

白石貴裕(Takahiro SHIRAISHI)

名古屋文理大学 情報文化学部 情報メディア学科 はせがわ研究室(横田ゼミ)

HASEGAWA Laboratory(YOKOTA Seminar),
Department of Information and Media Studies,
School of Information Culture, Nagoya Bunri University

要旨

大学3年生次よりDTPによる卒業作品に取り組み、内容として各地の温浴施設の写真とレポート記事をまとめた冊子「日帰り温泉旅路記2010」を作成した。

冊子を作成するにあたり、実際に様々なタイプのものがある温浴施設の区分について、名称や性質・規模などの実情のあらかし方に明確な定義が無く、分類するのに苦労した。法律では「公衆浴場法」が施行されており、区分として物価統制令を受ける「普通公衆浴場」とそれを受けない「その他の公衆浴場」の2つ、「宿泊施設」の浴場は「旅館業法」によって定められている。つまり法律としては「日常生活における保険衛生に必要な入浴に設けられた浴場施設(普通公衆浴場)」を物価統制令を受け入浴料を設定している以外、特に施設区分を行っていない。しかしながら近年の娯楽の多様化により温浴施設の形態増え、各種メディアでもどんな温浴施設なのかが中途半端な区分で扱われており利用者側にとって不親切な状況になっている。

そこで卒業作品の為の記事作成のために、現地で行った温浴施設の取材データ246件分を元に考察し、区分定義と利用システムの考察を行った。この結果、区分定義として「銭湯」「共同浴場」「スーパー銭湯」「健康ランド」など10つの区分に分けることができた。各区分の定義化に関しては「施設の経営基盤(公営、私営、第3セクター)」「営業基盤(地域、エリア人口、観光要素、客層、併設施設、公共性)」「入浴料」「営業時間」「定休日数」「備品、サービスの方法」「浴槽の種類」「施設テーマ」「館内施設の種類」「天然温泉の有無」の基準から考察した。利用システムは数ある入館から退館までの施設の利用方法(ロッカーの使用など)について考察し長所や短所を分類しながら、現状の利用システムについて考察した。

しかしながら、温浴施設の形態の多様化により、分類が難しい施設もいくつか存在し、結果、区分が多くなってしまった。今後さらなる考察、形態を見直し、わかりやすい適切な区分定義や利用システムの構築が必要と考える。

以上のような、温浴施設の区分に関する独自の考察を踏まえて、冊子「日帰り温泉旅路記2010」を作成し、また、このような温浴施設を広告する媒体として、大型のポスターの制作も行った。施設の区分や利用システムの区分を分かりやすく反映した冊子は、利用者にとって利便性が高く、ガイドブックとしての利用価値が高いと考えられる。また、ポスターとしての印象に関しても、こうした施設の区分を示すことで、ポスターから受ける印象と実際の施設との不整合を減らすことが可能であると考えられる。

(図1)「日帰り温泉ガイドブック」の特徴

●まっふるマガジン 日帰り温泉 東海・北陸信州'10 紹介数:820湯 (昭文社刊)
●レッツ・ゴー!日帰り湯 中部・北陸編 (JAF出版刊) 紹介数:372湯
●日帰り温泉&スーパー銭湯2010 (びあ刊) 紹介数:199湯

1. はじめに

大学3年生次よりDTPによる卒業作品の準備に取り組み、制作内容として各地の温浴施設のレポート記事をまとめた「日帰り温泉旅路記2010」を作成した。

作品のテーマを「温泉レポート記事」にした理由は2つあり、その一つは元々、入浴文化に対し興味が大きかったのと、アルバイト経験による温浴施設、温浴業界の事情を学び、身につけた事、厚生労働省規定資格の「温泉入浴指導員」の認定を受けた事など、温浴に関する経験、雑学を多く持っていた事による。

2つ目は、「温泉レポート記事」を作成するに辺り、参考にした「日帰り温泉ガイドブック」の問題点を解消した「温泉レポート記事」を含めた「日帰り温泉ガイドブック」を作成したかった事がある。

「日帰り温泉ガイドブック」の問題点として以下を挙げる。

・施設区分が記載されていない。

「日帰り温泉ガイドブック」の多くが「日帰りで利用できる天然温泉を利用した施設」を県別にカタログ形式に掲載しているが、どの様な施設なのかが、一目で認識できる様な記載が行われていなかったり、不十分な現状がある。

「日帰り温泉ガイドブック」として市販されている雑誌を元に特徴を挙げる(図1)

いずれのガイドブックも「都道府県別」による施設を分けを行っている共通点がある。

「まっふるマガジン」は施設による区分分けを行わず、県別だけで様々な施設をカタログの様に紹介している。文章を読む事によりどんな施設なのかが、ある程度分かるが、サービス形態などが一切記載されていないので、実際に利用すると、思わぬ環境であったり、ギャップが生じる可能性がある。

「レッツ・ゴー!日帰り湯」は高速道路のIC付近にある施設ごと編集されていて、ドライブガイドブックに近い。文章が少なく、どんな施設なのかが分からないが、施設ごとにマークによる分類分けしている(例)「ファミリー向け」「泉質重視向け」「ビューティ施設充実」ので、読者のお好みごとに選ぶ工夫がある。ただ、こちらもサービス形態などが一切記載されていないので、ギャップの可能性はある。

「日帰り温泉&スーパー銭湯」は他誌と異なり、スーパー銭湯と言う区分の施設と日帰り温泉施設を2つに分類して編

集しているのです、どんな施設なのかが具体性があり、ガイドブックとしても利用しやすい。但し、その反面、2つの分類だけ施設分けしているのです、どう考えても「スーパー銭湯」と判断できないと思われる施設も当て込まれてしまっているのです、実際に利用すると、思わぬ環境であったり、ギャップが生じる可能性がある。

この様に、「日帰り温泉ガイドブック」各種が、施設区分をあまり記載しない理由として、「日帰り温泉」を提供する温浴施設の施設形態、業態、利用システムが非常に多種多彩で複雑であり、統一されていない現状がある。

ここで「小売業界」の施設区分を以下の表(図2)に例に挙げてみた。

(図2)小売業界の施設業態

有人店舗	百貨店(デパート)	
	スーパーマーケット	総合スーパーマーケット(GMS)
		食品スーパーマーケット(MS)
	コンビニエンスストア(CVS)	
	ディスカウントストア(DCS)	
	ドラッグストア(DS)	
	100円ストア	
	専門小売店	
無人店舗	通信販売	
	訪問・移動販売	
店舗形態	商店街	
	単独店舗	
	複合ショッピングセンター	
	パブリック施設型	

大きく分けて「有人店舗」と「無人店舗」の業態に分類され、小売業態ごとに分ける事ができる。利用者のその形態に合わせて買い物をする事ができ、店側もどの業態の店舗なのかを店名をブランド化したり、店舗名にストアの業態を表記する事により、店舗業態を明確にしている。この事から、利用者側も店舗業態の棲み分けが確立している。

これに対し、温浴施設もいくつかの業態が定義され、棲み分けがされている。

(図3)温浴施設の施設業態

日帰り	野湯
	銭湯
	共同浴場(外湯)
	スーパー銭湯
	健康ランド
	都市型サウナ施設
	日帰り入浴施設
宿泊	宿泊施設(内湯)
	湯治場(湯治宿)

例に挙げた「小売業界」同様、温浴施設も業態区分が分けられていて、施設により、どの業態の店舗なのかを店名をブランド化したり、店舗名にストアの業態を表記する事により、店舗業態を明確にしている店舗もある。

この様に、「日帰り温泉ガイドブック」も業態区分の記載を行えば、事前に施設形態が理解できる為、利用に対するギャップや不便をする事も無くなると予想される。

そこで、この業態を元に、取材データやレポート内容を活用し、「日帰り温泉ガイドブック」の問題点であった十分に掲載していなかった「業態ごとの施設区分」を十分に反映した「ガイドブック」を制作する事にした。

1.2. 「情報文化学」の観点から

私自身としては、「温泉レポート記事」をDTPで作成する事は、この大学で学んだ「情報文化学」を最大限に活用した事と同じだと判断する。

温泉施設に対するレポートは、現地に直接取材に行く必要がある。その為、事前準備として情報収集を行い、アクセス方法、エリア情報などをインターネットや温泉雑誌、口コミなどで情報を収集する。

その情報データを元に、現地へ足を運び、事前の情報データと現地での得られた情報データと照合し、正確な情報へ近づける。

その後、施設の利用状況や施設環境等を収集し、分類ごとにデータ化した。そのデータと実際に利用した状況を元に施設に対する利用レポートをDTPの技術と知識を活用して作成する。

この様に得られた「情報を的確に活用」する能力を最大限に生かしてこそ、この作品作成は成立するものだと考える。

2. DTPによる卒業制作

「日帰り温泉旅路記2010(図4)」について

(図4)表紙



コンセプトとして「濃厚な温泉施設利用レポート集」を目指した。従来の「日帰り温泉ガイドブック」では対応しきれない施設利用手順や浴槽、温泉の感想を含めた簡略にしないレポートをカタログ形式(図5)で掲載し、どんな施設なのかが理解できる工夫、普段温浴施設を利用しない方から、マニアの方でも大満足に活用できる詳細データを網羅した。

(図5)カタログ形式のレポート記事



DTP制作のレイアウトの工夫としては、詳細データ部、レポート部、アクセス部の3点に分け、温浴施設の今後のサービス形態の変更を即座に変更、及び反映できるようにパーツ単位で管理できる構成にした。

その他、工夫点としては、温泉をより楽しんでもらう工夫として、温泉に関する雑学や知識を身につける事ができるコラム記事や、「温泉入浴指導演」の知識を生かした入浴に関するコラム記事を掲載した。

3. 温浴施設の施設業態の定義について

3.1. 調査資料について

作品造りのために、現地にて調査、利用状況、データ収集を行いデジタルデータ(図6)として以下の区分にて整理を行った。

- ・住所
- ・電話番号
- ・ホームページアドレス
- ・来訪日、来訪回数
- ・料金
- ・営業時間
- ・定休日
- ・割引情報、会員制度サービス
- ・無料の備品、有料の備品
- ・浴場の種類、特色など
- ・景観
- ・環境作用
- ・温泉情報(温泉分析表を写真撮影しデータ化)
泉質名、源泉名、成分総計、湧出量、湧出方法、pH値
温度、飲用、分析年度、温泉の特徴(色、香り、湯肌)
湯上がり感、温泉の利用状況
- ・併設施設
食堂(種類)、休憩所(規模など)、マッサージ、岩盤浴など
- ・周辺施設
温浴建物から数件範囲の施設状況
- ・アクセス状況(公共交通機関、駐車場の規模、国道など)
- ・推定利用客層
- ・推定施設区分
- ・運営母体(公営、私営)
- ・営業基盤(推定エリア人口、観光要素)
- ・利用システム(入館から退館までの利用手順)
- ・施設テーマ(コンセプト)
- ・牛乳の取り扱いメーカー
- ・施設画像データ(JEPG)
- ・利用レポート記事

※デジタル化を行ってない、一部の未調査の項目も場合も含む

(図6)エクセル2000によるデジタルデータ

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	1	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
2	2	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
3	3	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
4	4	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
5	5	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
6	6	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
7	7	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
8	8	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
9	9	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
10	10	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
11	11	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
12	12	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
13	13	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
14	14	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
15	15	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
16	16	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
17	17	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
18	18	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
19	19	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
20	20	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
21	21	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●
22	22	東京都	足立区	湯島温泉	温泉	スーパースタイル	¥1,000	11,000	17,000	無休	●	●

3.2. 対象の施設について

3.1の調査資料246件分のデータを対象とし記事作成を行ったが、冊子作成の際、明らかに一般受けしない、「野湯」や特殊施設を含む3件は除外した。

3.3. 対象の施設の反映方法

「施設業態」を十分に反映させたガイドブックを作成するにあたり、(図3)記載の温浴施設の施設業態について調査資料や従来の「日帰り温泉ガイドブック」、参考文献等を活用して考察を行った。

3.3.1. 野湯

自然に自噴した温泉、あるいは営業利用の廃湯を使用した温泉を、有志によって整備された浴槽や施設、あるいは自然にできた湯溜まりを浴槽とした露天の温浴施設。

非営利で男女混浴である事が前提で更衣所が無く、水着の着用が必要な野湯もある。

3.3.2. 野湯

公衆浴場として、法律として「公衆浴場法」が施行されている「普通公衆浴場」に該当する温浴施設が対象になる。日常生活における保険衛生に必要な入浴に設けられた浴場施設であり、物価統制令を受け都道府県知事により入泉料の上限が決められる。東京都の場合450円、愛知県の場合400円に設定され全国的に400円前後が平均となっている。

近年では家庭風呂の定着と利用客層の高齢化、施設経営の悪化(経営者の高齢化、燃料の高騰など)時代のニーズ等により浴場数が年々減少している。東京都浴場組合の資料によると、昭和43年で2638件あった浴場数が平成20年で938件になり1年で30件~40件のペースで減少している。

浴場を使用するお湯は殆どの浴場が水道水や井戸水の沸かし湯を使用しているが、浴場により天然温泉や人工温泉(入浴剤、天然鉱石など)を使用している施設もある。東京で有名な「黒湯」の温泉(図7)を扱っている大半が公衆浴場の銭湯である。

その他、家庭のお風呂と差別化を図る為、電気風呂やジャグジーバス(気浴泡・圧注浴、泡沫浴、過流浴など)などの浴槽を設け、サウナ風呂を併設する銭湯もある。

但し、サウナに関しては別料金を徴収してい

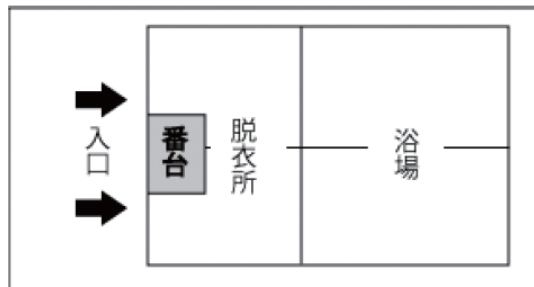
(図7)東京の銭湯 蒲田温泉より



る所が多い。常備品に関してはすべてを持参しなければいけないイメージがあるが、風呂桶は常備され最低限タオルだけ持参、もしくは購入すれば利用できる。石けん類の常備は行ってない銭湯が殆どで、持参するか番台(フロント)で購入することになるが、少数ながらボディソープ等を常備する銭湯も存在する。利用システムは施設により若干異なるが番台形式とフロント形式の2種類がある。

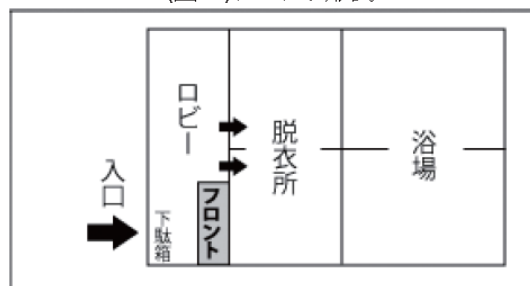
番台形式は入口の番台で料金を支払い、靴を下駄箱(もしくは下足ロッカー)に入れ、上がったところが脱衣所になっている。男女それぞれが銭湯内で独立しており施設を出るまで男女が一緒にはならない(図8)

(図8)番台形式



フロント形式は先に靴を下駄箱(下足ロッカー)に入れ、ロビーのフロントで料金を支払い(もしくは券売機で購入してチケットを渡す)、それぞれの脱衣所へ向かう利用システムである。番台形式と違い男女が銭湯内で料金を払った後に独立利用する形式で、休憩所を兼ねたロビーを設けている施設もある(図9)

(図9)フロント形式



(下駄箱については脱衣室内でなく、入口前に設置している施設もある)

脱衣所のロッカーは鍵付きのロッカーを設置している銭湯もあれば、籠や棚だけのロッカーだけもある。この場合、貴重品は専用のロッカーを設ける施設もあれば番台に預ける施設もある。銭湯の利用層は施設がある周辺の地元住民が中心なので貴重品を持参しないのが基本原則である。

3.3.3. 共同浴場(外湯)

「銭湯」とは異なり、地元の人々や市町村自治体などが管理運営する浴場で、施設の大半が温泉地にある。「共同浴場」は元々、家庭風呂が普及する前の入浴施設で、家庭に浴場が無い自治体向けに設置された衛生管理を維持する為の、生活の場であった。

現在は、家庭風呂の普及で、共同浴場そのものが少なく、温泉を地元の方が利用できる地域住民サービスのための位置づけで「共同浴場」を設け、地域住民限定とした共同湯が多い。

中には外来(一般)客が利用できる共同湯(図10)もあり、温泉観光地の場合、外湯巡りとして、共同浴場を名物の一貫として観光目的に設置する場合もある。



(図10)桑名市長島町の「松ヶ島共同浴場」長島町管理の温泉が引湯され100円で利用できる。

温浴施設として「公衆浴場」に該当するが、営利目的が無いため、公衆浴場法の「普通公衆浴場」には該当しない。料金は寸志や清掃協力金等で徴収する共同湯もあれば、無料で利用できる共同湯もある。

施設は男女別で入浴だけを目的にしており内湯1つと洗い場(施設により洗い場が無く、石けん等の使用を禁止しているところもある)だけと言う質素な構成が多い。営利的な銭湯と事なり、家庭風呂の延長なので、石けんやタオルなどの「入浴セット」を持参するのが前提となる。

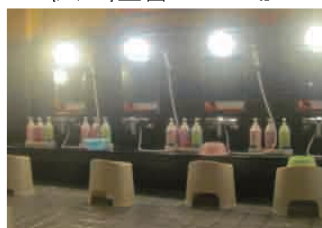
利用システムに関しては、管理人滞在の場合は銭湯の番台方式が多く、無人の場合は、料金箱方式、近隣の商店で受付する方法、温泉地の宿泊施設に多い共同湯の鍵貸し制度もある。

ロッカーに関しては、鍵付きロッカーの設置は少なく、棚や籠が多い。銭湯と同様の位置づけで地元住民の利用が前提なので、貴重品は持ち込まないのが原則になる。

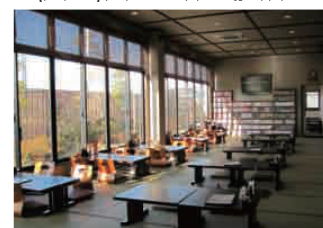
3.3.4. スーパー銭湯

「銭湯」が持つ公衆浴場を娯楽(レジャー)化した温浴施設で、営利目的がある。通常の銭湯とは異なり、大勢のお客が満足に利用できる大規模な作りで、広々とした洗い場(図11)やジャグジーバスや露天風呂、サウナ風呂などの様々なバラエティに富んだ浴槽が満載である。

(図11)豊富な洗い場



(図12)食堂&休憩施設



料金は「普通公衆浴場」である銭湯と異なり、法律上「その他の公衆浴場」として扱われる為、施設により料金が自由に設定されている。

平均的な料金は500円～800円台で石けん類やドライヤーなどが最低限必要なアイテムが常備され、タオル類の持参だけで利用する事ができる。

また、温浴施設内に食堂施設(図12)や理髪店、マッサージルーム、休憩施設、ゲームコーナー、リラクゼーション、岩盤浴、フィットネスなどの施設が併設され、入浴以外の娯楽を複合的に楽しむ事ができる。

営業時間も長く、どの施設も朝から深夜まで行っていて年中無休や定休日も少ない。

この事から一般庶民の憩いの場化しており、一人単独の

利用より家族全員での利用が多く、自動車での来店を想定し、アクセスが容易な郊外の幹線道路に施設を面して、大規模な駐車場を設けているところが多い。

近年では天然温泉を利用したスーパー銭湯も多く、露天風呂も庭園造りでそれなりに風情があるため、わざわざ温泉観光地に遠出しなくても、都心のスーパー銭湯で日帰り温泉旅行気分が味わえる。

また、二酸化炭素泉を人工再現した「炭酸風呂」がスーパー銭湯のトレンドになっており、医学的にも証明された健康増進効果や肌に気泡が付くと見た目でのインパクトがあり(図13)、積極的に導入が行われている。

(図13)人工炭酸風呂



炭酸風呂は人気があり、常に人がいる状況。

結果、「スーパー銭湯」は「安近短」である。それは「健康ランド」のように高い料金設定で長期滞在する事なく、お値打ちな安い料金で利用でき、「銭湯」より豊富な施設でほどよい長さで滞在できる。

またアクセス容易な郊外にある為、気軽に利用する事ができる。これは忙しい現代人のニーズに適した温浴施設と言える。

中日新聞の取材記事によると、スーパー銭湯の発祥は1990年前後に様々な地域で行われたもの、「スーパー銭湯」そのものが既存の「普通公衆浴場」である銭湯の経営を圧迫するとして、全国的に厳しい行政指導を受け、銭湯と同一料金か、5倍の料金で無いと営業許可しない状況があった。

普及の先駆けは名古屋圏を中心に「スオミの湯」やアミューズメント施設を経営するオークランド観光開発の「竜泉寺の湯」で、当時銭湯では別料金であったサウナを大衆化したいと言う思いから、サウナの料金を銭湯の料金と一緒に安価で徴収し、自由にサウナを利用できるようにして、さらに「健康ランド」並の施設を取り入れた。この結果、爆発的なブームが起こりスーパー銭湯の普及が相次いだ。この事からスーパー銭湯の歴史は20年程である。

利用システムは「銭湯」や「共同浴場」と異なり大規模で大勢の利用を前提にしているため、様々な方法が取り入れられていて、大きく分けて「先払い式」か「後払い式」の2つに分けられる。

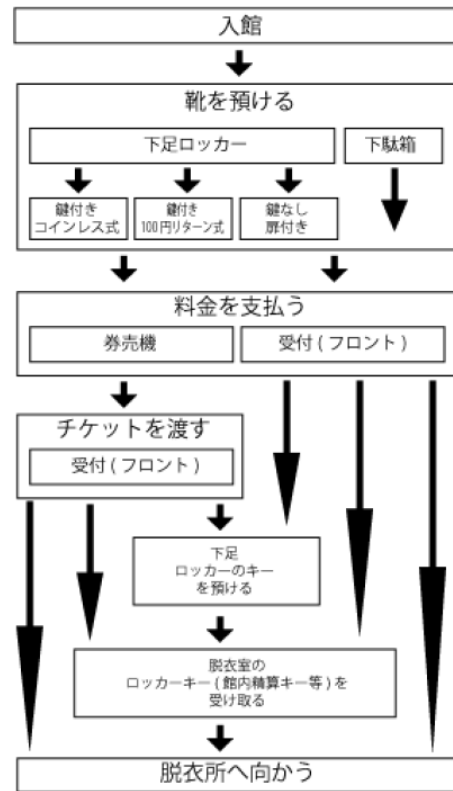
「先払い式」は殆どスーパー銭湯で取り入れられている方法で取材データの「スーパー銭湯」に該当する施設の91%(44施設中40施設)がこの先払い式(図14)になる。利用手順は銭湯の「フロント式」に類似する。

「後払い式(図15)」は退館時に料金を支払う方法で、「スーパー銭湯」より滞在時間が長い「健康ランド」など

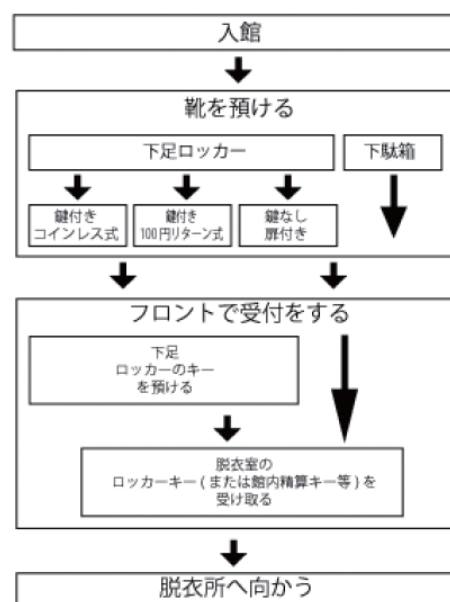
で取り入れられている。大半は館内施設でお財布を持たなくても精算できる機能(バーコード式とICチップ式の2点)を付加したロッカーキー(図16)を利用者に持たせ、館内利用分と一緒に料金を一括精算で支払う。

先払いと異なり料金を最後に徴収するため、入館時の受付は安易だが、途中退館等が原則できない。また、フロントで手続きを行うので、人為的コストがかかり、入退館時に混雑していた場合、待たされる場合がある。

(図14)先払い式利用手順



(図15)後払い式利用手順



脱衣室のロッカーの利用システムは「100円リターン式」、「コインレス式」「ロッカーキー指定式」の3つに分かれる。

「100円リターン式(図17)」は温浴施設の中では最も多く、100円をデポジットとして預かる為、ロッカーキーお持ち帰りを防止する事ができ、自由に好きなロッカーを利用する事ができる。

欠点として入泉料金とは別に現金の100円を用意する必要があり、施設によっては下足ロッカー利用時に100円、脱衣ロッカー時に100円と合計200円かかる施設もある。また靴を鍵付きの「下足ロッカー」に預けた場合、鍵が自己管理になる。

(図16)IC式ロッカーキー



(図17)100円リターン式



「ロッカーキー指定式」は受付でロッカーキーを受け取る方式で、現金の100円を用意する必要なくロッカーが利用できる。この利用システムを導入している施設の大半が「下足ロッカーキー」との交換で「脱衣ロッカーキー」の貸し出しを行っており、「下足ロッカーキー」紛失防止と「脱衣ロッカーキー」のお持ち帰りを防止する目的がある。

「下足ロッカーキー」を自己管理にしている施設の場合、受付(フロント)を通らないと下駄箱に行けないような作りになっている事が多い。この方式の欠点はロッカーが指定制なので自由にロッカーを選ぶ事できず、数あるロッカーから指定のロッカーを探す必要がある。また、入退館時に混雑していた場合、手続きに待たされる場合がある。

「コインレス式」は脱衣室にコインレスで利用できるロッカーキーが付いているタイプで、自由にロッカーを選び、100円の準備も不用な方式である。

欠点は施設側にありロッカーキーをお持ち帰りされやすい。

これ以外に特殊例としては三重県の「多気の湯」愛知県の「和合迎賓閣」で導入されている下足ロッカーキーが館内精算バンドになっている方法(脱衣ロッカーはコインレス式)があり、施設側の精算バンドの管理が下足ロッカーキーとして管理でき事実上(多くの施設がフロントの後ろなどに番号順に並べて管理している)管理が不要になっている工夫がある。

愛知県の「あいち健康の森温泉 もりの湯」では下足ロッカーキーが脱衣ロッカーキーになっている施設もある。利用者はロッカーキーの番号と同じロッカーを利用する。

通常の「100円リターン式」を採用している施設であれば、鍵は「下足ロッカー」と「脱衣ロッカー」の2本になり、両方がお客自身の自己管理になる。退館まで使い道がない「下足ロッカー」は紛失の可能性が生じるが、「あいち健康の森温泉 もりの湯」の例では「下足ロッカー」=「脱衣ロ

ッカー」である為、そのようなリスクがない(但し、この場合、脱衣ロッカーを直接選ばないので脱衣ロッカーの位置を意図して下足ロッカーの番号を選ぶ欠点が生じる)

いずれの方法でも、「銭湯」や「共同浴場」に比べ利用システムが2、3点の項目の増加が生じるため、複雑で面倒になる傾向がある。

3.3.5. 健康ランド

「スーパー銭湯」が登場する前からあり、過去に「ヘルスセンター」と呼ばれていた。多様な浴槽とサウナ、ゲームセンター、マッサージ、食堂、リラクゼーション施設などを併設した大規模な娯楽的な公衆浴場で、石けん、タオル、カミソリなど入浴に必要な備品がすべて揃っている。また館内着(作業衣、浴衣、ジャージなど)もある為、施設内で1日長期滞在ができ、施設により簡易宿泊を行う事ができる。この事からオールナイト営業を行っている施設も多い。

利用客層は中高年層で、料金は平均2000円前後と高額であるが、利用層が好む大衆演劇や歌謡ショーの公演、カラオケ大会などを行う施設もある。

施設として客層の高齢化に伴い、新規に出店する健康ランドが無いため、施設が若干古びているところが多い。

天然温泉を利用している健康ランドも多いが、強烈な香りが特徴の漢方湯(図18)も健康ランドのシンボルと言える。

(図18)漢方薬湯

「健康ランド」の利用システムは「スーパー銭湯」と同様「先払い式」と「後払い式」の両方があり、調査資料では「先払い式」が殆どだった。ロッカーは「ロッカーキー指定式」のみで、精算機能付きのロッカーキーを渡す施設が多かった。「スーパー銭湯」と異なり下足ロッカーや仮眠室、リラクゼーション施設を男女別々に分ける「健康ランド」が多い。



3.3.6. 都市型サウナ施設

この施設は他の温浴施設と異なり、お風呂をメインにせず、サウナをメインとした施設である。営業形態や設備は「健康ランド」に近いが、多くの施設が都市部の雑居ビルの一角に施設を設置し、簡易宿泊(カプセルホテル)として利用できる施設が多い。また施設の趣向性から男性専用として営業している事が多い。

都市型の為、手ぶら利用が前提であり、料金が高く、備品類一式と館内着など、仮眠室や食堂など施設内で過ごす環境がそろっている。利用層は、男性趣向で、20代～60代が中心で、都心に働くビジネス系のサラリーマン等の利用が多い。

3.3.7. 日帰り入浴施設(日帰り温泉施設)

この言葉だけでは広義な意味ですべての該「日帰り入浴」ができる入浴施設を指す事になるが、これまで考察を行った「スーパー銭湯」や「健康ランド」に当てはまらない「入浴施設」が該当する。

この施設業態に当てはまる施設として「天然温泉を利用した公営の温浴施設」がある。「公営」の温浴施設は、施設により規模が異なり、「共同浴場」のような質素な規模のものから、「スーパー銭湯」に匹敵する規模の所まで様々である。

実際に、「公営」や「私営」に関係無く、「スーパー銭湯」に匹敵する規模であれば、「スーパー銭湯」として区分定義を行っても問題なく、一部の「日帰り温泉ガイドブック」も公営の温浴施設を「スーパー銭湯」として紹介していた。

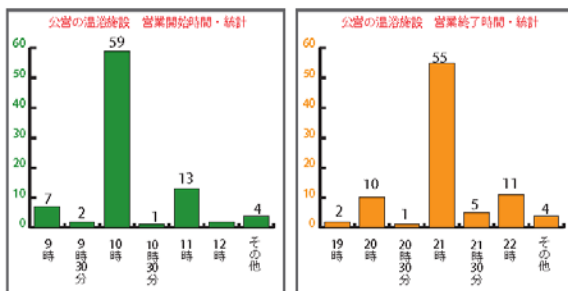
しかしながら、調査資料を分析すると「私営」の日帰り入浴施設をスーパー銭湯として定義し、「公営」の温浴施設を考察する事によりいくつかの矛盾が生じた。

3.3.7.1. 営業時間の矛盾

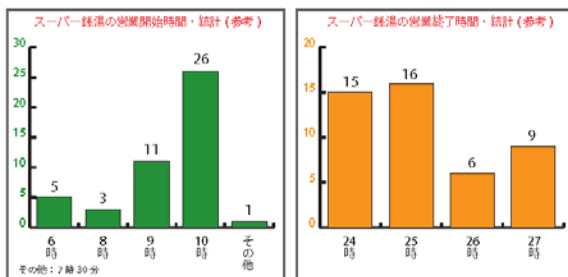
「スーパー銭湯」の特徴として「営業時間が長い」事が挙げられる。これは地域の生活習性に沿って、朝風呂や深夜営業サービスを行い、来客の様々な生活スタイルに適合する幅広い営業時間設定を行っている。

その中、「公営」の温浴施設の多くはこの「営業時間」が長くない。以下に営業時間のグラフを元に考察を行った(図19～図21)

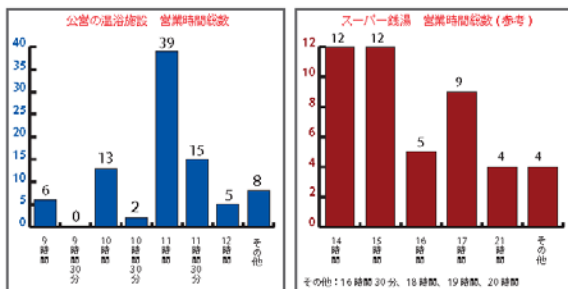
(図19)公営施設の営業開始・営業終了時間の統計



(図20)私営のスーパー銭湯の営業開始・営業終了時間の統計



(図21)公営施設と私営スーパー銭湯の営業時間総数の統計



※データは公営72件+3セク経営16件=計88件の平日(基本シーズン)の営業時間より(スーパー銭湯は46件の平日の営業時間より)

営業開始時間に関しては、「公営」も「私営」もあまり大差が無いが、私営は「朝風呂」の営業を行う施設があるので、若干営業時間が早い。私営のスーパー銭湯で10時以降にオープンする施設は調査資料上では0件だった。

営業終了時間に関しては、「公営」と「私営」で営業形態が大きく異なるのがよく分かる。公営の施設は21時閉店が多いのに対し、私営のスーパー銭湯は調査資料の大半は名古屋エリアのスーパー銭湯が多い為、深夜営業の比率が高いのは仕方ないが、それでも最低24時からしか閉店がない。

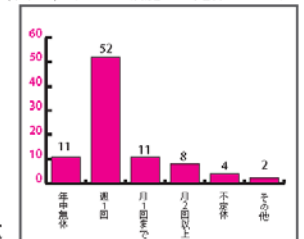
営業時間総数に関しても、スーパー銭湯は14時間以上行っている施設に対し、公営施設は11時間前後の営業が多い(公営で最長は14時間が2件のみ)

結果的にみれば、私営のスーパー銭湯と公営施設の営業時間の差は、都市部と地方で分ける事もできる。(スーパー銭湯は集客性が高い都市部しか無い)

3.3.7.2. 定休日設定の矛盾

定休日についても「公営」と「私営」で矛盾が生じる。スーパー銭湯に該当する私営の施設は該当データ46件中、40件が「年中無休」、他5件も「月1回」、1件が「隔月1回」となっているのに対し、公営の温浴施設は、「年中無休」の施設が11件、月1回のみが11件、週1回の定休日を設けている施設が52件あり(図22)、営業形態がスーパー銭湯とは大きく異なる。

(図21)公営の温浴施設 定休日データ



「公営」の温浴施設で「年中無休」の施設は「草津温泉」の観光客向けの施設であったり、道の駅併設の施設、温泉観光地の「奥飛騨温泉郷ひらゆの森」など、観光要素が高い施設ばかりで、「年中無休」の営業は観光客向けサービスの営業形態と言える。

3.3.7.3. その他の矛盾

その他の矛盾点として、

- ・ 不便な場所に多い。
- ・ 福祉センター併設など公共施設の一角にある。
- ・ 市町村単位の観光要素が強い

が挙げられる。いずれもスーパー銭湯の特徴と異なる。

3.3.7.4. 公営の温浴施設を定義する方法

この様に、営業形態や、場所、設備面を考へても「公営」の温浴施設を「スーパー銭湯」の定義に当て込むのは、矛盾しており「スーパー銭湯」として施設業態を区分するには無理が生じる。

そこで、「公営」の温浴施設の施設業態として「日帰り入浴施設(日帰り温泉施設)」と区分定義する事にした。

ガイドブックとしての表記はさらに分かりやすく、2つの区分に分けた。

3.3.7.5. 日帰り入浴施設(公営)

定義としては

- ・営業が公営、第3セクター、特定指定業者である。
- ・天然温泉利用、もしくはその地域の特色を生かしている。
- ・福祉センターなど公共施設が併設されている場合がある。
- ・私営であるが、公共性の高い施設である。
- ・不便な場所にある事が多い。

以上の5項目を設定し、該当した施設を業態として分けた。

3.3.7.6. 日帰り入浴施設(私営)

公営だけで無く、「私営」の日帰り温泉施設も設けた。

- ・日帰り専門である。
- ・不便な場所にある事が多い。
- ・天然温泉利用、もしくは特色のある浴槽がある。
- ・営業形態が「スーパー銭湯」に比べ短い
- ・法律上「その他の公衆浴場」に該当する。

3.3.8. 宿泊施設

この区分を設けたのは、宿泊施設の日帰り入浴である事をハッキリさせたいからである。市販の「温泉ガイドブック」では、この宿泊施設の日帰り入浴がスーパー銭湯や「公営」の日帰り入浴施設と全く同じ記事の扱いになっている。

利用者側から見れば、同じ「日帰り温泉」であるが、実際に施設を利用すると、「日帰り向けの施設」と「宿泊施設」では利用方法や料金体制がかなり異っており、きちんと業態として分類すべきである。

その理由としては、「宿泊施設」の浴場施設は「宿泊客」向けに設けられていて、日帰り利用では当たり前な設備が設置されていない事が多い。

「宿泊施設」の日帰り入浴の利用システムとしては大きく、2種類あり、「完全宿泊向け型」と「宿泊・日帰り併設型」がある。

前者は「宿泊者向け」の浴場を日帰り利用にしたもので、受付はホテルフロントで行われる。また、料金が平均800円～1500円と高額で日帰り施設に多い、券売機なども設置されていないのでお気軽感が無い。

料金設定が高い理由は、温泉メインの宿泊施設の場合、その「温泉」が宿泊施設の目玉になるので、宿泊者利用との差別化を計る為、あえて料金設定を高くしている場合と、手ぶら利用(タオル付が多い)、備品が宿泊向けになっているので料金設定が高い。

営業時間も宿泊者の利用を配慮して、宿泊者の利用に影響しない時間帯(10:00～15:00)設定が多く、とても短い。利用システムも、籠や棚などが多く、鍵付きロッカーの

設置が行われてない施設が多い。この場合、貴重品は、フロントで預かるシステムになる。

浴場に関しては大半の施設が小規模になる。特に温泉メインの宿泊施設や規模が小さい宿泊施設は浴槽が1つだけと言う質素な浴場も珍しくない。

一方、後者の「宿泊・日帰り併設型」の施設は、設備や施設の造りが日帰り客向けに配慮されている。

受付は前者と同様、入口もホテルのエントランスから入館し、フロントでも対応が多いが、中には、日帰り客専用の施設を設け、「券売機」の設置を行う宿泊施設もある。

ロッカーも鍵付きロッカーもしくは貴重品ロッカーの設置を行い、スーパー銭湯などに匹敵する施設もある。

料金は平均500円～1000円と、前者とあまり変わらないが、手ぶら利用、宿泊客向けの備品がそのまま使用できるなどのサービス体制は前者と類似する。

営業時間は前者と異なり、「公営」の日帰り入浴施設と類似する比較的長い営業時間を設定している所もある。この場合、浴場が中規模以上ある施設が多い。

この様に、営業形態や利用システムが他の施設と異なる事が多い事から宿泊施設としての定義が必要と判断した。

3.3.9. 湯治場(湯治宿)

「湯治場」は温泉療法を専門に取り入れた宿泊施設で、温泉は療養泉として認められれば、効能を詠う事ができるので、厳密にはどの温泉施設も、利用者側から湯治目的があれば「湯治」に値するが、本来の「湯治」としての特徴や文化を考えれば、温泉療法を取り入れる為に、温泉地に長期に渡り滞留する点がある為、ただ天然温泉だから「湯治」に値するのは不相当であり、業態定義を行う必要があると考えた。

業態としては、「湯治」は長期滞在が主流なので宿泊施設であり、治療のため長期の宿泊を前提にする為、格安で利用できる施設、かつ素朴な施設である事が多い。施設によっては食事等が無く、各自で炊事、洗濯を行える生活スペースの設置をしている湯治宿もある。

これら湯治宿は営利目的が薄く、とても地味な造りが多い。

湯治場によっては日帰り利用を対応している施設もあるが、その1回だけで効能が期待できるものではないので注意が必要である。

湯治場の場合、放射能泉や酸性泉など効能が高い泉質の施設が主流である。東海地区では岐阜の中濃地区に放射能泉の泉質が多く、治療目的のため湯治宿も見かける(図22)



(図22)中津川の湯治場
ローソク温泉
湯之島ラジウム保養所

国内屈指の放射能泉で
末期ガン患者などの
利用も多い。

3.4. さらなる業態の施設区分として

調査資料や参考文献を元に、ガイドブックに反映する9つの施設業態に分ける事ができた。

- 野湯
- 銭湯
- 共同浴場(外湯)
- スーパー銭湯
- 健康ランド
- 日帰り入浴施設
- 宿泊施設
- 湯治場(湯治宿)

ところが、以上9つ業態で当てはまらない業態の施設が該当し、共通点として以下が該当した。

- ・施設に対し、何らかのコンセプト、テーマがある。
- ・大規模なリゾート施設内、もしくはリゾートテイストである。
- ・客層のバランスに偏りが無い(スーパー銭湯と類似)
- ・宿泊施設併設が多い。
- ・通常料金で、手ぶら利用ができ、健康ランドに営業形態が類似する場合がある。
- ・大規模な施設である
- ・天然温泉を利用している。

このため、新たな施設区分の定義が必要と考えたが、適当な分類が確立されおらず、共通点や参考文献などで、表現された「スパリゾート」という名称を使い業態区分を定義した。


3.4.1. スパリゾートの定義について

9つの区分に該当しない施設として、私自身が温泉に興味を持つきっかけになった東京都の「大江戸温泉物語(図23)」と言う施設が該当する。

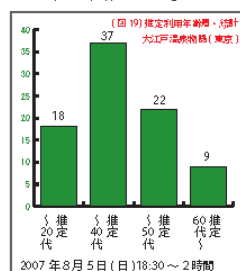
(図23) 大江戸温泉物語の施設データ

大江戸温泉物語 2003年3月オープン

- 営業時間：11:00～翌朝9:00(オールナイト・21時間営業)
- 料金：2,900円(ナイター割引：2,000円)
- 住所：東京都江東区青海2丁目6番3号
- 周辺施設：お台場、フジテレビ、パレットタウン など
- コンセプト：江戸時代の気分を楽しむ温泉テーマパーク
- 推定規模：1000人程度(浴場は100人～180人程度)
- 利用形態：長期型(手ぶら利用可能)
- 併設施設：食堂、レジャー施設、リラックス、ショウなど
- 天然温泉：ナトリウム-塩化物強塩泉
- 浴槽種類：内湯、サウナ、ジャグジー、露天、足湯など
- 推定客層：(図19)を参照



(図19) 推定利用年齢層・統計
大江戸温泉物語(東京)



年齢層	推定人数
20代	18
40代	37
50代	22
60代	9

2007年8月5日(日)18:30～2時間

施設概要

この施設は料金が2,900円と公共浴場としては高額の部類に入り、オールナイト営業、手ぶら利用ができる事から「健康ランド」の区分に該当するが、いくつかの矛盾が生じた。

3.4.2. 利用客層の矛盾

利用客層のうち、施設のデータ記載のグラフ(図23)は「大江戸温泉物語」を実際に利用し、「目視による推定年齢層」を統計したデータで、高年齢層の60代以上の方の利用が少なく、低年齢層の利用が目立った。

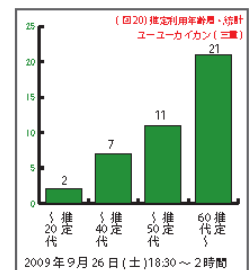
グループ層でのデータは完全に統計していないが、ファミリー層、カップル層などが目立った。

一方、「健康ランド」に該当する施設に関しては三重県の「ユーユーカイカン」にて上記と同様の方法で、近い時期、時間帯に統計を行ったが、客層が明らかに異なった(図24)

(図24) ユーユーカイカン 推定利用客層調査

主要の客層は推定60代以上の高年齢層が多く、年代が若くなるにつれ、数が減る(と言うか、若い方が私自身しかおらず、心細かった)傾向がある。

グループ層も大江戸温泉と異なり、老夫婦と思われる客層と単独層と思われる客層が目立ち、お子様を含めたファミリー層の利用は1件しか見かけなかった。



3.4.3. 施設サービスとコンセプトの違い

施設サービスとして「手ぶら利用」に関しては、健康ランドもスパリゾートも類似していて、タオル、バスタオルの貸し出し、入浴アメニティの常備などは差異が無いが、館内で着用する「館内着」の設定に関しては、大きく異なる場合が多い。

施設より館内着設定の有無があるが、健康ランドの館内着の場合、種類が選べず、「特徴」が無いものが多くジャージやガウン、浴衣など1種類が設定されている。

それに対し、スパリゾートは館内着に特徴を持たせ、数種類から選べる特徴のある館内着サービスを行っている。

施設コンセプトとしても差異があり、健康ランドの場合、健康をテーマに1日長期滞在し療養する事ができる施設造りで、中高年齢層向けの「漢方薬湯」や「大衆演劇」「歌謡ショウ」「カラオケ大会」などが設定されている。

スパリゾートの場合は施設そのものに何らかのテーマやコンセプトを設け、そのテーマに合わせた施設造りで、どの世代でも楽しめる施設造りになっている(図25)

(図25) スパリゾートの主なコンセプト・館内着

施設名	場所	料金	コンセプト	館内着
大江戸温泉物語	東京	¥2,900	大江戸気分を楽しむ温泉テーマパーク	19種類の浴衣からチョイス
東京ドームシティ スパ・ラウンジ	東京	¥2,565	都心のリゾート空間	ジャージ・甚平からチョイス
大江戸温泉物語 清安万葉郷	千葉	¥2,300	大正時代の幻の温泉郷	浴衣・作務衣から数種類をチョイス
舞浜ユーラシア	千葉	¥2,000	ユーラシアテイストリゾート	ジャージ・作務衣からチョイス
SPA EAS (スパ・イース)	神奈川	¥2,600	大人の為の極上リゾート	ジャージ・甚平からチョイス
スパリゾート ハワイアンズ	福島	¥3,000	国内で楽しめるハワイ・南国リゾート	ムームー・アロハガウン(※)
長島温泉 湯あみの島	三重	¥2,100	日帰り大自然露天風呂(奥入瀬渓流と奥郡峡谷の再現)	2色の浴衣からチョイス(※)

施設データを掲載した「大江戸温泉物語」の場合、入館時にデザイン製の高い19種類の「浴衣」を好きに選ぶ事ができ、大江戸文化をテーマにした館内に併せて気分を盛り上げる工夫がある。

3.4.4. 周辺施設の違い

温浴施設を単体の「健康ランド」と異なり、「スパリゾート」の施設は周辺施設がリゾート(行楽地)環境である。

「大江戸温泉物語」の場合、施設としては「健康ランド」と同じ温浴施設単体であるが、東京の「お台場」に位置するので、観光名所として扱われていてリゾート環境としても遜色が無い。

その他のスパリゾートの環境を右記にまとめた(図26)

(図26) スパリゾートの主なコンセプト・館内着

施設名	場所	併設施設	周辺環境
大江戸温泉物語	東京	特になし(簡易宿泊あり)	お台場、パレットタウン
東京ドームシティ スパ・ラクーア	東京	東京ドーム、商業施設、ホテル遊園地、レジャー施設 など	駅前、都心
大江戸温泉物語 浦安万華館	千葉	特になし(簡易宿泊あり)	東京の巨大ベトナム東京デイズリゾート周辺
舞浜ユーラシア	千葉	ホテル(簡易宿泊あり)	東京デイズリゾート周辺
SPA EAS (スパ・イース)	神奈川	レジャー施設、レストランなど	駅前、都心
スパリゾート ハワイアンズ	福島	プール、ホテル	地方の総合レジャー施設
長島温泉 湯あみの島	三重	遊園地、ホテル、プールアウトレットモール など	地方の総合レジャー施設
志摩スペイン村 ひまわりの湯	三重	遊園地、ホテル、プール商業施設 など	伊勢志摩リゾート環境

この様に、「健康ランド」では該当せず、「日帰り入浴施設」としても、簡易宿泊機能や、宿泊施設を併設する理由から、9つの区分で分類を行うより、新たな業態として「スパリゾート」として表した方が利便性が高いと思われる。

3.5. 施設業態のまとめ

結果、10区分に業態区分する事ができた。以下に特徴をまとめた。

業態区分	料金	備品	客層	営業時間	立地	特徴
野湯	無料(寸志)	なし	マニア	常識の範囲	露天	・場所により水着の着用が必要 ・営利目的なし ・危険を伴う場合がある ・天然温泉である
銭湯	安い	椅子、桶(ドライヤー)	近所住民 1人 高齢層	夕方～夜(朝～夜)	街ナカ	・「普通公衆浴場」による配管規制、料金均一されている ・小規模 ・サウナが別料金の場合がある ・設備が旧式、老朽化している場合が多い
共同浴場	安い(無料)	なし(椅子、桶)	近所住民 観光客 湯治、マニア	朝～夜 夜間のみ 常識の範囲	温泉地	・自治体、町内会などが施設管理、運営 ・営利目的がない ・温泉地が多い ・小規模(浴槽は1～2)
スーパー銭湯	普通 安い	ドライヤー ソープ類	地域住民 ファミリー層	朝～深夜 早朝～深夜	郊外 街ナカ 主要道路 国道沿い	・豊富な浴槽、施設など複合娯楽施設 ・大収容な駐車場 ・アクセス容易の郊外地にある ・営業時間が長く、年中無休もしくは定休日が少ない ・深夜営業を行っている。 ・天然温泉、人工温泉など特徴のある浴槽が楽しめる。 ・施設規模が大きい
日帰り入浴施設(日帰り温泉施設)	普通 安い	ドライヤー ソープ類	地域住民 観光客 ファミリー層	朝～夜	地方 田舎 公共施設 密集地など	(公営の日帰り入浴施設) ・公営、第3セクター、指定管理業者経営 ・地域の観光施設 ・福祉センターなどの公共施設併設 ・定休日がある、深夜営業は行わない。 ・天然温泉、もしくは地域の特色を生かした浴槽 (私営の日帰り入浴施設) ・日帰り専用施設 ・不便な場所、特殊な場所にある ・スーパー銭湯と比較して、営業時間が短い
健康ランド	高い	ドライヤー ソープ類 タオル一式 アメニティー式 館内着	中高年層	24時間営業(オールナイト) 朝～深夜	郊外 街ナカ 主要道路 国道沿い	・豊富な浴槽、施設など複合娯楽施設 ・大収容な駐車場 ・大衆演劇、歌謡ショー、カラオケ大会、漢方薬湯 ・オールナイト営業(別料金発生)、24時間営業 ・簡易宿泊施設
スパリゾート	高い	ドライヤー ソープ類 タオル一式 アメニティー式 館内着	観光客 ファミリー層	24時間営業(オールナイト) 朝～深夜 朝～夜	リゾート地	・豊富な浴槽、施設など複合娯楽施設 ・施設にテーマ、コンセプトがある ・リゾート地、リゾートテイストである ・施設がどの世代にでも受け入れられる。 ・天然温泉を利用している。
都市型サウナ施設	高い	ドライヤー ソープ類 タオル一式 アメニティー式 館内着	男性 ビジネス客 風俗系	24時間営業(オールナイト) 朝～深夜 朝～夜	街ナカ	・サウナがメインである。 ・男性専用施設である。 ・都心にあり、雑居ビルの中にある ・簡易宿泊機能(カプセルホテルなど)がある。
宿泊施設	高い 普通	ドライヤー ソープ類 (タオル一式) (アメニティー式)	観光客 宿泊客	昼～夕方 朝～夜	観光地 リゾート地	(完全宿泊向け型) ・日帰り利用に設備や施設が配慮されていない。 ・営業時間が短い、高額である (宿泊・日帰り併設型) ・日帰り利用向けに設備や施設が配慮されている。 ・営業時間が少し長い、高額である。
湯治場(湯治宿)	—	なし(持参系が多い)	湯治目的の方	—	温泉地	・長期滞在ができる施設がある ・営利目的が薄い、施設が地味である。

3.6. 施設業態のアンケート調査

定義した施設業態が正しく行われているのかを検証するためアンケート調査を行った。

- アンケート調査名
「温泉施設イメージングアンケート」
- アンケート対象者
「温泉施設で働く従業員 10名」
年齢層は10代が1名、20代が3名、30代が2名、40代が2名、50代が1名、60代が1名
男性3名、女性7名

アンケートは学内では行わずアルバイト先の協力を得て調査を行った、学内で行わなかった理由としては、年齢的な温浴施設の利用経験による偏りを防ぐ為とした。

3.6.1. スパリゾートについてアンケート調査をする。

以下の「スパリゾート」施設の概要データを読んでいただき、質問に答えてもらった。

長島温泉 湯あみの島 2002年7月オープン

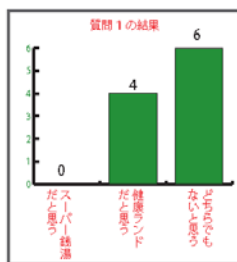
- 営業時間：9:00～21:00(時期により異なる)
- 料金：2,100円(15時以降は1,500円)
- 住所：三重県桑名市長島町浦安333
- 周辺施設：ナガシマスパーランド(遊園地)
ジャズドリーム長島(アウトレットモール)
- コンセプト：日帰り大自然露天風呂
- 推定規模：1500人程度(浴場は各200～350人程度)
- 利用形態：長期型(手ぶら利用可)
- 併設施設：食堂、ゲームセンター、リラククス、ショウなど
- 天然温泉：アルカリ性単純温泉
- 浴槽種類：内湯、露天風呂、サウナ、ジャグジーなど
- 推定客層：ファミリー層(主に遊園地利用後、土日祝)中高年層(歌謡ショウが演歌、歌謡曲中心、平日)宿泊客(併設施設のホテルの浴場となっている)
- 備考：オープン前は温泉と歌謡ショウをメインにした「健康ランド(ヘルスセンター)」であった。遊園地、プール、温泉を含めた一大レジャー施設。

1: 「湯あみの島」はスーパー銭湯ですか?それとも健康ランドですか?どちらでもないですか?

結果は、

- スーパー銭湯だと思う 0人
- 健康ランドだと思う 4人
- どちらでもないと思う 6人

となった。



以下の理由をまとめた。

- 「スーパー銭湯」で無いと思う理由
 - ・規模が大きい
 - ・温泉だから
 - ・値段が高い
 - ・営業時間が短い
 - ・遊園地とかがあるから。
- 「健康ランド」で無いと思う理由
 - ・温泉だから
 - ・営業時間が短い
 - ・遊園地とかがあるから。
 - ・施設のイメージと「健康ランド」のイメージが異なる
- 「健康ランド」と思った理由
 - ・平日のお客がご年配層が多い。
 - ・歌謡ショウなどご年配層が喜ぶイベントがある。
 - ・館内で遊ぶものがゲームしか無く、ショウが年寄り臭い。
 - ・昔のイメージ(レジャーセンター)

- 「どちらでもない」と思う理由
 - ・温泉だから
 - ・施設のイメージがどちらも合わない

1つ目のアンケート結果で、「湯あみの島」を「スーパー銭湯」と思わないが、「健康ランド」に近いと思う意見が多数あった。そこで、2つ目の質問として、施設の写真を使用した広告媒体として作成した大型ポスター(図27)を見ていただき、「健康ランド」のイメージがあるかどうかを聞いた。

(図27) 施設の写真を使用した大型ポスター



結果は、

- 健康ランドだと思う 0人
- 違うと思う 10人

となった。

- 「健康ランド」と思わなかった理由
 - ・温泉観光のイメージがあって、健康ランドのイメージと違う。
 - ・山奥の温泉ってイメージだった。
 - ・高級そうに感じた。

2つ目のアンケート結果で、「湯あみの島」が「健康ランド」と異なる判断できたが、「健康ランド」の概念が人によって異なると思うので、「健康ランド」のイメージについて聞いた。

3: 「健康ランド」ってどんなイメージか?

- 回答結果
 - ・おじいちゃんの施設(お年寄りの)
 - ・派手でコテコテの施設(看板とか)
 - ・演芸ショウ(大衆演劇の公演)
 - ・健康って感じ。漢方のお風呂。
 - ・古い施設、懐かしい感じ。
 - ・オールナイト営業

回答結果を見ると「ご年配」の方が利用するイメージと「古い」と言うイメージがあった。「健康ランド」についてさらに追求する為、施設の写真を見てもらい、判断してもらった。

4: この写真を見て「健康ランド」と思ったか? その1



結果は、

- 健康ランドだと思う 10人
- 違うと思う 0人

となった。

○「健康ランド」と思った理由

- ・派手なネオン
- ・典型的なイメージ

回答結果を見ると、「健康ランド」＝「派手」と言うイメージを持つ方が殆どだった。そこで少し、趣向を変えて、「健康ランド」に施設業態が該当した三重県の「天然温泉 ユーユーカイカン」のパンフレットを見ていただき、再度判断をしてもらった。

施設パンフレットの概要

- 「天然温泉ユーユーカイカン」施設パンフレット
- 14ページ(全面カラー)
- キャッチコピー
「家族で一日楽しめる 温泉テーマパーク」
- ※パンフ内では「健康ランド」と言う一切記載がない。
- 内容：「施設やこだわりがよく分かる内容」

会員制度の案内、温泉について、売店&青果即売清潔さへのこだわり、喫茶店の紹介、食堂の紹介 108型テレビを導入、大衆演劇紹介、NASPAゲームセンター、カラオケ、ダンスホール、ビンゴゲーム大会、囲碁&グランドゴルフ、ポティケアルーム紹介、休憩室の紹介 など



表紙



内容(一部)

結果は、

- 健康ランドだと思う 4人
- 違うと思う 6人

となった。

○「健康ランド」と思った理由

- ・施設の造りが「健康ランド」ぽかった。
- ・写真に写っている人がおばあちゃんばかり。
- ・なんか古くさい。
- ・写っている人が年寄りばかり。

○「健康ランド」と思わなかった理由

- ・若い方でも楽しめそうだった。
- ・「温泉テーマパーク」だと思ったから。
- ・楽しみ方が色々あると思ったから。
- ・露天風呂が健康ランドのイメージと違ったから。
- ・温泉ができるから
- ・温泉だから。

この結果から「健康ランド」のイメージはど浴場や施設では無く、施設の造り(派手、古さ)そのものの影響が強い事が分かった。「湯あみの島」の施設区分について、もう少し練るため、2つ目の施設を取り上げた。

飛島温泉 ふれあい温泉 2004年オープン

- 営業時間：17:45～21:00(平日)、10:00～21:00(土日祝)
- 料金：500円
- 住所：愛知県海部郡飛島村竹之郷五丁目43番地
- 周辺施設：名四国道(国道23号線沿い) 飛島村・村営スポーツセンター など
- コンセプト：飛島村村営の日帰り利用の温泉施設
- 推定規模：30人程度の利用(男女で60名程度)
- 利用形態：お風呂のみ(ソープ類は常備、タオル類は持参)
- 併設施設：福祉センター、休憩室(平日は閉鎖)
- 天然温泉：単純温泉
- 浴槽種類：内湯のみ(スチームサウナ、ジャグジー)
- 推定客層：地元の方、中高年層
- 備考：公共施設のイメージ。



5：この施設は昔からある銭湯？、スーパー銭湯か？
結果は、

- 銭湯だと思う 3人
- スーパー銭湯だと思う 0人
- どちらでもないと思う 7人

となった。

○「銭湯」と思った理由

- ・スーパー銭湯では無いから。
- ・平日の営業時間が短く、地元の方向けと思ったから。

○「どちらでもない」と思った理由

- ・温泉がメインだから。
- ・銭湯でもスーパー銭湯でもないから。
- ・公共施設(村営)だから。

6：この結果から、どの区分に値するかを回答を求めた。

- ・共同浴場
- ・日帰り入浴施設(日帰り温泉施設)
- ・その他

結果は、

- 共同浴場 2人
- 日帰り入浴施設 7人
- その他 1人

となった(その他の回答は「公共の銭湯」)

○「共同浴場」と思った理由

- ・営業時間が短いので。
- ・地元住民密着の施設だと思うので

○「日帰り入浴施設」と思った理由

- ・温泉がメインだから。
- ・日帰りで楽しめる温泉施設だと思ったから。

この結果から、「飛島温泉 ふれあい温泉」は「日帰り入浴施設」と区分できる施設と分かった。この結果を踏まえて、最初に質問した「湯あみの島」の区分について聞いた。

7：「湯あみの島」はどの区分に値するかを回答を求めた。

- ・健康ランド
- ・日帰り入浴施設(日帰り温泉施設)
- ・温泉リゾート施設(スパリゾート)
- ・宿泊施設
- ・その他

結果は、

- 健康ランド 0人
- 日帰り入浴施設 3人
- 温泉リゾート施設 5人
- 宿泊施設 1人
- その他 2人

となった(その他の回答は「どれか分からない」)

○「日帰り温泉施設」と思った理由

- ・温泉が施設としてメインだと思うから。
- ・日帰りで利用できる温泉施設だから。

○「温泉リゾート施設」と思った理由

- ・温泉以外の施設がある(遊園地とか食堂とか)から。
- ・施設の規模が大きく、高いから。
- ・リゾート施設の中にある温泉だから
- ・「日帰り温泉」と言う言葉だけでは施設として判断しにくい

○「宿泊施設」と思った理由

- ・「ホテルの浴場でもある」と記載してあったから。

この結果は少し分かれる結果になったが、「湯あみの島」が「日帰り入浴施設」として区分するには限界があることから、「温泉」を使ったリゾート施設である「スパリゾート」が適当では無いかと考え、スパリゾートの定義をアンケート調査後に、口頭で説明し、率直な感想を聞いた。

8:「湯あみの島」=「スパリゾート」という区分はどう感じたか?

結果は、

●いいと思う	6人
●バツとしない	2人
●合わないと思う	2人

となった。

「いいと思った」方は、「健康ランド」や「日帰り入浴」よりは分かりやすいと思う。料金が高いので「リゾート」と言葉として連想しやすく結びつく気がする。

「バツとしない」「合わない」と答えた方は、いずれも「湯あみの島」の和風イメージに言葉が合わないと答えた。

アンケートによる調査後、「日帰り温泉旅路記2010」を実際に読んでいただき、業態区分について分かりやすいかどうかを含め、自由に感想を伺った。

※この段階では冊子そのものが完成していないので温泉レポート記事部分のみの観覧となった

○施設業態区分について

- ・紹介されている施設がどんな施設なのか一目で理解できる。
- ・レポート記事を読む事で利用手順からどんな施設なのか、イメージできた。
- ・施設の区分が思ったより的確で理解しやすかった。

○その他感想について

- ・温泉情報誌(じゃらんなど)を見ている気分だった。
- ・かなり詳細データが細かくて、利用する際の参考になる。
- ・温泉情報は難しいデータが記載されていて複雑な気がした。
- ・アクセス地図が適当な気がする。
- ・大きい地図(県全体)のページがあるとより分かりやすいと思う
- ・食事施設の詳細や子供料金の情報、配感に関する記載がほしかった。
- ・施設の館内地図があると助かる。
- ・本当に誤字、脱字、おかしい表現が多い。
- ・写真がボケている、掲載されていない施設がある。

4. 今後の課題

DTPによる「ガイドブック」作成に関しては、ページ作成の遅れにより、調査したすべての施設を掲載する事が困難になってしまった為、計画的なスケジュール調整を練る必要があると思った。

レポート記事に関しては、「施設の利用レポート」と「温泉の入浴から湯上がり」までを記載していて、食堂施設など付帯施設のレポートを一切記載しなかった。

データとしては調査済みなので、これらを反映した記事を構成する必要があると感じた。

温泉施設の区分と利用システムの考察に関しては、「ガイドブック」を作成する際に必要であるため、業態による区分定義を独自の調査資料と参考文献等を元に行ったが、10区分とかなり多い業態分けになってしまったので、かえってより複雑になってしまった気がした。

また、施設によっては、これらの定義では値しにくい施設があったり、今後の温浴施設の多様化、さらなる発展により、さらなる新たな施設業態区分の必要性など、時代に併せたコンテンツ改良など、動向を伺っていく必要があると感じた。

また、アンケート結果から、その定義した言葉のネーミングが施設のコンセプトと合わない場合があるなど、多少の矛盾が生じたため、今後一層、分かりやすいシンプルな業態区分が必要と考える。

5. 参考文献

- 1)取材先のパンフレット資料(リーフレット)
- 2)各温浴施設の公式ホームページ
- 3)まっふるマガジン 日帰り温泉 東北・北陸信州編(昭文社刊)
- 4)温泉入浴指導員 養成講習会テキスト(財団法人 日本健康開発財団) All
- 5)東海ウォーカー 温泉特集記事各種(角川書店)
- 6)環境省 温泉を利用している事業者の皆様へ
- 7)草津温泉協会リーフレット各種
- 8)ゆらんシールラリー2010-2011(エービー刊) 11-17,26-304
- 9)玉岡設計 公式ホームページ
- 10)温泉学入門—温泉への誘い(日本温泉科学会)(コロナ社刊) All
- 11)東京都公衆浴場業生活衛生同業組合 公式ホームページ (銭湯施設のデータ)
- 12)中日新聞

白石貴裕 (1306060) 卒業演習 & 卒業研究テーマ
日帰り温泉旅路記 2009
 卒業研究 発表予定
 街ナカ温泉と秘境温泉とのヒーリング効果について
 生活に身近な街ナカ温泉と秘境温泉とのヒーリング効果について考察研究
 入浴文化と情報文化について
 日本文化の中で、入浴スタイルを情報化させていく近代文化について考察する

白石貴裕 (1306060) 卒業演習 & 卒業研究テーマ
日帰り温泉旅路記 2009
 卒業研究 発表予定
 日帰り温泉入浴旅路記本の制作 (制作中レポート)
 ●制作過程を軸とした企画案の立案、制作、印刷の工程を考察
 ●制作過程を軸とした企画案の立案、制作、印刷の工程を考察
 ●制作過程を軸とした企画案の立案、制作、印刷の工程を考察

白石貴裕 (1306060) 卒業演習 & 卒業研究テーマ
日帰り温泉旅路記 2009
 卒業研究 発表予定
 日帰り温泉入浴旅路記本の制作 (制作中レポート)
 ●制作過程を軸とした企画案の立案、制作、印刷の工程を考察
 ●制作過程を軸とした企画案の立案、制作、印刷の工程を考察
 ●制作過程を軸とした企画案の立案、制作、印刷の工程を考察

白石貴裕 (1306060) 卒業演習 & 卒業研究テーマ
日帰り温泉旅路記 2009
 卒業研究 発表予定
 街ナカ温泉と秘境温泉とのヒーリング効果について
 生活に身近な街ナカ温泉と秘境温泉とのヒーリング効果について考察研究
 入浴文化と情報文化について
 日本文化の中で、入浴スタイルを情報化させていく近代文化について考察する

白石貴裕 (1306060) 卒業演習 & 卒業研究テーマ
日帰り温泉旅路記 2009
 卒業研究 発表予定
 街ナカ温泉と秘境温泉とのヒーリング効果について
 生活に身近な街ナカ温泉と秘境温泉とのヒーリング効果について考察研究
 入浴文化と情報文化について
 日本文化の中で、入浴スタイルを情報化させていく近代文化について考察する

名古屋文理大学 × アピタ コラボイベント
 フードビジネス学科
やってみよう!! 「食育」
 楽しく美味しく
 お子さまが楽しく食を学ぶイベントを、名古屋文理大学フードビジネス学科の学生がアピタと一緒に考えました。ご参加お待ちしております!

参加費無料!
 どなたでも参加できます。
 小学生以下のお子様大歓迎!!

会場：リーフウォーク稲沢
 アピタ様 | 階食品売り場横

※ イベント開催スケジュール ※

11/8 (SUN) 12:00 ~ 16:00 テーマ: 「しょうじやおはをもてるかな?」 ? 飯、やれい、おはの持ち方、使い方を練習しよう!	11/15 (SUN) 12:00 ~ 16:00 テーマ: 「箱のなかにはなろう?」 ? 愛知県で作られている野菜を使ったゲームに挑戦!
---	--

共催： 名古屋文理大学 × アピタ