

# 老いも若きも楽しめる「スーパー銭湯」。ブームの火付け役は名古屋にいた

## パチンコ店から1号店 脱・請け負い 提案型に 競争激化 流行も変化

「スーパー銭湯ブームの火付け役と言われています。ゆえんは何ですか。」

「スーパー銭湯にきちんとした定義があるわけではないが、わかりやすく言えば、比較的安い料金でいろんなお風呂を楽しめる施設です。そういう施設は昔からあり、私たちが発明したわけではない。ただ、名古屋市内のパチンコ店をスーパー銭湯につくりかえた1号店が1994年に大ヒット。その後の店も繁盛しメディアに大きく取り上げられたことで全国に広がっていった。現在、全国に約700店あると言われている。私たちが手がけたのは、そのうち計画も含めて北海道から鹿児島まで約200店です」

「きっかけは？」  
「もともと得意だったのはパチンコなどレジャー施設だ

玉岡設計 玉岡 宏光社長

「風呂に入らない人はまずいない。当時、名古屋市内に5億円かかったが、6〜7年

「当初、車で30分圏内に10万人以上いれば商売が成り立ち、出店すればもうかった。だが、全国で爆発的に増え、今では15分圏内にライバル店がひしめいている地域が多々ある。地域一番店を目指すベキなのか、まねできないオンラインワンの店づくりを目指すベキなのか、出店時に方向性を明確にしないと失敗する時代となった」

「スーパー銭湯と異業種との協業も増えるだろう。東京都品川区では、ビジネスホテルと組んだ。各都府県にバススタブを置く必要はなく、シャワーだけ。ホテル側はコスト削減できる。スーパー銭湯目的のお客も呼び込んで飲食などで別の収入増も期待できる」

「安くて近場で手短かにいう初期のコンセプトは、建物全体を和風のおしゃれなデザインで演出するなど、『非日常感』に移った。今後は『健康』がキーワードだ。来店客へのアンケートによると、7割が週1回は通うリピーター。気軽に通って岩盤浴や炭酸泉などで汗をかき、健康にも気を配っているお客だ。そこで、スーパー銭湯にフィットネスクラブを併設し、どちらも楽しみながら健康になれる施設も設計した」

深読み  
先読み



細川卓撮影

たまおか・ひろみつ  
名古屋瑞穂区出身、工学院大卒。1985年、父が経営する玉岡設計に入り、オフィスビルやマンションの設計を手がける。97年、社長に就任。50歳。

1968年設立。本社は名古屋市中区。非上場。個人宅やマンションの他、パチンコ、カラオケ、ボウリング場など幅広く設計を行う。94年からスーパー銭湯の企画・設計を全国で展開する。2012年6月期は、売上高が約2億円。今期予想は3億5千万円。社員は32人。

玉岡設計

### 記者の視点

### テーマ性ある施設 求められる時代に

いまや全国各地にあるスーパー銭湯が名古屋から広まったことを知る人はそう多くないだろう。私も知らなかった。しかし、それを知った上である疑問がわいてくる。「設計会社がどうしてスーパー銭湯を？」  
玉岡設計は事業の企画、提案をする「企画室」をはやくから持つ。仕事の依頼を待つだけでなく、取引先に自ら新しい仕事を考えて、提案しに行く。スーパー銭

湯のアイデアもこの姿勢から生まれた。銭湯に通う人がどれだけいるか調べようとした発想の勝利とも言える。  
ただ、激しい出店競争で、スーパー銭湯は2006年ごろから大都市では飽和状態という。これからはよりテーマ性を持った施設が求められるだろう。風呂好きの末席にある私だが、次に何をしかけてくれるのか、とても楽しみだ。  
(井上亮)