

第 24 次東京都公衆浴場対策協議会 令和 7 年報告（委員意見）

本協議会は、知事から検討を依頼された令和 7 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 7 年 2 月 7 日（金曜日）14 時 30 分から 16 時 10 分まで

第 2 回

実施日：令和 7 年 7 月 11 日（金曜日）15 時から 16 時 40 分まで

1 統制額について

令和 7 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。

- 資料 2「令和 6 年調査結果と令和 5 年実績比較」によると、標準的な浴場 1 軒当たりの入浴料金収入が増となっているのは、統制額の引上げにより売上げも増えたと考えられ、昨年引上げ後も客離れはそれほど起きていないと理解できる。一方で、光熱費、燃料費の支出が前年実績より下がっているのは意外な結果である。
- 浴場組合が各浴場に行ったアンケートで 550 円と 600 円で二極化しているのが非常に気になる。600 円にしても客が離れないという浴場と、引き上げないと経営が成り立たないという浴場が混じっているのだろう。
- 消費者物価指数が 2% 増ということだけ見ると、統制額は 10 円程度の引上げということになる。それを上回る引上げとなると、消費者心理としては随分上がったという印象になるため、今回は据置きでよい。
- アンケート結果のように、据置きもしくは 600 円のいずれかと思う。釣銭の問題が大きい。釣銭を出す煩わしさや釣銭を用意するために両替手数料が必要になるということもある。
- これまで乖離額が 30 円を超えないと慣例として統制額を引き上げていないが、来年、再来年もほぼ確実にインフレが継続し、しかも不確実性が高いということを考えると、コストを事業者側にため込んでしまうことを危惧しなければならない。20 円の引上げが最も妥当性が高いと思う。
- 過去 4 年連続で統制額を引き上げており、約 24 円の乖離額であれば、利用者のことを考えるとできれば 1 回ストップしたほうがよい。
- 4 年連続で値上げしているが、それによる客離れは見られていないことは、入浴料金が世間の相場と比べて決して高いものではないことの表れではないか。値上げが続いているかどうかではなく、客離れがあるかないかというところで考えるべきである。
- 業務用の消耗品費については、原価計算の消費者物価指数 2% 以上に上がっているという実感がある。物価の上昇スピードも加味したほうが良いと思う。
- 毎日常生活に密着して利用している人には値上げは深刻。毎年値上げしてきて、また引上げとなると、利用者の足を遠のかせてしまうのではないかと懸念している。統制額は据置きが望ましいが、補助を使って改築や耐震などの取組ができるよう、公的補助率を高めてもらいたい。
- 24 円の乖離幅であれば、据置きでもよいのではと思っている。ただ、令和 7 年の収支の「過不足額」の推定（資料 3・4）で 87 万円程の赤字になるので、見過ごすこともできない。設備投資に大変なお金がかかるので、日ごろから貯蓄しておかないと維持できないのではとも思う。

- これまでも実績から推定して乖離額を算出するという仕組みを考えれば、そこから逸脱した大幅な引上げというのは考えられない。統制額は上限額であるので、各浴場で自由な料金設定をできるのが理想。しかし、実態として統一料金となっているのであれば、乖離額が小さいときは、消費者側を意識して引き上げないというのが取るべき手段であると思う。統制額が上限額であることを周知徹底することが重要である。

- ◆ 令和7年の推定において、会計調査によって導き出された原価と現在の統制額が約24円の乖離にとどまっていることや、過去4年連続で統制額を引き上げていることから、据置きが妥当との意見が多数であった。
- ◆ 今後もほぼ確実にインフレが継続するであろうことや、推定の収支が赤字になるのであれば、乖離額程度の引上げは行うべきとの意見や、改定にあたっては釣銭のことを考慮すべきとの意見もあった。

2 今後の浴場経営について

公衆浴場業界及び行政機関が、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に向けて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

- 新たな利用者を取り込むという意味でもデジタル化は重要であり、都が実施するキャッシュレス決済導入促進事業を、各浴場で更に積極的に活用していただきたい。

(2) 柔軟な料金設定について

- 統制額はあくまで上限でしかない。上限額に基づいて、各浴場が自主的に価格を設定したことが分かるような表現で案内するようになるべきである。
- 統制額が上限額であることに鑑みて、価格面で経営努力をしていただきたい。

(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、利用者を増やすため、例えば利用者の少ない時間帯に安い料金で入浴できるような取組を浴場ごとに行うなどの工夫は、長時間の入浴者への対策等難しい点はあるものの、検討していただきたい。
- 現状では、入浴料金で足並みを揃えないといけない部分があるとすると、入浴料金以外でのサービスや経営努力が一層重要になる。

(4) 共通入浴券（回数券）について

- 共通入浴券の多様化も料金の多様化につながっていくので、例えば利用者の少ない時間に時差回数券のようなものを作るなど、共通入浴券における利用時間帯・利用日等の多様化や、小分け等売り方の工夫についても検討していただきたい。

(5) 利用者開拓について

- 近隣の幼稚園、保育園や小中学校と連携して体験入浴会やペンキ絵の塗り替えを公開で実施するなど、銭湯を知ってもらい、子供たちが成長した後にも来てくれるようになることよい。
- 地域の大学生や専門学校生へのアピールや、連携したイベントなどができるとよい。
- 組合が行っているトレーディングカードは、各銭湯に行って入浴しないとカードが購入できない仕組みになっており、カードを集めようとする新たな顧客を開拓することにもなるよい取組である。
- デザイン性のあるTシャツなど、企業とコラボレーションすることで、ブランディングの観点も含めて、集客できる事例が増えているようなので、積極的に取り組んでいただきたい。

- 値引きをするよりはプラスワンという観点でサービスを拡充できるとよい。天候によって客足に影響があるので、天候の悪い日などに浴場を利用すると、お天気ポイントがもらえるなど、業界と都で協働できるとよい。
- 乳幼児のいる家族連れは、湯の温度や入浴施設の事情がわからず足が遠のきがちとも言える。乳幼児連れでも入浴が可能なことを知らない若い世代も多いため、更なる開拓の可能性があるのではないか。

(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。キャッシュレス決済導入促進事業も自店の経営実態の把握につながる取組であり、組合としても浴場に積極的に働きかけを行っていただきたい。

(7) 浴場経営者の次世代育成について

- 公衆浴場の経営・運営がかなりの体力仕事であり、高齢の浴場主だけで経営していると限界があるので廃業を決断される、という浴場を何軒も拝見している。そういう意味では、組合が取り組んでいる次世代経営者の発掘育成は非常に重要な事業であり期待している。
- 公衆浴場の経営・運営は、個人やその家族で行っている浴場が多いので、経営が厳しい状況など声を出しにくいのかもかもしれないが、公衆浴場には、多大な補助金が入っていることを考えると、半公共サービスともいえるので、廃業等を考える際には、一歩踏みとどまって相談するなど心がけていただきたい。
- 事業承継はせっぱ詰まった問題。防災や居場所の確保という行政上の観点からも公衆浴場の役割を見直さなければならない。

(8) 行政からの支援について

- 自治体として、高齢者向けだけではなく、若者をターゲットにした割引サービスなどの支援を展開することもやってみてよいのではないか。
- 補助金申請の仕方について、各浴場へのアドバイスを浴場組合でもしていると思うが、何か、組合以外からもサポートできるとよい。
- 災害時でも活用できる場としての浴場の可能性や価値を考慮して、公的な補助（耐震対策や大規模改修など）を充実させたほうが良い。また、補助金の申請手続きの簡素化なども図ってほしい。
- 大規模な改修は自己負担が重く、廃業まで考えるほどの大きな問題であるため、公的支援を充実させるべきと考える。