

自然に関する意識調査

— 濁河温泉・自然休養林を事例として —

小坂宮林署 濁河担当区 ○金子 恵
計画課地域施業計画第三係長 森谷 克彦

1. はじめに

近年、わが国でも週休2日制の定着などにより、国民の余暇が増加しており、また、温泉ブームやアウトドアライフ志向の高まりにより、都市部から自然とのふれあいを求めて国有林を訪れる人達も増えてきている。

一方国有林としても、森林を木材資源の供給の場としてだけでなく、国民に対し自然景観や野外スポーツなどをともに楽しめる森林レクリエーション事業の制度化により、国民と森林とのふれあいの機会を作っているところである。

濁河担当区部内には、御嶽自然休養林があり、その中には日本でも有数の高所にある濁河温泉と、多数の野鳥獣が生息する原生林、また、3,000m級の高山としては比較的登りやすく、信仰の山でもある御嶽山の登山口を有しており、さらに御嶽少年自然の家や国設濁河スキー場などの施設もあることから、近年入り込み者も増加の傾向にあり、元年度は年間約10万人が当地を訪れている。

さらに、林野庁で取り組んでいるヒューマン・グリーン・プランの候補地にあげられており、小坂町をはじめとして近隣4ヶ町村が、御嶽・鈴蘭高原森林空間総合利用計画を進めているところである。そこで、今後の御嶽自然休養林のあり方を模索するために、この地を訪れる人達が自然や開発・整備に対してどのような意識を持っているのか、アンケート調査を行った。

2. 調査方法等

(1) 調査対象者

濁河温泉・御嶽山を訪れた観光客と登山者及び御嶽少年自然の家での初任者研修の先生とした。

(2) 調査時期・方法

調査時期は入り込み者がピークとなる8月とし、一般者については、各旅館のフロントにアンケート用紙を預ける方法と、9～10日の2日間登山口で記入する方法とした。

先生は、研修期間中に記入してもらうこととした。

なお、登山口での調査時には、年輪板及び分収育林や小坂町の観光パンフレット等を手渡し

協力を求めた。

(3) 回答数

一般回答者 310 人 (男 55%、女 39%、記入もれ 6%) のうち、旅館等が 140 人、登山口が 170 人であった。

先生は、127 人 (男 33%、女 67%) であった。

設問は、一般が 11 問、先生が 16 問とし、基礎データとして性別・年齢・職業・住所を問うた。

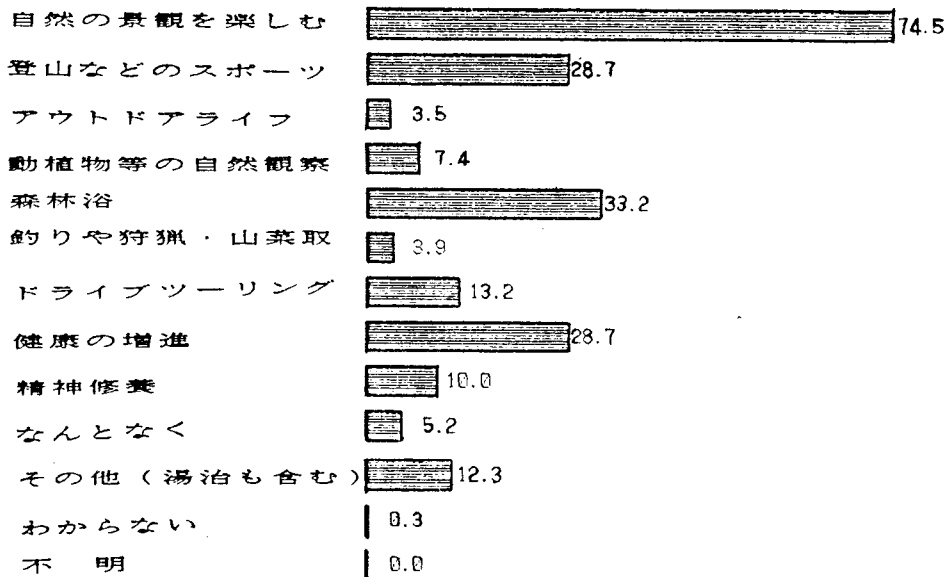
3. 調査結果

(1) 濁河温泉・御嶽自然休養林について

訪れた回数と旅行日程についてみると、初めて訪れた人が 50% を占めている反面、毎年来ている人が 14% ある。また、日程についても一泊以上が 90% ちかくを占めており、大半が高山方面との組合せの旅行計画としている。「また来たいか」について、95% 以上が再度訪れたいと答えており、固定客の持てる要素のある場所だと考えられる。

別表-1 目的

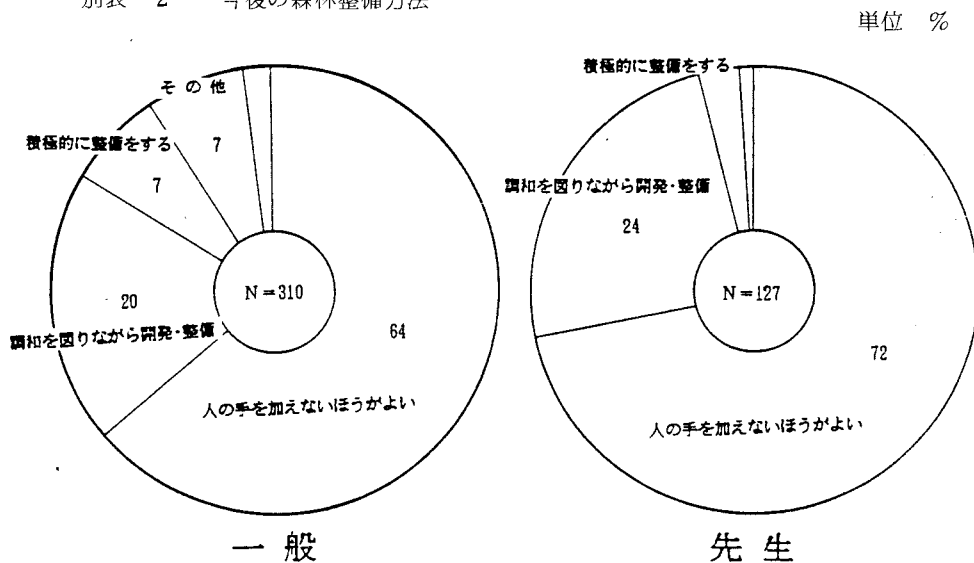
単位 %



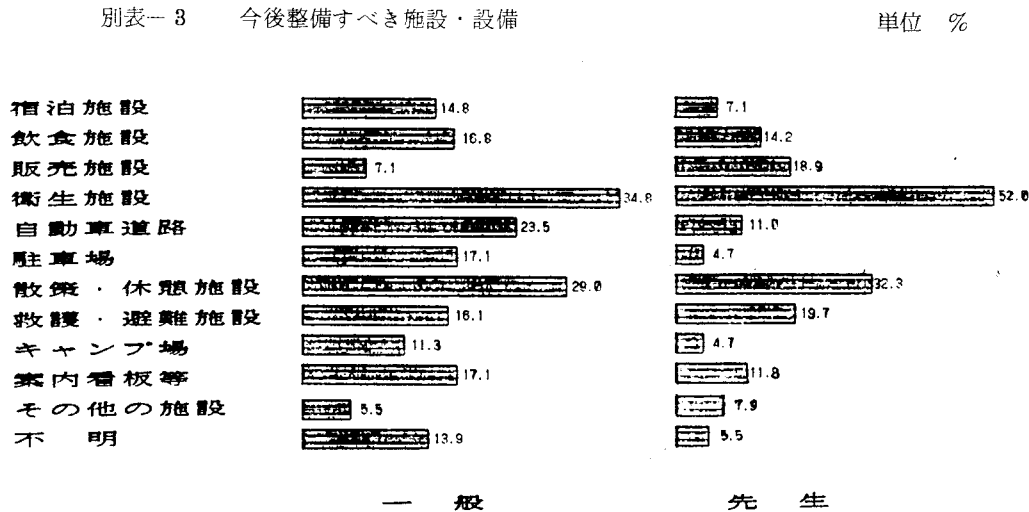
目的については複数選択としたが、自然景観・森林浴・健康増進が上位を占めており（別表-1）、森林の整備については、「人手を加えない」が70%、「調和のとれた開発」が20%であった（別表-2）。

また、自然休養林のなかで整備を要する施設・設備については、衛生施設がもっとも多く、散策・休憩施設・自動車道路の順となっており、特に公衆トイレの整備は急を要するものと考えられる（別表-3）。

別表-2 今後の森林整備方法



別表-3 今後整備すべき施設・設備



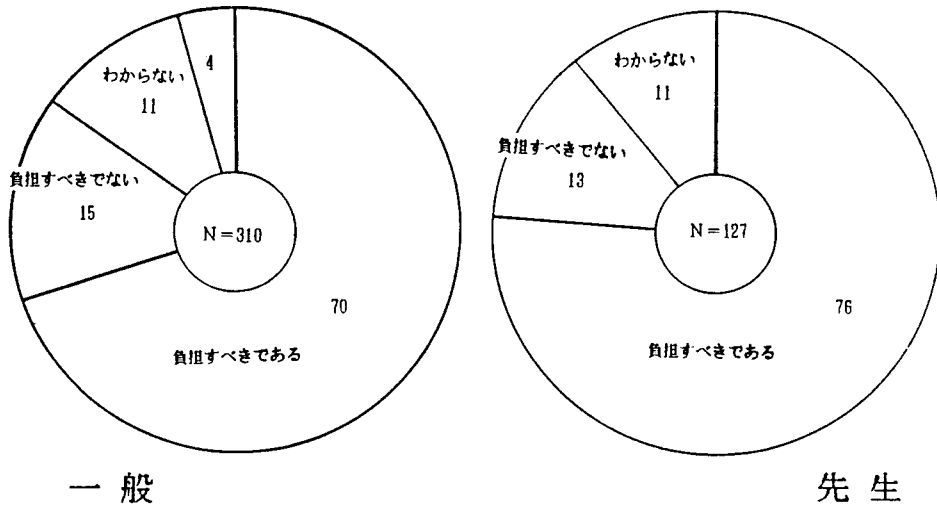
(2) 今後の森林について

ゴミ始末の費用負担については、「利用者が負担すべきだ」が70%近くあったが(別表-4)、現実にはどのような形で負担させるかについては、慎重な検討が必要である。

植樹等の森林造成参加については、「ぜひ参加」「参加してもよい」を合わせると70%となり(別表-5)、潜在的な参加希望者は多いものと思われる。森林に何を期待するかについ

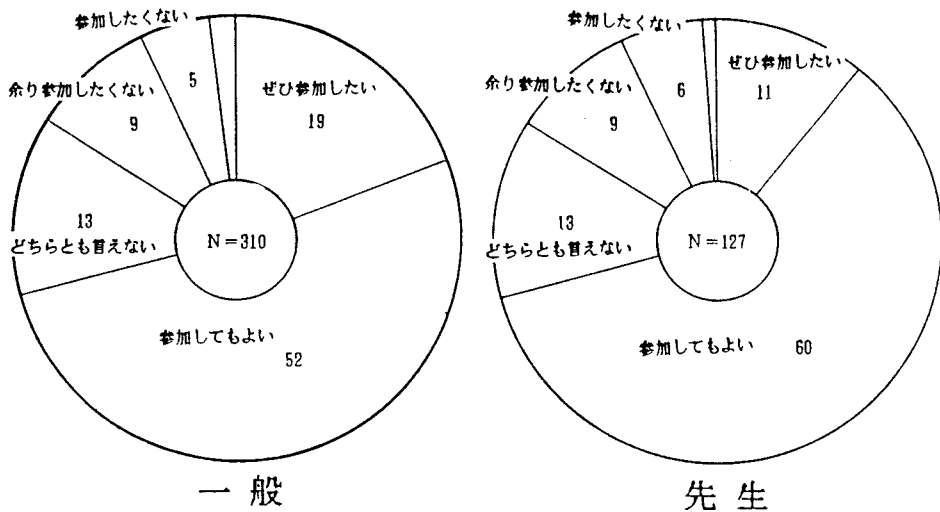
別表-4 ゴミ始末の費用負担

単位 %



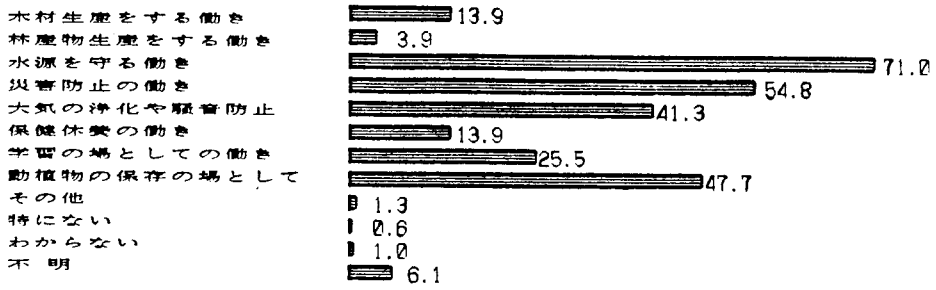
別表-5 森林造成への参加

単位 %

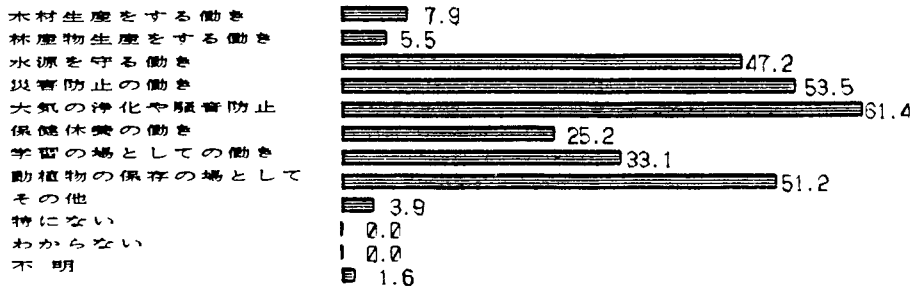


別表一 6 森林への期待

単位 %



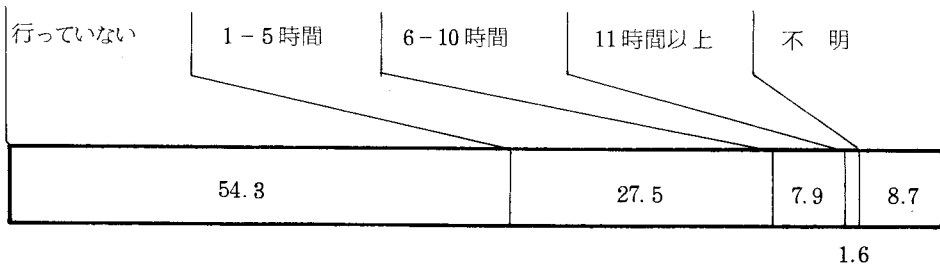
一般



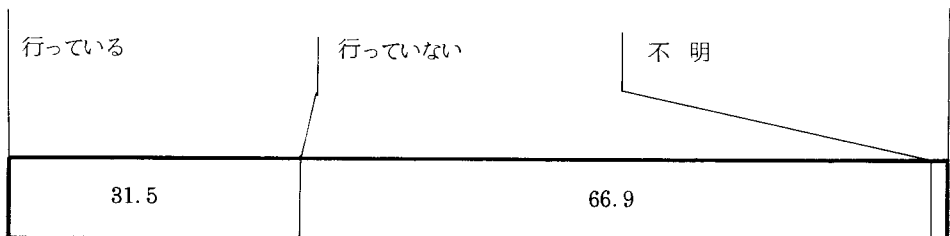
先生

別表一 7 1年間の森林・林業の授業時間

単位 %



野外学習・教育



(3) 先生のみの質問について

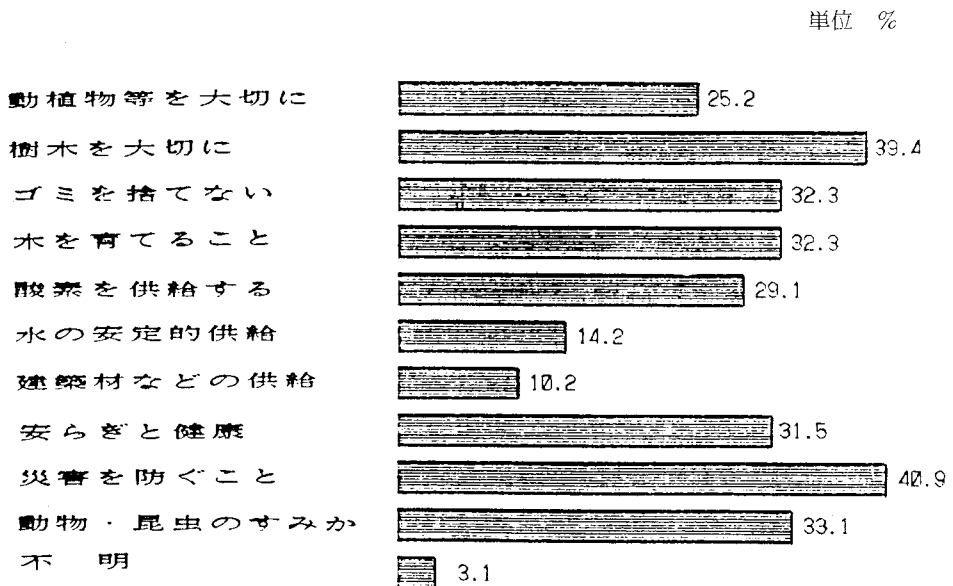
1年間の授業時間数については、「行っていない」「1～5時間」で82%となり、野外学習についても行っているという答えが82%ということからみても、森林・林業に対する教育時間は少ないと考えられる(別表-7)。なお、授業方法としては、(別表-8)のとおりである。

森林の大切さを教える場合の注意点についてみると(別表-9)のとおりだが、「水の安定供給」や「建築材の供給」などが少数となっている。用語の理解度については、(別表-10)のとおりである。

別表-8 森林・林業の授業方法

- 1. 映画・ビデオの活用(森林のしくみ等)
- 1. 合宿やキャンプ
- 1. 山にくわしい人の話を聞く
- 1. 植林などの体験学習
- 1. 木を使った工作
- 1. 登山

別表-9 森林について教える場合の注意点



別表-10 用語の理解度

単位 %

林野庁

19.7	48.8	31.5
内容も知っている	言葉は知っている	知らない

保安林

47.2	44.9	7.9
------	------	-----

自然休養林

37.8	54.3	7.9
------	------	-----

間伐

48.0	33.9	18.1
------	------	------

ヒューマングリーン・プラン

4.7	26.8	68.5
内容も知っている	言葉は知っている	知らない

白神・白山地域環境保全問題

18.9	77.2	3.9
------	------	-----

緑のオーナー

30.7	17.3	52.0
------	------	------

国有林野事業の独立採算制度

7.1	31.5	61.4
-----	------	------

人工林と天然林

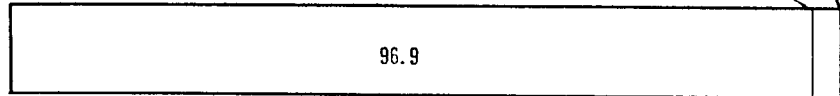
知らない



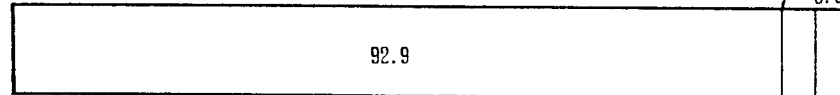
内容も知っている

言葉は知っている

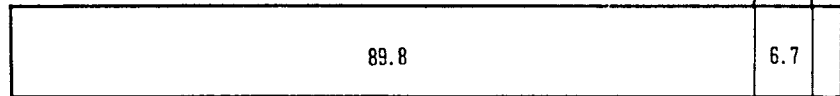
針葉樹と広葉樹



地球温暖化現象



酸性雨



緑の日・緑の週間

知らない

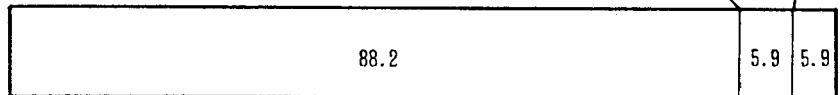


内容も知っている

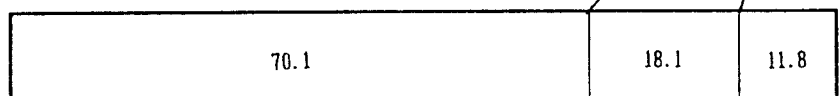
言葉は知っている

知らない

ゴルフ場農薬問題



熱帯林の減少問題



4. ま と め

濁河温泉・御嶽自然休養林を訪れる人の年齢は、40才以上の人が多いことから、現在のところ若年層には、それ程魅力のある場所としては映っていないようである。しかし、知名度から言えば、大手の会社が旅館経営に参加しているため“秘湯濁河”という宣伝が行われており、比較的知名度は高く宣伝効果は現れている。また、自然景観や森林浴を楽しみにくる人が多いということから、「自然はしっかり残して欲しい」という意向が現れている。

日程については、結果で述べたとおり一泊以上の滞在で訪れる人が90%近くあり、今後余暇の増加にともない長期滞在の人が増えると思われるので、そのための宿泊施設はもちろん清潔なトイレ・遊歩道・キャンプ場・スキー場などの新設整備とともに、自動車道路・駐車場など、利便性を求める人の要望解決も急がれる。

森林への期待について、水源の働き・災害の防止・動植物の保護など、最近の自然への関心のたかまりを反映して人手を加えないほうがよいという意見が大半を占めているが、林業に対する認識は少数となっている。また、ゴミ処理等にかかる経費負担や森林造成には前向きな意見が多いことから、宣伝をかねた催し物や有料トイレの設置なども考えていくべきである。

先生へのアンケートでは、森林林業の授業時間の短さや野外授業の少なさから、営林署としても森林教室や木工教室の開催はもちろん、林野庁としても積極的な働きかけが必要であり、森林インストラクターの活躍の場としても十分期待できるであろう。森林に関する言葉の認識については、いわゆる新聞・テレビなどのマスメディアに大きく取り上げられたものについては、内容までよく理解されているが、林野庁や国有林の関係についての認識はかなり低いことが伺える。PRの大切さがいわれて久しいが、今一度、受け手の側にたったPRの方法と、国民の森林に関するデータバンク的存在であることを前面に出したPRが必要であろう。

今回の調査をかえりみると、保全の必要な原生的な自然は残し、それと接する観光地の開発とは、はっきり線引きを行い、また、木材生産の対象と位置づけられる森林については、一般の人の植樹などへの参加を含め、明確に区分して理解を深めて行くことが大切であろうという印象を受けた。

今後、御嶽ヒューマン・グリーン・プランの進展にともない、秘境といわれた濁河・御嶽も徐々に開けて行くことと思うが、地元と国有林が一体となつてのなかで、自然と調和した開発と一過性の観光地とならないための環境づくりが大切と考える。

今回の調査は、質問項目の内容や集計数からみても決して十分なものとはいえず、アンケートの分析も不十分であるが、濁河温泉や自然休養林を訪れた人の率直な一面が反映されたものと考えている。