

旅びと

2019年7・8月合併号
日本旅のペンクラブ事務局
〒183-0041
東京都府中市北山町3-3-18
田中哲夫方
電話 & FAX 042-574-8601
<http://tabipen.jp>



旅ペンウェブサイト (HP)

2年に1度の理事改選の選挙が行われます 会員の皆様、どうか会の運営に参加してください

日本旅のペンクラブの運営に当たる現行理事の任期は、本年12月をもって満了となります。これにともない理事会では水野弥彦会員に選挙管理委員長を委嘱し、了承を得ました。水野氏は選挙管理委員会を組織し、下記の日程で次期理事選挙を行うことを告示いたしました。なお、理事の任期は規約により2年と定められており、次期理事の任期は2020年1月から2021年12月までとなります。

理事選挙には、会員歴の長短にかかわらず当会会員であれば誰でも自由に立候補することができます。届け出はハガキ、封書、FAX、メールにて、事務局内の選挙管理委員会までお送りください。届け出の書式は特に定められておりません。

ので、立候補の意思が確認できるものであれば書式は自由です。なお、公平を期すため、立候補受付の締め切りまで候補者の氏名は発表しません。

理事の定数は規約により15人と定められています。立候補受付終了時点で定数に満たない場合は募集期間を延長して追加募集を行い、立候補者が定数と同じ15名の場合は無投票当選となります。

会員の減少や、それに伴う財政の悪化、活動の低下などで、日本旅のペンクラブはこれまでにない危機的状況にあります。この苦境を脱し、さらなる発展を目指すためにも、やる気やアイデアをお持ちの会員は、会員歴の長短にかかわらず、ぜひこの機会に立候補されることを期待しております。

理事選挙告示

■理事選挙日程

- 8月10日 立候補受付開始。届け出は事務局内選挙管理委員会まで
- 9月10日 立候補締め切り(当日消印有効)。立候補者が定数未満の場合は9月13日の定例理事会まで延長
- 9月13日 定例理事会で立候補者確定
- 10月中旬 投票開始。投票用紙(ハガキ)は「旅びと」10月号に同封
- 10月末日 投票締め切り
- 11月1日 定例理事会で選挙結果報告、当選者決定
- 12月初旬 新理事を「旅びと」12月号で発表
- 12月6日 定例理事会、新旧理事引き継ぎ

■立候補届け出先

〒183-0041
東京都府中市北山町3-3-18
田中哲夫方
日本旅のペンクラブ
選挙管理委員会

FAX 042-574-8601

e-mail tanaka-chibe@outlook.jp

※メールアドレスが変更になりました

2019年「旅の日」の会 記念講演

温泉ソムリエのブランディングを応用した地域活性化法（前編）

温泉ソムリエ家元 遠間 和広

ご紹介いただきました温泉ソムリエ家元の遠間です。お話を始める前にお伺いします。温泉に限らずライターさんいらっしゃいますか？ もうちょよつとい

くて、その中に温泉が好きな方が混ざっていらつしやるようです。で、時系列的にしゃべったほうがお伝えしやすいかなと思います。で、ここに書いてあるものを具体的に知りたい場合はネットで検索していただき、「温泉ソムリエのマーケティング」ってやりますと、実はブログに全部書いてありますので（笑）、こちらをご覧いただければと思います。

温泉ソムリエとは

も多いですね。温泉が好きで来られた方は？ 意外と多いですね。では温泉ソムリエの認定を受けている方？ 微妙な数ですね、ありがとございました。

まず、温泉ソムリエというのは「こういうことをしてる」って話ですが、簡単に言いますと4時間で温泉ソムリエになれるんです、テストもなく。どういう内容かと言いますと、一つは温泉の正しい知識、どんな泉質だとどんな効果があるか。たと

で1コマ。もう一つは正しい入浴法で1コマ、これで4時間のうち半分ですね、

残りの2コマは「温泉分析書のさらに深い読み方」ってことをやっています。泉質名が書いてなくても温泉の成分の分析表がありますから、それを見て自分で泉質名をつけることができるようになる、ということ。それが何に役立つのかって話をする、温泉の深いところがわかるんです。

のですが、温泉分析書をよく見たら含鉄泉でもあるほどの鉄の含有量なんです。それで分析書を作ったところに「鉄が20ppm以上入っているのに含鉄泉と判定されていませんが、何か特別な姿勢でお問い合わせをしました。そしたら「すいません間違えていました」のひと言でした（笑）。温泉分析書ってたまに間違えているものがあるんですよ。

何か本を書くときには、必ず温泉分析書を手に入れて、その温泉をしっかりと書くことになり。『宿の主人が語る 究極の癒やし湯』という本を、私の監修、執筆は主に今日お見えの三橋さんで、私も一部関わって出版しました。その本で紹介

含鉄泉も加わると、「特殊成分が3つ入っている」っていう非常に貴重な温泉なんです。そこで「この温泉はすばらしい、相撲でいうと横綱はじめ三役そろ

てあります。中身は温泉ソムリエの知識の活かし方と温泉ソムリエのマーケティングに大きく分かれていきます。この通りに話そうと思っただけですが、プロの方が多

えば石井宏子さんにもお世話になりましたが、美人の湯とはどういうものか、どのように利用するとその効果は得られるのか、といった「温泉そのものの知識」

した山形県の姥湯温泉ですが、泉質名は「単純酸性硫酸温泉」、5年前に変わったルールでは「酸性含硫黄―単純温泉」です。その泉質名で記事を書こうとした

の深い読み方がわからないと、温泉分析書の泉質名にある酸性泉と硫酸泉だけで記事を書いていたでしょう。つまり温泉ソムリエの知識を持っていないければ書けなかったということ。す。



講演をする温泉ソムリエ家元の遠間和広さん

そんなようなことをしていると、というのが温泉ソムリエ認定セミナーでございます。会費は2万2000円税別ですので（笑）よろしかったらご参加いただければと思います。

赤倉温泉のブランディング

タイトルが「温泉ソムリエのブランディングを応用した地域活性化法」ですので、ブランドについてお話しします。さてブランドという皆さんは何を思い浮かべますか、ヴィトンのバッグやロレックスの時計でしょう。では、どういものがブランドになるのでしょうか。だいたい

の方が「品質が良いからブランドだ」とおっしゃいます。確かにヴィトンやロレックスはそうですね。では比較的安いユニクロはどうでしょうか？ 明らかにブランドですね。あえてジャンクフードと言いますがマクドナルドはどうでしょうか？ やはりブランドなんです。なぜかという「全員が知っているから」。実はブランドというのは「人の脳の中にあるものだ」ってことなんです。ですから非常に良い商品を作っても、できただけ、名前を付けただけではブランドにならない。それが人々に記憶されたときに初めてブランドになるんです。

観光地の活性化の話ですが、私の住んでいる妙高高原温泉郷、赤倉温泉というところは、合併して妙高市となった土地なんです。そこで市の皆さんは「妙高をブランド化しよう」と考えました。良い農産物を「妙高ブランド」にし、その中で特に秀逸なものを「妙高あっぱれ逸品」という名前で売り出したんです。でも、皆さん誰もそんな名前知りませんよね。名前を付けただけではブランドじゃない、それが人々の頭の中に刷り込まれた

ときに初めてブランドになる、というところがブランディングの始まりでございます。

赤倉温泉は、温泉地のようにですが——実は200年間続いているので温泉地には間違いないんですが——何で一番稼いでいるかというところ冬のスキー場なんです。特に今オーストラリアのお客さまが大変多く、BB（ベッド&ブレックファスト）で夕食を宿で食べないものから、温泉地がお客さんと賑わっています。そこですべてのお客さまが目にするリフトのマップ、ゲレンデマップの裏側に温泉の宣伝を入れようと考えたんですが、その裏側は英語のゲレンデマップになってるんですよ（笑）。そこで、ほぼ皆さん手に取るものがほかにないか、というところがありました。お手元の、A4判で片面が赤倉温泉街の宿や飲食店の名前が全部書いてあるマップ、その裏面が空いていたんですね。で、そこに赤倉温泉の良さを私

が書きました。200年も昔から大事にされている良い温泉だということを視覚的に示すため、昔のポスターの地図を使い「伝統がある」イメージを出しました。温泉街に

届く温泉は無色透明で香りも抜けてインパクトがないんですが、源泉は日本百名山・妙高山の中間にあって、滝が2連になっていて、もう絶景の地なんです。そんなすばらしい場所からの自然の恵みですよ、というのでこの源泉の写真も載せました。

実は、この源泉から温泉街まで距離が6kmも離れているんですよ。温泉に詳しい方は明らかに「鮮度が落ちた」と考えます。普通はウィークポイントになるんです。でも草津温泉等と違って「湯もみ」は、空気となじませて実質鮮度を落とさず、湯もみで分子が大きくなつて柔らかくなる、刺すような痛みがなくなるんです。

同じことを赤倉温泉も妙高山の裾野の配管の中でやっています。源泉の温度は50度ちょっとで熱くて入れません。ところが6kmの天然湯もみで温泉街に到着すると48度くらいになる。それを各宿が浴槽に溜めると42度くらいのちょうど良い温度になる。旅することで温泉が非常に優しく柔らかく、もう入った瞬間に「絹に包まれたような気持ちよさ」になって加水も加温

もせず届く。こう表現すること
で、本来「鮮度が悪い」で終わ
る話が、「良い温泉」になって伝
わる。入っただけではわからな
いことを言葉としてお伝えする、
これが温泉ソムリエの知識を
持つて行なうブランディングと
いうことです。

さらにそこに「人という物語」
も入れました。6 kmもの温泉の
配管の掃除とか大変なんですよ。
そこで、私が一番正面で一番目
立つところに出ておりますが
(笑)「私達が温泉を守っていま
す」というちょっと物語ふうの
ものを一番下に入れました。皆
さんから見ればなんか変テコな
文章でしょうが(笑) こういう
ものを作ってちゃんとお客さま
の頭の中に温泉の良さが入るよ
うにしている、ということだと
思っていたみたいです。

温泉ソムリエの誕生

ここからは温泉ソムリエの歴
史をひもときながら、その中で
ブランディングの話や、お客さ
まにこのように情報を提供して
いる、というお話をいたします。
皆さまのお手元に『妙高高原温
泉郷の魅力』という冊子があり
ますが、実はこれが功を奏して
いるわけです。

温泉ソムリエが誕生したのは、
2002年11月7日です。この
日赤倉温泉の人たちが勉強して
お客さまに情報を提供しよう、
ということと温泉ソムリエ認定
セミナーを開催しました。私は
今でこそ温泉ソムリエ家元と名
乗っておりますが、私は命名者
でもなく、赤倉温泉の中の事業
の一つだった温泉ソムリエの担
当者でもなかったんです。

2000年頃、スキーもだんだ
ん衰退してきているから街を活
性化させようと。でもオルゴール
館作る？ ガラス館作る？ ど
れも違うな。「ご当地の一番良
ものを活かそう」。この200年
で一番支持されてきたものが温
泉なんです。でもキーワードが
大きすぎて、温泉地なんて全国
に3000カ所ありますから。
そこで、他でやっていない、温
泉に物語を吹き込んでウンチク
を入れて、そうするとその温泉
が輝いて見えるだろう、という
ことで、全員で温泉ソムリエに
なろうとしたんです。

でも全員が素人。そこで勉強
のために温泉に詳しい先生をお
招きして、講演会してもらいま
した。その時にある先生が、「皆
さん、温泉のプロになるという

意味で、温泉ソムリエってどう
ですか」って言ったんです。と
ころがその先生、話しているう
ちに「遠間くん、温泉ソムリエ
よりユタンポ博士にしよう」っ
てワケのわからないことを言い
始めちゃいました(笑)。聞いて
みると運動栄養休養って考え方
で、運動が歩くの(ホ)、栄養が
食の探訪の(タン)、そして休養
が温泉の湯(ユ)だと。詳しく
聞けばわかるけど、「ユタンポ博
士」だけでは何だかわからない。

私は知っている言葉を組み合
わせた「温泉ソムリエ」にピン
ときました。「それ何」ってそこ
から会話が始まるじゃないです
か。必ず聞かれるのが「飲むん
ですか」って(笑)。いや飲むん
じゃないんです、ワインのソム
リエがワインの知識を持つよう
に温泉の知識を持ち、デキャン
タージュやテイスティングの技
術を持つように正しい入浴法と
いう技術を持つているんですよ、
と話すキッカケになるんです。
向こうから質問されるほうがい
いということ、温泉ソムリエ
を採用したんです。

こうして赤倉温泉の人たちが
お客さまに正しい情報を提供す
るために、ボランティアで始め

たんです。しかし担当者がなか
なかテキストを作らない。それ
で私がいろいろ調べて、3日間
くらいでテキストを作っちゃっ
たんです。そしたら講師をやら
されることになりました(笑)。
ですから私がいつのまにか流れ
に乗って、最後は家元になって
しまった、ということなんです。

ただ2002年当時は、半身
浴という言葉すらテレビに出た
かどうかという頃ですから「正
しい入浴法」という概念そのも
のがないんです。お客さまご自
身も適応症——いわゆる効能で
すね——を知って入ろうという
人はなく、そこに温泉と名がつ
いていけばいい、という時代で
した。かつこよく地元の新聞に
「温泉ソムリエ、赤倉温泉に誕生」
なんて書かれても、お客さまか
ら「どのように温泉に入ったら
いいですか」なんて質問もない
ですし、仕事は何もないんです
よ(笑)。で、こちらから押し付
けがましくなく情報を提供しよ
うと考えたのが、この『妙高温
泉郷の魅力』です。当初は赤倉
温泉だけでした。内容は、簡単
に言いますと受講生向けの温泉
ソムリエのテキストを、お客さ
ま向けに変えたものなんです。

この本には先ほど言った赤倉温泉に関する良い情報をすべて入れて、その上で観光情報も入れて、お客さまが「開かざるを得ない冊子」にしたんです。そしてこれを赤倉温泉のすべての宿のすべての客室に置いてもらうことにしたんです。そうすると皆さん読むんですよ。なぜかというと、温泉に行くときには頭をカラにして、癒やされて帰りたい……とよく言うものの、実際にはそう表現するだけで、現代人はどうしても活字があると読んじゃうんです。しかも温泉に入る前に必ず読む。

人間は体験した後に「あれ良かったでしょ」と言っても感動する人はいません。ところが先に「温泉の6キロの旅」とか、「ダブル美人の湯」とか、「天然化粧水」ですとか、温泉のウンチクを読んでから入ると、「いやあいい温泉ですね」になるんです。それまで、無色透明で香りも特にならない温泉を評価するお客さまはほとんどいかなかったんですが、この冊子を置いて以来、つまり体験する前にその体験の良さを伝えておきますと、すべてのお客さまとは言わないですが（笑）温泉が良かったですね、という

声は10倍以上になったんです。アッ、こういうものを置くのは良い方法だ、ということ。本日は日本旅のペンクラブのプールのライターさまがいらっしやいますので、まあ一つの考え方なんですけど、ぜひ全国の各温泉地にもご協力いただいで、こういうものを置ければいいな、という提言をさせていただきたいと思えます。

声（笑）。そうすると、うちの一番の強みである源泉かけ流しを求めている、しかも遠間旅館を知らないお客さまを見つけることができるんです。

田舎のイベントというのは、開催するためにお金がかかってしまい、告知をするお金がなくなると、集客もできず赤字になることが多いんです。そこで温泉ソムリエ認定ツアーをやるなら、集客してからイベントを練ろうと考えました。具体的には、まず当時一番注目されていたメールマガジンを立ちあげて、そこにお客さまを集めようとしたんです。

お客さまを集めるコツは「投網を広げる」ことです。「遠間旅館のブログ」と書くのと遠間旅館に泊まった方か、知っている人しか見ないので、新規のお客さんを増やせません。ではどうすればいいか。例えば私の宿はかけ流しに非常にこだわっているので、「かけ流しの全国の温泉宿を紹介します」と投網を広げて、自分の一番の強みで自分の宿以外の情報をあえて流す、その道のプロということとメールマガジンを出すわけです。すると全国の源泉かけ流しが好きな読者がそこに集まります。一般的な情報で読者を広げておいて、最後に「遠間旅館」と出すわけ

地方でのイベントを「事前申し込み」にすると確実に人数は読めるが当日の飛び込みがない。告知をしないと、思ったより来すぎるし提供するものが足りなくてクレームが出るし、少ないと赤字になってしまう。つまり少ない定員でもペイする状態で募集するのがベストです。案の定、定員をはるかにオーバーしました。最初の設定は40人でしたが100人は集められるということも分かりました。参加でさずに「次に出たい」という方もいてプレミアム感も生まれます。

この会場にいらっしゃる温泉ソムリエの中心的存在の方にも、5、6回断られ3年くらいかかってようやくなれた、という方がいらっしゃいます。結果的にそれが良かったんです。

時は流れ、事情があつて1泊2日でも出られないとか、赤倉温泉へは交通費がかかるので近くでできませんか、と言われたんです。始めは温泉に入つてこそ温泉ソムリエなんだから、そこは崩せないと考えていたんですが、「東京で」の声も増えてきました。で、そこまで温泉ソムリエになりたい方はもう全国の湯めぐりをされた方でしょう。

し、温泉に入つてない方でもその日をキツカケに温泉ファンになつてもらえるのなら、別にセミナー中に温泉に入る必要はないなと思いました。

そこで2008年3月に東京に進出したら、一気に認定者が増えたんです。東京進出以前の温泉ソムリエ認定者は490人でしたが、2008年から今までの1万6000人を超えています。人のいるところ、人の来やすいところに出ていくのがいいに大事か、ということですね。

ところで、温泉ソムリエの他にもすばらしい資格があります。例えば温泉入浴指導医、早坂信哉先生というすばらしい先生が教鞭をとられています。温泉観光士には石川理夫先生、温泉観光実践士には浦先生、小堀先生という、本格的に温泉のことを勉強され研究されている方がいらっしゃいます。ただの旅館の親父の私じゃ、どう考えたつて太刀打ちできないですよ。

こんな私が講師として太刀打ちできるとしたら二つしかない。一つは、私ハッキリ言つてバカですので(笑)、バカの私が理解できるレベルに合わせた話を人様にお伝えすれば、全員にご理

解いただけけるということです。もう一つは、圧倒的に人数を増やしたら主導権が握れると考えまして、それが「4時間でセミナーを完結させる」ということです。具体的には午後1時から5時まで、休憩も入れて認定書もお渡しするまで4時間なんです。そうすると北から南まで、

実はまだ沖縄では開催してないんですが、東京でやったとき北海道から沖縄まで全部参加者がいらしたときがありました。つまり1時から5時までで完結するのなら、遠くの方でも午前中に会場に着き、終わつてから家に帰ることができる、ということなんです。それで圧倒的に人数を増やせただけです。

ところが、それだけだと「エッ休憩入れて4時間でもらえるよなもの？」と。しかも試験もないんですよ。これ、ブランドとしたら大変お粗末ですね。そこでテキストを充実させて、今308ページあるんですけども、「テキストはこれです、どう考えても4時間じゃ説明できませんね」って話をいつもセミナーの前にはします。全部お話すると1

か月以上の合宿が必要です。でもそんな暇人いませんよね。私

の思いや温泉の情報をお伝えしたいのに、皆さまに参加していただくことができません。ですから4時間で認定はしますが、「今日からスタート」というつもりでこのテキストをお使いください。そうすると、コンテンツにはそれだけの内容がありますから、まあ「それでもいいんだな」ということでブランドが維持できるわけですね。

温泉ソムリエはハードルが低いですし、メルマガジン等を駆使していただきますので、他の講座よりも増えるペースが早く、おそらく温泉関係のライセンスでは今一番認定者が多いと思います。そうすると全く太刀打ちできなかつた他のセミナーの大学教授などの先生方から、原稿をいただけるようになるんです。温泉観光士いいですよ、温泉入浴士ってのもいいですよ、あえて他のセミナー、他のライセンスをご紹介するということが友好関係を持ちまして、その分偉い先生方から原稿をいただくんです。そうすると他のセミナーでしゃべられていることがドンと、温泉ソムリエのテキストの中に入ってくるわけなんです。



遠間家元からカリスマ温泉ソムリエ認定書を受け取る板倉理事

旅ペンの会員の方、飯出さんには情緒ある温泉ベスト30を出していただきました。石井さんにはビューティになれる温泉30を出していただきました。他のテキストにはないジャンルごとのナンバー30を出していただいて、ドンドン充実させていっております。

今回の講演のお声がけをいただいた方のお一人が板倉あつしさんですが、板倉さんには食について書いていただきました。見るからに食いしん坊の顔をしていますからね。そこで全国の温泉地の名物料理ってのをあげ

ていただきました。温泉のテキスタイルなのに、食のことまで書いてあるものってほほないんですよ。それを入れることによって、また価値が上がってブランド化されるんですね。

ということ板倉さん、前のほうに出てきていただけませんでしょうか。マイクは渡しません。時間がなくなるのが目に見えていますからね(笑)。大きい拍手でお迎えくださいませ。どうぞ上がってください。もちろん飯出さんの多大なるご協力もあつたんですが、温泉に食のものも加えていただきまして、こんなようならばらしい2ショット、でも何か変ですが、になったわけです。

実はサプライズがございました、板倉さんにある認定書をお持ちしました。マイクを置いて地声で行きたいと思います。まずは読ませていただきます。温泉ソムリエ、ステップアップライセンステック、板倉あつし殿。上記の者を、表記のステップアップライセンステックに認定する。星数3つ、カリスマ温泉ソムリエです。2019年5月16日、温泉ソムリエ協会、温泉ソムリエ家元、遠間和広。認定ソムリエのカリ

スマ温泉ソムリエに認定されました。どうぞお受け取り下さい。ではお戻りいただきましょう、大きな拍手でお送りください。

温泉と食の関係で「出てきてください」と言いながら、わかっていますよね。皆さまに「カリスマ温泉ソムリエを取ってほしい」ってPRですからね。実はこれも温泉ソムリエのブランドなのです。広めるに当たりましてマスコミスパイラルっていうのを考えたんですよ。

先ほど核になるのはメールアドレスと言いましたが、その後ブログやmixi、フェイスブック、ライン、インスタグラムが出てきました。結局、何を核にしているかわからない。でも、どのメディアをやっても付いてまわるのはメールアドレスなんです。ということはメールアドレスを集める、言い方を変えればメールアドレスに登録してもらおうことで確実に全員に行きわたる、ということ。ホームページは「温泉ソムリエ」と検索しますと一番上にきますので、それはそれで大切なものです。で、出てきたメディアを全部やって、ここぞという大切なときにはそこを全てメールマガ

ジンで配信する、そうするとメールアドレスに登録せざるを得なくなるんです。

今、板倉さんをカリスマ温泉ソムリエに認定させていただきましたが、メディアでご活躍する方にこういうポストを差し上げています。そうするとタレントさんがテレビに出てきて、例えばスギちゃんっていますね。スギちゃんだぜえ、なんて出てきて「カリスマ温泉ソムリエだぜっ」てテレビでやってくれるんですよ。そうすると見た方が「温泉ソムリエ」を検索するんですね。一番上に出てくるのは温泉ソムリエ協会のホームページで、そしてセミナーの日程も書いてあって。その日程の中じゃ出られないようになって方には随時メールマガジンで要項をお送りします。そうすると、温泉ソムリエに興味を持った方が登録してくるんです。こうして、あらゆるメディアをメールマガジンに統合させていくわけなんです。やはり実際テレビに出られる方が大切なので、カリスマ温泉ソムリエに認定させていただいています。これもブランド戦略の1つなんです。(後編に続く)

追悼 吉田良正さん

板倉あつし

令和を目前にした平成31年4月19日、85歳の吉田良正さんが旅立った。吉田さんとの出会いは2006年福島県白河市のプレスツアーで。大きなカメラを抱えて笑顔で「君のお父さんと仲良くしていたんだよ」と声をかけてくれた。日間賀島、伊豆半島の取材を終えてからは自然



大好きな吉田会のメンバー達と「三三七拍子」

と師弟関係になり、知っている限りの良い宿、美味しい物を教えてくれた。全国津々浦々、吉田さんの愛車で駆け巡った。昭和39年から続いている良い宿、良い店を作るための勉強会「吉田会」の見習い幹事になった。旅ペンにも推薦してもらい今日に至っている。

男爵の家系に生まれた吉田さんに怖いものは無し！ 今では考えられないエピソードが数多くある。フランク・ロイド・ライト設計のセントラルヒーティングのある家で育った。お抱えのコックさんが居た。だからスクランブルエッグは好きだけど、炒り卵は嫌いだった。別荘が3カ所あった。姉弟全員に専属の女中さんがいた。上皇后美智子様の幼稚園の先輩だった。中学生の時からカメラを持っていた。高校生の時にはリヤウインドが

楕円形の輸入初期のワーゲン・ビートルに乗っていた。新聞社のカメラマンになってからは映画全盛期の銀幕のスターを撮影していた。由実かおるのデビュー間もないグラビアを撮影していた。怪獣モスラを撮るインファント島の双子の小美人役のザ・ピーナッツの姉妹に挟まれた写真ではにかんでいた。石原裕次郎に葡萄の早食い競争で負けたことを悔しがっていた。フランク永井、三橋達也、星百合子、三田佳子、岩下志麻と仲良しだった。おヒョイ（藤村俊二）、萬屋

錦之介と同級生だった。美空ひばりのお母さんが嫌いこと言うと、撮影しないで帰ってしまい記者を困らせていた。泊まった旅館の食事が口に合わないとほとんど手を付けず、関係者に心配されるとボクは「吉田さんはご高齢で、今日は食欲

が無いようですが、ご心配なく」と言い訳。部屋に帰るとニコニコしながら、カバンから万世のカツサンドを取り出して食べる確信犯だった。銀座までフランスパンを買いに行っていた。旨いウイスキーに目がなかった。京橋明治屋本社ビル地下にあるスタンドバー「スナックモルチエ」がお気に入りだった。オーデイオマニアだった。カントリィ&ウエスタンが大好きだった。清廉潔白を貫いた。医師の勧めに従いきっぱりと運転免許を返納した吉田さん。

旅立って20日も経ってから知らせてくれたダンディズム素敵です。だってまだ信じられないのだから。暑がりだった吉田さん、きつと涼しい天界を旅しているでしょう。旅を愛し、旅を教えてくれた吉田さん、ありがとう、さようなら吉田さん。

◀ 新刊紹介 ▶

『開運酒場』

◇いからし ひろき・文、芳澤ルミ子(よしざわ・るみこ)・写真
(自由国民社、☎ 03-6233-0781 / 1300 円税別)

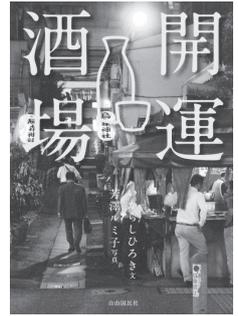
「呑んで開運!」と杯を交わし、通いつめれば運が開ける酒場があるという。なんだか飲んべえならずとも興味をそそる。会員のいからしさんは「特に旅と酒場取材が得意」、共著者の写真担当・芳澤さんは「酒に目がない自他共に認める酩酊カメラマン」と名乗る飲んべえ仲間の力作本だ。表紙は東京・新橋の飲み屋街の見慣れた夜の光景。レトロの響きあふれる烏森神社界隈の写真を掲げ、千鳥足のサラリーマンらしき姿が写る。

飲み屋街をぶらぶらして神社神宮によく出会う。飲むのが先かお参りが先かはともかく、筆者は酒場と神さまの存在が一体化していることに気づく。開運酒場には御札やだるま、招き猫など縁起物とお神酒があり、幸せな居心地の良さがあり、店主には拝みたくなる福々しい顔やオーラ、カリスマ性がある。黙々と杯を傾ける常連客たちの姿は祈りを捧げる信者のようだ。「より良い明日」を祈るのは神社仏閣も酒場も同じ。神さまにご利益をいた

だき酒場に元気をもらい「運気の好循環」と言ってまた一杯。お参りしたあと「お清めと称して近くの酒場で一杯飲む」のが楽しい。いま流なら、パワースポット詣でに酔いしれるのか。

運はいろいろ。恋愛運、家庭運、出世運に成功運、商売運、勝負運、ギャンブル運、願掛け、厄除け、、、ここに載った居酒屋やバーは20軒ほど。ネットなどで囃される店を紹介するガイドブックではない。筆者独自の好みと五感、六感を働かせて見つけた店ばかり。地域も特に脈絡があるわけではなくランダムな選びで、全国に知られた飲食街に限らない。足で稼いだレポートで気楽に読める、軽妙洒脱な文章に思わず暖簾をくぐりたくなるようなカラー写真があふれる。

(文・林 莊祐)



会員・会友の動向

2019年秋の例会のお知らせ

世界初！温泉旅館のワイナリー「ジオヒルズワイナリー」と秘湯と猪・鹿・雉料理の宿、 下仁田「清流荘」を訪ねる旅

◎秋の例会は、9月29日（日）～30日（月）長野県小諸市「ジオヒルズワイナリー」（会友の宿「中棚荘」が経営する、世界初の温泉旅館のワイナリー）を視察、昼食後、群馬県下仁田の日本秘湯を守る会の会員宿「清流荘」（会友の宿）に宿泊、懇親会を開催します。

会員会友の交流会を兼ねた例会です。離れて活躍している会員会友と顔を合わず貴重な機会でもあります、こぞってご参加下さい。入会希望者の同伴も歓迎します。

●日時／9月29日（日）～30日（月）

29日の11時00分までにJR佐久平駅に集合、送迎バスで11時30分ごろ「ジオヒルズワイナリー」へ。到着後視察・昼食・記念撮影。15時00分ごろ「ジオヒルズワイナリー」発。下仁田「清流荘」には17時ごろ到着予定。18時30分～懇親会、宿泊。＊日帰り希望者は、中棚荘に移動して入浴、または駅までの送迎など（要相談）。

30日は朝食・記念撮影後自由解散。

●参加費用／清流荘宿泊費（1泊2食付き・夜の2次会飲み物代込み）14000円税別。

「ジオヒルズワイナリー」昼食代2000円位を予定しています。（現地までの往復旅費は各人で支払い）

●参加申し込み／9月10日（火）まで（先着順・定員20人）メール、FBメッセージまたはFAXで下記まで。

（担当理事）板倉あつし djq_atsushi@yahoo.co.jp / FAX：046-274-8678 携帯：090-3131-9531

（交通の一例）

■東京→佐久平

◇新幹線：東京駅発9時32分～はくたか557号～佐久平駅着10時35分（新大阪発6時50分のくのぞみ104号が間に合います）

◇高速バス：バスタ新宿発7時45分～<JRバス関東高速小諸駅行き>～佐久平駅着10時32分

■清流荘に直行する方

◇新幹線：東京駅発14時40分～<とき325号>～高崎駅着15時29分／発16時03分～<上信電鉄>～下仁田着17時06分

■帰路

◇上信電鉄：下仁田駅を日中30分～1時間毎に発車。上州富岡駅まで約25分、620円。高崎駅まで約1時間、1110円。

◇新幹線：高崎駅→東京駅は日中1時間に3本（16時台・18時台は5本）運行。

◇高崎線：高崎駅から湘南新宿ラインの快速が1時間に1本、上野東京ライン直通の普通が1時間に2本運行。