

2015年度【第5回】学生観光論文コンテスト

テーマB：観光資源保護におけるナショナル・トラスト活動の役割について、私の提案

ナショナル・トラストで蘇る銭湯 ～観光資源としての新たな可能性～

青山学院大学国際政治経済学部

内田達也ゼミナール3年

井畑謙一

オチョンホ

小寺さやか

小西正一郎

佐藤絵里佳

豊原美咲都

渡邊拓人

目次

はじめに

- 第1章 ナショナル・トラスト活動の経済学的解釈
- 第2章 公共財としての銭湯 その価値と保護の意義
- 第3章 銭湯の現状
 - 第1節 都内銭湯数の推移
 - 第2節 銭湯数減少の要因
 - 第1項 銭湯利用者数の推移
 - 第2項 銭湯利用者減少の理由
 - 第3節 高齢・老朽化問題
 - 第4節 現在の銭湯活性化活動
 - 第5節 問題点まとめ
- 第4章 観光資源としての銭湯の提案
 - 第1節 スポーツ・ツーリズムを促す銭湯
 - 第2節 外国人へ日本の文化体験の提供
- 第5章 まとめ
- 参考文献

はじめに

本稿では、新たなナショナル・トラスト活動の対象として銭湯を提案する。そして、銭湯が観光資源として有用かつ多くの可能性を持つことを示す。従来、ナショナル・トラスト活動の対象にされてきたのは自然環境や歴史建造物であるが、それらは保護されなければ失われてしまう「公共財」である。近年その数が減少し続けている銭湯は公共財の性質を多く持ち、保護すべき文化であると我々は考えている。そして、ただ保護をするのみでなく、どうしたら観光資源として価値を持てるのか。その新しい可能性についても考察し、提案する。

第1章 ナショナル・トラスト活動の経済学的解釈

ナショナル・トラスト活動とは、失われる可能性のある重要な自然環境や、歴史建造物を後世に残し巡らせていくため、市民が土地や資産を買い取り、保護・保全していく活動である。この活動は、経済学的には公共財の自発的供給と解釈することができる。公共財

とは、排除不可能で消費の競合性がない財である¹。つまり、公園、警察、消防など、複数の人々が同じ財を等量に利用できる財・サービスである。公共財は、その財に対して料金を支払うことのない人々も恩恵を享受できる、いわゆるフリーライダー問題が発生するため、一般的に生産が過少、つまり社会的に最適な数量より少ない数量しか生産されない、とされている。

従来ナショナル・トラスト活動の対象とされてきた自然環境や歴史的建造物も、多くの人々がその存在から効用を得ることができる公共財である。これらは、過少生産の恐れがあることから、一部は政府が国立公園や重要文化財の指定により保護・保全を行っている。それに対し、ナショナル・トラスト活動とは、サービスの受け手自身が寄付によって公共財を保護・保全する活動である。これは、公共財の自発的供給であり、政府による公共財の供給を補完するものと考えられる。

第2章 公共財としての銭湯 その価値と保護の意義

このようにナショナル・トラスト活動を捉えると、ナショナル・トラスト活動の対象として意義があるのは、失われつつある公共財であり、しかも政府による保護の対象になっていない（なりにくい）ものということになるであろう。そこで我々はその対象として銭湯を提案する。昔から人々の生活の一部として親しまれてきた銭湯。浴室の壁に大きく描かれたペンキ絵の富士山や、煙の上がる煙突は昔ながらの日本の風景としても多くの日本人に価値のあるものとして認識されているのではないだろうか（画像1参照）。また、銭湯は地域コミュニティのシンボルや、災害時の避難場所としての役割も担っている。つまり、銭湯は複数の人が同時に同じだけ利用できる公共財としての性質を有しているのである。

しかし近年、そんな銭湯の数が減少し、日本の伝統的な一つの文化財が失われようとしているのである。どうして寺社仏閣は「重要な文化財」として保護されるのに、銭湯は保護されていないのだろうか。我々は、昔から日本人の生活の一部として根付いてきた銭湯に重要な歴史的価値を感じ、またそれを活かした観光資源としての可能性を見出し、新たなナショナル・トラスト活動の対象として提案する。

¹ [1]ポール・クルーグマン 『クルーグマンミクロ経済学』 東洋経済新報社 2007年
以下、経済学モデルはこの本を参考にしている。

画像 1

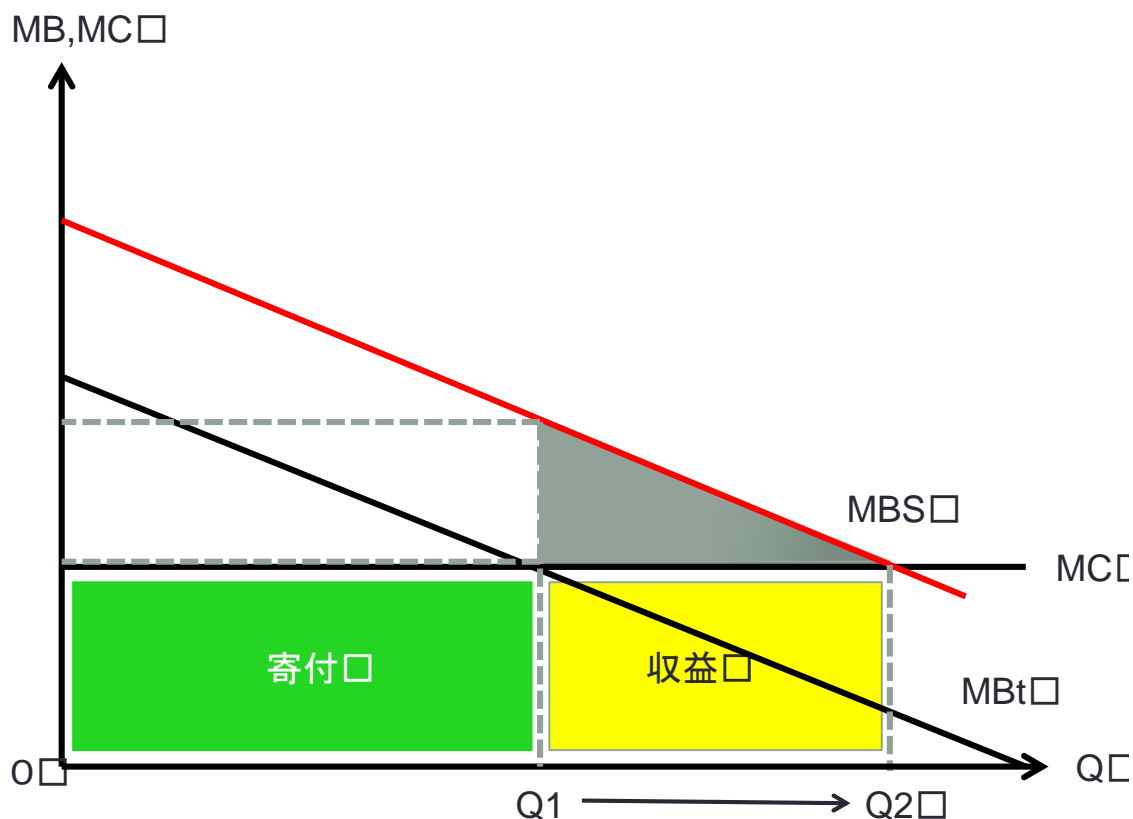


参考写真（フリー素材屋 Hoshino <http://www.s-hoshino.com/>）

先に述べたように、公共財は対価を支払わない人にも便益が及ぶため、社会的に理想とされる量より少ない量での生産となる。これをモデルにしたものが図 1 である。公共財の最適供給の条件は、社会的限界便益 (MSB) = 限界費用 (MC) であり、図 1 の Q2 にあたる。しかし、フリーライダーのために Q2 は達成されず、Q1 にとどまってしまう。これでは、人々が得ることができる更なる利益を見過ごすことになってしまう。そこで我々は、銭湯という対象の特徴を活かし、保護における資金の過少分を、実際の銭湯の経営によって補うことを考えている。したがって、これはナショナル・トラストのエンタープライズ化と見ることもできる²。しかし、銭湯にとっての「保護」とは、単に建造物を維持することだけではなく、銭湯の“サービス”を供給し続けること、つまり経営を続けていくことであるから、同時に保護の内容でもある。したがって、銭湯保護の第 1 段階（これは後ほど説明する）では主に、従来のナショナル・トラスト活動による資金を使用し、それでも足りない部分その後の運営にて得た収益で補っていく。これにより、公共財としての特性を持ちながら、過少生産になってしまうという問題点を解消（図 1 における Q1 から Q2 への移行）するのである。

² ナショナル・トラストが、特にその発祥地であるイギリスにおいて、エンタープライズしてきた歴史的経緯については[2]岡・岡田に詳しい。

図 1



MBt : 寄付を行う人々が得る限界効用

MBS : 寄付を行わない人々も含めた社会全体が得る限界効用

MC : 1 単位新たに保護を行う時に発生する追加的な費用

Q1 : 寄付金のみで保護できる規模

Q2 : 寄付金に加え、寄付金以外の収益も利用した際に保護できる規模

(筆者作成)

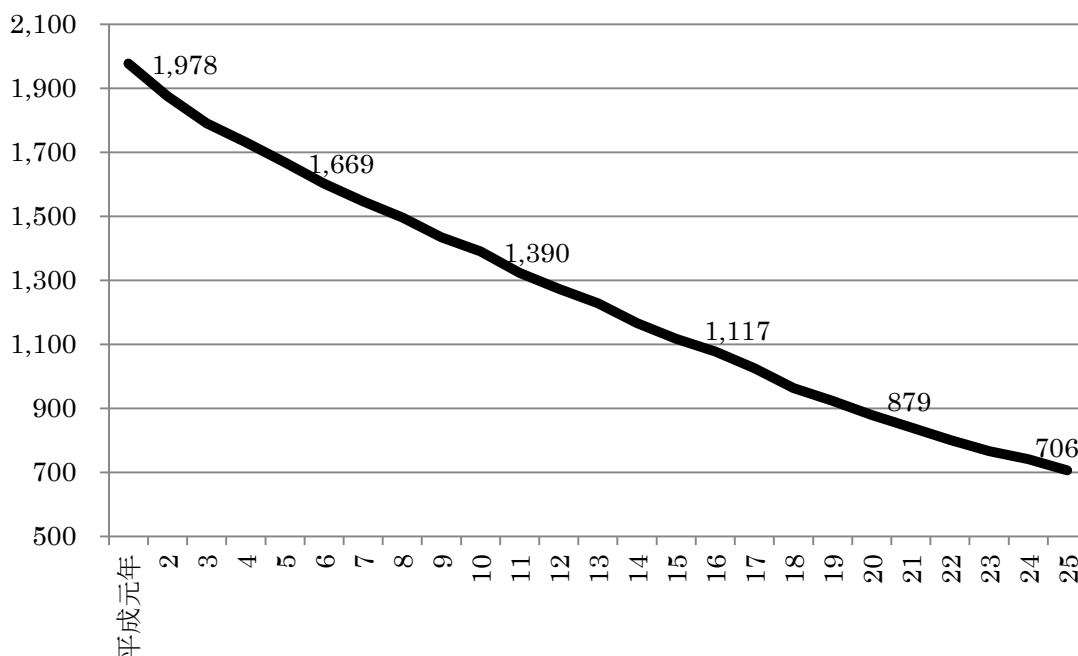
第3章 銭湯の現状

本章では、銭湯が直面している現状を観察し、なぜ銭湯が減っているのか、その原因を経済学的に分析し特定する。

第 1 節 都内銭湯数の推移

図 2 は都内銭湯数の推移である。平成 15 年には 1,177 あった銭湯は 10 年後の平成 25 年には 706 となっている。1 年で 40 ずつ減少している計算となる。近年新たに開業した銭湯は無く、このまま減少が続くと約 17 年で銭湯が無くなってしまうことになる。なぜこのようなことになってしまっているのだろうか。

図 2



[3] 東京都生活文化局消費生活部生活安全課公衆浴場係
「東京の公衆浴場の現況 東京くらし WEB」

第 2 節 銭湯数減少の要因

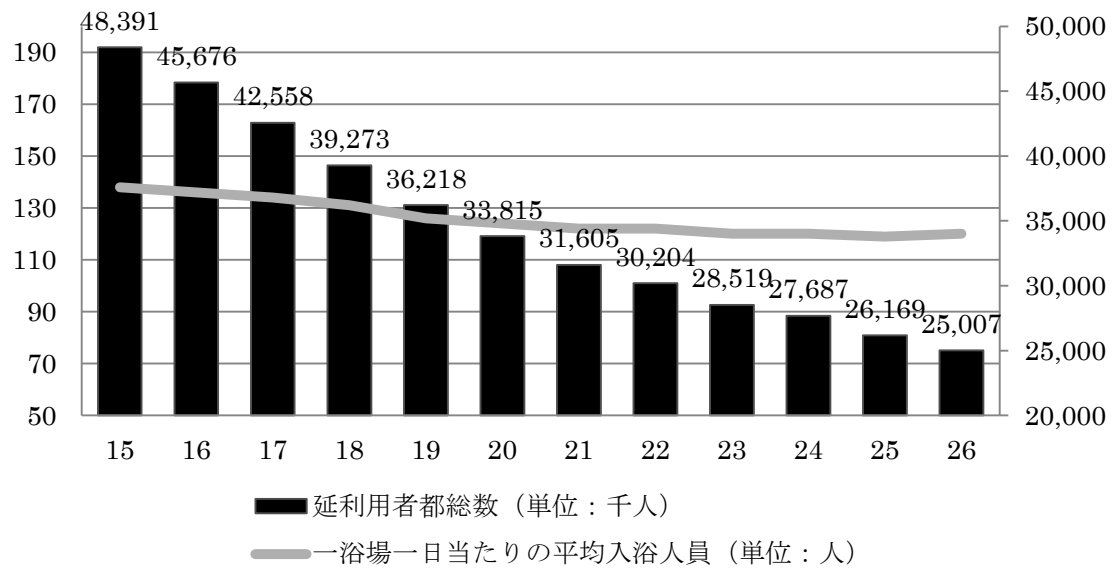
第1項 銭湯利用者数の推移

図 3 は、平成 15 年から 26 年までの銭湯利用者の推移である。棒グラフで表されている都内銭湯延利用者総数の推移を見ると、10 年間で 6 割ほどの数に減少している。しかし、1 浴場あたりの 1 日の利用者数を見ると、ほぼ横ばいであることから、総利用者の減少とともに、銭湯の数が減っていることが見て取れる。

図 4 は、図 2、図 3 で観察されていることを完全競争の長期均衡モデルで示したものである。右グラフは銭湯市場全体、左グラフは銭湯 1 施設の状況を表している。今、すでに市場が長期均衡点 (E_0, e_0) に達しており、市場では Q_0 、各銭湯では q_0 の利用がおりとしよう。この状態から、需要が減少すると右グラフ内 D (需要曲線) が左側にシフトする (①)。すると各銭湯では①の利用者の減少が発生し、赤四角部分の損失が発生する。各銭湯は経営を続けなくなり倒産、市場から撤退する。撤退が続くと、右グラフにおける S (供給曲線) が右シフトし、再び価格が P^* と交わる点で均衡となる (②)。このような流れで、銭湯の需

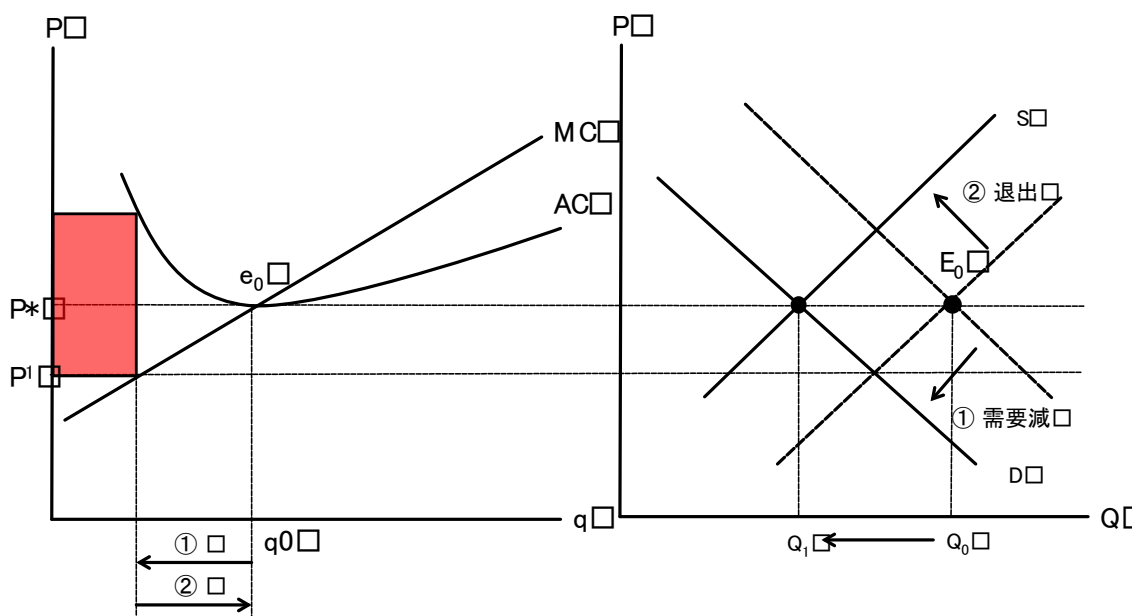
要が減少するにつれて銭湯の市場からの撤退、つまり銭湯数の減少が起こる場合、図3において、1浴場あたりの利用者数にあまり変動がないことも、図4左グラフにおいて説明できるのである。

図3



[3] 東京都生活文化局消費生活部生活安全課公衆浴場係
「東京の公衆浴場の現況 東京暮らし WEB」

図4



P：価格
P*：均衡価格
Q：利用者数（市場全体）
q：利用者数（各銭湯）
MC：利用者1人ごとにかかる費用
AC：平均費用
D：需要曲線
S：供給曲線

（筆者作成）

銭湯経営の意思決定（撤退するか否か）の要因として、需要の問題のみではなくコストの問題も考えられる。しかし我々は趨勢的に考え、それらの問題は銭湯減少の理由として大きな比率を持たないものであると考えた。実際に厚生労働省の調査³などから、銭湯利益の動向に関する要因として、利用者の減少が大きなものであることがわかっている。では、なぜ人々は銭湯を利用しなくなったのであろうか。

第2項 銭湯利用者減少の理由

銭湯利用者の減少の原因は、予想されるように自家風呂の普及によるものだが、本項では日本の銭湯の歴史を概観しつつ、詳しく消費者行動の変化を経済学的に捉えたい。

① 銭湯の由来⁴

銭湯の歴史は6世紀にさかのぼる。6世紀の日本では、仏教が国家の宗教へと急速に成長し、沐浴の功德を説き、汚れを洗うことは仏に仕えるものの大切な仕事であるとされていた。当時の人々は、現在のように自宅の風呂ではなく、寺院で体を洗っていた。寺院では七堂伽藍（一般に僧侶の住む寺院堂舎の称）の一つに浴堂を設置し、僧侶だけでなく一般の人々も利用できるようにしていた。6世紀の家には浴室が無く、町湯も無かったため、寺院の施浴は庶民にとって、宗教的な意味だけでなく生活空間としても魅力的な場所であったと言われている。

② 戦後の銭湯利用から自家風呂への移行

³ [4] 厚生労働省健康局生活衛生課

⁴ [5] 東京都浴場組合 「東京銭湯 銭湯の歴史」を要約。

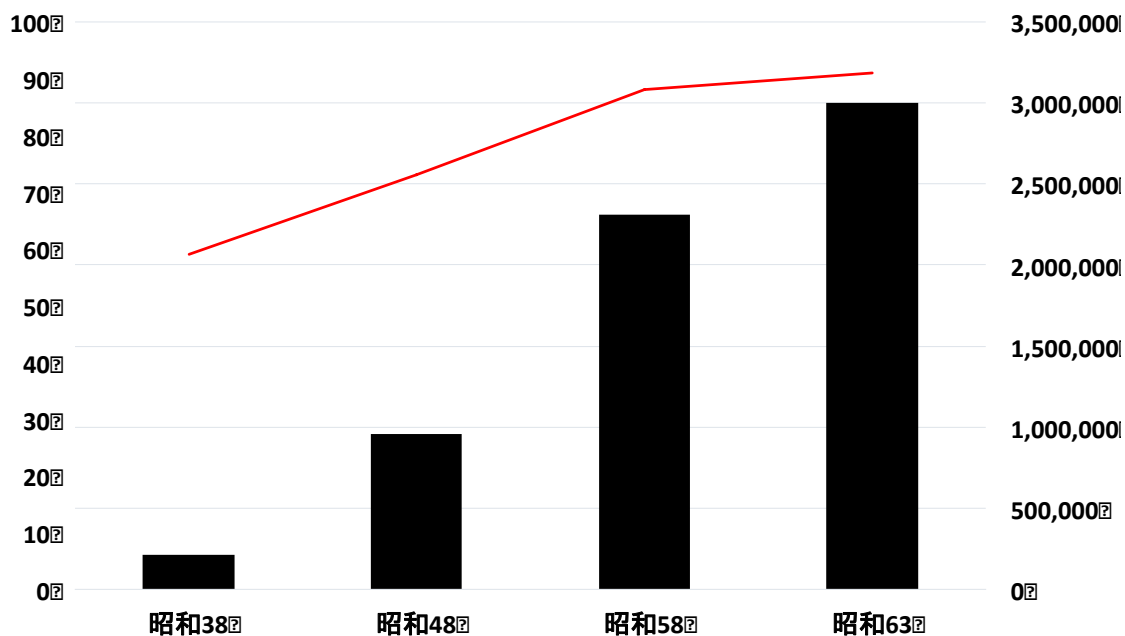
寺院で体を洗い始めてから、体を洗う場所は少しずつ変化してきた。寺院から始まり、その後、町にも銭湯が登場して多くの人々が利用できるようになった。しかしその後、各家庭に自家風呂が設置されるようになった。

その大きなきっかけとなったのが、東京オリンピックへ向けての準備の中で、現在では広く設置されているユニットバスが発明されたことである。1964年に開催することが決まっていた東京オリンピックに向けて、色々な施設がつくられ工事量が膨大になり、建築業界では人員不足が問題となった。働き手が少ない中、競技場や宿泊施設はオリンピックに間に合うように建築しなければならず、建築工事をいかに早く、省力化してできるかが課題となった。その頃、国内初の高層マンモスホテルの「ホテルニューオータニ」が建設されていく中で、工事時間短縮のために研究を重ね、浴槽や洗面器を取り付けた下半分のユニットに上半分の壁フレームを組み上げて、天井パネルをかぶせるかたちのユニットバスが発明された。この新工法によって、1室あたりの作業が2時間弱という驚異的なスピード施工が可能になり、ホテルニューオータニは1964年9月に無事オープンし、東京オリンピック開幕の10月に間に合わせる事ができたのだという。ユニットバスが発明されて以降、ホテルにユニットバスが用いられるのは常識となった⁵。

このように、簡易的に、安価で風呂設備が設置できるようになったことに加え、合わせて国民の平均所得が高度経済成長と共に上昇して、自宅に風呂設備が取り付けられることは当たり前のこととなっていった。以下の図5は、総務省統計局による、日本の自家風呂保有率の推移を赤い折れ線グラフで示したものと、戦後の昭和20年から昭和60年までの日本人の平均所得の推移を黒い棒グラフで示したものであり、昭和30年以降の高度経済成長期の時期から、国民の所得が上昇し、同じ時期に自家風呂の設置数も増えていることがわかる。この時期はアパートなどの集合住宅が急増した時期であり、当初はこれら集合住宅には戸別に風呂は設置されていなかったケースが多く、集合住宅の住人は銭湯を利用することが多かった。しかし、ユニットバスの技術向上でアパートに次々と家風呂が設置されていったのである。

⁵ [6] TOTO 「ティドビット ～水まわりの豆知識～ユニットバスの発祥は？」

図 5



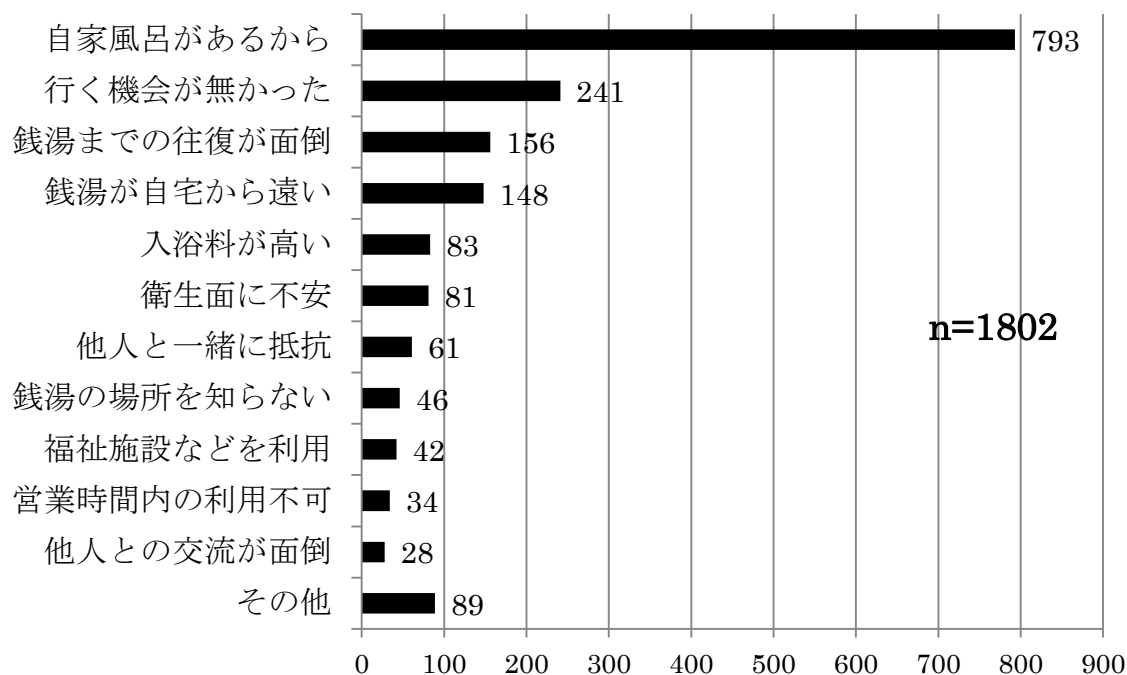
[7] 昭和戦後史 GNP と国民所得の推移

③ 自家風呂の浸透による銭湯利用者数の衰退

こうして自宅に風呂ができていくことによって、以前は庶民の体を洗う場であった銭湯にわざわざ行く必要が無くなり、銭湯を利用する人々の数が減少し、銭湯の価値が徐々に下がってしまった (図 3)。戦後間もない頃の、地元住民で集まって銭湯へ毎日通う文化、そして、高度成長期の初めに集合住宅に住む学生や家族が銭湯へ通う文化は、現在消滅しつつある。図 6 は、2009 年に函館市で行ったアンケート調査で、銭湯に行ったことがない人を対象に銭湯に行かない理由を示したものである。ここでも、銭湯に行かない理由として半分以上の人が「自宅に風呂があるから」と回答している。

以上のことから、自家風呂と銭湯が代替的な関係 (代替財) にあり、さらに、自家風呂の利用は所得とともに増加する正常財、銭湯は反対に所得とともに減少する下級財とすることができる。人々の所得が増えたことで自家風呂の利用が高まり、一方、所得が増えたことで銭湯の利用回数は減少してしまったからである。

図 6



[9] 市立函館保健所（平成 21 年 11 月）「公衆浴場（銭湯）の利用に関するアンケート調査結果報告書（一般市民向アンケート）」

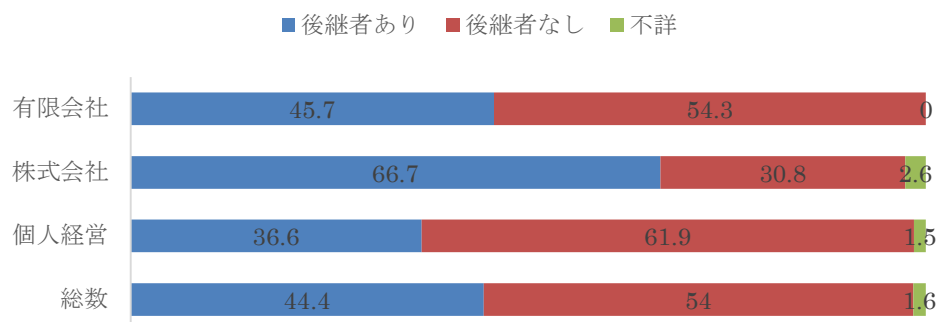
第 3 節 高齢・老朽化問題

銭湯数の減少は、代替財となる自家風呂の普及による銭湯利用者の減少、つまり銭湯の需要の低下によるものであると前節までで説明した。本節では銭湯が減少した理由を経営者側、高齢や老朽化の問題から考える。

1. 後継者不足と経営者の高齢化

まず銭湯を経営する上で後継者の不足が問題となっている。施設にもよるが長時間労働や、顧客の減少による将来的収入の不安から継ぐ人が減っていること、今回研究の対象である個人経営の銭湯は家族単位で経営していることが多いため子供や親戚が後を継がない場合、後継者を探す難しさが銭湯減少の原因としてあげられる。図 7 は、後継者の有無、経営主体別施設数の構成割合のグラフである。平成 26 年の厚生労働省健康局生活衛生課の調査によると、個人経営の銭湯では 6 割に後継者がいないこともわかった。

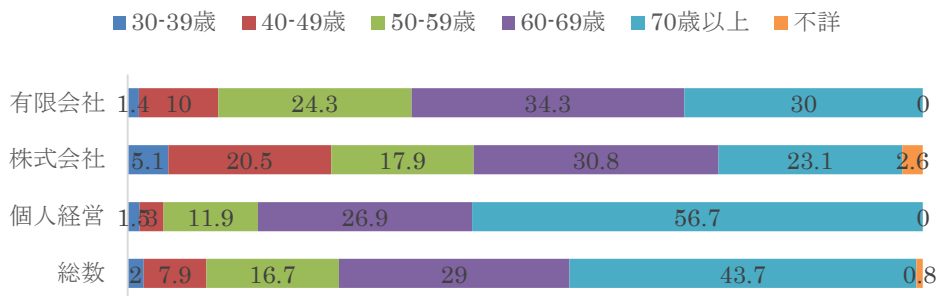
図 7



[4] 厚生労働省健康局生活衛生課 (平成 26 年)
「公衆浴場業 (一般公衆浴場) の実態と経営改善の方策」

また後継者不足が原因で経営者の高齢化が進んでいる。図 8 は、経営者の年齢階級を表したグラフである。個人経営の「70 歳以上」の経営者は半数以上の 56.7%、次いで「60-69 歳」が 26.9%。つまり 60 歳以上の経営者が 8 割を超えていることがわかる。総数をみても 4 分の 3 で 60 歳以上が銭湯を経営していて、個人経営だけでなく銭湯事業全体の高齢化が進んでいると考えられる。高齢化から体力的にも経営が困難となり廃業に追い込まれるケースも少なくない。このまま後継者が現れないまま経営が続くと、20 年後には今よりも経営者の高齢化は進み、さらに早いスピードで銭湯の廃業が進むことも考えられる。また、高齢化した経営者が時代の変化に伴うニーズの変化に対応できないことも経営悪化の一因かもしれない。銭湯が活用されていたのは、各家庭に自家風呂が普及していなかったからであり、ほとんどの家庭に自家風呂がある現在、銭湯に求めるものは変化しているであろう。しかし高齢化の進む経営者にとって、その時代の変化に敏感に反応し、昔とは違う利用者のニーズに応えることは簡単なことではない。

図 8



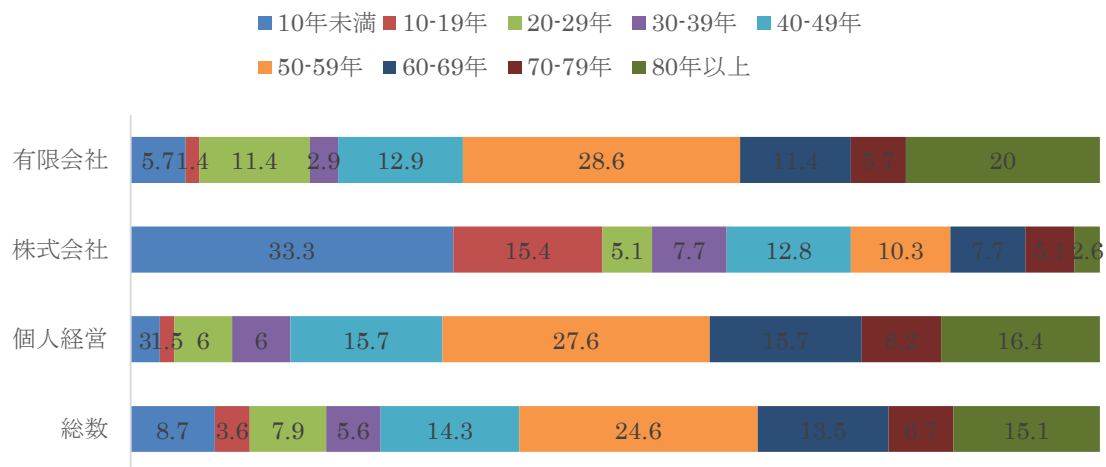
[4] 厚生労働省健康局生活衛生課 (平成 26 年)

2. 施設の老朽化

図9は、銭湯経営年数を表したものである。個人経営に絞って営業年数をみたときに、「50-59年」が4分の1を占めている。「80年以上」も15.1%もあり、営業年数50年以上は6割以上を占めており、老朽化がうかがえる。また老朽化した設備を修繕するのに、規模にもよるが1億から2億円の費用がかかると言われており、利用者の減少、経費の高騰などの理由から収入が減っている銭湯にとって修繕することは困難なことである。

また類似代替施設としてスーパー銭湯が台頭してきた。スーパー銭湯とは料金を施設が決めることができ、岩盤浴、食堂など付帯設備が充実している施設のことで、あまり銭湯を利用したことのない若い世代や家族をターゲットにレジャー施設として現在人気を集めている。利用者がこのようなスーパー銭湯に流れ込むことによって銭湯は人気を失いつつあるのではないだろうか。

図9



[4] 厚生労働省健康局生活衛生課（平成26年）

「公衆浴場業（一般公衆浴場）の実態と経営改善の方策」

第4節 現在の銭湯活性化活動

数の減少が問題となっている銭湯だが、実際、銭湯自身によっても、対策活動が行われている。その中で最もわかりやすいものはPR活動である。東京都の銭湯の組合である、東

京都浴場組合のウェブサイトは、とても見やすく、銭湯の魅力をコラムや漫画等様々な手法を用いて伝えており、銭湯のファンも有益な様々な情報を得ることができる（画像 2）。世田谷区の銭湯のウェブサイトでは、区内の銭湯の情報を掲載すると共に、外国人向けに入浴方法が英語で紹介されている（画像 3、4）。このように、銭湯はインターネット上で、ウェブサイトを充実させ情報へのアクセスを促している。しかしながら、これらのウェブサイトはインターネット利用者の側から「銭湯の情報を知ろう」という行動（「銭湯」というキーワードでの検索など）が行われない限り、たどり着かないものではないだろうか。今後、PR 活動として、それまでは銭湯への関心がなかった人々へリーチするようなものとしていかなければ、新たな利用者の開拓、利用者の増加は見込めないだろう。

画像 2



[10] 東京都浴場組合 「東京銭湯」

画像 3



[11] 東京都浴場組合世田谷支部「せたがや銭湯ガイド」

画像 4



[12] 東京都浴場組合世田谷支部「せたがや銭湯ガイド」銭湯のルール（外国人向け）

第4章 観光資源としての銭湯の提案

ここまで論じてきた問題点を解決するのが、我々が提案する、ナショナル・トラスト活動による銭湯の保護・保全である。その方法として第一に、老朽化し、後継者のいなくなった銭湯の買取もしくは貸与を受ける。これには、伝統的なナショナル・トラスト活動と同様、有志による寄付を充てる。次に、銭湯のリフォーム（保全）である。この時、現在銭湯に対して深く根付いている、「古い、汚い」というイメージを払拭する。しかしそのような銭湯は、古き良き銭湯の雰囲気を持つものでもある。そこで、リフォームの基本は「古き良き銭湯らしい良さ」を残しつつ、清潔感を持たせることである。

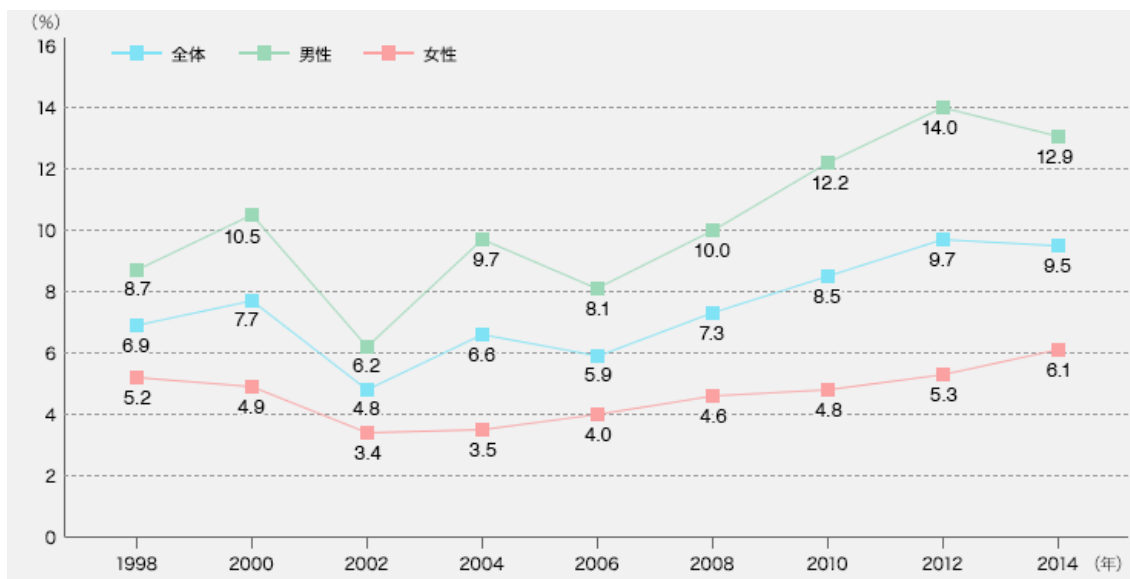
しかし、これだけでは建造物の保全に止まり、サービスを提供し続けていくだけの資金は得難いであろう。前章で分析してきたように、現代の銭湯は自家風呂の代替財としてはコストがかかりすぎるからである。つまり、生活の中で身体を洗い、清潔さを保つため機能としての銭湯は、コストの面で家風呂に太刀打ちできない状況にあるのだ。では、非日常的な場でリラックスのできる風呂としての機能・価値はどうであろう。もちろんこれを求めて銭湯に通う人もいるだろう。しかし、こうした機能には、温泉やスーパー銭湯といった代替財があり、やはり魅力が足りないのではないか。

銭湯の需要を増やすには、何かの代替財としてではない、銭湯のみが持てる新たな価値を見出し、提供する必要がある。我々は銭湯が持つ観光資源としての価値に注目し、以下に二つの案を提示する。

第1項 スポーツ・ツーリズムを促す銭湯

近年、健康志向から、ランニングや、ロードバイク等の競技用自転車が流行している。図10は、笹川スポーツ財団が行った「スポーツライフに関する調査報告書」による、年1回以上のジョギングやランニング実施率を年次推移で表したものである。この報告書によると、2002年のランニング・ジョギングをする割合は全体で4.8%であったが2012年には全体で9.7%とランニング・ジョギングに対する需要は上がっている。今後もランニング・ジョギングに対する需要は上がっていくと予想される。

図 10



[14] 笹川スポーツ財団 成人のジョギング・ランニング実施率の推移
(1998年～2014年)

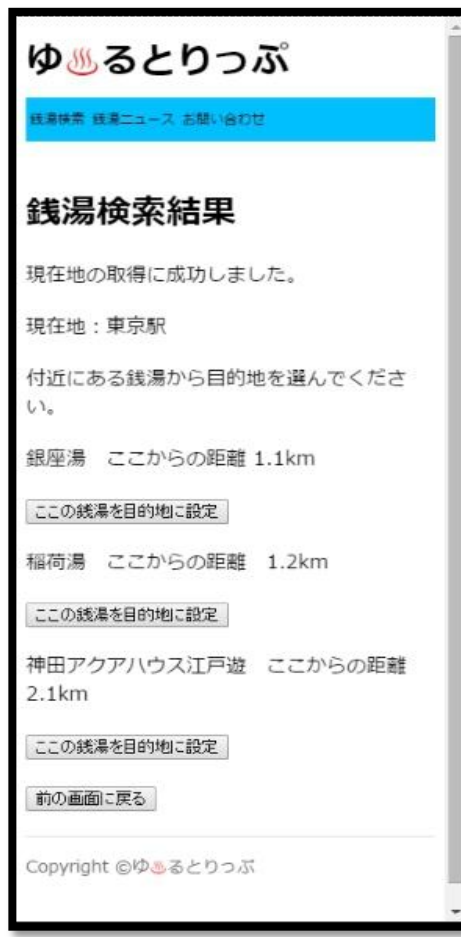
また、このスポーツ人気に伴い「スポーツで旅を楽しむ」「旅先でスポーツを楽しむ」というコンセプトであるスポーツ・ツーリズムという概念が流行している。これは、旅先での観光、食事と共にスポーツを楽しもうとするもので、個人で行う場合もあるが、各旅行代理店よりツアーが組まれていたりする。

しかし、ランニングやサイクリングなど戸外のスポーツで困るのは荷物の置き場や、スポーツ後すぐに汗を流し、リラックスできる場がないことである。近年ではランナーが多く集まる場所にロッカーやシャワーの簡易施設が設置されてもいるが、それも数少ない。そのような需要に応えるのが銭湯である。家の外にあり、しかも温泉のような限られた場所でもない銭湯は、まさに、家風呂や温泉に勝る価値をここに持てるのである。

具体的な方法として、荷物置き場や駐輪場を設置することに合わせ、専用のウェブサイトやアプリを提案する。このウェブサイトやアプリは、現在位置、あるいは希望の地域を入力すると、最寄りの銭湯を提示してくれて、その中から一つ銭湯を選べば、その銭湯をスタート&ゴールとしたランニング(サイクリング)コースを提示する。そして、それがナビにもなるというものである。

以下がアプリの使用手順と具体的なイメージ画像である(イメージ画像は著者作成)。

1. 現在地取得、もしくは希望地を入力（今回は現在地と仮定）
2. 現在地（希望地）付近の銭湯検索



3. ランニング 初心者向け or 上級者向け
サイクリング 初心者向け or 上級者向け
シーン選択 (デート向け or 親子向け or 観光地巡り) (今回は観光地巡りを選択)
4. 立ち寄りしたい観光地を選択

ゆゑるとりっぷ

銭湯検索 銭湯ニュース お問い合わせ

銭湯検索結果

スタイルと難易度

サイクリング初心者向け

シーン選択

観光地巡り

途中にどの観光スポットを通りたいですか?

- 東京タワー
- 東京スカイツリー
- 浅草雷門
- 国会議事堂

送信 取消

ゆゑるとりっぷ

銭湯検索 銭湯ニュース お問い合わせ

スタイルと難易度選択

- ランニング初心者向け
- ランニング上級者向け
- サイクリング初心者向け
- サイクリング上級者

シーン選択

- デート向け
- 親子向け
- 観光地巡り

送信 取消

Copyright ©ゆゑるとりっぷ

5. マップを表示、ルート案内開始（音声付き）



このような仕組みは、週末のちょっとしたお出かけや近場のスポーツ・ツーリズムを喚起し、同時に新たな銭湯需要を掘り起こすであろう。

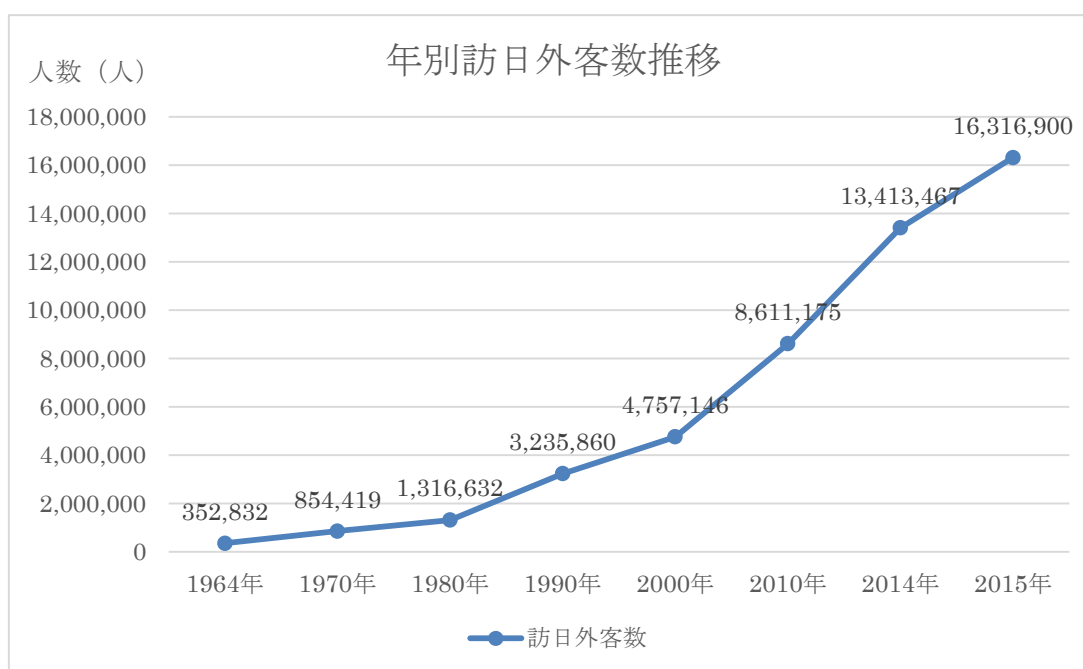
第2項 日本文化・生活体験の場としての銭湯

次に提案するのが、インバウンドの外国人へのアプローチである。近年、外国人の日本観光客が増加している。日本政府観光局の資料（図 11）によると、2014 年は過去最高の1341 万 4 千人を達成した。そして今年 2015 年は、1 月から 10 月時点までのデータですでに 1631 万人に達し、2000 万人に迫る勢いである。また、NHK ニュース⁶によると、2015 年 4 月の東京都内のビジネスホテルの平均稼働率は 86%である。これは平日も含めた数字であるため利用者が増える休日には多くのホテルで満室になっている。そのため、日本のホテルは満室が増え行き場を失った外国人が、カプセルホテルや、ビジネスホテルなど、

⁶ [16] NHK ニュース おはよう日本 どうする 宿泊施設の不足

格安宿泊施設を利用する機会が増加している。そんな低料金のホテルにはユニットバス等、浴槽とトイレが一体化しているものが多く、風呂はくつろげるようなものとはほど遠い。そのようなホテルに宿泊する観光客に、銭湯をアピールするのである。

図 11



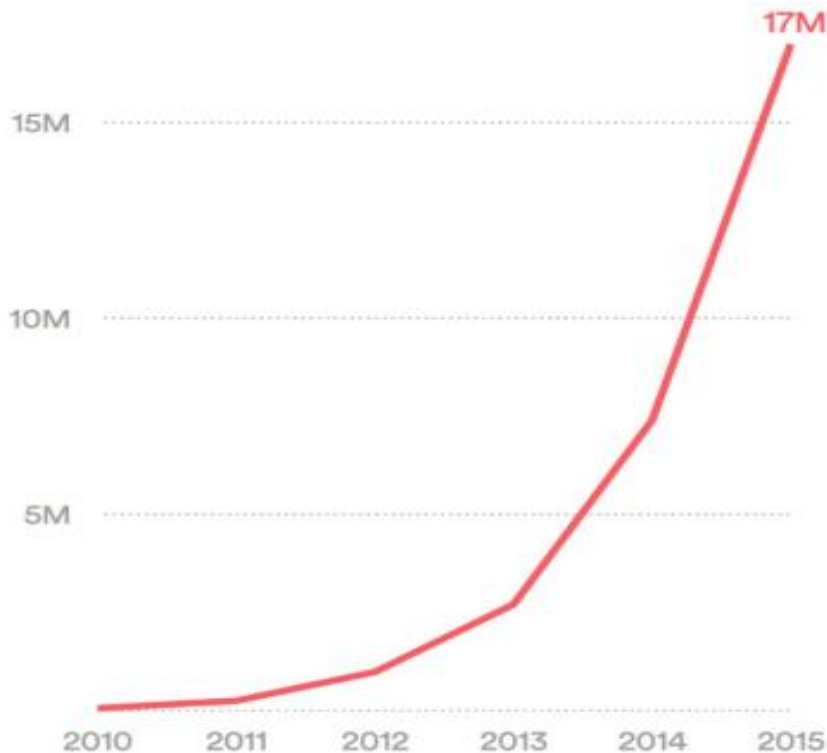
[15] 日本政府観光局 (2015) 「訪日外客数 2014,2015」

そもそも銭湯とは、先述のように日本人の生活の一部として存在し、当時自家風呂の無い人々にとっては家の延長のようなものであった。よって、くつろげる大きな入浴場としてだけでなく、日本人の文化や生活を体験できる場として銭湯を紹介することは、日本国にとっても有益であるし、またその体験を欲している外国人も多いに違いない。

そのことは、近年、欧米人を中心に Airbnb や Couchsurfing といった民泊サイトが人気を博していることから見て取れる。Airbnb は、世界中のユニークな宿泊施設をネットや携帯やタブレットで掲載・発見・予約できる信頼性の高いコミュニティー・マーケットプレイスのことである (Airbnb 公式サイトから引用)。空き部屋等を宿泊施設として旅行者に貸し出すことができる。またそれにより、旅行者はホテルに泊まるより「現地に暮らす」感覚を味わえるのである。図 12 は Airbnb の夏季利用者数を年次別にグラフで表したものである。図 12 のグラフによると、Airbnb の夏季における利用者数は近年、大幅に増加している。2010 年度の利用者数が 4.7 万人であったのに対し、2015 年度には 1700 万人となっている。また、Airbnb 日本法人代表の田邊氏によると、Airbnb は現在 190 か国の 3 万

4000 都市以上で展開されていて、物件数は 150 万件を超える⁷。日本でも、Airbnb の需要は高まっている。日本における登録物件数は 1 万 3000 軒を超え、2014 年と比較すると伸び率は 3 倍以上である。また、正式な利用者数は発表されていないものの、訪日外国人の利用者数も 4 倍のペースで増えていると言われている。図 13 は年別夏季 Airbnb 利用者数推移を示したものである。Couchsurfing も同様に、見知らぬ旅人との交流ができるサイトである。旅行先で現地の人々に案内をしてもらったり、家に泊めてもらったりできるようなマッチングができるのである。

図 12



[17] Airbnb Summer Travel Report: (2015)

これらのサイト利用者が増加していることから、ただ旅行するだけでなく、現地の人々の文化や生活を実体験したいと考えている人々が増加していると考えられる。このような人々にとって、日本文化・生活を体験できる銭湯は、温泉とは違う意味でとても有益な場であり、需要も存在すると考えられる。

具体的な案としては、

⁷ CNET Japan 空き部屋シェア「Airbnb」流の“おもてなし”-日本代表インタビュー

- ・ 各ホテルカウンターにて、チェックイン時にホテル付近の銭湯を紹介してもらう（英語対応ホームページへの誘導など）
 - ・ 銭湯施設において今まで以上の言語多様化（脱衣所のポスターのみでは不十分、入り口やカウンターにて案内表記など）
- などである。

以上の例のような「銭湯にしか持てない付加価値」を提供できるように、ナショナル・トラストにて得た資金を利用してリフォームを行う。これにより、自家風呂にも無い、温泉にも無い新たな価値を持つ施設としての銭湯となり、新たな利用者の増加が見込める。

第5章 まとめ

ナショナル・トラストとは、滅び行く公共財を保護するものである。銭湯は公共財として小さくない価値を持ちながらも減少の一途を辿っている。理由としては、銭湯の強力な代替財として自家風呂が普及し、その需要が低下していることである。そこで我々は、ナショナル・トラスト活動により銭湯を蘇らせることを提案した。また、需要を増加させるため、これまでにない「観光資源としての銭湯」として、スポーツを行う人々や、外国人など、新たな利用者獲得に向けた提案をした。

現代の人々の認知は低いかもしれないが、実は身近に存在し、密かに姿を消そうとしている銭湯。しかしながらその文化的価値、また観光資源としての可能性を考えると、このままにしては日本にとって大きな損失となる。ナショナル・トラスト活動の対象として、銭湯を保護し、維持していく。これは、外国人はもちろん、日本人にとっても有益なこととなるに違いない。そして、2020年のオリンピックに向け日本、最たるは東京への観光機運が高まる中、観光資源としての銭湯がその価値を発揮し、外国人が日本に訪れた際のアクティビティーの1つとして定着するようになれば、更に外国人の日本に対する満足度は向上すると考えられる。また、ホテル内の簡単な入浴で済ませていた旅行者が銭湯を利用することで発生する経済効果も大きなものとなるに違いない。これまでの可能性を秘めた銭湯を滅びさせることなく有効活用していくことは、これからの日本に大きな価値をもたらすこととなる。

参考文献

- [1] ポール・クルーグマン 『クルーグマンミクロ経済学』 東洋経済新報社 2007年
- [2] 岡真理子・岡田章宏「ナショナル・トラストの現代的変容：エンタープライズ化する新たなチャリティのあり方」神戸大学大学院人間発達環境学研究科紀要, 1(1),

pp.117-134, 2007 年

- [3] 東京都生活文化局消費生活部生活安全課公衆浴場係「東京の公衆浴場の現況
東京暮らし WEB」 2015 11.27
<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/yokujyo/genjo.html>
- [4] 厚生労働省健康局生活衛生課（平成 26 年） 「公衆浴場業（一般公衆浴場）の実
態と経営改善の方策」 2015 11.27
<http://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-10601000-Daijinkanboukouseikagakuka-Kouseikagakuka/0000069625.pdf>
- [5] 東京都浴場組合 「東京銭湯 銭湯の歴史」 2015 11.27
<http://www.1010.or.jp/guide/history/>
- [6] TOTO 「ティドビット ～水まわりの豆知識～ユニットバスの発祥は？」 2015 11.21
<http://www.toto.co.jp/tips/tidbit/bath/008.htm>
- [7] 昭和戦後史 GNP と国民所得の推移 2015 11.21
<http://shouwashi.com/transition-gnp.html>
- [8] 東京都水道局 生活形態の変化
https://www.waterworks.metro.tokyo.jp/suidojigyo/torikumi/kenkyukai/pdf/k_k_aisai_02_0202.pdf
- [9] 市立函館保健所（平成 21 年 11 月）「公衆浴場（銭湯）の利用に関するアンケート調
査結果報告書（一般市民向アンケート）」 2015.11.21
<http://www.city.hakodate.hokkaido.jp>
- [10] 東京都浴場組合 「東京銭湯」 2015 11.22
<http://www.1010.or.jp/>
- [11] 東京都浴場組合世田谷支部「せたがや銭湯ガイド」 2015 11.22
<http://www.setagaya1010.tokyo/>
- [12] 東京都浴場組合世田谷支部「せたがや銭湯ガイド」銭湯のルール（外国人向け） 2015
11.22
<https://www.setagaya1010.tokyo/rule/>
- [13] 東京都浴場組合（2015）「押上温泉 大黒湯（墨田区） 東京の新名所が逆効果で、
大ピンチ!? リニューアルで復活した下町の温泉銭湯」 2015 11.24
<http://www.1010.or.jp/mag-tokyosento-daikokuyu/>
- [14] 笹川スポーツ財団 成人のジョギング・ランニング実施率の推移（1998 年～2014
年） 2015 11.24
<http://www.ssf.or.jp/research/sldata/population.html>

- [15] 日本政府観光局 (2015) 「訪日外客数 2014,2015」 2015 11.24
https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/20150120.pdf
http://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/20151118_2.pdf
- [16] NHK ニュース おはよう日本 どうする 宿泊施設の不足 2015 11.24
<http://www.nhk.or.jp/ohayou/marugoto/2015/07/0730.html>
- [17] Airbnb Summer Travel Report: (2015) 2015 11.24
<http://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf>
- [18] 吉田由紀子 「急増する外国人の「民泊」需要でひと稼ぎ！ Airbnb のサービス代行業者を賢く利用しよう」 ダイヤモンド社 DIAMOND ONLINE (2015) 2015 11.24
<http://diamond.jp/articles/-/80800>
- [19] Airbnb 「Airbnb について」 2015 11.24
<https://www.airbnb.jp/about/about-us>
- [20] CNET Japan 空き部屋シェア「Airbnb」流の“おもてなし”-日本代表インタビュー 2015 11.24
<http://japan.cnet.com/sp/target2020/35069525/>
- [21] About Couchsurfing 2015 11.24
<http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>