

リアルな体験からしか分からぬ「自然に生かされている」感覚 地域の森が見えれば、日本全体や世界の森も見えてくる



枝廣淳子さん

環境ジャーナリスト・翻訳家
幸せ経済社会研究所所長

『不都合な真実』の翻訳で知られる枝廣淳子さんは、環境問題に関する講演、執筆、翻訳等の活動を通じて「伝えること、つなげること」に尽力されており、3月に開催された「森林と市民を結ぶ全国の集い2014」にもご登壇いただいている。今はそんな枝廣さんに、森林に対する想いをうかがつた。

心理学を学んで思い出した 「自分と自然とのつながり」

私は保育園から小学校4年生の1学期まで、宮城県の田舎で過ごしました。

そこで野生児のように遊んだことで、自然のリズムや「自然に生かされいる」ことが、皮膚感覚で身についたような気がします。例えば森の中には「私だけの山菜が採れる場所」があって、そこでは採つてはダメ」といったことを、誰に教わるわけではなく実体験から学びました。また、当時の私にとって森の中は、学校で面白くないことがあった時に行けば自分を取り戻せるような、癒しの場所でもありました。そして、遊んでいる明るい森の奥には静かでヒヤッとした、なんだかよく分からぬ神秘的な世界があるといったことも感じていましたね。

その後の中学、高校は都会暮らしで、

そんなことはすっかり忘れていました。ところが大学で心理学を学び、「人は大事なものとのつながりが切れたとき、メンタルな問題を起こす」ことを知った時、あらためて「私のルーツは、あの時に得た自然とのつながりだ」と思い出したのです。それからずっと、いろんなつながりを取り戻すためのお手伝いをする活動を続けています。

活動オプションが広がってきた 森林づくり運動

2008年に、森と暮らしと心をつなぐウェブサイト「私の森.jp」を立ち上げました。当時も森を守る活動をしている人はいましたし、地域の木で家を建てる活動もありましたが、それが「一体となつていないこと、そして一番大事な一般生活者につながっていない」と感じたのがきっかけです。おしゃれでスタイルリッシュなサイトにするなどを心掛けていたので、感度の高い若い人たちを中心評価していただいているよう、「私の森.jp」を通じて木の商品や森の活動に興味を持つ人もいらっしゃいます。

「国民参加の森林づくり運動は、ここへきて多様なNGOや企業が参画するようになったことで、木づかいはじめとして活動のオプションが広がっていきましたね。

そんなことはすっかり忘れていました。ところが大学で心理学を学び、「人は大事なものとのつながりが切れたとき、メンタルな問題を起こす」ことを知った時、あらためて「私のルーツは、あの時に得た自然とのつながりだ」と思い出したのです。それからずっと、いろんなつながりを取り戻すためのお手伝いをする活動を続けています。

いる印象があります。「森林と市民を結ぶ全国の集い2014」に参加させていただき、あらためてそのことを感じました。

また、「里山資本主義」といった言葉に表れているように、地域の資源として森を評価し直して、それを中心に地域の暮らしをつくっていく「こう」という動きが各地で出てきていて、それもすごく良いことだと思います。リアルな経験を通じて地域の森を見れば、例えば「木を植えて育てるだけでなく、使つていかないと回らない」という部分も見えややくなるなど、森林・林業の問題を「わがこと化」しやすくなります。

そういう意味でも距離感はなるべく近い方がよいですし、地域の森が見えてくれば、やがて日本全体や世界の森も見えてくるようになると思います。

さらなる広がりを

生まれ出すための戦略に期待

ただ、森林づくり活動やそのつながりが広がっていると言つても、問題の切迫感にふさわしいスピードで広がっているかというと、どう

た人たちにもっとアプローチする工夫が必要でしょう。残念ながら、もう「良いことだから分かってくれるだろう」という時代ではありません。テレビコマーシャルを打つといったマスメディア的な発想では、あまり効果は見込めません。例えば社会学者や心理学者、マーケティングの専門家といった人たちを引き込んで、さらなる広がりをつくる方法を検討することが必要でしょう。また、一般論として森林の良さや大切さを訴えるのではなく、対象となる人の年齢や関心や経験に合わせた、もっとピンポイントな形でのアピールも必要かもしれません。IT技術が発達してきた現在ならば、それも可能なはずです。これから国土緑化推進機構には、そんな戦略的なアピールを開いていくことを期待したいと思います。

た人たちにもっとアプローチする工夫が必要でしょう。残念ながら、もう「良いことだから分かってくれるだろう」という時代ではありません。テレビコマーシャルを打つといったマスメディア的な発想では、あまり効果は見込めません。例えば社会学者や心理学者、マーケティングの専門家といった人たちを引き込んで、さらなる広がりをつくる方法を検討することが必要でしょう。また、一般論として森林の良さや大切さを訴えるのではなく、対象となる人の年齢や関心や経験に合わせた、もっとピンポイントな形でのアピールも必要かもしれません。IT技術が発達してきた現在ならば、それも可能なはずです。これから国土緑化推進機構には、そんな戦略的なアピールを開いていくことを期待したいと思います。



JUNKO EDAHIRO

1962年京都府生まれ。東京大学大学院教育心理学専攻修士課程修了。主な著書に「地球のためにわたしができること」「エネルギー危機からの脱出」「私たちにたいせつな生物多様性のはなし」、訳書に「不都合な真実」「成長の限界 人類の選択」ほか多数。