

日本サウナ協会

s a n t e

健康

田辺 昇一書



70

1部200円

発行所 大阪市南区久郎右衛門町61番地 ニュージャパン観光(株)内
〒542 ☎(06)211-0463(直通) 発行人中野幸雄 編集人 橘田吉平
支局・各県協会広報部



ヒカンザクラ

沖縄に咲く桜は、緋寒桜^{ヒカンザクラ}と言ひ、琉球、台湾、中国南部に分布している。沖縄では十二月下旬から二月の初めにかけて葉に先だつて開花する。花は濃い紅色で鐘型で下向きに咲く。

名護の桜まつりは毎年一月の下旬に行われ、延二十数万人の花見客が押しかけ、日本一早い花見を楽しむのである。近年本土からのツアー客も増え、年毎ににぎやかになる。

〈今月の内容〉

いよいよ社団法人設立へ始動 / 新年度基本方針 / '82全国サウナフェスタ / オーナー会議から / 協会だより / サウナトレーナーの役割 / マナーと演出

いよいよ社団法人設立へ始動

新年度の重点課題に掲げる

日本サウナ協会は、昭和五十七年度の基本方針として、「日本サウナ協会の法人化と、サウナトレーナーの公認資格取得」を重点課題に掲げているが、三月二十七日に開かれた運営委員会で、各県協会長、日本サウナ協会の正副会長を「社団法人日本サウナ協会設立発起人」に選ぶことを内定、法人化への動きがいよいよ始まった。

また、当日、設立趣意書および協会の定款が提案され、委員会の賛成を得た。

社団法人日本サウナ協会設立の趣意

わが国の文化生活のいちじるしい発展の中にあつて、日本のサウナ業は今や国民の健康増進、疲労回復、ストレス解消など、人びとの健康に奉仕し、明日への活力を養い明るく健全な社会活動に幅広く活用され、すっかり日常生活にとけ込み、健康産業として発展し定

着してまいりました。

しかしながら、業界を圧迫するエネルギー問題、上下水道料等の公共料金値上げ問題、また消耗品（石炭、タオル等）人件費の高騰などあらゆる経費の増大が見込まれます。一方では求人難、福祉厚生、組合問題など一業者だけでは解決し得ない数かずの難問があります。

私たちは昭和五〇年以来、当時のサウナ業界がトルコ業と混同視されて誤解を生み、健全な発展を阻害されしことにかんがみ、既存の各都府県サウナ協会を糾合し、日本サウナ協会連合会を組織し、さらに日本サウナ協会と改称、以来健康産業として次の如く業界の向上を目指して活動を開始いたしました。

(1) シンボルマークの制定（各加盟店の店頭に掲げ）

(2) 各種宣伝活動（正しいサウナの認識）

(3) 全国サウナ祭の開催
(4) 国際サウナ協会への加入

(5) サウナトレーナーの講習会の実施
(6) 幹部研修会の開催
(7) 省エネルギーに関する研究会

(8) 資材の共同購入
(9) 機関誌の発行
(10) サウナ健康読本の発行
(11) オーナー会議の開催

以上のように種々行事を実施してまいりましたが、任意団体としては解決し得ない問題がまだまだ山積されております。

今後、日本の文化社会の中で、私たちサウナ業が健全な形で成長していくために、従来の任意団体を法人化して多くの人びとの健康に奉仕し、文化の向上に貢献できるように、公益法人として発足できますことを心より念願する次第です。

協会定款（第一章総則のみ抜粋）
(名称)

“日々爽快”サウナのある暮らし。



体内にたまった老廃物や疲れ、ストレスを汗とともにサラッと流し、明日にそなえる——。サウナ発祥の地フィンランドに生まれたメトスサウナは、業務用から家庭用まで、各種サウナのトップブランドです。

熱効率と耐久性に優れたストープ。さらに快適にサウナを楽しんでいただくために、保温、換気と四重の安全装置。全国一流サウナの多くがメトスサウナです。

サウナの代名詞
metos

中山産業株式会社

東京都中央区銀座3-11-5(第2中山ビル) 〒104 TEL: 03/542-0331(代)
大阪市淀川区中津1-18-18(若杉ビル) 〒531 TEL: 06/375-1751(代)
札幌市中央区南1条西20丁目(狸小路センター) 〒064 TEL: 011/641-9269(代)

**ラヂウム
ラドンシステム**
◎詳しくは資料を
ご請求ください。



会員名簿

日本サウナ協会
加盟の皆さんの会
員名簿を現在制作
中です。来る五月
の総会に皆さんに
お配りします。

第一条 この法人は、社団法人日本サウナ協会と称する。
(事務所)
第二条 この法人は、事務所を大阪市南区道頓堀二丁目四番六号(三光ビル)に置き、従たる事務所を総会の決議を得て、必要な地に置くことが出来る。
(目的)
第三条 この法人は、本協会に属する事業者(以下会員と称す)の健康産業としての経営の安定を図るため、会員の事業活動の促進とその総合調整を行うことを目的とする。
(事業)
第四条 この法人は、前

条の目的を達成するため、次の事業を行う。
(1) 事業に関する法律及び規則の改善。
(2) 事業に関する調査、研究、宣伝、啓蒙、並びに業界誌の発行。
(3) 従業員の資格向上を目的とする教育及び制度の設定。
(4) 長期低利の金融斡旋。
(5) 燃料、資材その他の購入に関する共同仕入。
(6) 優秀なる会員並びに従業員に対する表彰。
(7) その他、会員の事業活動の促進と業者間相互の親睦を図るとともに、この法人の目的を達成するために必要な事業を行う。

■基本スローガン

組織の拡大・強化

〈社団法人の許可申請〉

■S57年度の基本方針

- a 社団法人化への最低条件である1府県1協会の組織作りを徹底して実施。
- b 機関誌の編集方針をサウナ愛好者を含めたサウナ誌としての内容の充実をはかる。
- c 諸資材の共同購入により一層のコストダウンを図り、会員の利益に貢献する。

昭和57年度の基本スローガン

と基本方針(案)

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
☎ 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

ラドン温泉と同様に美容と素晴らしい健康効果が好評です。

サウナ式ラドン温泉装置

が完成
しました

■一室定員一人〜二〇人用までスペースが活用できるように設計施工します。

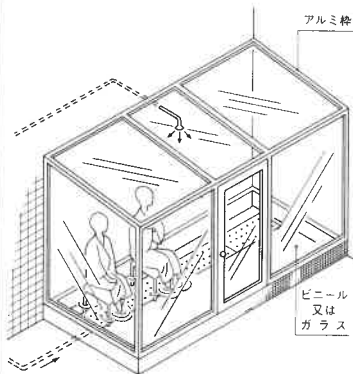
■密閉されたサウナ室に充滿した湿気にアルファイオンが加わり、38℃〜45℃で乾式サウナと同様な感触が得られ、健康効果は最高です。

ラドン温泉装置の本流

株式会社東海ラドン研究所

〒550 岐阜市神田町9-11

☎ 0582-63-2875



'82全国サウナフェスタ

今年のサウナ祭は8月1日〜31日

'82サウナ祭の計画について

サウナ祭を実施していく上で大切なことは、常にその趣旨を思いおこし、その趣旨に沿ってより内容の充実した「サウナ祭」として一歩一歩築きあげていくことです。

従って一昨年、昨年の経験を白紙に戻すのではなく、より消費者に喜んでもらえるように改善をしながら企画を進めていくことが重要と考えます。以上のことから今年度の企画を立案するにあたり

ましては、昨年度の中で出されていまず意見や留意点につきまして十分に考慮した上ですすめていきたいと思ひます。

留意点

- 当選の確率が低かった
- 景品の総本数が少なかった(全国で一〇〇本)

- 抽選券の購入枚数の少ない店では当選者が出にくかった
- 記入式抽選券ではお客の協力が得られなかった

●昨年の方針は大きく変更しない

●抽選券の基本料金と実施期間の関係の再考

今年度は先の留意点の改善も含めて以下の方向で考えていきます。

基本方針案

- ①特に目玉景品は設定せず、出来る限り総本数を増やす
- ②景品はサウナに関連した、かつ話題性のあるものを考える(ジヨギング・ウォッチペースメーター付デジタル時計)
- ③景品には出来る限りオリジナル

性を加味する。

④各店々頭で抽選を行い、その場で「当・はずれ」を決め、その場で「賞品」をプレゼントする。

⑤抽選券は一口(一、五〇〇枚)二〇、〇〇〇円とし、六七〇口を目標とする

⑥一口は一、五〇〇枚とする

⑦抽選は各店々頭で行う抽選だけとする(シングル抽選)

⑧お楽しみチャンス。参加各店の自由企画で景品を出していたらいても結構です。

⑨実施期間は一カ月間とする

企画内容案

- ①実施期間 昭和五七年八月一日(日)〜三二日(火)の二カ月間
- ②景品 シチズン・ジヨギングウォッチ(ペースメーター付ジヨギング時計)

ギンク時計)

③抽選 「スピード抽選」

参加各店の店頭で「抽選箱」の中から「抽選券」(または当たり、はずれ判定カード)を引いてもらい、その場で「当選」「はずれ」を決定し、当選者にはその場で「ジヨギングウォッチ」をプレゼントします。

④広告宣伝(他) 店頭ポスターを主体とし、地域により「テレビ」「新聞」等によりPR

⑤参加費用

- ①一口(一、五〇〇枚)二〇、〇〇〇円
- ②目標：六七〇口(一、〇〇五、〇〇〇枚)

ガーデンサウナ



サウナのことなら先ずお問い合わせ下さい

※営業用サウナの設計、施工

※本格家庭用サウナの製造、販売

※サウナの内装及改修工事

※機器類の交換、その他アフタメンテナンス

■工事、製品共3回〜30回までのサンヘルスのサウナローンが適用できます。

家庭用サウナの場合

- コンパクト設計だから畳半分の広さでもOK
- 組立式だから、わずか60分で仕上ります
- 電熱乾式だから畳、ジュウタンの上でもOK
- 4人で使用の場合1日わずか18円の電気料
- (1人用〜10人用まで各種あります)

●お問い合わせ・お求めは



サウナ アフターサービスセンター

代表取締役 西川 節 男
〒160 東京都新宿区大久保2-5-1(水野ビル)

☎03-232-1501代表



昨年のサウナ祭のPR風景

(九州地区・西日本新聞提供)

事 項	内 容
①景品の総本数を増やす	景品の単価を下げ総本数を大幅に増やす
②当選の確率を上げ、かつ期間中継続した楽しみをお客に持たせる	④スピードチャンス その場で抽選し当選者にはその場で「賞品」をプレゼント ⑤お楽しみチャンス 参加各店の自由企画で景品を出していただいても結構です
③参加費	最低 1,500枚を一口として購入してもらう。但し一口の内訳は <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;"> 広告宣伝費+景品代(必ず当たる景品を含む) </div> で、1,500枚購入すれば、必ずその店で2つの当たりが出る。
④一口当たりの予算及び総予算	①一口 (1,500枚) ⇒20,000円 ②総予算 20,000円×670口＝ 13,400,000円
⑤抽選券	抽選券(または当・落判定券)但し住所・氏名欄は設けない

サウナ産業における業態論

立教大学社会学部観光学科教授 岡本 伸之

落ち込む前に新しい手を

私はいつも大事だと思っていることはプロダクトライフサイクルということだと思います。これはマーケティングの大家のデビットがいい出した話でして、「あらゆる商品には生命がある」という話です。横軸が時間の軸で、縦軸が生産量の軸です。あらゆる商品は市場に導入されましてから、最初かなり長期間売れないんですけど、段々売れるようになり、急速に売れるようになり、やがて頭打ちになって成熟期をむかえる。すべて産業はこういうサイクルがあるんですけど、落ち込む前に新しい手を打って業態を変えて動いているわけです。長期に見ますと、落ち込みそうになって、次の手を打って伸びているのが成長産業の道なんです。

です。なぜニーズが変化するかというと、戦後は食うに困った、食えるようになった。着るに困った、着るものはいくらでもあるよ、というように消費者の環境がずいぶん変わってまいりますので、いろいろとニーズが変わってくるという事です。あらゆる商品はライフサイクルがあるということ、それが非常に長い産業とそうでない産業がありまして、エネルギー産業で石炭なんかは死んでしまった産業の形になってしまってますね。

産業じゃなくてセグメント、部分で見えた場合にも外食産業の中にもございます。かつてスコッチなんて売れなかったのがどんどん売れるようになったとか、ハンパーカーなどは全然登場しなかったんですけども急成長で出てきたということがあるんです。そこを考えるとプロダクトライフサイクルで

見てならないのは、最初の出足は利益が上がらないということ、売れるようになって利益が上がってピークに達する手前で下がってしまうということ、ここまで待っていてはアウトでして、この辺で意志決定をしなければいけない。少しずつ伸びが落ちてくるのがこの辺ですので、アメリカの会社なんか売りが買いますけれども、売り払う時はここだというふうないうわけです。利益も株価も最高の時ですね、この辺に来るにしがって、まだ成長するんですけど伸びが落ちてくる。なぜ利益が落ちてくるかというと、競争が激しくなるからです。企業の数というのはどうかというと、ここからワアと伸びてくるわけですね。ですからサウナの場合も今、どの辺なのかということ判断をしなければならぬ。デビットの本書を読みますと、わが業界がわが社がプロダクトライフサイクルのどの辺にあるのか、ということをやって見つけるのかということが質問として出てきますね。デビット先生はそんなことはわからないというんです。こういう図式を常に意識していることは、自分の企業を考えると役に立つんだと。

もう一つお話ししたいことは、ロジャースというマーケティングの学者が、アメリカで農機具の売れ方を調べておりました、一つの考え方を発見したんです。ロジャースモデルといわれておりますけど、消費の中には、勢域分布いたしますと、いろんな種類があるわけなんです。必ず新しい農機具が出るかと飛びつく人がいるんですね。パッと飛びつく人のことを「イノベーター」というわけです。イノベーターとは革新者という意味です。新しいものが出たらパッと飛びつく人。しかし、飛びついたからといって、その農機具がパッと売れるかどうかはよくわからないというんです。ところが、その背後にひかえているのが、オピニオンリーダーなんです。オピニオンリーダーが実は、その農機具を農家は買うべきかどうか

ひと汗流したら、「アルギンズ」



サウナでひと汗流したあとの「アルギンズ」はまた格別。「アルギンズ」は味の素KKのAMINO酸技術から生まれた新しいタイプの健康ドリンク。人間の体に欠かせないタンパク質を構成するAMINO酸のひとつ、アルギニンが主成分です。

アルギンズ
●アルギニン入り健康ドリンク●

■ 販売店、サウナ、酒店、食料品店、スーパー、薬局などでお求めください。

味の素KK 清涼飲料水

かを決める人なんです。オビニオンリーダーの条件は、やはりその地域で人望があるとか、いろんな条件があるんだろうと思います。オビニオンリーダーが買うかどうかによって、背後にマジヨリティが三四倍ずつついて、数字まで出るのは話ができません。いらないかと思いますが、前半がアーリーマジヨリティとい

まして、早目にオビニオンリーダーの意見に飛びつく層ですね。後半の方は、遅れちゃかなわねえというので、最後に買う層ですね。一番最後に運行者、ラガーがいまして、意味からすると、信念をもって買わない人なんです。そういう人は世の中に必ずいるというんです。

ロジャースがいうポイントは、商売するんであれば、常にこの辺のレベルで展開しなければいけないということなんです。あまり飛びついたイノベーターのレベルで商売しても、パツと出てパツと消えることがあるんですね。イノベーターの動きをオビニオンリーダーたちがじつと見て、これはいいなあと思うようになると、選

振するわけです。例えばカラーシャツが売れる時に最初カラーシャツは一部の何かに着る人が着ると、しかし、それを設け関だとかにひるようなトップ、イグジクティブがあれいいじゃないかと、他の人もいいじゃないかということで、この辺がゾロゾロ着る。この辺を注意しなければいけないという話になっていくんです。

よく旅館なんかで、私のところは、お年寄りが毎年のように来てもらえますという話をされる経営者の方が多いんです。それは、その人達が死んだら連れて来るお客を持たないというレベルなんで、非常にまずいわけですね。サウナ業界もすべからず、この辺の人達で商売をしなくては行けない。それは、どういう人だろうかといった場合、外食産業の場合、若い人、せめて昭和ヒトケタ、ベビーム世代の動きがポイントになって、若い連中がマクドナルドに入ってるようにハンバーガーを食うのを、お年寄りもちらつと横目で見て、かなり遅れていく。マクドナルドではかなりお年寄りの方も、ハンバーガー食べてますよね。そうやってくるとマーケットは一般化するわけです。若い人に注目すべきだと。その意味でサウナも、若い人がどう動くかということを考える必要があると思うんですけど、若い人は非常にはっきりしているわけです。私の専門の観光でいいますと、若い層のことをだれが一番良く知ってるかという、雑誌の編集者が良く知ってるんです。例えば「るるぶ」なんていう雑誌がありますけれど、十八〜二十二歳ぐらいが読者層なんです。彼女たちが宿泊施設として、どこを選択するかといいますと、まず旅館よりはホテル、なぜそんなことがわかるかという、その雑誌でタダの宿泊券を出すんですね、ホテルというワァーと来て、旅館は全然来ないんです。ところが旅館の中でも来るのがタイプだけあって、伝統的な日本旅館です。これはワァツと来ます。

Coca-Cola & Coke, コカ・コーラとコーラは The Coca-Cola Company の登録商標です
東京 コカ・コーラ ボトリング 株式会社
TOKYO COCA-COLA BOTTLING CO., LTD. コカ・コーラ協賛会社

Yes Drink COKE Yes

スカタさわやか コカ・コーラ 

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
フェスタオル
タオルケット
□ッカーキーホルター
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・テールブルクロス・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)



白いプチホテルに連泊して、白樺の湖のほとりを散歩したいとやら凝るわけですね。いろんな要素の中にその人らしさが出てくるという、その辺を森先生もいろんな角度でおっしゃっておられたように思いますけど、個人的なんですね。かなり複合的な欲求を持ち出してやるわけです。そういうことはやっぱり、押さえておかないことには、マーケティングしていく上に、それこそ関係無いということになります。

ただ、サウナの場合あまりにも若い人の話をしているのかなあと感じはいたします。と申しますのは、減量なんかは若い人はあまり関係無いんですね。ラコスタなんかで一番典型的なお客というの、企業のイグジエクトイブ、つまりトップ・マネジメントで金がある人で、かなり短期間で集中的にシエイブアップしなきゃいけない人達ですね。三泊四日とか一週間来て、レジャー満足感というの、時間を限られた人は、かなりお金を使わないと満足しないと思っておりますが、お金を使わずに済ませたい。そこで温泉で効用があったとか、

実際に体重がへったことよりは、能書といえますか、英語でいうとリーズニングという、そこでお金を使うだけの根拠みたいなものがないと、キチッと企業の方から提供される、リーズニングを与えられることを消費者は求めている感じがいたします。ゴルフデンドアの場合は女性ということですね。その辺で若い人・若い人と言いつつ、まづ若い人で、企業のヤングイグジエクトイブという言葉がありま

新潟県サウナ協会 設立準備会ひらく

かねて計画中の新潟県サウナ協会の設立準備会は、去る四月五日新潟市の万代シルバーホテルで開かれ、発起人代表にサウナパルコ代表田中正輝氏を決定、発起人から県内全業者へ加盟を呼びかけることにした。

この会には日本サウナ協会本部より副島組織委員、浜田事務局長が出席、早期に協会を発足させてもらうことを要請した。発起人は田中代表のほか、サウナ栄将代表田辺三夫、サウナとやの代表正野英一、サウナ東京代表荒井万圭、サウナ駅南代表樋口剛の各氏。

北海道協会新会長 中村揚一氏選出

北海道サウナ協会は去る四月七日札幌パークホテルで総会を開き本部から出席した浜田事務局長から本部の活動状況を報告。次いで新年度事業計画などを決定した。

また、会長任期満了に伴う役員改選の結果、新会長にサウナサツポロ社長の中村揚一氏を選出、事務局長に豊巻経夫氏を決定した。

サウナートレーナー 講習会はじまる

かねてから計画中の日本サウナ協会のサウナトレーナー講習会は、関東、関西地区を皮切りにはじまった。

日程と会場は次のとおり。

▽四月五・六日神戸サウナ、普通科五〇名▽四月一九・二〇日同高

▽四月四〇名▽五月一〇・一一日同

▽五月二四・二五日同高

▽五月二九名

▽五月二四・二五日同高

▽五月二九名

▽五月二四・二五日同高

▽五月二九名

一八日大阪大東洋普通科二六名

引き続いて九州、中部地区でも開講されることになっている。



新潟県協会設立発起人



型工省生利益

燃料代・水道代の約60%を節減

(月平均)

明日の給湯時代を考える 信越産業

信越産業株式会社

製造元 ヤマナー産業株式会社 特約代理店

〒550 大阪市西区江戸堀1丁目15-26 大阪商工ビル ☎(06)443-9055

垢すりコーナー特設

神戸サウナ

神戸サウナ(株)ヤマト・本社神戸市中央区)ではこのほど中国から「垢すり特設コーナー」を導入、現在新設中で、トレーナー全員、中国語あるいは中国式ビジネスの技術研修の特訓中。

①今日は、お客様いらつしやいませ
你好(ニハオ) 歡迎(ウエルカム) 悠来(ユウライ)

②垢すりコーナーへご案内します
ご案内(オウガイ) 垢すり(カウシ) コーナー(コナー)

③下向きになってベッドに横たわつて
下向き(カミムキ) ベッド(ベッド) 横たわつて(ヨコたわつて)

請(オウゴ) 爬(ハイ) 在(アイ) 床(トウ) 上(ウエ) 等々

総会はバスに乗って

愛知県協会

愛知県サウナ協会は、五月に熱海で開かれる日本サウナ協会総会への参加者のため、観光バスを仕立てて出発することとした。総会当日は会場ホテルで一泊し、翌日はサロンバスで伊豆箱根を観光して帰名する。また、かねてから計画していたサウナトレーナー講習会を六月ごろ開講する。

“一金会”で親睦

沖縄県協会

発足したてのわが沖縄県サウナ協会は、毎月第一金曜日を集会日に当て、会員の親睦と情報交換の場としている。三月五日の第一回の会合では親睦模合を行い一人三万円ずつ出し合い、くじ引きで当たった人が模合金をとる方式を採用、会合の名称を“一金会”とする申し合わせをし、有意義な一晚を過ごした。

サウナニュージャパン

桜まつり開催

横浜市のサウナニュージャパンでは三月、四月の二カ月間にわたりサウナフェスタ八二桜まつりを開催している。来店客に抽選券を差し上げ、五月二日抽選により、ヤマハキヤロット十台を贈呈しようという企画である。この外、その場で当る賞品を用意している。また過日披露した日曜日ごとの歌謡ショーを延長し、桜まつりの二カ月間サービスをするということにしている。
また三月九日には、この企画の一環として来店客による飛び入り麻雀



大会を開催した。参加者四〇名、優勝者にはヤマハキヤロット一台を賞品として進呈盛況であった。

さわやかなお店のために“スエットレス”

お店の中にいつもいる人は感じない臭いでも、お客様は不愉快に思っています。スエットレスは全く新しい発想で開発された、アメリカ特許の、バクテリア増殖脱臭剤です。そのすぐれた効きめにより、国立競技場・後楽園・ドゥスポーツプラザなどの有名サウナ、アスレチッククラブで愛用されています。近づく悪臭の季節にそなえ、お店のイメージアップにお役立てください。

効きめで信頼

スエットレス



輸入発売元 リムーバル株式会社

東京都千代田区神田富山町18 西川ビル2F 1号 千101 ☎ (03)256-1022(代)

—お問合わせ、ご用命は、サウナ用品問屋または当社へ—

サウナトレーナーの役割 8

日本独自のマッサージ術

今井義昭

中国医学が日本に伝えられたのは、公式には西暦四一四年で、朝鮮の金武という人によるとされています。また、中国の名僧、鑑真は、唐の最新医学知識を日本へもたらしたとして知られています。

平安時代には、わが国最古の医学書「医心方」が、丹波康頼の手によって編まれています。しかし、この時代から鎌倉時代にかけては、「アンマ法」は民間療法として深く人びとの中に浸透しており、それを変えさせてしまうわけにはむろん、いきま

り、わが国で根をおさったのは、実際には江戸時代になってからです。江戸時代、徳川幕府公認のもとに、僧に代わって儒教の学者たち

ちが医学の研究を始め、治療活動にたずさわるようになりました。やがてオランダ医学も渡来、中国医学とともにそれらはわが国の風土にかなうものへと変えてゆかれ、独特の医療法がみだされていきます。

やがて時代は明治へと移行。時の政府は、文明開花と富国強兵を理由にヨーロッパ崇拜を説き始めます。

そして、ドイツ医学を信奉するあまり、わが国伝統の「漢方医学」は見返られなくなりました。しかし、「アンマ法」は民間療法として深く人びとの中に浸透しており、それを変えさせてしまうわけにはむろん、いきま

せんでした。明治も二〇年のころ、橋本乘晃博士がドイツより軍人医学としての「マッサージ技術」を持ちかえり、広く病院

FRESH UP!

汗、健康ひと。サウナで汗、健康ひと。

ひと汗かいたら

スポーツドリンク、タケダ

タケダ

01ET-45-99-01

II 知識

(2) 親しきなかにも

礼儀が必要

お客さまあつての商売です。
たとえ友人 知己 親せき 後輩 同窓 その他個人的に知っている方でも
プライベートとビジネスを混同しないことです。私事とおつとの公事とはちがいます。他のお客さまもお見えになっています。

プロ意識とは、商売に個人のつきあいや感情を入れないことから始まります。
①呼び方：ワタシ……わたくし
ワレワレ……わたくしたち
アンタ……あなた
彼・彼女……あの方
彼ら……あの方たち

②上司……名前を呼びすてに
③アダ名・愛称……使わない

(3) お客様は十人十色

人の性格はさまざまで、10人寄れば10の異なった性格のタイプがあります。

「人を見て法を説け」といいます

ように、いち早く相手を見抜きそれに合わせて応対することが商売の決め手です。

①移り気のカルメン型……………
焦点をしばってすすめる。
②迷いのハムレット型……………
「これに限ります」とキツパリと。

③知ったかぶりのドンキホーテ型
聞きじょうずでチャンスをつかむ。

④理屈っぽいカント型（理論派）
議論をさけてなごやかに。
⑤気短の信長型……………
愛想よくテキパキと。

⑥一方的な秀吉型……………
スピーディーにキビキビと。
⑦判断の遅い家康型……………
テキパキとリードする。

⑧気ツプでゆく江戸っ子型……………
気をゆるめず親切に。

(4) お客様の求めて いるものはなに？

お客さまが来店される目的は種々雑多です。

①意思決定型……………どうしても買つてかえらねばならぬ人。

②探索調査型……………どんなものがあるか、流行は、値段は。

③好奇心型……………どんなものを買っているか、なにが変わったものはないだろうか。

④遊び楽しみ型……………楽しい時間を過ごすために。

このうちで直接販売に結びつくのは「意思決定型」であり「探索調査型」と「好奇心型」はみなさんの応対しだいで、きょうのお客さまとなり「遊び楽しみ型」は明日のお客さまといえましょう。

販売を成立させるカギ
①個々のお客さまの欲しているものを見抜く。

②おすすめしてよい商品を選び出す。

③商品の特徴、長所、セーリングポイントを説明する。

④お客さまの質問に対して的確な応答を行なう。

⑤その商品を買うことが、お客さま自身にとって最も有利であると信じさせる。

(次号につづく)

格調高いサウナには、気品ある香りエロイカ。

(昭和57年5月1日よりエロイカ商品一部価格改定いたします。)

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よう。



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…………… ☎(316)4128

〈中部地区〉

(合)千代田実業…………… ☎052(331)4654
(有)カミタニ洋行…………… ☎052(703)1345

〈関西地区〉

福助石鹸㈱…………… ☎06(211)4420
おせ商店…………… ☎06(372)4981
福助商店…………… ☎06(706)30101
南ファースト産業…………… ☎06(358)3363