

# 日本の「お風呂文化」を中国へ ～スーパー銭湯「極楽湯」の海外店舗展開～

texted by 滋賀銀行 上海駐在員事務所 森岡 拓哉

株式会社極楽湯は、スーパー銭湯「極楽湯」を日本国内に39店舗(直営24店舗、フランチャイズ15店舗)を展開。日本特有の「お風呂文化」を海外にも発信すべく、2013年2月、中国・上海に海外1号店を初出店し、今年2月には2号店がオープンした。進出から現在に至る軌跡と、今後の展望についてレポートする。



海外1号店となった上海の「極楽湯 碧雲温泉館」内湯

## 海外進出への想い

同社は、1980(昭和55)年の創業以来、スーパー銭湯「極楽湯」を日本全国各地に展開。温浴専門事業者としては唯一の上場企業で、国内最多の店舗数を誇っている。長年にわたり培われた店舗運営ノウハウを大きな武器に、日本の温浴業界を牽引するリーディングカンパニーである。

同社の企業理念である「心と体の癒し」をより多くの人に体感してもらいたい、そして日本独自の「お風呂文化」や「おもてなしの心」を海外に向けて発信したい、という熱い想いから海外進出を展望。情報収集や市場調査による検証を重ね、2013年2月に中国・上海に念願の海外初進出を果たした。

## 苦勞多き海外初出店

同社としても初めての海外進出であり、そのノウハウを持つ人材がいなかった。1号店の店長にして店舗出店の立ち上げを任された椎名晴信館長(現2号店館長)は、日本国内では滋賀県の彦根店などで店長経験はあったものの、勝手のまったくわからない中国での出店において幾多の苦勞を乗り越えてこられた。

店舗工事では、当初発注した図面通りに工事が行われず、作業者の人手不足にも悩まされた。思うように進まず、完成が大幅に遅延。館長自らほぼ毎日現場に泊り込み、現場監督に張り付いて工事を見守った。その後、従業員の現場研修を開始するも、内装工事と並行して実施したた

め予想以上に時間を費やすこととなった。

## 待望の1号店開業

2013年2月6日、待ちに待った1号店「極楽湯 碧雲温泉館」がオープン。店舗面積は日本国内店舗の約6倍(約1万2千平方メートル)という大型店舗である。温浴施設は、各種風呂やサウナの他、岩盤浴も完備。その他、和食レストランやマッサージ、ネイルサロン、ゲームセンター、リラクゼーションルームなども備え、総合レジャー・エンターテインメント施設となっている。

計画では利用客の3割を日本人が占めると見込んでいたが、実際は9割以上が中国人であった。中国人は風呂に浸かる習慣がないため、入浴前の掛け湯やタオルを湯船に入れられないなど日

本人なら当たり前のマナーが通じず、「お風呂文化」の浸透は一筋縄ではいかなかった。

オープン当初は好調だった利用客が、冬から春、夏へと気温が上昇するにつれ大幅に減少。閑散期の対策で試行錯誤を重ね、インターネットやスマートフォンのアプリを使った広告宣伝や館内イベントを企画するなどさまざまな工夫を凝らした結果、利用客の拡大につながった。今では、平日にも行列ができることもあり、混雑時には最長3時間待ちになるなど、安定した集客を確保している。

## 2号店オープン

今年2月17日、1号店がある浦東エリアから、黄浦江を挟んで西に約27kmの浦西エリアに2号店「極楽湯 金沙江温泉館」をオープン。「More Japan」をコンセプトに、1号店以上に「日本」を感じられるよう、施設内の雰囲気やサービスはもちろんのこと、日本のサブカルチャーやファッションに至るまで、あらゆる日本文化を発信する店舗となっている。冬の寒空にもかかわらず、オープン初日から店の外まで長い列ができ、終日大盛況。上海での極楽湯の認知度の高さに驚いた。

## 中国における今後の展開

極楽湯は、上海で日本独自の文化を売り込み、日本式の高いレベルのサービスを提供することにより、利用客を集め、リピーターを獲得してきた。2号店の長蛇の列を見ていると、シャワーが主流の中国で風呂に浸かるという文化が理解され、受け入れられてきていることを実感する。同社では当面、上海を拠点に近郊の江蘇省や浙江省を中心に、今後10年間に中国全土にて100店舗への拡大を目標に掲げている。日本の「お風呂文化」を広めるべく、中国市場での挑戦は続く。

### 会社概要

#### ▶株式会社 極楽湯

- 所在地/東京都千代田区麹町2-4 麹町錦屋八幡ビル6階
- 代表者/代表取締役社長 新川 隆丈
- 設立/1980年4月
- 資本金/23億3,555万5,755円
- 事業内容/「極楽湯」の直営事業・フランチャイズビジネス
- URL/http://www.gokurakuyu.ne.jp/

### 中国店舗

#### 【直営1号店】

- 店舗名/「極楽湯 碧雲温泉館」
- 所在地/上海市浦東新区新金橋路600号
- 店舗面積/約1万2千平方メートル(3階建)
- 開業日/2013年2月6日
- URL/http://www.gokurakuyu.cn/biyun/

#### 【直営2号店】

- 店舗名/「極楽湯 金沙江温泉館」
- 所在地/上海市普陀区祁連山南路398号
- 店舗面積/約1万平方メートル(4階建)
- 開業日/2015年2月17日
- URL/http://www.gokurakuyu.cn/jinshajiang/



2号店オープン当日。利用者の多くが自家用車で来店し駐車場は満車に。道路にまで車の列が並んだ



中国初出店を任せられ、現在は2号店を統轄する椎名館長



選べる8種類の館内湯。うち一つはVIP会員専用

## シンガポールの住宅市場

国土が狭く、天然資源も乏しいシンガポールが急速な経済成長を遂げたのは、政府の強力なリーダーシップによるところが大きい。公用語を英語と母国語(中国語、マレー語、タミル語)の二言語としたり、法人税率を低くして外資系企業を誘致するなど、多様な戦略的政策が推し進められてきた。住宅も同様に政府主導により独特の形態となっている。1965年の建国当初は極度の住宅不足で、住宅開発局(HDB)は70年代からHDB住宅(日本でいう「公団住宅」)を急ピッチで建設。助成金や優遇ローンなどにより購入を推奨した結果、現在では国民の80%がHDB住宅に暮らし、コンドミニアムと呼ばれる民間のマンション等も含めると持ち家比率は約9割にもなる。

一方、不動産市場は過熱基調であり、投機目的の売買により住宅価格も高騰している。シンガポール国民のみが購入できる新築HDB住宅の価格はHDBが決定するため、どの地区もほぼ同額だ。2ルームで約10万シンガポールドル(約900万円)、5ルームで約33万シンガポールドル(約3千万円)。対して中古HDB住宅は永住権保持者も購入可能であり、主に高所得の永住権保持者が高値で購入するため、新築の2~3倍で取引されるといういびつな状態となっている。さらに、購入したHDB住宅の賃貸で高額な利益を得るケースも増え、中古物件の売買は増加している。また、コンドミニアムもシンガポール人富裕層に加えマレーシア、インドネシア、中国などからも投機的資金の流入が増加しバブルの様相を呈している。

政府はHDB住宅の売買・賃貸規制を強化し、また外国人、法人の不動産売買に15%の印紙税を追加課税。事業用不動産の売り手に対する新規課税、ローン制限を導入して住宅投資の抑制に努めている。これまでさまざまな政策で成功してきたシンガポール政府の力が発揮され、不動産市場の沈静化につながることを願う。

【しがぎんアジア月報】3月号よりシンガポール研修生 山崎 早



コンドミニアムの価格例  
2010年建築 55階建  
駅から徒歩6分  
▶1LDK 170万シンガポールドル(1億5千万円)  
▶3LDK 450万シンガポールドル(4億円)