

# 演出された「南国」イメージ

—宮崎・日南海岸における南国的景観の造成—

長谷川 司\*

## 【要旨】

本論文は、宮崎県を研究フィールドとして、一地域の観光地化による文化変容の過程を記述し考察する観光文化史的研究の一部である。

宮崎県の観光イメージは、戦前・戦中の天孫降臨の「聖地日向」というイメージから戦後には「南国宮崎」というイメージへと変容を遂げた。先行研究においても、こうした宮崎の観光イメージの変容は指摘されている。しかし、観光開発による「南国」イメージの演出過程についての考察は、十分に深められてきたとは言いがたい。

そこで本論文では、まず、「宮崎観光の父」とも呼ばれる宮崎交通の初代社長、岩切章太郎が書き残したテクストにおける「南国」イメージの演出に関連する記述について考察を加えた。結論部分では、岩切章太郎が、宮崎交通による観光開発において、「南国」イメージをフレームとして考えていたことを指摘した。

キーワード：「南国」イメージ、岩切章太郎、青島、借景、添景物、動く額縁

## 1. はじめに

平成 19 (2007) 年 1 月 21 日、宮崎県出身で元テレビタレントでもある東国原英夫宮崎県知事が誕生した。それ以来、マス・メディアにおいては、連日のように、宮崎県内の観光地や特産品が紹介されている。さらに、東国原知事の姿を一目見ようとするツーリストたちが、宮崎県庁舎に押し掛けている<sup>1</sup>。

宮崎県内の観光事業者は、東国原知事の就任による観光事業の再建に期待を寄せている。とくに、近年の宮崎における観光状況を省みれば、県外からの観光客数の減数、「観光立県」を標榜した戦後宮崎県の観光事業を主導した宮崎交通の業績不振と第 3 セクターとして設立された大型リゾート施設シーガイアの経営破綻があった<sup>2</sup>。

東国原知事の就任による観光再建に寄せる期待は、「観光立県」として観光事業を主要な産業とした戦後宮崎県の体制によっても増幅されている。

戦後の宮崎県が、観光事業に力を入れる転機になったのは、宮崎が「新婚旅行のメッカ」

\* 関西学院大学大学院総合政策研究科博士課程後期課程 (cjs74405@ksc.kwansei.ac.jp)

<sup>1</sup> 宮崎県の調べによれば、平成 19 (2007) 年 4 月から 8 月 20 日までの間で、県庁舎の見学者数は、10 万人であった。また、宮崎県物産振興センターは、過去最高の売り上げを記録している。

<sup>2</sup> 宮崎交通は、平成 17 (2005) 年には産業再生機構の支援を受け、事業再生に取り組んでいる。シーガイアは平成 13 (2001) 年にアメリカのリップルウッド・ホールディングに買収された。

とも呼ばれた昭和 40 (1965-75) 年代の新婚旅行ブームであった。

昭和 40 年代の宮崎への新婚旅行ブームを引き起こした要因としては、2 つのことが考えられる。まず第 1 に、昭和 40 年代には昭和 22-25 (1947-50) 年の戦後ベビー・ブームに生まれた人々が結婚時期を迎えたこと。そして第 2 には、新婚旅行先が多様化する以前のことであり、宮崎へと集中的に新婚旅行が行われたことである。

宮崎への新婚旅行ブーム以前において、多くの日本の新婚ツーリストたちの旅行先は、伊豆や南紀といった温暖で解放的な「南国」を感じさせる観光地であった。そして新婚ツーリストたちが、旅先としての宮崎に求めたのも、観光開発によって演出されていた「南国」イメージだったと言われている。昭和 40 年代までに、宮崎では、観光戦略として「南国」イメージが積極的に演出されていたのである。

戦後において「南国宮崎」として知られた宮崎県だが、戦前・戦中においては日本の建国神話にまつわる「皇祖ゆかりの地」、「聖地日向」としてその名が知られていた。

とくに昭和 15 (1940) 年においては、観光客数を減じた日本国内の多くの観光地とは異なり、宮崎県は、「聖地巡礼の地」として出征した兵士の武運長久を祈る多くのツーリストたちを集めていたのである。(宮崎交通社史編纂委員会編 1997: 57)

それゆえ、戦後直後の宮崎県の観光事業における課題は、戦前・戦中の観光事業を再建することにあつた<sup>3</sup>。戦後の観光事業再建のなかで積極的に行われたのが、「南国」イメージの演出であった。

宮崎観光における「南国」イメージの演出は、「宮崎観光の父」とも呼ばれる岩切章太郎<sup>4</sup>と彼が初代社長を勤めた宮崎交通株式会社との関連が深い。戦後の宮崎県が、「南国宮崎」として観光地化されるまでには、宮崎交通による「南国」イメージ演出のための観光開発が、大々的に行われた。

宮崎交通は、観光バス事業をはじめとして、宮崎県内各地に多くの観光施設を整備し、観光地を造成していった。岩切は、宮崎交通による観光開発を「大地に絵をかく」という言葉で表現した(岩切 [1989] 1997: 301-3)。宮崎の大地をキャンバスとして捉え、絵画を描くように観光開発を行ったのである。とくに、宮崎交通の観光開発は、景観改造による視覚イメージの演出に力点をおいたために「見る観光」とも呼ばれた(小川 1976: 255)。

なかでも、宮崎県の南部、太平洋に臨む日南海岸の宮崎市青島から日南市鶴戸神宮へと到る国道 220 号線の沿線では、岩切章太郎の観光コンセプトをもとに行われた宮崎交通の観光開発によって、視覚的な「南国」イメージの演出が重点的に行われた。本論文では、宮崎交通による観光開発における「南国」イメージ演出の視覚性に着目し、宮崎交通が、日南海岸において行った南国的景観の造成について考察をすすめたい。そこでまず、本研究に関連す

<sup>3</sup> 『日向日日新聞』(昭和 20 年 10 月 12 日付) には、「観光日向再建の構想」という特集記事が組まれている。この記事においては、とくに戦争で中断されていた戦前の観光事業の再建が課題とされている。

<sup>4</sup> 岩切章太郎 (1893-1985) は、1926 (大正 15) 年 5 月、宮崎市街自動車株式会社を設立し、宮崎市内を中心にバス事業を開始した。宮崎市街自動車株式会社は、昭和 17 年に宮崎交通株式会社に社名を変えた。そして昭和 19 (1944) 年には総力戦体制下でのバス事業の統制により県内唯一のバス事業社、宮崎交通株式会社になった。

る先行研究について整理し、評価を加えておきたい。

## 2. 宮崎観光についての先行研究の検討

宮崎観光に関する先行研究としては、まず、小川全夫による研究が挙げられる。小川は、戦後に行われた宮崎における観光開発を地域開発として捉える視点から評価し、社会的な背景をふまえた上で、今後の観光開発がどのようになされるべきか、について考察した（小川 1976: 243-85）。この研究において小川は、昭和 40（1965-75）年代の宮崎への観光ブームを引き起こした要因を、とくに宮崎交通による観光コンセプトづくりと積極的な観光開発にあったと評価している。

つぎに、『みやざきの観光物語 1947-1997』（宮崎市観光協会編 1997）、『宮崎交通 70 年史』（宮崎交通社史編纂委員会 1997）といった宮崎観光を通史的に記した文献が挙げられる。前者は宮崎市観光協会の視点から宮崎の観光を概観した文献であり、後者は宮崎観光において重要な役割を果たした地元民間の交通事業社の社史である。宮崎県における観光事業は、宮崎交通という交通会社との協力の上で行われてきた経緯と、観光という地域事業の特性上、2つの通史の記述は重なる部分が多い。小川および通史的な文献は、地域開発として行われた宮崎交通による意図的で積極的な観光開発を評価するものであったと言ってよいだろう。また、こうした先行文献が「南国」イメージの演出についての記述において強調しているのが、宮崎交通による熱帯樹木フェニックスなどの熱帯・亜熱帯植物の植栽を通じて行われた「南国」的な景観づくり、「南国」イメージ演出の視覚的な側面についてである。

宮崎の観光事業についての 1990 年代以降の先行研究では、日本政府による国家的事業として 1940（昭和 15）年に執り行われた紀元二千六百年奉祝事業と宮崎における観光事業の関連性に焦点が当てられた<sup>5</sup>。こうした先行研究においては、とくに、戦後の宮崎における「南国」イメージ演出を基調とした観光事業と、戦前・戦中の宮崎県内の日本神話に係る観光地を主とした観光事業との関係性に焦点が当てられたことにその特徴がある。

まず、白幡洋三郎は、戦前・戦中から戦後にかけての宮崎観光における観光イメージの変容を観光戦略の転換として言及している。白幡は、日本における旅行様式を文明史的に考察した著作において、宮崎への新婚旅行ブームについて触れている（白幡 1996）。新婚旅行先として戦前から、関東では伊豆、関西では南紀といった、温暖で解放的な「南国」を感じさせる地域が人気を博したことから、日本の新婚ツーリストたちが「南」へと向かう傾向があると指摘し、「南国」イメージを意図的に演出した戦後の宮崎への新婚旅行ブームを説明している。宮崎への新婚旅行ブームについての記述に際して、白幡は、昭和 40（1965-75）年代に戦前・戦中においては「天孫降臨の聖地」として知られていた宮崎が「新婚旅行のメッカ」として人気を博するに到るまでに、宮崎県において「南国イメージ」が宮崎交通を中心として意図的そして計画的に演出されたことを強調している（白幡 1996: 176-87）。

<sup>5</sup> 紀元二千六百年奉祝事業およびこの事業における宮崎県の動向については、古川隆久（1998）に詳しい。

千田稔は、記紀神話において天孫降臨の地とされる「高千穂」の現実世界における地理的な同定をめぐって、宮崎県西臼杵郡高千穂町を支持する宮崎県側の論客と、宮崎県と鹿児島県との県境に連なる霧島連峰の高千穂の峰を支持する鹿児島県側の論客との間で繰り広げられた論争について考察した（千田 1999）。

千田が、その著作において多くの紙数を割いたのは、昭和 15（1945）年の紀元二千六百年記念奉祝事業に際して宮崎県奉祝会が建立した八紘基柱<sup>あめつちのもとにしら</sup>についてである（千田 1999: 134-91）。八紘基柱は、正面には「八紘一字」の文字が刻まれ、塔の四方には、武人を表現した荒御魂像<sup>あらみたま</sup>、漁民を表現した奇御魂像<sup>くしみたま</sup>、農耕民を表現した幸御魂像<sup>さちみたま</sup>、商工人を表現した和御魂像<sup>にぎみたま</sup>が配置されている 37 メートルの石塔である<sup>6</sup>。戦後直後には、八紘基柱からは「八紘一字」の文字と武人像は取り除かれた。しかし、観光ブームと呼ばれた昭和 40（1965）年には、「八紘一字」の文字と武人像は復元され、「八紘基柱」という塔の名称は、「平和の塔」と改称され、観光ルートの一つになっていった。

千田は、八紘基柱についての記述を通じて、紀元二千六百年記念式典への積極的な関与と観光産業とともに、宮崎県民による地域主義の発露として捉えている。千田の研究は、戦前・戦中の「天孫降臨の聖地」というイメージから戦後の「南国宮崎」というイメージへの変容をその断絶性からではなく、連続性から捉える視座を提供していると言えるだろう。

山口誠は、戦中には日本に占領され「大宮島」<sup>おおみやしま</sup>と呼ばれた現在のグアムが、戦争の記憶を忘却した戦後の日本人にとっての「南の楽園」となっていった、観光地化の過程を文化史的に考察している（山口 2007）。この著作のなかで、山口は、「大宮島」が「南の楽園」グアムとなっていく観光地化の過程と、「皇国の郷」として知られた日向が戦後には「南国宮崎」としてツーリストが訪れるようになった過程の類似性に着目している（山口 2007: 90-103）。

山口は、日本人によるグアム観光の始まりが、新婚ツーリストによるものであったこと。そして宮崎とグアムにおける観光イメージの演出が、メディアによって創り上げられた現実を反映しない「楽園ハワイ」のイメージが用いられたことに、その類似性を見出している。

宮崎への観光ブームの後には、「南国」を求めた日本のツーリストたちは、地理的に宮崎よりも、さらに南に位置する「南国」である沖縄やグアムそしてハワイへ向かったということになる。しかし、宮崎観光が注目に値するのは、「南国」へと向かうツーリストたちの旅行形態に与えた影響だけには止まらない。

（移動）沖縄の観光イメージについて考察した多田治は、沖縄県の国道 58 号線沿道の熱帯植物の植栽が宮崎の日南海岸のロード・パークという観光コンセプトを転用したものであったことを指摘している（多田 2005: 52）。宮崎観光における「南国」イメージの演出において重要な役割を果たした岩切章太郎は、沖縄海洋博が終了した昭和 50（1975）年に沖縄で講演を行った。この講演において岩切は、宮崎における観光開発において「南国」イメージの主要な演出技法の一つであったロード・パークの沖縄への転用の可能性を示唆していた（岩切 1990: 161-87）。さらに宮崎交通は、社員を沖縄に派遣し日本返還後の沖縄の観光事業に協

<sup>6</sup> 八紘基柱の建設工程については、「平和の塔」の史実を考える会編（1995）が詳しい。

力した（宮崎市観光協会 1997: 58）。（移動）つまり、宮崎観光における道路自体を「南国」イメージを演出するためのアトラクションとして捉えるロード・パークという考え方が、沖縄県において転用されたことをも示している。こうしたことから、宮崎と沖縄との間には、観光戦略としての「南国」イメージの演出技術において結びつきがあったと考えられるのである。

宮崎は、日本における戦前から戦後への観光旅行の変容、さらには「南国」への観光旅行を研究する上で、重要なフィールドであると言える。しかし、主として先行研究は重要な示唆を含んではいるが、戦前・戦中から戦後にかけての宮崎の観光のイメージの変容の指摘のみに留まっている。（移動）それゆえ宮崎観光において演出されてきた「南国」イメージは、その視覚的な演出の重要性が指摘されてはいるが、部分的にのみ考察されてきた。一つの地域を対象とする観光研究として宮崎における「南国」イメージの演出過程については十分に考察が深められてきたとはいえない。

そこで、本研究においては、戦前から戦後にかけての宮崎県の観光イメージの変容における「南国」イメージの演出過程に焦点を当てたい。

本論では、まず、宮崎において「観光宮崎の父」とも呼ばれる岩切章太郎が書き残したテキストをもとに、宮崎交通の観光開発において「南国」イメージがどのような意図を持って演出されてきたのかについて考察しておきたい<sup>7</sup>。

### 3. 遊覧バス案内文の作成—観光資源の視覚化

宮崎県において、名所を訪れる人々への対応というだけではなく、ツーリストに県内の施設や名所を組織的に紹介する観光事業は、宮崎交通株式会社の前身、宮崎市街自動車の遊覧バス事業に始まったとされている。昭和6（1931）年に、遊覧バス事業を開始するにあたり、宮崎市街自動車の社長であった岩切章太郎は、遊覧バスの車内で車掌が読み上げる遊覧案内文の作成を行った。

岩切は、この案内文の作成において、それまで他の観光地で行われていた案内とは違った新しい案内形式を用いた。その案内文は、すでに人々によく知られた名所旧跡の案内をするのではなく、地域をダイジェストとして案内するものであった。岩切は次のように述べている。

それで説明の中に産業文化その他を入れて、遊覧バスに乗ればその地方のすべてがダイジェストとして一通りわかるというふうに説明内容を組み立てた。そのため今までの遊覧バスの説明とはかなり趣の違ったものになって、これならこの町でも遊覧バスができるということになった。（岩切 1992: 248）

<sup>7</sup> 本論文が検討した岩切章太郎のテキストは、岩切（1972, 1980, [1989] 1997, 1990, 2004）である。

## HASEGAWA: Construction of Tropical Image

岩切は、遊覧バスの案内文の作成において、ツーリストたちによく知られた名所旧跡を案内するのではなく、宮崎の産業や文化を案内する文章を加えることで、「地方」つまり地域を紹介する案内文を作成したのである。

さらに案内文作成の際に、岩切が、とくに顧慮したのが、バス車内で案内を聴きながら車窓越しに宮崎の風景へと注がれる乗客たちの視線についてであった。

亀の井の遊覧バスの案内は七五調で、向こうに見えるあの山は何々山と申しまあーす、といういわゆる亀の井バス調である。別府は地獄巡りの遊覧バスだから、あれでいいのだが、宮崎の場合、あれではいけない。普通の話し方がいい。しかし、困ったことには宮崎にはこれといって指差す物が非常に少ない。どうしても物語が中心になる。それでは退屈するかもしれない。（岩切 2004: 91）

引用文中の「物語」とは、『古事記』や『日本書紀』といった日本神話など、かつては「日向国」と呼ばれた宮崎に語り継がれてきた物語のことである。

まず、遊覧バスの案内文を作成する際に、岩切を悩ませたのは、「これ」と遊覧車掌が指を差し示して説明案内するものが少ないこと。つまり、バスの乗客であるツーリストたちが視線を向ける対象が少ないことであった。そこで、岩切は、宮崎市内を「ダイジェスト」として説明する新たな遊覧案内の方式を採用するとともに、目に見える産業や文化を説明する文章を加えていった。

つまり、遊覧案内文の説明形式を変更することで、神話や伝説といった目に見えない物語中心の宮崎の観光資源を産業や文化といった視覚的で可視的な観光資源へと転換させていったのである。

さらには、不要不急の旅行の自粛が叫ばれていた 1940（昭和 15）年には、「遊覧バス」という名称を「参宮バス」に変え、記紀神話との関係が深いとされる宮崎県内の宮崎神宮、青島神社、鵜戸神宮、を廻る参拝者を乗せたバスを走らせた（宮崎交通社史編纂委員会 1997: 55）。

しかし、青島神社—鵜戸神宮間という参宮バスの運行ルートであった 2 つの名所間の距離は長く、乗客を退屈させないための方策が必要であった。

そこで、宮崎交通は、青島から鵜戸神宮へと到る海岸沿線において観光開発を行い、観光施設を整備していった。この際に、観光開発として行われたのが、「南国」イメージの演出であった。それはとりもなおさず、観光開発によって、ツーリストたちの視線が注がれる観光対象を造り出していく過程であった。

#### 4.1 日南海岸の造成における「南国」イメージの演出

宮崎交通は、昭和 10（1935-1945）年代の前半の時期において、青島と鵜戸神宮という記紀神話との関係が深い、2 つの名所間の海岸線沿いに観光施設を整備していった。

昭和 12 (1937) 年には小弥太郎峠において大量のウチワサボテンを植栽してサボテン林を造林した。さらに昭和 14 (1939) 年には、青島の近隣地区に遊園施設である子供の国を開園した。このように、昭和 10 年代前半から青島から鶴戸神宮へと到る海岸沿線に観光施設が整備されていった。こうした観光施設の園内においては、サボテンや蘇鉄などといった熱帯植物の造園が行われ、「南国」イメージが演出されていた。

しかし、昭和 10 年代後半には、戦況が激化する中で、青島―鶴戸神宮間の各観光施設での観光開発は中断された。こうした観光施設は、戦後には再整備され、「南国宮崎」の代表的な観光地、「日南海岸」の観光施設になっていった。

日南海岸における宮崎交通による観光開発は、青島―鶴戸神宮間を結ぶ道路自体を一つの観光アトラクションにしようとしたことであった。こうした道路を一つのアトラクションとして捉えた宮崎交通の観光開発は、戦後には「ロード・パーク構想」(道路の公園化)と呼ばれ、宮崎の観光コンセプトとして定着していった<sup>8</sup>。

とりわけ、日南海岸における「南国」イメージの演出のために行われた景観の造成は、熱帯植物が持つ視覚イメージとしての「南国」イメージを利用した観光開発であった。

## 4.2 青島―宮崎における「南国」イメージ演出の準拠地

宮崎交通による観光開発がおこなわれる以前の宮崎県内において、「南国」イメージを感じさせる名所があったとすれば、それは宮崎市の南端にある小島、青島であった。

この青島が、宮崎交通の観光開発における「南国」イメージ演出の際に参照された準拠地であったと言ってもよい。青島は亜熱帯植物に覆われた周囲、約 1.5 キロメートルの小さな島であり、島央には『古事記』における「海幸彦・山幸彦」の物語に登場する彦火火出見命(山幸彦)・豊玉姫命・塩筒大神の三神を祀った青島神社がある。青島は、「海幸彦・山幸彦」の物語そして亜熱帯植物といった、宮崎県地域が持つ<神話>と<南国>という 2 つの観光イメージが混在する島であった。

青島は、宮崎交通が日南海岸において観光開発を行う以前から、旅人が訪れる名所であった。とくに大正 2 (1913) 年に、大淀駅―内海間を走る宮崎軽便鉄道の営業開始以降は、旅人の数は飛躍的に増大したという(宮崎市観光協会 1997: 21)。

青島を訪れる人々は、青島神社への参拝者だけではなく、境内に植物園が開園されていたことから推測されるように、多くの人々が亜熱帯植物を觀賞するためにこの島を訪れていたと考えられる<sup>9</sup>。

さらに、青島は、大正時代の初期から行われていた多くの植物調査を経て、大正 10 (1921) 年には、史蹟名勝天然紀念物保存法によって「青島熱帯植物産地」として国の天然紀念物に

<sup>8</sup> 昭和 44 (1969) 年に、宮崎県では、国道や主要幹線沿線の景観保全を目的として、沿道修景美化条例が制定された。ロード・パーク構想という宮崎交通の観光コンセプトが、県の観光事業、道路行政にも定着していった。

<sup>9</sup> 青島には、境内に植物園が開園されていた(日向青島宣揚會 1931)。青島境内の植物園は、対岸に県立亜熱帯植物園が開園した時に閉園した。

指定された（平田 [1954]1984: 41-5）。こうした青島に自生する亜熱帯植物、そのなかでも島内の植物の約 90%を占める亜熱帯樹木ビロー樹が持つ視覚イメージが、宮崎交通の「南国」という観光開発コンセプトに着想を与えた。岩切は端的に次のように述べている。

南国の情緒ということは何で私が言い出したかと申しますと、これは青島にビロー樹があったからでございます（岩切 1990: 167）

岩切の宮崎を「南国」として売り出すという観光コンセプトに着想を与えたのは、青島に自生する亜熱帯植物、そのなかでもビロー樹の「姿」すなわち視覚イメージであった。

そして岩切は、青島に自生する亜熱帯植物の視覚イメージを準拠枠にしつつ、「天孫降臨の地」という宮崎のイメージに、観光開発によって「南国」イメージを付け加えていったのである。

岩切はまず、この青島に自生するビロー樹を日南海岸に植樹しようと考えた。しかし、ビロー樹の育成には時間が掛かり、景観造成のために植樹することが困難であった（岩切 1990: 66）。そこで、ビロー樹に代えて、宮崎交通が「南国」イメージの演出のために用いたのが、造園樹木として開発された熱帯樹木フェニックスであった。

#### 4.3 日南海岸の借景的景観構成

造園においては、古くから外来の植物を植栽することでエキゾチック（異国趣味的）なイメージを演出する方法が用いられてきた。（移動）日南海岸における「南国」イメージ演出の際に用いられたのもこうした造園技法であり、観光開発として「南国」イメージをもった植物つまり熱帯植物の植栽が行われ、「南国」的な景観が造成されていった。

また、日南海岸における熱帯植物の植栽の際には、＜借景＞という造園技法が用いられたと考えられる。岩切章太郎は、宮崎交通が経営していた宮崎市青島近くの遊園施設、子供の国を、「観光宮崎の縮図」として捉えており、宮崎交通による観光開発の際に採用された造園技法の多くは、あらかじめ、この子供の国において試用された。この子供の国の景観造りにおいて、重要な造園技法として試用されたのが、庭園眺望の構成において用いられる借景の技法であった（岩切 2004: 210）。

借景とは、庭園の外部景観を庭園眺望の構成要素の 1 つとして利用する造園技法である。借景の方法を用いて構成される庭園の景観は、景観を構成する上で主要な景色である主景と、主景を引き立てるために前景として添えられる、景色である添景やモノである添景物によって構成される（東京農業大学造園科学科 [1985]2002: 233）。

岩切は、樹木や草花の植栽による景観作りを「植え足し」と呼んだ（岩切 1990: 149）。「植え足し」の際に植え込まれる樹木や草花は主景としての宮崎の景色を借景的に眺めるための添景物であったと言ってもよい。また、宮崎県内におけるロード・パークの景観作りのために、「植え足し」とともに用いられたのが「切り出し」という方法である（岩切 1990: 149-52）。



「切り出し」は、景観の眺望構成上、不要な樹木を切り取り、景観を構成する方法で、えびの高原で赤松千本原の景観造成で用いられた方法である。

「植え足し」と「切り出し」という景観造成の手法からは、景観造成における岩切の＜前景＞に対する強いこだわりが窺える。景色を眺める際の前景の役割について、岩切は次のように述べている。

いったい日本人は景色を見る場合の前景の事をとかく忘れておりますが、写真をとって見ると直ぐ分る事です、何でもいい、一つの景色の前景になるような樹木か何かがありますと、景色が非常に引き立っていい写真になりますが、前景にするものが何もないと、ただ、だだっ広く、写真にとってもいい写真になりません。（岩切 1990: 56）

岩切章太郎は景色を眺める際の、前景の役割を重要視していた。そこで、日南海岸における、宮崎交通の観光開発としての「南国」イメージの演出は、熱帯すなわち「南国」の植物である熱帯植物を添景物として用いて前景を造り出し、「南国」イメージを視覚的に感じさせる借景的な景観構成を行っていったと考えられる。

そして、日南海岸における借景的な景観構成における重要な添景物が、日本においては宮崎で植樹技術が確立された熱帯樹木フェニックスであった。日南海岸の風景を熱帯すなわち「南国」的な景観へと変貌させたフェニックスの植樹の際にも借景の技法が用いられたと考えられる。

#### 4.4 熱帯樹木フェニックス-日南海岸における添景物

日南海岸は、「フェニックスの木蔭から太平洋を臨む海岸」という観光コンセプトをもとに、宮崎交通によって造成された観光地である（岩切 2004: 224）。フェニックスは、熱帯に位置するカナリア諸島原産の熱帯樹木である。

岩切章太郎は、ロード・パーク日南海岸の景観造成においては、「植え足し」という方法を用いたと記している（岩切 1990: 149-52）。「植え足し」とは、樹木や草花といった添景物を植栽することで、借景的な景観を構成するために用いられた方法であったと考えられる。

「植え足し」の技法を用いて、借景的に景観が構成された日南海岸において、「南国」イメージを演出するために植栽されたのが、熱帯樹木フェニックスであった。宮崎交通は、日南海岸における観光地開発の際に、このフェニックスを堀切峠の沿道に植樹していった。

現在において、フェニックスは、日本全国で見られる造園樹木である。しかし、日本においてのフェニックスの植樹技術が、確立されたのは宮崎県においてであった。

まず、大正時代に、フェニックスの種子が宮崎県内に持ち込まれ、宮崎県農林試験場と宮崎県高等農林学校に試植されていた<sup>10</sup>。（移動）岩切章太郎が、フェニックスを「南国」イメ

<sup>10</sup>フェニックスが大正期のどの時期に試植されたのかについては不明である。宮崎県に持ち込まれたフェニックスの由来と農林試験場および高等農林学校での試植については、西日本新聞社（1970）が詳しい。

ージの演出に使おうと考えたのは、農事試験場に試植されていたフェニックスを見たときのことである（岩切 1990: 122）。しかし、農事試験場に試植されていたフェニックスは、種子の発芽と育成に成功していたが、植樹技術の確立までには至っていなかった。

フェニックスの植樹技術は、宮崎市内で園芸場を営んでいた中村林太郎によって確立された（西日本新聞社 1970；岩切 1990: 124）。中村が開発した植樹可能な造園樹木としてのフェニックスの登場が、日南海岸の堀切峠沿道におけるフェニックスの大量植樹を可能にしたのである。（移動）宮崎交通は、フェニックスの幼木を中村園芸場から大量に購入しては育成し、太平洋を臨む日南海岸へと到る堀切峠の沿道に植樹していった。

借景的な眺望を持つ日南海岸において、フェニックスは、主景である太平洋に「南国」イメージを付け加えた添景物であった。岩切章太郎にとって、このフェニックスは、青島に自生する亜熱帯樹木であるビロー樹よりも、「姿」すなわち視覚イメージにおいて「南国的」であり、また植樹にも適した樹木であった。岩切は次の様に述べている。

南国情趣、私は南国の情趣とはなんだろうかと考えました。そして青島のビロー樹に思いを込めました。しかしもう一度、ビロー樹の何処が南国的なのかと考えると、それはあの姿にあると思ったところへ、忽然と出てきたのが、あのフェニックスでした。（中略）フェニックスとビローどちらが南国的なのだろうと考えるとフェニックスの方がより南国的である。しかもビローは生長が遅いが、フェニックスは非常に生長が早い、これは、青島だけに腰をすえていると、南国日向はいつか吹っ飛んで仕舞う日が来るかもしれない、どうしても早くフェニックスを植えて、フェニックスを青島のビローと共に宮崎の代表的な木にしなければならない、と考えました。私が日南海岸の堀切峠やその他にフェニックスを植えるはじめたのは、全くこのためでした。（岩切 1990: 66）

岩切章太郎に、「南国」イメージという宮崎の観光資源の存在に気づかせたのは、青島に自生するビロー樹の「姿」であった。しかし、岩切にとって、農事試験場で見かけたフェニックスの姿は、青島のビロー樹の姿以上に、「南国」を感じさせる樹木であった。そして、日南海岸における「南国」イメージの演出を可能にしたのが、中村園芸場において無限に複製可能な造園樹木として生まれたフェニックスであった。

「南国」イメージを持った熱帯植物であるフェニックスの植樹が、「南国宮崎」を代表する観光地、日南海岸の「南国」イメージを作り上げていった。フェニックスの植樹による「南国」イメージの演出は、それ以前においては青島という小さな島だけに限定されていた視覚的な「南国」イメージを、植樹可能な場所であれば、どこにでも演出することが出来た。

## 5. 「動く額縁」― バスの車窓とフェニックスの並木

つぎに、ツーリストの視覚の側面から日南海岸の「南国」イメージが演出された景観について考察を深めておきたい。

日南海岸は、宮崎交通というバス事業を主とする交通事業社によって造成された観光地であり、日南海岸の景観は宮崎交通のバスの車窓から眺められる景観として造成された。

言い換えれば、日南海岸において、バスは、乗客を目的地まで運ぶ輸送機関であると同時に、車窓から景色を眺める乗客たちにとっては視覚メディアでもあった。

ヴォルフガング・シヴェルブシュによれば、19 世紀のヨーロッパにおいて、鉄道が、新しい視覚の形式であるパノラマ（全景）的な視覚を導入していったという（Schivelbusch 1979=1982: 69-88）。鉄道の登場によって、鉄道以前の徒歩や牛馬による伝統的な旅程において特徴的であった前景や近景といった旅人の視覚経験は、機械的な速度によって近景を、車両側面に据えつけられた車窓によって前景を失うことで、パノラマ的な視覚経験に置き換えられていった。

19 世紀に登場した、機械的な速度を生み出す鉄道による移動経験は、20 世紀の自動車による移動経験を先取りするものであった。また、側面に車窓が並ぶバスの乗客たちの視覚経験は、レールを離れた場所においても、鉄道と同じく、パノラマ的な視覚経験であったと言ってもよいだろう。

つまり、日南海岸において観光バスの乗客たちは、機械的な速度と車窓とを通して、パノラマ的な視界を経験した。そして日南海岸での観光開発において、岩切が行おうとしたのは、バスの乗客たちのパノラマ化した視界に「南国」イメージを演出することにあった。

日南海岸の景色は、バスの車窓を通してこそ、岩切の観光コンセプト通りに眺められる景色であった。岩切は、次のように述べている。

並木には二つの効用がある。一つは歩く人に蔭を与えることであり、今一つは景色を造ることにある。人が歩かなくなってから第一の効用はもうなくなった。それで並木を惜し気もなく切ってしまうのであろうが、並木にはもう一つ大事な効用があつて、それは景色を見る枠、しかも動く枠、という微妙な効用をもっていたのである。これは広重の東海道五十三次の版画を見ればよくわかることだが、この効用は、自動車で動くようになると、もっともっと大切な効用になるのである。私が堀切峠にフェニックスを植えて、フェニックスの葉陰を通して太平洋を見せたいと思ったのも、全くこの並木の効用を狙ったのである。（岩切 2004: 224）

岩切は、日南海岸においては、フェニックスの並木が、日南海岸を移動するバスの乗客にとって景色を眺める際の「動く枠」として機能すると考えていた。樹木であるフェニックスが動くことはない。日南海岸を動いていたのはバスの乗客たちの視点である。

そこで、移動するバスの乗客たちの視界に、「南国」イメージを演出するためには、フェニックスを一カ所に密集させて植樹するのではなく、「並木」として植樹する必要があった。すなわち、バスの乗客たちの移動する視点に合わせて、並木として熱帯樹木を植えることで「南国」イメージを演出する〈動く枠〉を導入したのである。

日南海岸を走るバスの乗客としてのツーリストたちは、バスの車窓に映る太平洋を大量に

植え足されたフェニックスの並木が造り出す＜動く枠＞越しに眺めた。

日南海岸は、バスの乗客であるツーリストたちが、バスの車窓とフェニックスによる「動く枠」を通して視覚的に「南国」を経験する観光地として造成されたと考えられる。

## 6. おわりに―フレームとしての「南国」

本論は、ここまで岩切章太郎のテキストをもとに、宮崎県の南部、青島から鶴戸神宮へと到る日南海岸沿線における観光開発による「南国」イメージの視覚的な演出について考察してきた。

観光開発による「南国」イメージの演出を通じて、宮崎は「南国」化していった。岩切章太郎は、宮崎交通による観光開発を「大地に絵をかく」という言葉で表現した。しかし、これまでの考察から、岩切が「南国」イメージを、「枠」や「額縁」のようなものとして意識していたということを指摘できる。岩切が、日南海岸における観光開発によって造り出そうとしたのは、宮崎の景色を「南国」を描いた絵として眺めるための「額縁」であった。

宮崎観光における「南国」イメージの演出において、何が「南国」的であったかと言えば、それは宮崎を眺める際の「額縁」つまりフレーム (frame) であったと言えるだろう。観光開発によって作り上げられ、設定されたフレームこそが、宮崎を「南国」として眺めることを可能にしたと考えられるのである。

フレームとしての「南国」イメージは、青島に限定されていた「南国」イメージを、フレームの設定が可能な場所であれば何処にでも造り出すことが出来た。換言すれば、このフレームを使えば、何処でも「南国」イメージを感じさせる「絵」になったのである。そこで、戦後宮崎の「南国」イメージの演出を基調とした観光戦略については、この宮崎を「南国」として眺めるためのフレームをどのように設定していったのか、という問いのもとに考察できるのではないだろうか。

## 【参考文献】

- 古川隆久, 1998, 『皇紀・万博・オリンピック-皇室ブランドと経済発展』中公新書.
- 平田正一, [1954]1984, 「青島植物研究小史」中島茂編『青島総合調査報告書』宮崎大学農学部宮崎リンネ会, 41-4.
- 日向青島宣揚會, 1931, 『青島自生熱帯性植物解説』青島自生熱帯性植物園.
- 岩切章太郎, 1990, 『自然の美 人工の美 人情の美-岩切章太郎講演集』鉾脈社.
- , 2004, 『心配するな、工夫せよ-岩切章太郎翁半生を語る』鉾脈社.
- , [1989]1997, 『無尽灯』鉾脈社.
- 宮崎交通社史編纂委員会, 1997, 『宮崎交通 70 年史』宮崎交通株式会社.
- 日本経済新聞社編, 1992, 『私の履歴書-昭和の経営者群像③』日本経済新聞社.
- 西日本新聞社, 1970, 『宮崎物語—太陽とみどりのドラマ』西日本新聞社.
- 小川全夫, 1976, 「太陽はだれのもの-宮崎観光開発」西日本新聞情報処理センター調査部『50 年代の地域開発』西日本新聞社, 243-85.
- Schivelbusch, Wolfgang, 1979, *The Railway Journey: Trains and Travel in the 19<sup>th</sup> Century*, New York: Urizen Books.
- (=1982, 加藤二郎訳『鉄道旅行の歴史-19 世紀における空間と時間の工業化』法政大学出版局.)
- 千田稔, 1999, 『高千穂幻想-「国家」を背負った風景』PHP 新書.
- 白幡洋三郎, 1996, 『旅行ノススメ-昭和が生んだ庶民の「新文化」』中公新書.
- 多田治, 2004, 『沖縄イメージの誕生-青い海のカルチュラル・スタディーズ』東洋経済新報社.
- 東京農業大学造園科学科編, [1985] 2002, 『造園用語辞典』彰国社.
- Urry, John, 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London: Sage Publications. (= 1995, 加太宏邦訳『観光のまなざし-現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局.)
- 山口誠, 2007, 『グアムと日本人-戦争を埋立てた楽園』岩波新書.

## **Construction of Tropical Image by Tourism of Miyazaki**

**Tsukasa HASEGAWA**

**Graduate School of Policy Studies**

**Kwansei Gakuin University**

### **Abstract:**

This paper is a part of a research that examines the acculturation of one region as a result of tourism development.

After World War II, Miyazaki was given an image of a tropical country. Its scenery was remolded by tourism producers such as Shotaro Iwakiri, who planted tropical trees in Nichinan coast.

Analysis of the descriptions, mostly extracted from Iwakiri's writings, of the deliberate work of producing "tropical image" disclosed that he was aware of the importance of the foreground in the scenery remodeling.

This paper concludes that Iwakiri considered the "tropical image" he built up as a frame through which tourists were to look around Miyazaki.

**Key words and phrases:** tourism, Miyazaki, tropical image, Shotaro Iwakiri, frame