

[平成30年度 奨励賞]

コインランドリーから見える日本の社会と家事 —家事の半外部化と両義的な居場所—

蒲原 弘志

目次

1章 はじめに

- 1-1 背景
- 1-2 問い・目的
- 1-3 論文の構成

2章 コインランドリーの概要

- 2-1 盥から洗濯機へ
- 2-2 日本に上陸した薄暗いコインランドリー
- 2-3 コインランドリーとは
- 2-4 2章のまとめ

3章 新しいコインランドリーの誕生

- 3-1 24時間営業の実態（洗濯ひつじ田原本町松本店）
- 3-2 コインランドリーとカフェの併設（ニノーバル・ウォッシュ・カフェ泉大津駅店）
- 3-3 天然由来と環境保護で優しいお洗濯（マンマチャオ・エコランドリー）
- 3-4 つながるためのランドリー（喫茶ランドリー）
- 3-5 3章のまとめ

4章 現代日本とコインランドリー

- 4-1 洗濯機のシェア
 - ① 「シェア」という価値観とその誕生
 - ② 洗濯機をシェアすることへの偏見
- 4-2 家事の「半外部化」のきっかけになるコインランドリー
 - ① 家事の外部化を拒む美德
 - ② 理想的な家事の破綻とコインランドリーの増加
- 4-3 21世紀版井戸端会議
- 4-4 コインランドリーでスマホをさわること

5章 コインランドリーのあるライフスタイル

1章 はじめに

1-1 背景

コインランドリーを使ったことがない人の中には、「薄暗い」「不潔」といった負のイメージを持っている人が少なからずいるのではないだろうか。また、「家に洗濯機がない人が仕方なく行くところ」だと思われがちである。そうだとすれば、大半の家庭が洗濯機を所有するようになった現在、コインランドリーの需要は低下し、衰退に向かっているように思われるかもしれない。

もちろん、そのイメージに当てはまるコインランドリーがあったり、家に洗濯機がないため仕方なく行ったりする場合もある。しかし近年、コインランドリーの様相は実はポジティブな方向へ大きく変化している。店内は明るく清潔感があり、加えて服だけでなく靴や布団などを洗うことも可能である。そして、コインランドリーは毎年増加し続けている。そして、新しい業態のコインランドリーとして、カフェと併設されているものも登場し、さらにはファミリーマートにコインランドリーが併設されるようにもなった。そこでは、「洗濯」だけではない新たな機能が求められているように思われる。

1-2 問い・目的

コインランドリーにおけるこのような変化は、現代の日本社会との関わりの中で生まれたものだろう。では、コインランドリーは現代の日本社会とどのような影響を及ぼしあい、どのような関係性を結んでいるのだろうか。

その問いを社会学的な視点から明らかにすることが本研究の目的である。いまのところコインランドリーに関する学術的な先行研究は見当たらないが、本研究でコインランドリーという対象に社会的にアプローチするのは、経済学や経営学などのマーケティング的な視点だけでは見えてこない、現代の日本社会での人々の暮らしをより鮮明かつ多角的に明らかにできるからだ。

コインランドリーは、もちろん洗濯をする場であり、家事に関わる場所である。コインランドリーが変わるということはすなわち、家事が変わるということでもある。家事は、人が生活を営む上で基礎となるものだ。

コインランドリーの進化によって、まとめ洗いがしやすくなったのか。乾燥が楽になったのか。コインランドリーの「洗濯」としての役割に変化があったのか。共働き世代が増える現代の日本社会の洗濯事情に合わせた機能が充実したのかもしれない。

しかし、それだけではないようだ。人々は、コインランドリーに「洗濯」という機能だけを求めて足を運ぶわけではないようだ。コインランドリーは、「洗濯」という機能だけでなく、それを超える諸機能も持つようになっているのかもしれない。

つまり、本研究における問いは大きく次の二つに分かれる。一つ目は、新しいコインランドリーは家事をいかに変えるか。二つ目は、新しいコインランドリーは単なるコインランドリーとしてではなく、どのような空間として機能するようになっているのか。

1-3 論文の構成

以上のような問いを多角的な視点で検証するために、次のような構成で議論を進めてい

く。

2章では、コインランドリーが生まれる前から、洗濯機の誕生、コインランドリーの導入までの歴史を見ていく。コインランドリーの導入以前の洗濯事情も含めて考察することで、移りゆく時代の中で洗濯労働が持った意味や、現代社会におけるコインランドリーの役割を見通すことが目的である。3章では、近年増加しているコインランドリーを特徴別に分類し、その現状を把握する。この現状把握は、コインランドリーを通して現代の日本社会を考察する上で重要な意味をもつ。それは、共働き世帯が増加し高度情報化社会へと変わった現代の日本社会を、これまでに例のないコインランドリーという観点から考察することで、我々が暮らす社会の新しい一面を考える機会となるからだ。4章では、シェアやコミュニティ、スマホといった現代的なライフスタイルの構成要素とコインランドリーの関わりについて言及していく。ここで、コインランドリーが現代社会の中でどのような役割を果たしているのかを考察する。5章では、明らかになった事柄をまとめつつ、「コインランドリーは洗濯を超える機能を持つようになっているのではないか」という仮説を検証していく。

2章 コインランドリーの歴史と概要

2-1 盥から洗濯機へ

和田菜穂子によると、手洗いで行われていた洗濯作業には、水をためる「盥」、洗濯物をこすり合わせる「洗濯板」、汚れを洗い落とすための「洗剤」などの道具が必要であった。盥の素材は木製が主流であったが、第2次大戦後には軽量化され、耐久性の向上が図られ、アルミニウムやメッキ鋼板でも作られるようになった。その後トタンを用いた金盥、さらにはプラスチック製の盥も登場している（和田 2006：71）。

洗濯場所としては、きれいな水が大量に必要であるため、必然的に水源の近くで行われることとなる。水源の井戸付近では、洗濯を行う主婦らが集まり、交流の場となった。これがいわゆる「井戸端会議」の始まりである。井戸で水を汲み、洗濯板を用いて蹲踞式で手洗いし、きれいな水で濯ぐ、という洗濯のプロセスはかなりの時間を要する。そのため井戸の周りはずっと主婦らでにぎわっていた（和田 2006：71）。

手洗いの洗濯作業は、家事労働の中でも特に重労働であり、特に盥洗いは布地を傷める心配があり、解決すべき課題を抱えていた。しかし当時の住宅改善運動では台所改良が先決とされ、洗濯作業に関する改良は立ち遅れることになる。そのような中、従来の座り式作業から立ち式作業へと目が向けられ、様々な洗濯台が登場するようになるが、いずれもニーズ不足のため、量産体制には至っていない（和田 2006：72）。

洗濯層が登場し、一般向けに製品化され、市販されるようになるのは、1930年代に入ってからである。ここで、従来の盥を使った移動可能な洗濯から、特定の場所に洗濯槽が固定されるという新しい概念が登場した（和田 2006：72）。

そして日本初の手動洗濯機は1906年に奥山岩太郎が考案したもので、洗濯板を上下2枚合わせ、その間に洗濯物を挟む「手もみ作用」を応用したごく簡単なものだといわれている。その後、木桶または盥にハンドルをつけて、手動で回す攪拌式洗濯機が開発されている（和田 2006：74）。

洗濯作業がいかに非合理であるかは、当時多くの女性誌で叫ばれていた。1920年代に電気洗濯機が登場すると、機械を用いることによって家事労働を軽減させようと新たな展開が始まる。この大正期から昭和にかけての時代は、中流階級に第一次電化ブームが巻き起こり、家庭生活の中に電気で動く器具が導入される。電化製品の導入は輸入品からスタートしたが、その後海外製品を真似た国産品が出回るようになり、急速に中流階級へと普及していった。しかしこれらは一般庶民には手の届かない高額商品であった。やがて戦争が激化する1940年代には「贅沢品製造販売制限規制」が定められ、電化製品は販売も製造も事実上禁止され、普及の兆しは閉ざされてしまう（和田 2006：75）。

高度経済成長期に先立つ戦後の10年間、日本の洗濯事情がどのように変化していったのか。この時期は電気洗濯機が普及する以前の段階にあたり、公営住宅などでは戦前に共同スペースで設置されていた洗濯槽が、戦後は各住宅内に設置されるようになったことが特筆される。それぞれの住宅に電気洗濯機が導入されるのは、進駐軍用に電気洗濯機を製造し、技術開発力を身につけた国内の製造者が、国内需要に向けて生産を開始するようになってからのことである。1945年以降の10年間は、戦後復興へむけてさまざまな電化製品が開発される時期と対応しており、いわゆる「工業化の幕開け期」にあたる（和田 2006：82）。

かつて、洗濯は家事労働の中でも特に負担の大きいものだった。もちろん、衣類の清潔さを保つ上で必要な労働だったが、コミュニティを生み出すという点で社会的にも意味のある家事労働だった。また、戦時には「贅沢品製造販売制限規制」が定められ電気洗濯機の普及が遅れるが、高度経済成長期前には普及し始める。

以上のように、洗濯という家事労働が社会に「井戸端会議」というコミュニティを生み出す一方で、社会は洗濯の進化を阻んでいたという構図が浮き彫りになる。

2-2 日本に上陸した薄暗いコインランドリー

紫雲寺商工会によると、コインランドリーは、1930年頃イギリスで発祥し、その後アメリカで1955年にコイン式全自動洗濯機が開発されて以降、急速に発展した。日本では、昭和46～50年頃、高度経済成長期と同調し、国産初のコイン式洗濯機、コイン式ガス乾燥機が開発され、急速に設置台数が増加した。また、コインランドリーには、当時の主流であった銭湯などの公衆浴場に隣接設置またはクリーニング業者が兼業として展開し、単身者・学生といった電気洗濯機を持たない層を中心にターゲットとして普及したという背景がある（紫雲寺商工会 2010：第1段落）。当時のコインランドリーという空間は、利用者が一人だと想定されていた。南後由和は、このように「ひとり」という状況を生み出す都市空間を「ひとり空間」（南後2018）と呼んでいる。つまり、コインランドリーは、単身者が集まる都市の「ひとり空間」として誕生したものといえる。

今でこそ、コインランドリーは主婦層をターゲットにしているため、店内の「明るさ」「清潔さ」「安心」を企業側も提供しようという姿勢がある。しかし、当時はターゲットが単身者や学生であったため店内は薄暗く、ネガティブなイメージを今も引きずっている人々がいるのではないだろうか。そのようなイメージを払拭し、主婦層に来てもらおうと企業が躍起になっていることは、企業のホームページからもよくわかる。

ノムラクリーニングのホームページには「『洗濯・健康・安心』なコインランドリー」（ノムラクリーニング2018：第1段落）とあり、コインランドリーデポのホームページには「店内は明るく、いつでも清潔を心がけています」（コインランドリーデポ2018：第2段落）とある。このような表記は、主婦層の人々のイメージ向上を図ったものであると考えられる。

2-3 コインランドリーとは

ここで、コインランドリーというものの特性を見ておく。

紫雲寺商工会によれば、業態については、広義的な意味として自動販売機による無人店舗と同様である。しかし、その設置場所は洗濯という提供される「商品」の性質上、一定の給排水設備を要し、また乾燥機用に都市ガス、プロパンガスや、灯油ボイラーなどの熱源を用意する必要がある。そのため、都市部などではこれら給排水設備や熱源の確保が容易な銭湯の一角を改装して洗濯機や乾燥機が設置されるケースが見られたり、コインランドリーにシャワールームが併設されていることがある。また、セルフサービスであることから洗濯物あたりの料金もクリーニング業と比較してきわめて安く済ませることも利点として挙げられる。そして、コインランドリーの大きなセールスポイントの一つは、その乾燥機を一回数百円単位の金額で利用可能である点だ。特に雨季や梅雨などの気候的な問題から洗濯が難しい季節特性・季節変動を有する地域であっても、数十分程度で洗濯物を乾かせる乾燥機の利用価値は大きく、特に家庭の事情から乾燥機が購入・設置できない場合に、これらコインランドリーの乾燥機が重宝される。また、乾燥機を利用することを前提とした場合、動線上に洗濯機が設置されているため、複合的な集客が可能となっている（紫雲寺商工会2016：第5段落）。

このように、コインランドリーはその特性上、給排水や都市ガスなどの設備を整える必要がある。そのため、同様の設備を求められるものと併設されることがあった。

現在、カフェが併設されたコインランドリーが注目を浴びているが、実際のところ何かとコインランドリーを併設するという考えは真新しいものではなかった。コインランドリーに何を何のために併設するのか、といったバックグラウンドの部分に変化があったのだ。

2-4 2章のまとめ

かつて、洗濯は家事労働の中でも非常に負担の大きいものだった。そこからさまざまな模索がなされ、女性解放運動に伴い自動洗濯機が誕生し、洗濯という家事労働の負担が軽減された。そして、高度経済成長期の日本においてコインランドリーが普及していった。

ここで、人々のコミュニティのあり方に変化があったと考えられる。かつて、主婦たちは井戸の周りに集まり世間話で盛り上がった。それがいわゆる「井戸端会議」だ。洗濯をする水場に集まった人々の間には会話があふれていた。しかし、洗濯機なるものが家庭内に普及すると、その様相は一変する。洗濯が家庭に内部化されたことにより、井戸端会議とともに人々の会話は減少していった。このように、洗濯という家事のあり方の変化のなかに、コミュニティの変化が隠れていたといえる。

3章 新しいコインランドリーの誕生

3-1 24時間営業の実態（せんたくひつじ田原本町松本店）

せんたくひつじ田原本町松本店（奈良県）は、国道24号線に面し、交通の便がよく、ガラス張りで見えやすくなっている。店内は明るく、夜でも薄暗いということはない。設備は、洗濯機4台、洗濯乾燥機1台、乾燥機8台となっており、洗濯機は28キログラム、乾燥機は30キログラムまで使用できる。自動車で来店し、まとめ洗いをするには打って付けのコインランドリーだ。

近年増加しているコインランドリーは、24時間営業のところも多い。そこで、時間帯によって利用者の様子に何らかの差異があるのかを、9月27日（木）に観察調査した。当初は、昼間に主婦が多く、夜間にはブルーカラーの人たちが多いのではないかというイメージをもっていたが、調査するうちに必ずしもそうではないことに気づいた。もちろん、昼間に主婦が来ることも夜間にブルーカラーの人々が来ることもあった。しかし、夜間に若い夫婦や親子が何人かで来店していることも多々あった。コインランドリーが広まった当初は、一人での利用が想定されていたが、今となっては、利用者が単身者に限らなくなってきたことがわかる。

結果的に、時間帯ごとの利用者の特徴は見られなかったが、コインランドリーが明るくなったり機能面でも使いやすくなったりしたことで、様々なライフスタイルに合わせて利用されるようになっていた。ただ、夜間は複数人での利用が目立ち、安全面への不安はぬぐい切れないようだった。

また、一人で来店している利用者には、ある特徴があった。全員が一様にスマートフォンをさわって時間をつぶしているのだ。漫画などが置いてあるコインランドリーでも、それは同様だった。近年、急速に所有者数が増加しているスマートフォンは、コインランドリーにも浸食してきているようだ。この点については、次章で詳しく考察する。

3-2 コインランドリーとカフェの併設（ニノーバル・ウォッシュ・カフェ泉大津駅店）

カフェが併設されているコインランドリーが注目を浴びつつある。ここでは、ノムラクリーニングが手掛けているニノーバル・ウォッシュ・カフェを例として取り上げる。

ここは、カフェが併設されているという以上に、様々なところにこだわりがある。ノムラクリーニングのホームページによると、店の内装は、これまでにない新しいコインランドリーを目指し、新進気鋭のアーティスト「高橋しい」がコインランドリーをデザインした。遊び心あふれる空間が洗濯物も主婦の心もスッキリさせることを目標としている。そして、そのこだわりはカフェのメニューにも及んでいる。自家製の「夢みるパンケーキ®」はニノーバル・ウォッシュ・カフェ自慢のメニューとなっている。全商品が安心の無添加で、原材料の産地と質にこだわった至高のパンケーキである。その人気は、食べログのパンケーキ部門でNO.1を獲得するほどである（ノムラクリーニング2018：第1段落）。

どのような利用者がどのように利用しているのかを明らかにするため、2017年12月12日（火）に、ニノーバル・ウォッシュ・カフェ泉大津駅店（大阪府）を観察調査した。ホームページでは主婦をターゲットとしているようだったが、店舗内は様々なグループであふれていた。主婦のグループもあれば、高齢者のグループもあり、老夫婦や若年の夫婦など

が利用していた。

しかし、それぞれのグループ全員がランドリーを利用しているわけではなかった。また、ランドリーを使用する際に、複数人で協力して行う場面も何度か見られた。このコインランドリーは人々が集い、談笑し、協力する、ある種のコミュニティを形成していた。

3-3 天然由来と環境保護で優しいお洗濯（マンマチャオ・エコランドリー）

次に取り上げるのは、株式会社エムアイエスが経営する「マンマチャオ・エコランドリー」である。このコインランドリーでは、ありとあらゆるところにこだわり、人と環境に配慮をしている。

ホームページによると、まずは人に対して、使用洗剤は安全と安心をとことん追求した天然由来のヤシの実洗剤を使用し、柑橘類のクエン酸を使った仕上げ剤も、敏感肌の人到大歓迎される優れものだ。また、汚れを落とし殺菌作用もある電解水を利用している。電解水だからこそ、洗剤も仕上げ剤も通常の使用量の半分以下で十分となる。

さらに環境に対して、体に優しい洗剤と仕上げ剤の採用と、電解水利用で洗浄能力も向上させたことで、2回やっていたすすぎもたった1回で十分になった。また、効果的な洗濯とすすぎで、洗濯機の稼働時間も30分が19分に減少している。利用者にとっては洗濯時間が短縮でき、ランドリーオーナーにとっても電気使用量軽減になる。さらに、乾燥機の廃熱をドラム内に戻し、エネルギーを再利用することで、ガスの消費量とCO2発生量も低減することに成功している（マンマチャオ2018：第4段落）。

このような企業努力は、そういったニーズがあるがゆえである。アトピーの人にとっては、洗濯用洗剤ですら肌に刺激となるようだ。昔と比べて、アトピーの人口が増えているといわれているが、その影響は洗濯にも及んでいることがわかる。また、環境保護は様々なところで叫ばれているが、コインランドリーにおいてもそれは同様だ。現代人が「安心・安全」や「天然由来」、「環境保護」に強い関心を抱いていることがわかる。

3-4 つながるためのランドリー（喫茶ランドリー）

「喫茶ランドリー」というものがある。これは、東東京の隅田川の東側、両国・森下エリアの住宅地に2018年1月にオープンした店だ。ランドリーでもありながら、カフェでもあり、ミシンなどもレンタル可能な「まちの家事室」もある。そして時には、店内でワークショップなどのイベントも開かれる一風変わったランドリーである。

この店は、コインランドリーではない。設置されているのはコインを投入できないタイプの洗濯機だ。店員にお金を払い、ランドリーを使用するというシステムを採用している。コストがかかるというのも一つの理由ではあるが、代表の田中元子の「コミュニケーション」を生み出したいという意思のもと、金銭のやり取りを通して小さなコミュニケーションが生まれると考え、このシステムが採用されたという。

つまり、この空間はコミュニケーションを生み出す空間として設計されたのだ。ランドリーのシステムもその構想にもとづいたものであるが、「まちの家事室」も同様である。ホームページによると、まちの人たちが集まり、自然とコミュニケーションが生まれている様子がよくわかる（喫茶ランドリー2018：第6段落）。

このランドリーは、まちの一角に不思議な空間を生み出し、それまでになかった会話が、ランドリーにあふれているようである。コミュニケーションが不足した現代人は、無自覚のうちにコミュニティを求めているのかもしれない。

3-5 3章のまとめ

ここまで、近年増加傾向にあるコインランドリーを取り上げてきた。それぞれに様々な特徴があったが、共通している点も多くみられた。まず、ランドリーの大型化である。新しいコインランドリーのターゲットは主婦層で固定されており、家族の分をまとめて洗えるようにと、大型の洗濯機が置かれている。また、「明るさ」や「清潔感」、さらには「おしゃれさ」のある空間としてのコインランドリーが現代では求められていることも分かった。一方で、外観だけではなく敏感肌への対処や環境保護にも取り組んでいる。

また、カフェが併設されたコインランドリーでは、洗濯よりも会話が中心となっていた。これからのコインランドリーは、洗濯をするだけの場所から会話もできる場所へと変わっていくのかもしれない。

しかし、カフェが併設されたランドリーでは、あくまで一緒に来た家族や友人同士で会話がなされるだけである。ところが、喫茶ランドリーでは、イベントなどを通して、もともとは見知らぬ人同士がつながる場としても機能している。それは、学校でも職場でもない第三の居場所であるという意味で「サードプレイスとしてのコインランドリー」の可能性を示唆しているようにも見える。

4章 現代日本とコインランドリー

4-1 洗濯機のシェア

①「シェア」という価値観とその誕生

「シェア」という言葉の流行は、人々の意識や価値観の変化にともなって起きた現象である。1980年代まで、人々の関心は「私有・消費」に向いていた。高度大衆消費社会の時代だ。そして1990年代、人々の関心は自分に向くようになり、「自分探し」という言葉が流行した。自分の生き方や居場所を模索し、人々の意識が内へと向いていた。しかし、その反動からか、2010年代からは人々の意識が外へと向き始めた。「共同利用・共有」や「他者との関係・つながり」という価値観が流布した。「シェア」が人気になり始めたのもちょうどこの時期だ（三浦2011：32）。

「自分探し」という言葉が流行し、人々の意識が内へ向くようになった時代を経て、人々は「つながり」を求め始め、「シェア」が流行し始めたのである。

近年、コインランドリーが増加し続けていることに、このような人々の価値観の変化が影響している可能性は大きいと思われる。現在、洗濯機を「シェア」する場であるコインランドリーが増え続けているからだ。

②洗濯機をシェアすることへの偏見

コインランドリーという業態は、同じ洗濯機を多くの人が共同で利用するというものである。その意味では、コインランドリーは洗濯機を「シェア」する場である、ということ

も可能なはずだ。

三浦展によると、シェアでよいと人々が考えているものは自動車が25.4%で最も多い。それに対して、乾燥機は3.6%、洗濯機は3.4%と低い数値にとどまっている。なぜか。単純に、家に洗濯機があるからシェアをする必要がないのではないか、という声が聞こえてきそうである。しかし、洗濯機、乾燥機の所有率は100%に満たないが、自動車は100%を超えている。現時点で家に車があっても、将来的にはシェアにしてしまってもよいと考えている人が多いようだ（三浦 2011：50）。

それでは、なぜ洗濯機などはシェアでよいとならないのか。コインランドリーを利用しない理由として、「衛星面に不安がある」というものが56.1%存在する（ベルメゾン生活スタイル研究所2017：第11段落）。洋服や下着などは直接身につけるものであるため、衛星面が気になるのは当然だ。

だが、それは単なるイメージにすぎない。家庭用洗濯機では、ダニを殺しきれず洗濯機を通してほかの衣類にダニが移る場合もあるが、コインランドリーの洗濯乾燥機では高温で乾燥させるためダニは死滅する。また、その高温の乾燥により衣類の殺菌も可能だ。コインランドリーの利用者でも半数以上が清潔感で店を選んでいるようだが、そもそも、コインランドリーを開業するには厳しい衛生基準があるため、どこのコインランドリーも衛生面に不安を感じる必要はない。コインランドリーに対する人々の偏見が、コインランドリーで洗濯機をシェアすることを遠ざけているのだ。

4-2 家事の「半外部化」のきっかけになるコインランドリー

①家事の外部化を拒む美德

ここまで、コインランドリーについて考察してきたが、ここで一度「家事」について掘り下げることで、コインランドリーが家事に及ぼす影響についても考察していく。

家事とは、そもそもどのようなものなのか。竹信三恵子によると、「お金では測れない神聖なもの」「肉体労働の汚れ仕事とは異なり、女性向きのきれいな仕事」「創造性のいらない単純労働」「産業化が進めば家庭内から消えてくる」というように捉えられ、家事に対価はいらない、という価値観を生んでいる（竹信2013）。つまり、どのような意味においても家事には金銭的な報酬は必要ないということになる。

また、佐光紀子によると、日本では「女は家事をしっかりとやって初めて一人前とみなされる」価値観がある。家の掃除は毎日行い、台所は毎食後に片付け、早朝からこどもに手作り弁当を作る。そして、さらなる問題はそれぞれの家事に高い質を求める風潮が女性を縛りつけていくことである。高い質とは、「手作り」「隅々まで」といったものである。そして、その背景にあるものの一つは、「こどもは、親が家事をしっかりとする姿を見て正しく育つ」という考え方があるからだ（佐光2017：5）。つまり、「家事をしっかりとする」というのは「家事の内部完結」を指すものであり、「家事の外部化」の大きな障害となるのだ。

当然、家事の外部化は金銭的消費をとまなうものであり、家事は無償のものだとされている現代においては「もったいない」精神を催すものであるのだろう。このことから、家事はしっかりと内部完結させなければならないという固定観念が生まれる。そして、それが、洗濯も含めた家事の外部化を拒む日本人の美德を生み出す要因となってきたのではな

いだろうか。

日本では有給労働時間が長く、男に有給労働が任され、女に家事が任されるような環境が作られてきた。一方で、女性は専業主婦としての丁寧な暮らしに幸福を感じている。このような構図があるため、日本には専業主婦という地位があるのだと考えられる（海外では、専業主婦は恥とさえされている）。しかし、現在は年収の低さから共働きにならざるを得ない夫婦は数多く、実際の専業主婦はあまり多くはいない。そして、理想的な暮らしができていない、家事の内部完結が上手くできない、というようにフラストレーションがたまるのである（佐光2017：16）。

日本社会では、男性が家事に参加できないということは、コインランドリーまで衣類を運ぶのも主婦がすることを意味する。また、コインランドリーを利用し、家事を外部化することは、家事の内部完結を理想とする主婦にとってはストレスの元になるかもしれない。

この点においては、コインランドリーがネガティブな存在とみなされることを否定できない。

家事は、かつて女中の仕事であり、その意味で外部化されたものだった。だが、政府は「家事、育児等の機能の一部が家庭外で処理される」ことを悪として情報発信をし、その結果「きちんと丁寧に家事を内部完結させる」という理想が生まれた。そして、共働きをする女性が多い現代の日本社会においても、その理想が女性を精神的に縛っているのだ（佐光2017：36）。

つまり、家事を内部完結するという理想は政府の刷り込みが根本的な原因で、それに振り回される必要はない。共働きの家庭が増える現代の日本社会で、「家事の内部完結を理想として、コインランドリーを利用せず、家事の外部化をしない」というのは賢い選択とは言えないのではないだろうか。

②理想的な家事の破綻とコインランドリーの増加

ここまで、「家事を内部完結させる」という理想が存在することについて述べてきたが、他方で、最近では主婦をターゲットとしてコインランドリーは増加し続けている。なぜ「家事を内部完結させる」という美德があるにも関わらず、コインランドリーが増加しているのか。

理由は、「内部完結されるという理想的な家事」が破綻しつつあるからである。これには、二つの段階がある。

一つ目は共働きの世代が増え、家事を内部化することが物理的に難しくなってきたことだ。しかし、家事の完全な外部化には、経済的な負担が伴う。さらに、「内部化の美德」に縛られた日本人は、外部化に対する抵抗感が拭えない。そのため、家事の「半外部化」が現実的であり、それを実現するのがコインランドリーであるのだ。コインランドリーの利用は、あくまで利用者が行う作業であるため、「半外部化」だといえる。一方、クリーニングは他者に委託してしまうので、洗濯の「外部化」と言えるが、すべてをクリーニングへと外部化するのではなく、コインランドリーを利用することで「半外部化」が進んでいるのが実状である。

二つ目は精神的にも内部にとどまれなくなったことだ。近年増加しているコインランド

リーは人とつながりやすい。大型の洗濯機は家族との協力を必要とするし、カフェの併設されたコインランドリーでは洗濯よりもおしゃべりをするために利用することもできる。

井戸端会議を形成していたような、昔から存在する主婦のつながり志向に、新しいコインランドリーの業態がマッチしているようだ。

コインランドリーでは、家族が協力して洗濯をしている様子が見られる。カフェが併設されたコインランドリーでは、主婦同士のグループがおしゃべりをしている様子も見られた。さらに喫茶ランドリーでは、見知らぬ人たちがつながることもあるようだ。

そのようにして、主婦たちは外部に出て人と「つながる」ようになる。その流れの中で、コインランドリーは一つのコミュニティとして主婦たちのつながりたい欲求を満たしているのだ。

いまだに「家事を内部完結する」という理想は根強い。しかし、これからのコインランドリーが、家事の「半外部化」を後押ししてくれるかもしれない。

4-3 21世紀版井戸端会議

近年、カフェを併設したコインランドリーが増加している。コインランドリーで洗濯をしながら、カフェでコーヒーを楽しむことにどのような社会背景が隠れているのだろうか。

一見、このタイプのコインランドリーは、洗濯という家事労働の中に、楽しめる時間やほっと一息つくための時間を提供しているように見える。実際、ノムラクリーニングが母体の、カフェが併設されたコインランドリーであるニノーバル・ウォッシュ・カフェの系列店で販売されている「夢みるパンケーキ」という商品は食べログで1位を獲った実績もあるほど評判がよく、一息つくための楽しめる時間を利用者に提供している。

しかし、コーヒーとパンケーキで一息つくだけが来店理由だとは考えられない。洗濯のついでに一息つくのが重要な目的だとすると、一人で来店することも十分ありうるからだ。筆者が観察した限りにおいて、利用者は2～4人のグループばかりだった。実際に見られたのは、協力して洗濯する夫婦の姿や世間話に興じる主婦たちの姿であった。人々の孤立化が叫ばれる今日においては、むしろ異様な空気さえ感じられた。カフェが併設されたコインランドリーには集団を引き付ける性質があるようだ。

しかし、それは必ずしもカフェそのものが集団を引き付けているだけであるとは限らない。集団を引き付ける性質があるのは、カフェが併設されたコインランドリーだけではないのだ。何も併設されていないコインランドリーでも、2人以上で来店する利用者は多い。親子や夫婦で協力しながら、洗濯をする様子が見られる。また、このようなコインランドリーは大型の洗濯槽を武器とし、カフェの併設されたコインランドリーにも、大型の洗濯機はある。ここからわかるのは、大型のランドリーを設置する店舗が増加したことにより、家族で協力してまとめ洗いをする習慣が定着しつつあるということだ。

つまり、カフェは大型コインランドリーがもつ集団を引き付ける性質のブースターとなり、その場を集団で満たすようになっているのだ。

ここで再び、前述の「喫茶ランドリー」を取り上げる。ランドリーでもありながら、カフェでもあり、「まちの家事室」もあり、店内でワークショップなどのイベントも開かれる一風変わったランドリーだ。

以下は、喫茶ランドリーサブマスターである大西正紀による記事の引用である。

地元のおばあさんふたりが、コーヒーを片手に、なぜか喫茶フロアではなく、家事室に座って談笑しはじめました。すると「あら、〇〇さんじゃないの！！ひさしぶり～！！」と、通りがかかるご近所さんと呼び込んで、あっというまにこんな光景に。人が集まれる場所がまったくないエリアに再会と会話が生まれた瞬間でした（大西2018：第6段落）。

これは記事のごく一部であるが、他にも近所の人たちやお客さんたちがコミュニケーションをとる話が数多く掲載されている。

都市では、人が集まれる場所がないエリアも少なくない。カフェさえないエリアもある。そのなかで、カフェで主婦仲間とつながることもでき、洗濯もできるコインランドリーは、都市で暮らす主婦にマッチした空間なのかもしれない。

また、単に主婦同士でおしゃべりをするために出かけることは、主婦にとって罪悪感をとまなうことかもしれないし、おしゃべりをするためだけに集まろうと思わないかもしれないが、そこにコインランドリーが付随し、家事もしながらおしゃべりをするのが可能になることで、主婦が集まりやすくなり、そのような罪悪感は消えるのかもしれない。

そして、大西はこのようなコミュニケーションの増加について次のように語っている。

場をつくるとか、コミュニティとか、そんな言葉に踊らされる時代はもう終わりにしないでほしい。いかに多くのアノニマスな市民を引き寄せ、自然と会話をしはじめる。その上で、それぞれが自由に存在できる。ささいなやる気が簡単に実現できる場がある。そういう場でまちが溢れている。それが、これからの21世紀に求められる本当のまちづくりだとわたしたちは考えています。それこそが「健康」や「幸せ」につながり、経済がより活性化していくのです（大西2018：第12段落）。

「喫茶ランドリー」が目指しているのは、人々がナチュラルに関わる空間なのだ。特別な仕掛けではなく、あくまで洗濯という日常生活に根ざした家事が人びとを媒介することによって、日常空間のなかで自然な会話が生まれる。利用者目線に立つて言うなら、「喫茶ランドリー」はカフェが併設されたコインランドリーの理想形なのではないだろうか。

カフェが併設されたコインランドリーを利用するのは、家族だけでなく、そうでない人も同じくらい多くみられた。主婦層の人たちや、高齢者の人たちがカフェエリアで談笑していたのだ。そのような人々は、全員がランドリーを利用しているわけではない。つまり、洗濯ではなく、人とのつながりを求めてコインランドリーに来ているのである。その場合、「カフェにコインランドリーが併設されている」というイメージをもち、カフェとしての機能を期待してその場に集まっているという人たちもいるということである。

都市化やインターネットの普及などにより、直接的な人々の関わりが薄くなっているといわれている。洗濯においても、自動洗濯機の登場により家事が内部化され、人々が水場で関わる機会が失われた。しかしそのなかで、人とのつながりを求めている人もいる。そのような直接的なつながりを求める人たちが今、コインランドリーでコミュニケーション

をとっている。コインランドリーは洗濯を効率化するだけでなく、孤独を感じる人たちの受け皿にもなっているのだ。

かつて、人々は井戸の周りで洗濯をし、そこで自然と会話が生まれ、井戸端会議がおこなわれた。だが、一度は家事が内部化され、そのコミュニティは消失した。しかし現代のコインランドリーにおいては、カフェとしての利用も目立つため不完全なかたちではあるが、人々は昔と同じように洗濯をするための水場でのコミュニティを取り戻しつつある。これは、「21世紀版井戸端会議」と表現できるかもしれない。

4-4 コインランドリーでスマホをさわること

コインランドリーを利用しない理由として、「待ち時間がもったいない」ということが挙げられている（バルメゾン生活スタイル研究所2017：第11段落）。コインランドリーが様々なものと併設されているのは、その対策のためだ。

実際、人間は単調で刺激のない生活には耐えられないという。1956年、心理学者のウッドバーン・ヘロンがアメリカの科学雑誌『サイエンティフィック・アメリカン』に次のような実験結果を発表した。高額報酬を約束され被験者となった大学生たちが、ひとりずつ個室のベッドに寝かされる。部屋には防音装置があり、無音の状態だ。彼らはゴーグルのような半透明の眼鏡をかけ、腕には筒状の覆いを装着し、頭にはゴム製の枕を当てられた。こうして被験者は「静かな環境で寝ているだけ」という状態に置かれるが、数時間後にはイライラして落ち着きがなくなる。やがて幻聴や幻覚が現れ、独り言を言ったり、口笛を吹いたりするような行動にでた。このような行為は、刺激の少ない状況下で、なんとか自分で刺激を作り出そうとするからだと解釈されている（石川2017：112）。

このような実験から人が正常な心理状態や認知機能を維持するためには刺激が必要であること、また外界からの刺激を得ようとしてみずから働きかけることが明らかになった。

利用者がそのようなストレスを感じないように、待ち時間の活用をできるようにと、カフェなどが併設されているコインランドリーは増加している。しかし、何も併設されていないコインランドリーも数多く存在している。その利用者たちがまさか退屈のストレスと真っ向から向き合っているとは考え難い。そのような店舗で、利用者たちはどのように時間をつぶしているのだろうか。

田原本町（奈良県）にある国道24号線沿いの駐車場付きコインランドリーでは、駐車場には車が停まっていて、店内ではぐるぐると洗濯機が回っている。利用者はどのように時間をつぶしているのか。その姿を探してみても店内では見かけることは少ない。一人で来ている利用者が自分の車に戻って、車内で時間をつぶしている。そして、その利用者は一様にスマホを触っている。座る場所がないから車に戻って時間をつぶしているのか、とも考えたが、ベンチがあり漫画などを置いている店舗でもその様相は同じだった。一人で来店している利用者は、コインランドリーで洗濯をしている間、一人の空間でスマホを触っているのだ。

これまでなら、コインランドリーに置かれている漫画や雑誌を読んだり、致し方ない場合は退屈を受け入れるしかない場合もあったはずだ。しかし、2007年にスマホが登場して、その普及率は爆発的に伸びていった。現在では、老若男女に関わらず、ほとんどの人がス

マホを所有している。そして、隙間時間にスマホをさわるようになった。「時間つぶし」ならスマホ以外にもあるだろうが、現代の日本人はほとんどがスマホで時間をつぶす。そこには明確な理由がある。

スマホには依存してしまう要素がある。医学博士・廣中直行は、人がスマホにのめりこむ理由として考えられるものを次のように解説する。「私はスマホ依存の背景に大きく3つの要素があると思います。ひとつは手軽であること。次に身体感覚とマッチすること。さらに感覚への刺激が得られやすいことです」（石川2017：106）。

これらの要因を一つずつ説明していく。まず「手軽であること」とは、入手可能性が高いことである。日常生活に深く浸透し、すぐに手に入るものを断ち切るのは難しいのだ。次に「身体感覚とマッチすること」とは、指や手足など体の一部を使って行う動作が身につき、その動作が日常的な習慣になっていくことだ。「感覚への刺激」に関しては先述した通り、人間は刺激のない状態にストレスを感じるためにスマホで刺激を得ようとしてしまう。これらの要素が重なり合うことで、人々はスマホに吸い寄せられていく（石川2017：106）。コインランドリーで洗濯をしている間、人々はスマホをさわらずにはいられない。

しかし現代の日本ではほとんどの家庭に洗濯機があり、家で洗濯機を回している間にスマホをさわることはもちろん可能だ。だがコインランドリーでスマホをさわるのと、家で洗濯機を回しながらスマホをさわるのには大きな違いがある。コインランドリーではスマホをさわる以外にすることがないため、スマホをさわっていても本人を含めた誰もがそれを責めない。ところが家では、「他にやることはないの？時間がもったいないでしょ？」といった自責の念や家族の目にさらされる。

『スマホ廃人』の著者である石川結貴によれば、「本当にリスクな人はネット依存を正当化する」という（石川2017：121）。コインランドリーの利用者全員がそれほどの域に達していなくても、「コインランドリーで洗濯、つまりは家事をしている」ということでもってスマホをさわることは正当化されてしまう。

コインランドリーは、「スマホをさわって時間を食いつぶしているのではなく、家事をしているから有意義に時間を活用している」とスマホ廃人と化した現代人に感じさせてしまうのである。

このような正当化の論理は、前述の「おしゃべり」にも当てはまる。コインランドリーにカフェが併設されていることで、ただカフェに行く場合とは異なり、おしゃべりをするためだけに集まっているわけではないと、「おしゃべり」が正当化できてしまうのである。

5章 コインランドリーのあるライフスタイル

コインランドリーも洗濯機もないのはるか昔、人々にとって「洗濯」という労働は家事労働の中でも特に負担の大きいものだった。衣類を水場まで運び、濯ぎ、水分を絞り落とし、干す。すべてが手作業で行われ、運搬までも含む作業であった。水場までの運搬が求められ、「洗濯」は否応なく外部化されていた。そしてその水場では、人々が世間話に興じた。井戸端会議と呼ばれるそれは、そこにひとつのコミュニティが存在し、近隣の人々がつながっていたことを示している。洗濯の外部化が人々のつながりを生み出していたのだ。

洗濯はその労働のつらさから、女性解放運動の中でその負担を軽減されるべきものとさ

れていた。やがて、手動洗濯機が登場した。そして戦後、高度成長期がおとずれ、自動洗濯機が各家庭に普及していった。自動洗濯機が普及すること、それは洗濯が内部化されることにつながった。洗濯が内部化されることはすなわち、それまで存在した井戸端会議が消滅するという結果に終わった。つまり、洗濯の内部化がひとつのコミュニティを消し去ってしまったのだ。

現在、孤独を感じる人々は他者とのつながりを求めて、外部へとさまよい流れていく。そして、一部の人はコインランドリーへと漂着する。

前章で述べたように、コインランドリー内ではスマホをさわるのが有意義だと感じられる。一人でコインランドリーに来店した人は、待ち時間にスマホをさわる。これは一見、孤独に見える。しかしそうではない。鈴木謙介によると、この状況は「現実の多孔化」である。「現実の多孔化」とは、現実空間の中にウェブが入り込み、ウェブが現実で起きていることの情報で埋め尽くされるようになると、かつて「現実の空間」だと思われていた場所に、複数の情報が入り出し、複雑なリアリティを形成してしまうことだ（鈴木 2013：12）。言い換えると、通信の世界でコミュニケーションが行われる一方で、その場所は相変わらずコインランドリーであるという現実空間としての意味を持っており、両者は個人にとっても空間にとっても併存しているのである。

一方、コインランドリーに現実的に複数人で集まり談笑に興じる人々もいる。家族で協力して洗濯をしながら会話を楽しむ人々もいる。彼らは、洗濯をするため、というよりは談笑するためにコインランドリーに集まっているように見受けられる。特にこれは、近年増加している「カフェの併設されたコインランドリー」で顕著だ。特に「喫茶ランドリー」では、その場のコミュニティこそがその場所の存在意義となっている。これは極端な例ではあるが、現在のコインランドリーで起こっている現象を理解するにはわかりやすい例だ。人々は、コインランドリーをある種のコミュニティとして利用しているのだ。

コインランドリーを利用することは、洗濯を「半外部化」することである。コインランドリーを通して洗濯は再び外部化され、そこに再びコミュニティが生まれた。そしてコインランドリーは、スマホの使用により多孔化された一方で、人々が集まり、直接会話をする空間にもなった。

新しいコインランドリーは、スマホを使って一人で時間をつぶすこともできるし、人とつながることもできる新たな「居場所」となりつつあるのだ。南後由和によると、都市とは、多様な「ひとり」が異質性を保ったまま共存するための実験室である（南後2018：243）。つまり、都市の中では、「ひとり」でいることも「みんな」でいることも正常だということだ。そのような意味では、一人になることもでき、他者とつながることもできるコインランドリーという空間は、理想的な都市空間であるのかもしれない。

コインランドリーから見てきた日本社会は、「一人でいたい」人と「他者とつながりたい」人が共存している社会だった。そして、主婦たちは家事の内部化に理想をいだきつつも、共働きであるがゆえにそれがうまくできない。洗濯では、クリーニングで完全に外部化せず、コインランドリーで半外部化をするのが現状だ。コインランドリーから見てきた家事は、そのようにして主婦を困惑させる存在だった。

本論文では、はじめに二つの問いを挙げた。一つは、「新しいコインランドリーは家事

をいかに変えるか」ということである。明るく清潔感があり、大型のコインランドリーは、共働きの家庭が増えるなかで、主婦がまとめ洗いをするのを効率的にしていた。また、このことは、家事の内部完結が理想として根強く残る中で、コインランドリーをきっかけとして、家事の「半外部化」が進む可能性があることを示している。

もう一つは、「新しいコインランドリーは、単なるランドリーではなく、どのような空間として機能するようになっているのか」である。スマホをさわって「一人」でいる人がいる一方で、「みんな」でおしゃべりを楽しむ人もいる。一人になることもでき、他者とつながることもできる。コインランドリーという空間は、こうした両義的な居場所としての機能を果たしているようだ。

コインランドリーは、洗濯という家事労働を「半外部化」することを可能にする空間であると同時に、ひとり空間でもあり、人々が集まる空間でもあり、つまりは人々のライフスタイルが多様化した現代社会にマッチした存在である。今後、都市で暮らす共働き夫婦や単身者が増加していくなかで、コインランドリーのあるライフスタイルが浸透し、そうしたコインランドリーの役割はさらに増していくのではないだろうか。

【参考文献】

- 鈴木謙介『ウェブ社会のゆくえー〈多孔化〉した現実の中でー』NHK出版、2013年
 佐光紀子『「家事のしすぎ」が日本をほろぼす』光文社新書、2017年
 和田菜穂子『近代ニッポンの水まわり』学芸出版社、2008年
 石川結貴『スマホ廃人』文春新書、2017年
 三浦展『これからの日本のために「シェア」の話をしよう』NHK出版、2011年
 竹信三恵子『家事労働ハラスメント』岩波新書、2013年
 南後由和『ひとり空間の都市論』ちくま新書、2018年
 紫雲寺商工会「コインランドリーの需要動向調査」www.shiunso.com（2017年11月29日取得）
 喫茶ランドリー <http://kissalaundry.com/>（2018年11月2日取得）
 ノムラクリーニング <http://nc-nomura.com/>（2018年12月10日取得）
 クリーニングデポ <http://www.laundry-depot.jp/>（2018年12月10日取得）
 ベルメゾン生活スタイル研究所 www.b-desse.jp/report/2237/（2018年11月24日取得）