

温泉表示に関する実態調査について

平成15年7月31日
公正取引委員会

1 調査の目的

近年、消費者の健康志向、温泉ブームを反映して、旅館・ホテル等の顧客獲得競争が活発になるとともに、旅行業者のパンフレット等における温泉表示においても、消費者の関心をとらえるため、従来の泉質・効能等の表示に加えて、温泉の内容について強調した表示が増えている。

そこで、公正取引委員会は、温泉表示の実態を把握し、併せて温泉表示に関する消費者の意識等を明らかにするとともに、その問題点を整理し、温泉表示の適正化につなげることを目的として本調査を実施した。

2 表示上の問題点等

調査の結果、実際に浴用に供する際に、源泉への加水、加温、循環ろ過による再利用などが行われている実態については、消費者に必ずしも十分な情報が提供されていないことが認められた。これを踏まえ、明らかになった温泉表示上の問題点について、以下のとおり景品表示法上の考え方を整理した。

(1) 源泉に加水、加温、循環ろ過等を行っているにもかかわらず、パンフレット等において「源泉100%」、「天然温泉100%」など、源泉をそのまま利用しているような強調表示を行うことは、消費者の誤認を招くおそれがある。

また、「天然温泉」との表示を行う場合には、あわせて、源泉への加水、加温、循環ろ過装置の使用の有無に関する情報が提供される必要がある。

(2) パンフレット等において療養泉としての適応症表示（効能についての表示）を行う場合で、その表示がゆう出口における源泉を基準に判断したものである場合は、浴槽内の湯についての適応症であるとの消費者の誤認を招かないよう、その旨を明瞭に表示する必要がある。

また、浴槽内の湯について療養泉としての適応症表示を行う場合には、消費者が実際に利用する浴槽内の湯が療養泉としての基準値を維持していることを確認した上で表示する必要がある。

3 公正取引委員会の対応

公正取引委員会は、本調査の結果を踏まえ、関連事業者団体に対し、パンフレット等の表示において、温泉に関する情報提供をより積極的に行うよう傘下会員への周知を要請した。

当委員会としては、今後とも、事業者及び事業者団体の温泉に関する適正表示への取組を支援していくこととしている。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部取引調査室
電話 03 - 3581 - 3372（直通）

ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

温泉表示に関する実態調査報告書

公正取引委員会事務総局

温泉表示に関する実態調査報告書

第1	調査の目的等	1
1	調査の目的	1
2	調査手法	1
3	調査期間	1
第2	温泉に関する規制等	2
1	温泉の定義	2
2	温泉の分類	2
3	掲示に係る規制等	2
第3	温泉施設における源泉の利用実態	3
1	加温（沸し直し）行為	3
2	加水行為	3
3	循環ろ過装置による源泉の再利用	4
4	消毒行為	4
第4	温泉表示の実態及び消費者の意識	5
1	温泉表示の実態	5
2	消費者モニター調査の結果	7
3	事業者団体の動き	12
第5	温泉表示上の問題点と景品表示法上の考え方	13
1	温泉表示上の問題点	13
2	景品表示法上の考え方	13
第6	公正取引委員会の対応	14

温泉表示に関する実態調査

平成15年7月31日

公正取引委員会

第1 調査の目的等

1 調査の目的

近年、消費者の健康志向、温泉ブームを反映して、旅館・ホテル等の温泉施設を巡る顧客獲得競争が活発になるとともに、旅行業者のパンフレット等における温泉の広告（以下「温泉表示」という。）においても、消費者の関心をとらえるため、従来の泉質・効能、露天風呂等の温泉施設に関する表示に加えて、「ほんものの温泉」、「源泉100%の温泉です」等といった温泉の内容について強調した表示などが増えている。

そこで、最近の温泉表示について、その実態を把握し、温泉表示に対する消費者の意識等を明らかにするとともに、問題点を整理し、温泉表示の適正化に資することを目的として実態調査を行った。

2 調査手法

- (1) 表示物実態調査（旅行パンフレット、旅館業者等のホームページ等資料収集）
- (2) 事業者ヒアリング（温泉施設経営者、循環ろ過装置メーカー、旅行業者等）
- (3) 事業者団体ヒアリング（社団法人日本温泉協会、財団法人中央温泉研究所等）
- (4) 関連省庁ヒアリング（環境省等）
- (5) 消費者モニターに対するアンケート調査

ア 調査対象 消費者モニター 1,100名

イ 調査方法 書面によるアンケート調査（郵送）

発送数1,094 回収数1,074 回収率98.2%

ウ 調査期間 平成15年5月9日～5月23日

3 調査期間

平成15年3月24日～6月9日

第2 温泉に関する規制等

1 温泉の定義

温泉に係る法律としては、温泉の保護とその利用の適正化を目的とする「温泉法」（昭和23年法律第125号）がある。

温泉法上、温泉とは、地中からゆう出する温水等で、泉温が25以上、又は水素イオン等の特定の物質を有するもの（温泉法第2条）と規定されている。

このように温泉法上は、温泉について、あくまでもゆう出口における源泉を基準として判断しており、利用段階（浴槽内）における温泉の状態に関する規定はない（以下、温泉法上の温泉を「源泉」という。）。

2 温泉の分類

源泉は、環境省自然環境局のガイドライン（「鉱泉分析法指針」）に基づき、温度（泉温）、液性（水素イオン濃度）、浸透圧、含有する化学成分（泉質）など、源泉の持つ様々な特性によって分類されている（注1）。

このうち、特に、治療の目的に供し得る特殊成分を一定値以上含有している源泉は「療養泉」として分類されている（注2）。

注1 泉質によれば、塩化物泉、炭酸水素塩泉、硫酸塩泉、二酸化炭素泉、含鉄泉・含銅・鉄泉、硫黄泉、酸性泉・含アルミニウム泉、放射能泉、単純温泉の9種類に大別され、更に含有成分に基づき約80種類以上に細分類されている。

注2 例えば、遊離二酸化炭素の含有量が250mg/1kg以上あれば温泉法上の温泉に該当し、更にその含有量が1000mg/1kg以上の場合は「療養泉」として分類される。

3 掲示に係る規制等

(1) 温泉法に基づく掲示規制

温泉法では、源泉を公共の用等に供するものに対し、環境省令で定めるところにより、施設内の見やすい場所に、源泉の成分、禁忌症及び入浴又は飲用上の注意事項を掲示することを義務付けるとともに、掲示内容についての都道府県知事等への届出を義務付けている（同法第14条第1項、第3項）。

これらの掲示を行わず、また、届出を怠った者は、30万円以下の罰金に処せられる（同法第37条第1号、第2号）。

これらの掲示事項に示される源泉名、源泉の泉質等が、温泉事業者、旅行業者等の広告、パンフレット等における表示の根拠となっている。

(2) 通知等に基づく掲示規制

温泉法に基づく掲示事項ではないが、源泉が療養泉として分類される場合、環境省通知により、都道府県知事の判断により、「適応症」（例えば、神経痛に効果があ

るなどの効能)について掲示することは差し支えないとされている。

(3) 天然温泉表示制度

社団法人日本温泉協会(以下「温泉協会」という。)は、昭和51年、天然資源である源泉の適正な利用促進等の認識を国民の間に喚起することを目的として「天然温泉表示制度」を創設した。

これは、温泉法第2条に規定する「温泉」に該当する源泉について、それを示す意匠(温泉マーク)を使用することとともに「天然温泉」と表示することを認めるものである。この制度によって、源泉を用いている温泉施設において、「天然温泉」との表示が全国的に用いられるようになった。

第3 温泉施設における源泉の利用実態

平成14年3月末現在、温泉施設の数、21,991施設である(「平成13年度温泉利用状況」環境省)。

昭和40年代ころから、温泉施設の増加、浴槽の大型化とその設置数の増加等に伴い、源泉の使用量が飛躍的に増大したため、慢性的な湯量不足が深刻化した。そのため、現在では、温泉施設で利用されている源泉の約7割以上が、地中深く掘り下げて源泉をポンプで人工的に汲み上げる「動力源泉」であり、自然に湧き出す状態で利用されている「自噴源泉」は3割程度となっている。

動力揚湯以外にも、源泉を浴用に供する際には、源泉を入浴に適した状態にするため、また、十分な湯量を確保するため、必要に応じて、源泉への加温、加水、循環ろ過装置による再利用などが行われており、採取された状態のまま浴用に供されることはほとんどない。

源泉を浴用に供する場合に行われる加温行為等の概要は以下のとおり。

1 加温(沸し直し)行為

温泉法上、源泉の規定温度が25℃以上と設定されていることから、入浴の適温であるといわれている42℃前後に達しない源泉は、かなりの数に上るといわれている。

また、泉温が高温の源泉の場合でも、タンクローリーやパイプラインでゆう出口から離れた利用施設まで搬送する場合は、搬送中に泉温が下がることとなり、循環式浴槽を使用している場合には、循環過程で泉温が2℃から3℃程度は下がることとなる。このため、常に浴槽内の湯が入浴の適温になるようボイラー等で源泉を加温(沸し直し)して利用する場合がある。

2 加水行為

高濃度・高温の源泉を入浴に適した状態にまで希釈・冷却するために、川や井

戸の水を加えることは江戸時代から行われてきた。最近では、一部の温泉施設で源泉不足を補うための加水行為が行われているケースもあるといわれている。

3 循環ろ過装置による源泉の再利用

慢性的な湯量不足を解消するため、浴槽内の温泉をろ過・消毒して再利用する循環式の浴槽が昭和40年代ころから普及している。

循環式浴槽数に関する公式の統計資料は存在しないが、平成15年2月に大手旅行業者が行った調査によれば、同旅行業者の関東周辺地域の契約温泉施設の約7割が循環式浴槽を採用している。

なお、ここ数年間、循環式浴槽を利用する温泉施設において、レジオネラ菌感染事故が相次いだことから、消費者が循環式浴槽ではない温泉施設を選好するようになったといわれているが、大規模な温泉施設においては、効率的な衛生管理及び温度管理を行うために循環式浴槽は不可欠の装置ともいわれている。

4 消毒行為

厚生労働省は、循環式浴槽を利用する温泉施設においてレジオネラ菌感染事故が相次いだことから、「公衆浴場における衛生等管理要領等について」（平成15年2月14日健発第214004号厚生労働省健康局長通知）等の指導通知をもって、公衆浴場、旅館等の衛生面を監督する都道府県知事等に浴槽施設の衛生管理基準を示している。

消毒方法については、例えば、塩素系薬剤を使用する場合、アルカリ性泉質の源泉ではその消毒効果が低下するほか、鉄やマンガンを含む源泉の場合には酸化物を生成するなど、源泉の成分によっては、泉質が変化することが指摘されている。そのため、これらの指導通知によれば、浴室の衛生管理について、塩素系薬剤、オゾン殺菌、紫外線殺菌、銀イオン殺菌等の消毒行為の中から、温泉の成分等を考慮して適切な方法を選択して行うこととされている。

第4 温泉表示の実態及び消費者の意識

1 温泉表示の実態

旅行業者が企画する旅行サービスのうち、温泉施設をサービスの中心とするいわゆる「温泉旅行」は一つのジャンルを形成しており、おおむね、どのような旅行業者の店頭においても、温泉旅行に関する独立したコーナーが設置されたり、あるいは、温泉旅行を中心とするパンフレット類が作成・展示されている。

主な旅行業者のパンフレットのほか、旅館業者等のホームページ、旅行雑誌等を収集し、具体的な温泉表示例について調査したところ、旅行業者、旅館・ホテル業者のパンフレット、ホームページ等の間で、媒体による特性はほとんど認められなかった。

また、表示されている主な事項としては、

源泉に直接関連する表示事項

天然温泉表示、泉質・効能表示、源泉の数・湯量、

「天然温泉100%」、「源泉100%」、「源泉そのまま」などの強調表示

源泉とは直接結びつかない表示事項

大浴場・露天風呂・部屋風呂の有無・形態・数等の温泉施設に関する表示

「海が見える」、「野趣溢れる」、「標高 m」等の温泉施設の設置場所等に関する表示

などに大別される。

特に、源泉に関連する表示事項のうち、「泉質・効能」に関しては、どの媒体であっても、ほぼすべての広告において表示されている。

それらの広告の中には、「当館の温泉は、療養泉です」などと、療養泉であることを強調表示するものがある（その表示が源泉の含有成分に基づき判断されている旨は表示されていない）。また、最近の温泉ブームを反映して、「天然温泉100%」、「源泉100%」など泉質を強調する表示のほか、ここ数年、循環式温泉においてレジオネラ菌感染事故が頻発したため、昔ながらの「かけ流し」の温泉であることを強調する表示も見られる（注3）。

注3 別府市では、そのホームページ上で、かけ流し（式）の温泉について、「浴槽等に供給する湯量をコントロールせずに源泉からの温泉をそのまま流しているもの」とであると紹介している。

このように源泉に関する表示事項については、「源泉100%」などの積極的な表示がなされる一方で、加温、加水、あるいは、循環ろ過装置を使用しての再利用等源泉を利用するに当たっての加工行為の有無について表示がなされることは、ほとんどない。

旅行業者のパンフレット，旅館等のホームページ等における温泉表示例

	表示項目	温泉に関する表示例	備考
源泉に関連する表示事項	天然温泉	湯船からあふれる天然温泉を味わってください。	旅行業者パンフレット
		自家所有天然温泉	ホテルのホームページ
	泉質・効能	肌に優しい「重曹・食塩泉」の温泉です。	旅館のホームページ
		神経痛，リウマチ，皮膚病，婦人病などに効能のある療養泉として知られています。	旅館のホームページ
	利用する源泉の数等	源泉は大浴場と露天風呂から約3メートルの位置にあります。	旅行業者パンフレット
		当館の温泉は敷地内からゆう出する4本の源泉を用いています。	ホテルのホームページ
	天然温泉100%，源泉100%，かけ流しなど	かけ流し100%ピュアの硫黄泉	旅行雑誌掲載広告
		当館の豊かなお湯はすべてのお風呂で源泉100%。	旅館のホームページ
		かけ流しの100%天然温泉。イオン溢れる自噴温泉。千年以上枯れたことのない本物の温泉。すべて療養泉です。	旅行業者パンフレット
源泉とは関連のない表示事項	大浴場・露天風呂・部屋風呂の有無・数等	四季を通じて楽しめる露天風呂と民話の湯	旅行業者パンフレット
		2ヶ所の露天と内風呂がお楽しみいただけます。	ホテルのホームページ
		神殿を思わせる円形大理石造りのローマ風呂	ホテルのホームページ
	温泉の設置場所等	日本海に沈む夕日が露天風呂から一望できます。	ホテルのホームページ
		標高2000mの温泉郷，眺望の良い露天風呂が魅力的です。	ホテルのホームページ
	その他	地元料理と温泉と心温まるおもてなし	旅館のホームページ

2 消費者モニター調査の結果

温泉表示の現状等は上記のとおりであるが、実際に消費者が温泉を選択する際の考慮事項や、天然温泉等の表示の内容に対する認識の程度等を把握するために、消費者モニター（以下「モニター」という。）調査を実施した。

調査結果の概要は、以下のとおりである。

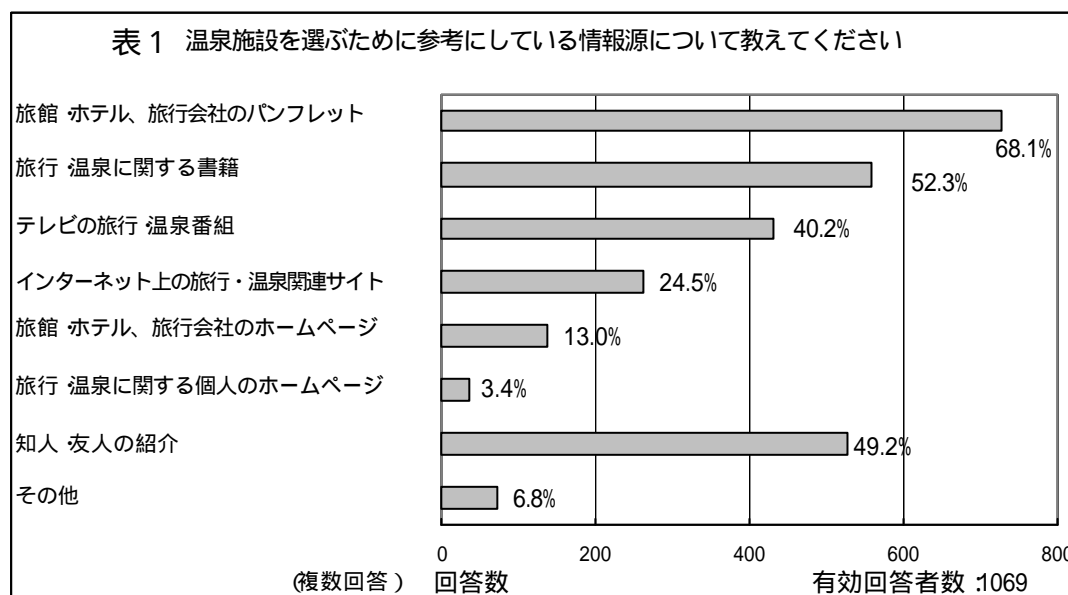
(1) 温泉に関する意識調査

旅行業者のパンフレット、旅館等のホームページなどで見られる「天然温泉」、「源泉100%」、「かけ流し」などの温泉に関する表示について、消費者の認識度、選好度に関する質問を行った。

ア 温泉施設を選ぶために参考としている情報源

温泉施設を選ぶために最も参考としている情報源について質問したところ、最も多かった回答は、「旅館・ホテル、旅行会社のパンフレット」（68.1%）であった。

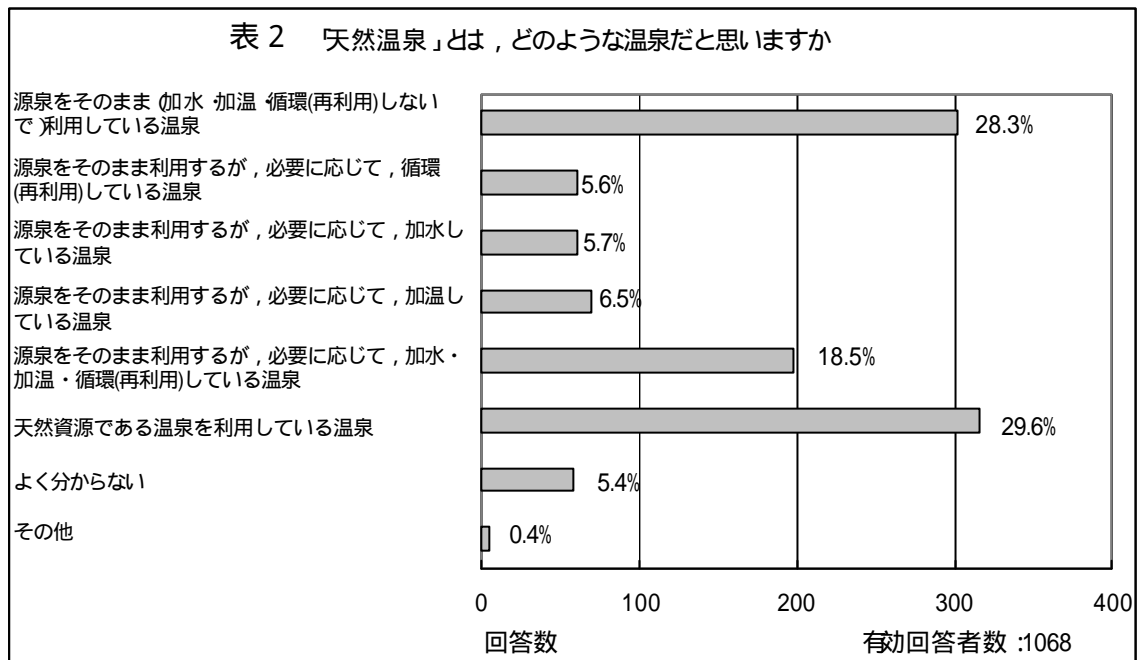
特徴的な結果としては、「知人・友人の紹介」との回答が比較的多いことから（49.2%）、表示だけでは実際の内容が分からない温泉施設の選択には、利用者の体験談が重視されていることがうかがえる（表1）。



イ 「天然温泉」, 「源泉100%」などの温泉の泉質を強調する表示

(ア) 「天然温泉」

「天然温泉」と表示する温泉に関するモニターの認識について質問したところ、「天然資源である温泉を利用している温泉」(29.6%), 「源泉をそのまま利用している温泉」(28.3%)との回答がほぼ同数であった(表2)。

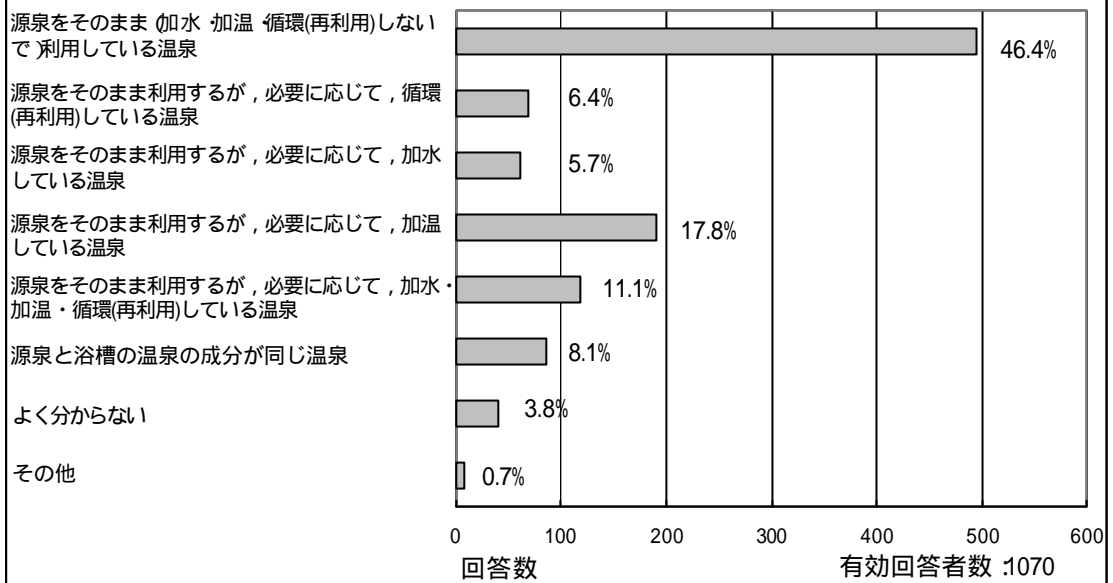


(イ) 「源泉100%」の温泉

「源泉100%」と表示する温泉に関するモニターの認識について質問したところ、「源泉をそのまま利用している温泉」(46.4%)との回答が最も多く、「源泉をそのまま利用するが、必要に応じて、加水・加温・循環ろ過している温泉」(11.1%)との回答を大きく上回っている。

このことから、「源泉100%」との表示からは、加水・加温・循環ろ過(再利用)などを行わない「源泉をそのまま利用している温泉」と受け止めている消費者が多いことがうかがえる(表3)。

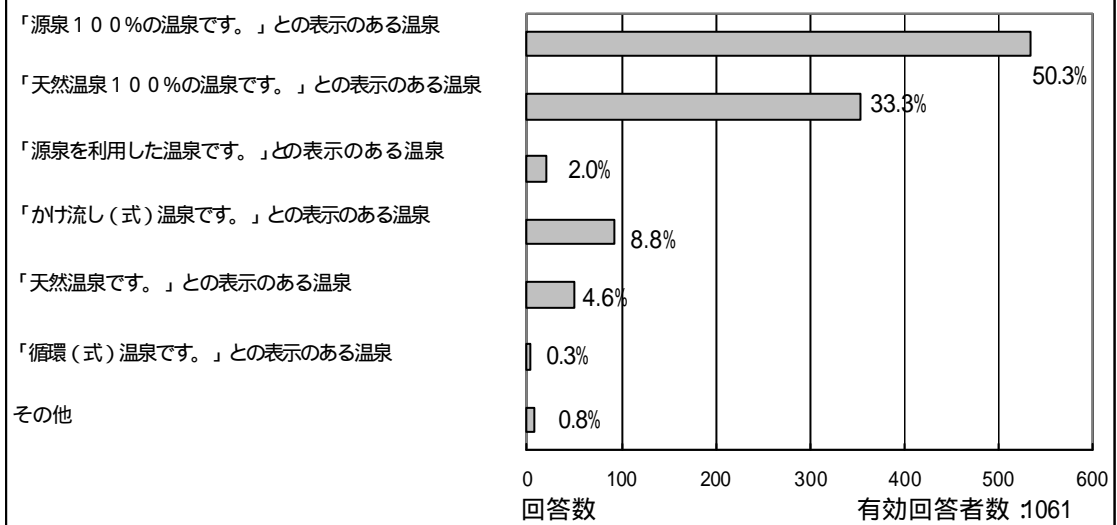
表3 「源泉100%」の温泉とは、どのような温泉だと思いますか



(2) 温泉表示による選好調査

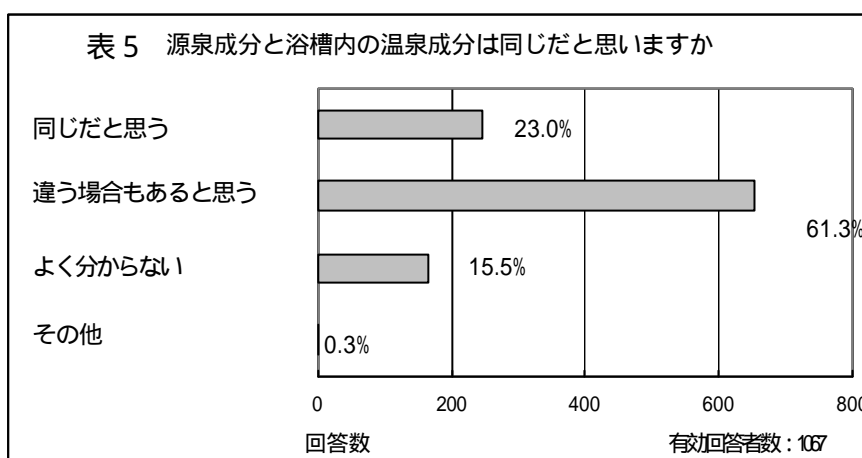
「源泉100%の温泉です。」、「天然温泉100%の温泉です。」などの温泉表示の中から最も利用したいと思う温泉について質問をしたところ、最も多かった回答は、「源泉100%の温泉です。」(50.3%)との表示のある温泉であり、その他の温泉表示を大きく引き離している。次いで、回答数が多かった温泉表示は、「天然温泉100%の温泉です。」(33.3%)であった(表4)。

表4 最も利用したいと思う温泉の表示について教えてください

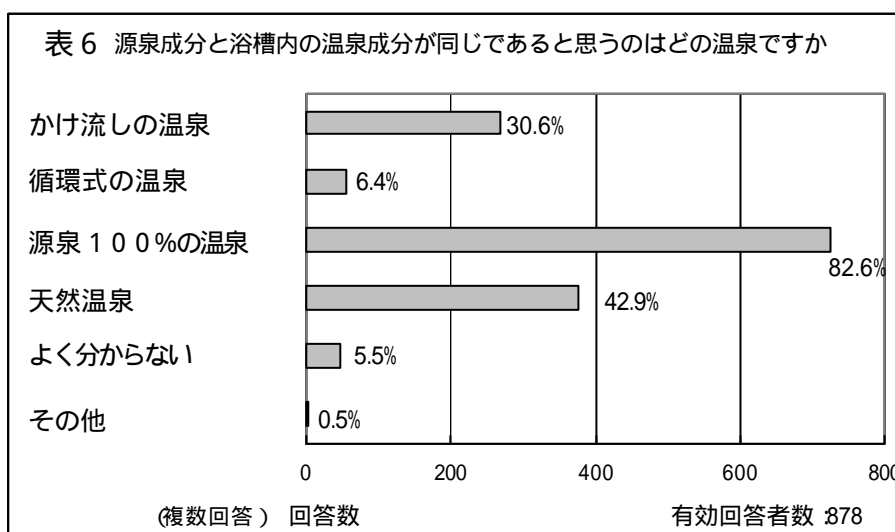


(3) 源泉の成分表

温泉法において義務付けられている源泉の成分掲示に関して、利用施設内において見たことがあるかどうか質問したところ、成分掲示を見たことがあると回答したモニターが94.4%であり、ほとんどのモニターが源泉の成分表を見た経験がある。また、源泉成分と浴槽内の温泉成分で同じであると思うかどうかについて質問したところ、「源泉成分と浴槽内の温泉成分が違う場合もあると思う」と回答したモニターが61.3%、「同じだと思う」と回答したモニターは23.0%であり、多くの消費者は自分が利用している浴槽の湯が源泉とは温泉成分が異なる場合があることを予想していることがうかがえる（表5）。



また、源泉成分と浴槽内の温泉成分が同じであると思う温泉表示について質問したところ、「源泉100%の温泉」との回答が82.6%と最も多かった（表6）。

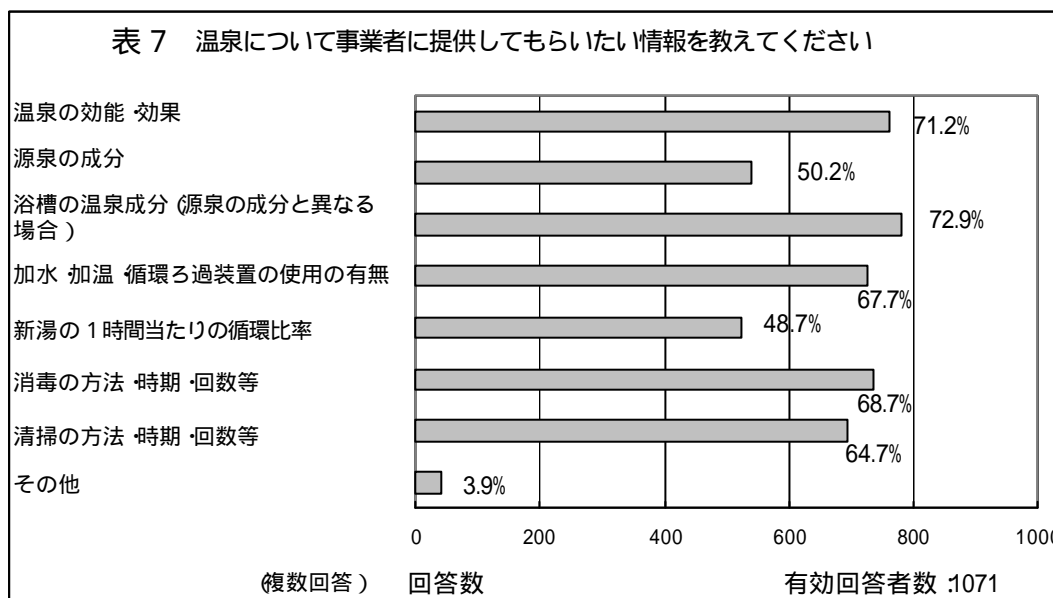


(4) 温泉に関する情報提供

温泉を選ぶために必要な情報が得られているかという質問について、「十分提供されていると思う」と回答したモニターが17.2%、「十分に提供されていないと思う」と回答したモニターが78.8%と、8割近いモニターは、温泉に関する情報提供は十分ではないと受け止めている。

他方、事業者に提供してもらいたい情報として最も回答が多かったのは、「浴槽の温泉成分」(72.9%)であった。消費者は、加水・加温・循環ろ過等によって、浴槽内の温泉成分に変化が起こると考えており、自らが利用する浴槽内の温泉成分に高い関心を寄せていることがうかがえる。

また、「消毒の方法・時期・回数等」(68.7%)、「清掃の方法・時期・回数等」(64.7%)を求めるものも比較的多く、レジオネラ菌感染事故の問題が広く報じられたこと等から、消費者の安全性への関心の高さがうかがえる(表7)。



(5) 自由意見

主な意見は次のとおり。

ア 成分表示について

温泉の成分表示の検査年月日が古いものが多い。

温泉の成分表示に書いてあることが難しくよく分からない。

浴室だけでなく、ロビーや部屋などに置かれているパンフレットなどにも温泉の成分表示が記載されているとゆっくりと読むことができる。

イ 情報公開について

レジオネラ菌感染事故の報道があつてから、温泉施設の衛生管理が心配な

ので、消毒・清掃に関する情報を積極的に提供してほしい。

源泉の利用の有無、泉質など、温泉の利用状況に関する情報を記号により提供すること（下記3参照）は、分かりやすい反面、その判断基準が分からないので詳細なデータについても必要に応じて閲覧できる方が良いと思う。

3 事業者団体の動き

温泉協会は、平成12年6月、温泉の利用形態が多様化し、利用者にとって温泉が実際にどのように管理されているのかが分かりにくい現状となっていることから、「天然温泉表示制度」の見直しを開始した。

同協会では、新天然温泉表示制度委員会を設置し、この問題を検討してきたところ、平成15年1月、温泉の情報公開の充実等を図る観点から、温泉の利用状況を示す5項目（源泉の有無・引湯状況等、泉質、かけ流し・循環式の別、加水の有無、新湯の注入程度）について、一定の基準に応じて2～3段階評価を行い、これを表示させる「新天然温泉表示制度」を実施することを公表した。

このような取組は、消費者に対する適正な情報提供の観点から評価できるものである。

しかし、消費者モニターアンケートにおいてこのような事業者団体の情報公開への取組に関して質問したところ、「記号だけでなく評価の基準も分かると良いと思う。」との回答が最も多く、温泉に関する情報公開の方法として評価する反面、公正性を担保する具体的な手段として、評価の基準となったデータを、ホームページ等を活用してできるだけ公開可能な状況にする等の措置を求める意見が多くみられた。

また、事業者団体の取組以外にも温泉旅行を企画する旅行業者において、源泉をそのまま使っている温泉とそうではない温泉を区別して表示することとし、一部のパンフレットにおいて実施しているところであり、このような取組に関しても、提供される情報量は少ないものの、同様の観点から、一定の評価ができる。

このような消費者への情報提供への取組が、一部の事業者だけでなく広く行われ、消費者の要求に対応していくことが望まれる。

第5 温泉表示上の問題点と景品表示法上の考え方

以上の調査結果を踏まえ、温泉表示上の問題点と景品表示法上の考え方を取りまとめた。

1 温泉表示上の問題点

- (1) 昭和50年代ころから、温泉法上の源泉を用いている温泉について「天然温泉」との表示が、全国的にみられるようになった。

他方、実態としては、旅館、ホテル等の温泉施設において、源泉によっては、浴用に供する際に、入浴に適した状態にするため、あるいは湯量不足を補うために、必要に応じて、源泉への加温、加水、循環ろ過装置による温泉の再利用、塩素消毒などが行われている場合がある。

- (2) 「天然温泉」との表示については、温泉に対して関心が高い消費者は、加水、加温、循環ろ過などが行われていることを認識しているが、源泉がそのまま利用されている温泉であると認識している消費者も少なくない。

さらに、最近の温泉ブームを反映して「源泉100%」、「天然温泉100%」といった源泉をそのまま利用していることを強調した表示や、「当館の温泉は、療養泉です。神経痛などに効果があります。」などと療養泉であることを強調する表示等もみられるようになっている。

- (3) 「源泉100%」等の表示については、多くの消費者が、加水、加温、循環ろ過などを行っていない源泉をそのまま利用している温泉であると認識するものと考えられる。

また、療養泉であることを強調する表示についても、源泉をそのまま利用している温泉であり、実際に利用する浴槽内の湯が療養泉としての効果を有すると、多くの消費者が認識するものと考えられる。

2 景品表示法上の考え方

- (1) 源泉に加水、加温、循環ろ過などを行っているにもかかわらず、パンフレット等において「源泉100%」、「天然温泉100%」などと、源泉をそのまま利用していることを強調するような表示を行うことは、消費者の誤認を招くおそれがある。

- (2) 「天然温泉」との表示についても、加水、加温、循環ろ過などを行っていない温泉であると認識している消費者は少なくないと考えられることから、消費者に対する適切な情報提供の観点からは、パンフレット等において「天然温泉」との表示を行う場合には、あわせて、加水、加温、循環ろ過装置の利用の有無に関する情報が提供される必要がある。

- (3) パンフレット等において療養泉としての適応症表示を行う場合には、同適応症が源泉を基準に判断したものである場合はその旨を明瞭に表示し、浴槽内の湯を

- 基準に判断したものであるとの誤認を消費者に抱かせないようにする必要がある。
- (4) また、パンフレット等において浴槽内の湯について適応症表示を行う場合には、消費者が実際に利用する浴槽内の湯が療養泉としての基準値を維持していることを確認する必要がある。

第6 公正取引委員会の対応

公正取引委員会は、本調査の結果を踏まえ、温泉施設業者等の全国団体である温泉協会等に対し、温泉表示の適正化及び消費者に対する適切な情報提供について今後とも積極的に取り組むよう要請した。

また、旅行業者のパンフレットにおける表示内容が消費者の温泉施設を選択する際の重要な情報源となっていることから、旅行業者の団体である旅行業公正取引協議会等に対しても、消費者の適正な温泉施設の選択の機会を確保する観点から、温泉に関する適切な情報を積極的に提供するよう要請した。

当委員会としては、今後とも、事業者及び事業者団体の温泉に関する適正表示への取組を支援していくこととしている。