



巻 頭 言

ゴルフブームと農薬の活用

塩野義製薬株式会社 植物薬品開発部長 高柳 淳

ゴルフブームである。ゴルフ場入場者数は1億人を突破し、首都圏や近畿圏等の大都市周辺のゴルフ場は連日満員の盛況で、スタート予約もままならないことは周知のとおりである。

ゴルファーの数も年々増加の傾向で、現在では1,500万人、ともいわれ日本人に最も好まれるスポーツの一つにあげられている。

我が業界にとって大いなるインパクトとなった、‘農薬’による‘環境汚染’問題やゴルフ場建設自体による‘環境破壊’問題、さらには国際的に有名になった‘高額プレーフィー’さえもゴルファーの足を止めるまでには至らなかったようである。

なにゆえに、ゴルフが急速に普及していったのであろうか。先ず背景として、経済成長や所得水準の向上、をあげねばならない。次にゴルフのゲームの要素からくる面白さや、社交場としての利用価値が高いことも大きな要因と考えられるが、自然そのものと言えるゴルフ場の‘環境’が多くのゴルファーを魅了していることも忘れてはならない事実であろう。

‘ウサギ小屋’発言に代表される（欧米との比較による）住環境や改善されつつあるとはいえ、依然過密状態にある都市環境が影響しているように思われる。実際、欧米を訪れて感じるのは、彼らが生活環境の中に‘緑’をよく取り入れ、しかもよく管理していることである。わが国においても近年、都市の緑化が進められているが樹木によるものが主体で管理の面から緑地公園のような芝生地は少ないこともゴルフ場の価値を高めているように思われる。

言い換えれば、前述の高額のプレーフィーの中にはゴルフ場というアメニティー環境の価値

が含まれており、しかも多くのゴルファーがこれを暗黙の内に認めているように思われる。

このように考えると、昨今のゴルフブームの中に、わが国の一般的な生活環境のレベルとともに‘環境’が商品となりうるという問題がみえかくれしているように思われる。

現実に環境に関連する商品は増えているようである、我々の関係では家庭園芸関係の資材があるし、‘自然食品’や各地の銘水などもその流れであろう。さらには、テニスクラブやフィットネスクラブなどの健康産業があり、その延長線上にゴルフ場が位置付けられているようにみえる。

空気や水に象徴される‘環境’を商品とする考え方には筆者自身抵抗がないわけではないが大都市における住環境が短期間に改善されるみとうしがない以上、現実的な対処の一環として容認せざるを得ないのではないだろうか。

以上述べたとおり、ゴルフ場がすぐれた‘環境商品’であることが現在のブームにつながっており、今後も成長が期待される産業であることは異論のないところであろう。

しかしながら一般化したとはいえ、ゴルフはわが国の人口の10%強の言わば限られた階層を対象とするものである。高齢者や子供など、万人が利用できる運動公園のような緑地の増設がのぞまれるところである。

関連する業界に身を置く者として、ゴルフ場の造成や維持管理に用いられている技術、とりわけ、その根幹をなすともいえる農薬が、緑地公園など都市の緑化事業に活用されることによって、生活環境の整備、改善が推進されることを念願するものである。