

1975. 7. 1. No.19

サウナ協会会報

THE SAUNA KYŌKAI KAIHŌ

スカッとさわやか
コカ・コーラ



東京 コカ・コーラ ボトリング 株式会社
TOKYO COCA-COLA BOTTLING CO., LTD. (コカ・コーラ権定会社)



《7月号目次》 No.19

展望台・七夕	1
収益増進企画	3
ヘルスクラブ（スパ）の問題点と将来	7
サウナ巡り・名古屋「サウナスオミ」	12
事務局だより	16

発行所・東京都サウナ協会 《毎月15日発行》

事務局・東京都中央区銀座6-13-16

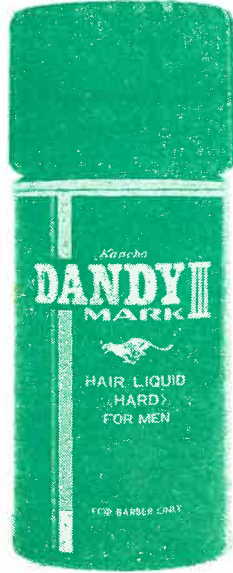
東京温泉株式会社内 電話(541)3021~9

発行責任者・山田秀男

サウナの繁栄をお手伝する

〈スリー〉
ダンディマークⅢ

マークされる男のマークⅢ
DANDY
MARKⅢ

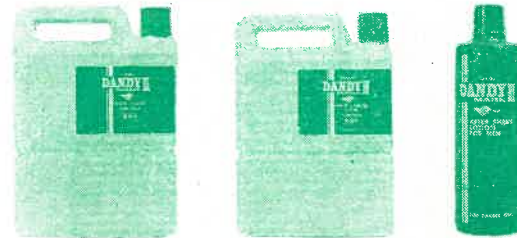


- 青いボトルに赤と銀のストライプ
若さあふれる爽快な香り。
- デザインは、ダイナミックに、そ
して中味はあくまでもフレッシュ。
- 個性化・多様化する男性の心と行
動にピッタリとフィット。
- それが ダンディマークⅢです。

☆補充グループも充実ノマークⅢの
よさをいつでもお使いいただけます。

Gサイズ { ヘアトニック
ヘアーリクイド

Mサイズ { アフターシェーブローション
ポマード&スキンクリーム
スキンミルク



お問い合わせ：ご用命は

カネボウ化粧品〈業務用〉サウナ代理店

〈関東地区〉 順不同

(株)日祥商事 ☎(974)0711
 (株)イトー商事 ☎(268)4367

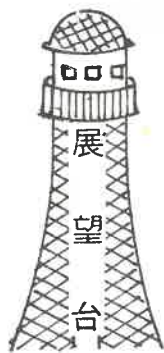
(株)東京マツシマ ☎(370)7241
 (株)カネフク ☎(811)1310
 (株)村山 ☎(352)2318

〈中部地区〉

(合)千代田実業 ☎052(251)7626

〈関西地区〉

福助石鹸(株) ☎南(211)4420
 おせ商店 ☎(372)4981



七

夕

例年はツユ空に祟られて星も見えない七夕が今年はカラリ空で、浴衣姿の子供たちも嬉しそう。

それというのも雨の神が惜しみなく蓄水を落として呉れたお蔭か、小河内の水がめも七日朝七時現在で有効貯水量の九三%、一億七、四〇〇万トンに達し、今後の豪雨に備え毎秒四―二二トンの水を放流しているとまで、この夏の都民一日の使用量六〇〇万トンについては心配はないという、まことに結構な話である。

だが供給が必要を上まわっても値上げになる水道料金に我々に頭が痛い。このなべ底景気のさ中にダブついている水量を横目に二・六入、いや大口需要の三・三倍アップの声に我が業界は啞然たる状態である。

一例をとれば都内Aクラスの某サウナの如き、従来の約二五〇万円の支払いが一掘七五〇万円に、つまりは現状の儘であり乍ら五〇〇万円という莫大な支出増となる勘定。

そこで、入浴料改訂、消費規制いろいろなテを工夫するが、いずれも結果する処、大衆保健に直接間接にマイナス影響を及ぼすものばかりである。

抑々、湿度の高い我国の入浴好きの原因は、汗による不快除去を、だいたいとしてゐる。たまたま除去しないとすれば汗ばんだ身体にゴミ、ホコリ、蛔虫の卵その他目に見えぬ異物等を汗で保護して家庭へ寝具へ持ち込む事になる。不快除去にはそうした意識せざる生存防衛も生物学的に行われている。も一つ大切なこと、人間は血行によつて生き、感じ、動いているのだからサウナ浴のように時間をかけて浴身し、更に脱浴から平常の動きに戻る中間に時間をかけること、つまりはサウナだけがなし得るこの入浴法が如何に最高の入浴効果を人体に与えているかをユメ忘れてはならないのである。

事実、各人の日常生活の有り方を見渡して見るがよい。家庭に風呂を持つ人と雖もその多数が「サウナに入らずには居られない」と常時愛用して居るではないか、又折角気分よく入っているお客に出る出るとセキ立てる様な営業店では明かに客数が減少しつゝある現象がそれ——体調の維持不満——への抗議を如実に物語っているではないか。元来入浴とは外皮洗濯だけを目的に気短かに入るものではなく、例えて見れば国技たる相撲が心技体を要求すると同じように、リラククスした気分による緩慢な血流を漸騰的に発汗に迄誘導し、而してなだらかに平温に戻して心身共に最高の効果を得るのが理想的であり、我等がサウナの目的であつて、刃物の焼き入れのように温度の変態点を求めて急冷したら——刃物なら切れ味は出るだろうが——人間ではヤキが廻つて了うだろう。

ということとは、入浴時間の比較的長いことは結局するところ水の冗費の抑えにくいこと。節水のために健康増進を棒に振るのはまことに好ましくなく、それは正に主客転倒と云わなければならぬ。

水に奉仕するか。人に奉仕するか。といわれれば、おのずと回答が出る筈だ。サウナ行為は健康上斯くも不可欠のもの、その業を営なむ我等は健康産業の根幹をなすもの、仍つて「健康のためにあるサウナ」の永続性を信じて疑わぬ協会として従来に倍増した意気込みにて水と取組む事を御報告しておきます。

防犯運動の協力お願いについて

一連の爆弾事件や内ゲバ事件をはじめ各種犯罪の防止につきましては、平素から各段のご協力を賜り厚くお礼を申し上げます。

さて、当庁では例年どおり、今年も七月二十一日から七月三十一日までの十日間、夏に多い「少年の非行と事故防止」及び「性犯罪の防止」を重点に夏の防犯運動を実施して都民生活の安全を図ることになりました。

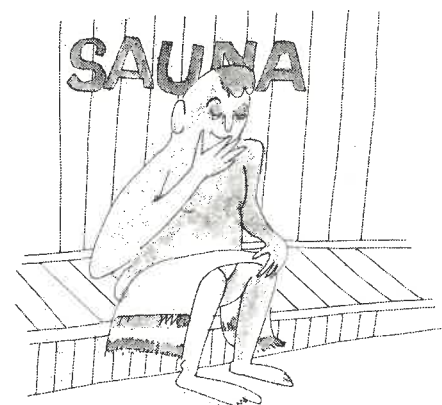
なお、「夏の防犯運動」について、御不明な点があれば、警視庁防犯総務課（電話五八一〜四三二一内線四六二九、四六三〇）へお願いいたします。

浴室はきれいですか。

天井・壁・浴槽等は
とかく汚れやすい場所なので
お客様の眼で見直して下さい。

現在販売されている各種の洗剤ではきれいにならない汚れでもあきらめないで**日本特殊化学洗淨**に相談して下さい。
今までに実績のある化学洗淨剤にて満足して頂ける結果が出る事と思います。
多額の資金を費した浴室・サウナ室を日頃の手入れで最大に生かして下さいれば我社の願うところです。
化学洗淨剤の販売と洗淨工事も行なっておりますので御一報下さればすぐお伺い致します。

カビ除去用	A K - I	5 ℓ	¥5,000
水垢除去用	4 - C タイルクリーン	5 ℓ	¥6,500



◆営業品目◆

- 冷房機のスケール溶解除去工事
- 源泉給湯管洗淨工事
- 浴室内のカビ・湯垢除去工事
- サウナ室内木目洗淨工事
- 化学洗淨剤の販売

(有)日本特殊化学洗淨

〒142 東京都品川区中延6-10-17

TEL. 03-786-3340 (代)

サウナ+アスレティッククラブ 《成功への鍵》

メトスのマークは
世界共通のブランド



このマークは、一流サウナ
を保証する美と健康のシン
ボルマークです。

アスレティック、ヘルスクラブが成功するには科学的に分析されたトレーニングのプログラムとそれを実行していくトレーナーの肩にかかっています。そして常に楽しく、明るい雰囲気クラブの中に漂っていて、メンバー間のコミュニティをつくることも大切です。当社は、日本で民間アスレティッククラブ経

営の草分けであるクラーク・ハッチ氏と米国で60のクラブをフランチャイズシステムで経営しているジャック・ラレーン社と提携して、この“鍵”を皆様に提供出来ます。サウナの建設、開業1500、アスレティック・ヘルスクラブ建設、開業45の実績はあなたの強力なアシスタントです。



サウナのわかる方はメトスを指名されます

メトスサウナストーブは、120年の永い歴史とサウナ発祥の地フィンランドの伝統に磨きぬかれた、サウナのためのストーブとして世界50ヶ国以上で愛用されている本格的サウナです。メトス独特の快適さ、爽快な余韻は勿論、各種の安全装置がほどこされ、お客様に安心して御利用頂いております。サウナに関する御相談は下記にお申し付け下さい。

日本総代理店 中山産業株式会社

不幸な恋愛問題もサウナに入れば解決するいや死んだ人さえやってくる。
なぜなら、天国にはこんな楽しい所がないからだ。…………… <ミケラル・
アグリオル>

本社 東京都中央区銀座3-11-5(第2中山ビル)TEL(03)542-0331(代)
大阪営業所 大阪市北区今井町40番地(八光ビル)TEL(06)352-3626(代)
札幌営業所 札幌市中央区南1条西20丁目(理美容センター)TEL(011)641-9269(代)
ショールーム 中央区銀座3-11-5(第2中山ビル1F)

* ~ * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ *
 収 益 増 進 企 画
 * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ * ~ *

本会報五月号に掲載して置きました「経営セミナー」中の大和観光総支配人副島雅行氏の講演の見出し的箇条書を順次載せて行きますからお手許のものを参照されて御研究下さい。

X X X X X X X X X X
 | 係 |

皆様が開店された当時と現在とは非常に変わって来ております。

先づサウナのお客様の入浴の目的が完全に変わって来て居ります。当時は「お風呂に入るんだ」云って見れば入浴 | 休養でした。ところが現在は入浴 | 休養 | 飲食 | 購買 | 談合 | ゲーム遊び。そして宿泊 | お洒落(つまり散髪)。そこ迄お客様の入浴の目的が変わって参りました。

私共が三十九年にサウナを作った当時はサウナは単なるサウナのお風呂があるという事だけでした。それが現在アスレチック、クリニック或はリハビリテーション或は会員制、公害対策、大衆温泉的、又大阪では七十五円サウナ(これはあとで申し上げます)。次にお客様の層の変化、最初は成人の、所謂健康な方だけでしたが、今では子供からお爺さん達迄と巾が随分と広くなりました。

最後にサウナ経営者即ち経営条件の変化です。先ず、駐車場等も含み、重裝備でなくては不可んだろう、総合レジャータイプでなければならぬ。求人難、従業員教育も必要だし、経営者の経営思想そのものが変わってきたという事を前提に考えなければならぬ。

先ずテーマから先に申しますが現況に於ける諸対策として、私共が身近に感じて居りますのは、経済引締めシワヨセが残業カット等に現われたり、

一般が節約ムードだという事です。外食を、レジャーを、家庭に於ける瓦斯電気をと見てくると気になるのは我々に影響のあるレジャー費の節約の事ですね。そこで我々はリアルな対策として何をやるかというところを先ず値上げをストップする。

私共も去年の十月に第一段としてまず半年間に二・六値上げ致し、その次に値上げは致しませんが、お客様の容認出来る範囲内の料金対策を打出す——それはサウナの基本入泉料は値上げを致しませんが、マッサージだけは需要供給の問題或は調整上止むを得ずとして値上げする。その場合マッサージ師は「お客様、料金は値上げになりました、戻しは皆を私共に参ります」と云う、お客様は「あ、そうか」と納得されます——つまり容認出来るものは値上げする。

それから原価費をどうするか？十一円の油が三十五円になっている。油三倍、ガス二倍、水道二倍これの制限対策を立てばなりません。

それから特性特長のある企画を打ち出そう、それから駄菓子屋商法。これは二百円、三百円チビチビ費って頂こう、一度に四千元、五千元は先ずムリだ、子供の駄菓子屋商法。

それからこう云う時期だから従業員の再検討。本当のサービス精神を身につけさせる。教育だけでなく働く人の士気の高揚、例えば賃上げ昇給も結構、但しそれを有効に。

次に固定客のつなぎ止め策を工夫する事、清潔健全なサウナドックとしての対策。

次に料金対策、最前申した値上げストップは別として、大体関西各都市では N市が1,200～1,300、K市が700～1,200、O市が1,200～2,000 九市方面が700～1,200 が大体ながら目下標準のようだが、これを周囲の状態との研究も必要と思えます。原価費の制限対策としては省力化しかないであろう、合理化だけであろう。個性特性の生かし方は入泉メニューの豊富、アイデアのある浴室作り、従業員の士気高揚を為のアップは年度決算の期に綿密に取扱う必要もあるであろう。

そして、対策中で具体的なものとしては販売促進が営業者としての正攻法

でありましょう。私共は前売券制を実施致しました。九店全店共通にて五枚セット或は六枚セット、大体二〇%のデスカウントです。あるお店では私共の券を五枚単位で割引率を多くしている所もあるようです。

他にシステム券。(セット)これは自分の好むもの数種とサウナを合せた幾通りのものでアロハコースとかワイキキコースとか。

シーズン券。忘年会、新年会、花見会其の他等々、一例を挙げれば、藤田観光さん等新入社員等の歓迎の催しなどがある。これは又諸会社に於ても求人の際などこれによって多分のメリットをフルに利かせて居ります。

固定客をつなぎ止める諸対策ですが、ツケのお金は使い易い、クレジット、つまりMC・DCとかいろいろ考究すれば面白いものもあります。優遇法としては招待券作戦。これもタゞで招待も出来ないもので、アンケートにお答え下されば――お二人でお出でならば、マッサージをやればサウナはサーピス、等々苦肉の策のプレミアアミ待遇ですね。他にレンタルシステム(会員システム)。サウナ定期券と称しまして三ヶ月三万円。チケットカードの様な拵えて一日何回入っても三万円。然し実際に毎日来るわけでもないで、「貴方が週に何回入ったら一回幾何につきますか」というキャンペーンで固定客の確保策をやつて居ります。

それから新客の獲得策としてはチャンスが四月にあります。新入社新入学、お目出度う作戦として新入者の歓迎会等を引受けます。ほかに渉外部を設けて居る所もあります。二人三人位で団体さんの誘致、法人専門の訪問勧誘等。お支払はお入りになって後からでーという制度も設けてあります。

その他に顧客に飽きのこさせない為にも様々な方法を講じて居ります。私共でもサウナ文庫といつていろいろな書籍を揃えたミニ図書館も作つてありユニホームを用意し、或はロッカー室とマッサージ室と受付をロッツと入れ代えて気分の一転を図つたり、ネクタイ、Yシャツ等を委託販売契約で陣列したり、市内全域に散在するチェーン店(お貸ししているペナントのクラブ、キャバレー全部)をサイン一つで通用する等広範囲に亘る便法を採用して居ります。

(可成り終りの方にある七十五円サウナのお話を、先にこゝに抜萃します。)
 一日三千人という記事を見て出掛けてみました。大阪で降りて鶴舞まで行ってそこから又タクシー三十分乗って工業地帯の真ん中です。確かに七十五円の料金です。風呂場脱衣室入れて全部で約百坪位でした。男女各二〇〇位ですね。私、昼の二時頃から行って五時頃迄約三時間居りました。三時から約四〇〇づゝ入って居りますからテレビで云う三千人はどうかと思いますが二千人は入っていますね。拵らえは普通の公衆浴場と同じです。入りますと左が男子、右が女子、下足場があり番台ありロッカーも普通のスチール製半分のもの。

風呂場が従来のと違いましたして電気ぶろ、超音波プロ、パイプバス、水風呂で二階にサウナがある。

では何故、二千三人はいるかと考えてみますと、近所にないことと、地域的に大阪の繁華街に出るには三十分もかゝるし、バスは二十分に一台しかない、とかいろんな近辺の事情もあるなどでしょう。従業員は三人です。御主人は番台に居りましてその下にボイラーのスイッチがあります。お客は勝手に七十五円を入れるだけ、お客が来るとピーツとブザーが鳴ります。ボイラーのスイッチをチョット入れるだけです。そういうわけで、その御主人が番台で全部やります。勿論二代目の経営者の方で土地はお父さん、お母さんからの引き継ぎでしょう。まア三千人入って貸タオル石鹸代引いて二八〇円払いますけど平均二〇〇円ですね。二〇〇円で二千八人入れば採算は合います。ボイラーは大体七、八年に一回、それも人手のいらぬものを装置する、タオル関係も自家でやって下さり等、合理的なやり方です。

— 以上内容の先取り報告です —

— 係 —



林立するサウナの中で成功する為に 新しいサウナ経営に新しい製品を!!



PINO AG

西独輸入浴用化粧品

女性サウナに ◎ピノポン



真珠の泡でおしゃれな全身美容を
アレルギー性のお肌アセモ、タダレ
にも効果的です。
お風呂の掃除は要りません。
汚れはスッキリ流れます。

快適マッサージに ◎マッサージオイル

いま日本でマッサージに使える本格派オイルは、
このオイルだけです。レモン油入りと高地のハイ
クラスなエーテル油を使ったものがあります。



男性サウナに ◎アインライビング

爽快バツグンなボディローション。
スポーツのあとの疲れた筋肉、凝っ
たところによくすり込んで下さい。
血行を促し疲労回復を早めます。
又、マッサージの後の爽快感をたか
めますのでお客様の十分な満足を得
られます。

西独ピノー社は浴用添加剤マッサージ用薬品の製造では世界有数の会社で、
その製品の良質さと有効性は各界の賞賛をあつめ世界の愛用者によって支持
されています。お問合せ、又は説明書、サンプル等御希望の方は左記に――

〒102 東京都千代田区麴町3丁目10番地

西独ピノー社
日本総代理店

日本ピノー社

TEL.東京(03)265-3702

人形印軽便カミソリ廉価販売！

- メーカーよりの直販で非常に低廉で有利なお取引が可能です。
- 人形印軽便カミソリは、高度特殊鋼を使用しており切れ味はばつぐんです。
- 人形印軽便カミソリはT字型と長刃があります。(特殊鋼又はステンレス製)
- ステンレスブレードの高級品パーマ (T型, ロングパーマ長刃)

*その他輸入品も取扱っておりますのでご利用下さい (ナイロン歯刷子等)

■製造元

人形印カミソリ本舗
セイワ工業株式会社

■総代理店

株式会社 国際交流センター

東京都中央区日本橋3-2-7(六五屋ビル)
電話 (03) 274-0655 (代)

ヘルスクラブ（スパ）の

問題点と将来 (2)

田中恒豊

苦しいわが国の現状

現在、私のみた限りでは、ランニングコストの回収や金利など返済できていないのが実情だろう。「現状のままであるならば、やや経営ができていく程度である。なぜかという、現状の日本にある諸施設は、全体的にみて一度かけたものに対して仕入れが発生しないからである。すなわち、電気、燃料、水、そして人件費が最大の経費で、仕入れが発生しないということだからだ。であるから経営はできるが、かけた元金、その金利の回収までには至っていないのではないか。

しからば、どのような方向にもっていけばよいのか。水泳教室によって成功をおさめたあるアスレチッククラブを例にとつて、その成功の原因、そして方向の見誤りなどを検討し、概略してみよう。

このアスレチッククラブができた時、新聞記者がきて、アスレチックという耳新しい言葉を辞書で調べてみると体育施設とあった。そこでポスト・ボウリングはアスレチッククラブだ、ということで脚光を浴びたことは、まだ記憶に新しい。

しかし、ポスト・ボウリングになりえるものは他に存在しえなかった。ボウリングのよりに高利益をあげるものはなかったからである。それに変わるものとして、人の動きが大きい

く、施設で目立って見えたのは水泳教室であり、その父母たちであった。しかも、ボウリング場のスペースと変らぬ坪面積で水泳教室（プール）が可能なところから、ボウリングの次はアスレではないか、ということになったに過ぎない。

しかし、アスレチッククラブ、ヘルスクラブ（スパ）、水泳教室は、自ずからその方向を異にしていたことはいうまでもない。その違いを見極めずに、アスレチッククラブとい

サウナでの質問

○よく来ますか？	{	答 ① 必ず週2～3回
		② 必ず週1回
○どうしてですか？	{	③ ストレス解消
		④ 生き返ったみたいにかッパリする
○体に良いと思いますか？	{	① 最近カゼをひかない
		② 胃腸の調子がよい
○奥さんにもすすめますか？	{	① すすめてもいいかない
		② すすめない
○本人が良いのに何故か？	{	① 周囲の環境が悪い
		② 女房がサウナに行こうといったら近所の人の方が何か変にみるそう

うものが水泳教室で成功したのだから、このようなものを作ればいいのではないか、という入り方をした。これが、日本におけるアスレチッククラブの成功? と同時に見誤りの第一点でもあった。

第二点は、ゴルフ・ブームの影響である。以前ゴルフは金持ちのスポーツであったが、今では大衆のものとなり、安易にゴルフ場の利用が可能となった。と同時にゴルフ会員券が高騰し、第一次、第二次募集というように、一面では利殖のためという面まで現出した。それに便乗してというのは語弊があるが、アスレチッククラブも会員制ということで第一次、第二次と同じシステムを採用し、高い入会金、維持費で募集した。それはまったくの誤りである。アスレチックは、利殖のためのものではないからである。健康産業である限りそれは当然であるが、一次、二次募集というような利殖を思わせるような高い会員制システムを導入したことが大きな誤りであった。

利益追求を明確に打ち出せ

誤りの第三点は、アスレチックは体育施設ということで、オーナーは体育専門分野の人に、そのブランニングの参加を求めたが、いかにせんそれらの人は算盤勘定のできる人がいなかった。体育学校や体育界の出身が多く、商売を見ていないことが最大の欠陥であった。しかし、オーナーにしてみれば体育施設を作るのであるから、体育の専門家、トレーナーを招集した。そこででき上がったものは、現在の日本のアスレチッククラブの諸施設のようなものとなってしまった。ところが、これらの諸施設は坪効率が非常に悪い。ブランの段階から効率を考える人の参加がなかったのだから当然といえばそれまでではある。

つまり、大きな施設、のびのびとした空間ができ上ったわけだが、人間の基本的運動の動作(跳ぶ、はねる、かける、登る、降りるなど)を、そのような施設で営利事業としてやることに大きな誤りがあった。人間の基本的運動の動作を、広いスペースでやるには、現在の日本の状況からすれば国や地方自治体などの公共的体育館以外なかなか採算にのらないのである。

私見を述べれば、このような施設でそれらやることは、五年、一〇年先には繁栄が予想されるが、現在の段階では時期尚早ということになる。

第四は、施設側の献立(企画)もある。水泳教室、ボウリング場、その他の運動施設と抱き合わせてやると、客側からすれば、どれが主目的なのかわからなくなってしまふ。運動をするという目的に変わりはないが、あまりの総花的で、自分が何しに来ているのかを見失うという意味である。つまりヘルスクラブ(スパ)の目的を、客側が見失う結果になる。

現在、わが国の施設の中で、顧客の求める効果を消化しうるところは、数か所ぐらいと思われる。

第五は、ヘルスクラブの入会金、会費の料金設定にある。投資額を入会金、維持運営を会費(月、年会費)でまかなおうとする考え方に誤りがある。この料金設定には研究すべき余地がある。また地域による料金格差も見逃せない。

第六は、施設がパターン化している。どの地方のそれも、アスレチッククラブというと同じ型のものを作っている。地域性、市場調査の欠如、誤りというほかない。

第七は、ヘルスクラブ経営のあり方はトレーナーにあるといわれるが、それも誤りである。トレーナーとしての経験、学識よりも、

ヘルスクラブ〈スパ〉

(男女共用の大規模なもの 1,000㎡・300坪)収支モデル

① 会員の料金			
入会金(登録料・7年間有効・返金なし)	50,000		
年利用料(一回払い、月払いの場合毎月3,000円)	30,000		
ビクター・フィ	1回	1,200	
② 会員の一か月当たりの料金			
入会金	50,000		
利用料 30,000円×7か年	210,000		
			260,000円
260,000÷7年=37,000(年間)			
37,000÷12月=3,000(月間)			
3,000÷30日=100(一日当たり)			
*ビクターで月平均3回以上よりかなりの割安となる			
③ 会員の増減推移(個人・法人・実族会員を含む)			
	新会員	退会者	登録会員数
オープン時	1,500名	-	1,500名
2年目	1,500名	300名	2,700名
3年目	1,000名	300名	3,400名
4年目	1,000名	400名	4,000名
5年目	1,000名	500名	4,500名
	6,000名	1,500名	

接客態度によって大きな差がで、それがクラブの浮沈になる。したがってトレーナーの養成所開設が急務といえよう。

第八にあげられるのが、ヘルスクラブが健康産業、福祉産業であるということで、タテマエとホンネがバラバラである、ということにある。

たとえば、A店のオーナーが福祉産業、健康産業であるから利益追求よりは地域住民に奉仕し、経営的にはトントンであればよいとして地域住民に接した場合、トレーナーの接客態度も頭ごなしになったり、なおざりな指導をする。というのは、経営がトントンということは、経営的には赤字を意味し、当然、トレーナー、従業員の給与、待遇も悪くなり、それが顧客に反映し、必然的に顧客が少なくなる。

なる。その結果悪循環が発生し、金をかけなければならぬところにも、かけられなくなる。

一方、B店のオーナーは、ヘルスクラブ(スパ)を利益追求事業として判断した。顧客が目的をもってくることに対して、効果を与えることに重点をおいた。顧客も必然的に多くなり、利益も上れば給与も上り、接客態度もよくなり、好循環が生まれ、利用客数も増加する。

このA店、B店を国家的見地から考えても、利用客数の多いB店のほうに存在価値があることは当然であろう。

つぎに、現状の施設は空間が多いということにも問題がある。

人は伸び伸びと体操ができると思っ、オ

⑥ 経 費 (1か月)	
人件費(2部制6人営業共)	1,000,000
クリーニング代	180,000
電気代	120,000
光熱費 { 水道代	150,000
燃料代	250,000
補修費	30,000
消耗品費	60,000
被服費	30,000
営業費	50,000
電話料	15,000
広告宣伝費	150,000
諸雑費	50,000
合 計	2,085,000円
⑦ 収 支	
売 上 げ	566,400,000
設備費およびオープン費	-168,000,000
経費 2,085,000 × 5か年	-1,248,000,000
純利益	273,600,000円

(減価償却、金利、保証金、家賃、租税公課を除く)

④ 売上げ予想(5か年間)	
入会登録料	50,000円 × 6,000人 = 300,000,000
年会費	30,000円 × 6,000人 = 180,000,000
ビクターフィ	1,200円 × 40名 = 48,000円(1日)
	48,000円 × 30日 × 60か月 = 86,400,000
売上げ合計	566,400,000円
⑤ 設備費およびオープン費	
1) 建設費(本体工事除く)	
内装費	250,000 × 200坪 = 50,000,000
浴室(小プール)	350,000 × 100坪 = 35,000,000
サウナ室(2室電気工事共)	4,000,000
機械設備(ボイラー衛生等)	13,000,000
空調(排煙設備を含む)	15,000,000
特殊設備(超音波バイブラ等)	4,000,000
電気設備(動力電灯工事共)	10,000,000
小 計	131,000,000
2) 企画設計監理費	
	5,000,000
3) 健康機器類	
	23,000,000
4) 什器備品	
	2,000,000
5) オープン経費	
	5,000,000
6) 予備費	
	2,000,000
総 計	168,000,000円

ーナーは広い施設をつくるが、それは逆である。

現状の日本人の姿としては、ヘルスクラブ（スパ）を欲する顧客は、運動を通じての憩いの場を求めあっているのだ。

あるアンケートによれば、運動不足を意識している人は九〇%以上だが、ではそれを解消するために体育館に行くことをすすめると、行かない。それは体育館などの運動施設は、運動選手などが練習するものとして捉えているイメージが根強いからである。したがって、ヘルスクラブ（スパ）を体育館的につくると、体育館を連想し、足を向けなくなってしまう。とくに中高年層は、目から入ってくるイメージで、自分などが行かれるところではないと見てしまい、顧客動員を少なくしてしまう。九〇%以上の人が運動不足を意識している現実と、運動を通じて憩いの場としてヘルスクラブ（スパ）を求めている大衆意識を冷静に見極めるべきである。

以上が、現在の日本のアスレチッククラブの方向性を見誤りと現状分析といえよう。

では、前述の現状分析を踏まえたいうえで、日本で、ヘルスクラブ（スパ）を成功させるには、具体的にはどのようなすべきかを考えてみることにする。

- まず、ヘルスクラブ（スパ）発展の土壌は十分整っている。そしてその発展の背景は、
- ① 個人所得の向上
 - ② 交通機関の発達（自動車および道路の整備）
 - ③ 人口の集中、高密度
 - ④ 情報伝達の発達（テレビ、新聞の普及）
 - ⑤ 政治的行政レベル（国家が健康管理、体力増進を奨励）
 - ⑥ 産業界レベル（従業員の身体疾病、体力低下、心臓血管疾病、勤務時間効率

の低下、および早期死亡による生産の損害）

- ⑦ 個人レベル（栄養の過剰摂取、肥満体、心臓疾病増加、ストレスの増大、過度の緊張感、孤独の増大）
- ⑧ 余暇時間の増大

このような状態はアメリカの二〇年前と同じで、最初は政府が運動不足、肥満体等の問題を指摘し、運動に対する必要性を奨励したことに始まり、今日にみる産業定着に成長した。

現在、わが国でも多くの企業がアスレチッククラブとかスポーツクラブとして名をあげている。その多くが地域住民のコミュニティセンターの役割、あるいは「利益は二義的」だといったことを標榜している。しかし、それは間違いである。アスレチッククラブとの違いを見定め、経営方針を変化させなくては、日本の既存クラブの将来は危ぶまれる。いたずらに高価な土地に豪華な設備、広い空間、高い入会金を指向している現状から一歩進んで、別の面からもアプローチすることが大切である。

それには、まず場所の設定における市場調査から始まり、規模・設備・料金・会員獲得の目標といった具合に、一連の作業による方向づけを「事業」として明確にすべきである。このようにわが国でもヘルスクラブ（スパ）発展の土壌は十分整っているから残された課題は、計算された事業化の見通しを立案することである。

普及の可能性を前記した八項目の他に、ヘルスクラブと同一線上に位置するサウナに例をとってみる。

（続・この文はジャバンターナイズ社の
ご好意で掲載のものです。）

サウナ巡り

名古屋「サウナスオミ」

十二

六月二十七日は愛知県協会本年度の総会。続いて記念講演があり、フィンランドの大使館からも書記官御出席、本場サウナの映写等も交えて盛大でした。私もお邪魔させて頂いたので閉会後を今池迄足を延ばしてスオミさんを見学させて頂きました。

会社の名称はオークランド観光開発株式会社、建物は八階層のビルで電話は七三三二六一・フロイと読むのだそうです。

屋上には枠形に看板してサウナスオミと大書され、可成り遠望でもよくわかります。

スオミとはフィン語でフィンランドのこと、スオとは沼地のことです。実に地図でも明らかのように、湖沼の数が六万にも及び国土の9%を占めていること等がこの国名の語源と思われまます。

一階受付にてデラコース二〇〇をお払いする。係の女性は笑顔と共に二タ言三言世間並みの会話をして呉れて感じがよかった。渡してくれた二枚の券の内一枚は宝くじであった。当たらら汽車に乗って又来なければならぬ義理となった。デラコースはエレベで三階。こゝに又フロントで鍵、タオル他一切の段取りは全部用が足せる。

左手ロッカ室、右手浴室の入口を入って左手前がサウナ室、出入室と本室とあり、出入室は一坪位、一ト言で云えば二重扉のサウナ室。温度変化を防ぐにはこれが一番。本室の方は細長い感じで片側一方の腰掛位置。手前半分が中温、奥半分が高温部と夫々掲示札で明示してある即ちストープが二基あり中温部の方の角形(二尺×一尺)のものは入サ者より些かの距離あり、坐席を鍵形に取った高温部の方のストープはズッと大きく丸形(二尺径)で比較的接近して定置してある。温度の違いは体感で即座にわかる。内壁三カ所の掲示を見ればその(一)従業員の接客態度のこと(二)効果的な入浴法(三)は次の

如くで我々も一考を要するもの。

法人特別会員のご案内

- ◎ 特別会員にお申込みいただくと、便利な特別入泉券をお届けします。
- ◎ この特別入泉券は、サウナの入泉とスオミの館内でご利用いただく飲食など全て、後払い方式ですから現金を持たずにお気軽にお越しください。
- ◎ 会社のご接待、社員の慰労、忘年会、新年会、歓迎会などにもご利用いただけます。
- ◎ この特別入泉券は、そのまま贈答品としてもご利用いただけます、しかも先方のご使用くださった分だけ請求させていただきますので、無駄になりません。
- ◎ 特別会員には、サウナ劇場の上映番組の他、催物などのご案内もお送りします。
- ◎ 会費・預り金など一切不要です。ご利用くださった分だけ、又入泉料は一般より割引きして請求させていただきます。
- ◎ 便利なシステムです。一度お電話ください。係が伺いご説明いたします。

中々営業上の工夫努力には頭が下がります。

さて浴室。入ってすぐが瓢箪型の槽。手前小さいのが冷水槽、大きい方がパイラバス、泡立つ槽に入って下を撫でると底がツルツル。気泡で見えないうがステンレス板に吹出し穴が無数に付いているのであろうと想像解釈する。槽の途中半分からはそれがない。つまり半分は普通浴なのである、目の前の角型温度計は四〇度を指していた。この浴室の最奥はプール。一間半四方程の硝子を蔽めた大窓八つもあるとびうお天国で下界を見下ろせる。明るい/明るい/ その水の冷度も冷水槽のより幾らかヌルイから大河童も小河童共心もそゞろ。

長さ一五米、巾四・五米、深さ一〇七cm、この広さを遊泳するうち河童も

鯨に昇格した気持ちになる事だろう。

プールの隅には噴水。水中に根を持ち赤、青、黄の蓮形の笠を冠った三本が夫々の高さから私の頭にかからかうように水をかける「お爺さんよ、若げえるかね」と。コン蓄生、これでも昔は水府流の師範だゾとやり返えす。

サウナで発汗、バイブであんま、プールで水と戯れ、云うとこなし帰ろうか？ オットどっこい出口の硝子に一枚の紙——フランスの旗みたい——上から青赤黄と三分し、青地の部分にへり取りで映画と麻雀（燈色）、囲碁と将棋（黄）、オール無料（赤）と横書三段。中央の赤地に今池サウナスオミ。下の黄地に三段に亘って書かれたコトバが傑作だ。

本格的レジャーサウナ、椅子式麻雀卓二〇台完備。ジャンボプールもあるでよ。と。マイッタ、マイッタ。

休憩室は後廻し先ずは娯楽物を拝見、とは若返り薬を吞まされた心境。

二階層ほど上って麻雀室です。おみごと、卓を囲んだ四脚はみんな椅子であるでよ。室内のトーンは黄色を主調にしている、卓数は十三と見た、が隣りの畳の部屋に十卓あるでよ、合計二十三と看板に偽りは全く御座なく候である。将棋もあります。碁もあります。何でもあります。

又一階に上って、約四十坪位長方形のお詠向きな映画館スタイルだ。中央は傾斜椅子席で約三十人は充分、両側がリクライニングのシートで二十人位、合わせて五十名前後の人々が泣き笑い出来るようになってる。兄今上映中のものは、由美かほる演ずるところの「しのぶ川」であった。私は奇麗な人や婦人は余り好きでないからその室を出て了つたが、ソレハウソ、実は宇宙船ではないがこの無重力状態——サウナを出ての無ストレスを斯う呼んで是不可いだらうか——の今では、瞼の方が暗い映画館の中で鑑賞し得る自信がなかつたからである。それだけではない。七階にあるスオミセブン——素晴らしい夜景と生バンドの音楽で人間を有頂天にさせるスオミセブンさえ素通りでレストルームへ飛込んだのである。

エレベーターを出て右が二十数角の明るいマッサージ室、中間の一番広いスペースを取ったところがレストルーム、堤防を張り巡らしたカウンターを側面に持つこの風景は、「どてに腰打ちかけて池の中へ足泳がせ、カウンタ

素通りでレストルームへ飛込んだのである。

エレベーターを出て右が二十数角の明るいマッサージ室、中間の一番広いスペースを取ったところがレストルーム、堤防を張り巡らしたカウンターを側面に持つこの風景は、「どてに腰打ちかけて池の中へ足泳がせ、カウンタ

ーに肘を凭れてお口を動かして居られるリラクサスさ。」とでも申しましようか、つまりは椅子腰掛のたぐいではなくどて。どてと云ってもこの室の隅から隅迄高低に浴つて赤長毛の絨たんの一枚敷きの継ぎ目なしだからどてに見えるのだ、決して実用一点張りの野暮ったさでは御座んせんよ。身体をゆさぶつても盤石不動、割り込んで半掛けもない、この自然さはコタエられない感じね。

休憩室の正面方向に一寸した広場。サウナ小劇場案内板が上演番組を親切に紹介してる。

オヤ、まだ隣りに広い、青田かな？野原かな？ワッノ足がもぐった——このカラクリはまづ貼り書の横書き文字で聞いて頂こう。——

サイレントルーム。その下に括弧して、静かなお部屋、その下に、静かなひと時をお越し下さい。この部屋を御利用のお客様は遊伎品、飲食物等の持込みはご遠慮下さい。下の赤地に大きく禁煙と。

どおりで静かだ、青長毛の絨たんは上下に十センチほどのクッションをする。寝ているお客の敷物を見ると七尺長さ程。その頭と足のところに三角形の勾配のついた寝具。この自然人は私の出入りに全然気付かなかつたようである。タイムのトンネルをくぐつて青田の真ん中でひばりの夢でも見てるのだろう。

私は嘗つて「サウナよ原点に還れ」と主張したことがある。しかし砂を噛むような無味乾燥は決して原点ではない。希求するオアシスを提供するもの、そのものこそがサウナの原点ではあるまいか。

おわり



事務局だより

都協会では七月二十六日に第一回の理事会を開催致します。

審議する案件は目下我々に刃を突き付けている水道料金の問題です。

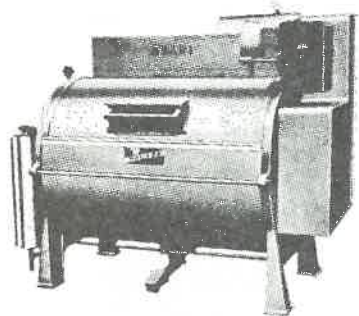
其の二は昨年挙行し、いろいろ営業上に資料を提供した業務観察会―本年は八、九月をメドに九州方面かーの具体的な決定を得るため、第三はアンケート調査の件。統計とは、最高と最低の線を把握してかゝるもの、故にこのなべ底景気の現在の資料作りか今後業界の貴重な資料として役立つ事で御座いましょう。以上が議案の骨子です。

日本サウナ協連に於ては七月十八日ニューオータニにて第一回の理事会を行いました。北は北海道から南は九州迄来路お運び下さった理事職各氏に紙上より厚く御礼申し上げます。議事の内、重要な二、三をかいつんで申せば、社団法人格取得行動が一段と活発化して来たこと。即ち資格条件具備の点で格段の進歩をしたこと。全国を十四ブロックに分け、各担任協会も大半承認決定し業界通達事項の伝達の便が計られて来た。加えて執行部の結成は各地の情報交換、仕入品の低価購入斡旋、衛生上の関心事の啓蒙、金融関係、マッサージ問題等の解決に全国業界のベテランを部員として配備され、相談窓口の出来たこと。特に従来をおざりにされていた従業員教育に対して、誇りを持って就業し得る具体策を新しく打ち出しました。(後日詳報)

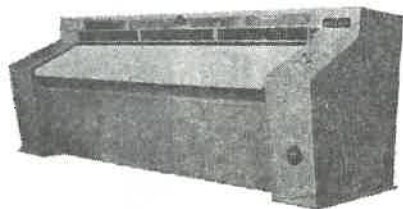
従来都の会報を全国誌に改める案は会員賛成、形式も新聞式(タブロイド版)以って津々浦々にサウナ思想の伝播を拡充する等、傑出した計画豊富につき、御期待を乞うと共に多数の参加御入会をおすゝめ致します。



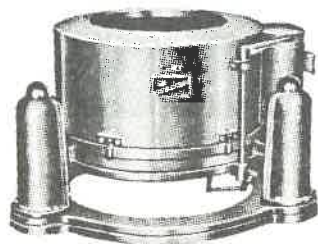
サウナ経営にクリーニング設備をお薦め致します



自動洗濯機



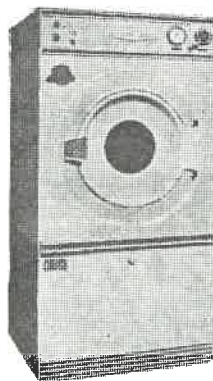
S A 500型スーパーロール機



遠心脱水機

◎当社は驚異的スーパーロール機及び乾燥機を開発以来全国サウナ、ホテル、旅館病院、クリーニング業者に納入し大好評を受けて居ります。

何卒一度ご相談下さい。



乾燥機
S
T

13K
20K
35K
50K

サンコーのクリーニング設備

各サウナに適合した機械が有ります

◎当社はサウナホテル、旅館、病院、クリーニング業者の全国60%以上の納入実績と40余年の経験を持つ三枝光雄の経営による会社で有ります。

営業品目

洗濯機・脱水機・乾燥機
浴衣シーツホーフ仕上ロール機
仕上用プレス機一式
ドライ機・ボイラー各種
製造・販売・修理・設備・一般

クリーニング機械総合メーカー

(旭秀改め)

サンコー機械株式会社

本社及 〒160 東京都中野区本町1-3-12
東京営業所 TEL 03 372-8421(代)

工場 神奈川県相模原市上矢部505

TEL 0427 (53) 1712(代)

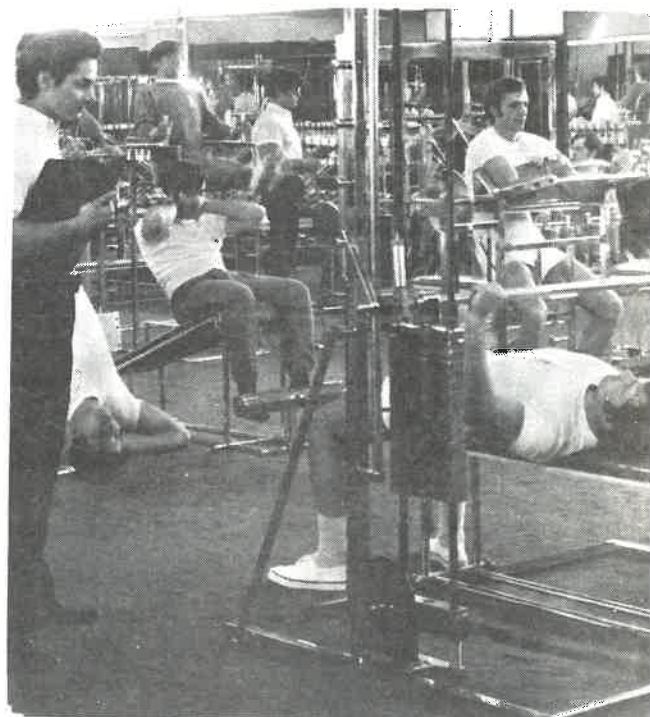
神奈川営業所 TEL 0427 (53) 1712(代)

北海道営業所 TEL 011 (822) 8556

会員制サウナ!

ポイントはトレーニング室の設置

- トレーニングルームがあれば会員制が可能。
- 特別に設備・施工は要しない。
- スペースは5坪～30坪位で十分。
- サウナ愛好者向けのソフトな運動機具を設置。
- 人手は特に必要ありません。
- 顧客の健康管理も大切なサービス。



■ 現店の平面図をご送付くださればトレーニングルームのレイアウトと運動機具の配置図と見積り申し上げます。

お問合せ (03)943-4181・4182

担当 東郷・興石

ヘルスクラブの企画・設計・経営相談

米国パラマウント社・エクササイクル社・日本総代理店

発売元



ターナス株式会社

資料請求 〒112 東京都文京区大塚3丁目8の1(ミカドビル2F)企画部



ベルトDX



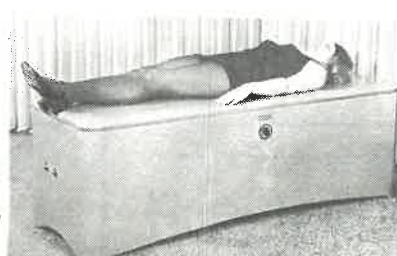
ウォーカー



ローラーDX



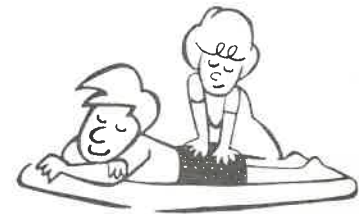
エクササイクル



スパイナレーター

まかせて安心 白興のリネンサプライ

- 完備されたサービスネットワーク
- サウナ・特殊浴場・ホテル専門!!



○ 営業品目

- タオル類
- パンツ
- ガウン
- 浴衣
- シーツ
- その他

本社 東京都荒川区荒川5の2の6

☎ 03-807-0306 (代表)

足立工場 ☎ 03-853-6082

川口工場 ☎ 0482-24-1369

渋谷工場 ☎ 03-461-5298

潮来工場 ☎ 02996-2-3496

栃木工場 ☎ 0287-32-2544



株式会社 白 興

がん保険 のおすすめ

誰もがかかりたくない！

だが、誰もが無関心ではられない。

早期発見で《がん》の悲劇から家庭を守ろう

- 1 《がん》は年歳や男女の別、職業の違いにかかわらず、突然に襲ってくる悲劇的な恐しい病気です。
- 2 でも、最近では、治療技術のめざましい進歩により、早期発見が可能となり、この時点で適切な治療をおこなえば完全治癒ができるようになりました。
ただ、現状では《がん》の入院には相当な経済的裏付けを必要とします。
- 3 入院治療費の問題だけではなく、もしも一家の働き手が《がん》に襲われたら…。それは収入の減少につながり、家庭の経済的基盤と幸福はみるみる崩壊していきます。
- 4 こうした《がん》の悲劇を克服するには、なによりも早期発見と適切な治療、そしてそのための確かな経済的保障が必要です。
- 5 万が一にも、あなたやあなたの家族が《がん》に襲われたとき、突然の大きな負担をおたすけする画期的なシステムが、この〈がん保険〉です。

もし《がん》にかかったら

★主たる被保険者(例えば一家の働き手であるご主人)には

給付内容	がん入院給付金
給付対象者	全被保険者
給付金	月額 250,000円

+

1ヵ月	がん特別給付金
	主たる被保険者
	月額 125,000円

37万5千円

主たる被保険者1口当り
お支払いいたします。

★さらに《がん》を直接の原因として死亡の場合は

全被保険者	死亡時年齢	65歳未満	65歳以上
	死亡保険金	100万円	50万円

アメリカンファミリー生命保険会社
扱代理店 株式会社 **イワヤ**
〒121 東京都足立区六月1-24-14
☎ 883-1078(代)

年一回の保険料で大きな安心を！

保険料

加入年齢(歳)	個別契約	
	年 払	
	個人	家族
21	6,100	8,100
22	6,300	8,400
23	6,500	8,700
24	6,700	9,100
25	6,900	9,400
26	7,200	9,800
27	7,400	10,100
28	7,700	10,500
29	8,000	10,900
30	8,300	11,300
31	8,600	11,700
32	9,000	12,200
33	9,300	12,600
34	9,700	13,100
35	10,100	13,600
36	10,400	14,200
37	10,900	14,700
38	11,300	15,300
39	11,800	15,900
40	12,200	16,500
41	12,700	17,200
42	13,300	17,800
43	13,800	18,600
44	14,400	19,300
45	15,000	20,000
46	15,600	20,800
47	16,200	21,600
48	16,900	22,400
49	17,600	23,200
50	18,200	24,000
51	18,900	24,900
52	19,600	25,800
53	20,400	26,600
54	21,100	27,500
55	21,900	28,400
56	22,600	29,300
57	23,300	30,200
58	24,100	31,000
59	24,800	31,900
60	25,500	32,700
61	26,100	33,500
62	26,800	34,200
63	27,400	34,900
64	27,900	35,500
65	28,400	36,000

払い込み方法は年払、半年払。
集团取扱い(20名以上)のみ月払があります。

申込書・パンフレットは、(株)イワヤ

今日1日を いい日に。

“今日”という日はたった1日。ああ、いい日を過した—
と深呼吸できるそんな日がありますように。

できなくてもいい。ヘタでもいい。

チャレンジしましょう。

今日の1歩が

いつか大きな実りにつながります。

健康だから何でもやれる！



健康づくりのおてつだい



カラ容器回収

お捨てにならないでください。
ヤクルトが回収にまいります。

☎ 本社・東京都港区東新橋1-1-19 ☎ 03(574)8960
ヤクルト

