

SAUNA



8月/98号

発行所 日本サウナ協会広報委員会
 大阪06 (211) 0463(直)
 〒542 大阪市南区道頓堀2-4-6
 (三光ビル)

サウナ展望

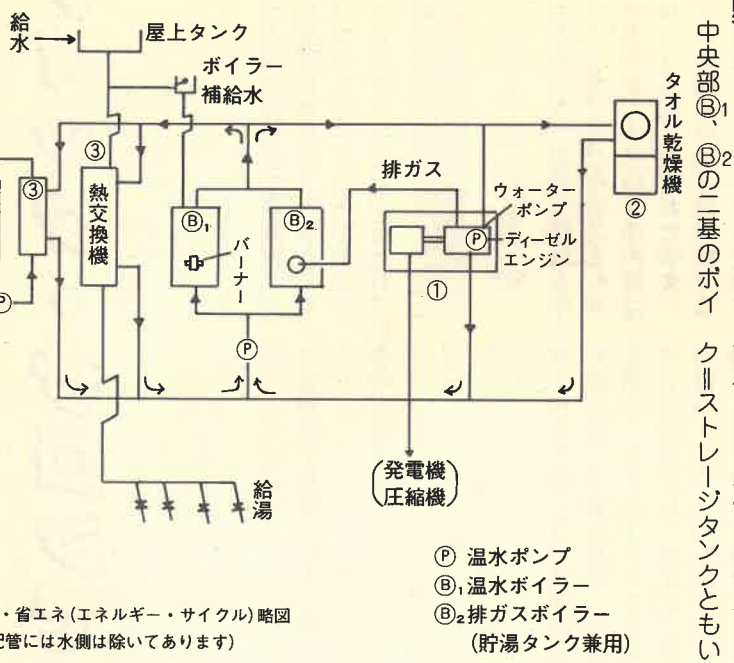
余熱利用による給湯設備

株式会社 井口 岩根
 代表取締役 井口 岩根

過日は暑い最中、日本サウナ協会の五十九年度第十一回総会に大勢のみなさまが、わざわざ名古屋までお越し下さり、熱心にご協議、ご研修されましたことを愛知県協会の幹事役員として厚くお礼申し上げます。

第二日目の研修見学コースに入っていました「オーストラリア」のディーゼルエンジン余熱利用によりサウナの給湯省エネ化の設備指導を私が見させていただきました。概略を説明させていただきます。

さて早速ですがディーゼルエンジンの余熱利用による給湯設備の配管略図説明から入らせていただきます。(略図参照)



① 温水ポンプ
 ② 温水ボイラー
 ③ 排ガスボイラー (貯湯タンク兼用)
 ④ 温水ポンプ (濾過器)

サウナ・省エネ(エネルギー・サイクル)略図
 (この配管には水側は除いてあります)

うーを設置しません。

ただし、冬季エンジンのみでは60℃以下に湯温が降下しますから補助ボイラーとして③のバーナーが着火します。夏季は時として湯温が90℃に過昇しますので、②のタオル乾燥機へ温水循環をして余熱でタオル乾燥をします。

給湯循環について

ボイラー①、②を出た温水は①②③④のポイントそれぞれ通過して、再びボイラー①②に戻ります。このサイクル中、①のポイントを通過した温水は加温されますが、②③④のポイントを通過した温水は熱を失います。従って温水循環中の温度変化の関係には、次の三式が成立すると考えられます。

I式	①>②+③+④
II式	①=②+③+④
III式	①<②+③+④

I式の湯温は上昇
 II式 〃 一定
 III式 〃 下降

そこでこのディーゼルエンジンに発電機を取り付ければ発電機システムとなり、圧縮機を取り付ければ、エンジンヒートポンプ式となります。因みにディーゼル発電機のエネルギー分布を大別すれば左のようになるかと思われる

A 重油100	発電…約35%
冷却水…約20%	給湯…約35%
排ガス…約10%	
ロス…約30%	

もくじ

エステティック・サロン体験記	2面
新しいオイルマッサージ	3面
サウナ業の業種別動向調査報告	4、5面
PR版 残暑お見舞い名刺交換	6面
サウナ協会だより	7面
暮らしの百科、ディスプレイ歳時記	8面

以上の関係からしまして、角度を変えてみますとディーゼルエンジンも50〜55%効率のボイラーであるといえます。

そこで今一度ディーゼル発電機について考えますとA重油一キロで約三・五キロワットの発電が可能です。

電気一キロワット単価は電力会社により、それぞれ多少の差はありますが、基本料込みで約三〇円となります。三〇円×三・五＝一〇五、すなわち、A重油七〇円/リットルとすれば七〇円/ℓの油で一〇五円の電気を得ることになります。

さらに五万キロカロリーから五万五千キロカロリーの熱エネルギーで給湯、もしくは暖房をすることが出来ます。A重油七〇円が一四〇円のエネルギーに化けます。二〇ℓ(電気)十〇ℓ(給湯)→一四〇円。経済効率二〇〇%と計算上なります。しかし実際には消耗、消却、その他等により一五〇%位の結果でしょう。

以上いろいろ申し述べましたが、最後に設備費については、総合検討しないとほんとにも申し上げられませんが、現在出費されている燃料費+電気代の合計内の費用で十分可能でしょう。なお消却年数は使用時間・効率等で多少異なりますが、二年位を目標としています。

基本理念

サウナは人々の健康に奉仕し、
 明日への活力を養い、明るく
 健全な社会活動に貢献する。

(愛知県サウナ協会理事)

(例)

1時間10キロA重油を消費するディーゼル発電機のエネルギー発生は下記ようになります。

A 電気→35キロワット/時	給湯
B 冷却水→35,000キロカロリー	
排ガス→20,000キロカロリー	暖房
C ロス 10,000キロカロリー	

Aの35キロワットで100ワットの電球350個が1時間点灯します。
 Bの55,000キロカロリーは20℃→70℃(50℃アップとして)1,100リットルのお湯が得られる)

また早目早目にエンジンを下取りさせる(下取り値が高い)ことも設備投資の良策と申せましょう。

(このシステムについては左記までお問い合わせ下さい。)
 豊橋市花園町九五、サウナキャッスル、☎〇五三二一五
 五一六四〇九)

日本サウナ協会発行「健康に奉仕する」サウナ業界唯一の専門紙!!

For Beautiful Human Life



バルカン7品セット

期待感を充実させる、琥珀色の香りバルカン

共感、男の香り

人生に共感を持つように、香りにも共感の世界がある。男らしさを一層引きだてる洗練された爽やかな香りが、お客様に深い満足感を与え充実したひとときを演出します。



ナインオ'clock 7品セット

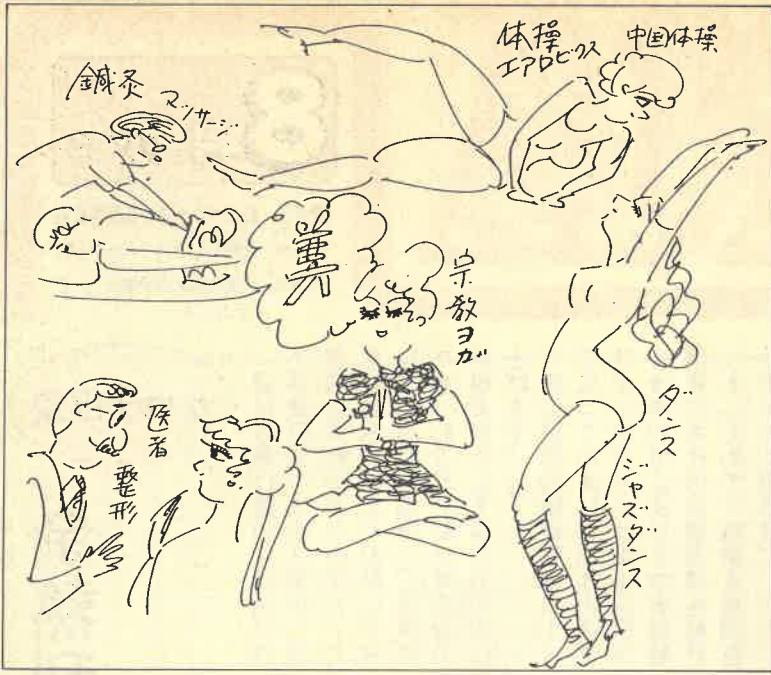
心にゆとりを創る、ライトな香りナインオ'clock

あなたに代わって体験します

(上)

エステティック・サロンで夢心地

近ごろ巷にはやるもの——ほっかほか弁当に全身美容料理の手間を省いてため込んだ脂肪分をあわてて落とそうとするわけでもないだろうが女性雑誌の広告面はエステティック・サロンの花ざかり優雅なサロンの内側では、いったいどんなことが行われているのだろうか？



最近、ちょっとした美容室にはヘアスタイルだけでなく、全身美容なる特別コースがあるようだ。やれ痩身、やれ脱毛、やれ美容術と、それぞれにゼロがずらりと並ぶお値段が記されている。

エステティックという舌をかみそうな名前も、どうやら定着した様子。だが、いくら

かかるといっても、何やら機械を使っているのか、どんなことをされるのか——サロンの内部は依然べールに包まれたまま。これを知るためには体験するしかない。シャンプーだつて美容院に行くとき持っていくのだから、全身だつたらもっといいだろう。

お肌の方も手入れなどしたことがない。夜クレンジングクリームも使わず、バシャバシャと水で洗って済ませている。慢性寝不足だし、紫外線や潮風にも無防備……これも悪条件が重なれば、さぞかし効果のほども……と過剰な期待を抱いてオーバーホールを志願した。

エステティックとは、フランス語で「審美」とか「美学」を意味することは、フランスの美容関係者が、美を扱う仕事だからと使い出したものだ。日本では、美容Ⅱヘアスタイルと思われるが、美容にもいろいろと分類があるやうな。

1、造形的美容法と、
2、基礎的美容法

日本で基礎美容が立ち遅れた背景には、

- ・美しくなることを大っぴらにしない儒教の影響
- ・ヘアにしかいき届かない経済的要素
- ・欧米に比べて肥満が少なく、肌も若々しい

などがあるが、最近では食生活(肉食や添加物)の変化や公害など、肌が悪い条件が増すにつれ、基礎美容が目ざされてきているというわけ。ストレスを解消するためという

どの業界にも協会だの組合だのとかの組織がある。というわけで、まず日本エステティック協会に出かけ、サロンを紹介してもらった。ついでに、資料もドサツと持たされた。

なんでも、エステティックの業界には国際美容団体「シデスコ」なるものがあり、日本も七十年のアムステルダム大会に参加し、世界で第二

三番目の支部に認可されている。そして二年後の七十二年に日本エステティック協会が発足、もう十年になるのだ。協会には千七百名の会員がいる。しかし、美容師のような国家試験があるわけではないので、全国にはそのほぼ五倍のサロンがあるようだ。協会としては、トラブル(特に料金)を避けるためにも協会の有無の確認を強調していた。雑誌の広告なども「痩せる」「治る」などのコピーには神経をとがらせているようだ。

エステティックと名乗るのは美容師だけではない。皮膚科の医者も整形医も、スポーツマン、栄養士、マッサージ師、ダンサー……人体を対象に美しさを追求するすべてをエステティシャンという。

次に1、ソワン・エステティック 2、メディカル・エステティックに分かれる。ソワンとは、エステティック的な手当てをすることで、スキンケアやボディケアを続けて老化を防ごうというものだ。いわば予防医学、漢方的発想で、肌をきれいにしたり、プロポーシオンを整えたり、精神の緊張をときほぐすことを目的とする。それに対してメディカルとは、西洋医学の観点から整形や二キビ治療を行うもので、ふつうの人にはできない分野。

エステティック・サロンとは、手技や器具(イ)発生装置や低周波で電氣的效果を狙う。また、モーターやバイブレーターの電力で手技を助ける)によるソワン・エステティックを行うところのことなのである。

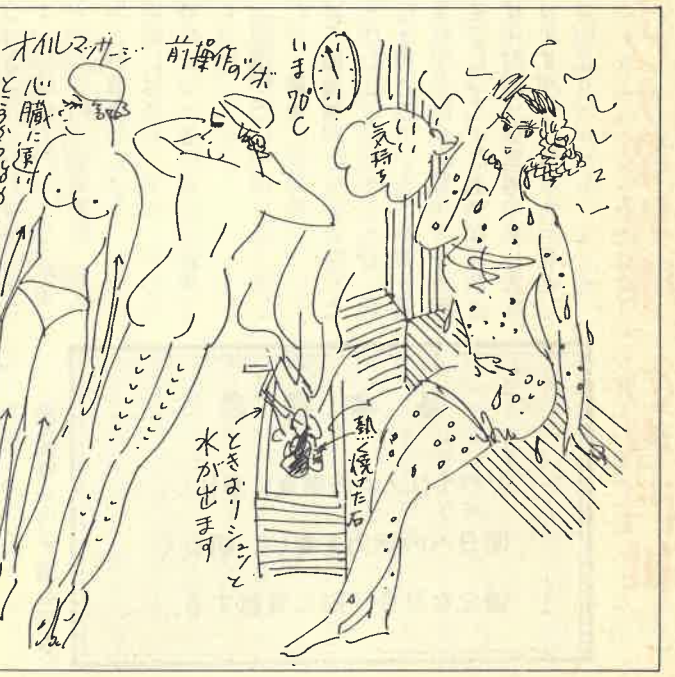
ここまで分析すれば理論武装は万全。しかし、最初の過剰な期待——サロンに行けば美しくなる——が大間違いなことも分かってしまった。

ヘアスタイリングのような造形的美容は、髪を短くしたり、カールしたりで、その効果が目に見えるのだが、基礎美容はある期間続けることで効果が出てくる。特に最近の肌のトラブルなどは心因性によるものも多いため、カウンセリングによりその原因をつきとめ、日常生活(食生活や化粧法、睡眠時間など)を根本的に見直す必要がある。それだけにカウンセリングが重要なので、優良マークの店を選ぶ大切さが分かってきた。カウンセリングが信用できなければ、治療は始まらないという。



エステティシャンを名乗るのは美容師だけではない。皮膚科の医者も整形医も、スポーツマン、栄養士、マッサージ師、ダンサー……人体を対象に美しさを追求するすべてをエステティシャンという。

エステティックと名乗るのは美容師だけではない。皮膚科の医者も整形医も、スポーツマン、栄養士、マッサージ師、ダンサー……人体を対象に美しさを追求するすべてをエステティシャンという。



今、有望な注目の新事業

信頼できる安全性 高度の性能

コスモのラドン発生装置

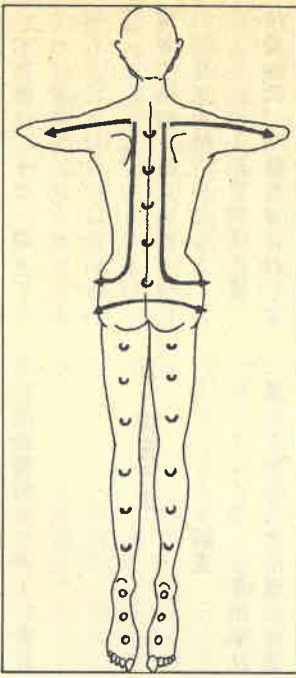
●日本ドクターズクラブ(J.D.C.)認定 ●日本ラドン温泉経営者協議会指定
実績日本一のラドンメーカー (株)コスモ メディカル システムズ

本社：〒532 大阪市淀川区宮原4-4-64新大阪千代田ビル ☎(06)396-0601(代表)
東京営業所：〒153 東京都目黒区目黒1-3-16プレジデント目黒902 | ☎(03)494-0661

西洋と東洋の接点に立つて
新しいオイル
マッサージ
 (12)
 今井 義晴

◆オイルマッサージ実技編◆

一、前操作
 さて、いままで述べてまいりましたことを前提にして、
 いよいよ表題の、オイルマッサージの実技の解説に入り
 たいと思います。

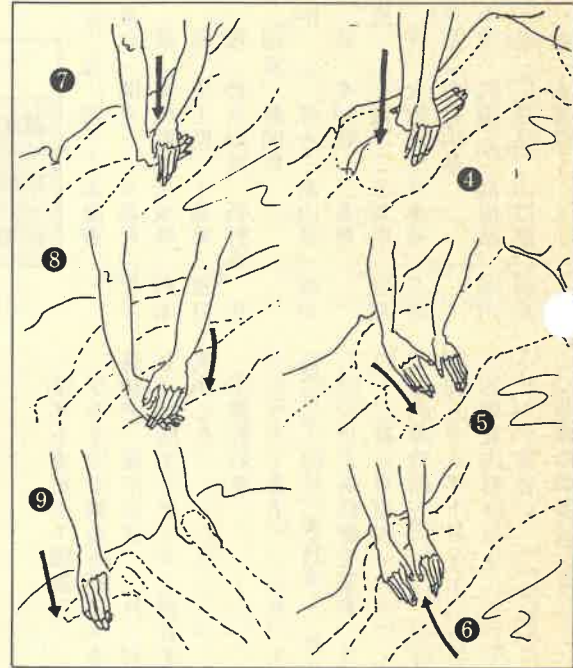


まず、マッサージをはじめ
 る前に必要なのは、お客さま
 の身体が清潔であり、ほどよ
 くあたたまっていることです。
 それにはサウナ浴、スチーム
 浴、入浴またはシャワー等を
 使った直後が最適の状態とい
 えます。
 次にお客さまをベッドに



案内し、うつぶせの状態です。
 このとき、身体にバスタオル
 をかけ、前操作、つまりオイ
 ルをつける前段階の手法をほ
 どこします。
 以下①～⑨までの説明は、
 図の①～⑨までと対応します。

① 両手のひらを重ねて、
 脊椎の上を臀部まで五点、各
 二回ずつ静かに押します。押
 すといっても、力を入れるの
 ではなく、体重をかけていく
 のです。
 ② 肩先から肘まで、両
 手のひらを大きくひろげて、
 三回さすりませす。
 ③ 肩から脊椎の横を腰ま
 で、絞るように両手のひらで
 さすりませす。
 ④ 両手のひらを重ねて、
 脊椎の上を臀部まで五点、各
 二回ずつ静かに押します。押
 すといっても、力を入れるの
 ではなく、体重をかけていく
 のです。
 ⑤ 肩から肘まで、両
 手のひらを大きくひろげて、
 三回さすりませす。
 ⑥ 肩から脊椎の横を腰ま
 で、絞るように両手のひらで
 さすりませす。
 ⑦ 両手のひらを重ねて、
 大腿部を三回、静かに押しま
 す。(静かに押すということは、
 漸増漸減の力の加わり方をい
 い、これが四秒ずつのリズム
 になれば理想的です)
 ⑧ 心くらはぎのところに
 三点、押します。
 ⑨ 足のうらに三回、両方
 の親指で同時に押します。



⑤ ⑥ 臀部を左から右へ、
 右から左へと、両手のひらで
 大きくころがすようにします。
 ⑦ 両手のひらを重ねて、
 大腿部を三回、静かに押しま
 す。(静かに押すということは、
 漸増漸減の力の加わり方をい
 い、これが四秒ずつのリズム
 になれば理想的です)
 ⑧ 心くらはぎのところに
 三点、押します。
 ⑨ 足のうらに三回、両方
 の親指で同時に押します。
 ここまでの手法は、手のひ
 らでなでたり、両手のひらで
 押したりするだけの簡単なテ
 クニックですが、目的は三つ
 あります。
 ひとつは湯や汗のぬれを取
 り去ること。ふたつは、やさ
 しくなでたり、押ししたりす
 ることによって、お客さまの心
 をやわらげること。そして、
 最後に身体の緊張をほぐすこ
 と。
 つまり、これからはじまる
 オイルマッサージを、より効
 果的にするための、導入段階
 での重要なポイントである、
 ということです。
 (つづく)

前者は最近、計画的なロッ
 カー荒らし、あるいは偽装に
 よる損害、傷害で補償を要求
 する等の研究されたというが、
 新手法というが執拗にしてい
 ノ手コノ手を用いる巧妙な手
 口による被害者が二、三の数
 ではあるが、都内各地に出で
 きたことは、協会としても最
 早、見過ごすことは出来ませ
 ん。大義名分の上からも率先
 して業界に警告する立場にあ
 ると感じ、警視庁防犯部より
 講師を招へいし、この種犯罪
 の諸スタイルの数々と、その
 防止法の要点を詳細に説明し
 て頂き、被害撲滅の灯台に点
 火した。また、AUI保険会
 社からは永久保課長のお出で



大勢が参加した防犯講演会

その二は、「盗難および火
 害の予防と対策について」。そ
 の二は、トレーナー普通科講
 習会であります。

盗難予防講演会と
 トレーナー講習会

東京

を頂き、各営業店の賠償責任
 の有無と限界、そして補償額
 の明細などを、スライドを使
 用して解説した。
 「ちなみに都内における
 犯罪者が強要した例を二、三
 抄出すれば――
 「他店では〇〇円出したが
 ー」俺は区会議員だ」道義的
 責任としていくら出すか」等
 の言いがかりとともに、切っ
 れた指の無い手をチラつかせ
 る――一日に電話と訪問等で
 四、五回いやがらせをする等
 々の報告があった――。
 以上の例から見るとあり、
 他店を比較に出す点などを考
 慮して、業界は大同団結して
 これを防止すべく、他店でそ
 のようにはずすは、ないとい
 信を各店に植えつけるため
 も、この講演会には都協会と
 しては、会員、非会員を問わ
 ず出席を乞うた上、各店が一
 致した態度で対処するために
 も、会費を無料としてこの会
 を挙行政した。



フレッシュな美しさ。
 ドイツの自然が創り出したエステティックのエッセンス
 銀の泡風呂 レモンの香り
ピノポン/マッサージオイル
 業務用 1,000ml. 業務用 1,000ml.



●お問合せお申込みは…… 日本ピノー社 ☎(03)265-3702 東京都千代田区麹町4-2-12 麹町リバー

"Kiitos Sauna"
いい汗、スポーツ感覚。

本場フィンランド生まれのメトスサウナ
 堅牢で安全。「メトス」はサウナの代名詞。ヨーロッパやアメリカ、
 そして日本でもサウナの主流はメトス。「いいものだけを残してい
 きたい」。これがメトスの姿勢です。

metos SAUNA 中山産業株式会社
 家庭用から業務用まで
サウナはメトス
 本社 東京都中央区豊洲3-11-5(豊洲中山ビル) 〒104 TEL.(03)542-0311(代)
 大阪支社 大阪市大淀区中津1-18-18(若杉ビル) 〒531 TEL.(06)375-1751(代)
 札幌営業所 札幌市中央区北5条西19丁目(コービル) 〒060 TEL.(011)541-9269(代)

専門サウナ事業へ

脱皮図るサウナ業

業種別動向調査報告書から

第1章 調査概要

1、調査目的

中小企業事業団情報調査部 (中小企業情報センター)では、中小企業分野における最近の注目業種や、情報が不十分な業種の中から調査ニーズの高い業種を選び、毎年度「業種別動向調査」として調査を実施している。

本年度は、その一環として、これまで業界実態が必ずしも明らかにされたとはいえない「サウナぶる業」をとりあげ、業界の構造、経営実態、現状の問題点を明らかにすることにより、中小企業関係指導・情報機関、関係業界に対して参考資料を提供することを目的として、調査を計画・実施した。

3、調査方法

(1) アンケート調査

サウナぶる業(公衆浴場法に基づき特殊公衆浴場の営業許可を受けて業を営む者、以下、本報告書において「サウナ業」という)の経営実態、現状の問題点、今後の対応方向を明らかにするため、日本サウナ協会加盟の事務所及びアウトサイダーの事業所に対して、アンケート調査を実施した。

2、調査体制

本調査は、中小企業事業団情報調査部経営調査課が、企画、運営、とりまとめを行った。その際、下記委員による検討会を設置し、調査内容・方法、調査票の設計、分析結果等の調査に係る基本的事項についての検討を行い、調査結果の充実を図った。なお、専門委員には、インタビュー調査の実施、調査結果のダイジェスト版原稿の作成も分担していただいた。

地域別回収状況は次表のとおりである。

Table with 7 columns: 北海道, 東北・関東, 中部, 近畿, 中国・四国, 九州, 合計. Rows: 調査対象数, 有効回収数, 有効回収率.

(注) 地域区分は次のとおり。

北海道...北海道 東北・関東...青森県、岩手県、宮城県、茨城県、栃木県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、長野県、新潟県、静岡県 中部...富山県、岐阜県、愛知県、三重県 近畿...滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県 中国・四国...島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、高知県

9

州...福岡県、長崎県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

②調査時期 調査票発送 昭和五十八年十月七日 調査票回収 昭和五十八年十一月十四日

②調査内容 ○事業所概要(企業形態、資本金、開業時期、従業者数、施設面積、立地、その他) ○設備の状況 ○年間総売上高(五十七年度)

○損益状況及び対策 ○営業時間 ○入場者の動向 ○入場料金 ○定期的催事 ○従業員の募集方法及び確保対策 ○社員教育 ○競合店の状況 ○経営上の問題点 ○経営政策 ○その他

(2) インタビュー調査 アンケート調査を補足する意味で、個別企業二三社に対して訪問インタビュー調査を実施した。

①調査対象 ○サウナ業者 二二社 (東日本一〇社、西日本二社) ○サウナ機器販売業者 二社 (東京)

②調査時期 昭和五十八年十月〜十一月

③調査内容 △サウナ業者▽ ○事業所概要

第2章 サウナ業の概要

1、サウナ業の定義

(1) 公衆浴場法による定義 サウナ業は、公衆浴場業の一種で、これを営もうとする者は、「公衆浴場法」(昭和二十三年七月十二日・法律第一三九号)第二条第一項の規定により、都道府県知事の許可を受けなければならない。許可申請に当たっては、「公衆浴場法施行規則」(昭和二十三年七月二十四日・厚生省令第二十七号)第一条の規定により、次のような事項を記載した申請書を提出することになっている。

①普通公衆浴場(白湯を使用し、男女各一室に同時に多人を入浴させる公衆浴場) ②特殊公衆浴場(普通公衆浴場以外の公衆浴場で、次の四種類にわかれる) A、個室を設け、熱気等による入浴設備を有するもの(個室付浴場等) B、熱気、砂等による入浴設備を有し、男女別または男子用もしくは女子用の各一室に同時に多人を入浴させることができるもの(サウナぶる等) C、白湯、温泉等を使用し、男女別または男子用もしくは女子用の各一浴室に同時に多人を入浴させる公衆浴場で保養または休養のために付帯施設を有するもの(ヘルスセンター等) D、温泉または薬湯等白湯以外の湯水を使用し、病氣療養を目的とするもの

七五六 特殊浴場業 薬治、美容など特殊な効果を目的として公衆または特定多数を対象として入浴させる事業所をいう。 ○トルコぶる業・温泉浴場業・蒸しぶる業・砂湯業・サウナぶる業・鉱泉浴

(3) 日本サウナ協会の定義 日本サウナ協会では、次のように定義している。

サウナとは、熱気、空気浴、蒸気浴をして発汗させ、体内の老廃物を排泄し、新陳代謝を促し、健康に寄与するもの。

(2) 日本におけるサウナの歴史 日本で最初にサウナの看板を掲げたのは「東京温泉」で、昭和三十三年のことである。

創始者の許斐氏利氏はメルボルンオリンピック大会(昭和三十一年)に射撃の選手として出場。当時フィンランドは陸上競技の長距離王国であった。名ランナー「ヌルミ、リトラ」などがサウナを営んでいた。

昭和五十八年十月〜十一月

△サウナ業者▽

○事業所概要

昭和五十八年十月〜十一月

△サウナ業者▽

○事業所概要

昭和五十八年十月〜十一月

△サウナ業者▽

○事業所概要

Real Gold advertisement with image of a bottle and text: 飲みごたえある 140ml Real Gold ビタミン入り栄養飲料 リアルゴールド Real Gold 販売: コカ・コーラボトラーズ

サウナの発祥の定説はない。しかし現在利用されているサウナ風呂の原形はフィンランドサウナに見られる。乾燥したローマ風呂(高温乾燥サウナ)と湿り気のあるロシア風呂(蒸気サウナ)の両面をもつフィンランドサウナは約二〇〇年前に生まれた。フィンランドサウナは、寒さの厳しい北欧で、疲れをいやし、暖をとることを目的としている。また、フィンランドサウナは穀物を貯蔵したり、肉をくん製したり、網を乾燥するなど家庭生活のあらゆることに利用した。フィンランド人にとってサウナは、生活の重要な一部分となっている。

2、サウナの歴史 (1) サウナの発祥

ウナ愛好家であることから同氏はサウナに注目した。そしてサウナを大衆に利用できるようにし日本におけるサウナの先駆者となった。創設時の東京温泉の施設は一人用と二人用に分かれ、普通浴槽と温泉形式から成り立っていた。当初のサウナの目的は「健康管理と社交場」であった。

(東京・ビジネス街立地、ロッカー三三〇台)

サウナが日本に定着する契機となったのは、昭和三十九年の東京オリンピックからである。フィンランドの選手村にサウナが設けられ、一部の人たちに注目されて、サウナの開業もふえてきた。東京オリンピック以後、昭和四十年代は三年で倍増というペースで増加し隆盛を極め、ピーク時の事業所数は三、〇〇〇店とも四、〇〇〇店ともいわれている。しかし、オイルショック以降昭和五十年代は不況に見舞われ廃業に追い込まれる業者も出た。現在サウナ業者の数は微増もしくは横ばいという状況である。

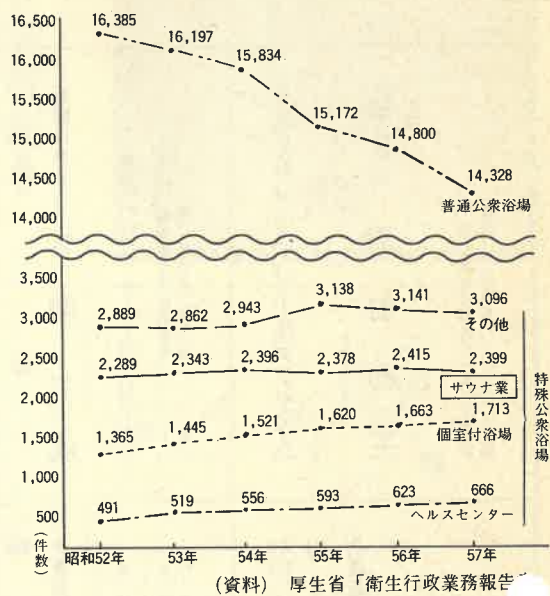
サウナは次のように三種類に大別される。

- 湿った蒸気で全身をあたためるもの(いわゆる「蒸し風呂」といわれるもの)
- 高い温度(一〇〇度前後)の乾いた熱気を用いるもの
- 遠赤外線ヒーターを使ったもの(赤外線の中でも波長の長い一・五・六・一〇〇〇ミクロン・遠赤外線を熱源としたサウナ)

いずれも発汗を促進する作用があり、その効用としては、血液循環をよくし、全身の組織に酸素、栄養素などを供給

サウナへの参加率(過去一年間に一回でもサウナへ行ったことのある人の割合)は、

図2-1 私营公共浴場営業許可件数の推移



し、疲労物質を排泄し、神経の調節作用まで促進するといわれている。

4、サウナ業の営業許可件数

厚生省の「衛生行政業務報告書」によると、昭和五十二年二、二八九事業所、五十二年二、三四三事業所、五十四年二、三九六事業所、五十五年二、三七八事業所、五十六年二、四一五事業所、五十七年二、三九九事業所と、五年間で一〇事業所増加しているが、ほぼ横ばいの傾向にあるといえる。

3、サウナの種類

サウナは次のように三種類に大別される。

- 湿った蒸気で全身をあたためるもの(いわゆる「蒸し風呂」といわれるもの)
- 高い温度(一〇〇度前後)の乾いた熱気を用いるもの
- 遠赤外線ヒーターを使ったもの(赤外線の中でも波長の長い一・五・六・一〇〇〇ミクロン・遠赤外線を熱源としたサウナ)

いずれも発汗を促進する作用があり、その効用としては、血液循環をよくし、全身の組織に酸素、栄養素などを供給

5、サウナの利用動向

日本においてサウナは人々のどの程度利用されているのだろうか。以下、「余暇需要に関する調査研究(財)余暇開発センター」により述べてみることにしたい。

(1) サウナへの参加率

サウナへの参加率(過去一年間に一回でもサウナへ行ったことのある人の割合)は、

表2-1 余暇活動参加率の推移 (過去1年間に1回でも経験のある人の割合)

	47年	51年	54年	57年
サウナ	25.8	10.2	9.3	8.8
ゲームセンター	32.3	13.3	16.2	22.0
パチンコ	50.4	35.7	27.6	34.0
体操(器具を使わないもの)	27.2	10.1	38.5	42.2
トレーニング(器具を使うもの)	5.4	2.3	21.7	12.1
ジョギング・マラソン	12.5	6.9	23.4	28.5

資料：「余暇需要に関する調査研究」(財)余暇開発センター

注：調査対象は全国の15歳以上の男女3,000人

(2) サウナの活動回数 (入場回数)

サウナの活動回数(サウナに行ったことのある人の一年間の平均入場回数)は、昭和四十七年九・五回(月に〇・八回)、五十四年七・三回(月に〇・六回)、五十七年一〇・四回(月に〇・九回)、オイルショック以前と以後とは、活動回数にさしたる変化はみられない。

他の余暇活動についてみると、「パチンコ」が若干増加し、「ゲームセンター」、「体操」、「トレーニング」、「ジョギング・マラソン」は大幅に活動回数が増加している。(表2-2)

表2-2 余暇活動平均活動回数の推移 (1年間の経験回数の平均)

	47年	51年	54年	57年
サウナ	9.5	9.3	7.3	10.4
ゲームセンター	5.5	7.1	13.4	14.9
パチンコ	16.0	18.2	18.9	20.5
体操(器具を使わないもの)	18.6	28.3	52.6	60
トレーニング(器具を使うもの)	18.1	26.5	53.7	47
ジョギング・マラソン	9.4	16.3	36.4	39.7

(資料) 表2-1に同じ。

は、いわゆる平均客単価とほぼ一致するものと思われる。

また、推計消費規模二、〇五四億円を営業許可件数(二、三九九事業所)で割ると約八、五六〇万円となる。これは、一事業所(店舗)当たりの業界全体の平均売上高とほぼ一致するものと思われる。一事業所当たりの平均一日入場者数は、約一〇〇人と推計される(八一〇万人÷二、三九九事業所÷三六五日)。

後述のように、本調査結果では客単価等の数値がかなり大きくなっているが、これは回答事業所に比較的優良企業が多く含まれているためと思われる。

6、サウナ機器販売業者の概要

サウナ機器用途別に分類すると次のようになる。

(1) 業務用サウナ

① サウナ専用業者用サウナ
② 付帯施設としてのサウナ
③ 家庭用サウナ

(2) 家庭用サウナ

大別すると「業務用サウナ」と「家庭用サウナ」に分かれる。「業務用サウナ」には、サウナ業者が主要設備として設置するものとサウナ業者以外の業者等(ホテル、アスレチッククラブなど)が付帯施設として設置するものがある。

(3) 業務用サウナ

① サウナ専用業者用サウナ
② 付帯施設としてのサウナ
③ 家庭用サウナ

④ 四、五年前からブームになり、現在ではサウナ機器の発注件数の約五〇%も占めている。発注件数の年伸び率は約三〇%となっている。

(前出)東京・サウナ機器販売業者)

「家庭用サウナ」は、個人の住宅に設置するものである。

業務用サウナにおける当社のシェアは五〇%を上回っている。東京地区だけでいえば約七〇%に達している。

(東京・サウナ機器の輸入、販売、企画施工業者)

上記業者の売上動向が、日本のサウナ機器の売上動向に大きく影響しているものと考

えられる。同社へのインタビューによると、サウナ機器の販売状況は以下のとおりである。

は、サウナ業の営業許可件数の横ばい傾向を反映してか横ばい状況にあり、サウナ機器発注件数の約一〇%を占めるにすぎないが、「付帯施設としてのサウナ」の発注件数は大幅に伸びている。

「家庭用サウナ」は「付帯施設としてのサウナ」と同様に、発注件数が大幅に伸びており、今やサウナ機器発注件数の約半数を占めるに至っている。

「家庭用サウナ」の市場は、前出の業者と家庭用サウナ業者の二社の独占状態にある。

家庭用サウナ販売業者へのインタビューによると「家庭用サウナ」の販売動向は以下の通りである。

家庭用サウナは二十年ぐらいた前から発売しているが、現在ではサウナ愛好家には売りつくしたという感じを持っている。

最近では、ターゲットを医者、自営業者などの高所得層から一般サラリーマンへ移しつつある。

(東京・家庭用サウナ販売業者)

このように、サウナ機器の発注件数をみると、「サウナ専用業者用のサウナ」の発注件数

カプセルホテルに変身。
(サウナ) + (カプセルベッド)

サウナにカプセルベッドをプラス。これでも立派なカプセルホテルです。

●人手がいらない●収益性が高い、などの合理的な新ホテル業。いま、あなたは、その経営の最短距離にいます。
※全国30数カ所のホテルに5,000台納入。
カプセルベッドは、コトブキ。お問い合わせは下記へ。

コトブキ
第2事業部第2課/〒105 東京都港区浜松町1-14-5 ☎03(434)4301
大阪支店/〒532 大阪市淀川区西宮原1-4-11 ☎06(396)5111

ひと汗流したら、**アルギンズ**

「アルギンズ」は味の素KKのアルギニン入り健康ドリンク。人間の体に欠かせないタンパク質を構成するアミノ酸のひとつ、アルギニンが主成分です。

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。

残暑お見舞申し上げます

〈順不同〉

<p>株式会社 ソファイア中村チェーン サウナ サツポロ</p> <p>代表取締役 長 中村 揚一</p> <p>札幌市中央区北五西五 センチュリールホテル二階 電話(〇一一)二八三二二五</p>	<p>サウナセンター大泉 ラドン&サウナ東泉</p> <p>取締役社長 吉田 二三雄</p> <p>〒110 東京都台東区東上野六十一番一八 東京(〇三)八四五七五</p>	<p>株式会社 ニュージャパン</p> <p>代表取締役 綾 猛</p> <p>広島市中区兼研堀八一八 電話(〇八二)二四三〇二七</p>	<p>宮崎県サウナ協会</p> <p>会長 坂東 英保</p> <p>〒880 宮崎市橋通東五十四一四 宮崎第一ホテル 第一メゾサウナ内 電話(〇九五)二四一八五〇(代表)</p>	<p>西鉄興業株式会社</p> <p>取締役社長 吉開 一成</p> <p>西新パレスサウナクール</p> <p>〒814 福岡市早良区西新町二一〇一 電話(〇九九二)八四二二二五</p>	<p>有限会社 サウナゴールデンタイム</p> <p>代表取締役 深田 初王</p> <p>〒700 高松市瓦町二丁目二番九号 電話(〇八七)三三三三三三</p>
<p>株式会社 ジャパンニューアルファ ジャパンニューファミリー</p> <p>代表取締役 小巻 公平</p> <p>本社 神奈川県藤沢市藤井野二一四 電話(〇四六)八二九八二一(代) ファミリー 神奈川県相模原市相模原七一一〇 電話(〇四二)五九九四八二(代)</p>	<p>有限会社 加藤商事 サウナ天野</p> <p>代表取締役 滝原 勲</p> <p>大阪市北区堂島一丁目二五五番野ビル 電話(〇六)三三三三三三(代)</p>	<p>株式会社 ヤマト</p> <p>代表取締役 米田 利勝</p> <p>本社 神戸市中央区下山手通二丁目二番十号 電話神戸(〇七)三三三三三三(代)</p>	<p>株式会社 ヤマト</p> <p>代表取締役 米田 利勝</p> <p>〒650 神戸市中央区下山手通二丁目二番十号 電話神戸(〇七)三三三三三三(代)</p>	<p>東洋八興株式会社</p> <p>代表取締役 千原 通禮</p> <p>事務所 〒700 岡山市駅前町一丁目二四〇 電話 〇八六二二二五 六〇〇四 サウナ 〒700 岡山市駅前町一丁目二七 ハリウッド 電話 〇八六二二二五 二一八八</p>	<p>株式会社 ニューアルファ サウナ サツポロ</p> <p>代表取締役 岩崎 峰雄 有賀 多喜雄</p> <p>本社 東京都新宿区四谷三丁目 事業部 東京都世田谷区六丁目二 電話(〇三)七〇二五五五</p>
<p>中山産業株式会社</p> <p>取締役社長 長田 武</p> <p>〒104 東京都中央区銀座三丁目十一番五号 電話(〇三)五四一〇三三二(代表)</p>	<p>商都出版印刷株式会社</p> <p>代表取締役 藤井 修一</p> <p>〒550 大阪市西区北堀江二丁目十二番十八号 電話(〇六)五三三三一四三二(代)</p>	<p>九州サウナ協会</p> <p>▽カスタームサウナ(2ページ) カスタームプラザ(株)はカスタム サービス(株)に ▽東京都サウナ協会 ▽サウナかわい(3ページ) (南かわいは(南)川井商會に ▽サウナクリンナップ(3ページ) ▽サウナクリンナップ(3ページ) はサウナクリンナップ</p> <p>▽九州サウナ協会 ▽サウナファイブ(21ページ) 日産産業(株)は(南)日産産業に ▽宮崎県サウナ協会 ▽サウナキャッスル(24ページ) ▽サウナキャッスルは(南)キャッスルに</p> <p>(ページ数は全国会員名簿)</p>			

残暑お見舞申し上げます

社名(50音順)	所在地・電話	営業内容
新朝日興産株式会社	〒550 大阪市西区北堀江1丁目12-15 山田ビル内 ☎06(531)1061	石油製品販売
旭商事株式会社	〒533 大阪市東淀川区豊島5-8-22 ☎06(329)5181	サウナ用タオル製品全般
株式会社 大阪読売広告社	〒530 大阪市北区角田町1番1号 東阪急ビル内 ☎06(313)1321	新聞・テレビ・ラジオ・チラシ 雑誌等広告及び企画
おせ商店	〒530 大阪市北区茶屋町8-2 ☎06(372)4981	サウナ用品全般
キンキ食販株式会社	〒532 大阪市淀川区木川西2丁目7番4号 ☎06(302)2241	タケダスポーツドリンク
クローバー石鹸株式会社	〒537 大阪市東成区神路2丁目1番4号 ☎06(981)7037	化粧石鹸製造
株式会社 コスモメディカルシステムズ	〒532 大阪市淀川区宮原4-4-64 新大阪千代田ビル9F ☎06(396)0601(代)	ラドン温泉専門メーカー
島昭服装商事(株)	〒540 大阪市東区森ノ宮中央1丁目25-7 ☎06(942)5207(代)	会社制服・別注専門企画
秀和産業株式会社	〒550 大阪市西区南堀江1-11-9 第2好陽ビル ☎06(541)0856(代)	噴水設計施工・FRP造型販売
株式会社 新通	〒550 大阪市西区西本町1丁目5番8号 ☎06(532)1682	新聞・テレビ・ラジオ・チラシ 雑誌等広告及び企画
株式会社 大信百貨	〒556 大阪市浪速区日本橋東3丁目8-11(大信百貨ビル) ☎06(633)2395(代)	業務用日用品・総合卸商社
株式会社 ザーエム建設	〒558 大阪市住吉区万代東1丁目2-24 ☎06(693)2601~2	一般建設業
中谷尚美堂	〒570 守口市大久保町5丁目62の4 ☎06(903)7234	サウナ用品全般・洗浄機
中山産業株式会社	〒531 大阪市大淀区中津1丁目18-18(若杉ビル) ☎06(375)1751	サウナ及びラジウム設備
日本生化学株式会社	〒550 大阪市西区京町堀1-17-9(マルエイビル) ☎06(443)1831(代)	酵素浴剤・酵素飲料
(有)ファースト産業	〒530 大阪市北区天神橋3丁目1番28号 ☎06(358)3363	サウナ用品全般
福助石鹸株式会社	〒542 大阪市南区道頓堀2丁目3-19 ☎06(211)4420	サウナ用品全般
不二工芸株式会社	〒542 大阪市南区難波千日前5-9 ☎06(633)2002	店舗装備 ディスプレイ・POP
山田タオル株式会社	〒540 大阪市東区玉造1丁目18番5号 ☎06(762)0724	サウナ用タオル全般製品

関西サウナ協会指定協力店会

〒542 大阪市南区道頓堀2丁目4-6 三光ビル
日本サウナ協会内
関西サウナ協会指定協力店会(指協協)

- ### 新規加盟店
- 〔九州サウナ協会〕
▽グランドキャッスルサウナ
(代表:吉元正夫氏)
那覇市首里山川町一丁目132-1
▽ハービーニューサウナ
(代表:竹内十三郎氏)
那覇市泉崎2丁目46
 - 〔北海道サウナ協会〕
▽函館スカイサウナ
(代表:本間一郎氏)
札幌市北區東1丁目
 - 〔愛知県サウナ協会〕
▽サウナナチュセ(9ページ)
 - 〔宮崎県サウナ協会〕
▽サウナキャッスル(24ページ)
- ### 会員名簿訂正
- 〔北海道サウナ協会〕
▽サウナローヤル(1ページ)
(株)杉森ビルは杉森ビル(株)に
▽ロイヤルパレス(1ページ)は
 - 〔九州サウナ協会〕
▽カスタームサウナ(2ページ)
カスタームプラザ(株)はカスタム
サービス(株)に
 - 〔東京都サウナ協会〕
▽サウナかわい(3ページ)
(南かわいは(南)川井商會に
 - 〔サウナクリンナップ(3ページ)〕
▽サウナクリンナップ(3ページ)
はサウナクリンナップ
 - 〔九州サウナ協会〕
▽サウナファイブ(21ページ)
日産産業(株)は(南)日産産業に
 - 〔宮崎県サウナ協会〕
▽サウナキャッスル(24ページ)
 - ▽サウナキャッスルは(南)キャッスルに



諸懸案を理事会で審議

日本サウナ協会

日本サウナ協会理事会は、七月二十六日午後一時から大阪・ミナミのチャコール三階会議室で開かれ、十五名が出席した。(委任状十五名)

はじめに中野会長からあいさつがあり、企画委員会が起草された議題にもついで審議された。

(1)特別会員制度実施については大阪読売広告社の植島氏が、サンプルを示しながら詳細に説明し、いよいよ実行段階に移った。各県協会が二カ月ごとに集計して集金し、初年度は十四カ月を有効期間として十一月末締め切りとすることにした。さしあたっては各店の承諾書をとることで合意した。

(2)業界アンケート実施については浜田事務局長から「業界が悩んでいる問題をアンケートによって把握し、今後の運営に反映して協会の柱としたい」と主旨が明確にされ、八月中旬に配布し、九月末までに各県協会がまとめて回収することに決まった。アンケート結果については、小冊子にまとめて配布するよう中野会長から提案があった。なお山田副会長からは毎年三月七日を「サウナの日」として各県協会で作成し制作し販促を強化したいと提案された。

(3)第五回「全国サウナ祭」については、テーマを「今、ビジネス社会は健康序列」とし、景品はクラリオンのカラ



暑さを忘れて討議する理事会

以上で懸案事項はすべて審議を終わり、特別会員制度と業界アンケートを直ちに実行に移し、サウナ祭を盛り上げることになった。

犬山でプロック協会開催

新役員人事決まる

九州

五月十日、九州プロック役員会で決定された本年度総会プロックとして、本年度の最重要課題として事業を推進していく事業計画と収支予算を可決、

1、全国的なサウナの啓蒙を高めよう、

2、有機的経営計数管理体制を培う、

3、各級研究会講習会を開催し、進んで参加しよう

五月十日、九州プロック役員会で決定された本年度総会プロックとして、本年度の最重要課題として事業を推進していく事業計画と収支予算を可決、

1、全国的なサウナの啓蒙を高めよう、

2、有機的経営計数管理体制を培う、

3、各級研究会講習会を開催し、進んで参加しよう

特に沖縄協会堀口副会長がサウナ祭のPRと機関紙を広く顧客にも読んで楽しめる

北陸支部設置へ

石川、富山両県を歴訪

日本サウナ協会の副島組織委員と浜田事務局長は七月三十一日、八月一日の両日、石川、富山支部設立準備のため両県を歴訪した。金沢では「サウナオロラ」の木下支配人、石川支部設置について話し合った。一方、富山県小杉町にオーブンした「エバラレジャータウン」の開店祝賀パーティーに参列、磯雅彦副社長、写真に祝詞を申し述べ、諸橋所長、栗原支配人を交えて懇談した。



石川支部設置準備のため両県を歴訪した。

九州協会を見学 交流親善を高める

関西

関西サウナ協会の中野幸雄会長、辻野建市副会長、洪勝信理事、島本副会長代理の新村典喜氏、浜田行徳事務局長一行が、七月十二日に開催された九州サウナ協会福岡支部の七月度定例会議を現地見学した。

会場の西新パレス玄関前に「歓迎 日本サウナ協会関西支部様」の看板が立てられ、午後二時から三階の会議室で中村宇宏福岡支部長が議長となり、議事が進められた。約二十人の出席者が熱心に討議し、交流の成果が大いに高められた。



九州協会を見学した。

企画委員会ひらく

中野会長も出席

日本サウナ協会の企画委員会は七月十六日、協会本部の会議室で開かれ、中野会長を議長として開かれた。

- | | |
|------|--------|
| 会長 | 山田 淳雄 |
| 副会長 | 藤田 智之 |
| 理事 | 坂本 兼明 |
| 理事 | 安谷屋 英保 |
| 理事 | 坂東 宇宏 |
| 顧問 | 中村 宇宏 |
| 顧問 | 久保 晴義 |
| 顧問 | 高野 佐久生 |
| 顧問 | 佐野 義実 |
| 事務局長 | 落合 實 |
| 事務局長 | 渡辺 豊 |
| 副会長 | 緒方 吉光 |
| 副会長 | 黒田 章 |
| 会計監査 | 黒田 章 |

たばこのサービス全廃

宮崎県協会総会で決議

宮崎県サウナ協会は、七月十三日(金)に第四回定時総会を宮崎第一ホテルにおいて開催した。

昭和三十九年度事業計画案、収支予算案の審議を行った。新年度の役員選挙の結果、現役員全員が留任となった。

昭和三十九年度事業報告、収支決算報告

たばこのサービス全廃

たばこの経費相当分はサウナ人口拡大のための広報に、または設備の改善等に有効に使用することとした。

災害時の誘導訓練

合同懇親会も併催

神奈川



サウナで気分スッキリ、汗の濁きにCアップ。

ビタミンCがレモン46個分

スポーツドリンク タケダ

サウナの御繁栄は ゆったりムードから



リクライニングチェア(油圧式)
サイドテーブル
仮眠ベッド(油圧式)

(サウナ用)
ガウン、パンツ
バスタオル、フェースタオル
(名入れ織込み)
タオルケット、毛布
サウナ室マット

(カプセル用)
マット、マクラ、パッド
毛布、シーツ、毛布カバー
ピロケース、ガウン
バスタオル、フェースタオル

K.K. ジャクラン商事

〒130 東京都墨田区緑1-2-13 ☎ 03-635-1321

新発売 高麗人蔘・Dドリンク

●生人蔘根入り (120ml)



あなたはもう試されましたか

本物の高麗生人蔘入りはこれだけ

類似品にご注意下さい

韓国専売 特別認可品

サウナのあとの1本で活カアップ!!

(輸入元) 株式会社 コスモ

本社 大阪市淀川区宮原4-4-64
新大阪千代田ビル9F ☎532
☎(06) 395-2823 (代)
営業所 東京都目黒区目黒1-3-16
プレジデント目黒902 ☎153
☎(03) 494-0661 (代)



SAUNA

8月/98号

発行所 日本サウナ協会広報委員会
〒大阪06 (211) 0463 (直)
〒542 大阪市南区道頓堀2-4-6 (三光ビル)

《暮らしの百科》 炎天の八月、無帽は禁物

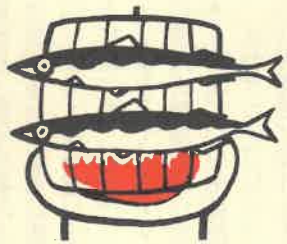
●防災の日

九月一日は「防災の日」。大正十二年のこの日、関東一円を襲った大地震はマグニチュード七・九。七十万余戸の家屋を全半壊焼失させ、十四万二千人の死者、行方不明者を出す大被害を与えて首都圏を壊滅させてしまいました。市中に残ったのは土蔵と当時はまだ珍しかった鉄筋コンクリートの建物だけ。明治の文明開化のシンボルだったレンガ造りの建物もその大半が倒壊したといわれます。この関東大震災のいましめとして昭和三十五年から制定されたのが「防災の日」です。地震、台風、高潮、大火など災害は忘れたころにやってくる。非常持

●病見舞

七日は白露。しらつゆのよるに見える秋のものが立ちこめる季節です。残暑の九月とはいえ、空には罽雲が湧き

ち出し袋の中身の点検、家族数の防災頭巾、避難場所、避難経路を家族全員で話し合い、カギツ子のいる家庭などでは実際に訓練をして覚悟をさせておくことです。



で、花屋の店先にはリンドウやキキョウの紫が出揃って、一日と秋色が濃くなってゆきます。今年の夏ももう終わり、ほっとひと息といったことの頃に例年多くなるのが病人です。夏の暑さ疲れからくる発病です。入院の見舞は花とくどものが通り相場ですが、日本式のガーゼの寝間着(手術後の治療にジャマは向き)やタオルがけ、数人集まってナイトガウンをおくるなども季節の変わり目だけに喜ばれます。

●重陽

九日は五節句の一つ「重陽」。菊の花を浮かべた酒を飲み、



●物相型

キノコめしや栗ごはんなどは秋はたき込みごはんがおいしい季節。せつかくの彩りをいかして、たまには型で抜いて漆器の器に盛って出すとさらに趣が深まります。この抜き型を物相型といい、マツ、ウメ、タケ、イチヨウ、モミジなどさまざまなデザインがあります。最近では樹脂製やアルミ製もふえていますが、抜いた型がすっきりときまるのはやはり古くからある木製です。春のサクラ、秋のモミジ、誕生日やお祝いにはマツ、といったぐあいに使い分けられるのも日本の味ならではのゆかしさです。

デイスプレイ歳時記

《花》りんどう(ふよう)

《誕生石》サファイア(誠実・徳望)

《マンスリー・カラー》クリーム・黄



1日	二百十日、防災の日	4日	敦賀気比祭
2日	上弦	8日	太田香電開山忌
7日	白露	11日	東京芝神明しょうが市
9日	重陽	13日	白河提灯祭
10日	十五夜	15日	京都石清水祭
15日	敬老の日	16日	鎌倉鶴岡八幡宮やぶさめ
18日	下弦	18日	子規忌、岩手水沢駒形祭
20日	彼岸入り、動物愛護週		
23日	秋分、彼岸中日	27日	小田原道了尊厳祭

●十五夜

十日は中秋の名月「十五夜」です。旧暦では七、八、九月を秋の季とし、七月を初秋、八月を中秋、九月を晩秋と呼びます。現在の九月は旧暦なら八月、そこで「中秋の名月」というわけですが。十五夜は「良夜」「芋名月」ともいわれ、この夜が曇ったり月が出ないのを「無月」「雨月」といって惜



しみます。はて今年の名月はいかがなりましょうや。

SUN SUN
燦々。ドイツから。

weinsberger solarien

限りなく太陽に近い
室内日光浴器

ソラリオン

〈ソラリオン〉は世界でもっとも医学が発達・普及しているドイツで生まれ、世界各国でその効能が注目されている「室内日光浴器」で、紫外線と赤外線との組み合わせにより、太陽に限りなく近い光線を屋内で手軽に得ることが出来ます。従って、従来の短時間に肌を焼くことを目的とした日焼け器とはちがひ、限りなく太陽に近い光線をつくりだすことにより、太陽が人間に与える物理的、心理的効果を得ようとする装置であり、すでに西ドイツのカールスルーエ大学、ミュンヘン大学、オーストリアのウィーン大学などで健康医学的な数多くの効果が確認されています。



器具販売(ハード)だけでなく
設計・運営に関する総合企画(ソフト)までお手伝い。
それがクライスです。

クライス

本社: 〒610-11 京都市西京区大原野東境谷町2丁目5番9 センタービル505
TEL: (075) 332-6911代 FAX: (075) 332-7533 TEL-EX: 5422305