

第2章

調査結果の概要

第1節

営業者調査結果の要約

1. 営業所と営業所責任者の特徴

- 営業所責任者が経営者であるケースが多いのがモーテル・ラブホテルの第1の特徴である。
- 第2の特徴は、モーテル・ラブホテルの経営に関する意識や行動は男性的なものになっている可能性があることである。
- 第3の特徴は、経営者の年齢層が高いことである。
- 経営規模で見ると、シティ・ホテルや観光旅館などと比べて、規模の小さい経営が多いのも特徴である。
- さらに、モーテル・ラブホテルは立地状況が多様であること、住宅街が4分の1と多いことなどの特徴が見られる。

2. 営業状況

- モーテル・ラブホテル経営者の事業内容は、営業を始めてからの年数は10年以上が86.2%と大半を占め、新しい営業所はきわめて少ない。
- また、複数のモーテル・ラブホテルの経営については、営業所が一つだけで経営している業者の割合が7割弱を占めていた。
- これに対して、他業種の経営を行っている多角経営が多く見られた。モーテル・ラブホテルのみを経営しているのは5割、49.1%のみであった。

3. 来客状況

- 男性では30代～50代、女性では20代～50代の利用率が高く、10代の利用率は非常に少ない。
- 最も多く利用されるのは土曜日で、76.2%の営業所が土曜日の利用が最も多いと答えており、2位の日曜日の13.8%を大きく引き離している。
- 利用客中に占める休憩客の割合は80%以上と答えた営業所が17.6%、71%～80%も19.6%となっており、モーテル・ラブホテル事業では、休憩客の割合が非常に高くなっている。

4. モーター・ラブホテルの施設・設備

- 今やモーターやラブホテルは、かつてのような、いかにもそれっぽい特別な構造にはなっていない。ベッドや浴室などの施設による過ごし方の演出ではなく、おもちゃやコンドームによる過ごし方の演出がなされるようになってきているのである。
- 娯楽機器の面から見ると、ビデオデッキ7割弱、カラオケが6割弱、テレビゲーム機が3割、スロットマシンなどのゲーム機が3割弱など、モーター・ラブホテルは性行為とは直接結びつかない機器を備えたレジャー・ホテル化を果たしている。

5. 利用客の制限と確認

- 利用客の制限状況についてたずねた結果、最も断られる割合が高いのは、18歳未満の客で約8割、続いて泥酔客の5割強などとなっている。
- 反対に断られることが少ないのは、1人客の2割強、同性どうしの客の2割である。未成年に対する配慮が多くなされている反面、売春と結びつきやすい1人客はあまり断られない。
- 未成年者に対する年齢の確かめ方をたずねた結果、「身分証明書の提示を求めている」が5.9%、「18歳以上かどうかたずねている」が51.3%であり、「特に確認はしていない」が31.2%となっている。未成年者か否かを確認することで、未成年者の利用を抑止する効果を期待できるが、それすらしないところが3割にもなっているわけである。
- 利用客の確認方法を調べた結果、防犯カメラ等で確認する営業所と従業員が会計の際に確認する営業所がそれぞれ3割となっており、この2つの方法がもっとも一般的である。
- 従業員が鍵の受渡しをする際に確認する営業所は2割となっている。
- 匿名性を創り出そうとしている利用客のことを考えると、1回だけのチェックでは十分とは言にくいにもかかわらず、現実には複数の方法で確認している営業所は半分以下で、ひとつだけの営業所が46.8%あった。

6. 看板・広告の現状と意見

- 風営適正化法による地域の規制についての事業者の意見は、今のままでよいとする意見が大多数を占め7割強となっていた。事業者は現状のままを望んでいる。
- 看板等掲示の現状では、看板の主たる設置場所は営業所内とその周囲になっている。看板等以外の広告・宣伝では、およそ4分の1、24.2%の営業所が看板等以外の広告・宣伝をしていると答えている。モーター・ラブホテルの広告媒体としては、量的に見ると、やはり看板が主となっており、看板以外のものは極端に少ないことがわかる。
- モーター・ラブホテル事業者の広告規制についての意見は、全面禁止派は2.2%とごくわずかで、「今のままでよい」が63.2%と6割を超えている。設置地域の規制の場合と同じで、事業者たちは現状維持を望んでいる。
- 広告表現の規制については、性を連想させるような内容、街の景観にそぐわない広告、はでで人目を引く広告の3つのタイプは、人々に否定的な感情を引き起こさせるので、規制の

対象にすべきであるとしている。これに対して、道案内程度のものであれば、規制の必要がないと見ている。

7. 近隣への迷惑とシティホテルとの違い

- 自分のモーテル・ラブホテル営業が、近隣の住民等に対して迷惑をかけたり教育的に問題な影響を与えていると思うかについては、81.8%があまりまたは全く迷惑をかけたり教育的な問題を与えていないと思っている。
- 高級シティホテルとの比較では、少なからぬ営業者が高級シティホテルも自分たちと同じかそれ以上に性的行為のために利用されていると考えている。

8. 届け出ることの利点と問題点

- 届出業者は、非届出業者の営業内容と客層が、自分たちと違いはないと見ている。そうした認識のもとでは、規制に関しては、自分たちに対するのと同じように規制すべきであるとしている。
- 非届出業者も届出・非届出間の営業内容や客層の違いを否定する傾向が強い。
- 届出に伴う利益と不利益の経験を尋ねた結果、3割弱の営業所で不利益・不都合の経験があり、利益・好都合の経験はわずか5.6%であった。どちらの割合も低く、届出が決定的な有利・不利には結びついてはいないのかもしれない。
- しかし、不利益経験が利益経験の5倍の値となっていることは注目に値する。
- 金融機関だけに限った質問では、42.2%が不利な扱いを受けた経験があるとしている。
- 不利益・不都合な経験については、具体例として、25人の回答者が融資の際の不利について触れており、お金が借りにくいことが大きな問題となっている。また16人が看板規制で不利益を被っているとしている。さらに、増改築の規制が6人、売買や子どもへの後継ができないが3人などの回答があった。

9. 全般的な意見

今回の調査では、最後に全く自由に回答者の意見を書いてもらった。269名の回答者のうち82名、31.5%が回答を寄せた。

- モーテル・ラブホテルのイメージが健全な方向に変わってきているという意見が13名、一般客も泊めるなど利用客が変化してきたという意見が4名、社会的必要性・必然性についてのコメントが7名であった。
- ビジネスホテルや一般ホテルと利用のされ方が一部では重なっているのにラブホテル・モーテルだけが規制されることに対する不満や不平等の気持ちを12名の回答者が書いているほか、モーテルやビル式のホテルとの不平等について言及した回答が4名あった。看板の設置、増改築その他の規制内容の改善や規制緩和を求める声も多かった。

1. モーター・ラブホテルへの法規制についての意識

- モーター・ラブホテルに対する法規制については、「どんな場所であっても禁止」が3割、「今のままでよい」が4割、「どんな場所であっても禁止の必要はない」が2パーセント、「地域を限って禁止した方がよい」が3割であった。全面的な規制解除という意見はごく少数であり、「今のままで」「地域を限って」と一定の条件の下でモーター・ラブホテルの存在を認める意見が7割と、全面否定の3割よりも多くなっている。
- 年齢が上がるにつれて、全面禁止という意見が多くなり、今のままでよいという意見が少なくなる。
- 「地域を限って禁止」という意見は40代女性の40%、40代男性の37%を占めており、上下の世代と比べて特異な傾向である。これは、子供の問題に敏感な世代だからであろう。自由回答の記述からも、学校や通学路など文教地域がしばしば言及されていた。また、住宅街や公共施設の周辺も禁止すべき地域として挙げられている。
- 18歳未満の子供がいるかいないかで法規制意識に違いがあるとは言えなかった。
- 住宅街に住む人は農山漁村部に比べ、「どんな場所でも禁止」という意見がより少なく、「場所を限って禁止」との意見が多い傾向が見られた。
- 20～30代では、最も近いモーター・ラブホテルとの距離と法規制意識との間に関連は見られなかった。40歳以上の世代では、それが「わからない」という人ほど、どんな場所でも禁止という意見が多いという関連があった。

2. モーター・ラブホテルによる迷惑

- 付近にモーター・ラブホテルがある人の中で、「何らかの迷惑を受けたことがある」人は6%だった。付近にあるという455人中、「子供の教育」20人、「地域の風紀」16人、「性的不快感」13人であった。
- 付近にモーター・ラブホテルの広告・宣伝があるという人のうち、広告・宣伝によって迷惑を受けたことがあるという人は、9%であった。主なものは「子供の教育」27人、「ライトアップの照明」24人、「性的不快感」20人であった。
- モーター・ラブホテルの広告・宣伝に対する規制については、「全面的に禁止した方がよい」(全体の39%)、「地域を限って禁止した方がよい」(同35%)「全面的に広告・宣伝の規制を解除した方がよい」(同2%)、「わからない」(23%)となった。全面的な規制解除という意見は少数にとどまる。
- 「道案内程度の広告」であれば、5割が「規制は必要ない」とし、「規制は必要」とする3割を上回る。残り2割は「わからない」という回答であった。ただし、「はで」であったり「街にそぐわない」もの、「性を連想させる」広告には8割が「規制は必要」という回答であり、そうしたものについて「わからない」という回答は1割であった。広告の内容によって意見

が明確に異なると言えよう。拒否感の強い「はで」「街にそぐわない」「性」的な広告については、性差・年齢差があまりない。

- ラブホテルのお城のような外観については、若い世代では「なんとも思わない」が多く、世代が上がるにつれて「不快な気持ちになる」が多くなる。男性の3割、女性の4割が不快であると回答している。

3. 事件・問題と反対運動

- 近くにモーテル・ラブホテルがある人で、事件や問題の見聞のある人は9%であった。最も多いものは「殺人、強盗、傷害など」で33人が見聞があるとした。
- 近くにモーテル・ラブホテルができると仮定したら、男性の7割、女性の8割が反対すると回答した。全体の73%である。これは「パチンコ」60%、「マージャン店」59%、「ゲームセンター」66%に比べてやや高いが、「キャバレー」87%、「ソープランド」89%、「ストリップ劇場」90%に比べ少ない。すなわち、モーテル・ラブホテルは、ギャンブル的な営業と性的営業のちょうど中間くらいに人々から位置づけられているということになる。

4. 高級シティホテルとのイメージ比較

- 高級シティホテルとモーテル・ラブホテルを比べると、「性的行為」や「売春・援助交際」に関しては4～5割の人がモーテル・ラブホテルの方が多く利用されていると考えている。しかし、「不倫」に関しては3割にとどまる。「同じくらい」との回答は24%、「シティホテルの方が多し」7%であり、したがって3割の人は、不倫についてはモーテル・ラブホテルも高級シティホテルも同じか、シティホテルが利用されているとイメージしている。

5. 住民の利用経験

- モーテル・ラブホテルの利用経験は、男性で36%、女性20%であった。概して年齢が低いほど利用経験率が高い。ただし、20代男性よりも30代男性の方が利用経験率が高く、この層では64%に利用経験がある。
- モーテル・ラブホテルの利用経験のない人は厳しく法的規制を求める傾向にある。しかし、「規制は必要ない」という意見はそもそも少数であり、利用経験があることが、規制の解除を求める意見に結合するわけではない。「今のままで」「地域を限って」という意見になるのである。

第3節

営業者調査結果と住民調査結果の比較の要約

- モーテル・ラブホテルの法的規制については、住民の約3割が全面的禁止で、営業者に比べて全面禁止の傾向が強い。しかしその住民でも大半は地域限定の規制を求めている。

- モーター・ラブホテルの近隣に対しての迷惑は、近隣に住んでいる人達だけに限定すると、迷惑を受けた経験のある人は1割弱で、営業者の推定とほぼ一致する。
- モーター・ラブホテルの広告禁止に関しては、住民では全面的禁止が約4割で、営業者の見解と大いに異なる。ただし、そのうちのおよそ3割はモーター・ラブホテルそのものを否定する人達と思われる。
- 広告表現の具体的な規制では、営業者、住民ともに、はでな広告や景観にそぐわない広告、性的な広告については否定的である。道案内程度の広告については営業者はきわめて許容的であり、住民でも半数は許容的である。
- モーター・ラブホテルと高級シティホテルの比較では、性的な利用では圧倒的にモーター・ラブホテルのほうが多いという認識であるが、売春や援助交際では、営業者ではほぼ同じ、一般住民の認識でも単純な性的行為から比べると高級シティホテルの利用比率が増えている。モーター・ラブホテルは性的行為の場、高級シティホテルは宿泊や食事をする場、という認識はもはや崩れていることが分かる。営業者の認識はもちろんのこと、一般住民であっても、高級シティホテルでの不倫、売春・援助交際は充分有り得るという認識である。

第4節

調査結果からの政策提言

1. 法規制の経緯

人が性的存在である限り、人々はセックスする場を常に求める。屋外でセックスが当たり前の時代・社会では、性的な行為をする特別の場は必要ない。しかし、都市化は人目を忍んでの恋の場を必要とさせる。それが、歴史的には茶屋であったり、待合いであったり、そば屋の二階であったわけだ。井上章一の『愛の空間』（角川選書、1999）には近代日本のさまざまな愛の空間の変遷が描かれている。終戦直後、焼け野原の東京では、特別な場がなくなり、公園がその場になっていたことも描かれている。

こうした状況のなかでラブホテルは建てられていった。いわゆる「連れ込み旅館」、「逆さくらげ」という逢い引きの場である。車社会の到来、高速道路の発展はそれに「和製モーター」をつけ加えた。欧米諸国において自動車旅行者の宿泊所として発展したモーターは、わが国においては、昭和34年頃から全国各地に波及した。

モーターは、異性を同伴する利用客によって醸成される特殊な雰囲気や地域住民の平穏な日常生活に悪影響を与えるとともに、モーター自体の秘密的構造のために、性犯罪を誘発、助長させるなどの問題が生じてきたことから、婦人団体やPTA、その他の地域住民からモーター営業に対する法規制を求める多くの請願、陳情がなされるなど、法規制を求める世論が高まり、昭和47年に「風俗営業等取締法の一部を改正する法律」及び「モーター営業の施設を定める総理府令」により、モーター営業の営業場所についての規制が行われた。

昭和50年代、モーター・ラブホテルは、営利競争から、西洋の城を模したケバケバしい建造物、円形ベット、回転・振動ベッド、鏡張りの部屋、ガラス張りの浴室、ゴンドラ、等、奇抜さを競った。そして、雑誌の紹介がさらにそうした傾向を煽り、ラブホテルのある種独特のイ

メージを形成させていった。それまでの、人目につかぬところにひっそりとたたずんでいる木造建築二階建ての旅館といったイメージはもはやなかった。

こうして、昭和59年、風営適正化法の改正により、新たにラブホテル、レンタルルームが規制対象とされた。すなわち、「専ら、異性を同伴する客の宿泊（休憩を含む。）の用に供する政令で定める施設（政令で定める構造又は構造を有する個室を設けるものに限る。）を設け、当該施設を当該宿泊に利用させる営業」を風俗関連3号営業とするとともに、28条において、風俗関連営業の禁止区域等を規定し、都道府県は、善良の風俗若しくは清浄な風俗環境を害する行為又は少年の健全な育成に障害を及ぼす行為を防止するため必要があるときは、条例により地域を定めて、風俗関連業を営むことを禁止することができるとした。

さらに、平成10年の改正によって、モーテル・ラブホテルの風俗関連業を「店舗型性風俗特殊営業」とし、新たに規制の対象とした「無店舗型性風俗特殊営業」及び「映像送信型性風俗特殊営業」あわせて「性風俗特殊営業」と呼ぶこととした。また、広告及び宣伝の規制を強化し、学校の周囲及び条例で定める特定の地域においては、広告物の表示、ビラ等の頒布をしてはならない等とした。

2. 現行法制の問題点

今回の調査を行うにあたって、検討すべき点として意識された問題点は、次の諸点である。

- ①店舗型性風俗特殊営業と一般の旅館・ホテルを区別するため、構造その他細かい定義付けをしているため、かえって、脱法行為が可能となり、届出をしている業者には、種々の規制・融資面での不利益等がかかってくるのに対して、無届で、同種の営業をやっている者との間に不公平が生じ得る。
- ②「広告看板」規制が厳しすぎて、営業に大きな支障となっている等の声がある。
- ③いわゆる同伴ホテルが近隣住民に現在、どのような影響を与えているのか。
- ④青少年に与える影響はどうか。

3. 調査結果から得られた方向付け

①現行の法規制の合理性

我々が、じっさいに届出業者の施設を見学し、聞き取り調査を行って得た印象は次のようなものであった。

今では、従来特徴とされたケバケバしい外観も、派手で性的な内装・装置もほとんど影を潜め、女性好みの、女性が入りたくなるような洒落たホテルが主流となっている。『ラブホ de デート 2001年版 関東近郊312』（「KEROUAC」1月号増刊、パウハウス、2001年1月）では、清潔でデラックスな、高級シティホテル風・レジャーホテル風のホテルがずらりと紹介されている。この点では、内装・装置の規定はいささか時代とずれていると言わざるを得ない。さらに、一般住民がモーテル・ラブホテルの店舗を批判する場合は、その外観にある。この点でも現規定はずれている。

営業者対象調査で明らかになったことのひとつは、自由回答で営業者自身が述べているよ

うに、「現在のホテル業はもっと健全」であり、「若い人は娯楽場所の一つとして捉えているところもある」などのモーテル・ラブホテルの健全な方向への変化である。また一般客も泊めるなど利用客も変化しており、かつてのイメージでモーテル・ラブホテルを捉えることはできない。利用客の客層や施設・機器等の実態調査の結果からもそうした変化を跡づけることができる。また、我々が視察したモーテル・ラブホテルは、一般客の宿泊があっても不思議ではない構造になっており、実際に一般客を泊めているということであった。こうした流れの中で、モーテル・ラブホテルをイメージの違いだけでシティホテルと区別して、差別的な規制を行うことが不平等感に帰結するのは当然である。

従来からの性道徳観に立って見ると、健全という言葉とモーテル・ラブホテル営業とを結びつける言説の流布には抵抗感がある。しかし、今日の開放的な性の状況を考えるならば、あるいは性道徳の側面を抜きに考えるならば、“健全なシティホテル”のイメージを受け止めるのと同じように、“健全なモーテル・ラブホテル”というイメージを受け止めざるを得ないのかもしれない。また、その際には、融資面での不利益の解消、増改築規制の緩和、看板・広告規制の緩和なども検討課題となる。

このような知見からすると、モーテル・ラブホテルと他のレジャーホテル、シティホテルを厳格に区別し、性風俗特殊営業として、厳しい規制を加えているのは、不合理のように見え、一挙に、性風俗特殊営業からはずして、旅館業法の規制に委ねるべきという提言も出てきそうである。

しかしながら、今回の調査結果は、モーテル・ラブホテルの健全イメージを無条件に引き受けることができないことも示している。買春その他の犯罪や未成年者の非行・問題行動と結びつきやすい営業方法や建物構造があることが示されている。また、今日でも、モーテル・ラブホテルに対する嫌悪感、忌避感、不潔感などが全くなくなったわけではない。モーテル・ラブホテルの広告や存在そのものが性道徳の変化に果たす影響を苦々しく思っている人々も存在する。たとえば、性行為、とりわけ婚外交渉を「若い人の娯楽場所の一つ」というふうに娯楽扱いされると、承服できない人には承服できないのである。

営業者の法的規制についての意見は、自由記述では、規制の不合理を訴えている人もいるが、「今のままでよい」が71.0%と圧倒的に多く、「地域を限って禁止した方がよい」13.8%を加えると85%になる。それは、規制により、不便であっても、競争相手の参入が防げたり、警察の監督を受けることによって犯罪や不合理な暴力からは保護されるという利益面も存在するからであろうと察せられる。

住民の意識調査において、モーテル・ラブホテルに対する法規制については、「どんな場所であっても禁止」が3割、「今のままでよい」4割、「どんな場所であっても禁止の必要はない」2パーセント、「地域を限って禁止した方がよい」3割であった。全面的な規制解除という意見はごく少数であり、「今のままで」「地域を限って」と一定の条件の下でモーテル・ラブホテルの存在を認める意見が7割と、全面否定の3割よりも多くなっている。

営業者も住民の意識も、今までどおりの規制の仕方でもよいとするものが、多数を占めていることから、特に、規制の緩和も厳格化も求められていないようである。

しかし、時代の変化により、モーテル・ラブホテルと規制外のホテルの差がつけにくくなっているのは事実であり、その定義の仕方に、もっぱら外観だけで定義する等の工夫をする方が合理的ではないかと思われる。

②広告の規制

広告の規制が厳しくなったことが、最も業者側の不満となっているようであるが、住民の意見も、道案内程度なら許容し得るとしている者が多いので、少し、緩和を図ってもよいのではないと思われる。しかし、時代の流れとして、かえってケバケバしい宣伝は好まれず、逆効果になるということは、営業者も自覚しているかもしれないが、やっとう環境浄化の成果が上がってきている状況なので、青少年保護のためにも、野放しにならないように、慎重な方策が望まれる。

③近隣住民の意識

付近にモーテル・ラブホテルのある人達の中で、店舗の存在により迷惑を感じている人は、5.9%で、広告による迷惑を感じてると答えた人は、8.8%であった。意外に少ない数字である。モーテル・ラブホテルは、まず付近の住民達と平和共存していると言えるであろう。しかし、近隣に新たに建設されることに関しては、男性の7割、女性の8割が反対と答えている。まだまだイメージはシティホテル並ではない。

④犯罪・援助交際のチェック体制

モーテル・ラブホテルが売春の場、犯罪の場となる危険性が高いのであれば、そうならないようなチェック体制・管理体制が問題となる。チェックイン、チェックアウト、支払方法、等の確立である。しかし、性的行為はなにもモーテル・ラブホテルの専売特許ではない。高級シティホテルもそのように認識されつつあるし、不倫や売春・援助交際の場としては性的行為以上になされているという認識が広まっている。であるならば、一般のシティホテル、そして当然モーテル・ラブホテルと類似の非届出ホテルはなおさらである。

しかし、シティホテルの少ない地方においては、売春その他の性行為の場としては、モーテル・ラブホテルがその場となるようである。また、本調査においても、モーテル・ラブホテルで起こった事件の質問に対し、覚せい剤・シンナー等の薬物事件は営業者の25.3%があると答えているのに対し、住民調査では、1.4%と少ない。外で見ているより、中では、多くの事件が生じていることが推察される。

密室性は変わらないので、現時点においては、性風俗特殊営業という視点で、監督の必要性は、未だ、無くならないかもしれない。

しかし、こうしたホテルに対して、食堂の広さやロビーの広さで区別するということは、売春・援助交際防止という観点からすれば、なんら根拠のある区別ではない。逆に、ロビーが広ければそれだけ人目に触れることなく部屋に入り込むことはたやすくなる。実際、シティホテルでは、フロントの出入りは自由である。エレベーターに乗り込む人達がホテルの宿泊客か否かをチェックする体制は全くといってよいほどに欠如している。売春や援助交際が行われていようと、それを確かめる手立てはない。むしろ、届出のモーテル・ラブホテルの方がかえって体制がしっかりと確立している、と言える。

届出モーテル・ラブホテルのこの体制を解体させる必要はない。ただし、この体制を確立している優良経営のモーテル・ラブホテルに対して、不潔・淫乱というイメージでしか見ていない住民の意見を考慮して、より厳しい規制を課する必要はない。むしろ、無意味な規制は撤廃していく方向が望ましいであろうし、届け出ているがゆえのメリットを増やしていく方向が必要であろう。