

くまもと面白漫遊記

～杉本広報副委員長のおすすめのこの町・この人～

No.23 阿蘇地区

黒川温泉のカリスマは確かにここにいた！ 後藤哲也の時代を見る目

その人は、カリスマと呼ばれ、露天風呂の名人と呼ばれ
様々なマスメディアに取り上げられている、今や伝説の人である。
いや、その人は伝説どころか、今もその類まれな洞察力で
黒川を見つめ、熊本を見つめ、日本を見つめている。
黒川温泉を知る人なら、一度は聞いたことがあるかも知れない
後藤哲也という名。

カリスマは気さくな温泉旅館の主人、陽気に振り返り、豪快に笑い、
そして、次の時代もしっかりと見据え、未来を叱咤激励する。
その大いなる経営哲学、地域づくり論に目を覚まされる
思いがする。
自ら案内してくれた黒川温泉再起のシンボル・洞窟風呂に
後藤哲也の“時代を見る目”を感じた…。



後藤哲也さん



新明館



岩戸風呂



洞窟風呂

黒川温泉にこの人あり！ 露天風呂の仕掛人が語る挑戦と成功秘話

阿蘇郡南小国町黒川温泉、マスコミで取り上げられる人気の温泉、観光地等で必ずトップランクに顔を出す、今や全国屈指の人気温泉地である。

全国から訪れる観光客は年間約140万人にも達し、その殆どの人が「もう一度行きたい」と言い、また、黒川温泉に戻ってくる。その図式は観光地としてはまさに理想、全国の温泉街でもこれ程、リピーターとしての心を掴む温泉は他にないだろう。



黒川温泉の魅力は、山間のどこか懐かしい“田舎”の雰囲気と露天風呂にある。

黒川温泉のヒット商品「温泉手形」を持った浴衣姿の若い女性グループが、温泉談義をしながら、温泉街の路地を下駄を鳴らして通り過ぎてゆく…。樹木が息をする音、川のせせらぎの音が日本人が培い、忘れてきたものを取り戻させてくれる…。黒川温泉26の旅館にある露天風呂、それぞれに趣が異なり、身も心も開放感でいっぱいになる。泉質も10種ほど、山を眺めるのもよし、田の原川を眺めるのもよし…。ひなびた温泉の佇まいを見せながらも、あたたかく元気なまさに『癒しの空間』がそこにある。



しかし、黒川温泉も一夜にして人気温泉地になった訳ではない。10数年前までは今では信じられないような閑古鳥が鳴く時代が長く続いたのだ。

黒川温泉再起をかけた物語は、50年前、ある旅館の3代目から始まる。

その人こそ、旅館「新明館」のご主人・後藤哲也さん（72歳）である。

杉本広報副委員長は、後藤さんから「再生・共生」という生き残りのキーワードを学ぶ絶好の機会と捉え、KUMAKENの取材を後藤さんをお願いをした。

50年に及ぶ後藤さんの挑戦と成功の軌跡、さらに、後藤さんが次の時代を見つめているその「目」を自ら語ってくれたのである。再生への秘められた思い、経営哲学、地域振興とは何か、後

藤さんの確かな経験と手ごたえから湧き出る言葉は、黒川の温泉の如く、インタビュー取材2時間の間、止まることはなかった。

すごいと言わせる、感動を与える、それが商売たい！ その決意で自ら掘った洞窟風呂

後藤哲也さんは創業130年を誇る老舗の宿「新明館」のご主人。

「観光のカリスマ」「露天風呂の開祖」と呼ばれる後藤さんの名は全国に轟き、後藤さんが中心となって挑戦した黒川温泉再起のドラマは、全国の地域づくりや観光地再生のお手本となっている。そんな後藤さんに会える大きな期待を胸に取材班は、田の原川にかかる新明館の玄関へ通じる橋を渡った。新明館は日本のふる里に帰ってきたような風貌の宿、15の部屋の明かりが灯ると、幻想的な温泉情緒を醸し出す、高い人気を誇る宿である。



新明館の玄関に入り、後藤さんの気さくな笑顔が出迎えてくれた途端、取材班の緊張はいっぺんに解きほぐされた。今回、案内をしてくれた「岳の湯地獄谷温泉・天狗松 裕花」の石松裕治さんも温泉施設をつくる際、後藤さんにアドバイスをお願いされた一人。このように、後藤さんが店づくりや経営に関してアドバイスされた人や地域は、黒川温泉や南小国町、小国町にとどまらず、全国各地に至る。



今回のインタビューは、後藤さんが50年を振り返りながら、大いに語ってくれた黒川再起秘話である。そして、今、後藤さんが全国各地を指導して回る中、後藤さん自身が感じた「地域づくり」への思い、そこに「再生・共生」への道標となる大きなヒントが秘められていたのである。

取材班 Q：50年前の黒川温泉と新明館は、どんな様子でしたか？

後藤さん A：今では考えられん、山奥の小さな温泉町。



どこもここも温泉が湧き出て、道もびっしりなりよったな。

うちの旅館は、老舗でしたが2代目の親父は元軍人で「わが道を行く、俺について来い」という人、細々とやってました。親父は金を出さんし、厳しか人だったですよ（笑）。



このままでは3代目の私でつぶしてしまう、何とか継がなくてはいかんと思いましたね。だけど、戦時中の教育を受けたので「人間てしきらんこつはなか！」という気持ちでいましたよ。それで、若い頃、人気のある観光地、たとえば京都や軽井沢など回って、いろんな勉強をしました。



取材班 Q：そこで、掘んだものは？

後藤さん A：大事なことは「人が何を求めて来るのか？」ということ、「何を喜んで、何をすごいと思ってるのか」ということです。
人（観光客）をよう観察して、人の話を聞きました。

それで、わかったことは、『人の気持ちは変わってくる』ということです。私にはそれがよう見えたんです。

そしたら、こっちも変わらんといかん。

人間は移り変わらんといかんです。いつまでもそのままだから、京都は廃れていったつです。24、5年前まではあんなに賑わっていたのに…。

ちゃんと「人が何を求めているか？」を分かって、変わっていかんと…。

だから、お客さんに「すごい！」と言わせようと思いました。商売とは、感動を与えることです。

取材班 Q：黒川で後藤さんがそれを実践されたんですね？

後藤さん A：23歳の時、金のかからんように人が喜ぶもの、感動するものを造ろう思い立ち、洞窟風呂を掘り出したつです。

自分でノミば持って、旅館のある地形に合わせて掘りました。岩は硬くて、なかなか進まん日もありましたな。

湯船から回りから全部つくるのに13年かかりました。

造った時が勝負とと思いましたね。「あそこはどうだった…。」お客さん同士で話をする。喜んでもらえるもの、感動できるものなら、宣伝せんでも、お客さんは来てくれると信じていました。

後藤さんの発想は人々の心をとらえ、感動を与えた。洞窟風呂の評判はくちコミで広がり、新明館は繁盛した。黒川温泉再起の出発点であった。

しかし、黒川温泉全体としては低迷が続き、新明館だけにお客が来るという事態に、やがて他の旅館経営者たちがアドバイスを求めにやってくるようになる。後藤さんは、惜しげもなく自分のアイデアを提供し、露天風呂をつくるノウハウも教え、さらに自ら手伝いにいくようになる。だが、その裏では後藤さんのやり方に反対し、陰口を叩く者もいたという。

後藤さんの新たな挑戦、黒川温泉再起の第2段階が始まった。

町づくりはリーダー次第 小国で死ぬのだから、よか町に生きてよかったなと みんなが思えるような町をつくろう…。

取材班 Q：後藤さんが露天風呂づくりを他の旅館に教えられた時、後藤さんのお気持ちは？

後藤さん A：私のように先に行きよると嫌われます(笑)。

でも、黒川温泉の評価は、一軒だけでは決まらないんですよ。黒川全体が感動と喜びを与える町でないと、お客さんは来



てくれないし、町のみんなの気持ちが一致しないと地域は発展しない。黒川温泉をこうつくろうと、説得して回りましたが、気持ちが一一致団結するまで3年、かかりました。

それでも全部ではなかったですが、強行したんです。



取材班 Q：後藤さんの黒川温泉の町づくりとは？

後藤さん A：ここに『ふるさと』がある、『田舎』があるという、目に見える感動です。日本の風情、温泉情緒を目に見えるものとしてつくらんといかんと思ったんです。露天風呂をつくり、樹木を植え、町全体が一つの『ふるさと』、一つの旅館のようになればお客さんは「すごか！」と言ってくれる。

それが見えたんです。

自分でスコップ持って木も植えました。樹木に関しても専門的に勉強してましたので、指導しました。

より自然に、美しく、本物志向の田舎の温泉街をつくらないとお客さんに「来てよかった」といってもらえないんです。

みんながそうして、懸命に町をつくっていきよるうちに、周りが「何か凄いことしよる」と気づき始め、納得してくれるようになったんです。

後藤さんの熱心な取り組みは、旅館の経営者を動かし、黒川温泉は自然の中の「素朴な田舎の温泉街」として再起、その情緒満点の雰囲気と露天風呂で一躍、注目されるようになる。後藤さんの果敢な挑戦で得た成功、その大きな鍵はどこにあったのだろう。

取材班 Q：後藤さんの挑戦と黒川温泉の成功、その大きな鍵は何でしょう？

後藤さん A：一つは、町づくりはリーダー次第ということです。

発展するのもしないのもリーダー次第。

目立ちたいだけの人リーダーをすれば、つまらんものができるし、自分では何にもせんことになる。

きちんと指導をして、次の代の人を育てていく人が必要なんです。地域を見る人、モノをつくる人、心理を掴む人、それがリーダーの役目、リーダーで変わるもんです。

もう一つは、町への思いです。

金持ちは苦労せんで暮らせるから町を見ようとはしない。

だが、小国で死んでいくのだから、よか町に生きとったなあ、と思える町の方がよかでしょう。町に誇りを持ちたいとです。

取材班 Q：今、町づくりをしている人は、いかがでしょう？

日田さん A：日本人は、どうしていいか分からない時代になると、すぐ諦める。辛抱強い人がいない。

それでは、町づくりなんかできない。日曜日だから休むとか言っているとダメ。

観光地には日曜日に人が来るのに…。

客の満足を考えてないとダメなんです。

後藤流経営哲学とは？ そして、町づくり・空間演出のアドバイザーとして 全国を飛び回る日々の中で見た町づくりは…

黒川温泉の成功がマスコミで取り上げられると、後藤さんはたちまち全国の自治体や地域振興に携わる人々からアドバイザーとして、あるいは、空間演出のプロとして招かれ、多忙な日々を送っている。後藤さんの経験から生まれる言葉はどんなデータよりも貴重で、説得力がある。遠くは北海道小樽から、熊本県内、隣の町まで、後藤さんは役に立てるならと、何とかスケジュールに都合をつけて出かけ行く。そのバイタリティたるや72歳の年齢を感じさせない熱いものがある。その中で、後藤さんは、未来の黒川に何を感じているのだろう。



取材班 Q：今、全国いろんな所に招かれて、出かけられてますね。
その地域地域で感じるものは？

後藤さん

A：全国あちこちに行ってますね。黒川温泉と比較して気なるのは各地の温泉地。湯布院は、いろんな店ができて昼間は人が多いが夜は店が閉まるので人が少なく、真っ暗になる。

湯布院に文化がないのを感じますね。

北海道の小樽は、石や貿易などの文化が

残り、昼間は観光的にいいのだが、夜は全然人がいなくて寂しい。

それに比べ、黒川は温泉に来るので、昼も夜も人の多さがあまり変わらない。

兵庫県の丹波は不況が目に見えている。丹波焼は800年の伝統があるのにもったいない。800年の伝統が目に見えないとつまらんです。



つまり、目に入ってくるものがいかに大切かということです。白川郷をアドバイスした時、バスを入れようかどうかの相談があって、民宿と店側とでモメていたんです。

バスは絶対に入れたらダメと答えました。バスを止めて、散歩する方がいいんです。黒川もそうです。

バスを入れたら風情がなくなり、絵になりません。

福井は、生活に関する満足度は全国で1、2位の所ですが温泉は繁盛していません。旅館のサービスがなっていない。

着物を着れば、それがサービスだと思っている。

個性がない、特徴がないんです。

これらの場所を見て思うのは、お客の求めているものを考えていないということです。

お客が何があれば満足するのか、どうすれば喜ぶのか、感動するのかをとにかく考えることです。

それは、旅館も他の商売も同じ。

だから、お客の声に耳を傾けて、よく話をきくことです。特に女性のお客、女性はどんどん本物志向になっていて、文化を好むからです。

取材班 Q：黒川温泉の将来は？

後藤さん A：客が来るからと、旅館を大きくして儲かるだけでも駄目になります。これからは人の気持ちは変わります。ふるさとをいかに残すか、また、客の話に耳を澄ましますよ。

「哲也さん」の経営哲学と行動力に学ぶ…時代を見る目

取材を終えて…杉本広報副委員長

最近の商売人は『人に感動と喜びを与える』という商売の基本を忘れていと言わんばかりに後藤さんは、流行に敏感になることを力説されます。

時代が変われば、客が求めているものも変わってくる。それを察知する観察力、素早く取り入れる行動力が後藤さんの真骨頂、経営哲学です。やはり、常々の努力の賜物が後藤さんの経営哲学をゆるぎないものにしていると感じます。

「あきらめない、やってできないことはない。」その思いは、後藤さん自身が戦時下の教育を受けたからと言っておられたが、その裏側には後藤さんの情報収集への自信が感じられる。後藤さんの『時代を見る目』は、老舗旅館に生まれ育ち、子供の頃から常に、都会からやってくる客の声や姿から流行や趣向の情報を収集することから養われていたのだと思います。

後藤さんの経営哲学の第一章は、この情報収集です。パソコンもインターネットもなかった時代から「情報収集」がいかに大切か、身をもって証明されたような気がします。後藤さんは、阿蘇の誇り。これから日本を元気にして下さるよう、益々のご活躍、期待しています。

新 明 館

熊本県阿蘇郡南小国町黒川温泉

TEL 0967-44-0916

FAX 0967-44-0532