえって束縛された感じを受けたり、やり切れない思いをさせられる心理状態になり、開放感とはおおよそ縁のとおしい状態におかれているように感ずるものようです。ですから、どうしても快適な限度内での不自由感というものが、開放感を起させるための、最小限の条件になります。例をあげてこのことを説明してみましょう。

美しい海岸線を走る観光バスに乗ったりしますと、ガイドさんが、お客さんに、その海岸の地質を説明して聞かしてくれます。第三紀層だとかジュラ紀、白亜紀などと、お客がおじいさんであろうとおばあさんであろうと、要するに話が通じようが通じまいが、ていねいに説明してくれます。私などが聞いてもなかなか分らないような難しい内容のことなのです。「どうせ分らないのなら、ガイドさんに説明なんかさせなきゃあいいんだ」という意見も出るかも知れませんが、しかし、この「分らない説明」が絶対に必要なのです。もう一つ例をお話ししましょう。山にロープウェーをかける場合、ふもとから山頂までかけてしまわずに、

頂上よりも少し低いところまでかけて、残しておく必要があります。もっともそのような効果を考えて設備した場所などで、観光客にアンケート用紙などを配って希望事項などを聞いてみますと、「いっそ頂上までロープをかけてくれればいいのに」というような意見が絶対多数出てくると思われそうですが、「それでは、お客様の要望にこたえるために……」というわけで、ロープウェーを頂上までかけてしまうと、もういけなくなってしまう。もう一つの手のこんだ方法を申しますと、頂上までかけなかったロープウェーの下にもう一つ歩道を作ることが非常に有効になって来ます。実際問題として、大部分の観光客は、その歩道を利用することは、ほとんどないでしょう。しかし、ロープウェーに乗ったお客さんにして見れば、「歩道があるにもかかわらずロープウェーに乗った」という一つの意識がでてきますと、ロープウェーに乗ったこと、そしてそこから山々の緑やはるか下界の風景を見下したことが、相対的に強い感情調となって印象づけられることとなります。また一面、歩道を歩けば、また異なった風光が見られたであろうに、ロープウェーに乗っただけで帰ってきてしまったということが、一つの不足感をかもし出すこととなります。ロープを山頂までかけないことも、わかりもしない地質の説明を聞かされること、お客さんにとっては、適切な限度内の不足感をよび起すこととなり、これが一つの「魅力」になってくるわけであり。いうまでもなく不足感には、度外れたものはいけません。なぜかと申しますと、それが本当の不満感になり、やがては、そこへ観光にやってきたことに対する後悔の念を起させてしまうからであります。要するに、観光には「美観」とか「美意識」よりももっと重要な要因がある、ということになります。もう一つ観光客の側から見た重要な要素があります。それは観光客が、自分に身近な生活空間では見ることができなかった違った環境で、まったく新しい経験をすることです。新しい経験を知覚する器官として、人間は目、口、耳、あるいは触覚としての手や足などを具えています。人間としての観光客の知覚で大切なことは、まったく新しい経験を時間と空間という二つの次元で把握、体験することです。

観光行動で決定的に重要なことは、目でみる体験です。時間という次元で目によって知覚されるもののうち有効なものは、思い切り古いものか、極端に新しいものでありまして、中途半端に古いものや新しいものは、知覚される過程で、「新しい経験」という

要素の本質を失ってしまいます。また、目による空間的な知覚でも、すばらしく大きいか、ケタはずれに小さいかでなければ、あまり意味はありません。これも中途半端はだめなのです。

また観光を言葉をかえた表現で申しますと「日常と違った環境で、目によるすなわち視覚にうったえる知覚では、極端に古いか新しいか、あるいは大きいか、小さいか、のどちらかということが「新しい経験」の要素の一つであります。そして、実際問題として考えいろいろな実例を見ますと、きわめて数少ない例外を除いて、時間の次元では「新しいもの」は駄目なのです。古い方がグンと有効です。空間的に申しまして、やはり例外をのぞいて、すばらしく大きいのが有効ですし、小さいものは駄目です。ケタはずれに大きいか広々としているか、といったものの方が、美ということを超えた魅力を持ち成功例が多いようです。時間の次元における「新しいものはダメ」の好適例は、ディズニーランドであります。みなさんが十分御存知のように、あそこでは何もかも古い昔の世界そのものがそろえてあります。

新しい経験をするのに大事な一つの器官は、口であります。口は、「物を食べて味わう」という経験をとる重要な器官であります。

昔から「名物に美味いものなし」とかいいますが、食べたものが「美味しかった、不味かった」ではなしに、観光客の印象にわりあい強く残るのは、「どこ、そこで何を食べた」という体験でありまして、観光旅行にあって、何も珍しいものを食べてこなかったということほど心残りするものはないのであります。

さらに、いま一つ重要な器官は、耳であります。いうまでもなく、耳は音を感じる器官ですから、どのような音が聞えるか、あるいは観光客に聞かせるか、ということの問題になります。

この話のはじめの方でのべました観光のタイプのうち近隣型に相当するものには、たとえば林業に關係のある音でいいますと、チェン・ソーの爆音などは聞えないほうがいいのです。なぜかと申しますと、近隣型の内容が多分に保養型、あるいは休養型とでも申しましょうか、定着型のレクリエーション行動が主体になっているからであります。しかし、たとえば観光地では何かいまままでに聞いたこともないような音が聞えてくる方が、観光客には「新しい経験」になるわけです。いま、仮に林業観光という新しいタイプの観光事業を考えてみますと、木材伐採の現場や跡地を見せる場合チェン・ソーのあのけたたましい音を聞かせた方がよ

いのです。あるいは、観光バスの中でのガイドさんの説明の合間に、テープでチェン・ソーの爆音を聞かせることは、非常に有効な方法になります。

次に、少し話の内容が横道にそれるような感じをお持ちになる方が、いらっしゃるかも知れませんが、観光客の立場から見た「買う」こと、要するに、その観光地のおみやげ品を買うことの意味を考えてみましょう。買うことは、いままでお話ししてきました目、口耳を通じての新しい経験と、きわめて関連の深い行動の型であります。また、買うことは、新しい経験といたしましても、重要な意味をおびてまいります。

まず、観光地で、お客さんが金を払っておみやげ品を買う、ということの意義みたいなものを考えてみましょう。ふだんの日常生活では、たくあん漬1本を買うにしても、2円、3円と値切ってみる、というような生活をしている、あるいは、そういう行動形式が身につけているのが、大多数の人たちなのです。ところが観光にでかけて、観光地で、思い切って買い物をする。あるいは、日頃の考え方からいえば、かなり無駄遣いではないかと思われるような銭のつかいかたをする、ということが、新しい経験であり、レクリエーションであるわけです。ですから観光地としては買うものがないようなところはすぐにさびれてまいります。そして面白いことに、お客さんの買うものが、平常から自分が好んでいるとか、愛用しているとか、いったものを買うわけではない、ということが現われ勝ちなのです。

たとえば、お土産品として焼酎が売りに出されていますと、観光客の大部分は、おそらく晩酌ではお酒を愛用している人が多いだろうと思うのですが、焼酎が非常によく売れます。ですから、観光地の土産物屋をのぞいてごらんになればよくわかると思いますが、「いろいろな恰好をした器で中味は焼酎」というおみやげ品が圧倒的に多いのです。おもしろいことに、日本酒はちっとも売れないか、もしくは売行きがきわめて悪いはずです。そこで当然の成り行きとして、土産物店にはお酒の売り物というのがほとんどありません。この話で観光地のおみやげ品、あるいはお客さんが、それを買うことの特異な事情や意味合いを、少しでも認識していただければ、「新しい経験を求めようと身構えている観光客の特性」みたいなものを理解できたことになると思います。

話を再び基本的な問題にもどしますと、観光客に新しい経験を感じさせる観光地側の要件は、一つには土地にかかわる要件であり、二つには人間または人間社

会的風土ないし風俗にかかわる要件であります。土地にかかわる要件とは、景観や気候などの条件です。人間ないし風俗にかかわる要件とは、その土地の文化、すなわち、産物、食物、服装、建物の様式、儀式、踊り、歌、音楽などといった、社会的人間の立ち居ふるまいにかかわるすべての要因ということになります。

以上、観光とは何か、ということをお雑把に話してきましたが、次には、諸外国の観光の実態を、スライドで例をあげて御紹介してみよう。

まず、アメリカの国立公園の例からいきましょう。

アメリカの国立公園で、すぐに気付くことは、公園の施設を、その地方固有の石や木材などをうまく利用して作っている、ということでもあります。たとえば、入口のゲートを公園内の山岳地から採取してきた石を利用して作ってあるのが、いかにも調和のとれたものに映ります。一般的にいって、観光を目的とした施設を設計する場合の基本は、その近辺から得られる素材を多く使うということです。

同じアメリカの国立公園で、観光資源としての自然を保護するために、観光客をみだりに近付けないことを目的として設けた柵を、同時に、お客を近寄せる手段に役立てているおもしろい例がありますので、紹介します。

セコイヤ国立公園に、「シャーマン元帥」というニックネームをつけられている大木がありますが、そのまわりにはガードの柵をめぐらしてあります。しかしそのガードの一部の個所だけが、大木の幹のすぐそばまで近付けるように入りこませてあるのです。自然の保護だけを目的としているのであれば、ただ大木の周囲を柵でかこえばいいわけですが、観光という側面も考え合わせますと、お客を近付けないければなりません。大きな柵で囲っただけでは、お客は必ず柵の中にはいりこんで来ます。ところが一部の個所だけに入りこませておきますと、お客は必ずその個所で大木に近付いて、その巨大さに感激をもって見てくれます。そのために、木はお客に根の周囲をところかまわず踏み固められて成長が悪くなる、というようなことが起らないですみます。また観光効果も十分にあがるわけです。しかも、そうすれば柵も丈の低いもので事足りて、見るのに邪魔になりません。

セコイヤ公園の柵と同じような効果を狙った保護のしかたは、他にも多くの例があります。たとえばタイ国で釈迦に由来の菩提樹にめぐらしてある柵も、これと全く同じような方法でしたし、わが国でも、阿蘇の青年の家のマツの孤木の保護も同じような発想で柵を

めぐらし、成功しています。

またアメリカの観光地で気のつくことは、うまく説明板を利用している、ということです。何の変哲もない景色を、説明板一つや、さり気ない標本で生かしてしまっている例が多いのです。たとえば、たいして珍らしくない、あるいは変化のない森林や緑地でも、地質の説明や植生の説明などで、観光客に「なるほど…」と感心させたりしています。林業観光という側面を考えますと、たとえば、4～5年生の造林地を観光客に見せておいて、説明板には、あと50年もすれば、どれぐらいの大きさの樹木になり、400年も立てておくと太さがどれぐらいになる、ということの説明する。そして、50年、100年、…の円盤を標本としてとりつけておけば、お客にとっては、十分に新しい認識の経験となり得るわけです。また、さきほどもちょっと触れましたように、その付近の山からもってきた丸太でベンチを作っておいたり、腐朽して穴のあいたような材で「危険で通れない橋」を危険のない沢の流れにかけておいてもよいわけです。また、手頃な石で燈籠をつくっておいてもよいわけです。

東南アジアでの観光地で、面白いと感じたことは、お客が腰かけるベンチの役目を果たすが、木の台の上に石がおいてあったことです。石が下においてあってその上に木の台がおいてあるのが、一般の常識なのでしょうが、それが反村にしてあるわけです。石に腰かけると、お尻が冷たくなるとか、灼熱の太陽にさらされている石では、お尻が熱くなって困るだろう、といったことよりも、すでに何度もお話しとおおり、新しい経験といったことの方が重要であることの一例が、こんなかんたんなことに現われております。レクリエーションや観光の場所におかれている道具と日常の家庭生活で用いるような実用品との根本的な相異点は、こんなところにあるわけです。

自然の保護の有効な手段の例として、こんなのがありました。あるキャンプ場なのですが、テントのそばに、数個の石と薪の束が積んでおいてありました。火を燃やすための石のカマドや薪に必要なものが、そこに準備してあるわけです。そうすれば、キャンパーは自分で石を集めたり木を切ったりする必要がないので自然もキャンパーたちによって破壊されることが少ないわけです。山火事防止のポスターも観光に一役買っています。北アメリカではスモーカーという熊のマークのついたポスターや標識があると山火事注意のしるしです。熊のほかに、たくさんの動物の絵が添えてあり山火事防止が、いかに自然と野生動物の保護に重要

であるかを訴えています。

実は、アフリカでもこの種のポスターが入っております。

山火事防止の方法で、面白いものの一つに森林のあちこちに、「煙草を喫ったら罰金」といった注意板が立っているのですが、そのかわりところどころに灰皿とベンチが設けてあります。人間の心理を巧みに利用した山火事防止策というわけです。

次に南米に行きましょう。ペルーのある所で砂漠の中に、忽然と現出したようなユーカリの林がありました。その林は砂漠に埋れていた昔のインカの水路に水を通したら、出来あがってしまったユーカリ林だそうで、萌芽更新をやっておりました。このあたりでのユーカリ林というのは、もっともありふれた森林の部類に入るのですけれど、破漠という場所に、インカの水路によって甦った森林というだけで、観光資源になっているわけです。

また観光とは何かという他の例にセイロンがあります。近年セイロンは観光に力を入れてきていますが面白いことに、観光客はスイス人が多いのです。新しい人工的な観光地の典型として、スイスも観光国であることは十分御承知のとおりですが、スイス人にとってはセイロンが恰好の観光地になっているのです。セイロンには、山の中に古い昔の都がそのまま残っています。古い王宮や昔そのままの農村風景が残っていて、スイスの風景とはずいぶんちがっています。ここで観光客から人気があるのは、椰子の木に囲まれた空地で開かれる市場や、夜に催されるお祭りなどです。古い寺院を照明で照し出したり、ふだんは木材の伐出に使役している象にお化粧して、お祭りに出したり、賑やかな観光行事があります。

マレーシアではゴム林からゴムの樹液をとり、生ゴムを乾燥するまでの過程がワンセットの観光コースになっています。すでに天然のゴムは企業的には採算ベースにのらないのですが、ここでは、観光資源の一つとして天然ゴムの製造工程を温存しているわけです。また、ペナンあたりでは、港周辺のチーク製材品木場のようなところを観光の見せ場にしてあります。

前に、観光に必ずしも美観とか美意識を必要としない、むしろ、新しい経験ができる、ということの重要性についてのべましたが、東南アジア諸国の観光地を見て歩きますと、ことさらそのことを思い知らされます。しかもそれが気候風土や地理的な位置の条件とかの要因と無関係なのです。このことに関連して、面白い例を御紹介いたしましょう。

タイ国のバンコクの郊外に、アメリカ資本で出来たローズガーデンという公園があります。この公園は、きれいに手入れがしてあり、美しさ、といいますが、美観に満ちた公園です。ところが、同じバンコク郊外にナム・ランドという観光施設がありまして、そこでは、タイの古来からの農業や林業のやり方、あるいは風俗、習慣などを、観光客に見せてくれます。そしてこのナム・ランドが、タイ一番の観光の場所になっています。農業に関係のあるものとしては、古い風車、水牛、タイの典型的な農家、農村風景、水田、それに旧式の道具を使っての脱穀作業、繭から糸を紡ぐ作業それをさらに織機で布をおる作業などを見せてくれます。またタイ国で古くから伝わっている焼物をつくる過程も見せてくれます。林業に関係のあるものでは、象を使って木材を牽いたり押ししたりするところや、水中貯木をするのに、ドブンと丸太材を池の中に転がしこむところなどが、観光の資源として利用されているわけです。

以上、ほんとうのかけ足で、世界各国の観光施設のいくつかをご紹介いたしました。私がおっとも感銘をうけたのは、各国ともに、自分の国に誇りをもち、自分の国を自信をもって観光資源として他国人に見せている、ということでありました。東南アジア諸国のいわゆる発展途上国でも、観光客に媚を売るような姿態を全然とっていません。たとえばナム・ランドでもローズガーデンを「猿まね」するようなことなく、堂堂と自国の伝統をふりかざしている姿には、尊敬の念さえ生じてまいりました。

さて、なんとなくまとまりのないお話をしてみました。いままでの話をふり返っていただくと、林業にかかわるあらゆることが、観光資源や観光事業として十分活用できることを理解していただけたと思います。森林は森林として、林業という産業の中で展開される労働は労働の作業形式として、時間と空間の両次元から十分に観光の対象となります。

また、現在は、都市ガス、プロパンガス、電熱など

が燃料として幅をきかしている時代ですが、そういう世相であるからこそ「木炭を使ったジンギスカン鍋やバーベキューに舌鼓を打つこと」が観光事業として役立ち得るわけです。木炭窯も、また木炭を焼く作業そのものも、上にみたような視点からいえば、りっぱな観光資源になる可能性が、きわめて大きいといえます。

将来、九州が期待どおりの観光の島となるためにはそれぞれの分野の人々が、それぞれの地域、風俗を十分に生かし、観光客に媚を売るようなことをせず、堂々と誇りと自信をもって観光事業にとりくむ姿勢が必要だと思います。九州における林業観光の将来性は、現代日本の世相からみて、洋々たるものがあると思いますが、それだけに、林業、林学にたずさわる者の役割は、非常に大きく、また責任も重大であると思います。

私のつたない話が、皆様方の何らかの御参考に供し得れば、これに過ぎた欲びはございません。これで終わります。拍手。

(司会者) ただいまは、森林・緑地と観光の問題を非常に興味深く聞かせていただくことができました。日頃われわれが、うっかり見過しているような林業や森林の問題が、観光やレクリエーションというプリズムを通して考え直してみる時、実に生き生きと甦ったように、舞台の前面に躍り出してくるような感じを受けたのは、一人司会者のみではなかったと思います。本日の御講演を拝聴したことを好機として、林業林学にたずさわる者が、森林と人間とのかわり合いをいま一度考え直してみることは、大きな意義があると思います。

有益な御講演、まことに有難うございました。

拍手