

1975. 9. 1. No.20

# サウナ協会会報

THE SAUNA KYŌKAI KAIHŌ

00-3-51 The Coca-Cola Company © 1980  
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・コーラ株式会社)



## 《9月号目次》 No.20

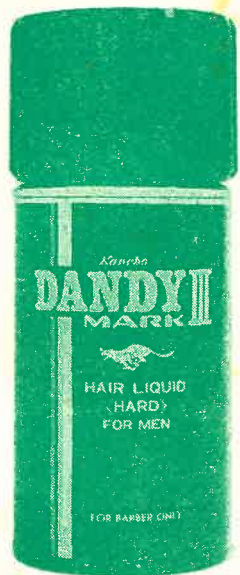
- 展望台・博愛……………1
- ヘルスクラブ（スパ）の問題点と将来……………2
- 収益増進企画……………5
- サウナ巡り・池袋温泉……………11
- 事務局だより……………14

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

# ダンディマークIII (スリー)

マークされる男のマークIII  
**DANDY**  
**MARK III**

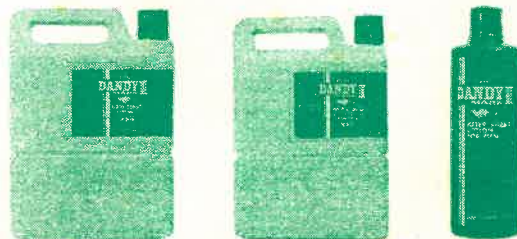


- 青いボトルに赤と銀のストライプ若さあふれる爽快な香り。
- デザインは、ダイナミックに、そして中味はあくまでもフレッシュ。
- 個性化・多様化する男性の心と行動にピッタリとフィット。
- それが ダンディマークIIIです。

☆補充グループも充実！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  
ヘアークリッド

Mサイズ { アフターシェーブローション  
ポマード&スキนคร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〉

福助石鹼(株) ☎南(211)4420  
おせ商店 ☎(372)4981

マークされる男の  
DANI  
MARK



博  
愛

ナイチンゲールや博愛と云う文字は昔の修身教育の遺物感だけで思い出として語られ、現今では別のことばでそのことが表現されているがあの当時のようにピンとこないのは、世の中が大きく変ったせいだろうか。

よく坊さんたちの使う言で「情は人の為ならず」というのがある。その説明に曰く、「廻りまわって我が身に返ってくる」と。これを聞いて若かりし時代の私はムキになったものだ。「それでは打算ではないか」と——でも今はちがう、それでもよいと思う、我々は営業者だからモト（原価）を切つてまでする必要はないし、廻りまわってくる迄にその過程で何人かの人が福祉されて（たとえ精神的にだけでも）いるのだから。と解釈している。

どうぞ営業者の皆さんモトを切らずに出来る或は特別に採算を苦しめず出来る博愛を店内の隅々に充満させて置けば廻りまわってお客の殖える事を理解し実行努力しようではありませんか。

さて、長い間お付き合ひ頂いた展望台も本号でお別れでございます。振り返り見ますといろいろな標題で書いてまいりました。

レジャーから健康産業へのイメージ替え。客のタイプと接客法。合理的節約。便乗値上げ以前の自己研究の為の設備の相互公開。事故防止について。業界の協調。カルタ四十八種の営業教訓。不況の耐乏。若い人の使い方。水道料値上げ批判。全国協会の設立。其の他等々。

敢へて潜越をも省みずにしたそれ等がお役に立てば幸甚と考え縷々申述べた心境を御理解願えれば望外の俸せで御座います。

老兵消えてなくなる訳ではなく、再び日本サウナ協会連合会発行のタブロ

ヘルスクラブ（スパ）の  
問題点と将来  
(3)

田中恒豊

適正入会金は五万円  
年会費は三〜五万円か

サウナの現況と公衆浴場の現況を表1に  
したが、これからわかるように、サウナだけ  
でも一〇〇億円の市場として存在している。

一方、公衆浴場は落ち目の産業となった。  
こうした状態になることは、誰もが予想して  
いなかった。しかし冷静に判断すれば、予見  
できたはずである。公衆浴場は政府によつて  
料金が定められており、政府からの援助がな  
ければ、いつかは廃業するところが出てくる  
のは明らかである。すでに都内では廃業が地  
域問題になっている。以前から何らかの方法  
で、浴場の庭とか一部を改造し、サウナを併  
設していれば、今日のような廃業続出のテン  
ポも遅くなつたと思われる。

サウナの一〇〇億円の市場は現実の姿とな  
り、今後も増え続けることは容易に予想される。  
だからといって安穩としていることはできな  
い。サウナ利用客はある意味では層が薄い。  
男性客が多く、それも二〇〜四〇代で、職業  
的にも幅広いとはいえない。何かが片寄って  
いると思われる。原因は施設構成にある。装  
飾、色彩、雰囲気、すべてがどここのサウナ室  
も同じである。当然客層も集中化傾向をみせ  
る。このままでは顧客の奪い合いが始まり、

同業者間に豪華な設備を迫る競争が起る。収  
容率の低下は資本力が劣る企業を否定する。  
おさまりのコースを辿らないためにも、もう  
一度、現在の客層を調査し、中、高年、女性  
をも動員する方策をたてる必要がある。

別掲表12の「サウナでの質問」でもわか  
るように、本人はどんどん通ってきてても、家  
族までは動員できない。最近、家族風呂の利  
用客が増える現象にあり、この料金も決して  
馬鹿にはできないが、それでもサウナ料金よ  
りは少し安い。つまり、サウナ市場に家族を  
動員するような企画が望まれるということだ  
ある。その役割を果たすが、ヘルスクラブ  
（スパ）である。すなわちサウナの一〇〇〇  
億円、公衆浴場の一二〇〇億のそれぞれの  
市場を基礎に、新たに社会的ニーズをもった  
運動をプラスしたコミュニティセンターとし  
てのヘルスクラブ（スパ）は有望だといえる。  
ただし大衆が支払い可能な料金設定が一番の  
キーポイントとなる。

また、余暇時間の増大を考えても、市場性、  
土壌は整っている。現在でも休日には七〇%  
以上がゴロ寝で余暇時間を過ごし、それが週休  
二日制の普及、浸透により、男性は「暇」を  
もて余し、女性は食糧事情の良化も手伝って  
太ることになる。こうした社会的、日常的  
背景からの大衆意識の変化が、必然的にヘル  
スクラブ（スパ）に足を運ばせることになる

う。

では、こうした社会的ニーズ、マス市場に対応して、ヘルスクラブ（スパ）を成巧させる具体的方策を考えてみよう。

成巧例をつくる最大のポイントは、現段階では料金体系にある。

適正料金の算定プランを紹介してみると、入会金としては大衆浴場料金の二年分（約五万円）の前納は抵抗がない額かもしれない。維持費をどうするかということについては、年間三万〜五万円（月三〇〇〇円〜四〇〇〇円）程度で毎日の大衆浴場料金の月総計額ということになるう。

健康を求め、希望するときに、無理なく抵抗感が起らないで入会できる料金設定をし、大衆を組み入れていくことが重要である。

それに加わえて、まず大衆を動員し、定着させ、そこから月日を経て、料金的にもクラス別に分けていく。そして段階的によいクラブにもっていく。この大衆動員の裏付けだが、日本人は世界に例を見ないほど風呂好きであること。江戸時代から大衆浴場があり、現在においても二万数千軒を数えるほどで、ここでは裸を通じてのコミュニティをつくり、世間の情報伝達場としている。

と同時に、前述したように、一〇年前にサウナが出現し、大衆浴場の一〇倍の料金をとって一〇年間に五〇〇〇軒を数える急成長を遂げた社会背景を熟慮すべきである。

サウナに運動器具、運動施設を置けば、一〇〇〇軒や二〇〇〇軒のヘルスクラブ（スパ）が存在、成立することは容易に考えられる。しかも、今後サウナの伸び、動員増は強化する。その対案としても成り立とう。

このサウナが健康によいこと、社会的、大衆の意識を利用することによってヘルスクラブ（スパ）の出現、隆盛、大衆化の下地はで

きていることはわらう。

それに加えて、ヘルスクラブ（スパ）が入会金、維持費を徴収することによって、その会員となれば、他人と違う優越感を抱く。他人への優越感意識は日本人の特性でもあり、利用できよう。

ただし、ただ空間が大きければよいというものではない。私見を述べれば、日本でのヘルスクラブ（スパ）の適正面積は、坪効率から考えて、一〇〇〇平方メートル（三〇〇坪）で、最少面積は、男性だけは二六〇平方メートル（八〇坪）、女性だけは一九八平方メートル（六〇坪）からである。男女の場合は小プールを除いて、四九五〜八二五平方メートル（一五〇〜二五〇坪）までである。

しかし、後述の立地条件や所得水準（利用者）などの市場調査を綿密、十分に行なわなければならないことはいまでもない。

一方、ヘルスクラブはアメリカで栄え、日本には歴史がないということも一理である。土地の価格、食糧事情、社会に対する闘いの意識、置かれている人間関係の状況、肉体的要素、生活様式の相違などから、日本とアメリカでは違うが、日本でも次第に生活様式、個人の意識、社会的関係においてもアメリカナイズされ、大きく変化するものと思われる。とくに戦後世代が社会的位置を占めていくと、それは如実に変化しよう。そして資本主義が続く限りにおいては、個人の肉体的強健度が求められることは明らかである。

以上のような将来的背景に立脚した日本のヘルスクラブ（スパ）のあり方、内容も同時に考えなければならない。

### 絶対無視できない

#### 市場調査と地域特性

具体的には七四年から三年先ぐらまでは、サウナバスに天井の低い運動器具がある程度の設備内容で運動を通じての憩いの場が求められ、七七年頃からは次第に顧客の身体に効果を得られる施設が要求され、八〇年頃には大きな空間、自由自在に跳んだり、はねたりするものが要求されてくるだろう。こうした現状と将来を踏まえていくことが重要なポイントとなる。

そして、ヘルスクラブ(スパ)はコミュニティの場として、大衆が求めていくわけでもあるから、社交クラブの性格を持ち合わせ、憩いの場所(リラククスできるムード)として作り出すことも肝要である。未知の人と話すことを求め、それができる喜びを満たせうる空間設定である。

また、ヘルスクラブ(スパ)は単体事業としても前述のように成功できるであろうが、併設し、相乗効果をねらう場合には、ショッピングセンター施設内、ホテル内、ビル街、医院、完全な郊外などが、適切と思われる。その理由は、ショッピングセンターは、目に見えない道がそこにはできており、気安く、自分のものとして、手近なところにあるという意識が生れ、大衆的なものとなる。ホテルは、自分の身体をあずけているというイメージと信用度、ビル街は一度家に帰ると出にくくなるが、退社後気軽に入れ、医院は「健康」のイメージに直結している。郊外は毎日の生活のテンポから完全に離れ、緑ときれいな空気にひたれる、ということになるうか。

また、所得面からみても、男性ならば月給八万円以上、女性なら五・五万円以上ならば来れるはずで、市場性は高い。ヘルスクラブ(スパ)は、大衆の中から育てていくものであり、地域住民の奉仕とか、福祉産業のタテマエとホソネを混同し、中途半端に扱うべき

ではない。あくまでも営利追求に徹すべきである。大衆にお世辞をつかわず、何を望んでいるかを敏感にキャッチすることが必要で、体育施設でないから、器具の選定がポイントとなる。

企業間においても、大企業には運動施設(健康増進のための)を保有しているところもあるが、中・小企業ではそれは不可能である。したがって、社員のための健康な身体づくりに投資しようとするオーナーもいよう。

会員数だが、ヘルスクラブ(スパ)の施設の会員数はオープン一年前からオープンまでに五〇〇名、オープン後から一年後五〇〇名、計一〇〇〇名集めればやっていけるはずである。しかし、オープン後に年々メンバー増が見込めない施設は失敗と判断し、その際は応急措置をとる勇断が必要である。

最後に、まとめることになるが、これからのヘルスクラブの経営は、施設の地域性(土地柄、住民の所得状況、土地の人の特徴、性格、立地条件)を十分調査し、その投資が見合うかどうかあらゆる面からの研究調査が重要である。健康を求めない人間はいない。それにヘルスクラブ(スパ)は最も適正な施設である。ただ、今までのそれは、大衆の「反発」をかう存在であったし、方向性、基本的コンセプトも間違っているにすぎなかっただけである。

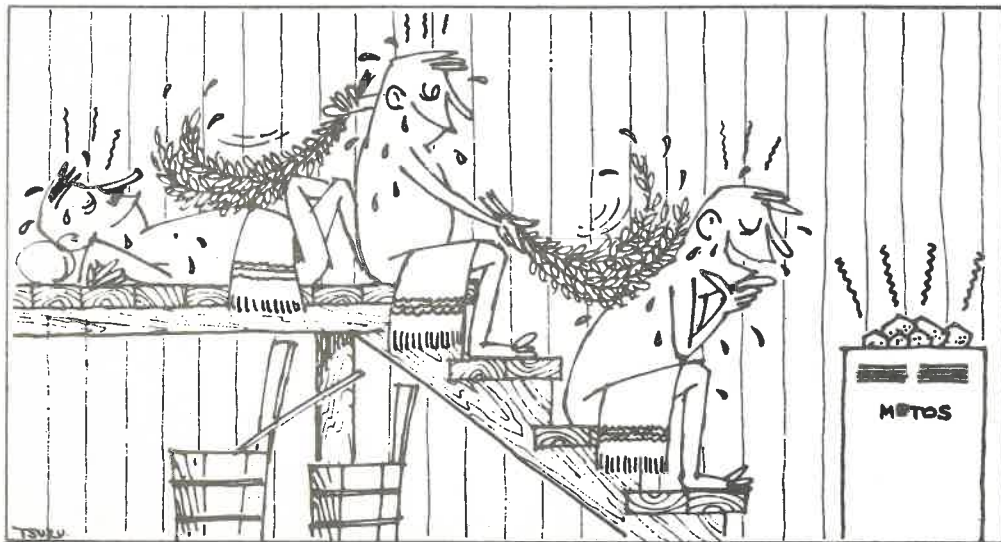
将来性、市場性も高い産業だけに、十分な配慮と、腰をすえた経営を行なう限り大きな展開が予想されることは十分わかっていただけたと思う。成功するには、どのようなビジネスでも同じだが、地域性をよく研究し、その特異性をいかしながら面積を定め、ランニング・コストを設定し、器具、施設の利用率を極限までに高めることである。

(この文はジャパンターナーズ社のご好意で掲載のものです。)

# サウナ+アスレティッククラブ 《成功への鍵》

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。



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〉

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。

## 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

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)

# 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)





看板、ネオン、あんどん、ウインドポスター、チラシ、ダイレクトメール、パンフレット、新聞等々。見渡して見ていづれもお金がかかるものばかり、然らば薄利多売の商業の常道に還って多販をすべきが現実を直視した行き方でありましょう。

そこでいろいろと着手する。例えば回数券、割引券、定期券。フロントからの通路の各所には販売品の案内、ロッカーの扉にはクリーニングの定価表、着衣の時に目の触れる位置には肌着、クツ下、Yシャツ等を置いてそこで買い易いように仕向ける。サウナ室に入ればマッサージの追加変更が出来ますとか、目を集中させるために映画の案内書が貼つてある。レストルーム勿論実物以上大のカラー写真入りのアイスクリーム、やきそば(スナックも同じ)。今人気のあるのは値段も安いので炉端やき。四百人お客が入って一人が平均千円位落として行く——サウナろばたを作るには四百五、六十万は要した。——待合ロビーではタクシーの幹施等々販売促進はまだまだ広範囲です。この回数券の発行は関西地区では最低二割引でやっています。落とす人もあれば紛失する者、タンスにしまい忘れる人もあり皆々使う訳でもなし、それ故四五%も割引している所もあるくらいです。物も考えようだが回収率は六〇か七〇%です。多数の客が入ればビールやおつまみも出る。忘年会、新年会注文の附加価値等総合的に利を見る事も大切なこと。(この場合サウナ料金は五〇%位に見、最低料金が二五〇〇円から三〇〇〇円)その他セット券、システム券等を発行、それに見合った設備や機能(宴会コース、歓迎会コース、ミートングルーム提供会議コース)をするお店がたくさんあります。会員券、定期券。これが現在一二〇〇円から一五〇〇円、三ヶ月三万円が何処でも採っている形ち。贈答券、金券これの百円券をバックにして一冊綴り五千円セット、一万円セットという。

個定客を繋ぎとめる目的で月千円レンタルでミニロッカーを。これは誰もそうであるように自分勝手な化粧品、独占の筒、タオル、パンツを格納できる。

各クレジット制、今は景品付きが流行っている。入泉料の一〇%が適当として手軽なところ宝くじを渡しているお店が多い(空くじなしのスピードく

じ、三角くじ)。

ブティックスーベニアの販売方法。ネクタイ、肌着等。これも直でやると四〇%位の利益、委託でも二割ある。壁スペース、カウンタースペース全て解放して物品販売をし月間百五十万の売上げをしたお店もあります。

サービスマンで十六ミリ、三十六ミリ使用の映画鑑賞している所が名古屋で六館あります。興行場適用、映写室設置等一応五、六十万は費されます。だが、これでお客が殖えたことはありません。麻雀無料開設は当地で十二、三軒程。台数は最高の所で二十三卓あり何時見ても満卓です。

朝飯、ランチとかを無償提供している所もあります。駐車場(大阪、名古屋を含めて)大体三時間、飲食した人には四時間迄が無料です。サウナ文庫(後から伝票を貰って)、ドリンクサービス、フルーツサービス、ゆで卵サービスいろいろあり、背中流しサービスを必須条件に名を売っているお店もあります。

二十四時間営業で朝迄居る客が全体の三割ある。寒くなる——毛布借します——これが有料無料半々ですが、保健所によって違反とされる地区では有料でやっているようです。

夕刊サービス、宝くじサービス、競輪のお土産サービス、割引券サービス。大阪方面に多いのはゲームコーナー、テニス、バトミントン。名古屋には九ホールのゴルフ設備を有つ所もあります。若人向のジュークボックス、マイクロバスの送迎、ウイスキーの原価販売、まだまだ沢山あります。但し、多くの如く多様化して営業するのは、三百坪以上の営業店です。

人件費の節約。これは六ケしい。大体一般的に考えて一人四〇万、十五人で六〇〇、二十人で八〇〇万円位のところが多いのではないですか。岐阜では人減らしの方法の一つとして駐車場の無人管理をやっている所があります。受附で伝票を出して車に貼って全然人がいない、補助はインターホンでやる。フロントリストですがこれが種類が多く(〇〇券、××割引券、その他)店によって六、七十種から大阪で九十種などという所もあります。

私共ではシャープ電機の会社で作ったS・M精算機で翌朝には美事に精算されて居りますが、性能は新幹線の切符機械のような精度を持ち、価格も安

くはありません。

履物も預る店と預らぬ所があり今では八割方が預らないようです。客自身下足箱に入れその鍵番号がロッカー及び以後に通じ貴重品はコインロッカーで。というわけ。

スナックも合理化、冷凍品、第一加工品等手のかゝらない物を使用省力する。煙草も消費量を抑へるため「喫煙は喫煙室へ」。

総括して云へば、従来はお客様本位であったものが、経営本位へ移行して行きつゝある苦肉の策であるようです。

然し、人間の知恵はこゝで止りではありません、お客本位で、しかも採算も十二分に採れる楽しいサウナを再現させる企画に勝れた才能をお持ちの方、商売熱心な方等々賢明な皆様方の相互協力こそが、そうした繁栄の時代を招き寄せ美事な花を咲かせる事で御座いましょう。永々御静聴有難う御座いました。

お 願 い

先般御依頼したアンケートを末だお送りのない方が可成りあります。

今からでも結構ですから、どうぞお送り下さい。

ご存知の如く数多い程、正確の度が得られますから是非御協力下さるようお願い致します。

# 浴室はきれいですか。

天井・壁・浴槽等は  
とに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。

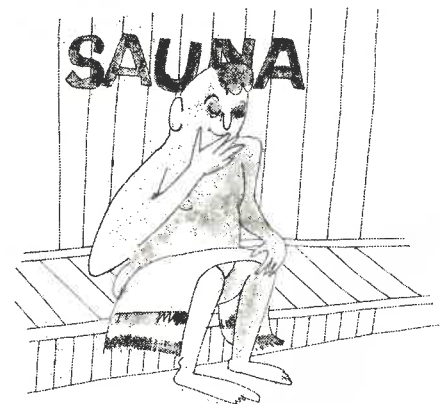
今までに実績のある化学洗淨剤にて  
満足して頂ける結果が出る事と思います。

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    AK-1    5ℓ    ¥5,000

水垢除去用    4-C    5ℓ    ¥6,500  
                  タイルクリーン



## ◆ 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)

# 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。



ベルトDX



ウォーカー



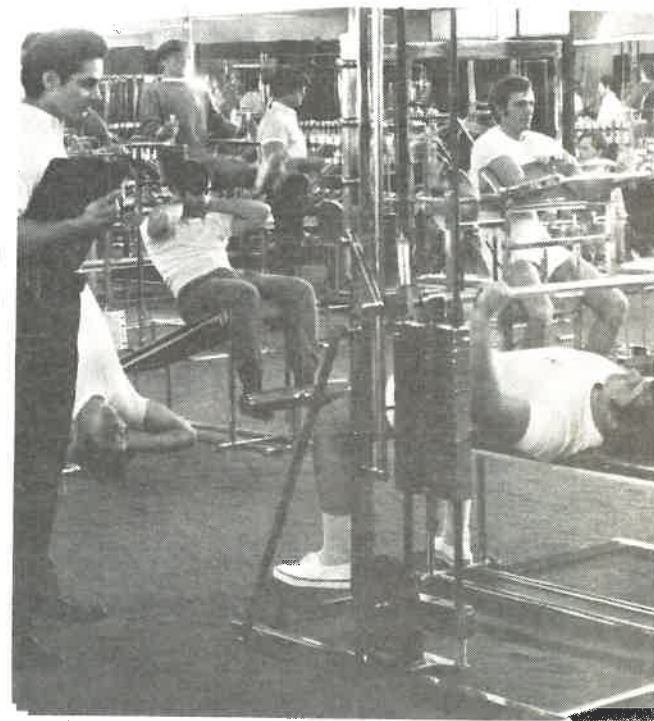
ローラーDX



エクササイクル



スパイナレーター



■ 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・輿石

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

**ターナース株式会社**

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

東京都サウナ協会 殿

昭和50年9月 日

社名 住所

標題の視察会に 名参加申込みます。

営業態視察会参加申込書

キ  
リ  
ト  
リ  
線

年に一度の大視察です  
奮って参加致しましょう!!

九州方面 サウナ業界

# 営業態視察会

(二泊三日)

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

日 時	昭和50年10月17, 18, 19日(金, 土, 日)
コ ー ス	東 京 10:00発 (ひかり5号)
	小 倉 16:22着 (小倉泊り)
	小 倉 発 10:24 博多着10:56
	博 多 発 18:45 熊本着20:35 (熊本泊り)
	熊本空港 18:55発(全日空) 羽田着20:30
	(見学先は次頁に詳細してあります。)

会 費 ￥50,000  
 ※ 帰京後、頭数割精算します。

申込〆切 9月30日迄にお申込を願います。



# 主 な 見 学 先

小倉にて (17日)	昭和産業	サウナ富士(男、女、レジャー型サウナ)
	正交観光	サウナプラザ駅前店(男性レジャーサウナ)
	"	" 鍛冶町店( " )
博多にて (18日)	七洋物産	博多サウナプラザ( " )
	大和観光	サウナ日本( " )
	西鉄興産	サウナクル( " )
		サウナ福岡(治療院型、男女サウナ)
熊本にて (19日)		グランド・サウナ(超豪華サウナ)
		サウナ・ニコニコ
		産交サウナ(バスセンター地下)
		J A H O
		熊本城、水前寺公園

宿 泊	小倉(17日)	熊本(18日)
のり物	往路 - 新幹線	復路 - 全日空ジェット更





徳利の中へ吸い込まれるように、人口のネオンの光や華やいだ雰囲気には抗う切れず建物の中へ呑まれた。憩いの気が風に漂って流れて来るからである。暑いにつけ、寒いにつけ人間とは老若問わず、本能的にそれを求めているものなのだ。そして批評や言い訳はあとからまことしやかにコジ付けて随いてめく——しかも勝手な理屈まで添えて

右側の平面ショーケースは——在中の和風料理は色とりどりに粧ひを擬してウイंकしている。

昇降口に張ってある案内。

四階	超音波発泡風呂 大浴場喫茶
三階	間場店 広会場 大宴会 舞台付 大食小御堂 やきとり・おでんコーナー
二階	場場 宴会 宴会 小御宴 大展示会
一階	処酒盃金、きや鳥 トレート 麻雀クラブ；美容相談室

これを見るとフラフラとエレベーターに乗ってしまうのは人情だろう。これが当温泉の周囲○カイリの領海から、仕組まれた引力のように誰もが何も考へずに来てしまう一コースであろう。

足の止ったこゝ四階のサウナフロントで六五〇払う、低価格制である。その為か大ぜいお客さんが入っていた。ロッカー(十円コイン)の前にも何人も。目の前が浴場、そして場内の右手前方がサウナ室。だが残念！一杯の満員ではいれず、仕方なく扉窓から覗く。広さは約二〇平米、室内の構えをよそのに比べて感じたのは周囲、ストープ周り、座席何れも手のかかった拵

えであった。まだ浴場の方で体を洗っている人も相当居るし、私の浅見でもサウナ室はこの倍か、或いは今一つこれと同じものを作った方が経営側、お客の両方面に対し適当なバランスをよくするであろうと思えた。

フト、サウナ室の前の浴槽を見る と、アッ黒い温だッ!

恐るおそる読む効能書の内容は、これは鉱泉なのである。北海道の塩川、山形の肘折、千葉の養老、長野の鶴川温泉のものと同じ性質のもので地下一三〇〇米より噴出するもので人体に諸効果を与える弱アルカリ性のもので浴後皮膚がツルツルとキメ細かになる、と。

体験にしかず先づは入身、温度は少々熱いが非常に具合がいゝ。出るのがイヤになったが先ず表皮の効果如何ンとばかり飛び出して普通浴へ——と、オヤオヤ四つも五つも槽があるが、これは超音波、これは発泡風呂、冷浴と書いてあるし、一番広いこれこれ——。なる程ツベツベ、残念ながらこれは男浴。女性達には是非推奨したいもの。こゝ一寸紙面をかりてご存知ない女性に一言すれば、牛乳風呂はその分子が毛孔を塞いで逆効果、却ってミルクシイ（見苦しい）。お肌のためならこれに限ります。

さて入浴了へて、のどへもサービス、休憩室へ行くのに探せど見えぬ P a n t s 殿。聞くは恥とは知りながら老人の厚顔、敢へて。だがそれは当温泉では出してない事を知って着衣を調べて休憩室へ、安楽休養をとり。ストローを口につらつら思うらく（着衣を正装したからにや）

ビールも飲める、三階舞台付大広間で団十郎にもなれる自由を獲得したのだ。お客もこれでよいのだ。

業者も多角経営的に償却力の評価をなし得、投資も出来。

世間様へは（設備投資の増大で）景気回復のお伝いも叶うし。

お役所も歳入——イカンイカンどうも飛躍しすぎて

このたび毎号とちがって、全貌を書かず当温泉の特長だけを並べる意図に致しておきます。

\*

\*

\*

二、三日前のこと、埼玉県まで出掛けてある和風サウナを拝見して来まし

た。特長を出そうとなさる商売熱心な経営者の気持は休憩室の窓障子、床の間及飾り付等のしつらえによく出て居りましたが、リラックスさせるためか出来れば座蒲団、肘掛けと迄したかったが——との配慮に悩まれた経営者の御苦心があつたようにお見受けしてきました。従業員七人、二部交代で御立派な健康サウナでした。

これは別ですが、都内城北にその浴室のムードが浜町公園を思わせるサウナあり。夕闇のベンチの傍らに青白い光を投げ掛ける角の互斯燈。任意変型の浴槽の間を縫うようにくねって流れる小川（ポンプで水を押ししている）、これで新内流しを添えれば明治一代女だ。

各々、夫々が工夫されているご苦心には頭が下がります。但し珍しきは当分のこと。人間は慣れに冷淡なもの、それ故にこそ永遠の特長を生かす工夫が永き貴店の生命であろうと信ずる筆者の気持が斯くは長冗舌を費したる点御賢察の上、今後共自信を有つ営業をされ、御繁盛する事を希求する者で御座います。

最後に愚生の心の隅に一つの銘として、何事も「墮したる時は原点に還れ」というのが刻まれて居ります。何かの折にお役に立てばとご饒別致します。永々有難うございました。

終  
り



## 事務局だより

○八月二十一日、水道料金の大巾値上げに対し、反対陳情を行いました。都知事、三副知事、水道局長、同局総務、営業の二部長、伝生局長、同局環境伝生部長、の九カ部を訪れ夫々時間をかけ説明、陳情をして参りました。一行者は、小林（国際）、北（後樂園）、小室（恵通）、鈴木（帝都）、加藤（マタイ）の役員各氏と小生の六名でした。回答を期待致します。

○九州方面に於ても、九〇%の水道料金の値上げが決定、業者間にて頭痛の種となつて居るようです。来月視察会にて現地の模様を審さにかゝつて見ましよう。

○本月号を以ちまして、長い間御精読を頂いた都協会発行の「サウナ協会会報」を終刊と致します。代つて登場の日サ協連の全国紙「サウナ会報」にては、時局に鑑み営業上不可欠の節水の全てに亘り、例へば節約の方法、器具、意外なところにある盲点、思わぬ配慮、節水法体験談等水に関する改良知識関係記事に相当力を入れて報導する企画を持って居ます。号を重ねるにつけ編集も上手になると思われますから、旧に倍して御愛読下さるようお願い致します。

最後に皆様の御健勝を祈り上げまして、事務局よりのごあいさつと致します。

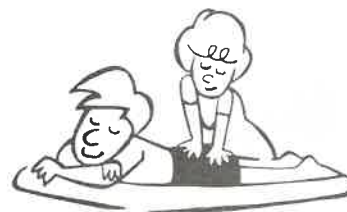
東京都サウナ協会

事務局 一同

昭和五十年九月 日

# 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

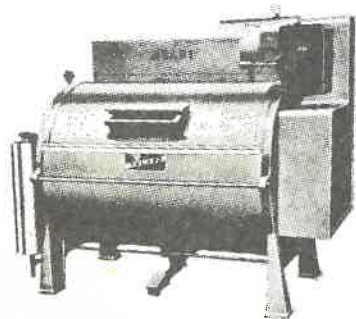
潮来工場 ☎ 02996-2-3496

栃木工場 ☎ 0287-32-2544

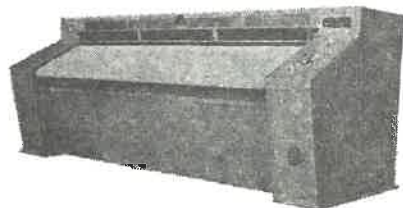


株式会社 白興

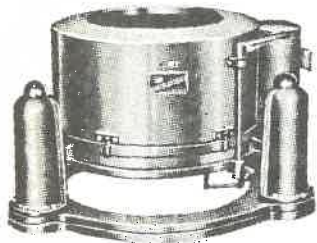
# サウナ経営にクリーニング設備をお薦め致します



自動洗濯機



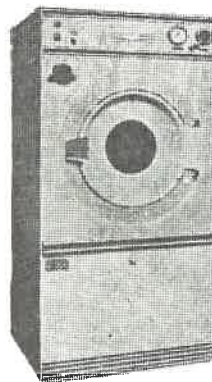
S A 500型スーパーロール機



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

# 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でありますように。

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 〒105-0003 (574) 8960

