

公衆浴場業（一般公衆浴場）の 実態と経営改善の方策

平成15年10月

厚生労働省健康局生活衛生課

は　じ　め　に

本書は、厚生労働省から財団法人全国生活衛生営業指導センターへの委託により実施した平成14年度生活衛生関係営業経営実態調査（公衆浴場業（一般公衆浴場））の調査結果を中心に公衆浴場業の実態と経営改善の方策について、新谷安良中小企業診断士が執筆を担当しました。

本方策が公衆浴場業（一般公衆浴場）をめぐる諸問題の解決を図り、経営の近代化・合理化を推進するための一助となれば幸いです。

目 次

I. 「一般公衆浴場」業界の動向	1
1. 業界規模	1
2. 需要動向と料金	2
(1) 一般公衆浴場利用者の減少	2
3. 販売効率	4
II. 実態調査にみる「一般公衆浴場」の現状	5
1. 調査対象になった「一般公衆浴場」の現状	5
(1) 経営主体別施設数・地域ブロック別施設数割合	5
(2) 経営主体別・従業者数規模別割合	5
(3) 公衆浴場間の距離	6
(4) 経営者の年齢	6
(5) 創業年次	7
(6) 後継者の有	7
(7) 兼業の有無	8
2. 「一般公衆浴場」の営業	9
(1) 定休日	9
(2) 営業時間	9
(3) 開店時間と閉店時間	10
(4) 1日の平均利用客数	11
(5) 利益動向	12
3. 「一般公衆浴場」の従業者と労働条件	14
(1) 1施設当り平均従業者数	14
(2) 常時雇用者の平均在勤年数	14
(3) 常時雇用者の年齢階層別構成割合	15
(4) 常時雇用者の1施設当り平均年齢	15
(5) 常時雇用者の1日平均労働時間	16
(6) 月平均休日数	17
(7) 労働時間短縮努力及び就業規則の有無	18
4. 施設・設備の整備状況	20
(1) 土地・建物の所有状況	20
(2) 新築又は改装後の年数	21
(3) 浴槽及び設備の状況	22

5. 設備投資状況	26
(1) 設備投資の実績及び予定	26
(2) 設備投資実績の理由と設備投資予定の理由	26
(3) 設備投資予定の内容	26
(4) 実施した設備投資に対する資金調達先	27
6. 福祉・サービスへの取組み	30
(1) 福祉入浴事業	30
(2) 高齢者や身障者対応状況	31
7. 経営上の問題点と今後の方針	33
(1) 経営上の問題点	33
(2) 今後の経営方針	34
 Ⅲ. 「一般公衆浴場営業」の経営改善の方策	 36
1. 浴場業に関する「振興指針」の紹介	36
2. 一般公衆浴場営業の経営改善のポイント	43
(1) 一般公衆浴場営業の抱える問題点	43
(2) マーケティング・ミックスで経営を進める	44

公衆浴場は、江戸時代から「銭湯」として親しまれ、地域住民の健康維持及び保健衛生をになってきた。第二次大戦後、戦火による荒廃のなかで、市民の要望が高く公衆浴場は爆発的に建築され、最盛期には全国に2万3000店を数えた。

しかし、高度成長時代から安定成長時代へと時代が変化するにつれ、都市機能が充実し、住宅環境の整備が進み、自家風呂保有率が上がるにつれ、一般公衆浴場は減少の一途をたどり全国で約8,000店弱までに減少している。

一般公衆浴場の営業の実態について、平成14年度生活衛生関係経営実態調査の報告書がまとめられた。この調査結果の数値を中心に一般公衆浴場界の現状をまとめることにする。

「Ⅰ．一般公衆浴場界の動向」は厚生労働省の資料、事業所統計、家計調査年報、東京都の資料などを参考に、この業界の事業規模、市場規模、入場人員の推移などを分析し、現在までの流れと経営環境をまとめた。「Ⅱ．実態調査にみる一般公衆浴場の現況」は平成14年度生活衛生関係経営実態調査をもとに分析を試みた。そして最後に「Ⅲ．今後の経営改善のあり方」として、今後のあるべき一般公衆浴場の経営についてまとめた。

Ⅰ．一般公衆浴場界の動向

1．業界規模(表－1、2、3)

平成14年3月末現在、全国の公衆浴場の施設数は26,827施設で、一般公衆浴場は7,851施設である。総数では、ここ数年は堅調な推移であるが一般公衆浴場は減少が続いている。昭和60年を100とした指数でみると、総数は107.9%の7.9ポイントの増加に比べ、一般公衆浴場は56.9%の43.1ポイントの減少である。(表－2・次頁参照)

公衆浴場に占める一般公衆浴場のシェアをみると、昭和60年に55.4%であったのが平成13年には29.3%に減少した。(表－3・次頁参照)

表－1 公衆浴場施設数の年次推移

	総数	一般	個室付	ヘルスセンター	サウナ風呂	その他
昭和60年	24,864	13,787	1,695	783	2,620	5,979
平成2年	24,750	11,725	1,428	1,165	2,927	7,505
6	25,540	10,112	1,356	1,480	2,947	9,645
7	25,790	9,741	1,360	1,561	2,921	10,207
8	26,009	9,461	1,341	1,653	2,920	10,634
9	26,377	9,020	1,330	1,746	2,742	11,539
10	26,744	8,790	1,328	1,911	2,671	12,044
11	26,870	8,422	1,320	2,010	2,583	12,535
12	26,732	8,117	1,329	2,041	2,433	12,812
13	26,827	7,851	1,343	2,086	2,362	13,185

資料：厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告」

表一2 公衆浴場施設数の指数推移

	総数	一般	個室付	ヘルスセンター	サウナ風呂	その他
昭和60年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
平成2年	99.5	85.0	84.2	148.8	111.7	125.5
6	102.7	73.3	80.0	189.0	112.5	161.3
7	103.7	70.7	80.2	199.4	111.5	170.7
8	104.6	68.6	79.1	211.1	111.5	177.9
9	106.1	65.4	78.5	223.0	104.7	193.0
10	107.6	63.8	78.3	244.1	101.9	201.4
11	108.1	61.1	77.9	256.7	98.6	209.7
12	107.5	58.9	78.4	260.7	92.9	214.3
13	107.9	56.9	79.2	266.4	90.2	220.5

資料:厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告」

表一3 公衆浴場衆衆別シェア推移

	総数	一般	個室付	ヘルスセンター	サウナ風呂	その他
昭和60年	100.0	55.4	6.8	3.1	10.5	24.0
平成2年	100.0	47.4	5.8	4.7	11.8	30.3
6	100.0	39.6	5.3	5.8	11.5	37.8
7	100.0	37.8	5.3	6.1	11.3	39.6
8	100.0	36.4	5.2	6.4	11.2	40.9
9	100.0	34.2	5.0	6.6	10.4	43.7
10	100.0	32.9	5.0	7.1	10.0	45.0
11	100.0	31.3	4.9	7.5	9.6	46.7
12	100.0	30.4	5.0	7.6	9.1	47.9
13	100.0	29.3	5.0	7.8	8.8	49.1

資料:厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告」

2. 需要動向と料金（表一4・5・6、次頁参照）

（1）一般公衆浴場利用者の減少

総務省の「家計調査年報」によると、1世帯当りの年間利用金額は、減少を続けており、昭和60年に3,042円が平成14年には681円にまで減少した。指数では昭和60年100に対して、平成14年に22.4%に落ち込んでいる。

利用回数も同様の比較でみると、昭和60年15.3回が平成14年には2.1回と減少しており、指数では昭和60年100に対して、平成14年に13.5%に落ち込んでいる。

参考として東京都の資料から需要動向をみると、昭和60年の公衆浴場2,194施設、平成10年は1,390施設であり、指数では昭和60年100に対して、平成10年に63.4%になっている。また、1浴場1日当りの利用客の動向をみると、昭和60年に256人が平成10年には164人に減少しており、指数では昭和60年100に対して、平成10年に64.1%に落ち込んでいる。

また、公衆浴場の入浴料金の推移は表一6のとおりである。平成10年から料金が据え置かれたままであり、厳しい環境がうかがえる。

表一4 1世帯当り年間利用金額及び利用回数

	金 額 (円)	指 数	回 数 (回)	指 数	1回当りの 価格(円)	指 数
昭和60年	3,042	100.0	15.3	100.0	199.2	100.0
平成2年	1,783	58.6	7.3	47.6	245.3	123.1
6	1,215	39.9	4.5	29.5	269.3	135.2
7	1,271	41.8	4.6	30.2	275.6	138.4
8	1,096	36.0	3.7	24.4	293.9	147.5
9	981	32.2	3.4	22.0	292.1	146.6
10	1,045	34.4	3.5	22.8	300.0	150.6
11	703	23.1	2.2	14.6	315.8	158.5
12	742	24.4	2.3	15.3	317.7	159.5
13	769	25.3	2.4	15.5	325.1	163.2
14	681	22.4	2.1	13.5	331.3	166.3

資料:総務省「家庭調査年報」

表一5 東京都公衆浴場需要動向

	浴場数		1浴場1日平均	
	浴場数	指数	入浴人数	指数
昭和60年	2,194	100.0	256	100.0
平成2年	1,876	85.5	203	79.3
6	1,602	73.0	172	67.2
7	1,546	70.5	166	64.8
8	1,496	68.2	160	62.5
9	1,434	65.4	156	60.9
10	1,390	63.4	164	64.1

資料:東京都公衆浴場業資料

表一6 東京都公衆浴場の入浴料金推移

	入浴料金			指 数		
	大人	中人	小人	大人	中人	小人
昭和60年	260	120	60	100.0	100.0	100.0
平成元年	295	145	70	113.5	120.8	116.7
2	310	150	70	119.2	125.0	116.7
3	320	150	70	123.1	125.0	116.7
4	330	150	70	126.9	125.0	116.7
5	340	160	70	130.8	133.3	116.7
6	350	170	70	134.6	141.7	116.7
7	360	170	70	138.5	141.7	116.7
8	370	170	70	142.3	141.7	116.7
9	385	170	70	148.1	141.7	116.7
10	400	180	80	153.8	150.0	133.3
11	400	180	80	153.8	150.0	133.3
12	400	180	80	153.8	150.0	133.3
13	400	180	80	153.8	150.0	133.3
14	400	180	80	153.8	150.0	133.3
15	400	180	80	153.8	150.0	133.3

資料:東京都公衆浴場環境衛生同業組合

3. 販売効率(表一7)

中小企業の経営指標から、この度の調査項目に準じた指標項目を採り上げ、総合指標として経営資本営業利益率、経営資本回転率、売上高営業利益率、総資本経常利益率について採り上げた。

経営資本利益率、売上高営業利益率、総資本経常利益率は平成10年以後比率が向上傾向にある。しかし、経営資本回転率は数値がやや下降傾向にあり、設備などの投資に多額の資金が必要として、回収期間が延びていることを物語っている。

販売効率の指標として売上高総利益率、売上高経常利益率、売上高対営業費比率、年間売上高、従業員1人当り年間売上高及び年間粗利益高について平成10年以後平成14年の推移を採り上げた。

売上高総利益率、売上高経常利益率は共に上昇傾向を示している。従業員1人当りの売上高及び粗収入高も増加している。

表一7 浴場業経営指標推移

	平成10年	11年	12年	13年	14年	14年/10年	
						増減	増減率
(総合)							
経営資本対営業利益率(%)	3.0	5.3	5.4	5.2	9.6	6.6	320%
経営資本回転率(回)	1.5	0.7	0.7	1.4	0.4	-1.1	27%
売上高営業利益率(%)	5.8	9.7	10.7	12.2	24.2	18.4	417%
総資本経常利益率(%)	4.1	6.0	5.6	7.7	10.3	6.2	251%
(販売)							
売上高対総利益率(%)	54.9	66.8	67.7	62.0	66.2	11.3	121%
売上高対経常利益率(%)	8.5	11.7	11.1	14.6	26.1	17.6	307%
年間売上高(百万円)	19	53	96	52	33	14.0	174%
従業員1人当り年間売上高(千円)	4,674	9,330	16,078	9,226	8,245	3,571	176%
従業員1人当り年間粗収入高(千円)	3,803	8,754	14,185	8,586	7,403	3,600	195%
営業費比率(%)	49.1	57.1	57.0	49.8	42.0	-7.1	86%

資料: 中小企業の経営指標

II. 実態調査にみる「一般公衆浴場」の現状

1. 調査対象になった「一般公衆浴場」の現状

(1) 経営主体別施設数・地域ブロック別施設数割合

①経営主体別（表－8）

平成 14 年の調査対象となった「一般公衆浴場」の施設総数は 620 であった。経営主体別では、個人経営が（375 施設）60.5 %、株式会社（34 施設）5.5 %、有限会社（199 施設）32.1 %、その他（19 施設）1.9%で、個人経営 60.5%に対して株式会社、有限会社など「法人」の合計が 37.6 %である。

表－8 経営主体別・地域ブロック別施設数

	施設数 (総数)	施設数 (%)	地域ブロック					
			北海道 東北	関東 甲信越	東海 北陸	近畿	中国 四国	九州
総数	620	100.0	78(12.6%)	195(31.5%)	80(12.9%)	179(28.9%)	46(7.4%)	42(6.8%)
個人経営	375	60.5	42	93	54	137	25	24
株式会社	34	5.5	4	9	9	10	2	—
有限会社	199	32.1	31	90	15	28	18	17
その他	12	1.9	1	3	2	4	1	1

②地域ブロック別（表－8）

「一般公衆浴場」の全国 6 ブロック分布状況は、表－8 のように分布しており、関東・甲信越が 31.5 %（195 施設）、近畿 28.9%（179 施設）が群を抜いて 1 位、2 位である。次いで東海・北陸 12.9 %（80 施設）、北海道・東北 12.6 %（78 施設）と続いている。最も少なかったのは九州の 6.8 %（42 施設）であった。

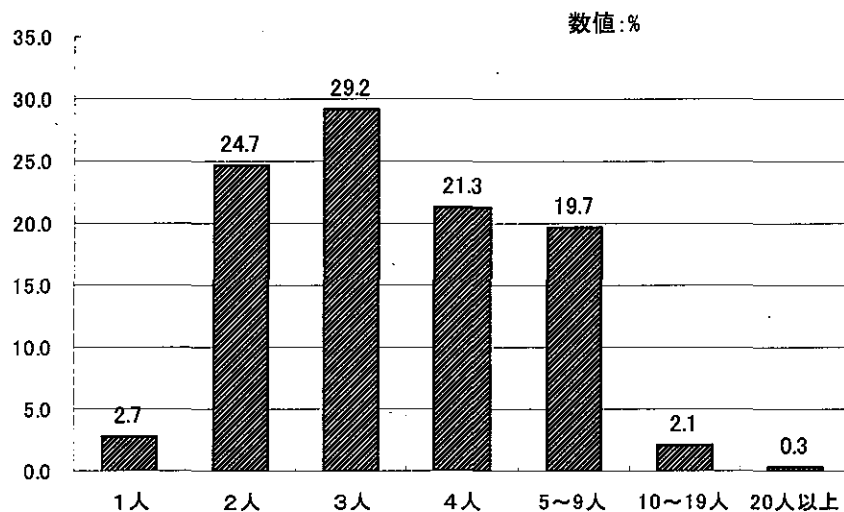
(2) 経営主体別・従業者数規模別割合（表－9）（図－1・次頁参照）

従業者数を規模別に表にしたのが表－9 である。総数でみると、3 人規模 29.2%（181 人）、2 人規模 24.7%（153 人）、4 人規模 21.3%（132 人）と 2～4 人規模で 75.2%を占め、これに 5～9 人規模 19.7%加えると 94.9%に達する。小規模性の強い業界といえる。

表－9 経営主体別・規模別従業者数

規模別数		施設数	1人	2人	3人	4人	5～9人	10～19人	20人以上
			1人	2人	3人	4人	5～9人	10～19人	20人以上
規模別数	総数	620	17	153	181	132	122	13	2
	個人経営	375	12	117	118	77	48	3	—
	株式会社	34	—	5	7	6	13	2	1
	有限会社	199	4	31	54	44	57	8	1
	その他	12	1	—	2	5	4	—	—
規模別割合	数値:%	施設数	1人	2人	3人	4人	5～9人	10～19人	20人以上
	総数	100.0	2.7	24.7	29.2	21.3	19.7	2.1	0.3
	個人経営	100.0	3.2	31.2	31.5	20.5	12.8	0.8	—
	株式会社	100.0	—	14.7	20.6	17.6	38.2	5.9	2.9
	有限会社	100.0	2.0	15.6	27.1	22.1	28.6	4.0	0.5
	その他	100.0	8.3	—	16.7	41.7	33.3	—	—

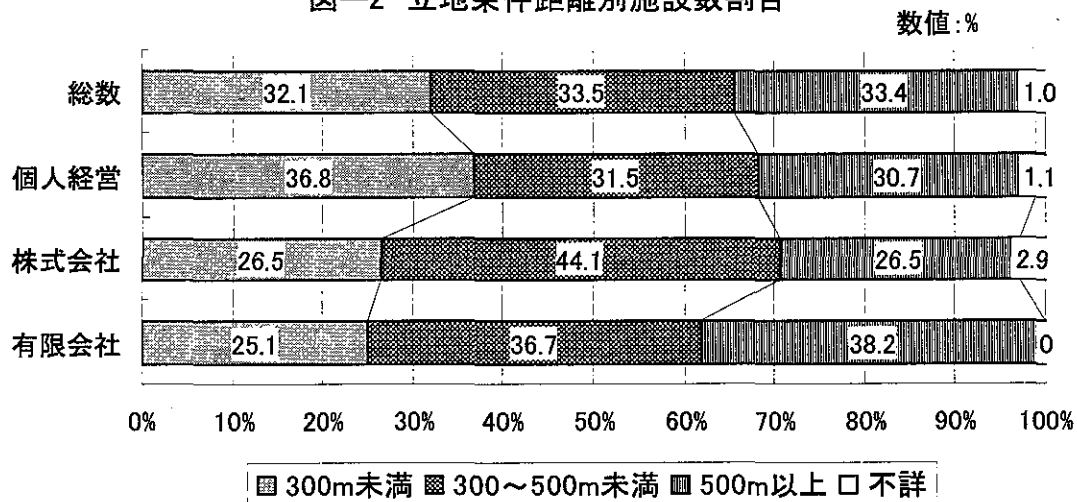
図一1 規模別施設数割合・総数



(3) 公衆浴場間の距離 (図一2)

総数で公衆浴場間の距離による立地条件をみると、300～500m未満が33.5%、次いで500m以上が33.4%、300m未満が32.1%と大きな開きがみられない分布状況である。

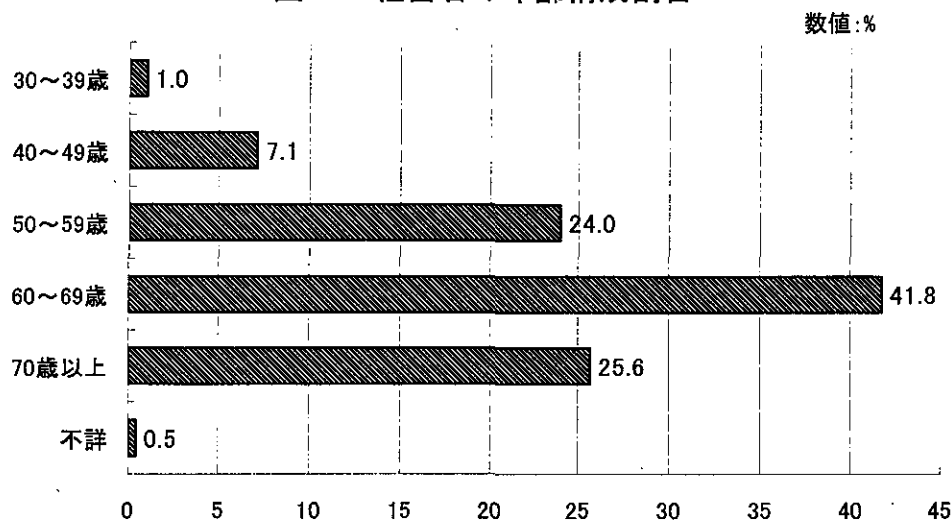
図一2 立地条件距離別施設数割合



(4) 経営者の年齢 (図一3・次頁参照)

経営者の年齢分布をみると、多い順に第1位「60～69歳」41.8%、次いで「70歳以上」が25.6%、3番目は「50～59歳」24.0%の順になっている。この三者の合計割合が91.4%を占めており、経営者の高齢化が進んでいることがうかがえる。

図-3 経営者の年齢構成割合

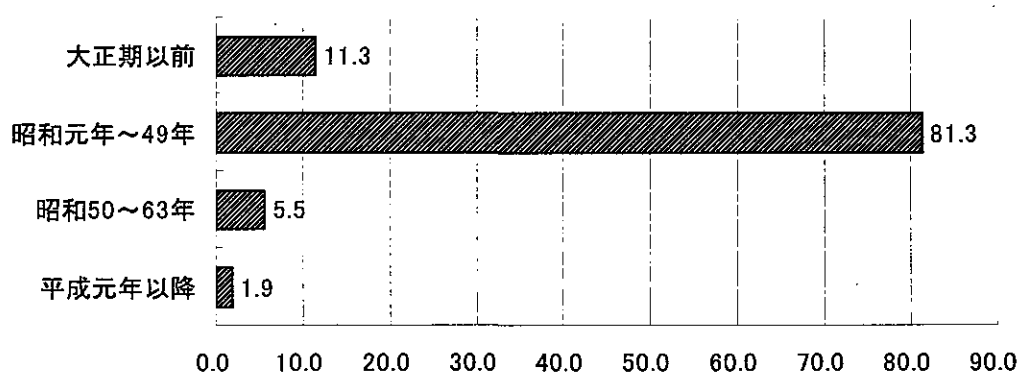


(5) 創業年次 (図-4)

一般公衆浴場の創業年次については図-4のとおりである。

昭和元年～49年創業が81.3%と全体の8割強を占めている。大正以前創業11.3%がこれに続いている。昭和60～63年5.5%、そして平成元年以降1.9%と、近年における創業率が極めて低いことで新規創業の厳しさがうかがえる。

図-4 創業年度別割合



(6) 後継者の有無 (表-10・次頁参照)

後継者の有無に対する回答をみると、「後継者がいる」と答えたのは248施設で、その年齢別の分布は、多い順では60～69歳42.3%、70歳以上38.7%、50～59歳19.0%である。

「後継者がいない」の回答数303施設の年齢別の分布は、多い順では60～69歳49.2%、50～59歳30.7%、70歳以上20.1%である。

表一10 経営者の年齢階級別後継者の有無

		総数	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不詳
施設数	総施設数	570	149	259	159	—
	後継者がいる	248	47	105	96	—
	後継者がいない	303	93	149	61	—
	不詳	19	9	5	2	3
割合(%)	総施設数	100.0	26.1	45.4	27.9	—
	後継者がいる	100.0	19.0	42.3	38.7	—
	後継者がいない	100.0	30.7	49.2	20.1	—
	不詳	100.0	47.4	26.3	10.5	15.8

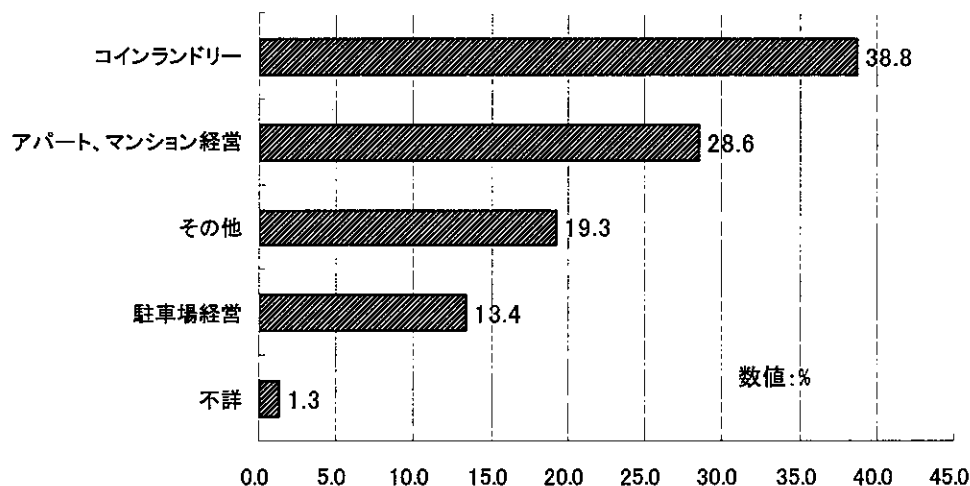
(7) 兼業の有無 (表一11) (図一5)

兼業の有無をみると、全体での兼業比率は 61.3%である。経営主体別で兼業割合の高い順は、株式会社 76.5%、有限会社 72.4%次いで個人経営 54.4%である。

表一11 兼業の有無・経営主体別施設数・構成割合

	施設数		営業の形態(店数)		営業の形態(%)	
	施設総数	割合(%)	専業	兼業	専業	兼業
総数	620	100.0	240	380	38.7	61.3
個人経営	375	60.5	171	204	45.6	54.4
株式会社	34	5.5	8	26	23.5	76.5
有限会社	199	32.1	55	144	27.6	72.4
その他	12	1.9	6	6	50.0	50.0

図一5 兼業の種類別割合



兼業の内容では多い順にみると、コインランドリー 38.8%、アパート・マンション経営 28.6%、次いで、その他 19.3%、駐車場経営の 13.4%となっている。

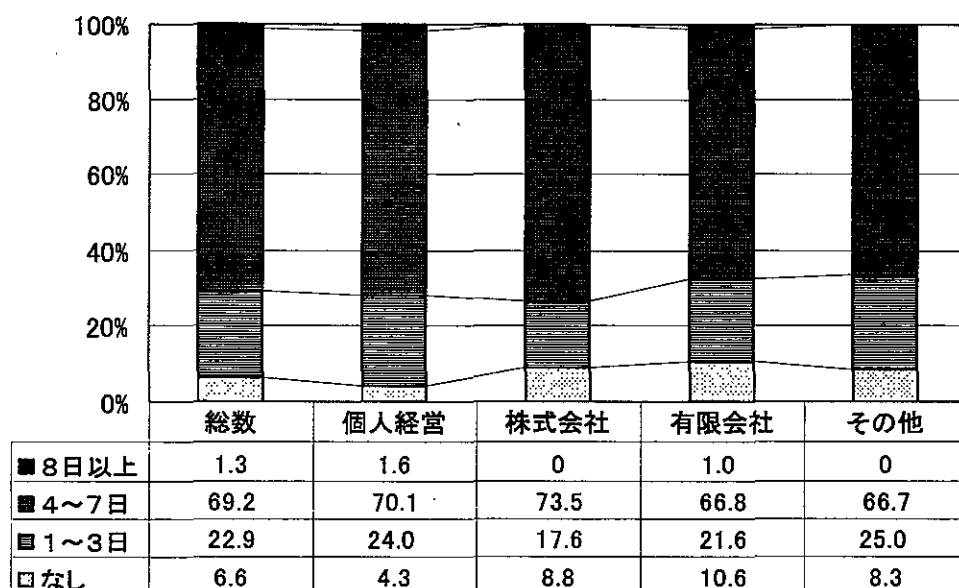
2. 「一般公衆浴場」の営業

(1) 定休日(図-6)

定休日を設定していないのは、総数で 6.6%で、経営主体別では有限会社 10.6%が最も多く、株式会社 8.8%、その他 8.3%、個人経営 4.3%である。

定休日の日数をみると、各営業主とも「4～7日」が最も多く 66.7～73.5%、次いで「1～3日」の 17.6～25.0%となっている。8日以上は個人経営 1.6%、有限会社 1.0%と極めて少ない。

図-6 定休日・経営主体別
数値:%



(2) 営業時間(図-7・次頁参照)

営業時間帯を平日と休日とでみると、

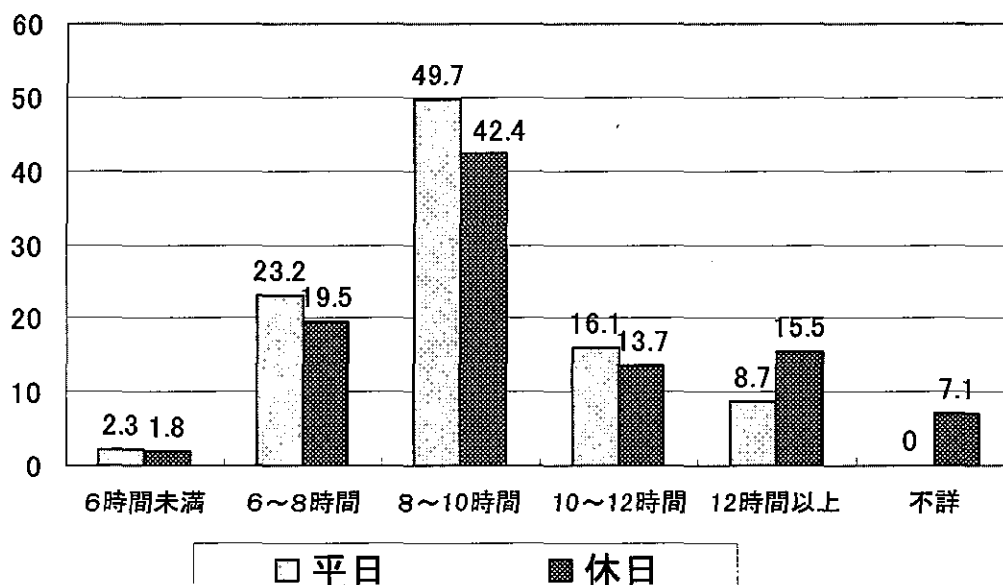
① 「平日」

「平日」の多い順では、1位が「8～10時間」49.7%、次いで「6～8時間」23.2%、3位は「10～12時間」16.1%と続いている。

② 「休日」

「休日」の多い順では、1位が「8～10時間」42.4%、次いで「6～8時間」19.5%、3位は「12時間以上」15.5%と続いている。

図一7 営業時間・総数
数値: %



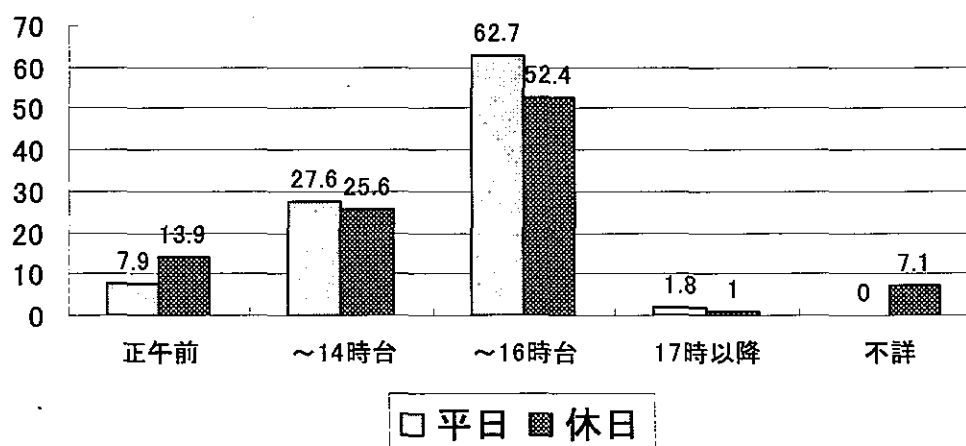
(3) 開店時間と閉店時間 (図一8)

① 開店時間

「平日」の開店時間の中心は、「16 時台」62.7%でこの時間帯に集中傾向がみられる。2 位は「14 時台」27.6%、次いで「正午前」7.9%と続いている。

「休日」も「平日」と傾向は似ており、1 位「16 時台」52.4%、2 位「14 時台」25.6%、3 位「正午前」13.9%と続いている。

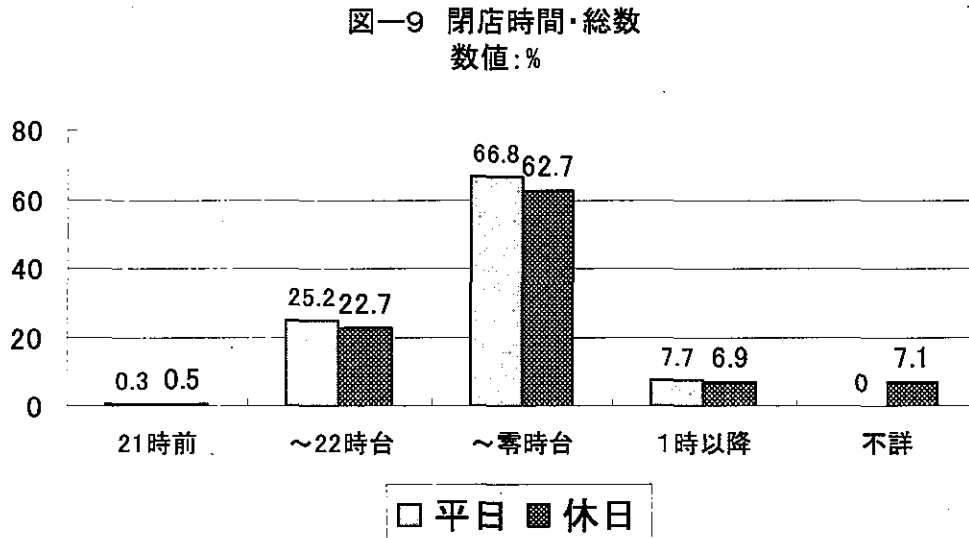
図一8 開店時間・総数
数値: %



②閉店時間(図-9)

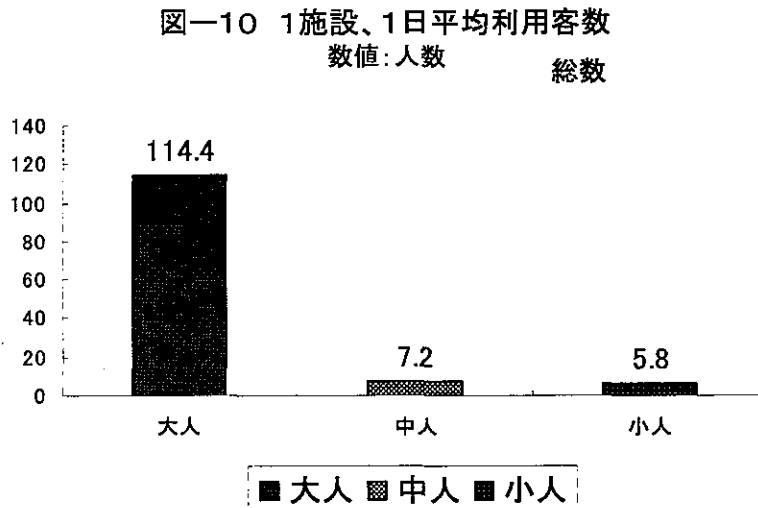
平日と休日の閉店時間帯分布はよく似た傾向がみられる。

1位は平日、休日共に「零時台」で平日 66.8%、休日 62.7%であり、2位は「22時台」で平日 25.2%、休日 22.7%、そして3位は「1時台以降」で平日 7.7%、休日 6.9%である。



(4) 1日平均利用客数(図-10及び11・次頁参照)

1施設の1日当りの平均利用客数は、「大人」114.4人、「中人」7.2人、「小人」5.8人である(図-10)。

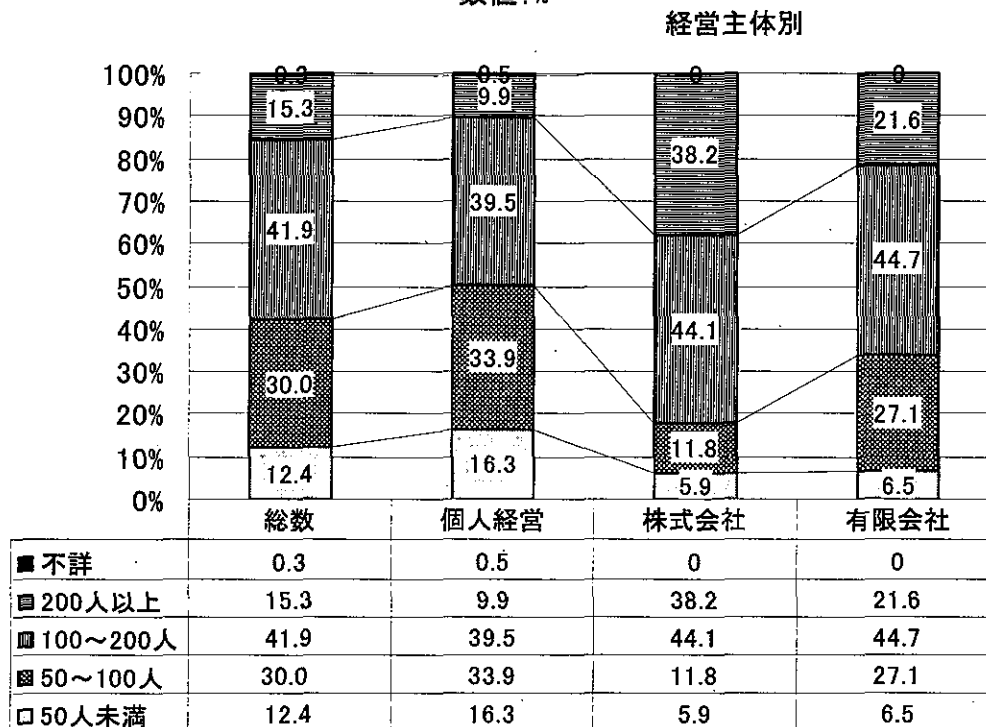


これを経営主体別にみると、個人経営では、「100～200人」の割合が39.5%で1位、次いで「50～100人」33.9%でこの二者の合計が73.4%と7割強を占めている。

株式会社では、1位は「100～200人」の44.1%、2位「200人以上」38.2%でこの二者の合計が82.3%と8割強を占めている。

有限会社では、1位は個人経営及び株式会社と同様に「100～200人」で44.7%、2位は「50～100人」27.1%でこの二者の合計は71.8%で7割強となる。

図一11 1日平均利用客数
数値：%



(5) 利益動向 (図一12・次頁参照)

本年度の純利益額に影響を及したと考えられる要因についてまとめたのが図一12である。

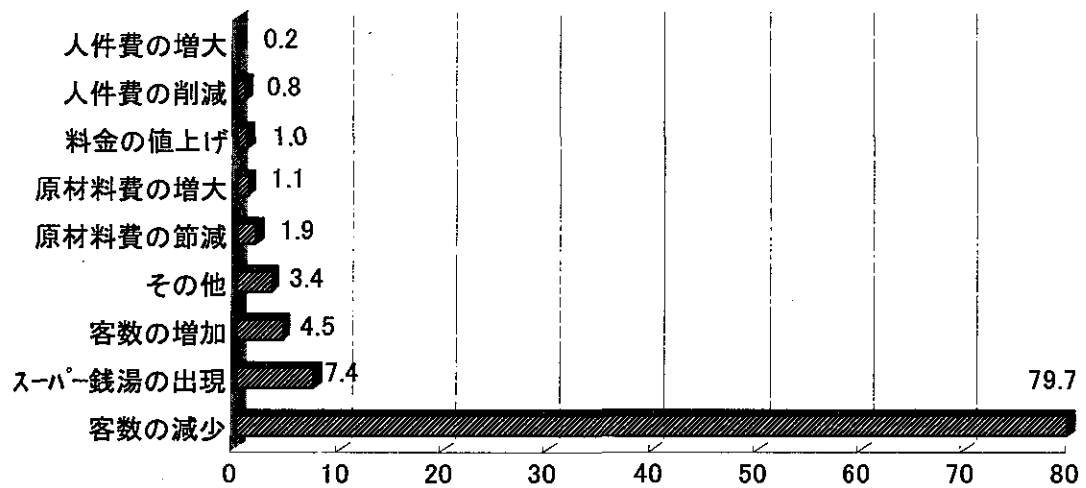
要因項目の1位は「客数の減少」79.7%であり、8割近い数値である。2位は「スーパー銭湯の出現」7.4%、3位「客数の増加」4.5%、4位「その他」3.4%で5位以下は1%台の数値である。

多くの要因の中で、「客数の減少」が、大きく経営を左右していることがうかがえる。

図一12 本業の純利益動向に関わる主たる要因

数値:%

総数



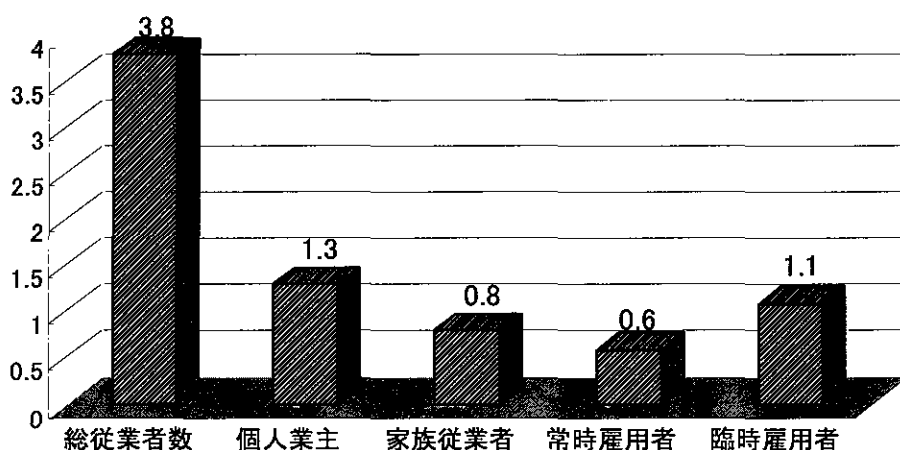
3. 「一般公衆浴場」の従業者と労働条件

(1) 1施設当り平均従業者数(図一13)

1施設当り平均従業者数は3.8人で、内訳は多い順に「個人業主」1.3人、「臨時雇用者」1.1人、「家族従業者」0.8人、「常時雇用者」0.6人となっている。

経営主体別では、「総従業者」の最も多いのは、株式会社の5.6人、次いで有限会社4.4人、3番目は個人経営3.3人である。

図一13 1施設当り平均従業者数・総数
数値:人



	総従業者数	個人業者	家族従業者	常時雇用者	臨時雇用者
総数	3.8	1.3	0.8	0.6	1.1
個人経営	3.3	1.0	1.3	0.2	0.7
株式会社	5.6	1.9	—	1.2	2.6
有限会社	4.4	1.8	—	1.0	1.6
その他	4.1	1.0	—	2.2	0.9

(2) 常時雇用者の平均在勤年数(図一14・15・次頁参照))

① 常時雇用者(男・女)の平均在勤年数分布(図一14・次頁参照))

常時雇用者(男・女)の平均在勤年数分布をみたのが図一14である。男子をみると、不詳を除いて最も多いのは「20年以上」の28.5%、次いで「10～20年」9.1%、3位は「5年未満」7.0%である。

女子では、男子の順位と1位及び2位は同様の分布で、最も多いのは「20年以上」の36.0%、次いで「10～20年」18.3%、3位は「5～10年」10.2%である。

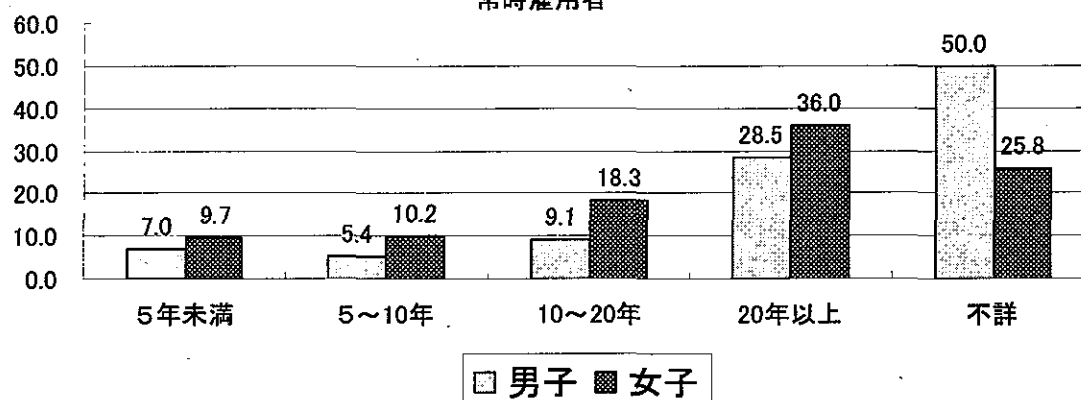
② 1施設当り平均在勤年数(図一15・次頁参照))

1施設当り平均在勤年数をみると、総数では男子22.9年、女子20.2年とその差は少ない。個人経営及び有限会社では男子の方が在勤年数が高いが、株式会社では女子の在勤年数が高い。

図一14 常時雇用者平均在勤年数別割合

数値:%

常時雇用者

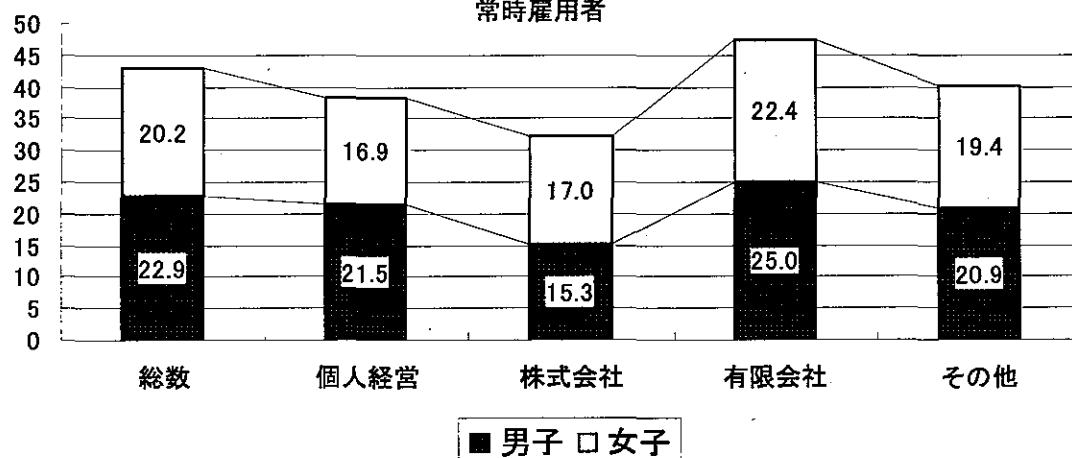


図一15 1施設当り平均在勤年数

数値:年数

経営主体

常時雇用者



(3) 常時雇用者の年齢階層別構成割合 (図一16・次頁参照)

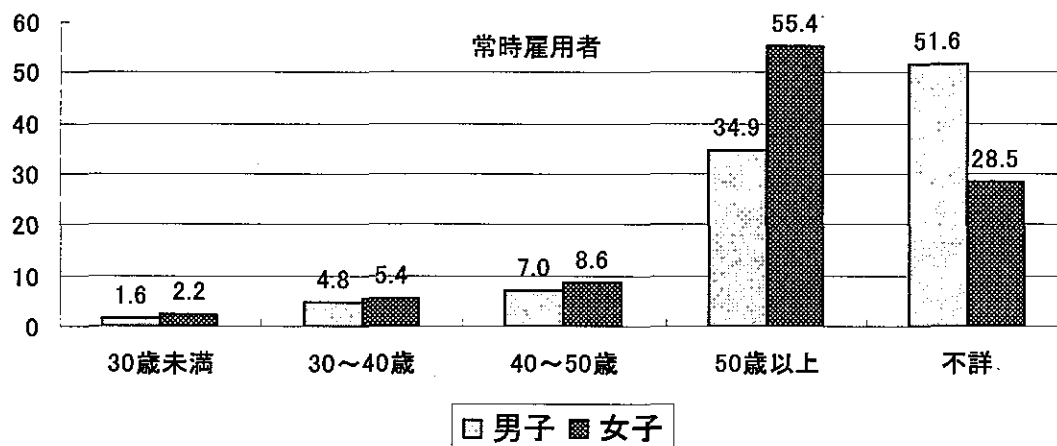
常時雇用者の年齢構成を男女別・年齢階級別にみたのが、図一16である。

男子・女子ともに「50歳以上」が最も多く、それぞれ34.9%、55.4%となっている。次に多いのは「40～50歳」の男子7.0%、女子8.6%である。高齢化傾向がうかがえる。

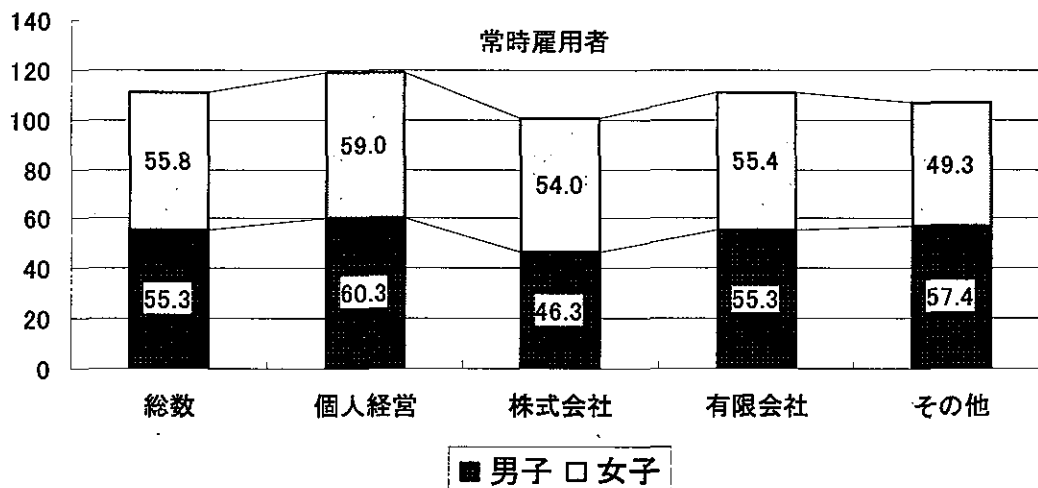
(4) 常時雇用者の1施設当り平均年齢 (図一17・次頁参照)

総数では、男子55.3歳、女子55.8歳である。これより年齢が高いのは個人経営の男子60.3歳、女子59.0歳で、有限会社は総数とよく似た数値であり、株式会社が男子46.3歳、女子54.0歳と一番若い従業員の年齢構成である。

図一16 1施設当り年齢別構成割合・総数
数値: %



図一17 1施設当り平均年齢・経営主体別
数値: 年齢

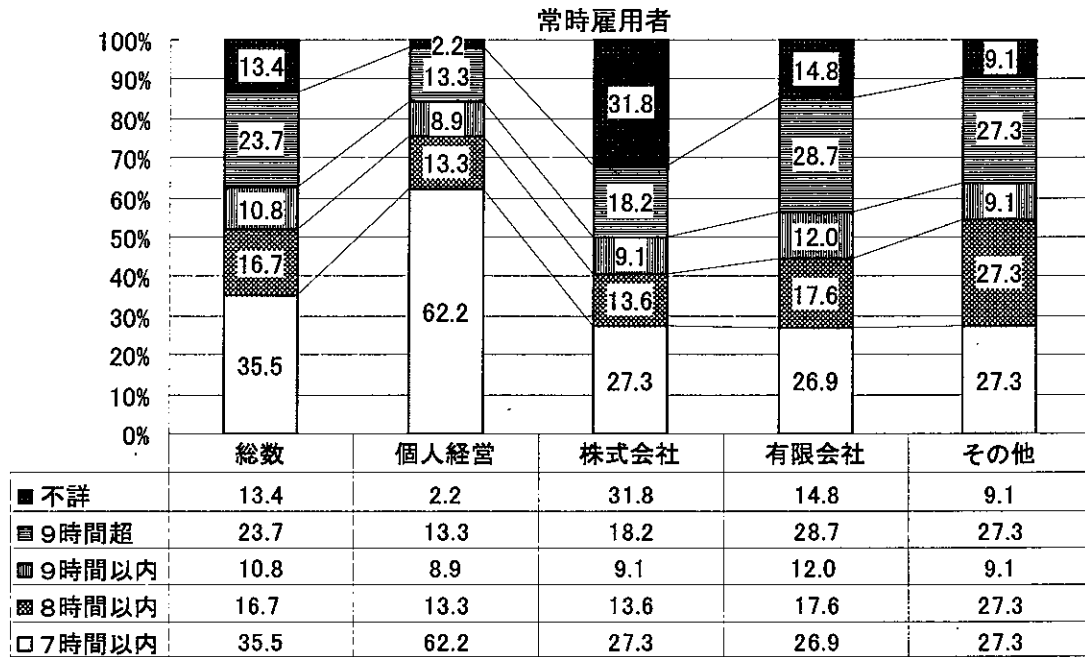


(5) 常時雇用者の1日平均労働時間(図一18・次頁参照)

常時雇用者の1日平均労働時間を経営主体別にみたのが図一18である。

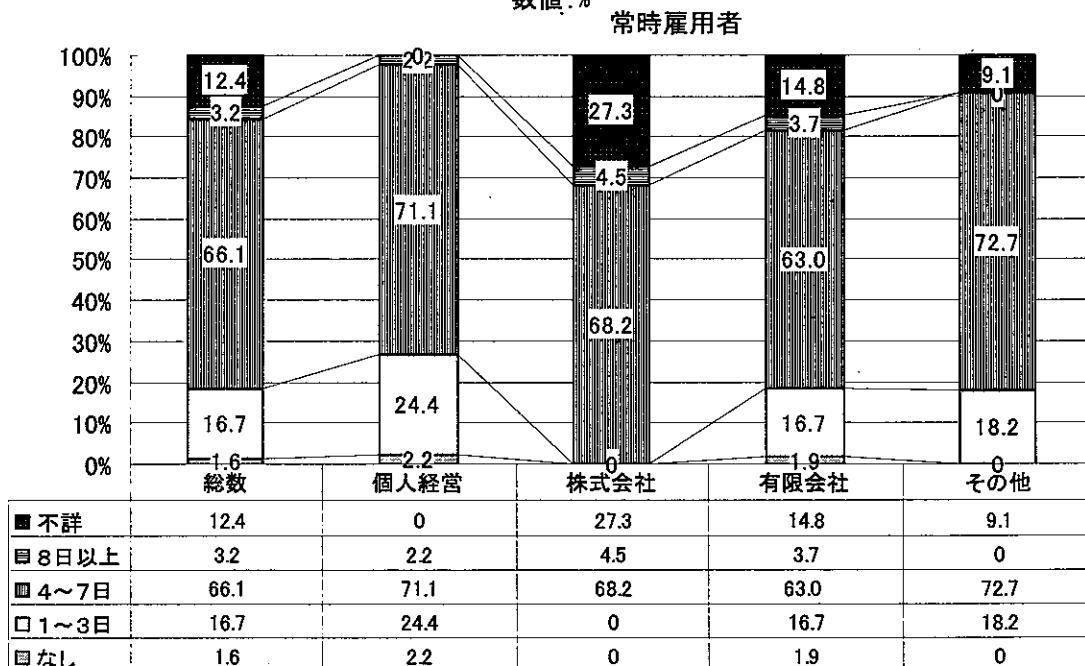
総数では、「7時間以内」35.5%が最も多く、次いで「9時間超」23.7%、「不詳」を除いて3番目に多いのが「8時間以内」16.7%、4番が「9時間以内」10.8%である。経営主体別にみると、株式会社、有限会社は総数と順位は同じで、比率の数字も大きな開きはない。個人経営は「7時間以内」が最も多いのは他と同様だが62.2%と高い比率を示している。

図一18 1日平均労働時間階層別割合
数値:%



(6) 月平均休日数(図一19)

図一19 月平均休日数
数値:%



常時雇用者の月平均休日数を経営主体別にみたのが前ページの図－１９である。「４～７日」がどの経営主体別でも１位であり 60～70%台と高い比率を示している。

(7) 労働時間短縮努力及び就業規則の有無

①労働時間短縮努力の有無については、総数では「有り」131、施設数で 21.1%にすぎない。「有り」について個人経営は 19.2%、株式会社 20.6%、有限会社 24.6%と 20%前後の回答である。(表－１２)

②就業規則の有無については、総数では「有り」65 施設数で 10.5%にすぎない。

「有り」について個人経営は 4.5%、株式会社 23.5%、有限会社 18.1%と会社経営では 20%前後の回答である。(表－１２)

表－12 労務短縮努力及び就業規則の有無

	総施設数	労務短縮努力している		就業規則有り	
		施設数	割合(%)	施設数	割合(%)
総数	620	131	21.1	65	10.5
個人経営	375	72	19.2	17	4.5
株式会社	34	7	20.6	8	23.5
有限会社	199	49	24.6	36	18.1
その他	12	3	25.0	4	33.3

③就業規則項目整備状況 (表－１３)

就業規則項目整備状況では、総数をみると「有り」については、「賃金」は 56 施設で 9.0%、「退職手当」は 27 施設で 4.4%、「休暇」は 33 施設で 5.3%、「職業訓練」は 7 施設で 1.1%であり極めて低調な数値である。

表－13 就業規則項目整備状況

	総施設数	賃金 有		退職手当 有		休暇 有		職業訓練 有		その他 有	
		施設数	割合(%)	施設数	割合(%)	施設数	割合(%)	施設数	割合(%)	施設数	割合(%)
総数	620	56	9.0	27	4.4	33	5.3	7	1.1	8	1.3
個人経営	375	14	3.7	2	0.5	7	1.9	1	0.3	1	0.3
株式会社	34	7	20.6	5	14.7	4	11.8	1	2.9	3	8.8
有限会社	199	31	15.6	17	8.5	18	9.0	4	2.0	4	2.0
その他	12	4	33.3	3	25.0	4	33.3	1	8.3	—	—

④国民年金・厚生年金制度への加入状況 (表－１４・次頁参照)

国民年金基金に加入している施設は 20.5%であり厚生年金基金に加入している施設は 5.6%で、国民年金基金への加入率の方が高くなっている。

個人経営では 20.5%が国民年金基金へ加入しているのに対して、株式会社は厚生年金基金への加入率が 29.4%と高くなっている。有限会社は 21.6%が国民年金基金へ加入している。

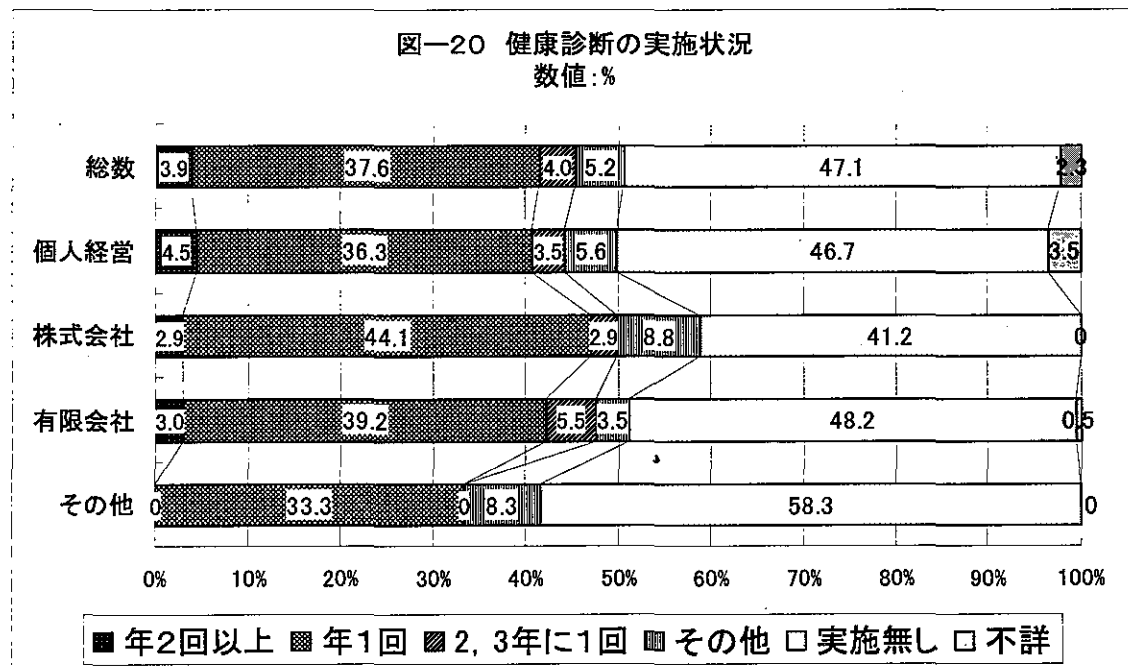
表一14 国民年金・厚生年金制度

	施設数	国民年金基金制度		厚生年金基金制度	
		有		有	
		施設数	割合(%)	施設数	割合(%)
総数	620	127	20.5	35	5.6
個人経営	375	77	20.5	1	0.3
株式会社	34	5	14.7	10	29.4
有限会社	199	43	21.6	21	10.6
その他	12	2	16.7	3.0	25.0

⑤健康診断の実施状況（図一20）

健康診断の実施状況は、何らかの形で実施している施設は50.7%で、「年1回」が37.6%で一番多い。それに対して実施していない施設は47.1%になっている。

経営主体別にみると実施率の一番高いのは株式会社の58.7%で、個人経営52.9%と有限会社51.2%はほぼ同じ傾向がみられる。



4. 施設・設備の整備状況

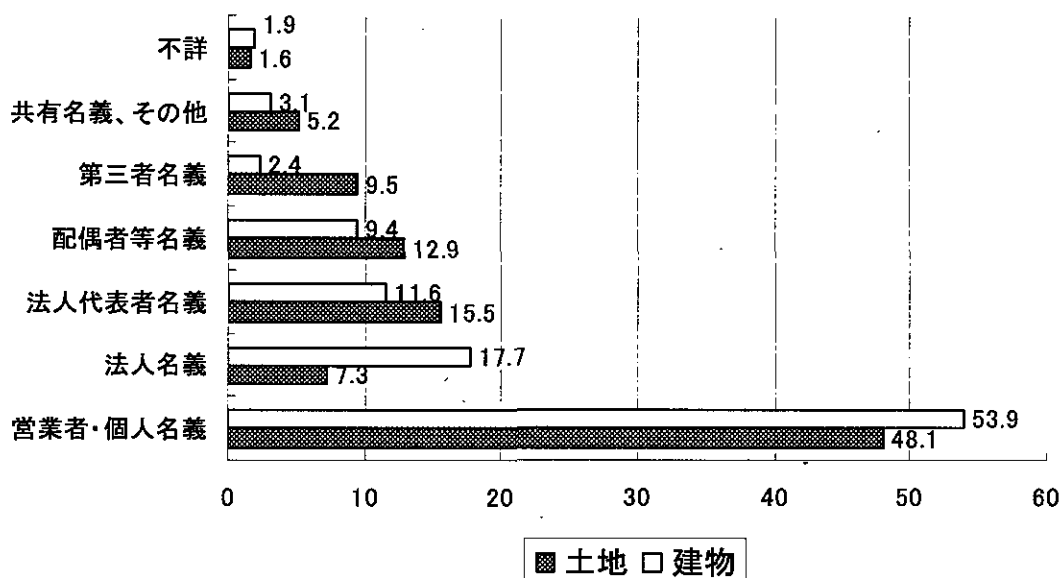
(1) 土地・建物の所有状況

①土地・建物の所有状況（図－21，表－15）

土地・建物の所有状況をみると、「営業者・個人名義」が半数を超え1位である。これを、経営主体別でみると、個人経営と法人との大きな開きがみられる。

「営業者・個人名義」は個人経営が「土地」70.1 %、「建物」79.5 %に比べて法人は、「法人名義」及び「法人代表者名義」に分かれており、その合計は、株式会社で「土地」55.9 %、「建物」82.4 %で、有限会社では「土地」54.8 %、「建物」69.8 %となっている。

図－21 土地・建物の所有状況・総数
数値：%



表－15 土地・建物の所有状況・経営主体別

	総数		個人経営		株式会社		有限会社		その他	
	土地	建物	土地	建物	土地	建物	土地	建物	土地	建物
営業者・個人名義	48.1	35.9	70.1	79.5	17.6	8.8	14.6	15.6	—	16.7
法人名義	7.3	17.7	0.8	1.1	20.6	61.8	16.6	40.2	16.7	41.7
法人代表者名義	15.5	11.6	1.1	0.8	35.3	20.6	38.2	29.6	33.3	25.0
配偶者等名義	12.9	9.4	12.8	11.2	8.8	2.9	13.6	7.5	16.7	—
第三者名義	9.5	2.4	9.6	3.5	8.8	—	9.0	1.0	16.7	—
共有名義、その他	5.2	3.1	3.2	1.3	5.9	2.9	8.0	5.5	16.7	16.7
不詳	1.6	1.9	2.4	2.7	2.9	2.9	—	0.5	—	—

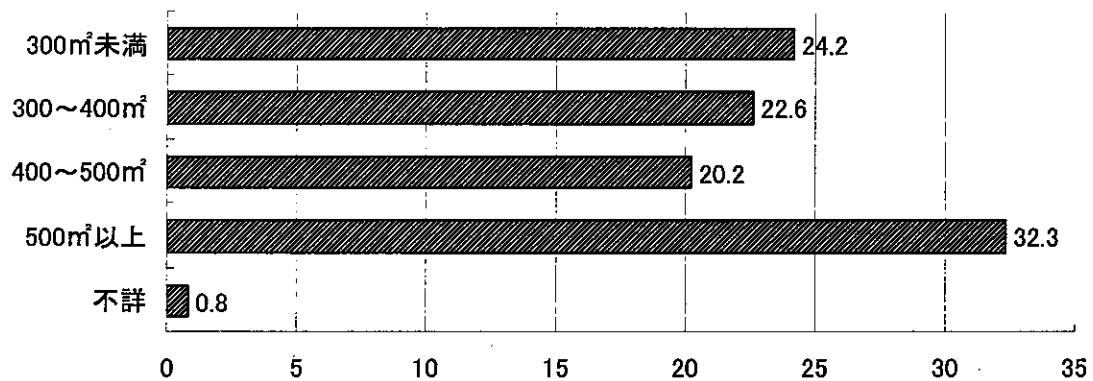
◎数値：%

②土地・延床面積（図－２２・２３）

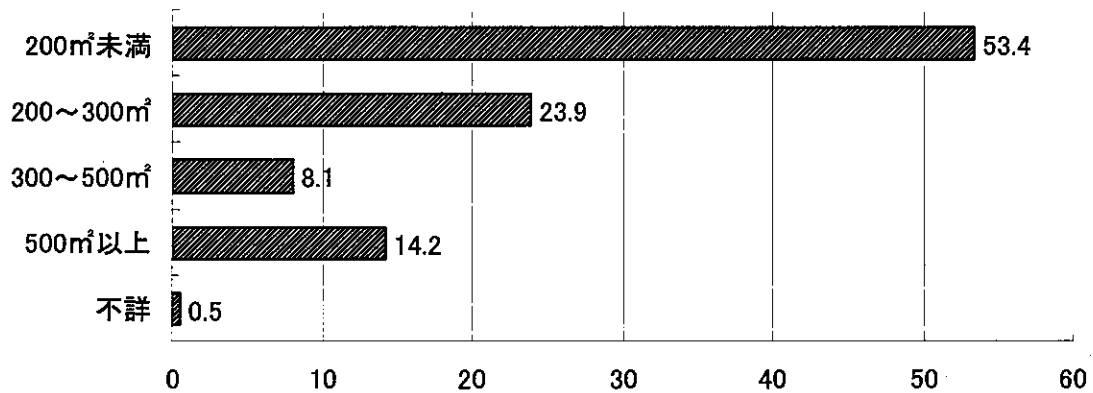
「土地面積」は「500 m²以上」が 32.3 %で1位、次いで「300 m²未満」が 24.2 %、「300～400 m²」22.6 %、「400～500 m²」20.2 %の順になっている。

「床面積」は「200 m²未満」が 53.4 %と過半数を占めている。次いで「200～300 m²」23.9 %で、「500 m²以上」が 14.2 %、「300～500 m²」8.1 %と続く。

図－22 土地面積・総数
数値：%



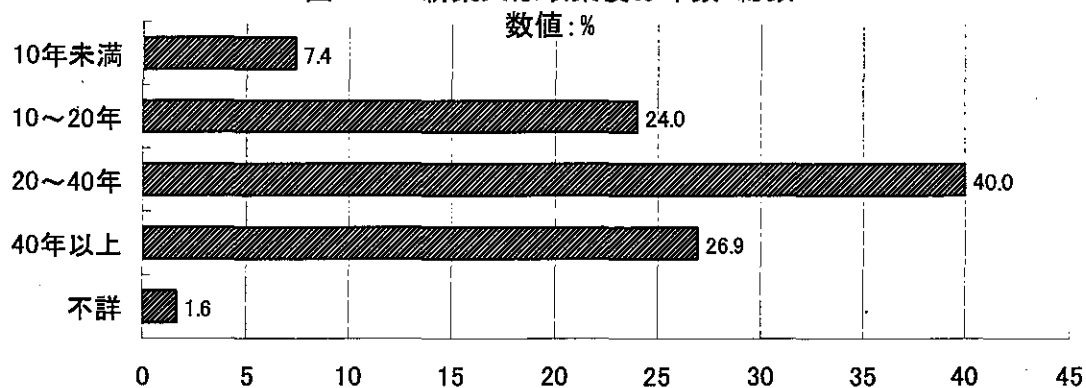
図－23 延床面積・総数
数値：%



（２）新築又は改装後の年数（図－２４・次頁参照）

新築又は改装後の年数を経過年数階級別にみたのが図－２４である。新築又は改装後「20～40年」経過している施設が40.0 %で最も多く、次いで「40年以上」が26.9 %、3位が「10～20年」の24.0 %となっており、「10年未満」は7.4 %で、建物の老朽化の進んでいることがうかがえる。

図-24 新築又は改築後の年数・総数

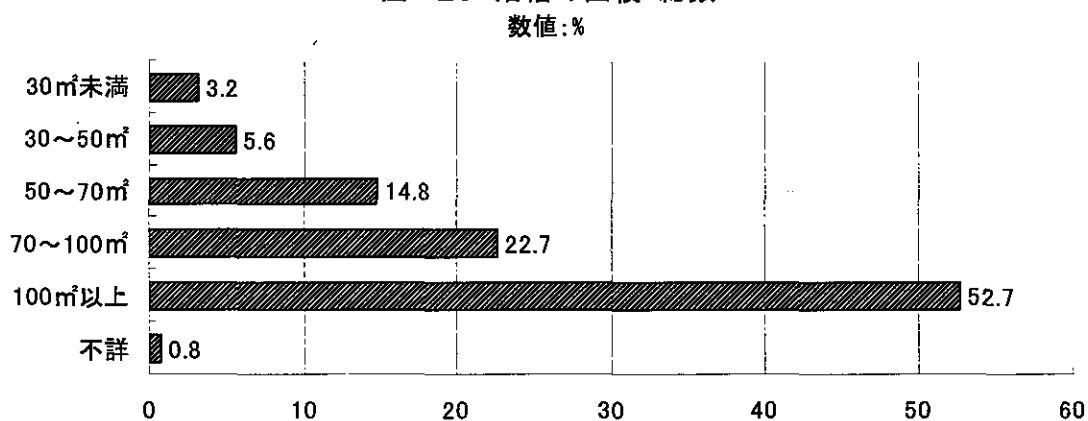


(3) 浴槽及び設備の状況

①浴槽の面積 (図-25)

浴槽の面積を階層別にみたのが、図-25である。階層で「100㎡以上」が52.7%で1位、次いで「70～100㎡」の22.7%、3位「50～70㎡」の14.8%、4位「30～50㎡」の5.6%、「30㎡以下」が3.2%である。

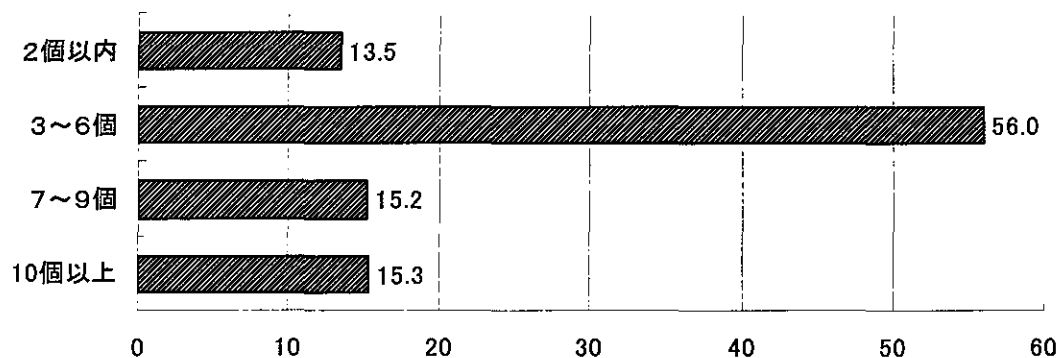
図-25 浴槽の面積・総数



②浴槽の数 (図-26・次頁参照)

浴槽の数を階層別にみたのが、図-26である。階層で「3～6個」が56.0%を占めて1位である。次いで「10個以上」15.3%、3番目は「7～9個」15.2%とほぼ同率であり、「2個以内」13.5%である。

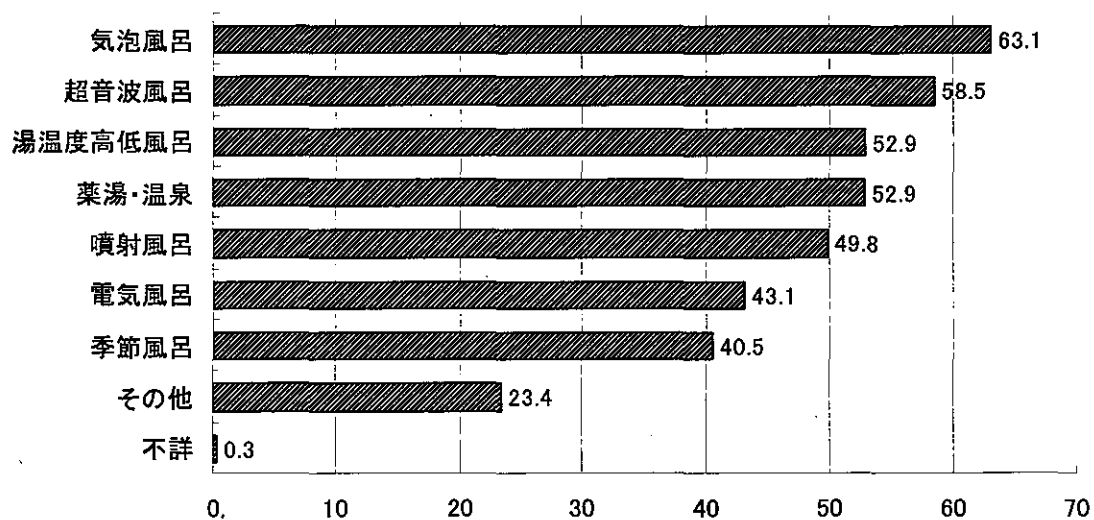
図一26 浴槽の数・総数
数値: %



③浴槽の種類 (図一27)

保有している浴槽の種類を保有率の多い順でみると、「気泡風呂」63.1 %、次いで「超音波風呂」58.5 %、3位は「湯温度高低風呂」及び「薬湯・温泉」が52.9 %と続く。

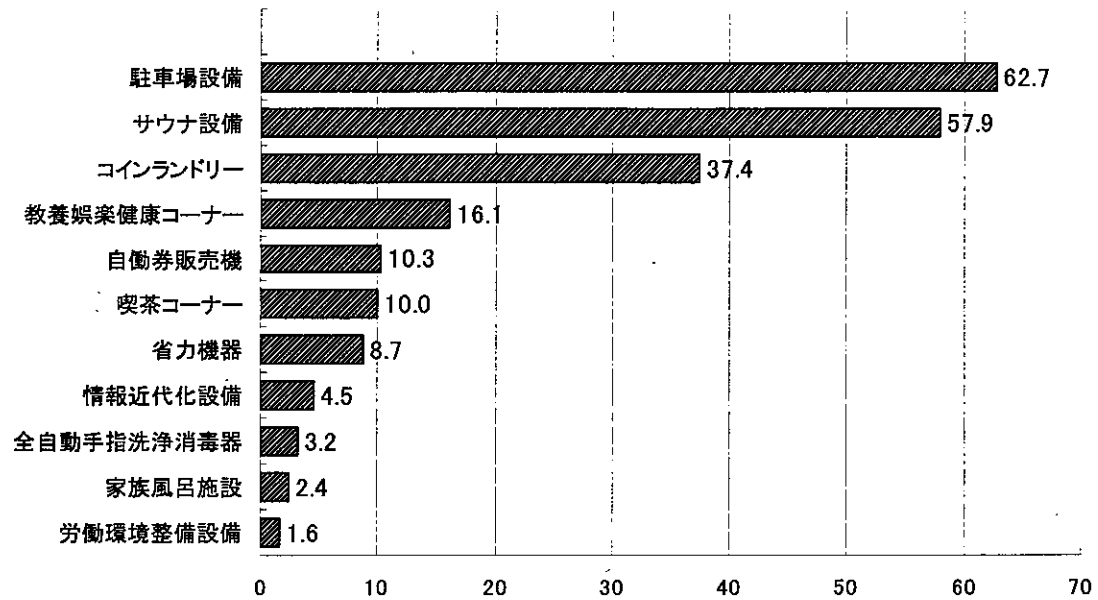
図一27 浴槽の種類・複数回答・総数
数値: %



④保有設備の種類 (図一28・次頁参照)

保有設備の設置されている種類の設備率の多い順に3位までをみると、1位「駐車場設備」62.7 %、次いで「サウナ設備」57.9 %、3位は「コインランドリー」37.4 %である。

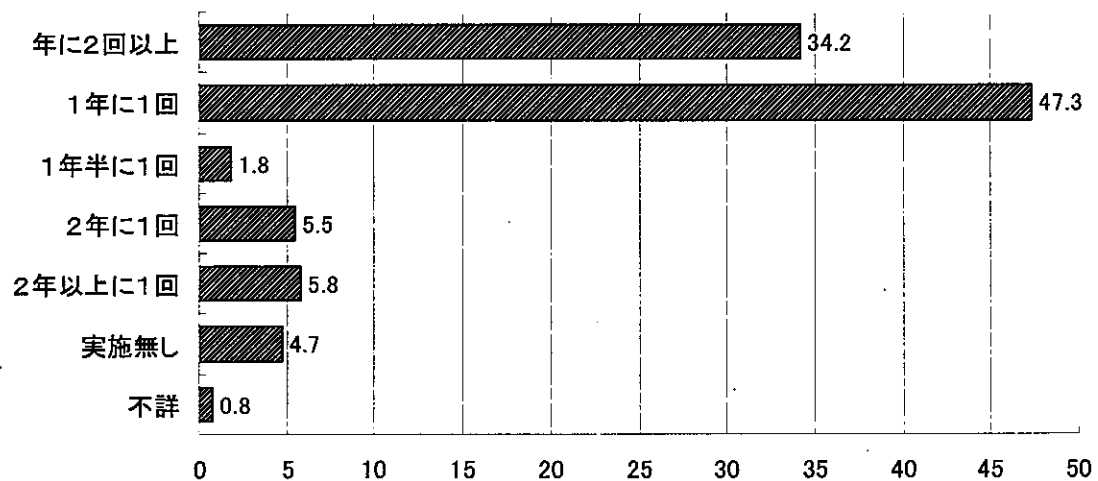
図一28 保有設備の種類・複数回答・総数
数値: %



⑤ 過去5年間の浴槽水の検査状況（図一29）

過去5年間の浴槽水の検査状況では、「1年1回」が47.3%と約半数を占め、「年に2回以上」34.2%と合わせた81.5%が1年間に浴槽水の検査をしていることになる。一方、「実施無し」4.7%、「2年以上に1回」5.8%がある。

図一29 過去5年間の浴槽水の検査状況・総数
数値: %

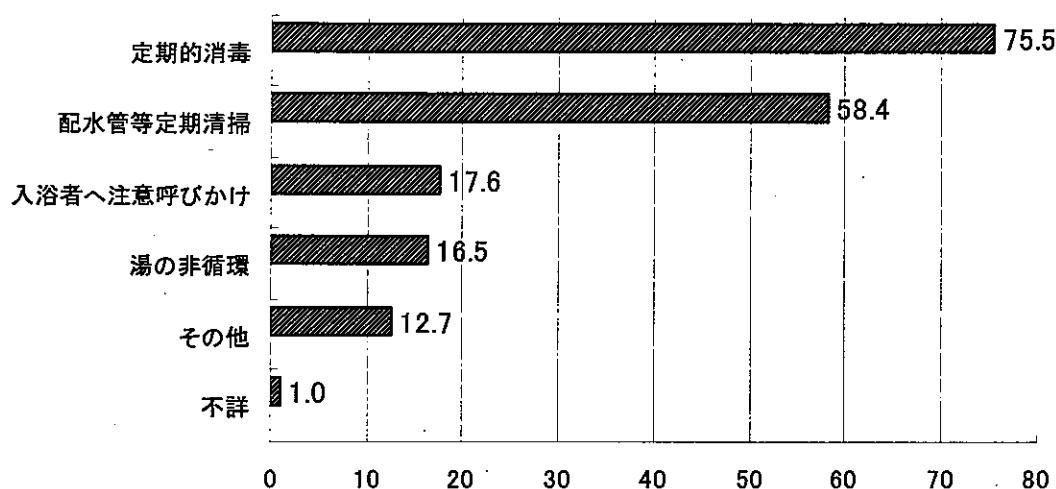


⑥レジオネラ症防止対策（図－30）

レジオネラ症防止対策について、複数回答での対策手段では、1位「定期的消毒」75.5 %、次いで「配水管等定期清掃」58.4 %とこの二者が高い実施率であった。

図－30 レジオネラ症防止対策状況・複数回答・総数

数値：%



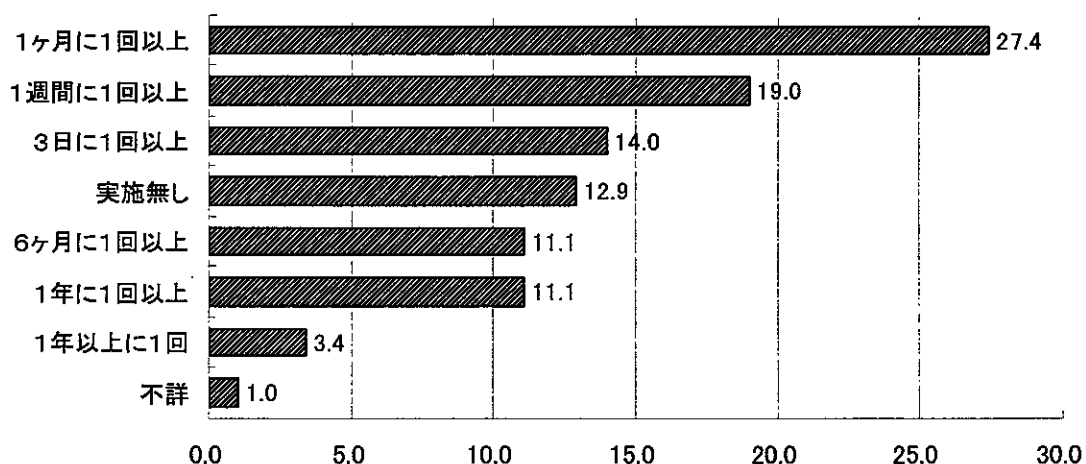
⑥ロッカー・脱衣かごの消毒状況（図－31）

過去3年間のロッカー・脱衣かごの消毒状況上位をみると、1位は「1ヶ月に1回以上」27.4 %、次いで「1週間に1回以上」19.0 %、3位「3日に1回以上」14.0 %で、1ヶ月に消毒を実施している割合の合計は60.4 %と6割である。

「実施無し」12.9 %もあるのが気に掛かる。また「1年に1回」3.4 %である。

図－31 過去3年間のロッカー・脱衣かごの消毒状況・総数

数値：%



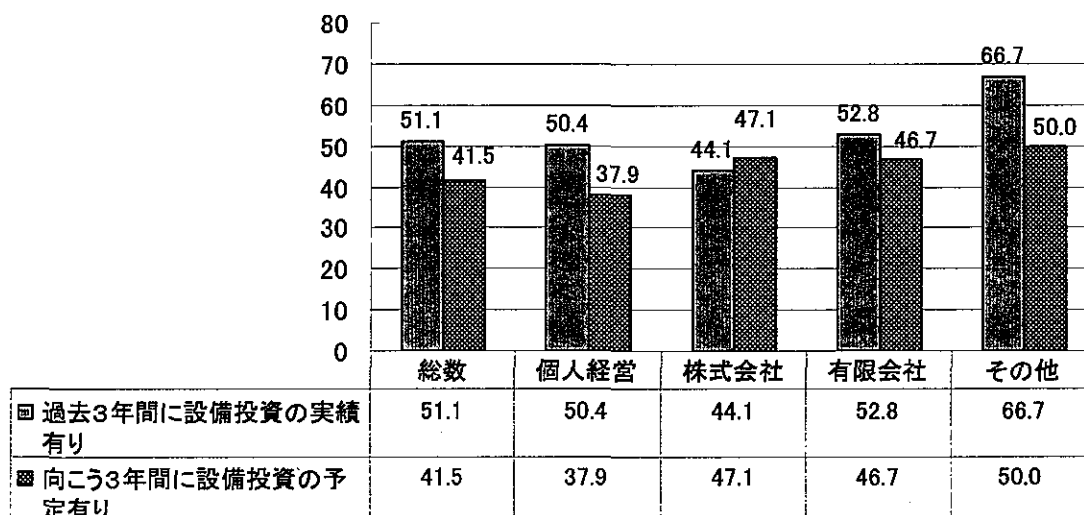
5. 設備投資状況

(1) 設備投資の実績及び予定 (図-32)

過去3年間の設備投資の実績及び向こう3年間の設備投資予定について、経営主体別にみたのが図-32である。

経営主体別では、実績の比率に比べ、予定の比率が株式会社以外は低い数値である。実績の比率と予定の比率の差をみると、株式会社は3%実績率に対して予定率が上回っているが、個人経営は12.5%、有限会社は6.1%実績率に対して予定率が下回っている。

図-32 過去3年間の設備投資実績及び向こう3年間の予定
経営主体別・数値:%



(2) 設備投資実績の理由と設備投資予定の理由 (図-33・次頁参照)

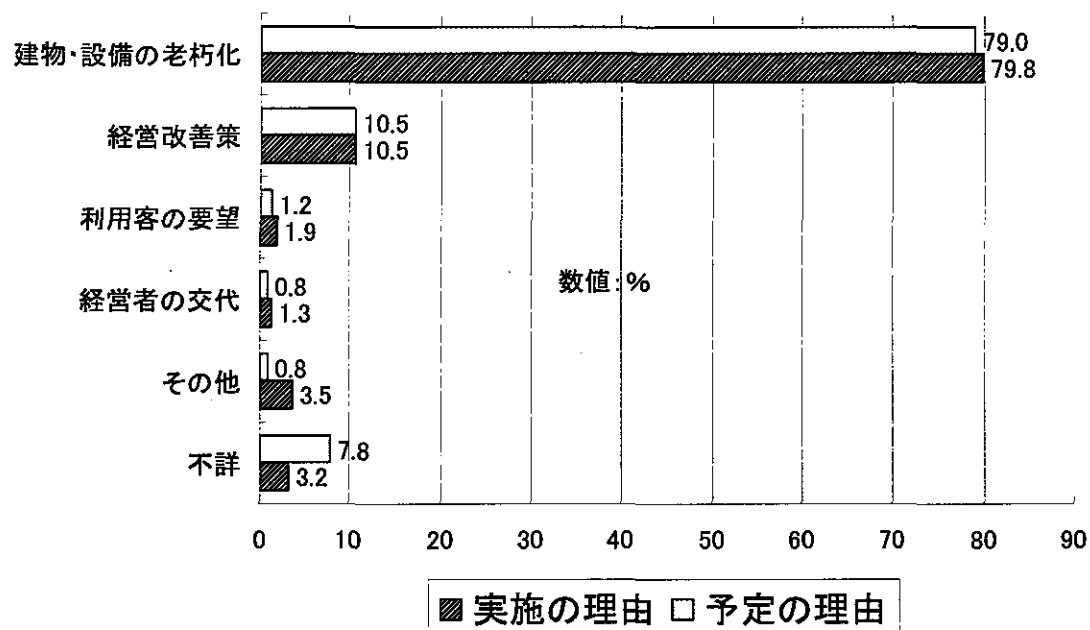
「設備投資実績の理由」と「設備投資予定の理由」共に、似たような項目順位を示している。ずば抜けているのは「建物・設備の老朽化」である。設立年代でみてきたが、経営者の高齢化と共に建物も改築・改装の必要性和要望が高いのである。

「設備投資実績の理由」の「建物・設備の老朽化」は79.8%で、2位は「経営改善策」10.5%であり、「設備投資予定の理由」の「建物・設備の老朽化」は79.0%で、2位は「経営改善策」10.5%である。

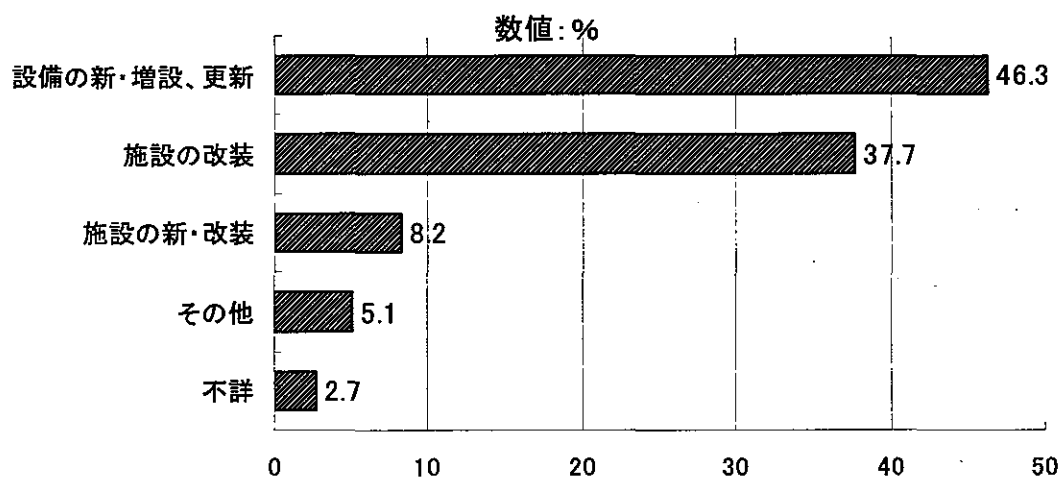
(3) 設備投資予定の内容 (図-34・次頁参照)

設備投資予定(257施設)の内容では、「設備の新・増設、更新」46.3%で1位、次いで「施設の改装」37.7%、3位「施設の新・改装」8.2%と施設・設備に集中している。

図一33 設備投資の「実施した理由」と「予定の理由」・総数



図一34 設備投資の予定内容・総数

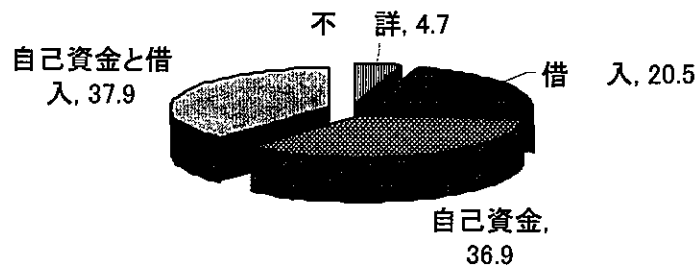


(4) 実施した設備投資に対する資金調達先

① 設備投資に対する資金調達先 (図一35・36次頁参照)

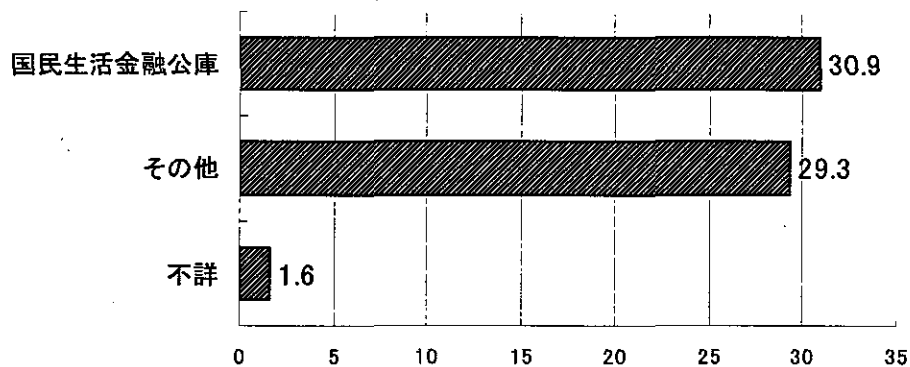
過去に設備投資の実績のあった317施設の設備投資に対する資金調達先をみると、「自己資金と借入金」37.9%、「自己資金」36.9%と拮抗した比率である。次いで「借入」20.5%となっている

図一35 主な資金調達方法割合・総数
数値：%



借入先は「国民生活金融公庫」30.9 %、「その他」29.3 %、「不詳」1.6 %の内容である。

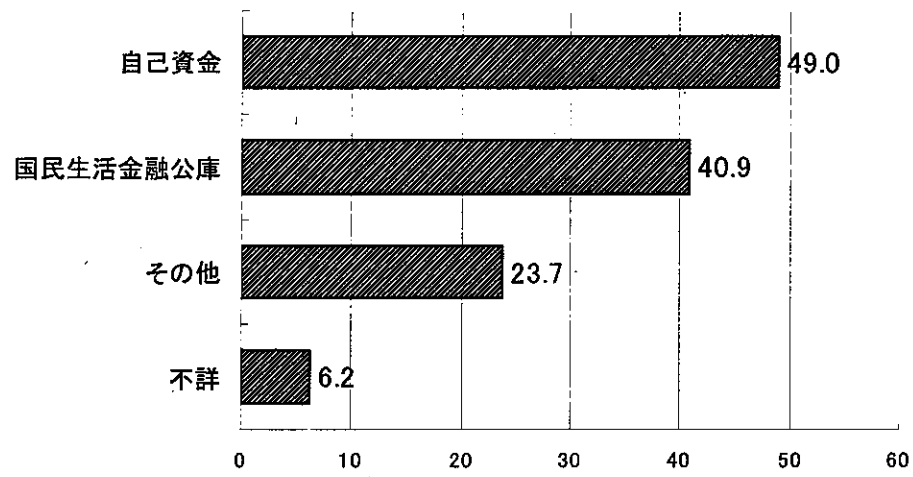
図一36 借入先・総数



②設備投資計画に対する資金調達先予定（図一37・次頁参照）

向こう3年間に設備投資予定のある257施設の設備投資予定に対する資金調達先予定をみると、「自己資金」49.0 %、次いで「金融機関（国民生活金融公庫）からの借入れ」40.9 %、「その他の借入れ」23.7 %、「不詳」6.2 %である。

図一37 資金調達先予定割合・総数
数値：%



6. 福祉・サービスへの取組み

(1) 福祉入浴事業

① 福祉入浴事業の有無 (図-38・表-15)

福祉入浴事業を行なっている施設は 82 施設 (13.2 %) と非常に少ない状態である。「今後行なう予定あり」は 59 施設 (9.5 %) で、この二項目を合計しても 141 施設 (22.7 %) である。対して、「今後行なう予定無し」は 475 施設 (76.6 %) である。

図-38 福祉入浴事業の有無・総数
数値:施設数

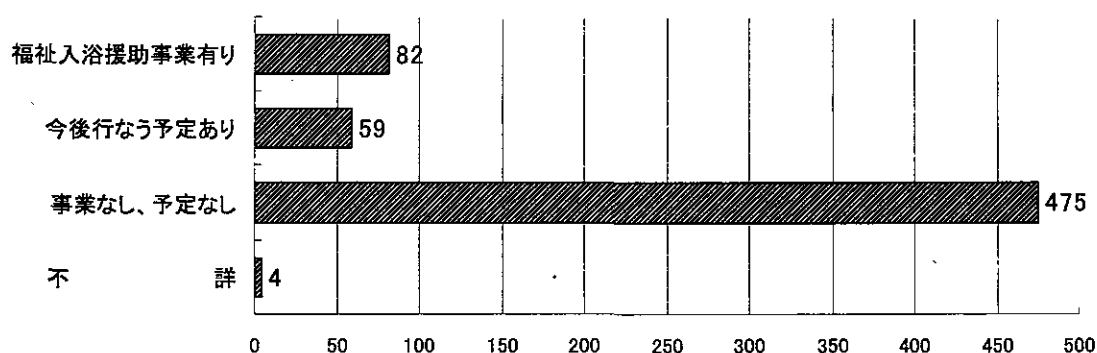


表-15 福祉入浴援助事業実施状況及び実施予定・経営主体別

	総数	個人経営	株式会社	有限会社	その他
施設数	620	375	34	199	12
福祉入浴援助事業有り	82	51	1	28	2
福祉入浴援助事業有り(%)	13.2	13.6	2.9	14.1	16.7
今後行なう予定あり	59	36	5	18	—
今後行なう予定あり(%)	9.5	9.6	14.7	9.0	—
事業なし、予定なし	475	284	28	153	10
事業なし、予定なし(%)	76.6	75.7	82.4	76.9	83.3
不詳	4	4	—	—	—
不詳(%)	0.6	1.1	—	—	—

② 福祉入浴事業を行なっていない理由 (表-16・次頁参照)

福祉入浴事業を行なっていない理由をみると、「人手不足」43.6 %で最も多く、次いで「改装費用がない」42.5 %、3番目は「需要がない」30.3 %の3項目が多いパーセントを上げている。厳しい経営状態のなかでの対応に腐心するところである。

表一16 福祉入浴事業を行っていない理由・経営主体別(複数回答)

	総数	個人経営	株式会社	有限会社	その他
福祉事業なし施設数	475	284	28	153	10
人手不足	43.6	43.0	35.7	46.4	40.0
改装費用がない	42.5	46.8	21.4	39.9	20.0
需要がない	30.3	33.5	21.4	25.5	40.0
経営方針	15.8	14.1	42.9	14.4	10.0
参加方法が分からない	10.9	8.8	10.7	15.7	—
不詳	6.7	5.6	—	9.8	10.0
その他	6.3	6.0	3.6	6.5	20.0

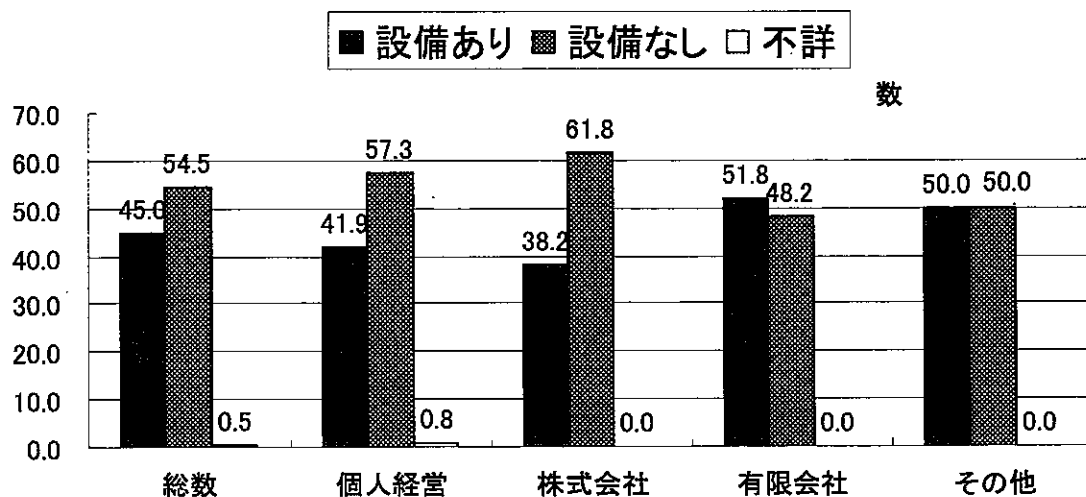
◎施設数以外の数値: %

(2) 高齢者や身障者対応状況

① 高齢者に配慮した設備の有無 (図一39)

高齢者に配慮した設備の有無をみると、総数では、「設備有り」45.0 %、「設備無し」54.5 %である。経営主体別に「設備有り」の比率の多い順には、1位は有限会社で51.8 %、2位は「個人経営」の41.9 %、3位は「株式会社」で38.2 %である。

図一39 高齢者に配慮した設備の有無・経営主体別



② 高齢者に配慮した設備 (表一17・次頁参照)

高齢者に配慮した設備の種類を「設備有り」の279施設についてみると、「設備有り」の比率の高い順には、「行動補充設備」39.8 %、次いで「転倒防止設備」9.5 %、3位は「段差解消設備」8.7 %の順である。

表一17 高齢者に配慮した設備の種類・経営主体別

	総数	個人経営	株式会社	有限会社	その他
配慮した設備有り施設数	279	157	13	103	6
行動補助設備	39.8	37.9	35.3	44.7	33.3
転倒防止設備	9.5	9.9	5.9	9.0	16.7
段差解消設備	8.7	6.1	5.9	13.6	16.7
その他	2.7	2.4	—	3.5	8.3
車椅子用トイレ、点字案内	0.6	0.3	—	1.0	8.3
不詳	0.2	—	—	0.5	—

◎施設数以外の数値: %

7. 経営上の問題点と今後の方針

(1) 経営上の問題点 (図-40・表-18)

経営上の問題点をみると、他を大きく引き離してトップは「利用者の減少」93.5%である。次いで「設備・店舗の老朽化」55.3%、3位は「スーパー銭湯の出現」49.2%、4位「後継者難」33.1%と続いている。

1位～3位までの項目は、いままでみてきたアンケートからも読み取れるが、今日の一般公衆浴場の直面している大きな課題（施設・設備関係）が、改めて示されたことである。

図-40 経営上の問題点・総数・重複回答

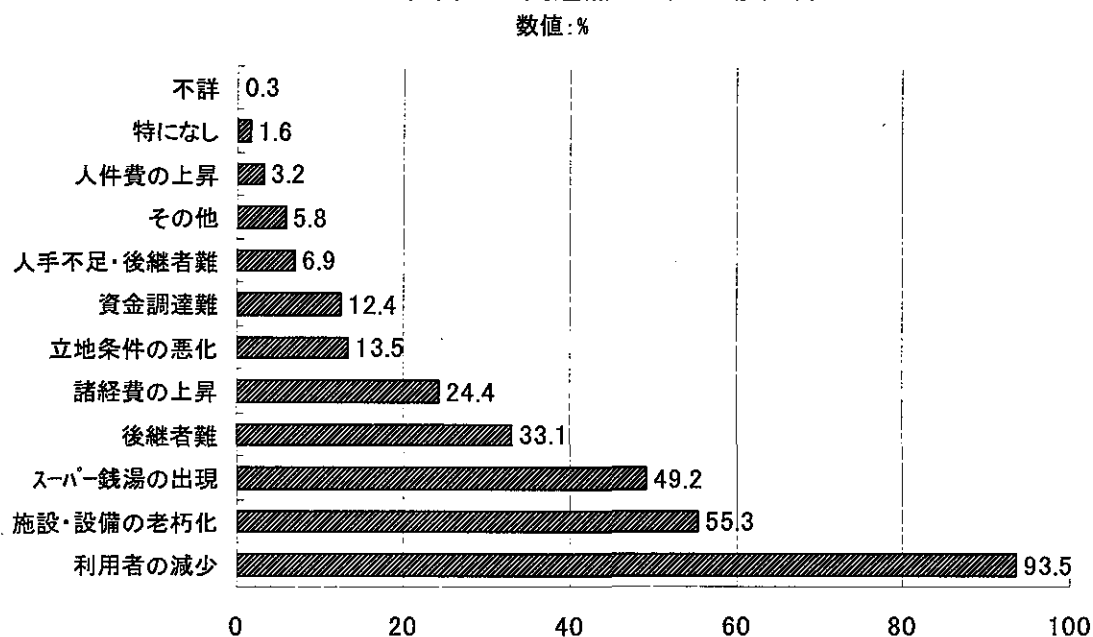


表-18 経営上の問題点・経営主体別・重複回答

	個人経営	株式会社	有限会社	その他
利用者の減少	① 94.7	① 97.1	① 91.5	① 83.3
施設・設備の老朽化	② 54.7	② 50.0	② 56.3	② 75.0
スーパー銭湯の出現	③ 51.2	③ 50.0	③ 45.2	③ 50.0
後継者難	34.9	23.5	31.7	25.0
諸経費の上昇	25.3	26.5	22.6	16.7
立地条件の悪化	13.6	11.8	14.1	8.3
資金調達難	11.7	23.5	12.6	—
人手不足・後継者難	6.7	—	9.0	—
その他	5.9	5.9	6.0	—
人件費の上昇	3.5	5.9	2.5	—
特になし	0.5	—	3.5	8.3

◎丸数字は集計数の多い3位までの項目

経営主体別に経営上の問題点をまとめたのが表-18である。経営主体別に1位～3位までが、全く同じ順位で並んで、数値も大きな開きはみられない。

公衆浴場が直面している経営課題が浮き彫りにされたと、考えられる。

(2) 今後の経営方針 (図-41・表-19)

今後の経営方針をみると、大きく他を引き離して1位には「施設・設備の改装」45.6%、2位は「入浴券、サービスデー導入」24.2%、3位は「付帯設備の充実」21.0%、4位は「転廃業」18.2%と続いている。

1位と2位のポイント差が倍以上の差があり、3位も設備関係の設問であるので、1位と3位の両者を足すと66.6%になる。施設・設備関係は大きな経営課題といえる。

図-41 今後の経営方針・重複回答・総数
数値:%

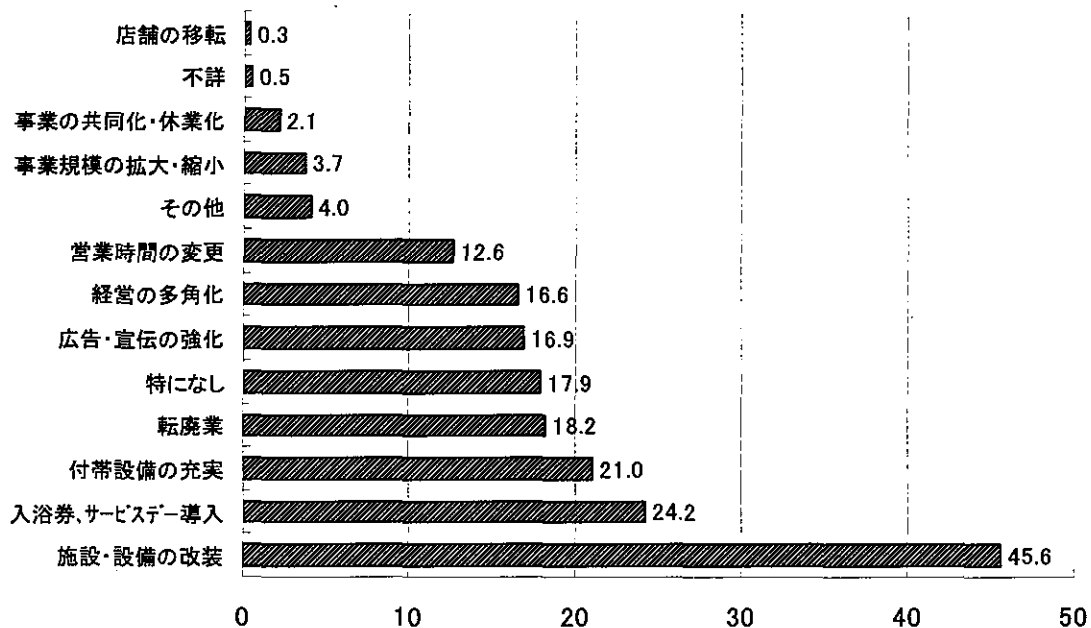


表-19 今後の経営方針・経営主体別・重複回答

	個人経営	株式会社	有限会社	その他
施設・設備の改装	① 39.2	① 55.9	① 54.8	① 66.7
入浴券、サービスデー導入	② 23.7	20.6	② 25.1	③ 33.3
付帯設備の充実	19.5	② 26.5	③ 24.1	—
転廃業	20.0	11.8	17.1	—
特になし	③ 21.3	③ 23.5	11.1	8.3
広告・宣伝の強化	13.6	③ 23.5	20.6	② 41.7
経営の多角化	13.6	② 26.5	21.1	8.3
営業時間の変更	12.5	8.8	14.1	—
その他	3.2	2.9	5.5	8.3
事業規模の拡大・縮小	2.9	—	6.0	—
事業の共同化・休業化	1.6	—	3.5	—
不詳	0.5	—	0.5	—
店舗の移転	0.3	—	0.5	—

◎丸数字は集計数の多い3位までの項目

前頁の表－１９から、今後の経営方針を経営主体別に上位３位までをみると、

個人経営→１位「施設・設備の改装」39.2％、２位「入浴券、サービスデー導入」23.7％、３位「特になし」21.3％。

株式会社→１位「施設・設備の改装」55.9％、２位「付帯設備の充実」と「経営の多角化」26.5％、３位「特になし」と「広告・宣伝の強化」23.5％。

有限会社→１位「施設・設備の改装」66.7％、２位「入浴券、サービスデー導入」25.1％、３位「付帯設備の充実」24.1％。

以上をみると、１位は共通して「施設・設備の改装」で、２位は個人経営と有限会社が「入浴券、サービスデー導入」を上げている。株式会社の２位は「付帯設備の充実」と「経営の多角化」である。３位は個人経営は「特になし」、株式会社は「特になし」と「広告・宣伝の強化」、有限会社は「付帯設備の充実」を上げている。

Ⅲ 「一般公衆浴場営業」の経営改善の方策

1. 浴場業に関する「振興指針」の紹介

環境衛生関係業は、国民の日常生活に密着して、その充実向上に大いに貢献している。特に、浴場業は、国民生活における身近な娯楽を提供するものとして、その地位を保ってきたが、近年、高温多湿なわが国の気候風土のなかで多くの人々に入浴の機会を提供し、地域の保健衛生水準の維持向上に大いに役立ってきたところであり、地域のふれあいの場としても重要な役割を担うなど、わが国独特の生活文化を築いてきた。しかし、自家風呂の普及、生活様式の変化等により浴場業を取り巻く経営環境は極めて厳しい状況にある。

したがって、現在、一般公衆浴場業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望に的確に対応することにより営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、今後、一般公衆浴場業の振興のために必要な指針を定めるものとする。

(注) 文中に使用される略号は次の通りである。

「環境衛生同業組合」⇒「組合」、「全国環境衛生同業組合連合会」⇒「連合会」

「都道府県環境衛生営業指導センター」⇒「都道府県指導センター」

「全国環境衛生営業指導センター」⇒「全国指導センター」

第1 平成16年度末における経営振興の目標に関する事項

一 需要・供給の見通し

(1) 1世帯当りの年間利用回数は昭和55年の27.9回から平成9年の3.4回へと、また施設数も昭和55年の1万5696施設から平成10年には8790施設へと大幅な減少を示し、その収益も伸び悩みの傾向にある。一方で健康ランドやスーパー銭湯などの施設の増加がみられ、浴場業に対する需要は依然として根強いものがある。したがって、一般公衆浴場も利用者の要望の多様化等へ積極的に対応することにより、自家風呂保有者の需要が喚起できる付加価値性の高い業態への移行を図り、経営の合理化を推進していく必要がある。

(2) 以上を踏まえて、平成16年度における一般公衆浴場業の需要額を、売上額の動向から、1500億円と見込み、これに対応した供給を行うことを目標とする。

二 サービスの向上

(1) 一般公衆浴場業においては、短時間の接客時に爽やかなサービスを心掛ける必要がある。また、固定客の確保を図る観点からも従来実施しているサービスに加え、一步踏み込んで利用者の潜在的要望を積極的に引き出すため、優待制度付のプリペイドカード、回数券、家族券の発行を行なうほか、自由な発想で新たなサービスの開発を行なうことを目標とする。

(2) 近年の急速な高齢化の進行で高齢者、障害者等の中には入浴機会が制約される者が増加している。営業者は地方自治体が行なっている福祉入浴援助事業に積極的に協力する努力に努めるものとする。

三 施設・設備の近代化

営業者は、利用者の増大を図り、利用者の快適性を確保するため、老朽化が目立つ施設については建替え、改装等を行なうよう努める。

さらに、自家風呂保有者の利用の増加を図る観点から、家庭にはないリラクゼーション設備を整備するとともに、ゆとり感のある質の高い空間づくりに努める。また健康の増進の場や、地域のふれあいと文化活動の場を設け、地域の特性、利用者の要望に沿った施設・設備の近代化を図ることを目的とする。

四 経営規模及び経営管理の目標

営業者は、現在おかれている社会的経済的諸条件やその見通しを十分考慮するとともに、経営力、経営目標等を十分参酌し、それらに適切に対応するため常に将来を予測した明確な経営方針を確立し、利用者の要望を充足するような体制を整え、自己の経営能力に適合した経営規模又は施設の形態を実現することを目標とする。

また、営業者は、利用者の要望に沿ったサービスの多様化・施設の複合化等に取り組むとともに、近代的経営の推進に努める。

五 経費の適正配分

経理者は、より詳細な経費分析を行うことはもとより、多様化や複合化をする場合は会計区分、費用分析を行ない経費のより効率的な配分及び活用を図る。

六 衛生水準の向上及び衛生管理

一般公衆浴場業は、不特定多数の者を入浴させるという公益性の高い業種である。

したがって、営業者は衛生水準の向上を図り、より清潔で快適な浴場の整備を図るため、衛生の保持に努めるほか、利用者に不快感を与えないよう努める。また、従業員の健康管理を徹底することを目標とする。

第2 経営振興の目的を達成するために必要な事項

一 経営管理の近代化、合理化

(1) 経営方針の確立及び将来指針の策定

ア 営業者は、一般公衆浴場業の担う社会的使命を自覚し、利用者の要望の変化に的確に対応した意欲的経営を推し進めるため、浴場施設・施設の近代化、衛生管理や経営に関する研修会及び講習会等に積極的に参加し、営業者自身がこれらを企画する等、新しい経営知識の摂取及び自己啓発に努めるものとする。

イ 営業者は、都道府県指導センター等経営指導機関の診断及び指導を受け、立地条件、利用者層、資本力、経営能力等自己の経営上の特質を十分に把握して、経営方針を確立し、適切な経営管理の推進に努めるものとする。このため、全国指導センターは経営の改善に役立つデーターの整備及び提供に努めるものとする。

ウ 組合は、営業者の努力を援助する事業を実施するとともに、経営上必要な情報、特に地域的な経営環境情報及び将来展望に関するデーターを、組合員に速やかに提供するように努めるほか、情報を収集し分析を容易にするためコンピューター等の

情報機器を導入し、業界の利用に適したソフトウェア類の開発に努めるものとする。
エ 連合会は、各組合が収集整理したデーター等を基礎に検討機関を設け、一般公衆浴場営業の将来指針を策定するものとする。

(2) 経営の計画化

営業者は、経営規模、経営形態、季節別需要動向、曜日別需要動向、時間帯別需要動向等を基に適切な経営計画を定め、安定した需要確保のため繁閑の差を克服する経営に努めるとともに、利用者の利便に対応した効率的な経営を行なうよう努めるものとする。

(3) 経営の複合化

営業者は、行政との連携のもとに、地域のふれあいや文化活動の場を提供するとともに、老人日帰りサービス等への参加、集合住宅との複合化を進めるなど、一般公衆浴場に対する認識を深め、需要拡大を図る。

(4) 作業管理の近代化

営業者は、生産性の向上、経費の低減を図り、人手不足等に対応するための省力化を推進するとともに、作業手順、作業方法及び作業日程計画を策定し、従業者に対する作業指導及び作業管理を行なうよう努めるものとする。

(4) 経理の改善

ア 営業者は、経理の適正化に努めるとともに、営業活動のための財務計画を作成し、財務内容の改善をはかるものとする。

イ このため、都道府県指導センターは、営業者に対する経理改善のための相談・指導事業を強力に推進すること。また、全国指導センター、連合会は、共通伝票の普及、統一した経理基準や原価計算基準の作成、普及などにより、経理の規格化及び標準化を図るとともに経営改善に役立つデータの整備及び提供に努めること。

(5) 経費の節減及び適正配分

営業者は、経営管理の適正化、施設・設備の近代化、作業の効率化、省エネルギーの徹底等により経費の削減を図る。また、営業者は、営業方針に応じた経費の適正配分により、経営の合理化や個性化に努めるものとする。

二 施設・設備の整備

(1) 施設・設備の適正規模

営業者は、施設の新築・増改築を行なう場合、利用者数、利用者の圏域、競合状態等を考慮した施設・設備の整備を図ること。

(2) 浴場形態の工夫、施設の整備

営業者は、利用者層、立地条件、経営規模等を考慮し、清潔な浴場づくりに努めるとともに、自家風呂保有者の要望にも対応した工夫を行なうものとする。健康の増進、地域のふれあいと文化活動の場としての施設の多様化を図る。

(3) 高齢者、障害者のための施設・設備の整備

営業者は、高齢者、障害者等が安全かつ容易に入浴できるよう、段差の解消等や福祉用具等の整備に努める。

(4) 省エネルギーの推進

営業者は、ガスや電気、石油等使用量を正確に把握し、省エネルギーの観点から総点検し、効率的な省エネルギーのためのシステムを検討し、省エネルギーの推進に極力努めること。

三 広報、各種行事の実施

- (1) 営業者、組合及び連合会は、浴場マップや情報誌、インターネット等を利用した情報発信を行なうほか、タウン誌へ一般公衆浴場の場所、サービス内容の情報や行事の案内等を掲載し、またマス・メディアを活用し創意工夫をした広告、宣伝を行ない、需要の拡大に努める。
- (2) 組合及び連合会は、地域での行事を活用して、一般公衆浴場の優れた点や快適性等を積極的に啓発するように努める。
- (3) 組合及び連合会は、連合会の作成したシンボルマークをテレビ、新聞、ポスターター、タウン誌等を通じ、また広報ビデオを作成し地域各種行事に活用するなどその普及啓発に努める。営業者もこのマークの活用等利用者へ積極的に働きかける。
- (4) 組合及び連合会は、利用者意識調査、情報の収集、分析等を踏まえ、利用者の要望に的確に対応する広報事業、催事の開催、共通入場券の発行等需要拡大に効果的な事業の実施を図る。

四 事業の共同化、協業化

- (1) 営業者は、情報の収集・管理、並びに従業者に対する教育・研修及び福利厚生を共同で推進し、質的な経営資源の充実に努めるとともに、需要開拓のための宣伝、催事、ブリーパードカード、共通入場券の発行等その他の業務の共同化を図るよう努めること。
- (2) 営業者は、教育・研修施設、福利厚生施設等を共同で設置し、強い協業意識の下に事業を協業化することにより、需要の開拓、経営コスト低減、施設・設備の近代化、利用者の吸引力の増大、経営力の強化及び従業者の福祉の向上を図るよう努めること。
- (3) 組合及び連合会は、経営の活性化を図るため、組合員における事業の共同化、協業化を積極的に推奨し、事業活動が円滑に推進されるよう適切な指導を行ない、必要に応じ、事業を自ら企画、実施に努めること。

特に共同施設の設置については、組合員の大部分に公平かつ有効に利用されるとともに、設置及び維持管理に要する費用の負担が過重にならないよう配慮すること。

なお、地域の事情に応じて、他の業種との共同事業についても検討する。

五 従業者の資質の向上

- (1) 営業者は、一般公衆浴場の新たな発展を期するため、従業者の資質の向上に関する情報の収集及び関係知識を修得するなどの自己研鑽に努め、職場内指導を充実するとともに、従業者を組合等の実施する研修会、講習会などあらゆる機会を活用して従業者の資質の改善・向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めること。
- (2) 営業者は、接客の手引きを作成し、これを従業者に周知徹底させ、利用者の信頼と好感の得られるサービスの提供に努めること。このため接客手引きの基本を作成し、その普及に努めること。

このため、組合及び連合会は、営業者がそれぞれの経営の特質に応じて作成する接客の手引の基本となるものを作成し、その普及に努めること。

六 新技術の開発・導入

営業者、組合及び連合会は、利用者の利便、環境の保全に應えるため、研究機関等との提携により、すべりにくい浴室タイル等の床材、省エネルギー型都市ガスボイラー、高能率集塵装置等の新技術の開発及び普及に努めること。

七 需要の拡大

(1) 営業者は、需要の拡大を図るため、モニター制度の導入、アンケートの実施等の市場調査を実施することにより、利用者の要望を的確に把握し、番台方式に替わるフロント方式や浴室の入替方式の導入についても検討すること。

組合は、一般公衆浴場以外の入浴施設とも連携を図るなどにより、自家風呂保有者に対する需要拡大策を検討すること。

(2) 営業者は、調査を通じて得た利用者の要望や地域特性を業務に反映させるため、地域住民の生活サイクルに応じた営業時間及び営業日を設定すること。

(3) 営業者は、地域の実情に応じ朝湯会の実施、親子ふれあい入浴、子供会を通じた入浴機会を提供する活動、若者への魅力あるサービスの多様化を図ること。

(4) 営業者は、手軽に利用できるタオル、石鹸等の販売、ヘアドライヤー、消毒済みタオルの貸出、ハンガー付のロッカーの整備等利用者の利便を図るものとする。

(5) 営業者は、営業時間外に脱衣場、ロビー等を集会その他の行事に提供するなど地域住民との緊密化を図り需要の拡大に努めること。

(6) 組合活動の活性化

組合は、これからの業界の発展の方向性を示し、衛生水準の維持向上を図るなどの指導活動を充実させ、営業者の自主的努力を支援するほか、様々な共同活動を展開し、誰もが参加したくなるような魅力ある組合として発展することが求められる。

このため、情報網の構築、労働環境の改善、人材育成システムの確立、環境の保全、地域社会への貢献等の活動を検討すること。

全国指導センター、都道府県指導センター及び連合会は、組合の活性化の方策について、常時検討を加え、必要な処置を講ずるものとする。

第3 経営振興に際し配慮すべき事項

一 従業者に対する労働条件の改善及び福利厚生の充実

(1) 営業者は、家族従業者を含め全従業者が意欲と働きがいをもって継続的に従事することのできる魅力的な企業経営を行うことにより、従業者の確保、勤労意欲の増進を図るため、労働基準法を十分に理解し、遵守し、適性な賃金水準の確保、休業日及び年次有給休暇の増加、労働時間の短縮等、利用者の利便や経営の安定に配慮しつつ、労働条件の改善に努めるものとする。

また、人手不足、経費の上昇等に対処するため、パートタイマー等を確保し、その活用を図ること。

- (2) 営業者は、従業員の働きやすい職場環境を形成するため、自ら又は他の営業者と共同して、福利厚生の実施に努めること。
- (3) 組合及び連合会は、必要に応じ、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施を図るとともに、共済制度の整備、充実を図ること。また、組合員は、これらを積極的に活用し、従業員の福祉の向上及び生活基盤の安定に努めること。

二 衛生管理

- (1) 営業者は、「公衆浴場の自主管理点検表」を用いて浴槽水等の定期的検査や浴室内又は脱衣室内で浴槽、洗い桶、床面、脱衣箱等の清掃及び点検を徹底し、排水設備、トイレ等の清掃の実施、衛生教育の実施による従業員の資質の向上等衛生水準の維持向上のためのサービスの充実・強化を図り、利用者が清潔かつ衛生的な環境で快適な入浴が行えるような衛生管理に努めるものとする。
また、衛生管理について率先して従業員の模範となるよう努め、従業員に対する指導監督に努めること。
- (2) 組合及び連合会は、保険所その他の関係行政機関等との連携を密にし、衛生管理に関する研修会及び講習会の開催、営業者の衛生管理の手引の作成等業界における衛生思想の啓発普及並びに自主的な衛生管理体制の整備及び充実を図ること。

三 従業員の安全衛生の管理

- (1) 営業者は、公衆浴場法、労働安全衛生法、消防法等の関連諸法令を十分に理解、遵守し、作業環境の改善・整備、従業員の健康診断の実施、従業員に対する安全衛生教育の実施など従業員の安全衛生の確保及び健康保持のために必要な措置を講じるよう努めること。
- (2) 組合及び連合会は、保険その他の関係行政機関等との連携を密にし、組合及び連合会に安全衛生の確保のための管理指導に当たる者を置くよう努め、健康診断の実施を促進するなど、組合員等の安全衛生のための自主管理体制が確立され、その効果的運用が図られるよう努めること。

四 環境の保全

- (1) 営業者は、営業活動に伴って生ずるばい煙、排水等が地域の環境に悪影響を及ぼさない必要措置を講じ、環境の保全に努めるものとする。
- (2) 組合及び連合会は、啓発普及活動を実施し、環境の保全等に努めるものとする。

第4 利用者利益の増進に関する事項

一 普及啓発活動

- (1) 営業者は、利用者に対し入浴効果、入浴マナー等の浴場に関する情報の提供に努めるものとする。
- (2) 組合及び連合会は、外国人向けの入浴マナー等に関するポスター、パンフレット等を作成、配布し、外国人に対する正しい入浴方法の啓発普及に努めること。

二 表示の適正化

営業者は、営業時間、休業日、施設・設備等の提供するサービス内容や料金について利用者の見やすい場所に明確に表示し、利用者の選択の利便を図ること。

三 事故の防止

営業者は、事故防止のため、常時施設・設備の安全点検を行い、災害時における誘導方法等を考慮した防災訓練等に努めるとともに、盗難防止、損害賠償保険の加入に努めること。

四 利用者の信頼の確保

(1) 営業者は、利用者からの意見・苦情に対して適切に対応することが、信頼の確保及び利用者の要望の動向の把握に資するもので、一般公衆浴場に係わる意見や苦情に対しては、誠意をもって対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めること。

(2) 組合は、利用者の意見の収集に努めるとともに、これをサービスに反映させるように努めること。

また、組合は、苦情相談窓口を開設するとともに、都道府県指導センター等の設置する苦情処理機関の運営に協力するなど苦情処理体制の整備を図ること。

(3) このため、組合及び連合会は、意見処理の手引、苦情対応の手引を作成し、その普及に努めること。

五 その他利用者利益の擁護

組合及び連合会は、利用者の利益の擁護に資するものについて常時検討を加え、その実現に向け、必要な措置を講ずること。

第5 振興指針の有効活用の方策

この浴場業の振興指針は、組合が策定する振興計画の基本的考え方を定めたものであり、組合は、当該振興指針に即し、地域の実態を踏まえた振興計画を作成するとともに、関係諸機関の協力を得ながら、その確実な実施に努めるものとする。

なお、当該振興指針の作成に当たっては、組合員等の意見を集約するとともに、都道府県及び都道府県指導センターの指導、協力を得るものとする。

振興指針について以上

2. 一般公衆浴場営業の経営改善のポイント（中小企業診断士 新谷安良）

公衆浴場は、第二次大戦後、戦火による荒廃のなかで、市民の要望が高く爆発的に建築され、最盛期には全国に2万3000店を数えた。しかし、高度成長時代から安定成長時代へと時代が変化するにつれ、都市機能が充実し、住宅環境の整備が進み、自家風呂保有率が上がるにつれ、一般公衆浴場は減少の一途をたどり全国で約8,000店弱までに減少している。

一般公衆浴場がどのような推移で今日にいたっているか、本書の始めに概観したしてきたが、改めて施設数及び家計における風呂代の支出の経過を表一20で示しておく。

表一20 公衆浴場施設数の年次推移・家計の風呂代推移

	施設数		施設数指標		年間家計支出額	
	総数	一般	総数	一般	金額 (円)	1回当りの 価格(円)
昭和60年	24,864	13,787	100.0	100.0	3,042	199.2
平成2年	24,750	11,725	99.5	85.0	1,783	245.3
6	25,540	10,112	102.7	73.3	1,215	269.3
7	25,790	9,741	103.7	70.7	1,271	275.6
8	26,009	9,461	104.6	68.6	1,096	293.9
9	26,377	9,020	106.1	65.4	981	292.1
10	26,744	8,790	107.6	63.8	1,045	300.0
11	26,870	8,422	108.1	61.1	703	315.8
12	26,732	8,117	107.5	58.9	742	317.7
13	26,827	7,851	107.9	56.9	769	325.1

資料：厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告」

資料：総務省「家庭調査年報」

(1) 一般公衆浴場営業の抱える問題点（経営実態調査より）

一般公衆浴場業界も今回の調査のアンケート集計をみると、その中から厳しい環境がうかがえる。ここでは、アンケート調査から回答が示していることや、示唆している事項をまとめる。そして、一般公衆浴場の経営についてのあり方の一端をまとめて、このレポートの締めくくりとしたい。

今回の経営実態調査から問題点をみると、

- ①前年対比の売上高では、減少施設が68.2%で、増加館29.1%で、7割弱の施設が売上を減らしている。
- ②前期比の利益の増減では、減少館が53.8%、増加館43.5%であり、5割強の施設が利益を減らしている。
- ③経営上の問題点として客数の減少が、1位に挙げられ、93.5%の数値を示している。

以上の3点からみると、一般公衆浴場業の現実は極めて厳しいといえる。

次に、経営実態調査の「経営上の問題点」「今後の経営方針」の回答数上位3位までを次頁表一3にまとめてみた。

表-21 経営実態調査の上位3位の項目

	1位	2位	3位
経営上の問題点	利用者の減少 93.5%	施設・設備の老朽化 55.3%	スーパー銭湯の出現 49.2%
今後の経営方針	施設・設備の改装 45.60%	入浴券、サービス導入 24.2%	付帯設備の充実 21.0%

◎経営上の問題点

第1位は「利用客数の減少」が93.5%と、問題点の中心になっている。業界を挙げて、問題点に取り組まなくてはならない段階にきていると考えられる。

第2位「施設・設備の老朽化」は55.3%で、約半数強の得点割合である。前掲の図-3で創業者の年齢をみたが、60歳以上が67.4%を占め、創業年度では昭和49年以前が92.6%を占めている（図-4）、営業者の高齢化の進展と創業年次の古さが目につく。次に、新築又は改装の年数では、20年以上が66.9%になる（図-24）。施設の老朽化が大きな問題点であり、最近の人気のスーパー銭湯等の出現などを考えると、問題点として2番目に上げられていることは、うなずける。

第3位は、その「スーパー銭湯の出現」が49.2%で3位に上げられている。

◎今後の経営方針

「施設・設備の改装」45.6%で1位である。3位には「付帯設備の充実」21.0%と設備・施設関係が上位に来ているのは、時代の要請が、清潔で、感じが良く、諸々の付帯設備が本当のサービスに必要であることが要求されていると考えられる。

「入浴券・サービス導入」が24.2%で2位にランクされている。狭義の販売促進対策であるが、営業の基本は時流にマッチした販売促進策を継続して行なっていくことが大切なのである。

(2) マーケティング・ミックスで経営を進める

そこで、マーケティング・ミックスの原則を一般公衆浴場営業に当てはめて、マーケティングに則った経営戦略を進める手だてになることを願う次第である。

マーケティング・ミックスとは、「設備のサービス」、「人的サービス」、「狭義の販売促進」、「情報サービス」、のマーケティング手段を効果的に関連させた戦略の下に経営を進め、効果を上げる方法のことである。

浴場業はサービス業である。表-22のマーケティング・ミックス戦略はその意味で各項目に、サービス戦略を付けることとした。

①施設・設備サービス戦略

高齢化社会を迎えて、高齢者、身障者への働きかけを、工夫して積極的に取り組みたい。この問題は即効性は期待できにくく、対応面で困難ではあるが、手掛けたところが地域の支援を得られる結果になるであろう。

設備・施設の近代化や健康をキーワードにした付帯設備など、快適性を追求することが

が大切なポイントである。

②人的サービス戦略

良いサービスができるかどうかは、営業者も含めた従業員の質的向上が全てである。サービスにも「人間性」が求められる次代である。企業経営は環境適応で生き残れるのである。そして、継続して学ぶ教育環境を整えることが、大切である。それには、「集団で学ぶ」「楽しく学ぶ」ことを重視したい。その意味でも経営者自身の自己研鑽は大切である。

③販売促進サービス戦略

お客のニーズにアンテナを張って、きめ細かい販売促進策を打ち立てたい。少年や学生、若者は次代のメイン顧客である。如何に開拓するかは、困難ではあるが、販売促進の対照として取り組むべき課題であろう。

④情報サービス戦略

宣伝・広告はサービス業では極めて重要な戦略である。情報の諸々の手段を活用したい。インターネットのホームページの開設やPR誌などの発行は、1企業では無理な場合は、組合等を活用して事業をすすめていきたい。

