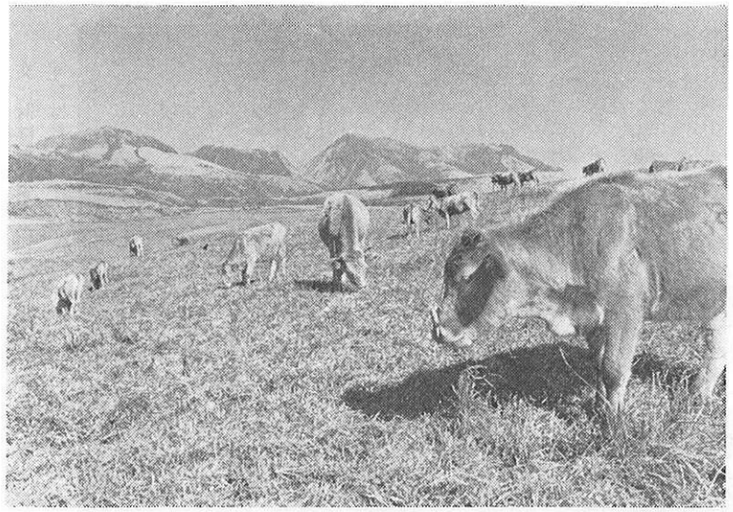
そいでいます。

ところで、自然景観や文化財等の保護は、強い法規制や国や県の施策が必要ですが、ただ、それだけで解決できる問題ではありません。市町村や観光事業者の問題でもあります。しかし根本的には、郷土に住む私たちが郷土の自然の美しさを愛し、文化財の重要さを認識し、多くの人たちに観賞され、親まれる観光資源の基盤として保護活用への協力態勢が最も大切な問題であります。

そういった意味で、今県民の皆さんの間に郷土の「自然と文化を愛する会」がつくられ、運動が推進されていますことは、熊本県の観光にとってもまことに心強い限りです。



―〝観光牧場〟という言葉が生まれるほど畜産と観光の結びつきは強くなった。―

県政の大きな柱「観光産業」

昔から〝風が吹けば桶屋がもうかる〟という言葉がありますが、現代の言葉でいえば経済の連鎖的な波及効果といったものであります。

観光産業の波及効果についていいますと、一体観光産業の利益は、誰にいくのかというご質問の方もおられると思います。

では、これを数字の上からみますと、昭和四十年に熊本県と日本観光協会の共同により、阿蘇地域観光施設による経済波及効果を調査しました結果、宿泊施設や土産品販売、および休憩飲食施設で一年間の観光客による消費額二七億五〇〇〇万円に対して、例えば従業員の皆さんの給料と、その人達がつかう生活費とか、土産品や食糧等の地元調達と生産品の需給関係といったように、お金が地元でグルグルと回転するのを五段階で把握することによって、阿蘇地域内の皆さんに及ぼす経済効果は、その二倍に近い五二億五〇〇〇万円の所得増加となって表れました。

とくにこれらの所得増加を誘発したところの観光消費の大半が、関東、関西などを中心とする阿蘇地域外からの観光客によってなされるという点を考えますと、観光産業が阿蘇地域の経済開発にとって大きな担い手であるということができます。

昨年一年間に県内の観光地を訪れた観光客は一、三〇〇万人、観光客による消費額は、一九〇億円と推定されますが、これはサービス産業から脱却して第三次産業をめざしているといえましょう。

一方、これらの観光客受け入れのため、阿蘇地域をはじめ天草、熊本地域を中心として県内観光地における観光開発はめざましいものがあります。

本県観光に大きな転機をもたらした九州横断道路の開通以来、今日までの施設投資額は、約一〇四億円に達し、そのうち、旅館ホテル等の宿泊施設が六六%を占めていることは、観光客の受け入れの絶対的な要件である滞留性が強化されることになり、さらにこれは観光客の増加による消費効果を促し、観光資本の地元投下自体による波及効果とともに、観光産業の経済効果は、単に観光業界だけでなく、土産品や商店街をはじめ、農林水産業まで広く及び、本県経済の大きな分野を占めているということができます。

県では、昭和四十年に策定した県計画において、本県観光の開発を豊かな県民生活のための大きな柱として、県全体の総合計画のなかで推進しています。というのは、本県の観光産業を発展させるためには、まず道路、鉄道、バスセンター、空港、港湾といった交通基盤施設を整備することが大切です。さらに熊本市のような観光都市では、都市美を形成するための都市や施設環境整備、阿蘇では、畜産に観光を併進し、草地改良事業による土地の効率化で観光牧場や観光施設の導入、天草では、農林水産物自体を観光資源とし、柑橘類や水産物の需給、観光果樹団地、フイッシングセンターの設置など、産業基盤はもとより、他産業との関連性を高める方向で開発を促進する必要があります。

このように観光開発は、機能的にも地域的にも、総合されたマスタープランにのっとって、それぞれの観光地が自然景観や人文資源を生かして特性ある観光地づくりを推進し、観光地相互が観光ルートによって連けい発展することが、本県観光産業繁栄への進むべき方向といえます。

〝観光くまもと〟は私たちの手で

いま熊本の自然や歴史や温泉を求めてたくさんの観光客が県内の観光地を訪れています。

皆さんが観光旅行をされる場合そうであるように、熊本を訪れる観光客は、雄大な自然や豊かな風物に、夢やすらぎとさらに明日への希望をもってやってきます。そこで、このすべての人達が楽しかった熊本の旅としていつまでも思い出してもらえるようにすることが、観光くまもとを育てるカギであることはいうまでもありません。

今日の観光においては、先ず便利であること。次に施設が快適であること。そしてサービスがよいこと。が観光客受入れの三本の柱といわれています。

熊本の場合、便利さでは全国的な交通網の整備とともに、九州横断道路や天草五橋をはじめ、交通基盤の充実によって県内外を結ぶ観光ルートは急速に整備されてきました。

これとともに、施設の快適さでは、観光地における観光開発がすすみ、旅館ホテルをはじめ観光施設が急激に整備化、近代化されてきました。

ところで、最後のサービスのよさということでは、以上の二つのように、道路や観光施設を建設するというようには計画どおりにいかないところに問題があります。

もちろん、旅館の女中さんやバスのガイドさん、土産品店の店員さんなどの観光第一線の皆さんが、観光客に対するサービスをできるだけ適切に、確実なものとするための訓練や努力、さらに指導される経営者の方々の心構えや、根本的には経営の健全化など業界としての問題はあります。

しかしサービスのよさという意味は、さらに広く観光地ぐるみの観光客の受け入れ態勢や、観光地における正しい観光資源の案内書や説明板も必要です。また、観光地の魅力となる独特の土産品をはじめ、郷土、民芸郷土料理も大切です。さらには観光地を美しくすることも重要です。いま「阿蘇山上を美しくする会」や「やまなみハイウェーを美しくする会」が地元町村や業界、道路公団、県等を中心に結成され、観光地の美化に当っていって観光客受け入れ町と業界が一体となますし、天草では、態勢の整備、特に観光客に対する親切運動を推進しています

―阿蘇火口附近―

観光地美化への動き

―阿蘇山上美化清掃協会―

観光地にゴミはつきものとはいえようが、その清掃対策は、関係者が最も頭を痛めている問題の一つだ。

阿蘇山上一帯は、一年間に阿蘇を訪れる約四〇〇万人の観光客の内、なにしろ約二五〇万人が登るだけに、吐きだされるゴミの量も大変なもの。弁当箱、ビール瓶、ジュースのあきカン、そして夏場ともなればアイスクリームのあき箱など、一日一トンぐらいにはなるだろうという。

そこで、山上一帯をなんとかきれいにと、地元の阿蘇町、白水村、山上の観光施設業者、交通機関、それに厚生省と道路公団、熊本県が一体となって、四十年九月に阿蘇山上美化清掃協会が発足。これまで、四十年十月末の爆発で荒れた火口周辺の整地や、山上一帯のツツジの害虫駆除をはじめ、焼却炉やチリカゴを設置するなどの美化対策を進めている。

しかし、なんといっても問題はゴミの始末。チリカゴに入れる観光客は殆んどいない。そのため、毎日五名の清掃作業員が、火口周辺から山上広場、古坊中附近一帯のゴミを拾い集め、紙くずなどは燃やし、ビンやカンなどは埋めている。そのせいで、最近の山上一帯は、随分ときれいになっている。

「きれいになったと思うまもなく、またゴミが散らばるといった具合で、十二～三個あるチリカゴもすぐにいっぱいになります。修学旅行生にくらべて一般団体客の後始末の悪いのが目につきます。なかには〝ご苦労さん〟といってゴミ拾いを加勢してくれる学生さんもいますが、こんな時は本当に嬉しいですよ。」一日に一人八キロ近くを歩いてゴミを集めるという、この清掃作業員の若労も大変だ。

だが、清掃員の人たちが、どんなに一生懸命働いても、それだけできれいなものではない。この人たちの仕事振りを見るにつけ、関係機関の設備、その他の美化対策とともに、まずなによりも、観光客の自覚が欲しいとの思いを一層強くするのである。

やっぱり阿蘇

帯谷瑛之介（放送作家）

〝阿蘇はは大観峯からの眺めが一番好きである。その雄大な景観を前にしていると、体中に何とも知れぬ力が溢れてきて、ようしやるぞとやたらと仕事がしたくなるし、小さなクヨクヨした思いわずらいなど吹飛んでしまう。そして有料道路を突走って、火口へ行く。ふつふつとした地熱とあけっ放しの明るい空と原始の太陽これはここでしか見られない。

帰りは草千里へ降りて、ハダシになって、力一杯走る。緑一面の見事な草原を息が切れるまで走る爽快さ。ストレスなんぞクソくらえで、体中緑色に染まってすきとほってくるようなすがすがしさである。熊本は、やっぱり阿蘇だ。〟

（「九州の観光だより」より）

旅情