

第23次東京都公衆浴場対策協議会 報告

本協議会は、知事から検討を依頼された令和5年東京都公衆浴場入浴料金統制額について、社会経済の現状と今後の見通し、公衆浴場を取り巻く経営環境、利用者である都民の生活の安定を図る観点のほか、入浴料金統制額の試算結果を踏まえ、様々な見地から協議を行った。

開催実績

第1回

実施日：令和5年2月15日（水曜日）14時半から16時まで

第2回

実施日：令和5年5月26日（金曜日）11時から12時半まで

1 統制額について

令和5年入浴料金統制額を改定すべきかどうかについて以下のとおり意見があった。

- 統制額は引き上げざるを得ないだろうと考える。物価が全般的に上がっている中、経営上も、利用者としても、ある程度の入浴料金値上げは、説得力はある。
- 引上げ額が50円の場合と20～30円の場合との差は大きい。50円は値上げ感が大きく、食品等の例でもそうだが、購買を見直すきっかけになりかねない。
- 引き上げる場合、割引サービスや補助金等、プラス要素をセットで検討するのが良い。
- 自力で色々工夫をして客を増やし、少々値上げしても耐えられる浴場がある一方で、客離れのリスクを回避するために据置きを希望する浴場も少なくない。そういった浴場にも支援が必要なため、その点に配慮した小幅の引上げが良い。
- 過去20年ほどの乖離額と統制額の引上げ幅を見ると、30円引き上げたのは平成18年で、その後は上げても20円まで。価格が高いと思ったときに消費行動に影響が出ることから、落としどころとして20円は妥当。
- 1割に当たる50円は、日常浴場を利用する人からすれば相当大きく感じる額だ。いろいろなものが値上がりしているが、その幅は大体3%から4%ぐらいということを考えれば、4%程度の20円の引上げであれば妥当である。

- ◆ 浴場の昨今の状況は、消費財の仕入れ値や設備費等も高騰する中、非常に厳しく、乖離額からも、統制額の引上げは避けられない
- ◆ 客離れのリスクを回避したい浴場にも配慮した小幅の引上げがよい
- ◆ 物価統制令の消費者保護の趣旨からも、大幅な引上げは避けるべき
- ◆ 引上げ額に関しては、30円が適当との少数意見もあったが、ほとんどの委員が**20円の引上げが妥当**との意見

2 今後の浴場経営について

公衆浴場業界が、公衆浴場の地域における交流拠点としての役割及び有用性を十分認識し、公衆浴場業の将来的発展に向けて、利用者サービスの一層の向上や新規利用者拡大のため取り組んでいただくよう、以下のとおり意見があった。

(1) キャッシュレス決済の導入について

- 引上げによりワンコインでなくなるが、キャッシュレス決済であれば、端数があっても影響が比較的少ない。店舗の状況によっては、費用をかけてキャッシュレス決済を導入するのは難しいところもあるかもしれないが、若年層等新たな利用促進を図るという意味でも、デジタル化は重要と考える。

(2) 柔軟な料金設定の促進について

- 消費刺激として、ある程度の価格設定の自由度は経営上あって然るべき。統制額が引き上げられても、あくまで上限なので、浴場が自分たちの意思で入浴料金を設定できることを知り、業界の中から変わっていただきたい。
- 入浴料以外でも物販などで収入を得ている浴場と、湯船一つで営業している浴場があることを考えると、浴場が設備や規模に応じてカテゴリー分けするなど主体的に入浴料金を決められると良い。

(3) 多様な営業形態の選択について

- 時間帯によって料金を変えている例はないが、例えばお正月の営業や休日の朝湯など、時間設定の工夫等は引き続き行っていただきたい。
- 経営の安定化につなげるために、他業種とのコラボ等、経営の多角化の可能性を探っていただきたい。

(4) 共通入浴券について

- 共通入浴券の価格設定によって客離れを防ぐこともできるので、業界努力ということになるが、最も有効な手段として価格設定も含めた企画・普及に取り組んでいただきたい。

(5) 利用者開拓について

- 今まで銭湯に足が向かなかった人を対象に需要を掘り起こすことが、今後の公衆浴場経営にとって必須である。
- コロナ収束局面にあって、人流も回復基調にある。浴場経営者はこの機会を逃さず、新たな顧客、特に若年層や文化体験欲求の高いインバウンド顧客などの獲得に努めていただきたい。都にも、補助などのさらなる支援を検討していただきたい。
- 浴場の設備や雰囲気等がわかるような看板を設置したら、これまで躊躇していた近所の住民が来店するようになった例がある。日常的に使ってもらうためには、もっと近隣向けにメッセージを伝えるのが良い。
- 子供の頃に銭湯を体験した人がヘビーユーザーになっている。子供の利用を推進するため、子供の割引サービスを設けるなど、取り組んでいただきたい。区市単位のイベントが多いが、もっと広がりを持たせ、親子で手頃な価格で利用できる日等も設けると良い。
また、子供の体験学習の場としての利用など様々な工夫もできるのではないか。
- 地域の中学校・高校で部活の子供たち向けに団体割引のようなものを設定し利用を促すと、将来の利用者を育てることになる。開店前の1時間を貸切にして、課外イベントに利用してもらうといった取組も考えられる。

(6) 自店の経営実態を知る取組について

- 時間帯ごとに差別価格を設定する等営業戦略を考える前提として、自店の基本的な経営数字（日時別来店者数等）を把握することは有効である。経営者が高齢で、かつ少人数の事業従事者しか抱えていないところは負担が重いと捉えられそうであるが、このような取組は事業承継にも寄与すると考えられることから、組合としても浴場に働きかけを行っていただきたい。