

第2回東京都公衆浴場活性化検討会 議事要旨

- 1 開催日 平成29年10月25日(水)
- 2 会場 東京都公衆浴場業生活衛生同業組合 小会議室
- 3 出席者 14名
伊藤座長、近藤副座長、荒木委員、岡嶋委員、奥野委員、兼山委員、久保委員、小林委員、佐伯委員、高田委員、土田委員、長沼委員、水井委員、安崎委員

(事務局) 三木消費生活部長、猪俣生活安全課長、公衆浴場担当2名

4 議事

(1) 今後の検討における論点の整理

第1回検討会の資料及び意見交換を踏まえ、事務局より今後の検討会における論点を提示し、了承された。

(2) 活性化策の検討①

今後の検討会における論点に基づき、「人づくり」(後継者確保・育成、接客教育等)と「店舗づくり」(ファサードづくり、浴場デザイン等)について、下記の通り検討を行った。概要は以下の通りである。

「人づくり」について

- 提示されたアイデアは基本的に良いと思う。大事なのはお客様と店側のつながりであり、すなわち人づくりが重要であるといえる。後継者問題は非常に難しいと思うが、後継者候補や新規参入を希望する方々が体系的に学ぶ場として「銭湯大学」というアイデアが提示されたが、具体的にはどのようなイメージか。

事務局:

浴場経営者等にヒアリングを行うと、新規参入を希望する方は銭湯経営の体系的なノウハウがわからないために躊躇する場合があるという意見が提示された。最も望ましいのは銭湯経営が学べるテキスト化であるが、浴場の規模や釜の種類は非常に多様であるため難しい側面がある。一方で、浴場経営者から実態について学ぶ機会があれば、現場のイメージや苦勞するところがわかるのではないかと考える。類似事例として資料に「商人塾支援事業」を紹介している。また、(公財)東京都中小企業振興公社が「若手商人育成事業」で専門家派遣やセミナーを行っている。これを浴場に特化させ展開するイメージである。

- 浴場組合にも、新規参入に関する相談の問い合わせが個人だけでなく会社単位でも寄せられており、個別対応しているが、複数の経営者がレクチャーする場は必要である

と考える。また、「ただめし券」の発想は浴場でも転用できると感じた。経営者が高齢で人手が不足しているような浴場において実施することで、アルバイト等とはまた違った、銭湯運営を経験したいという方も集まるのではないか。

- 持続的に行きたくなる店は、持続的に会話ができる、例えば「前回はお忙しいと伺いましたが、今どうですか」というように、個性的な接客を実施してくれるところではないか。接客で得た情報やトレンドを可能な範囲において店員間で共有することで、コンシェルジュのようにお客様との間で会話が弾むのではないか。そういった工夫がこれからの時代は必要である。また、2年後の目標のように、浴場に係るステークホルダーの皆の気持ちが高まるような拠点を創るのいいのではないか。そういった意味では3つのポイントがあり、付加価値をつける、東京都などが応援しやすい持続可能な仕組みを作る、都のおもてなしの一環としての仕組みが重要であると思う。私が旅館がある温泉街やスーパー銭湯を利用する理由は休憩や飲食を入浴の合間に入れることができ、半日滞在できる点にある。遠くにはいけないが、近場でリラックスできて、美容にも良いとすることができる。浴場によってはそのようなスペースが確保できないところもあると思うが、例えば、まち全体がスーパー銭湯の機能を有する、すなわち浴場だけでなく、近隣のカフェ、美容院、図書館等が連携・補完し合うこともできるのではないか。

- 銭湯を残していかなければならないという点で、後継者がいないというのが1つ大きなポイントである。後継者を増やす、あるいは別の方をお願いをしたりする場合に、既存の店舗があったとして、昔ながらの50年以上の店舗からビル型の30年経過して老朽化した店舗など様々である。後継者に託すとして、既存の建物を取り壊して新しい建物を、という選択をする必要がある。また、自分の子どもにつがせるか、別のの人に貸すかということを決めていない場合は、既存の店舗を活かすのが一番無難である。

ある銭湯は築50年でありながら、顧客を増やせたのはいい例になると思う。例えば老夫婦がやっている銭湯があつて建て替えを検討していて、自分たちの子供は銭湯を継がない場合でも、借り手がいるような銭湯をつくる必要がある、別の銭湯の場合、2～4階が銭湯であるが、もしこのスペースがマンションだった場合、10年間で毎月400万円の収入になる計算が成り立つ。銭湯で400万円稼げるかというそれなりの苦勞がかかるため、それならばマンションにしようという選択をしてしまう人もいよう。マンション以上に収入が得られる銭湯を作れば、銭湯はなくならないと思った。

- 繁盛している店にはその店の顔がある。スタッフ、店主がどのような立ち位置で、コンセプトで、店づくりをするかがはっきりしている。それがはっきりしているため、どのようなサービスをするかが明確になっているのかと思う。都内には500店以上の銭湯はあるが、自分の銭湯が何を売りにするのかに気づいて、それに沿った情報の提供、お客様からの声に気づいてもらえれば良いと思う。なかなか難しいが、自分の店がど

ういうところを目指しているのか、はっきりさせてから、事業者の声を吸い上げられればと思う。

- 区内の浴場では、7～8月にかけてお客様アンケートを実施した。お客様の声の中には、大変参考になる意見もあった。お金をかけずに、踏ん張れるのがベストである。クレームを財産にし、その問題を解決するというように活かせばよいと思う。一方で店舗によって大変温度差があるため、底上げができれば、より連携して、活性化が図れるのではないかと思う。個店だけで活性化するにも限界があり、また場所柄、インバウンドはあまり見込めないため、どうしていけばよいのかというところがある。単純に解決できる問題ばかりではないため、そういったところを勉強したいと思う。
- 後継者について、会社単位で銭湯経営を希望する場合もあるという話を伺ったが、私もある市で飲食店が廃業した銭湯を引き継いだという話を聞いた。後継者を0から育てていくのはベストであるが、他業種で、既に地域に密着して力を発揮している方に力を借りるというのもいいのではないか。また、私は夜遅くに銭湯へ行くことが多いため、入浴してから家に帰ってご飯を食べるのも億劫に感じることもあるため、夜遅くまでやっている定食屋チェーンとの連携があってもいいと思う。銭湯大学はキャッチーでいいと思った。銭湯ファンとして思ったのは、銭湯経営の方法に焦点を当てるのはよいが、助成金の取り方、建物の有無、地域差等があるなかで、何も知らない状態で銭湯をやろうと思う人は少ないため、銭湯大学においては基礎的なことから知ることができる場になればいいと思った。接客面では、あいさつがなかったり、スタンプの台紙を雑に扱われることもあるため、基本的なことからの改善が必要だと感じている。
- 公衆浴場の活性化を考える上で、個人的には人づくりという点は忘れた方がよいのではないかと思う。接客面に関しては笑顔で接客することは当たり前であるが、できない人はできないし、すぐに変わることは難しい。この検討会では、そういった店を引き上げるようなアイデアを出していきたい。極端に言えば、お客様が来れば、接客態度も自然と向上する。まずはお客様をどのように呼び込むかが重要ではないか。また、銭湯業界に後継者がいないのは銭湯経営が難しいからではない。銭湯経営はどちらかといえば楽だと思うが、燃料の違いや個々の店舗の個性があることを考えれば、それぞれにあった経営手法を教わらなければ意味がない。銭湯大学で教えるとしたら、すべての業種に通じる経営者の視点などではないかと思う。資料にある色々なアイデアを見て、多言語化などは大変すばらしいと思うが、多言語化するにしても、券売機を新たに入れる、パンフレットを作るにしてもそれなりの経費が発生する。やる気のある店舗は既に導入しているので問題はそうしたアイデアを出しても取り組まない店舗である。若い人が集まって銭湯経営に取り組んでいる事例も紹介されていたが、こうした取組は実際には赤字である場合が多い。彼らは別の仕事をしながら、自分のできる範囲でやっているため、それほど給料はいらない。そのため、売上がそれほどなく

とも、問題はない。実際には売上がなくては生活していけないため、そういう後継者を作っていくことが必ずしも正解であるとはいえないと思う。私たちが必要だと思うのは、しっかりと生活の基盤にしてもらえる後継者である。生活の基盤にするには、しっかりと売上があがる銭湯でなければ、後継者は見つからない。売上さえあれば後継者はいくらでも見つかると思う。私たちの後継者不足は、世間一般の技術職の後継者不足とは違い、儲からないからやらないという後継者不足である。今回参加されている委員の銭湯であれば自分の子どもでなくとも、いくらでもやってくれる人はいるはずである。そういった意味で後継者を育てるというのは、業界外の方と私達の考える後継者不足に対する視点はそこが違うと思う。今回出てきたアイデアについて、熱心な店舗にとっては非常に参考になると思うが、必ずしも熱心ではない店舗を強制的に引き上げるような策を検討していただきたい。

- 私たちがやっているのは生業である。そのため、何十年もその場所にあり続け、これからも存続していくという覚悟でやっている。ビジネスという立場でいうと、結局はもうけ主義で、儲かなければ辞めてしまうということだと、業界の場を荒らしてしまうという考え方にもなる。それが閉鎖的かということ非常に難しい。ここにいらっしゃる方は、非常に向上心のある方ばかりだと思うが、社会に出たことのない経営者も多く、その方に何かやれといっても出来るわけがないため、非常に難しい。銭湯は今 600 軒を切っているが、必要な所の銭湯は自然と残る。そのため、お店だけの考え方だけではなく、そこにはまち全体の考え方が出てくる。その中で、銭湯がなければならぬ地域において、廃業を考えている銭湯をどうするかという部分が課題だと思う。これは私達の地域でも直面している課題である。やる気のある店は何も言わなくてもやる。今後もいかに底上げして、辞める店を減らすのが重要であり、現在〇〇区の中で取り組んでいる。どのような取り組みをしていくかは、現在悩んでいるところではあるが、銭湯というもののブランド力を上げることが自然とベースの底上げとなり、そうなればやりたい人が自由にやるようになると思う。その部分のベースを上げるということを活性化という意味合いにしてもらいたい。多言語化については、電話をすれば 24 時間対応してくれるサービスも始まっている区もあるため、正直外国語が話せなくても店はできるようになる。そのため、底上げという部分で日々悩んでいる。ご存知かもしれないが、私の店では、血縁関係ではない人間を社員として育てている。人を育てるということは、人それぞれで非常に難しいと思う。私はオーナー一族であるが、オーナーの思いと働いている人の思いも全く違う。そういう違いもあるため、否定するわけではないが、人を育てるといふ部分では、現場にいる人であれば、普段からひしひしと感じているので、言われなくてもよくわかっていると思う。そのため、やる気があるがやれない店をどう上げていくかを意識したい。

- 他の業界でこれまでの議論で触れられた内容と似たようなことがあるので紹介する。

銭湯業界は代々家業として続けていることが多いが、最近の状況を見ていると、家業から産業に移行しようとしている業界がいくつかある。1つは旅館、もう1つは農業である。この2つは家業的な側面が非常に強かったが、昨今産業というふうに移り変わっている。旅館業界で一番わかりやすいのはあるリゾート会社である。どちらかといえば儲からないと言われていた業界に対して、「儲かる旅館」を作りたいということで、取り組まれていたのが、興味を持っている人に、先進事例やこういう風にやれば上手くいくということを教えて、1年間お試しで他の業界と掛け持ちで取り組むことで、どういう業界なのかを知れるということがある。そこでは思い描いていたものと、現実が違うという話もされる。農業で言えば具体的には、ある会社のA I Cという取り組みを展開しており、農業に就業したいという方向けにスクールビジネスを提供している。スクールでは、儲かる農業を実際に展開されている方を講師で呼んだり、通常のビジネス的な会計知識を勉強したり、現場に行ったりしている。それにより、最終的には脱サラをして農業に転身される方もいれば、自分には合わなかったということで、週末のお手伝いレベルでやろうという決定をされる方もいる。旅館に関しては観光庁が中心になって、観光、ホテル、旅館の経営に関するノウハウやおもてなしの技術を標準化して学べる場を提供している。これらの取り組みのメリットは、やる気がある人が一定数いらっしゃり、その方を吸い上げられるプラットフォームが出来上がるという点がある。もう1つ考えていたのは、他の委員がおっしゃっていた「マンションより儲かるようなものでないと続けられないのではないか」ということが非常に重要な視点だと思う。私の地元では、昔から通っていた個人経営の居酒屋がチェーン店に移行してしまっている。話を聞くと貸してしまったほうが、自分達でやるより儲かるということだった。そういった形でどんどん減っており、中には地元の人から惜しまれて閉店していく店もある。私の馴染みの焼鳥屋もつぶれたが、その焼鳥屋のタレを引き継いで、新しく自分の店で焼き鳥を新しく始めたというところもある。

そういった形で他の人が引き継ぐということも発生している。そういうところで考えると、銭湯は開業投資が非常に高いため、開業のハードルが非常に高いので、お試しで取り組むことが難しい。銭湯大学ではないにしても、やってみたいという人がちょっと触れられるような機会、ただし本気でコミットできるという場を提供するのは重要だと思う。別の委員の方々がおっしゃっていたまちと銭湯の関連について、観光では、それ自体では収益は上がらないが、それがなくなるとそのまち全体の訴求力が下がってしまう産業や施設が必ず存在する。そういったものを守るためにまちの皆でお金を出し合い、雇われオーナーを設置して維持するという方法もある。そういった意味で、銭湯がまちとして皆が必要だと思っていたら、所有と経営を分離してやっていくということもあるかと思う。商店街でお金を出し合い、やる気のある人に専任でついてもらい一生懸命にやってもらうということである。その後、もし専任の方が個人で全ての費用をまかなってやっていけるということになればやっていただく、

もしやる気がなくなってしまうたら、退任いただいて次の方に任せるということもあるのではないかと思います。家業というところで守っていかなければならないところだと、伝統芸能もそういった側面が強い。伝統芸能的に守っていくということであれば、歌舞伎などのように伝統芸能として守りつつ、産業として成立しているということ、参考になるのではないかと。

- 活性化策の提示にあたっては、様々なメニューを用意するのは仕方がないことだと思う。今まで述べられていたようにアイデア集ということで、様々な事例を集めて、組合の中ですでに情報を持たれているというのは知っているが、「これをやってください」と言っても、実現する可能性はないと思う。そのため、それぞれの立場において、様々な方法があるというのを改めて提示するというのはあってもよいと思う。様々なことを書いても、やらない人はやらないというのはその通りだと思うが、今回の活性化策の検討にあたっては、公衆浴場が社会の場として重要であるということで行政も動いているということで、税金を使って動いているということをご理解いただいて、そういう方たちにも従ってもらい、進めていかなければならないと思う。そういった中で、個々の店にやってくださいと言ってやってもらうのは無理だとおもうので、組合単位、支部単位で動くという活性化策の提示も必要ではないかと思う。今まで銭湯の経営は個々の努力で経営が行われてきたが、だんだん経営が上手くいなくなってきたというのは、標準化が行われてこなかったことに一因があると思うので、これから先の10年、20年先の長いスパンを考えた時に銭湯大学というのは1ついいアイデアだと思う。業界の皆さんが先のことを考えてこういったものを取り入れていくということもあってもいいと思う。一方で大学は上から情報を押し付けるというイメージである。だが、個々の店舗はそれぞれ違った悩みを抱えていると思う。今、組合の中にそういった相談をする場はあるのか。
- 自店の悩みを表に出す組合員は少ない。よほど差し迫ってこないと表に出さない方が多い。
- どのような業界でもそうだが、個人経営だとその傾向が強いと思う。

そのような方の悩みを早いうちに吸い上げることができていれば、上手くアドバイス出来たかも知れないと思う。ただ、組合が経営相談会を開くといっても、個人情報等があり、なかなか相談者は来ないであろうから、相談会は組合その他が費用を補助しない負担をして外部で行うことで相談しにくい部分も相談できるようにして解決策を探ってもらうとともに、一方で相談の傾向や結果が組合等にフィードバックされるようにすると良いのではないかと思う。
- ある区で廃業の憂き目にあいそうだったところで、風呂釜を入れ替えた浴場がある。そのため、あと5年は営業してもらいたいというところではあるが、後継者がおらず、その部分をどうするのかという直近の問題がある。近くにも1店休業している銭湯があるが、そちらをある団体が運営したいという話があり、土地の権利者との間

で話し合いが行われていたが、お金の折り合いが合わず流れている状態である。土地所有者からすると、他人に貸すというのは抵抗があるようである。また、止まった状態だと設備はどんどん劣化していく。もし借りられたとしても、設備の更新に数千万円かかることになるため、余計に厳しくなる。

- 他の委員から売上が上がれば、自然と笑顔になるため、売上を上げる策を考えて欲しいという話があったが、まったくその通りだと思う。私は全国の繁盛店づくりをずっと行っている。その中で、クリーニング店があり、ずっと売上は前年割れだったが、半年かけて活性化を行い、前年比 120%になったことで、店主が「売上が上がれば、家族も従業員もみんな元気になる」と語ったことが印象的であった。

繁盛店づくりに携わる中では、半年～1年かけて改善に取り組むのだが、様々な業種で共通している課題がある。それは店づくりでは店舗運営の基本ができていないという点である。例えば場づくりでは営業展開計画、装飾計画、祭事計画ができていないということである。それらをやるだけで大分変わる。装飾計画は、資料に私が携わった事例が掲載されている。これは花屋の例だが、近くに量販店、ホームセンターがあるため売上が伸び悩んでいた店が、店頭のファサードを思い切って直したところ、ずっと売上が伸びており、マスコミ（テレビ、新聞）にも取り上げられている。この取組を行った3年後には、この商店街は「羽ばたく商店街30選」に選ばれた。これは、資料にあるようなことを実践した結果である。ものづくり業界の店は、商品を作るのは得意だが、商品の売り方を知らないことが多い。そのため、そういったことを実践していくと、皆さん非常に目が輝いている。また、情報づくりという点では、お客様の声の収集の仕方を知らないということもある。こういったことを習得することで、必ず売上に結びつくと考えており、そういった事例をたくさん作っている。その実践の場として、銭湯大学はいい学びの場だと思う。また、異業種から学ぶという点では、ある県では、集落にポツンとある食料品店の奥様が「郷土料理の学校」を自分で作り、今や民放テレビ局から取材が殺到する繁盛店になっており、計画作り等を実践した結果である。そういうことをやっていくことが銭湯大学のひとつの使命になると感じた。

- 銭湯大学という名前を聞いたときにキャッチーでいいと思った。やる気があるけどどうやったらいいかわからない方などの底上げをしたいというご意見が出ていたが、銭湯大学はそういった方々を含めて意識改革のきっかけになると思った。講座の内容は、これから話し合う中でつめていければいいと思うが、まずは銭湯経営者の意識を上を持っていく意味でいいものだと思う。私は区でまちづくりトラストという取り組みをしており、区の浴場組合と一緒に銭湯の存在をどう高めていくかという取り組みをする中で、銭湯経営者の意識向上をしようと、外部から講師をお招きして講義を行っている。区でも既に頑張っている銭湯は一部で、なかなかそういった場に出ただけでない方にも声をかけて支部単位で出ていただくようお願いをした。その結果、きちんと出ていただいて、笑顔をみせるのが苦手なおじさんが引きつりながら笑ってくれ

ていた。1時間半くらいの講座で最初と最後では外から見ていて、表情の違いがはっきりわかった。こういう機会を設けることで、少しでも変わると実感した。また、資料の中で、ある銭湯の事例をあげていただいていたが、その方のお話を伺うと、当初銭湯経営のノウハウを知りたいけれど、毎日色々な問題が出てきてどうしたらよいかわからず、公衆浴場組合の若手経営者で構成される団体を知ったことで、ささいなことも含めて日々情報共有をするようになったとのことだった。銭湯大学に参加して知り合うことで、そのようなことを聞ける横のつながりをつくることのできる場にもなると思う。また、銭湯大学で銭湯の方が頑張っている、あるいは外からやりたい人が入ってきているということがいいPRになるのではないかと思う。社会の中で、銭湯の意識付けができるのではないかと思う。

- 公衆浴場の活性化は2つのレベルがあると考え。1つ目は浴場業界の活性化、浴場業界の地位向上である。そういった際に銭湯大学などを通して、後継者や新規参入者を育成することは、内的にも刺激になるし、外的にはPRになる。こういった体制を整えているということ自体が地位向上につながる。そうすると、自然に内部の人の意識も変わっていくことになるので、その部分を否定してはいけないと思う。

2つ目は浴場の個店の活性化である。それは笑顔のつくれない店主さん達をどうしていくかという底上げの部分で、そちらもなくてはならない。銭湯大学ではそういったところもやっていかなければならないし、そういったプログラムを取り入れていくことが必要だと思う。現在銭湯業界は、家業であり、生業であり、前近代性をもっている銭湯から、企業、産業に変わる端境期にあると思う。その中で、ここにいらっしゃる方はいち早く移行できたけれども、移行できていない方も多く、そういった方々は最終的には退出していくことになるかと思うが、一気に退出していくのではなく、ソフトランディングさせていくことが重要であるし、可能であるならば引き上げてあげた方がいいと思う。そのためには、意識改革が必要である。今まで体をきれいにする場所だったものに、現在はサービス業で付加価値や満足を提供する場となっている。

前回の結果にもあったが、お風呂がない家庭がないということで、銭湯を取り巻く環境が変わっているということを理解してもらう場として銭湯大学は必要であると思う。今の銭湯業界は、今この段階が手を打てる最後のチャンスだと思う。そういった形で、幅広く人を育てるということも必要である。人が先か、稼ぎが先かというのは、卵と鶏のようなところも多少あると思うので、是非個店を活性化させる取組についても、プログラムも作っていただければと思う。中小店であったり、生業性があつたりする経営組織体は、一国一城の主ということで、往々にして勉強する機会がない。こういった人づくりのシステムを使って、強制的に外に出てもらい、お互いについて勉強し、外に目を向けてもらうという機会を作ることも、底上げの中で、ひとつ有効な手段であると思う。

事務局

答えの出ないなかなか難しい問題であると思うが、あえて時間を割いて議論いただいた。事務局としても資料にあるように後継者難については売上・利益の確保を図ることで中長期的に解決していく問題であると認識している。

店舗づくり

- 昔は銭湯といえば煙突だったが、今はなかなか見られない。煙突に代わるようなものとして、例えば床屋の店頭にあるサインポールのようにシンボルとなるものを作成できればわかりやすいと思う。
- サイナージ的なものでもいいし、老若男女がすぐわかる色と照明とわかりやすい図がいいと思う。また、お金がかからないものとして、推奨しているのは花である。それは季節感も出しやすいし、女性目線としても嬉しいと思うので、入り口や外、受付等にすぐにでもやっていただければいいと思う。
- 店の中を見せるというのは重要だと思う。私は10年近く前から行っており、多分一番初めに実施したと思うが、営業していないときでも宣伝になる。シャッターが閉まっても、写真があることによって、店の中の様子がわかることで、散歩している人などが、次に来たときに入ってみようというきっかけになる。全体でやるという意識はなかったが、全体でやったら面白いと思う。また、季節のアイデアについては、しょうぶ湯や柚子湯などが全国的に行われているが、そういったイベント的なものを取り入れるのも重要だと思った。皆様のご意見はどれも確かにそうだと聞いていた。
ただ、いざ動かない人をどう動かすかというきっかけを何とか上手く作ってもらいたいと思う。色々なアイデアはあるが、そこまでたどり着けない、あるいは行こうとも思っていない人達をどう動かすか、また、動かすのは強制でやるのか、アイデアで動かすのか、はたまた、組織でやるのかあると思うので、そういった部分のアイデアを出していただいて、活性化につなげていただければと思う。
- 先ほど煙突のようなシンボルの話があったが、銭湯は日中営業していない所が多くシャッターが閉まっているが、インスタ映えという点では、シャッターに絵を描くなどして、中から写真は撮れないが、外からカッコいい写真が撮れば皆集まると思う。
銭湯が日中やっていないということを逆手に取り、閉まっている状態をカッコよくすることで写真もOKにするのもよいと思う。
- 外から見た店舗ということで、今一番重要だができていない店舗が多いのが、値段、営業時間を表示するということである。まずはそういった基本的なところから徹底したほうがよいと思う。
- 私もまさにそれを思っていた。ある銭湯は横断幕があり、わかりやすいと思う。普段まちなかを歩いていると、銭湯の前で立ち止まらないで歩いていることが多い。小さな写真を出しても、ゆっくり歩いている人でないと気付かない。そのため、

遠目で見てもわかりやすい短いフレーズが大事だと思う。また、個人的にいいと思ったのは、見学をした地域の小学校からのお礼の手紙などが貼ってあると、閉鎖的に見える場所でも、地域とつながっているということが感じられる。そういったふうに地域の力を借りるやり方もあるのではないかと思う。

- 私の店では営業中は煙突に照明を照らしている。そうすると、営業していること目印となり、お客さんが集まるきっかけになる。先ほどの床屋のサインポールと同じように、明かりでわかるようにするのも大事かと思う。現状それを当てにしていっしょやるお客様もいる。
- 銭湯の前には暖簾があると思うが、ある区では、バラ湯のイベントを行った際に、全店にバラの暖簾を新しく制作・供給し、イベントをやっている目印にした。11月からのイベントでも、テーマにあった暖簾を新しく制作し、各浴場に供給する予定である。
また、ある程度の周期でポスターを制作している。そのうちの1つに、先ほど申し上げた潰れそうな浴場の店主が腕を組んで少しだけ笑っているポスターがある。それを見た地元の小学生が「このおじさんかっこいいから、このポスターください」と言ってきたことがあり、その子の家にはそのポスターが貼ってあるそうだ。そういったこともあり、そのご家庭はよく銭湯に行くようになったということだった。
- 先ほど床屋のサインポールの話があったが、ある商店街の金太郎飴をつくるお店では金太郎をモチーフにした地蔵を作って店頭を設置しており、季節にあった装飾を施したところ、通行人が必ずその前で立ち止まるようになった。受験シーズンにはお賽銭が置かれていることもあった。そのような取り組みを全店でやったら非常に面白いと思う。また、こちらから仕掛ける集客策も必要ではないかということで、例えばノルディックウォーキングは中高年の間で非常にはやっているが、この間の台風の日にある市でイベントを行った際には最後にお風呂に入って帰ってもらうという仕掛けを施していた。同じようなものにフットパスというものがある。これは自然の中を歩いて皆で遊ぼうというものである。例えばその最終地点を皆さまの銭湯にすることで、フットパスならぬ「フットバス」という企画も面白いのではないかと思う。具体的にどうしたらお客様に集まってもらえるかということで、他の委員からお話しのあった「まち全体を銭湯にする」というのも、とてもいいと思う。そういった形でいろいろと仕掛けはできるのではないかと思う。