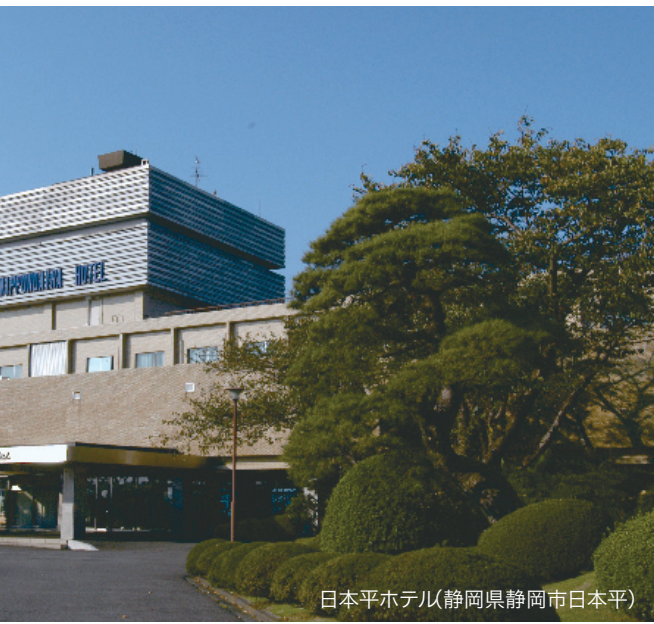


富士山とグルメを求めて 駿河路を走る

レポート くるま旅探索隊

どこに行くかを、その日の気分や「今日の運勢」で教えられた「ハッピーな方角」で決めてしまうという気楽な旅を可能にするのがキャンピングカー。渋滞も収まった昼下がり。とりあえず、夕陽に染まる富士山をゆったりと觀賞できる場所を探すつもりで駿河路を走ることにした。

途中のサービスエリアでクルマを止め、「どこに泊まるうか…」とJRV Aの推奨する「湯YOUパーク」のリストを調べると、まず目に入ってきたのが静岡市にある日本平ホテル。今回の旅はこのレポートから。



日本平ホテル(静岡県静岡市日本平)

これが本当の富士山だ

東名自動車道の清水インターを降りて約10 km。緑の鮮やかな山の小道を駆け登ると、にわかに開けた眺望の先に、どっしりとした構えを見せる荘厳な建物。

「くるま旅クラブの会員ですが、今晚駐車場での宿泊はできますか？」と携帯電話で確認を入れ、「本日なら飛び込みも可能です。遠慮なくお越し下さい」と優しくいわれてやってきた日本平ホテルだったが、こんな格式の高そうなホテルとは…。いささかひるむ気持ちも湧いてくる。



レポーターもさっそくお風呂を楽しむことにして、まず軽装に着替えてホテル内入りを果たす。途中、レストランの様子もチェック。和食コーナーから見える駿河湾の眺望が素晴らしい。湾の向こうには富士山の稜線がくっきり浮かんでいるではないか。今回の旅の目的は、これでなかったというものだ。買ってきた食材を車内の電子レンジで温めて夕食を取るつもりだったが、すっかり気分が変わり、入浴後はこのレストランで、富士山の雄姿を眺めながら食事を取ることに決める。

「お待ち申し上げておりました」と、誠実な笑顔を浮かべたフロントマンが丁寧な挨拶を送ってくる。なんだかスイートルームの予約を入れた客にでもなった気分だ。

「キャンピングカーはどこに停めたいのでしょうか？」

「好きな場所で結構です。正面玄関の前でもいいですよ」

と、ありがたいお言葉であったが、当日はイベントが開かれる様子で、玄関前は着飾った男女の往来が激しい。さすがにこっちから遠慮して、少し離れた高台の駐車場に停めることにする。クラスCのイエローストーンで来た先客がいるようだが、早くもお風呂に入りに行ったのか、車内に人のいる気配はない。

「キャンピングカーはどこに停めたいのでしょうか？」

「好きな場所で結構です。正面玄関の前でもいいですよ」

と、ありがたいお言葉であったが、当日はイベントが開かれる様子で、玄関前は着飾った男女の往来が激しい。さすがにこっちから遠慮して、少し離れた高台の駐車場に停めることにする。クラスCのイエローストーンで来た先客がいるようだが、早くもお風呂に入りに行ったのか、車内に人のいる気配はない。



お風呂は決して広くはないが、格調高い造りでリッチな雰囲気味わえる。ガラス窓越しに広がる小庭園の眺めがなんとも優雅だ。

「青桐」と呼ばれる日本料理のレストランでは、思い切って懐石のコースを頼んだ。これがうまい。味もいいが、盛りつけも都会的で洗練されている。街の夜景もきれいだったので、ついつい酒が進んでしまった。湯YOUパーク1日目の夜は、とてもリッチな気分スタートした。

驚いたのは、たった千円の駐車場代を払っただけなのに、その領収書をわざわざクルマまで届けにきてくれて「ありがとうございました」と丁寧な挨拶されたこと。次からは部屋を取って泊まるのか…という気分になる。





このホテルは、景観に優れた美しい庭園を持っていることが特徴となっている。芝生広場の彼方に広がる富士山の雄姿を仰ぎ見た人は、必ず息を呑むに違いない。手入れの行き届いた芝生。美しく刈り込まれた樹木。人間の細やかな愛情によって管理されている庭園の向こうに、何億年という風雪に耐えてきた“野性”の富士がそびえているという取り合わせは、妙に神秘的な気分になてくれる。人工美の極致と自然美の極致が融合するという、他では見られない風景といつてよい。

日が沈む頃には、富士山全体が紫色に染まり、ゆらめくような街の灯も明るさを増してくる。月が伊豆半島から登り始めると、駿河湾の海面には月光でつくられた“金色の道”が浮かぶ。それが自分と月を一直線につないでいるように見える。水と光で揺らめいているその道を渡っていけば、そのまま月まで歩いて行けそうな気分になる。

弥次喜多も愛したとろろ汁

翌日は、静岡市丸子の「丁子屋（ちようじや）」をめざす。弥次さん喜多さんが登場する『東海道中膝栗毛』にも紹介されているという江戸時代から有名なとろろ料理の店だ。いろいろガイドブックで紹介されており、いつも観光客でにぎわっている名物店だが、ウィークデイなら大型キャンピングカーでも余裕で停められる駐車場が完備しているありがたい。

100人が座れそうな大座敷があり、その天井に飾られた「東海道五三次」の絵皿が名物だったが、地震が起きて絵皿が落下すると危険だという判断で、現在は取り外されている。ちょっと残念。

それでも、ここのとろろ料理は何度味わっても本当に美味だと思ってしまう。とろろ汁と麦飯。そして新鮮な刺身を堪能。静岡ならではの味を心ゆくまで楽しむ。

グルメを堪能できる湖畔のホテル

次に泊まったのは「浜名湖レイクサイドプラザ」。これも携帯電話で当日の予約を入れたのだが、本当は「前日までに予約を入れるのが原則」だという。この料金システムは、駐車場代は無料だが、レストランで夕食を予約することが前提となっている。その予約が前日に必要だというのは、駐車場の空気を確保すると同時に、料理の仕込みを調整するためらしい。「...そこをなんとか」とわがままを聞いてもらい、かろうじて最後の2人前というバ



イキングの料理を確保することができた。

東名自動車道の三ヶ日ICから10分。美しく暮れゆく湖畔の夕陽を背景に、洒落た白亜の建物が迫ってきた。駐車場に入ると、ちよつとした南国リゾートの風景が現れた。緑の葉を風にそよがせるヤシ。南欧風の屋根瓦におおわれたレストラン棟。白い椅子とテーブルが並べられた芝生広場の先には、静かな湖面が美しい鏡でも置いたかのように広がっている。小さいながらもプライベートビーチがあり、そのそばにはバーベキューハウスとゲーム



センターが並んでいる。ファミリーが訪れても十分楽しめる場所とみた。ホテル内に入ってびっくり。平日だというのに、ものすごい数のお客さんがいる。そうとう流行っているようだ。くるま旅クラブの駐車場キャンペーングカー泊であることを告げ、フロントにて入浴券(500円)と食事券をもらう。支払いは、レストランで食べた分だけを清算すればいいとのこと。まず風呂へ。「万葉の滝」と名付けられた天然温泉は二つの内湯と一つの

露天風呂で構成されていたが、浜名湖を眺められる露天風呂が素敵だ。湯に浸かって火照った体に、湖面を渡ってくる風が天然のクーラーの快適さを教えてくれる。

一番関心したのは、レストランの味だった。「最後の2人前」といわれたバイキングだったが、これにありつけたのは幸運だった。パスタ系のソース、サラダのドレッシング、シチューなどのいわゆるソース系が絶妙な味付けになっている。利用客が多い理由もよく分かる。酒もそこに、つつい食べることだけに専念した。翌朝散歩をしていた老夫婦に挨拶を交わしたときも、「このホテルは料理の味が良いからね」と料理の感想を述べていたことが印象的だった。ちなみに昼のバイキングは予約なしでも楽しめるという。浜名湖観光の昼食ポイントとして覚えておいてもよいホテルだ。

うまいディナーに気をよくして、夕食後はバーに入る。細長いカウンター越しに夜の浜名湖が広がっている。こちらが手持ちぶさただと判断したのか、行儀の良いバーテンダーが、さりげなく「ويسキーを調合するブレンダー」についての話を披露してくれる。いろいろなモルトを収めた樽から、それぞれを巧みに組み合わせ、ベストの味を調合するプロの話だ。ことさらウンチクを強調することもなく、面白い話をさらりと語るバーテンダーさんのほどよい距離の取り方が心地よい。洗練された対応を心得たバーテンダーがいることも、良いホテルの目安かもしれない。

浜名湖レークサイドプラザの露天風呂



豪華な鰻料理で舌鼓

浜名湖といえば鰻である。「昼食は鰻！」と決めて、翌日はホテルのフロントがお薦めする「勝美」という鰻料理の店を探す。支店と本店があり、キャンピングカーなら三ヶ日IC近くの支店の方が停めやすいとのアドバイスホテルからもらったが、あいにく支店が休み。浜名湖と猪鼻湖を区切る新瀬戸橋の手前に店を構える本店におもむく。

勝美三ヶ日IC店



眼下に開放感豊かに猪鼻湖の景色が広がっている。奮発してうなぎの「特」というのを頼んだが、このボリュームがすごい。鰻だけで、ゆうに普通の鰻屋が出す「特上」の2倍強ある。食べ盛りの若者でも、きつと大満足だろう。駿河路のグルメ旅を締めくくるのにふさわしい、豪華な昼食を堪能できたことが良い思い出となった。

(文責・編集部「くるま旅探索隊」)

《参 考》

●日本平ホテル 〒424-8719 静岡県静岡市清水馬走 1500-2
TEL.0543-35-1131 <http://www.scg.jp>
湯 YOU パーク= 1泊 1,050円 利用時間= 13:00～翌 11:00
入浴料金=無料 (6:00～9:00 / 16:00～23:00)
アクセス=東名・清水 (もしくは静岡) ICより 25分

●浜名湖レークサイドプラザ 〒431-1424 静岡県引佐郡三ヶ日町下尾奈 200
TEL.053-524-1311 <http://www.h-lsp.com> 湯 YOU パーク= 無料
ただしレストランで食事のこと 利用時間= 15:00～翌 10:00 前日までに予約
入浴料金= 500円 (6:00～11:00 / 13:00～24:00) アクセス=東名・三ヶ日 ICより 10分

●丁子屋 (ちょうじや) 〒421-0103 静岡県丸子 7-10-10
TEL.054-258-1066 (木曜と月末の水曜日定休)

●勝美本店 〒421-1403 静岡県引佐郡三ヶ日町大崎 瀬戸
TEL.053-525-1055 (火曜定休)

●勝美三ヶ日IC店 〒431-1402 静岡県引佐郡三ヶ日町都筑
TEL.053-526-1035 (木曜定休)

キャンピングカーで 脳をリフレッシュ

——大前研一さんも認めるキャンピングカーの効用——

人間の脳は遊ぶことで 活性化する

人は仕事をしている時の方が生産的に見えるが、人間の脳は仕事を離れて無心に遊んでいる時の方が生産的に動いているという。遊びに熱中している脳には、平常時の6割り増しという血液が流れ込み、それが脳細胞の活性化を促すからだ。私たちは、仕事を充実させるためには遊びに費やす時間を削らなければならないと考えがちだが、むしろ自然に親しんだり、旅行に出かけたり、スポーツに興じたりする時間を持つことの方が、はるかに創造的な仕



「キャンピングカーはストレス解消に役立つ」と語る大前研一さん（UCLA教授／経営コンサルタント）。仕事の合間をぬってスキューバダイビング、オフロードバイク、スキー、クラリネットなどを楽しんでいる。

事をこなす力を高めることにつながる。では遊びなら何でも良いかというと、そうではない。意識から「仕事」や「公的な義務」を完全に追い出すような遊びでないと、脳を刺激するまでに至らない。接待ゴルフや接待マージャンなどは、意識の底に「仕事」が絡むことが多いため、たとえ楽しくても脳を活性化させる効果は弱い。

それよりも、未知のスポーツにチャレンジしたり、新しい趣味の世界を開拓するなど、普段の生活では考えられないような体験を重ねていくことの方がはるかに脳を刺激することになる。今までの処理能力が通用しないような

新しい出来事に直面したとき、脳は初めて必死になって新しい価値体系をつくり出そうとする。そのときに誕生した新しい回路が、新しい発想を生み出す原動力となる。そして、それがストレスの解消にもつながる。ストレス解消というと、誰もが脳を休ませることだと連想しがちだが、実際は、脳を心地よく刺激することによって可能になるといってよい。

無計画な旅こそ ストレス解消の鍵になる

脳をリフレッシュさせる遊びとして有効なものひとつに、旅がある。旅による生活環境の変化、人間関係の変化は、脳を活性化させるまたとないチャンスとなる。なかでも、ことさらに目的を定めず、気が向いた時にきままに出かけるといった「アバウトな旅」の方が、かえって脳に活躍の場を与えることが多いといわれている。あらかじめ計画的にスケジュールが定められている旅の場合は、行く前から旅行先のイメージが固定されてしまうので、新発見の喜びが薄められてしまい、さらにそのスケジュールに縛られること自体がストレスになることもあり得るからだ。

また、アバウトな旅というのは、最初から有名な観光スポットを目当てにしていないため、現地の人々の飾らな

い生活に接することができる。そういう場所には、人工的につくられた見所がないかわりに、自分自身の価値観に応じた小さな見所を丹念に探すという楽しさもある。音楽でいえばライブ感覚が楽しめる。

経済界の思想的なリーダーであり、



経営コンサルタントとしても世界的に活躍している大前研一さんは、『週刊ポスト』に連載した「オフビズ革命」(2003年10月10日号)のなかで、目的を定めない旅の効用を語っている。

大前さんは、「ビジネスマンがストレスから逃れるためには、身体の中に流れているビジネス時計をオフ時計に切り替えねばならない」とした上で、そのためには「レジャー施設などなく、宿泊施設も十分でないような。何も無い場所」に自分の身を置く旅が一番よいと述べている。

大前研一さんも認める キャンピングカーの効用

ビジネス時計というのは、仕事のスケジュールリングに合わせて分刻みに流れていく時間感覚のことです。そのビジネス時計のサイクルで動いているうちは、休みを取ってもストレスの解消にならないと大前さんはいう。陽のうつろいや風向きの変化から大雑把に時間を把握するオフ時計のリズムに支配されるようになって、やっと人間はストレスから解消されるというのだ。

それには、「宿泊施設もないような場所ですりやバーベキューを楽しんだり、長らく読めずにいた本と向き合ったり、絵を描いてみたりと、何もない空間を楽しむことが大切だ」という。同じ旅をするにも、スケジュールを

綿密に立て、名所旧跡や話題の場所をあわただしく巡る観光旅行のようなものではなく、「脱・ビジネス時計」を果たせない」とも。

そして、そのようなオフ時計の旅を実現するのに適した乗り物として、大前さんはキャンピングカーを挙げています。

「アメリカ人の多くは夏休みに入ると、一か月ほどキャンピングカーで家族旅行に出掛ける。事前には行程の大枠しか決めず、あとは旅先で寝る前に地図を広げ、「明日はどっちに行こうか」と家族で相談を決める。なんともきままな旅である。キャンピングカーなら、ホテルの予約もいらない。自分の車に寝ればいいからだ。アメリカ人はそうした何もない場所をきままに旅することで、「脱・ビジネス時計」を実現している」(「オフビズ革命」連載19回)。

大前さんが指摘するように、欧米のキャンピングカー先進国のユーザーは、キャンピングカーが脳の活動をリフレッシュさせて、人生を創造的なものに高めることを知っている。さまざまなストレスによって人間が圧迫されるようになった文明社会では、それから解放される知恵もたくさん生まれてくる。キャンピングカーも、文明社会が発明した「人間解放のツール」の一つだといえるだろう。(文責・編集部)

キャンピングカー産業が 日本経済をリードする日

Future of
Campingcar



消費者は新しい「贅沢感」を求めている

長期の不況を経験した日本の各企業は、この10年の間に人件費の安い海外に生産拠点を設け、チェン化を図り、製作工程に人手をかけない省力化を進めてきた。そういう動きがすっかり定着してきたかのように見えたが、ここに至って流れが変わってきた。省力化によって製作コストを削るのではなく、むしろ製作時にいかにコストがかかっているかを顧客にアピールするような商品企画を進めた企業の業績が伸びているという。そこに、消費者の意識変化を読みとることができる。

20世紀の経済は「大量生産・大量消費」によって成長してきた。大量の商品を市場に投入するためには、生産システムを合理的に切り詰め、生産効率を高めることが重要な課題とされた。20世紀末までの日本企業は、それに対

して世界に誇れるノウハウを獲得して国際競争力を身につけてきた。

しかし、各企業が生産効率の向上を一義的に追求した結果、ブランド名こそ違え、質的には他社商品と差別化することのできない規格品が大量に出回るようになってしまった。そうやってつくられた商品がいかに贅沢な高級品であっても、消費者はそこに贅沢感を感じないようになってきたのである。「平成不況」といわれる不況の根元には、それまで渴望の対象だった商品から贅沢感が消え、購買者にとって色あせたものに感じられるようになったという現実が横たわっている。

しかし、消費心理の根底に横たわる贅沢への渴望が人間から消えることはない。贅沢に対する人々の感受性が変わったのだ。「物と情報」が溢れてしまった現代社会の消費者は、物そのものの贅沢さよりも、物が生まれてくる過程の贅沢さを楽しむようになってきたといっている。

その消費者心理をうまくとらえ、シュークリームチェーン店の「ピアード・パバ」では、客の前でシュークリームを焼く、焼きたてのシュークリームを詰めて売ることによって成功を収めた。大量生産が可能で工場をつくるのではなく、あえて非効率な店頭での製作をアピールし、「作りたて」を顧客の五感に訴えることによって同社のシュークリームは「どこでも買えないシュークリーム」から「ここでも買えないシュークリーム」に変わったのである。

大量生産・大量消費の時代は終わった

「ピアード・パバ」の例に限らず、今成功している企業の最も新しい共通点は、一見非効率に見えながら、手間ひまを十分に掛け、消費者の一人一人の心に訴えるような商品開発を行っているところにある。いわば「大量生産・大量消費」を想定した市場で見落とされがちな、「個人」に焦点を当てた商品を企画する企業が活躍する時代になったといえる。



そういう時代が訪れた背景には、「子ども高齢化」「人口減少」という日本が抱えている構造的な問題も絡んでいる。高度成長からバブルにかけて当たり前と思われていた大量生産・大量消費という概念は、すべて人口増加社会を前提にしたものだった。電気製品、自動車、郊外住宅、受験競争といった同質のライフスタイルが急速に普及していったのは、その人口増加に助けられたからである。

しかし、人口減少の時代には逆のことが起こる。大量生産を前提とした生産設備は、大量消費という背景を失えばすべて過剰なものとなり、溢れ出した商品はいくら値段を下げて魅力あるものに感じられなくなってくる。

物に飽き始めた消費者は、誰もが共通して持つ物よりも、より自分のライフスタイルが反映されそうなもの、家族や仲間とのコミュニケーションが豊かなものというように、自分自身の「物語」を盛り込めるような商品へと関心を移していく。客観的な品質よりも、主観的な好みが優先されるようになったわけだ。「個」を意識した商品企画が成り立ちうる土壌が、ようやく形成されたといっていよう。

脚光を浴びる キャンピングカー産業

その「個」にターゲットを定めた新しい商品のスタイルを示す例として、キャンピングカーを挙げることができ

現在日本には100を超えるキャンピングカーメーカー・販社があるが、その大半はエンドユーザーと直にコンタクトを採り、顧客のオーダーをある程度受け入れる形で商品開発を行っている。なかには、ユーザーニーズをあらかじめ想定したデータを作成して、それをコンピューター管理し、顧客の理想とする商品を自在にプレゼンテーションできるBTOシステムなどを取り入れているメーカーもある。もちろんエンドユーザーの個人的な仕様変更を基本的に受け入れない車種もあるが、乗用車メーカーが用意するオプション品などとは比べものにならないほどの豊富なアクセサリ類が用意されているため、装備品の組み合わせによっては、特注品といって差しつかえない



いクルマをオーダーすることも可能だ。
なぜ、そうなるかというと、そもそもキャンピングカーそのものが個人の趣味を実現するツールとして誕生してきたものであり、顧客の趣味が多様化すればするほど、その趣味に応じた仕様も要求されてきたからである。キャンプの道具として使う人もいれば、旅行や釣りに活用する人もいる。天体観測、野鳥撮影などに使う人も多い。そういう意味で、キャンピングカーは規格型モデルを大量生産するような商品とは一線を画しており、各キャンピングカーメーカーは、生産効率を上げるための生産体制の平準化を目指しながらも、顧客の個別オーダーにも真摯に対応するという努力を重ねてきた。

キャンピングカーは知的財産

エンドユーザーの個別的な希望を多少なりとも受け入れる商品というのは、企業側からすれば大変な負担になるが、顧客にとっては、自己実現の願望を満たす格好のネタであることは間違いない。自己の意見が反映されている商品を持つということは、ある意味で究極の満足感を享受することにつながる。

高級ブランド品を身につけるより、自分の知的能力をアピールする方が他者との差別化を図れるという風潮が台頭してきた現代においては、誰でも知っている高級品を持つよりも、自分の提案が盛り込まれた商品を持っている

ことの方がステータスとして感じられるようになってくる。キャンピングカーを新しい知的財産として感じる需要層が育ってくる可能性は極めて高いといえるだろう。

提案営業型の商品が生き残る時代

キャンピングカー産業が、これからの日本をリードするモデル産業になりそうに思えるもうひとつの理由は、それが典型的な「提案営業」型の商品を扱う産業だからである。大量品で勝負せずに、「個人」に焦点を合わせた多品種少量生産を目指す企業にとって一番大切なのは提案営業である。

多くのキャンピングカーユーザーがメーカーに求めているものは、この提案能力である。キャンピングカーは趣味性が強い商品だけに、顧客のこだわりに応えるだけの商品知識や提案力が営業側にないと商売が成立しない。その点、多くのキャンピングカーメーカーは開発者が同時に生産者であり、かつ営業マンであるという経験の蓄積を踏まえ、他のどの業界よりも、ユーザーとコンタクトを採るツボを心得ている。キャンピングカー業界の経営者のなかには、若い頃アウトドアライフに積極的にコミットした者もいれば、ハンドメイドのキャンピングカーを使って自分で楽しんでいた者も多い。営業では強みとなる提案営業ができる者たちばかりなのだ。

このことが、キャンピングカー産業



札幌キャンピングカー展示会の風景



を独自の色合いに染め上げている。キャンピングカーを展示する各地のイベントでは、必ず見学者と出展者の間で趣味に関する会話が交わされている。釣りや旅行やペットの話に始まり、温泉やグルメの話にまで発展する。そういう幅広い話題のなかで、キャンピングカーという存在が使用者のライフスタイルを確立する貴重な道具であることが確認されていく。キャンピングカーにおける提案営業というものが、商品開発に留まるものではなく、ライフコンサルタントにまで広がるものであることは注目に値する。

販売スタッフのパワーアップが成長の鍵

諸外国の企業が日本に参入するとき、必ず言われることは「最も厳しい目を持つ消費者がいる日本は、個人向け商品を開発する最適地だ」という言葉である。なかでも高額商品であるキャンピングカーを選び抜くユーザーの眼力は、近年飛躍的に向上している。今後、日本のキャンピングカー産業に従事する人たちが直面するのは、この認識眼の高まった消費者たちの期待に

いかに応えられるかという問題に集約される。なにしろ、物が溢れる豊かな社会を経験した目の肥えた顧客たちが相手となる。キャンピングカーのインテリアデザインを企画するにも、従来は国産車と輸入車の違いを踏まえるぐらいでよかったが、これからは内外の一流ホテルやレストラン、ミュージアム、高級乗用車などの内装と比較するような顧客たちを相手にしなければならなくなるだろう。また、今後多くの参入が見込まれる団塊の世代に属する人たちは、みな若

い頃から豊富な読書体験を持っているため、それなりに知的レベルが高い。キャンピングカー業界の若いセールスマンたちは、今後は彼らの関心をつなぎ止められるような会話術を身につけていく必要もありそうだ。



インテリアの説明を行う際にも装備品の機能や使い勝手に言及する以上に、デザイン学の基礎知識や、映画や絵画に対する知識を動員しなければならない時が来る。

いずれにせよ、時代の風を浴びて伸びようとする産業には、従来のノウハウが通用しない顧客を大量に迎え入れなければならないという宿命が待っている。市場が広がる前には、常にハードルが現れる。しかし、それをクリアすれば、キャンピングカーが日本経済をリードするモデル産業となる日もそう遠くないに違いない。(文責 編集部)



親子の断絶を乗り越えるために

それまで素直に親の言うことを聞いていた子供が中学、高校に進学したとたん、コミュニケーションが途絶える…話が合わなくなる…わけの分からない友達づきあいが増える…外泊が多くなる…といった悩みを抱える家庭はよくあると思います。

わが家にもまさにそういう事態が訪れました。高校2年になって急に親に冷淡になっていく息子に対し、家内などは「子供が何を考えているのか全く分からない」と嘆く日が続きました。家内ばかりでなく、私もまた、仕事にかまけて息子とろくに話す機会がない



『RV&キャンピングカーガイド』
編集長 町田厚成

息子と男同士の酒を酌み交わした キャンピングカーの旅

ような生活を3年間続けておりました。このまま放っておいていいものか。しばらく悩んだ後、私は久しぶりに息子と一緒に旅行を試みることを思いつきました。

当時、私はキャンピングガイドの編集部を務めておりました。企画さえ通れば、自分で好きな場所を自由に取材することができたのです。そこで「キャンピングカーで楽しむ北海道の旅」という企画を思いつき、それに息子を同伴させようと考えました。

当然、会社には内緒でした。今までは、仕事に家人を伴うなんて言語道断という意識だったのですが、仕事と子供との付き合いを天秤にかけた場合、「もうこの子供とつきあえる時間も残

り少なくなっているのかもしれない…」と思い、むしろ仕事を手伝わせるぐらいの気持ちの方が、息子を誘う理由にもなると考えたのです。

幸い、息子はキャンピングカーの旅には良い思い出をたくさん持つておりました。彼が中学校に入ったときに、わが家は1台のキャンピングカーを購入し、それに乗っているようなキャンピングカーを回ったりして楽しんでいました。

果たして、この企みに息子が食いついてくるのか不安でしたが、「仕事を手伝えば日当を払ってやる」という条件に反応したのか、夏休みになって暇を持て余していた彼は、不承不承ながらも久しぶりの親との旅行に承諾した

のです。

装備の使い方教えることで
会話を回復

こうして苫小牧を起点に、登別、石狩、ホロベツ原野、稚内、宗谷岬、富良野、愛別、さらべつ、襟裳、八戸、八幡平…という約三週間行程の旅が始まりました。

しかしながら、久しぶりに同乗する息子といたってどんな会話を交わしたらいのか、旅を始めた最初の頃はかなり戸惑ったのも事実です。髪の毛を赤く染め、耳にピアスをはめ、助手席のダッシュボードに足を投げ出してだらしなく漫画ばかり読みふけている

息子に内心かなり腹を立てたりもしました。

しかし、ここで怒ったら終わりと忍耐強く堪え、まずキャンピングカーのコマゴマとした扱い方を教え、3ウェイ冷蔵庫の切り替え、ベッドメイキング、ジェネレーターの使い方、AC電源の接続の仕方などを教えながら、宿泊することにやらなければならぬ仕事を私がいない時も一人でこなせるように訓練しました。仕事先で撮影するときは、カメラのレンズ交換や掃除、撮影機材などの運びもやらせました。

やがて助手として一人前に認めてもらったという充実感が彼に芽生え始めたのか、次第に今まで経験したことのない2人だけの新しいコミュニケーションも生まれ始めました。

心地よい緊張が持続する毎日

キャンピングカーの旅というのは、どこで泊まるのが自由自在。…ということは逆にいえば、その日の宿泊の企画を真剣にクリエイトしていかざるを得ないということでもあります。旅の疲れを癒す温泉を探し、夜の食材を確保し、安心して眠れる場所を探す。あらかじめ予約を入れる旅館やホテルと違って、その晩をどう“創造”するかという緊張感が常につきまといます。それが息子にとっては日常生活とはまったく異なった新鮮な体験だったのでしょう。一日の仕事が終わると2人で地図を検討し、どんな夜を過ごすか真剣に討議していました。人里離れた

ダム湖のパーキングで真つ暗な闇を経験し、電子レンジで温めたチャーハンでささやかな晩餐を楽しむ。あるいは名前も定かでない小さな町の駐車場に停め、地元の人しか訪ねない淋しい居酒屋ののれんをくぐる。そんな体験の積み重ねが息子にはとても楽しかったようです。

襟裳岬の漁師町で泊まったとき、私たちは駐車場にクルマを止め、近くの居酒屋に繰り出しました。そこで酔って少し盛り上がったしまった私は、未成年の息子を引き連れて、その隣りにあったカラオケスナックに入りました。もう夜中の1時を回った時間帯。隅のボックスでは、息子と同じぐらいの若者たちが飲んで、歌を唄い、騒いでおりました。そのうち、彼らは一斉に立ち上がり、みな顔をきりと引き締めながら、次々と店を出ていくのです。



店のママさんの話によると、彼らは若い漁師さんたちでした。スナックで集合し、少し歌を唄って元気をつけ、それから早朝の海に漕ぎ出していくのだそうです。その話を聞いたとき、息子の目が輝いておりました。最初はただ騒いで唄っているだけの自分と同じ年齢格好の若者たちが、実は深夜も働く漁師たちだった。そこで見た光景は、ただ遊ぶことしか考えていなかった彼に、何かインパクトを与えたようでした。

冒険の匂いが漂う旅の楽しさ

北海道の奥地には至るところに「熊出没注意」という看板があります。熊が出るかもしれない荒涼とした場所で泊まる夜、頑丈な壁に囲まれたキャブコン型のキャンピングカーは、息子にとってどんなに心強かったことか。眠くなるまで、車中では、私はひたすら酒を飲み、息子は漫画を読みふける。男同士のコミュニケーションはそれでも充分なのだ…と思いました。

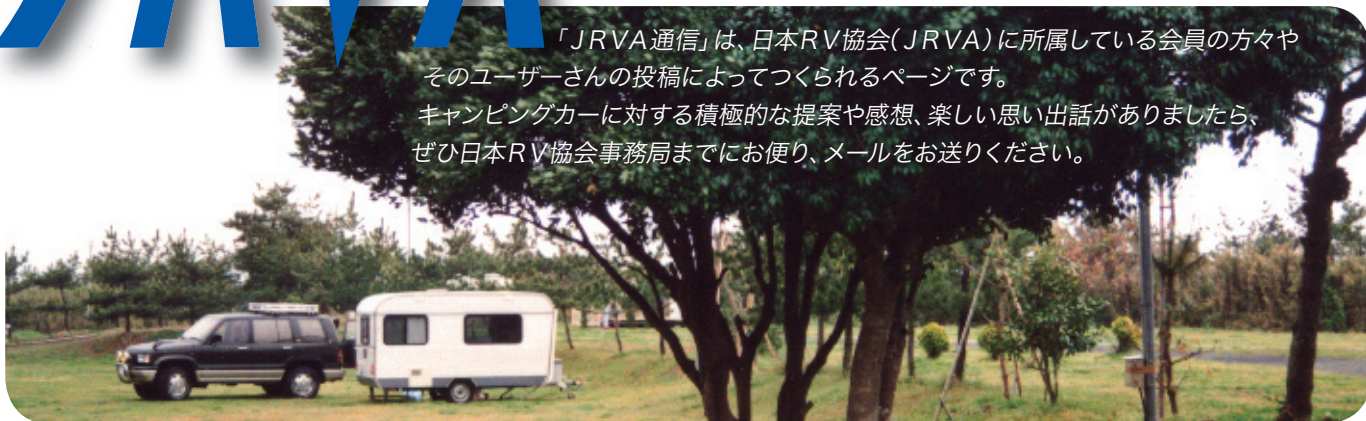
こうして3週間の旅を終え、私たちは帰途につきました。私には分からなかったのですが、家内は久しぶりに帰った息子の顔を見て「なんだか、すごく大人びた表情になった」とびっくりしておりました。

キャンピングカーがもたらしてくれた親と子のコミュニケーション。この旅は一生私たちの思い出に残るものと信じております。



JRVA通信

「JRVA通信」は、日本RV協会(JRVA)に所属している会員の方々やそのユーザーさんの投稿によってつくられるページです。キャンピングカーに対する積極的な提案や感想、楽しい思い出話がありましたら、ぜひ日本RV協会事務局までにお便り、メールをお送りください。



第二の人生はキャンピングカーから始まった

(ユーザー 大分県別府市在住)
柴田幸治さん

いつも慣れ親しんだ部屋から一歩外に出ると、そこには初めて見る景色。各地にある立ち寄り湯の露天風呂で「ア〜」と溜息をつく。感動の一瞬だ。仕事を終えて家に帰り、妻と一緒に午後10時過ぎに家を出る。ナビに目的地を入力し、後はナビの指示通りに運転すれば必ず目的地に着く。そしてその場で寝る準備をした後、妻と缶ビールで乾杯…至福の一時…。



キャンピングカーに出合ってから、週末はこんな体験の連続。決して大げさに言っているつもりはありませんよ。

私がアウトドアに目覚めたのは今から約7年くらい前。息子の大学野球の「追っかけ」を妻と2人で始めた頃。その頃はタウンエースのセカンドシートとサードシートを倒して、その上に合板を敷き、またその上に布団を敷いて、積めるだけの荷物を積んで…。これも楽しかった。

私は今年の6月で53歳になります。妻も同い年です。職業は地方公務員。人生の折り返し地点を過ぎ、ゴールが視界に入ってくる中年です。この歳になると、残された人生をど



う過ですか、どんな死に方をするか、いつもそんなことを考えながら生活しています。とにかく時間の経つのが早い。若かった頃は、1日の時間が経つのが遅く「俺、何のために働いてんだろ?」とか「なぜ生きてんだろ?」なんて感じる日が多かったように思います。

今、子育てが終わり、一段落してアウトドアに目覚め、キャンピングカーと出合っただけの人生は変わりました。

「週末を楽しみに、週末を有意義に過ごすためには、それ以外の日も真剣に頑張らないといけない」

そう考えるようになったのです。

子供たちも巣立ち、妻と2人だけになり、これからがまさに第2の人生の始まり。人によつては「夫婦2人になつて何を話したら良いのか分からない」と言う人もいますが、私たちは違いますよ、今度はどこに行こうかと、何をしようかとよく話し合っています。妻だけでなく職場の部下を連れて日帰りのキャンプに行ったり、部下との

コミュニケーションづくりにもキャンピングカーは活躍しています。

今より若かった頃、よく夫婦喧嘩をしていました。それがアウトドアに目覚め、キャンピングカーに出合っただけで、その数がどんどん減っていき、今では横に妻がいなくて落ちつかないし、楽しくないのです。

「ともに白髪が生えるまで」体が健康である限り、キャンピングカーに妻を乗せていろいろな所へ行きたい。そして「ア」生まれてきて良かった。すべての苦労はこの日のためにあったんだ」と、何度も何度も感じて生きていきたい。そんなことを思いながら毎日を送っています。

まったりの旅

キャンピングカーメーカースタッフ

田中昭市さん

海外旅行が好きです。DVDプレイヤーも液晶テレビもない我が家ですが、海外旅行には毎年のように出かけます。見たこともない風景やその街独特の香り、おいしい食べ物などまったく違う文化が各地にあつて飽きることはありません。

また、親切的な現地の人との出会いも楽しみです。ベネチアで腹痛に襲われたときに薬局で身振り手振りを交えてイラストまで描いて症状を伝えましたが、きれいなお姉さんが真剣に対応してくれて、やっと理解してもらえた時

はうれしかったですね。普段ならたった一つの単語で伝えられることなのに大変な苦勞をする、そういったこともあとから思い出せば楽しい思い出になります。

考えてみると、海外旅行の価値というのは非日常的な体験にあると思います。

まず初めに飛行機に乗ったあとの笑顔の美しいスチュワーデスさんにワインなどを持ってきてもらい、酔いが回ったところから日常生活とは無縁の旅が始まります。チェックインするホテルのロビーも仕事で利用するビジネスホテルとは全然違うし、我が家で食べる冷凍食品加熱料理とは比較にならない立派なフルコースディナーは私にとつてはまさに非日常的体験です。

ところで、キャンピングカーの旅はどうでしょうか。

朝、目が覚めたら洗面器で顔を洗い、お気に入りのコーヒープレスでおいしいコーヒーを作る。昨夜コンビニで買ったおいしいパンをほおばりながら、7時になる頃にテレビのスイッチを入れてニュースをチェック。連続ドラマもきちんと見てから外出。こんな具合にキャンピングカーの旅はとても日常的な風景で始まります。

旅の間、車内には一種独特のムードが漂います。何となく独特なのんびりした感じです。最近の言葉でいえば「まったり感」とでもいえないのでしょうか。

それは一般的に言えば非日常的であるはずの旅の最中にごく普通の日常生活がドッキングしているからだと思います。キャンピングカーの中にある限



りそこは勝手知ったる我が家です。ただ、窓から見える風景だけが旅の最終であることを教えてくれます。こんな感覚はほかの交通手段を使った旅ではまず味わえません。キャンピングカーの本領発揮といったところです。

そこで、キャンピングカーの値打ちは日常的生活と非日常的なイベントの融合にあると思うのです。最高の朝日を求めて深夜にキャンピングカーを走らせる。翌朝、布団から抜け出した瞬間に接する素晴らしい日の出。歓声をあげる家族。子供と一緒に喜ぶカミさんの笑顔はあのスチュワードスよりも輝いている。これこそがキャンピングカーの存在理由だと思ふのです。つまり、キャンピングカーは日常生活を輝かせてくれるのです。

寅さんに会おうと決めた

(キャンピングカーメーカースタッフ)

池田健一さん

カーバイトを燃やしたアセチレンガスの匂い。バナナの叩き売りをやって

いるオジさんが、ねじりハチマキをきりりと引き締める。

「さあさあ寄ってらっしゃい、見てらっしゃい。そのオア兄さん、粹なネエさんも寄ってきな。不老長寿、精力増強の万能食品、新鮮なバナナの大安売り！ 1本食べれば、オタクの母ちゃんが20歳若く見え、朝のカラスが鳴くまで寝かせネエってほど精のつく食いもんだ。ほらそこのお爺ちゃん、こいつを3本食べれば、孫より若い子供がつくれるよ、ほら…」

威勢の良い口上に足を止める人たちの輪が広がる。

そのオジさんが、「こちとら、生まれも育ちも葛飾柴又だい…」って叫べば、もう寅さんの世界。懐かしい日本の祭の一コマ。

しかし、今、縁日に出かけても、リンゴ飴売りのオジさんも、金魚すくいのオバさんも黙ったまま。バックに流れる音はただのCDプレーヤー。威勢の良い口上なんて、どこからも聞こえない。

探しても探しても、寅さんはいない。「おーい帰ったで、さくら。俺の2階の部屋、空いてるか？」

寅さんはいつも不意打ちが得意。

バッグ一つの気

軽ないでたちで、雪駄ばきの寅さんが現れるたびに柴又の町は大騒ぎ。

シャイで照れ屋

のくせに、人の心の中にズカズカ入っていくフーテン



の寅さん。ズカズカ入って人を混乱させ、トラブルを起こし、それにもかかわらず誰からも憎まれない不思議な人。

きつと、寅さんの心はいつも空っぽなんだろう。淋しくても甘えがない。怒っても恨みがない。悲しくても女々しさが無い。何から何まで、ないないづくし。いつも風が吹きわたっていきような空っぽな心。

「また行ってくるよ」

最後は、寅さん自身が風になって去っていく。

ひなびた海辺の町。古い山すその城下町。流れる汗を拭きながら、寅さんはいつも一人ずつぶやいている。

「ケッコウ毛ダラケ、ネコ灰ダラケ。今キタコノミチ通りランセ。俺を愛してくれる粹なネエちゃんなんて、そのうちどこかで会えますよ…」

人が旅に思いを馳せるときの原点は、ここにあるように思えます。

何を求めるでもない、何を期待するでもない。でも、何かが自分を待っているという予感。

同じ事を繰り返す毎日の暮らしかで、ふと使い古したバッグに荷物を入れ、ブラっとどこかへ行きたくなりませんか。

昨日まで大事に思っていた荷物をポイと捨て、ガラクタだけを鞆に詰め、不意に出かけたくなりませんか。

「おーい、行ってくるぞ」

「え？ どこへ行くの」

びっくりするカミさんや子供に向かい、あたかも自分が風になった気分です。「寅さんを探しに行くんだ」

そんな旅に出ようと思っています。
車の中に、役に立たないようなものをたくさん放り込み、気に入ったミュージックだけをセレクトし、いつものシャツに、いつもの靴。
寅さんのように心を空っぽにし、ひたすら夕陽だけを追いかけて。
そして、寅さんを見つけたことができたなら、
「2階の俺の部屋、寅さんに貸してやってくれ」
そんなこと言ってみようと思っています。

「身体障害者補助犬」の育成にJRVAも協力

目の不自由な人の生活を助ける盲導犬や、手足の不自由な人の行動を手伝う介助犬など、身体障害者の方々の助けるための「身体障害者補助犬」を育成するには、大変な費用と労力がかかる。しかし、そのことは一般の人にはあまり知られておらず、介助犬そのものに対する理解も深まっていない。そのためキャンピングカー業界の業者15社が中心となり、昨年「補助犬」の育成をサポートするためのキャンペーンが行なわれた。このキャンペーンは、全国の道の駅などでキャンピングカーを使って行われ、募金に協力した人たちは、可愛い犬のイラストが描かれたステッカーなどが配られた。今後は

JRVAとしても同キャンペーンを積極的に応援していくことを決定している。



女性デュオ梅星が歌う「くるま旅」の歌

JRVAが提唱しているくるま旅のイメージソングがあるのをご存知？福岡を中心にライブ活動を行っている女性デュオ梅星(うめぼし)が歌う「くるま旅」がそれ。「自由に、きままに風まかせ、好きなときに、好きなところへ」という、まさにキャンピングカー旅行の特徴を巧みに語っている。この歌を収録したCDも好評発売中。JRVA主催のイベントでライブ演奏を行う機会もあるので、見かけた人はぜひ声援を。

2005年1月15日発行

発行 日本RV協会(JRVA)

〒194-0022 東京都町田市森野1-10-10

パシフィックエントウビル 2-A

Tel. 042-720-7911 Fax. 042-720-7251

<http://www.jrva.com>

E-mail: office@jrva.com

編集 株式会社 自動車週報社

印刷 図書印刷 株式会社

《無断転載を禁ず》

