

**全国浴場新聞**

発行所  
全国浴場生活衛生同業組合連合会  
東京都千代田区東神田1-10-2  
TEL 03(5687)2635  
購読料 1部 100円

まごころで奉仕する  
業界のパートナー

**東浴信用組合**

# 銭湯は地域の観光資源

## 東京都大田区の取り組み 「黒湯サイダー」も開発

東京都大田区の銭湯が斬新な企画の数々で、最近又メディアの注目を集めている。

温泉「黒湯」などの特徴があることはもちろんだが、それだけでなく、官民一体となった様々な仕掛けの効果が大きい。そこには、大田区の行政が銭湯を地域の観光資源の一つとして捉え、相互に働き掛け、地道な企画・発信を続けている。

そこで、大田区の観光・国際都市部観光課観光振興担当係長の綱島陽子氏に話を聞いた。

### ●銭湯は日常の観光資源

大田区は国内で利用を有する日本の玄関口、客数が最大の羽田空港。だが、観光地のイメージに比べて、大きな観光資源がある。

「大田区はスカイツリーや浅草寺など、他の区に比べて、大きな観光資源がある。光資源が豊富で、観光客が訪れる。生活の質を上げていく。観光客が訪れる。生活の質を上げていく。観光客が訪れる。生活の質を上げていく。」



大田区観光ガイドブック

「大田区はスカイツリーや浅草寺など、他の区に比べて、大きな観光資源がある。光資源が豊富で、観光客が訪れる。生活の質を上げていく。観光客が訪れる。生活の質を上げていく。」

### 最低賃金引き上げ 事業者への支援措置を拡充

正社員化、人材育成、設備投資を行う、事業者への支援措置を拡充する。最低賃金を引き上げ、事業者への支援措置を拡充する。最低賃金を引き上げ、事業者への支援措置を拡充する。

### 「ウェルカム銭湯」ステッカー完成

外国人歓迎店が一目でわかる



訪日外国人の増加に伴い、銭湯側も店舗により受け入れ環境が異なる。このため、全日本浴場生活衛生同業組合連合会が、外国人利用者を歓迎する「ウェルカム銭湯」ステッカーを完成させた。ステッカーには、外国人利用者のための注意事項が記載されている。

### 「お風呂プラスアルファ」魅力は

新しい活用の仕方など、銭湯の魅力を開発していく。お風呂プラスアルファの魅力を開発していく。お風呂プラスアルファの魅力を開発していく。

### 水と湯の、グレードアップ&燃費削減!

ナノテクノロジーの先端技術

浴槽、タイルもピカピカ

- ① 保湿作用、浸透作用が向上——肌になじみやすい水と湯
- ② 排水臭を大幅緩和——残留塩素の効果は保持
- ③ 鏡、カラン、タイルのスケール(赤サビ、シリカ、カルシウムなど)が減少——配管保護と、濾過能力がアップ
- ④ 菌の増殖が少なくなる——防菌作用
- ⑤ ボイラーの燃料使用量が約10~15%減少

薬品減少 断水なし

※周辺機器の使用年数や、水の質によって効果が異なります。

**いほ、ナノテクパワー**

Nanotechnology Now

販売・施工から水のアドバイスまで

**テクノ・オーシャン**

〒664-0017 兵庫県伊丹市瑞ヶ丘4-1-14  
テクノ・オーシャン株式会社

電子波処理装置 TeO (テオ) シリーズ

水専用装置 燃料専用装置

☎072-779-1475  
Fax. 072-779-1401

資料請求はテクノ・オーシャン(株)まで





都道府県別入浴料金表

Table with columns for Prefecture (都道府県), Name (県名), Effective Date (施行年月日), and Bathing Fee (入浴料金) for Large (大人), Middle (中人), and Small (小人) categories. Lists fees for various prefectures like Hokkaido, Tohoku, Kanto, etc.



三重苦を見事に克服した田村祐一さん

「お湯を売るのでなく、心地いい時間を売る」 お客様に喜ばれる接客という、

一流ホテルのおもてなしなどを想像してしまいがちだが、この日の出湯はそれとは異なる。そこにあるのは「感じのいいお兄ちゃん」と田村さんの接客のみ。

「赤字経営からわずか半年で客数100%増、売上200%」 日の出湯4代目である田村祐一さんは昭和55年生まれの35歳、銭湯経営者としては若手である。そんな田村さんが日の出湯の再建をまかされたのが平成24年、32歳のときである。

「お湯を売るのでなく、心地いい時間を売る」 お客様に喜ばれる接客という、

「公共浴場経営のアイデア集」は、東京都組合が平成27年度事業として作成。そこに掲載されている新たな利用客を掘り起こすヒントが詰まった13事例全てを、全浴新聞で連載紹介する。

「感じのいいお兄ちゃん」というのはもちろん自称ではない。客層でもとて多いご年配の方々がお風呂に感じ、それがいつのまにか口コミで広まり、「感じがいいから」という理由で来店する人も現れたほどである。



経験をまとめた著作



平成22年にリニューアル

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

Advertisement for '銭湯検定公式テキストI' (Public Bath Inspection Formula Textbook I). Includes title, author information, and pricing details.

Advertisement for 'I ♥ eco' logo. Features the logo and text about its use in public baths and environmental friendliness.

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。

「お風呂屋さんでも本が置かれており、80歳のおばあちゃんも使っている」という。その独特の商品ラインナップはもちろん、陳列の工夫や手書きPOP(イラストや文字を使った説明書き)などにも余念がない。これらが売上200%に寄与しているのはいままでの常識では考えられない。