



## 風呂文化研究会が考える ニッポンのお風呂



風呂文化研究会は、「お風呂をもっと楽しく気持ちよくしたい」と考える企業が集まり、1990年に発足しました。以来、お風呂の持つ価値を問い続け、研究と情報発信を行っています。

風呂文化研究会の発足 20 年を超えて、  
改めて考えてみました。

## ニッポンのお風呂の良さ、 お風呂の魅力ってなんだろう？

日本の風呂文化について考え続けて 20 年を超えた今、改めて「お風呂」  
についてじっくりと考えてみることにしました。

そもそも「お風呂の良さ」「お風呂の魅力」ってなんだろう？

時代が移ろいゆく中、お風呂の在り方にも少しずつ変化が見られます。

でも、わたしたち日本人が「お風呂好き」であることは変わりません。夜に  
なると、多くの家の風呂場に明かりが灯ります。日本人にとって、お風呂  
は一日を締めくくる大切な時間。それは今も昔も同じです。

だからこそ、日本のお風呂を文化として残していきたい。

そのためにも、お風呂の魅力を再確認する必要があると思うのです。

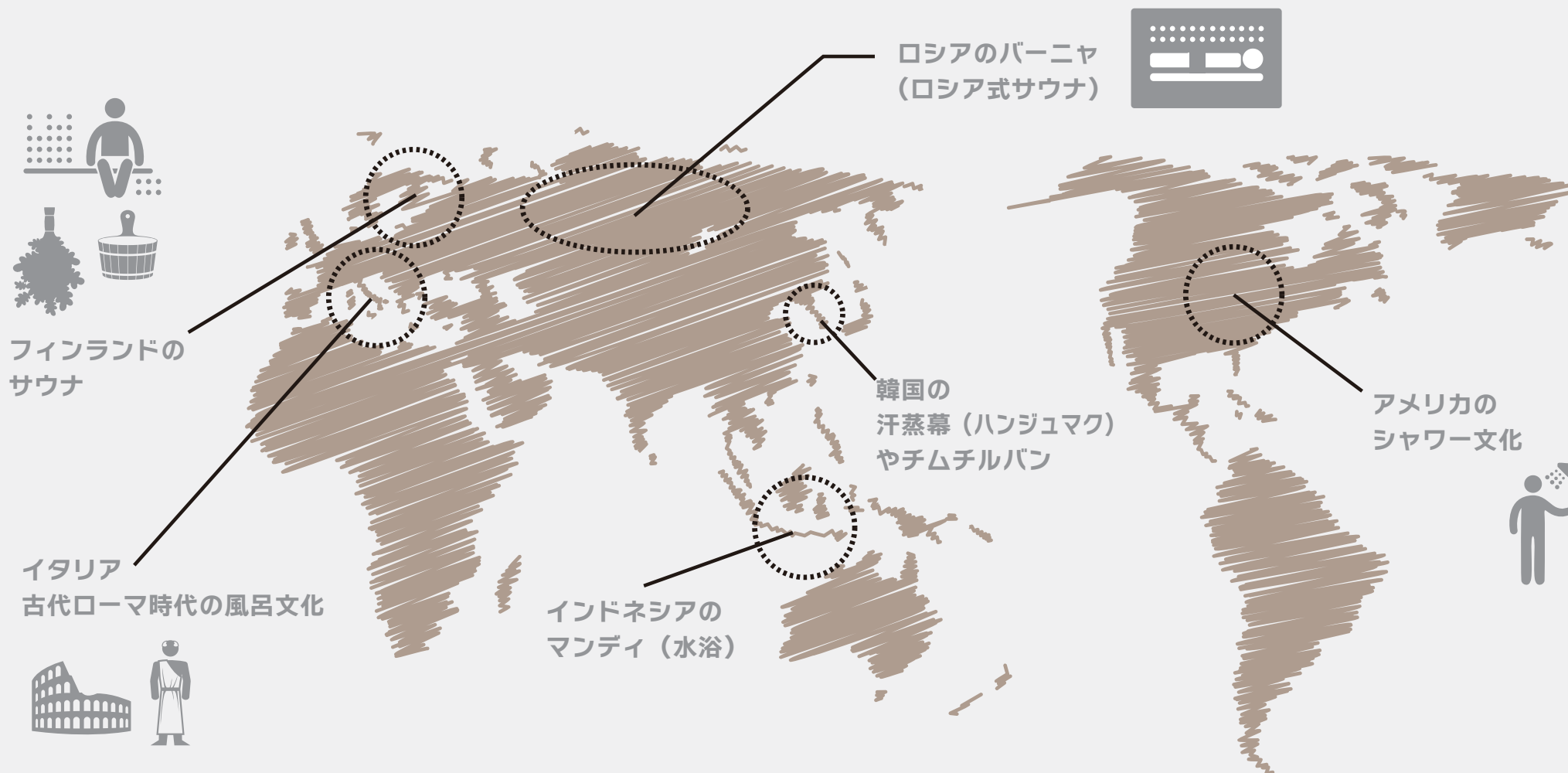


## 世界のお風呂の昔と今

# 世界の風呂文化を調べてみる



基本に立ち返るという意味でも、私たちはあらためて世界のお風呂を調べ直してみました。世界にももちろん風呂文化はありますが、イタリアのように古代ローマ時代に発展した壮大な共同浴場の施設やお風呂好きな国民性が過去のものとして消えてしまった国や、フィンランドのサウナのように文化の顔ともなって現在に息づいている国もあります。

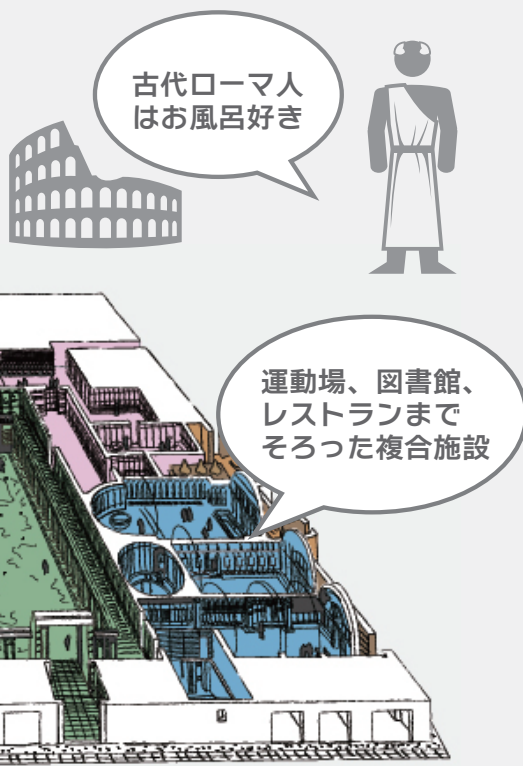


## 帝国の終焉とともに姿を消した 古代ローマの風呂文化

“世界”“お風呂”のキーワードでまず思い浮かぶのは、なんといっても古代ローマ。テルマエと呼ばれた公共の共同浴場は、想像以上にスケールが大きく、競技場、図書館、劇場などが併設された一大娯楽施設だったそうです。

しかし、裸の社交場として大いに発展を遂げたテルマエも、ローマ帝国の衰退とともに姿を消しました。

現代のイタリアの暮らしの中にテルマエの片鱗を見ることはありません。バスタブ付き住宅もあるものの、やはりメインはシャワーのようです。



ポンペイ・スタビア浴場

## もはや国の名物となった フィンランドのサウナ文化



フィンランドの人に「人生で一番大切なものは？」と尋ねると、「SAUNA！」という返事が返ってくる。そんなエピソードがあるほど、フィンランドでサウナは欠かせない存在です。住宅はもちろん、あらゆる施設にサウナがあり、たっぷり時間をかけて楽しめます。

時にはサウナパーティが開かれることもあるとか！

フィンランドで“サウナのお供”と言えば、ヴィヒタと呼ばれる白樺の枝を束ねたもの。汗が出始めた体をヴィヒタで叩き、発汗を促します。フィンランドの人にとって、サウナは一番の健康法であり、重要なコミュニケーションの場でもあるようです。

日本の風呂文化にちょっと似てますね。



## 今も昔も合理的、 アメリカのバスルーム文化

今や世界中のホテルが採用している「ひとつの空間にバスタブとシャワー、洗面台、トイレ」というコンパクトなバスルームのルーツはアメリカにあります。アメリカにおいて、入浴はリラックスのためというより衛生維持のためのもの。開拓時代、不衛生な暮らしで疫病に悩まされたことから、清潔にする手段として入浴の習慣が広がったと言われています。

19世紀末の工業時代、短時間でキレイになる方法としてシャワーが普及。現在、アメリカ人の多くはシャワー派で、バスタブにつかる習慣はほとんどないようです。



## ニッポンの風呂文化は独特！？

# 暮らしに息づき、街にひろがり 進化をつづけるニッポンの風呂文化

世界のお風呂事情を知れば知るほど、日本の風呂文化が独自の進化と発展を遂げたユニークなものであるかがわかります。

古くはお寺で地域の人に振る舞われた「施浴」という蒸し風呂などに始まり、江戸時代に広がった銭湯文化で入浴の習慣やその楽しさも認識され、昭和 30 年代の内風呂の一般化によって、毎晩のように湯船にお湯をためてゆっくり一日の疲れを癒すという、欧米には見られない入浴スタイルへとつながっていったと考えられます。



日本人は  
昔も今も  
お風呂好き



## 現代

- 銭湯が進化し、スーパー銭湯や健康ランド、スパリゾートなどの温浴施設が人気
- 多種多様な入浴剤がコンビニでも販売
- ミクロ、スプレー、うたせ湯などシャワーの多機能化
- 「浴室暖房乾燥機」の登場で浴室が 24 時間乾燥室に
- 高機能・高効率でデザイン性の高い風呂設備、商品が誕生

## 昭和

- 昭和 30 年代、家庭に内風呂が普及しユニットバスが誕生
- 毎日の浴槽入浴が習慣化

## 江戸時代

- 銭湯が発展、町人文化やコミュニティーの中心に
- 浴衣や風呂敷がひろまる
- 戦国時代の武士の湯治
- お寺の蒸し風呂「施浴」

## 奈良・平安

## ZEN、SUSHI、KARAOKE、WASHOKU につづけ!? ニッポンのお風呂は、OFURO!?

近年アメリカでは、湯船につかる日本式の入浴スタイルが注目を集めているそうです。「リラックス」や「健康」を目的にお風呂に入る人も出てきているとか。また、ドイツのメーカーが深さのある日本式浴槽を発売し、話題になりました。

日本への旅行の際、銭湯へ行く外国人も増えていると言います。海外でもお風呂が日本文化のひとつとして認識されつつあるなんて、ほんとうに嬉しいことです。

私たち日本人には身近すぎて、“文化”の意識が薄いお風呂。でも、今やお風呂は OFURO。ZEN、SUSHI、KARAOKE、WASHOKU などにつづく、ユニークな日本文化のひとつとして、世界の人々に認識されつつあります。



カンカンガクガク議論しました！

## “ニッポンのお風呂の魅力”を 分析してみよう！



お風呂の良さって何だろう？その“良さ”を構成している要素とは？

わたしたちは“ニッポンのお風呂の魅力”について議論しました。

その結果、3つの構成要素が見えてきました。

- 【その1】心身へのメリット
- 【その2】機能的な風呂空間
- 【その3】情緒的な要素

この3つが相まって、日本のお風呂は独自の魅力を形成しているのでは？と考えました。

その1

カンカンガクガク議論を深ボリ！

## ニッポンのお風呂が心身に 与えるメリットってなんだろう？

“お風呂に入ること”で得られる心身へのメリットを3つのエッセンスとして抽出してみました。  
この3つこそが“お風呂の魅力の原点”と言えるものではないでしょうか。



**疲れがとれる**

お湯に浸かることで  
血行が良くなり  
心身ともに疲れがとれる

**リラックス  
できる**

お湯に浸かることで  
浮遊感や解放感によって  
ストレスが解消され  
リラックス

**カラダが  
キレイになる**

お湯でカラダや髪の毛の汚れを落とし  
清潔になることができる



カンカンガクガク議論を深ボリ！

# ニッポンの風呂空間の魅力ってなんだろう？

日本の風呂文化は、さまざまな形でお風呂に関わる各メーカーの努力なくして語れません。現在の浴室にはエコの要素、衛生の要素、快適の要素が詰まっています。それらは多様なテクノロジーによって支えられています。



**最先端の技術**

省エネ・節水技術はもちろんより快適で清潔な空間を実現する技術が、給湯設備から浴槽、床などすみずみまで行き渡り、さらに進化をつづけている。

**浴室を清潔に保てる**

浴室乾燥機能や水はけや乾燥を促進する床や壁面の技術により浴室のカビや湿度による劣化を予防

**洗い場がある**

洗う・浸かると分けられた広く開放的な浴室空間

**たっぷりのお湯に浸かれる**

豊富な水資源と節水技術により毎日の浴槽入浴が楽しめる

**お湯の再利用ができる**

湯沸かし機能や洗濯利用により水資源を効率的に利用



# ニッポンのお風呂の 情緒的な要素ってなんだろう？

わたしたち日本人がカラダを洗うこと以外に、お風呂に抱くイメージ、日本のお風呂の情緒的な要素を5つのエッセンスとして抽出してみました。そこには、日本人特有の感性、生活体験の記憶が影響しているのではないのでしょうか。



**裸の解放感  
がある**

自宅のお風呂はもちろん  
銭湯や温泉など  
お風呂は心身ともに  
解放してくつろぐ場所

**入浴作法がある**

かけ湯や上がり湯など健康のための  
作法や次の人への気配り、湯冷めを  
さける知恵まで

**季節を  
感じられる**

ゆず湯や菖蒲湯など  
古き良き入浴文化を  
楽しむ

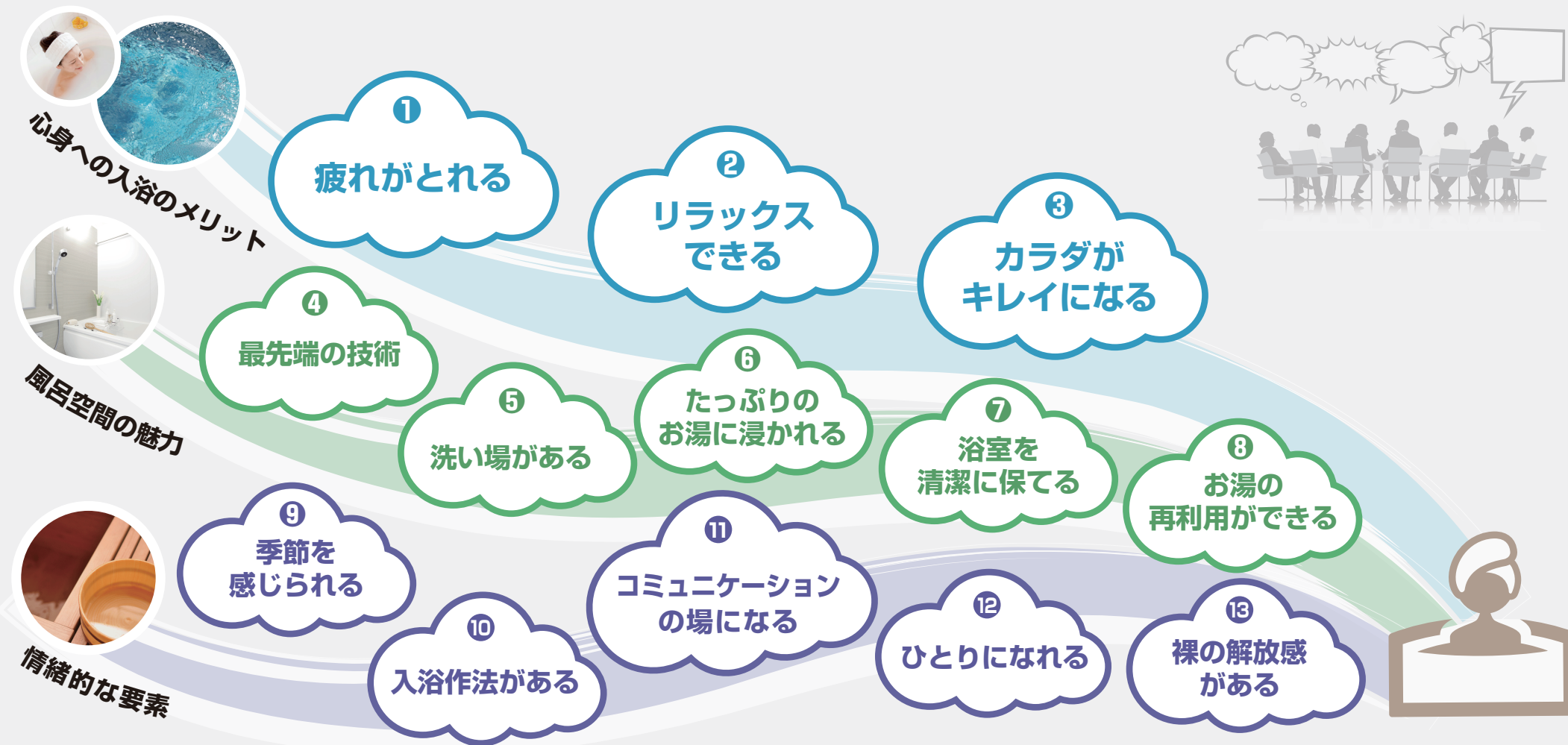
**コミュニケーション  
の場になる**

親子や夫婦、兄弟で  
会話やふれあいを楽しむ

**ひとりになれる**

浴槽や洗い場で  
一人きりの時間をのんびり  
過ごせる

# 『風呂文化研究会』 が考えた、ニッポンのお風呂の魅力 13のエッセンス



日本の風呂文化は入浴そのものだけでなく、入浴の前後、季節、ライフステージにまで及ぶ、非常に奥深いものです。

私たちは、各々さまざまな形でお風呂に携わっている企業です。お風呂へのアプローチ方法はそれぞれですが、風呂文化研究会全員でアイデアを出し合えば、新しい何かが見えてくるのではないかと考えています。

私たち風呂文化研究会は、日本の風呂文化をより良い形に進化させるために、13のエッセンスについて考えつづけてまいります。

ひとつひとつのエッセンスをさらなる高みに引き上げることが、より楽しく、より快適で、より豊かな入浴に繋がっていくと信じて。

新しいライフスタイルを創造することを理念とするアイシーエルは、日常のバスタイムをもっと楽しく豊かなものにしていくため、新しい提案を続けていきます。

アイシーエル

一日の汚れを落とし、そして湯に浸かり一日の疲れを落とす。そのひと時を「超心地良く過ごしたい!」をメンバーで熱く議論し、研究し、発信していきます。

内野

お風呂の今ある価値を高め、そしてお風呂のこれからの新しい価値を創造する。より快適で、楽しいお風呂空間をこれからも提案し続けていきます。

大阪ガス

石鹸やヘアケア、入浴剤、浴室用洗剤など、様々な形でお風呂に関わってきました。これからも、お風呂でより満足してもらうため、未来を考え続けます!

花王

ニッポンのお風呂をもっと楽しく豊かにしていきたい!

考える、伝える、進化させていく、「風呂文化研究会」のこれからにご期待ください。

浴室空間をもっと快適に、もっと美しく。これからも斬新な発想と時代の先をいく提案で豊かなバスライフを創造しお客様に感動を提供し続けていきます。

TOTO

今や生活に欠かすことのできないお風呂。東京ガスは近代日本の風呂文化に寄り添ってきました。これからも風呂文化の発展のために貢献し続けていきます。

東京ガス



ノーリツにとって創業の原点は「お風呂は人を幸せにする」。お風呂文化の「これまで」と「これから」を考えながら、たくさんの幸せをわかしていきます!

ノーリツ

「健康は、進化する。」をスローガンに、「温泉・生薬」および「温浴効果」の知識と経験を活かし、お風呂を通して健やかで心地よい生活を提供していきます。

バスクリン

世界から見れば、ちょっと特殊な日本の風呂文化。そんな誇れる、お風呂の楽しみ方や入浴の魅力について見つめなおし、新たな価値を発信していきます。

パナソニック

大量の水に加えて化石燃料を使う入浴は最高の贅沢ですが、LIXILはその環境負荷を低減しながらリラックスできる入浴を追究していきます。

LIXIL

# 風呂文化研究会

代表： 東京ガス株式会社

会員： 株式会社アイシーエル

内野株式会社

大阪ガス株式会社

花王株式会社

TOTO 株式会社

株式会社ノーリツ

株式会社バスクリン

パナソニック株式会社

株式会社 LIXIL

風呂文化研究会 WEB サイト

<http://www.toshiken.com/bath/>

2014年3月発行