

発行所 日本サウナ協会
 東京都中央区銀座6-13-16
 東京温泉株式会社内
 TEL 東京03 (541) 3021

編集発行人 山田秀男
発行支局 各県協会広報部

日本サウナ協会機関紙

昭和五三年度 第一回全国理事会 開催さる

昭和五四年一月八日(月)午後二時より、大阪のニュー・ジャパン観光(株)の八階会議室において、昭和五三年度第二回目の全国理事会が開催されました。

全国より一六名の理事が参会し、活発な討議が行なわれ、それぞれ次のとおり重要な決議がなされました。

一、各地域協会の会費負担について。

日本サウナ協会をより以上に発展させるための資金づくりは、単に会費を値上げすることによってのみ解決できる問題ではなく、協会のすべての事業からこれを捻出すべきである。

決議された事項は次のとおりである。

①会費の値上げ

- 東京都・関西・愛知県の三協会はそれぞれ現在の三倍とする。
- 九州協会は現在の二倍とする。
- その他の協会および個人会員は現状据置とする。
- ②現在各地域協会でも負担している月刊サウナの講読料を月二〇〇円とし、従来どおりの部数消化に協力する。日本サウナ協会としては、その

講読料は一般会計に繰り入れること。従って月刊サウナは主として広告料収入によって賄うものとする。

広告主の紹介あっせんについては、各地域協会が積極的に協力してゆくものとする。

③サウナ・トレーナー講習会の実施その他全国統一事業を積極的にに行なう。経費の捻出をはかる。

関西協会が目下立案中のサウナ祭りなど格好のアイデアであろう。

二、サウナ・トレーナー講習会の受講料について

新春早々から、九州・山口県・愛知県・三重県の各協会がそれぞれ講習会の具体案を計画中であり、東京都でも二回目・三回目が計画されているなど、サウナ従業員のあらゆる面でのレベルアップも漸く全国にゆきわたりつつある模様である。

その受講料は、日本サウナ協会に納付すべき金額については、必要最低金額による議長提案が全員一致の賛成を得て決定された。

受講者の負担する受講料の額は、地域協会の定める金額を加えて、それぞれ決定される。

三、月刊サウナについて

月刊サウナの内容をよりよくするために、日本サウナ協会としても体制づくりに努力するとともに、各地域協会も記事を積極的に提供することを申し合わせた。

その他各地域の年末年始の業況等報告があつて、五時すぎ理事会は無事終了しました。

人時往来

かねてから日本サウナ協会の理事として、また地元協会の中心人物として活躍されましたので、お知らせ致します。

- 一〇月三十一日付退社 小柴産業株式会社

取締役 上田貢造氏

(三重県協会)

- 一月三〇日付退社 国際企業株式会社

営業部長 中井善幸氏

(神奈川県協会)

国際サウナ会議に参加して

国際サウナ会議における戸村代表の演説内容は次のとおりでした。

『万場にお集りの、世界サウナ界を代表する諸先生方の前で、日本のサウナ業界を代表いたしましたこと、お話を申しあげる機会を得ましたことは、わたくしの最も光栄とするところであります。』

日本におけるサウナという呼び名の歴史は浅く近々三十年に過ぎません。フィンランドのように、サウナが二千年の歴史をもち、今では四八〇万の人口に対して一〇〇万に近いサウナがあるといわれるような、お国からみれば、その発達は誠に遅々としたものでありましょう。

しかし、元来日本人はその生活風習のなかに入浴というものが融け込んでおり、サウナという新しい入浴様式も容易に受け入れられた訳であります。と申しますのは、日本で最初の風呂が蒸気風呂といわれる石室式の風呂であったからであります。そこで、石がさめれば消えてしまう蒸気を一定に保つ工夫が加えられて、かまど形

式となり、現在でも、その跡が残る瀬戸内の石風呂、京都八瀬の かまど風呂などとなったもので、これらはいずれも病気の治療や病後の疲労回復に用いられておりました。

一九四九年に私共が、あのいまわしい戦争のショックから日本人を立ち上らせ、明るい平和日本をつくるために、まず精神を安定させ、疲労を回復し、健康を増進することを目的に大衆サウナをはじめました。当時このようなサウナは東京に「東京温泉」があったただけであり、一日の利用客も一五〇〇人から二〇〇〇人、多い日には四〇〇〇人も人が利用したものであります。

これが飛躍的に増加した最初は、東京温泉の許斐社長が、射撃の選手としてメルボルン・オリンピックに参加したとき、その選手村にサウナの設備があり、その効用を体得してこれを日本に持ち帰ったものであります。それが一段と飛躍致しましたのは、一九六四年の東京オリンピックのときで、

日本の選手も漸くサウナに目をつけてその活用を考え、また事業界でもサウナが国民の体位向上と健康増進に有効と考えるようになって参りました。その後、日本の高度成長の波にのり、サウナもまた儲かる事業として、特別に設備をしてこれを営業に利用したものが増加してきた訳であります。そして、現在では金儲け主義のものから、健康産業的なものとなり、また美容的なものもでき、新設されるホテルにはほとんどサウナの設備がされるというまでになったのであります。

現在、日本全国でのサウナ業者の数は約五二〇〇、これは東京オリンピック当時の数の二〇倍という急成長でありその利用者の数も年間延べ一億五〇〇〇万人を超すに至り、健康産業の大きなパイオニアとして日々発展の経過をたどっている次第であります。とくに日本のサウナの特徴と致しましては、マッサージを切り離すことができませんが、本来マッサージはサウナそれ自体とは全く関係のないものであり、従って、サウナの発達にマッサージが不可欠のものとはいえませんが、今サ

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!!

—リース品目—

- タオル類
- 浴衣
- パンツ
- シーツ
- ガウン
- その他

本社 東京都荒川区荒川5の2の6
☎ 30-807-0306 (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

ウナからマツサージをなくしてしましますと、現在のサウナ利用者は激減すると申しても過言ではないと思います。

そこで、若年齢層から高年齢層に至るまで、幅広くサウナを愛用させるために、むしろサウナを上手に利用させることを考え、一人一人に適した利用の方法をアドバイスすることにより利用効果をあげてゆくことが大切ではないかと考えております。その意味で、ご婦人方の美容効果追求ということ、今後サウナ人口の底辺拡張に大きなポイントになるものと思われまます。

トレーニングセンターを併設して、休養と運動とのバランスを教え、またファミリー・サウナとして大人にも子供にも楽しめるレジ



講演中の戸村氏

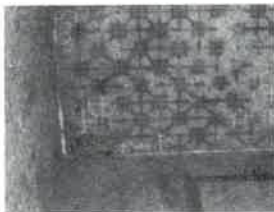
ヤーセンターを併設するなどサウナ大衆化の努力は目覚ましいものがありますが、これらは、いづれも健康な人を対象としたものであります。

一方病人ではないが、完全に健康でもない、いわば半健康人とも申しますか、身体になんらかの疾患を持った人に対しても、医療の進歩に助けられて、医療効果を促進するためのサウナ利用ということも、急速に見直されてまいり、今後の新しい発展分野であるかと思ひます。

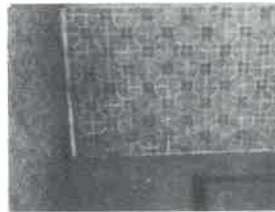
以上、日本におけるサウナの状況につきまして申し述べてまいりましたが、いづれに致しまして日本におけるサウナは急速に発展致しましたもので、その歴史はまったく浅いものであります。

今後の発展は、ヨーロッパとくにフィンランド・西ドイツのサウナの歴史と現況から、その長所をとり入れて、おおいに参考にさせていただき、サウナの本質を見失うことのないよう、正しい知識をもって健康サウナの発展に努力致してまいりたいと考えております。長時間のご静聴、誠に有難うございました。

こんな汚れに困っていらっしやいませんか？



—施工前—



—施工後—

御一報次第見積参上

TEL (317)-1741(代)

サウナ・浴室・厨房・その他
屋内総合美装のエキスパート

協同組合
東京美装センター

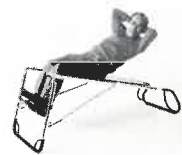
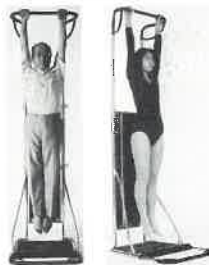
五つの機能をもったトータルトレーニングシステムTTSサンパワー

ワンタッチで腹筋台になり、素足で芝生の上を走ったり、青竹踏みも可能！

お風呂上がりに20秒脊椎を伸ばし、毎日の健康管理に最も効果的、画期的な脊椎矯正健康器です。

“きょうもいっぱつサンパワー。”

お客様のサービスに
今話題のぶらさがり健康法
TTSサンパワー



現金価格
¥39,800

*類似品一粗悪品にご注意下さい。

日本サウナ協会指定

株式会社 **弘和**

東京都中央区日本橋茅場町2-5 TEL(03)667-2511(代)

サウナ東・西・南・北

サウナ・サニー (東京・西新宿)

青梅街道の新宿への付
け根なぞと書くより、ノ
ッポビルの真下といっ
たほうがピンとくる西新
宿七丁目。そのカド店
サウナバスサニー。

往時ボウリング場数で
は本場の米国をしのいで
世界一だったミナミポー
ル、社名はミナミ開発(株)
の経営である。

入浴客の数はここ数年
大同小異だが、売上げは
漸次上昇している。とい
うのは入浴客の内60〜70
%がマッサージをするか
らである。たとえ客数は減つても
売上げのアップする秘訣はそこに
ある。

ローマは一日にして成らず、経
営原数をここまでもつてきた支配
人原昭氏の苦心談をうかがいに参
上した。

ここは街道口、朝夕の行人の
足は多い。新宿で最初にサウナを
開いた店。と条件はよさそうだが、
実は正反対。遊客は歌舞伎町にと



られ、高級好みはノッポビル内
にあるアスレサウナなどと引く手
あまたにもってゆかれる。

わたくしの入社は昭和四四年だ
が、以来、何をもって客数の確保、
増加を図るか、で幾日ねむれぬ夜
を過ごしたか。そして得た結
論は「絶対的な固定客をつかむこ
とだ」であった。

それからの努力は全く工夫、実
行の連続であった。

まず最初に骨の折れたのはマッ
サージ技術の優秀者を集めること、
もとより技能に対する給料の折合



人工温泉製造機
MF100-2N

〈経費節約シリーズ第二弾〉 浴場業界の大革命!! 浴用水循環再性が実現!!

- 浴槽の水道代はほぼゼロ。大節約。
- 温泉効能を宣伝でき、客足が多くなる。
- 年間を通じて同じ湯を使用できるので掃除がラク。

株式会社 **ジカリン** ☎(03) 649-2064
新水システム事業部 東京都江東区南砂1-12-24
麦飯石で温泉、岩清水の
スティヤングサウナを創る



◇ 定価30,000円 ◇ 1年保証
◇ 指針式12分計 ◇ 交流電源

長寿命『サウナ・タイマー8型』誕生!

弊社が開発した特殊耐熱モーターを使用。
在来品の寿命をはるかに凌駕する長寿命タイマーです。

- 室温130℃で長期使用に耐え、取りつけも簡単
- 部分はすべて耐熱材を使用、過電流防止装置付
- スマートなデザインはサウナの醍醐味を倍増

(株) 湘洋理研

藤沢市下土棚1672 〒252
☎0466-43-1924

い、ウデのよしあしなどなど。この点は皆さんもご存知の苦心です。対外的には、当店は特に優秀な技術を提供しているという店頭貼出し、口込みなどにとつめながら、対内的には四〇分、六〇分、指名の三制度を設け、当初は不器用な従業員を鞭達しながら時間いっぱいこの技術を敢行させた。この監督をするためしばらくの期間、他の用件を犠牲にして自店の風格、基準の保持確立の目的に向ってかなりの努力を費しました。

そして半年弱ほどでお客様に反応が見え始めた頃、カードを作った。毎回裏面に押印をする、それに基づき七回に一回は招待し、子供な



ぞは無料入浴などを行なった。

それからまた、期間を経過した。

——カードによる愛用者の固定をまってマツサージ会を作った。これは会費をとらない。一年に一回抽せんを行ない、一〇名から二〇名を旅行に招待する。もちろん、無料である。費用は会社もちです。この会は大そう評判がよく、もう四、五年も継続している。

さて以上述べるとイト簡単であるが、最初の収支上の赤字期間は上司に対し辛かった。しかし一年余りで成果が見え出し、今ではお客様とも懇意となり、イヤ、中にはわがままな人もいて「背中を流してくれ」などという出す人もいて



嬉しい労力を提供することもあります。

なお、参考までに付け加えますが、当店は二、三年前、失火で全焼いたしました。が再建直ちに以前のお客様のほとんど全部が戻ってくださり、再び客を呼ぶ苦勞はありませんでした。

今では従業員の手前ソップを向いた振りをしていますが、腹の中ではマ師の施術時間はチャンスと計っております。

まあ従業員は叱って使うよりおだてて使えですね。

水道法簡易専用水道規定 6月23日から全面施工さる！

- ▶ 貯水槽の清掃義務(省・政令)
- ▶ 水の保守管理総合プランナー
- ▶ 実績と信用、機械技術業界第一の当社へ

厚生大臣指定(環第579号)
貯水槽総合衛生管理
給排水維持管理専門会社

 **日栄実業株式会社**

東京都台東区東上野 6丁目16番9号
郵便番号110 TEL (844)3579番(代表)

お客様の心をつかむ (2)

前号で顔のタイプと接客について述べましたところ、大変ご好評をいただきましたので、今回は、手の大きさや指の長さや性格について述べていきます。

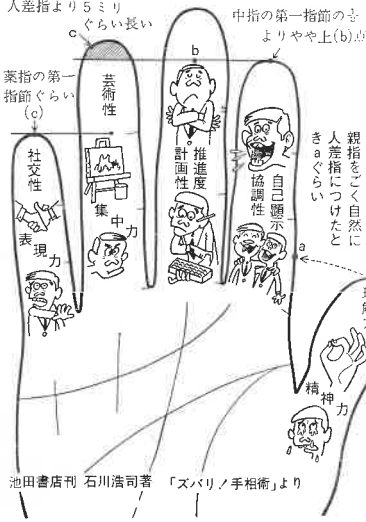
■手の大小と性格

手の大小は、手の長さや身長との関係によってきめます。

標準的な手の大きさは、身長との約5%です。

■大きな手の人は慎重で思慮深く、忍耐強い性格です。また理論家で内向的な人が多いようです。

大きな手の人は概して計理、技



術、研究面といった根気のある仕事の人に多く、顔のタイプはS型(前号参照)が多いようです。

●小さな手の人は行動力があり積極的です。また体裁よりも実利とといった考え方が強いようです。

したがって小さな手の人は、自営業とか営業関係の職業に多く、見られます。顔のタイプでいいますと(Z型)が多いようです。顔の形E型は小さい手、大きい手の人といろいろあります。

■指の長さや性格

標準的な指の長さは図のとおりです。すなわち中指↓薬指↓人差指↓親指↓小指といった順序です。

では次にその指が標準よりも長い場合の特徴を列記してみましよう。

●親指
親指は理性的の指といわれています。事実、学者や知的職業にたずさわっている

人の親指は長い人が多いようです。

●人差指

この指は自己主張と努力を表わします。長い人はがんばりやで自信家です。しかし、あまり長すぎますと、協調性に欠け孤独になりやすいタイプです。

●中指

中指の長い人は計画性があり慎重です。(中指の長さは、掌1たなごころの約70%の長さが標準)

●薬指

薬指の長い人は創造性に富み口マンチックです。またこの指は自由の指ともいわれ、あまり長すぎますとカケごとに凝ったりします。芸術家やタレント、企画関係の人は、この指が長いようです。

●小指

小指の長い人は陽気で社交性に長け商才もあります。自営業や営業関係、歌手などこの指が長い人が多いようです。

＊

以上、接客やアプローチの参考として手や指とその他の特徴について記してみました。

毎日の接客やおお客様との話題になれば幸いです。

石川浩司(社員教育コンサルタント)

お店の御繁栄は清潔なガウン・タオル・パンツで...

-----サウナ用-----

- ガウン・パンツ
 - バスタオル
 - フエスタオル
 - タオルケット
 - ロッカーキーホルダー
- 見本・御見積りお送りします。

ご報参上飛んでまいります

タオル・ユカタ・ガウン・シーツ・テーブルクロス・ユニフォーム

株式会社 ジャクラン 商事

東京都墨田区緑1~2~13 TEL (03) 635-1321(代)



関東

東京都サウナ協会

理事会開催

さる一月一日、年明け早々業務に魁けて都協会は理事会を開き、業界の進歩、安定に資する協議をした。

冒頭に、この一月八日に開かれた日本サウナ協会理事会の決議事項の報告があり、それに基いて都協の施業の審議をしたわけである。

一、サウナデー開催について

従来サウナデーは関西、愛知、九州その他の地域で担当協会が音頭をとって行なわれているが、関東地区の場合、業者体質の複雑なため容易に意見の一致を見ず、今に至っているわけだが、この際各地より一層明細なデータを入力し、それにより更に認識を求め、再考を促すこととなった。

二、第二回サウナトレーナー講習会について

講習会について

サウナトレーナー講習会に対して議長は「本業将来の姿は、従業員個々に対する質的向上を図り、経営店の本格的なレベルアップをすることである。」

そして然る教育は、事に当面してからではすでに遅く、現在ただ今より着手すべきことである」と強調した。

協会としても各業者はこのサウナトレーナー講習会の開催されるこの機会を逸することなく、従業員各士の受講をあまねくすべく近く第二回第三回の講習会を開催することにした。諸般の打合わせ完了開催日その他決定次第近く通知をすることになっている。

「赤坂サウナ」開業す

昨年一二月二日赤坂丁目(山王神社附近)に名店赤坂サウナがオープンされた。営業所はビルの六階にあり、腕の常務森田総支配人が総指揮をとっているが、場所柄か客種はよいと聞く。そして近く都協会へ入会の予定であると。

サウナは友をよぶ

サウナ発祥の地フィンランドの伝統と長年にわたる技術開発の成果が一つに結晶した本格サウナです。すでに世界50ヵ国で愛用され、業務用から家庭用まで幅広い支持、信頼をいただいております。

水を節約しましょう！
技術革新が生んだ濾過機の決定版。米国ステライト社による画期的なフィルターの開発により、湯・水両方に使え、濾過材もいりません。しかも大幅なコストダウンに成功。

世界の主流を占める
サウナのトップメーカー

メトスサウナ

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) 1104 TEL (03) 542-0331(代)
大阪市北区天満1-7-19 TEL (06) 352-3626(代)
札幌市中央区南1条西20 TEL (011) 641-9269(代)



ワンタッチで給湯！ 自動止水で節湯！！



カジノシャワーK-500AT 混合栓M-300AT

◎独創的なメカニック！(PAT.P-5)

- ワンタッチで給湯致します。
- タイマーで自動的に止ります。
- 温度調節は1度でOKです。
- 2ℓ～4ℓの湯量の調整が出来ます。
- 逆流のない2ベース弁構造です。

IAI 梶合金工業株式会社
東京都荒川区西尾久7-38-4
TEL (800) 4611(代)

私の提案

大切な教育

私は、今サウナ業界が真剣にとり組む問題が二つあると思います。第一はヘルストレーナーをはじめ、幹部、従業員に対する教育だと思っています。また第二は、今後のサウナ人口をいかにして確保し増大するかといったPRの問題であると思います。

＊

まず第一の教育の問題ですが、教育ということは換言すれば、「感じのよいおみせ」

「まごころのサービス」

「たしかなマッサージ技術」

などが十分にできる受入れ体制を整えるということです。

すなわち、お客様が、「なぜサウナにいらっしやるか」という目的意識を分析し、その要望を百パーセント満足できるようなみせづくりが大切だということです。

たとえばフロントで

「きょうはマッサージはいかがですか」とか「〇〇〇も置いてございますが……」といったアプローチいかんで売り上げがちがってきます。

ます。

また初めてのお客様には、店内のコース、営業内容などをくわしく説明することによって、お客様が迷うことなく気楽に行動できます。

またこれらの教育法を考えるのは、お客様の苦情や要求をいちばん熟知している現場の主任級が適任者だと考えています。一部の幹部だけが作った机上のカリキュラムでは、お客様をほんとうに満足できるような教育は不可能です。

真のPRを

またPRの問題ですが、PRもお客様の要望を真に満足できるような計画的、継続的なPRでないとならば、効果がないと思います。年代別、職業別、地域別といった要素を調査、分析した上で、短期的なもの、長期的なものといった分類をし、効果的なSP策が肝要です。

いずれにしても、「お客様第一」で、お客様のニーズを正しくとらえ、それに対処したPRこそサウナ人口の拡大につながると思います。

和歌山市ニューハワイ

木戸 清次

格調高いサウナには、格調高いエロイカ。

エロイカのあの独特の清涼感とまろやかさ、心にゆとりを生む気品ある香り。英雄は英雄を知るとか。エロイカは、あたくのサウナに一級のお客さまを呼ぶでしょう。



紳士用化粧品エロイカシリーズ

お問合わせ、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

㈱日祥商会……………☎(974)0711
 ㈱イトー商事……………☎(268)4367
 ㈱東京マツシマ……………☎(370)7241
 ㈱カネフク……………☎(811)1310
 ㈱村山……………☎(352)2318
 ㈱リード……………☎(315)4126

〈中部地区〉

(合)千代田実業……………☎052(251)7626

〈関西地区〉

福助石炭(株)……………☎06(211)4420
 おせ商品……………☎06(372)4981
 福助商店……………☎06(702)8587
 (有)ファースト産業……………☎06(358)3363