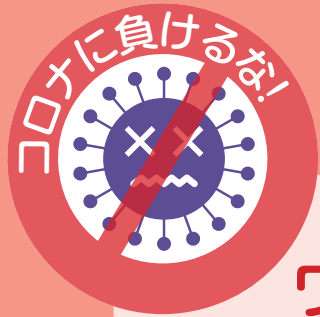




公衆浴場業のみなさまへ

ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取組みのヒント

公衆
浴場業編



厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式



業界動向

→ P. 1

消費者動向

→ P. 4

経営のヒント

→ P.10

お役立ち情報

→ P.14

マニュアルの使い方

公衆浴場業の動向はご存じですか？
この冊子で業界の動向をつかんでみましょう。



業界動向

消費者動向



業界動向をつかんだら、自店で取組むテーマを探してみましょう。

経営のヒント

お役立ち情報

自店の困りごとが見えにくいときは …



自店の困りごとを
「生産性＆効率アップ
必勝ガイド」で
見える化しましょう。
※ A～Jの3領域10テーマに対応

取組方法をもっと知りたいと思ったら …



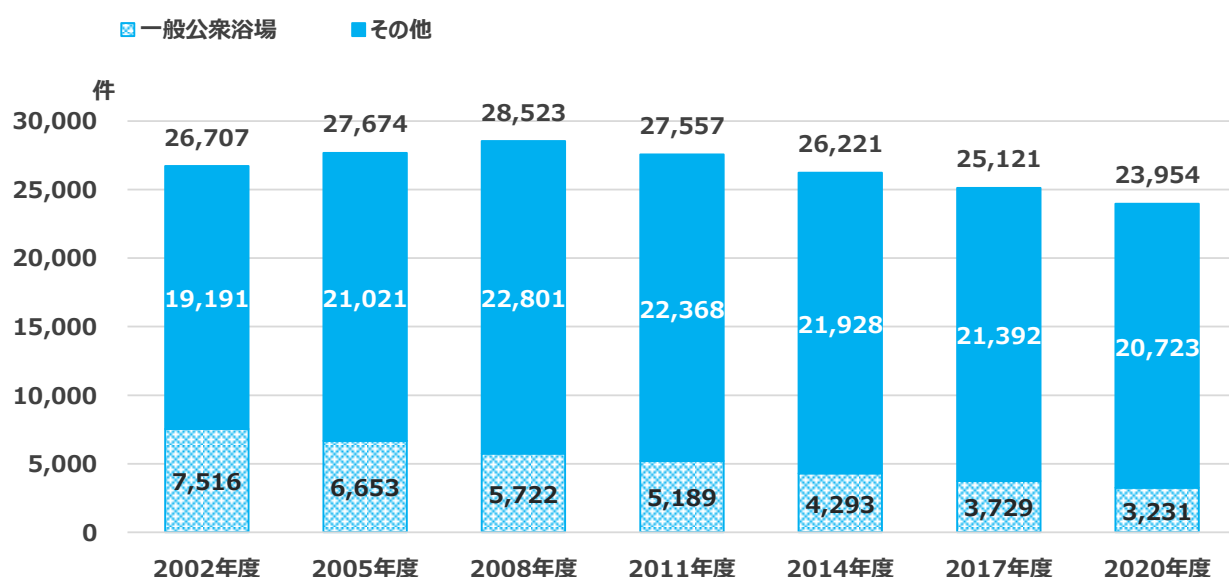
具体的な取組方法を
「マニュアル（基礎編）」で
確認してみましょう。
(A～Nの計14冊＋付録)



公衆浴場数は 2008 年をピークに減少傾向

- 公衆浴場数は、2008 年度の 28,523 件をピークに減少傾向にあります。2020 年度には 23,954 件と 2008 年度の 84% 水準にまで減少しています。
- 2017 年度から 2020 年度にかけての減少に、新型コロナウイルス感染症がどの程度影響を与えたかについては明らかではありません。今後の推移に注視が必要です。

公衆浴場数の推移

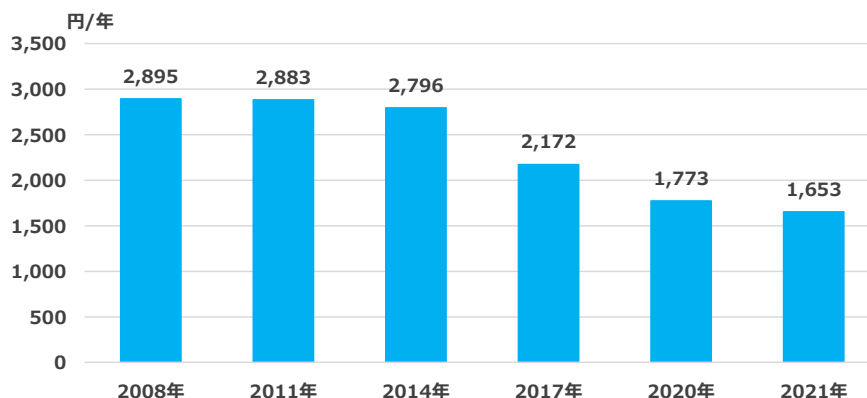


出典：厚生労働省「令和2年度衛生行政報告例の概況」より作成

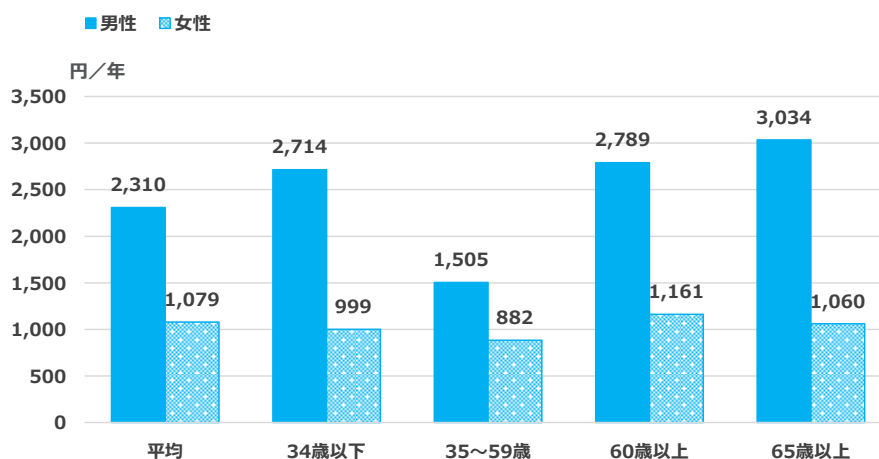
単身世帯の温泉・銭湯入浴料は 2014 年以降急速に消費が減退

- 単身世帯の温泉・銭湯入浴料は 2014 年まではほぼ横ばいで推移していましたが、それ以降徐々に支出は減少し、2021 年には 1,653 円 / 年と 2014 年の 59%水準にまで低下しています。
- 2021 年の温泉・銭湯入浴料を性年代別にみると女性に比べ男性の、また、60 歳以上の支出が高くなっています。

単身世帯の温泉・銭湯入浴料の年間支出金額の推移



単身世帯の 2021 年性年代別温泉・銭湯入浴料の年間支出金額



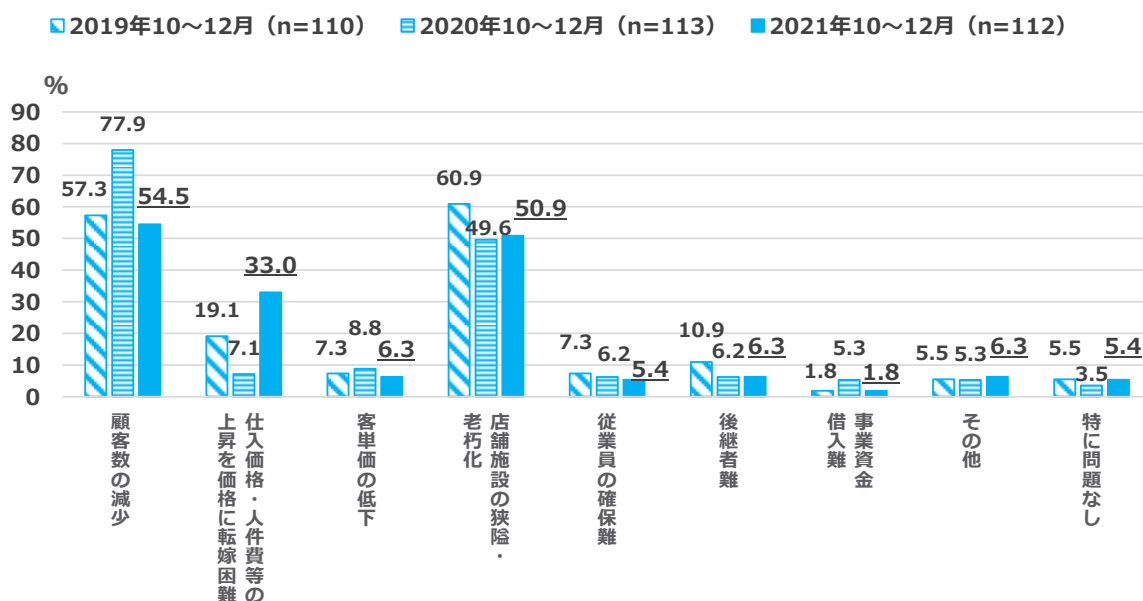
出典：総務省「家計調査」より作成



公衆浴場業の経営上の問題点は「顧客数の減少」 「店舗施設の狭隘・老朽化」

- 公衆浴場業の主な経営上の問題点は「顧客数の減少」です。わが国では総人口が減少し、高齢化率は上昇しますが、高齢になったお客様がこれまでのように通い続けるには限界があります。それゆえ若い世代や女性の利用客を増やすことが必要です。それと同時に、客単価を向上させる対策も合わせて検討することが求められます。
- 「店舗施設の狭隘・老朽化」については、優先順位をつけて検討します。新しいお客様を開拓するには、番台形式からフロント形式に変えるなどが必要かもしれません。いずれにせよ投資が必要になりますので、事業計画をしっかりと立てて、取り組むことが必要です。

公衆浴場業 主な経営上の問題点



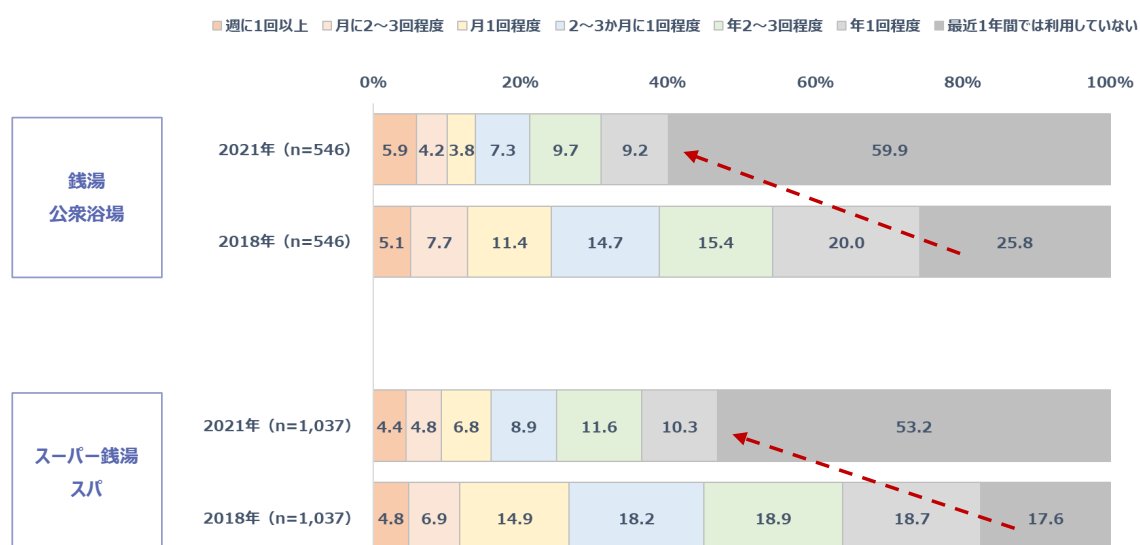
出典：(株)日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査結果」より作成

調査方法	インターネット調査
調査地域	全国
抽出方法	楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニター、かつ、2018 年実施調査の回答者より抽出
有効回収数	本調査:7,817 サンプル(外食:2,764 サンプル/卸: 2,242 サンプル/サービス・施設: 2,811 サンプル)
集計対象	2018 年実施調査で最近 3 年以内に銭湯・公衆浴場の利用経験があると回答した 20～60 代の男女 (1,037 サンプル)
調査期間	2021 年 4 月 28 日～2021 年 5 月 12 日
調査実施機関	実査：楽天インサイト株式会社/分析：株式会社日本能率協会総合研究所

銭湯・公衆浴場もスーパー銭湯・スパも、 コロナ禍で利用頻度が減少

- 「最近 1 年間では利用していない」銭湯・公衆浴場は割合をみると、6 割、スーパー銭湯・スパは 5 割を占めています。
- なお、「週 1 回以上」のヘビーユーザーには大きな変化はみられません。時々利用したり、たまに利用する人が、コロナ禍で自粛をしたことが利用頻度の低下の原因と考えられます。

最近 1 年間の銭湯・公衆浴場の利用頻度（単一回答）





銭湯・公衆浴場を選ぶ条件は、 「立地・交通アクセス」「入浴料金・入館料金」

- 銭湯・公衆浴場を選ぶ条件は、「立地・交通アクセス」、「入浴料金・入館料金」の割合が高く、次いで「施設の清潔さ」、「入浴設備」の順です。
- 地域密着型の銭湯・公衆浴場の商圈の中心は「歩いて10分」です。地域のお客様に、どのような特長のある施設か、知ってもらうことが重要です。

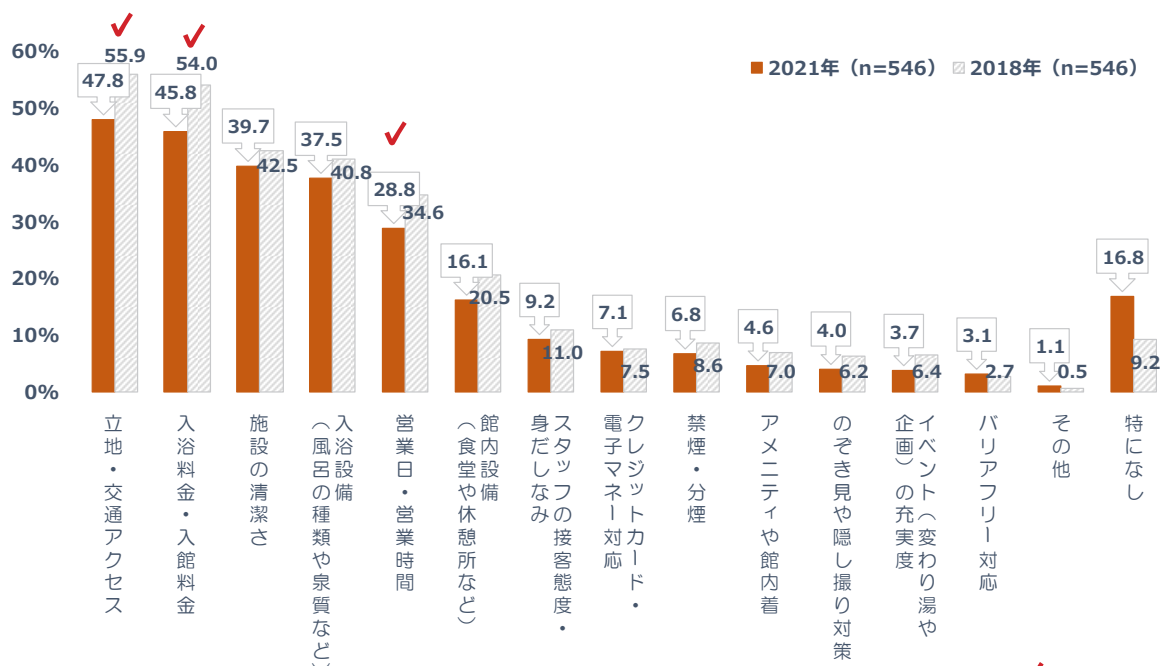
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

銭湯・公衆浴場を選ぶ条件（複数回答）

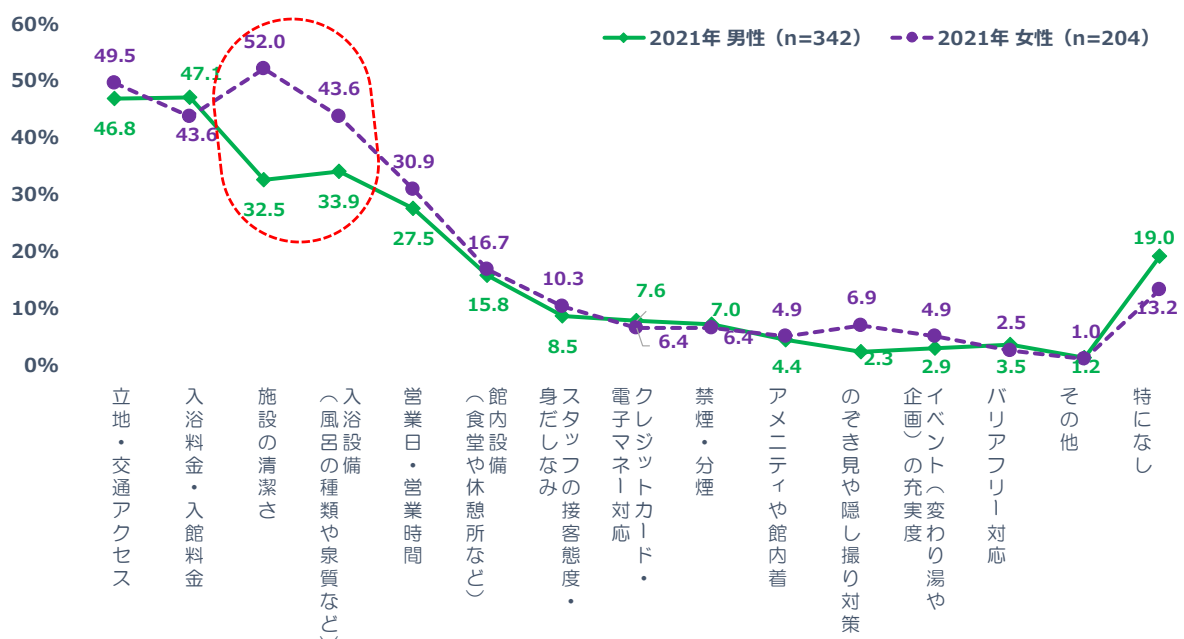


※ ✓ 差が見られる項目

女性は男性に比べ「施設の清潔さ」や「入浴設備」を重視

- 銭湯・公衆浴場を選ぶ条件を性別でみると、男性は「入浴料金・入館料金」、「立地・交通アクセス」の割合が高くなっています。一方、女性は「施設の清潔さ」が最も割合が高く、次いで「立地・交通アクセス」、「入浴料金・入館料金」、「入浴設備」の順です。
- 今後、新規顧客を開拓する場合には、ターゲットにより選定条件が異なることに留意して、対策を立てることが必要です。

男女別銭湯・公衆浴場を選ぶ条件（複数回答）

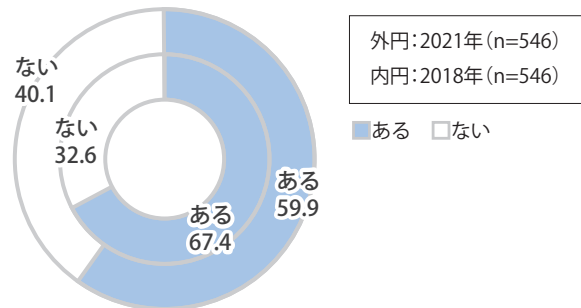




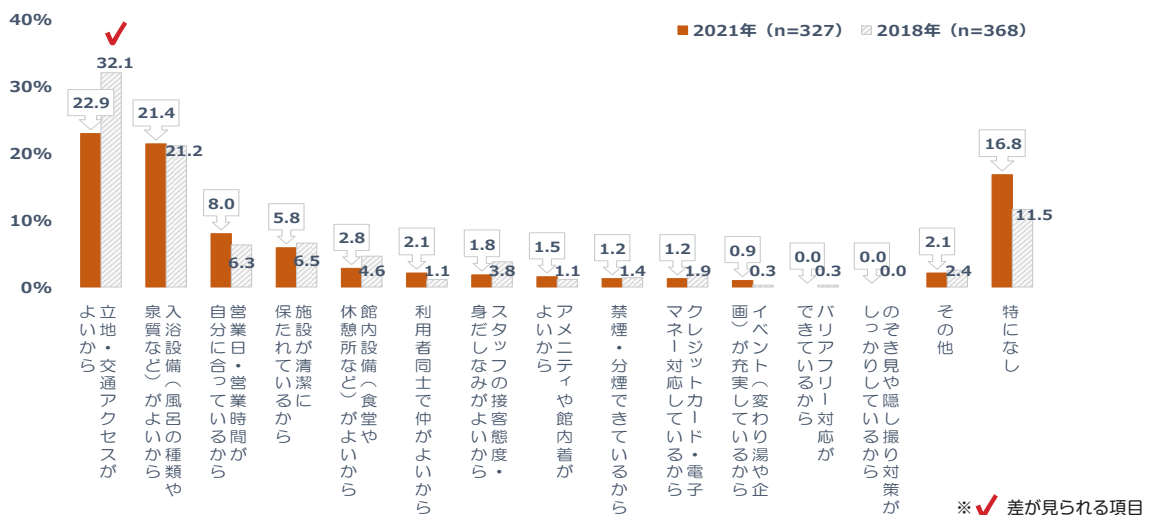
行きつけの銭湯・公衆浴場に通う理由は「立地・交通アクセスのよさ」と「入浴設備がよい」から

- 過去3年間に銭湯・公衆浴場を利用した人の6割が行きつけがあります。
- 行きつけの銭湯・公衆浴場に通う理由は、「立地・交通アクセスがよいから」、「入浴設備がよいから」の割合が高くなっています。家風呂では味わえない大きなお風呂もアピールポイントです。積極的に発信することが重要です。

行きつけにしている銭湯・公衆浴場
(スーパー銭湯やスパを除く)の
有無(単一回答)



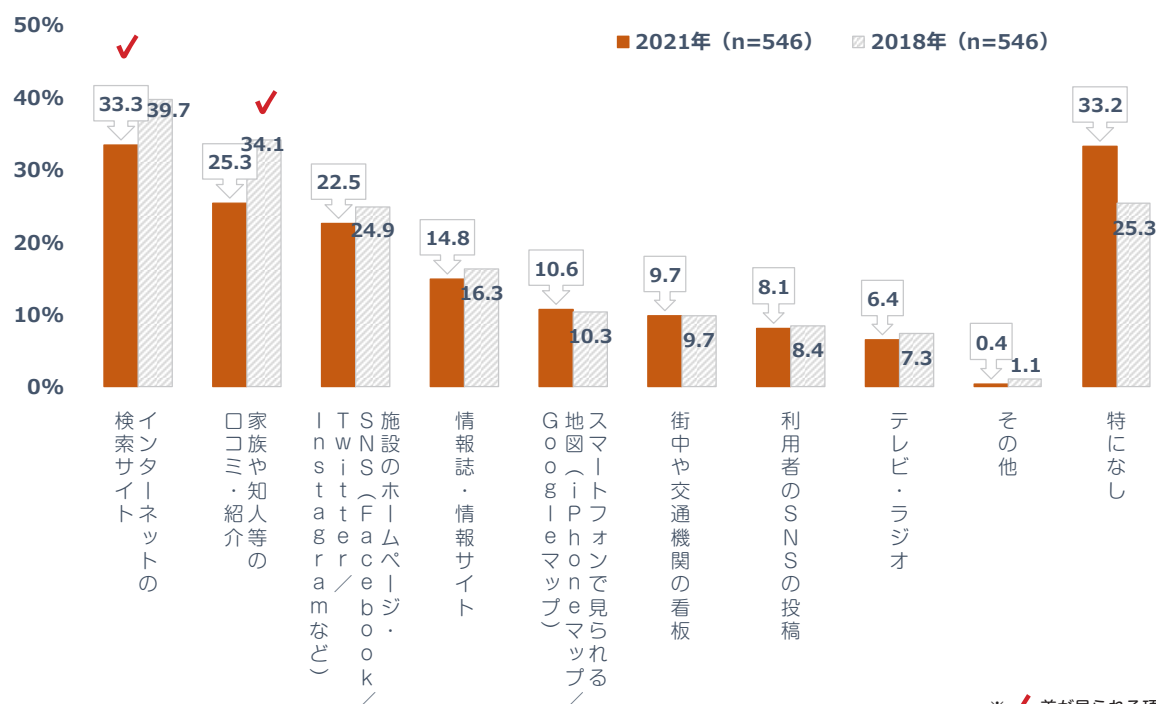
行きつけにしている銭湯・公衆浴場(スーパー銭湯やスパを除く)に通う理由(単一回答)



銭湯・公衆浴場の情報源はインターネットと口コミ

- 銭湯・公衆浴場の情報源は、「インターネットの検索サイト」の割合が最も高く、次いで「家族や知人等の口コミ・紹介」、「施設のホームページ・SNS」の順です。
- いまやインターネットでの情報発信は欠かせません。銭湯・公衆浴場の選定条件を参考に、必要としている情報をわかりやすく伝えることが重要です。

銭湯・公衆浴場を検討する際の情報源

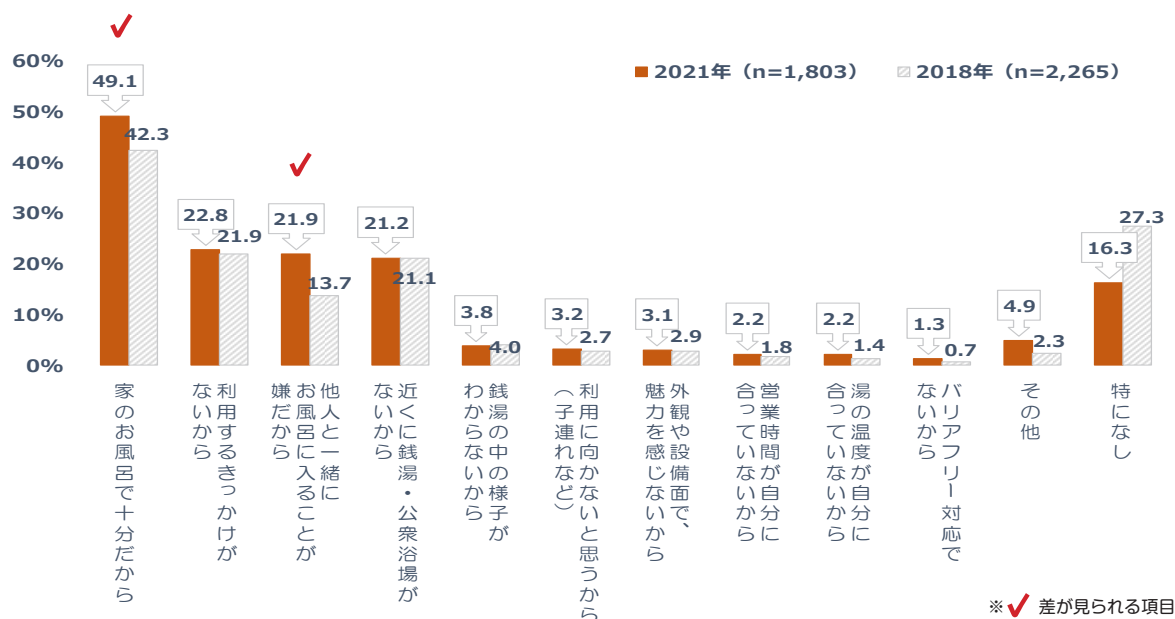




銭湯・公衆浴場を利用しない理由は「家のお風呂で十分」だから

- 最近3年以内に銭湯・公衆浴場の利用したことがない人の利用しない理由は「家のお風呂で十分だから」が最も割合が高く、次いで「利用するきっかけがないから」、「他人と一緒に風呂に入ることが嫌だから」、「近くに銭湯・公衆浴場がないから」の順です。
- 2018年から2021年にかけて、「家のお風呂で十分だから」、「他人と一緒に風呂に入ることが嫌だから」の割合が増加していますが、コロナ禍で他人との接触を極力減らしたいと考えているのかもしれません。
- 感染予防対策を行いつつ、イベントなどの開催を通じて銭湯・公衆浴場のよさを体験してもらうことが必要です。

銭湯・公衆浴場（スーパー銭湯・スパを除く）を利用しない理由（複数回答）

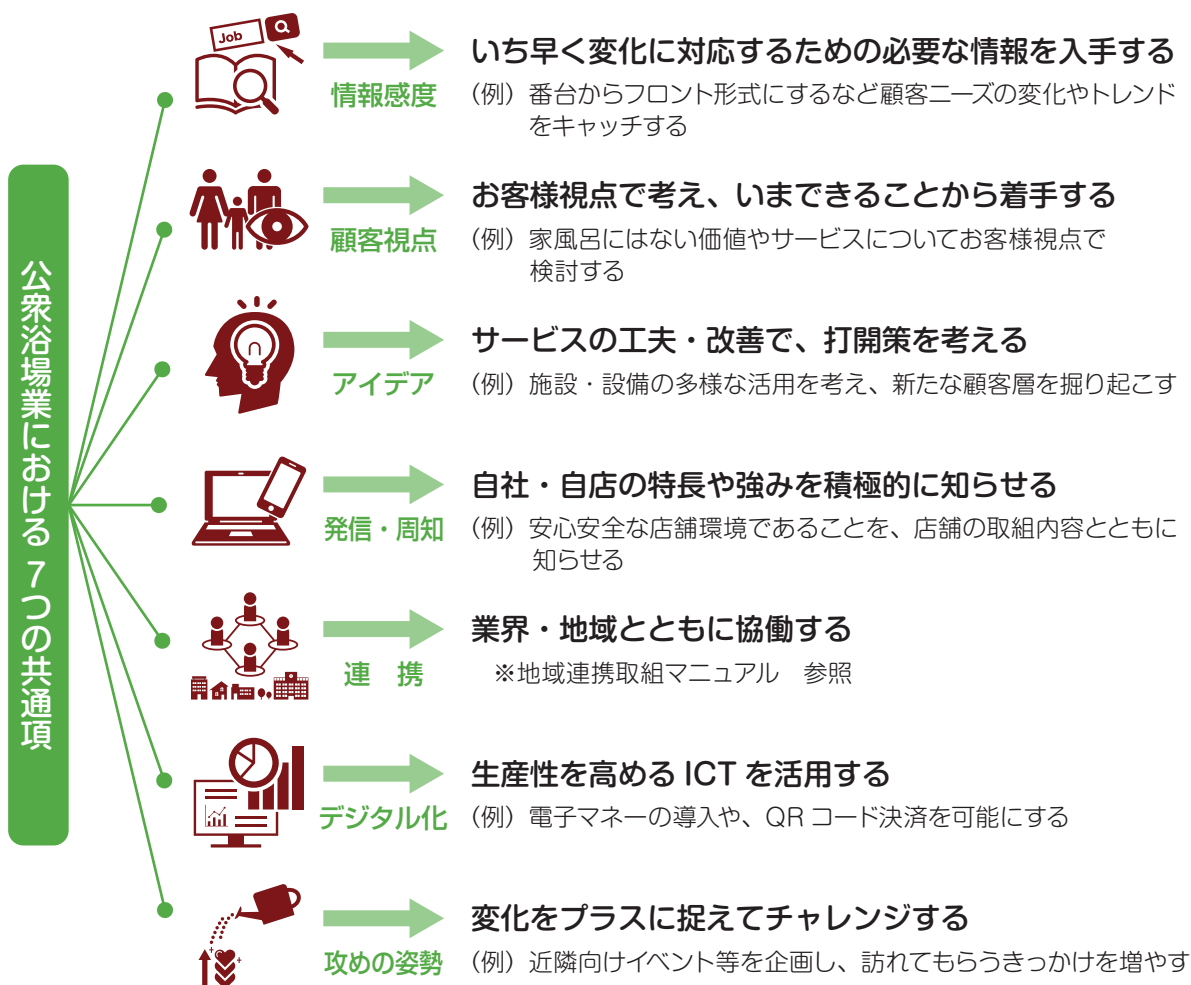


経営のヒント

公衆浴場業の入浴料は、統制額（上限額）が指定され、自由競争が育ちにくい特性があります。維持費負担が大きく、また、家族経営のため、新たな工夫をしていく余裕が見いだしにくい業界でもあります。

新型コロナウイルス感染症の拡大で、外出自粛や他の人との接触不安による行動変化が生じたことで、利用者の足が遠のいているのは否めません。

アフターコロナを見据えて、今後どのように営業すればいいか、公衆浴場業の生産性向上を図るための7つの共通項をみてみましょう。



公衆浴場業 取組例 1



顧客視点



デジタル化



発信・周知

取組

お客様が安心して来場できる施設づくりを目指す

取組の視点

いまだ新型コロナウイルス感染症の収束が見通せないなか、感染予防対策は継続して取り組むことが求められます。また、コロナ禍が収束したとしても、第2・第3の感染症に備えるためにも、継続した取組とすることが重要です。新たな対策を検討する際には、お客様の利便性の向上や施設の生産性の向上につながるような効果についてもあわせて考えてみましょう。

取組のヒント

① まずは感染予防対策をしっかり行う

館内の定期的な消毒はもちろんですが、脱衣場は閉ざされた空間となること、入浴中や風呂上り直後はどうしてもマスクなしとなることで、換気について不安に思うお客様もいることでしょう。施設の換気の機能を強化したり、十分な換気が行われているかを定期的に確認しましょう。

② お客様に伝わらなければ、お客様は安心できない

感染対策をどんなにしっかり行っても、そのことがお客様に伝わらなければ、お客様は不安を抱えたまま公衆浴場で時間を過ごすことになります。行っている感染予防対策については、ホームページや SNS を通じて、あるいは館内に掲示するなどして積極的に情報発信を行いましょう。

③ デジタルを活用して感染予防対策を強固にする

キャッシュレス決済の導入は、非接触での接客を可能にし、お客様の利便性向上につながります。一方、施設としては、レジミスを減らすことにつながります。一歩進めて POS レジ（アプリ）を導入することで、キャッシュレス決済だけでなく、商品管理、在庫管理、データ収集やそれらを活用した経営分析も可能となります。例えば、来場者数を時間単位で確認し、混雑状況を発信して、混雑を緩和させるよう活用することも労力をかけずにできるようになります。



**お客様が不安なく入浴できるように、
行っている感染対策をアピールしよう！**

業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

公衆浴場業 取組例 2



取組

**近隣の人が気軽に立ち寄る機会をつくり、
施設利用のきっかけを創出する**

取組の視点

銭湯・公衆浴場を利用しない理由として、2割の人が「利用するきっかけがない」と答えています。家風呂で事足りてしまうため、銭湯にでかけるイメージがそもそもない人が多いのかもしれません。例えば、ランニングステーションとしてロッカーを開放する、軒先で古本市や野菜市、バザーの開催などもよいでしょう。そしてそれらのきっかけを通し、家風呂とは異なる価値を体感してもらいましょう。

取組のヒント

①家風呂とは異なる価値を訴求する

最近、サウナがブームになっていますが、サウナ好きな人はサウナがある銭湯・公衆浴場へ行くこと、そのためにお金を払うことについて疑問を感じることはありません。また、「昭和レトロ」ブームゆえに銭湯巡りをする若い人がいますが、昭和レトロを体感したいのであって、銭湯に入ることがメインの目的ではありません。自施設がどのような価値を提供できるかを考え、それを訴求することが重要です。

②気軽に立ち寄れる機会をつくる

まずは近隣の人にその場所にあることを再認識してもらい、銭湯の施設内部を覗いてもらい、親近感を持ってもらうことが重要です。そのために、気軽に集まれる取組を考えてみましょう。地域のイベントの会場に使ってもらったり、ミニフリーマーケットや手づくり惣菜の販売なども考えられます。なお、企画やイベントを実施することで、通常の営業が停止したり、おろそかになってしまうのは本末転倒です。新たな取組が負担にならないよう注意しましょう。

③地域と連携し公衆浴場を利用する機会を作る

近くに連携できる施設がないか、考えてみましょう。スパのないスポーツ施設があればスパとして活用することを提案してみるのもよいでしょう。地域の祭りやスポーツ大会があれば、参加者が着替えたり、祭りや大会終了後に汗を洗い流す場として活用してもらうなども考えられます。あるいは、地域の公衆浴場とスタンプラリーを行うイベントを企画してみるなど、地域と連携しつつ、売上向上を目指しましょう。



**地域の身近な存在として、
公衆浴場をもっと利用してもらおう**



アイデア



連携

取組

高齢者の介護予防を支援する

取組の視点

要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供される地域包括ケアシステム構築が推進されています。そこには、地域で生活に関わる各産業・各施設の積極的な参加が欠かせません。公衆浴場においても、地域包括ケアシステムへの積極的な参加が期待されています。

取組のヒント

① 高齢者の利用を想定したサービスの充実をはかる

全国の自治体で公衆浴場等を活用した介護予防事業を展開しています。自治体と連携し公衆浴場を会場とした健康体操と入浴をセットにした介護予防事業に取り組むなどが考えられます。どのような介護予防事業を行っているか、自治体に聞いてみましょう。

② 介護予防事業に積極的に参加する

高齢者のなかには「足が悪くて」「コロナ禍だから」という理由で、外出を控える人が多く見受けられます。定期的に外出する機会や、人と話す機会があることは、高齢者の気持ちをより元気にしてくれます。近隣の施設で行っている市民体操活動と連携して高齢者割引デーを設けたりすることも、介護予防の支援につながります。

③ 安心安全な環境を整備する

介護予防事業に参加するにあたって、誰にとっても快適に使えるよう、衛生面についてはこまめなケアを心がけましょう。あわせて、安心安全に使える施設であるためには、手すりの設置やバリアフリー化など環境整備を行う必要があります。あるいは、休憩スペースを整備して、顔見知りの人たちが会話しやすいような場をつくっていくのも、高齢者の介護予防に役立ちます。



超高齢社会に求められる公衆浴場として進化しよう

困ったときは・・・

●経営に関しては

都道府県生活衛生営業指導センター

営業活動を行うなかでの悩み等、経営全般に関する相談ができます。

web https://www.seiei.or.jp/db_meibo/3.html



●生活衛生営業者向けの各種情報に関しては

生活衛生営業者向けのスマートフォンアプリ「せいえい NAVI」(無料)

生活衛生関係営業に関する情報提供・検索(融資・補助金やセミナー・講習のご案内)、先進事例の紹介、自社・自店の経営診断などの機能があります。



iPhone/iPad(App Store)



Android(Google Play)

●雇用関係の助成金に関しては

各都道府県労働局またはハローワーク

最低賃金の引上げに向けた取組の支援(業務改善助成金)や非正規雇用労働者の企業内キャリアアップの促進(キャリアアップ助成金)、人材確保等を支援する助成金等さまざまな助成制度があります。

web https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/index.html



●その他の相談

よろず支援拠点

国が全国に設置した中小企業・小規模事業者のための経営相談所です。一歩踏み込んだ専門的な助言が何度でも無料で受けられます。各都道府県のよろず支援拠点のページにアクセスできます。

web <https://yorozu.smrj.go.jp/>





全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会（全浴連）の紹介

全浴連は、地域住民に対する保健衛生の確保や、高齢社会における福祉入浴援助事業等の推進に積極的に貢献している公衆浴場（銭湯）の全国団体です。

◎「全国浴場新聞」の月1回発行

◎全浴連総合補償制度

浴場施設内とコインランドリー施設内で起こるさまざまな賠償事故や、損害を幅広く補償する制度です。

全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会

〒101-0031 千代田区東神田 1-10-2 東浴ビル 2 階 03-5687-2635

都道府県組合の連絡先は以下の通り

北海道	011 (611) 9341	京都府	075 (801) 1301
青森県	017 (735) 3853	大阪府	06 (6634) 5711
福島県	024 (591) 4265	兵庫県	078 (341) 2475
栃木県	028 (624) 8049	奈良県	0742 (35) 5026
群馬県	0270 (25) 3542	和歌山県	073 (433) 4526
埼玉県	048 (822) 5400	鳥取県	0857 (29) 0955
千葉県	043 (222) 3858	岡山県	086 (264) 5674
東京都	03 (5687) 2641	広島県	082 (293) 7848
神奈川県	045 (231) 3341	山口県	083 (223) 3739
新潟県	025 (222) 2923	徳島県	088 (653) 0755
富山県	076 (421) 3968	香川県	087 (835) 9123
石川県	076 (221) 2372	愛媛県	080 (2142) 4371
福井県	0776 (22) 2761	福岡県	092 (761) 3612
山梨県	055 (232) 1081	長崎県	095 (844) 2300
長野県	0268 (22) 5678	熊本県	096 (354) 6682
岐阜県	058 (252) 1457	大分県	097 (569) 2848
静岡県	054 (252) 8938	宮崎県	0985 (23) 6252
愛知県	052 (322) 5735	鹿児島県	099 (225) 2683
三重県	059 (228) 4240	沖縄県	080 (6494) 8953
滋賀県	077 (524) 2311		

(2022 年 3 月現在)

memo

厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

令和3年度
**ウィズコロナ、ポストコロナ時代の
生産性向上に向けた取組みのヒント**
公衆浴場業編

発 行

厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生課

監修：経営環境専門官 山口己智一

協 力

公益財団法人全国生活衛生営業指導センター
公益財団法人都道府県生活衛生営業指導センター

企画・制作

株式会社日本能率協会総合研究所

令和4年3月 発行

厚生労働省委託事業

令和 3 年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取り組みのヒント

公衆浴場業編