



SAUNA

12月/162号

発行所 日本サウナ協会総務部会
大阪06 (211) 0463 (直)
〒542 大阪市中央区道頓堀2-4-6 (三光ビル)

初のアジアフォーラムを計画!! 平成二年度(第16回) 全国総会は六月上旬長島温泉で開催

十一月十四日(火)名古屋で開催された日本サウナ協会の常務理事会および国際会議実行委員会で、第16回全国総会(平成二年度総会)は、来年六月上旬に三重県桑名郡長島町の長島温泉「ホテル花木」を会場に予定。同総会で初のアジア・サウナ・フォーラム(仮称)を開催する計画が決まった。また、国際サウナ会議については、参加国を一応十カ国と確認のうえ、今後さらに折衝して具体的に詰めることになった。

国際会議招待は10カ国に

会議は同日午後二時から名古屋市中区栄三のプリンスガーデンホテルで開催され、米田専務理事をはじめ全国から二十二名が出席。このうち地元愛知県協会から同協会理事七名が加わった。

- ① アイソロ会長からの返信報告と対処について。
- ② 国際会議の企画、PR、スポンサー募集について。
- ③ アジアフォーラム開催に伴う、近隣諸国サウナ業者への呼びかけ。
- ④ アジアフォーラムおよび



国際会議開催に伴う、担当部会の編成について。

- ⑤ 会員拡大、十月度成果報告について。
- ⑥ 平成二年度予算案について。
- ⑦ 全国サウナ祭終了報告と反省について。
- ⑧ その他



米田専務理事が議長を務めて、各議題の検討、審議が行われた。

会員拡大を総力でぜひ達成しよう

日本サウナ協会組織部会長 松村 好兼

年の瀬に向かって、本年の悼尾を飾るべく、業界の皆さまも追い込みの時期。ご多忙の事と思います。当協会も来年こそは法人化

つきましては、勧誘の折に返ってくる言葉に「入会後のメリットは？」と大半の方から聞かれます。この折、どうぞ次のようなプラスがあります。

- ① 情報時代を先取りして営業面に活かしませう。情報源はサウナ新聞等を通じて協会はお手伝いをしてあげます。
- ② 接客業に一番大事なサウナづくり役に役立つ講習等を開催しております(幹部研修会)。
- ③ 集客向上のために必要かつプラスになる宣伝広告の方法等ご指導(営業研修会)。
- ④ 同業サウナ施設および営業実態の見学に加え、研究会開催。
- ⑤ 国際サウナ市場の見学研究会、討論会、ビデオ見学。
- ⑥ 各営業所専属マッサージ師の技術、マナーの実習勉強会。
- ⑦ 機械設備設置上の使用方法等における省力化(節電、節水、人件費の節減)。
- ⑧ 共同購入における経費の節約。
- ⑨ 衛生面における管理能力向上研修会、等々専門家に よる正しい講習会を通じて、また防火、防災と種々のメリットを生みつつ活動しております。
- ⑩ 自己流営業のみで、一

競争の激しいサウナ業界で勝ち残るのは並大抵ではありません。——とご説明し、入会を勧めてください。

会員の皆さま、営業中の勧誘活動はなかなかハードな事と存じます。中には商売の競争相手もあると思います。大局的に見て相乗効果も見込める面もあり、もうひと押しをお願い申し上げます。

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。

個性の香り、演出の男を

For Beautiful Human Life

洗練された都会の知性、気品の香りギルバン。

ギルバン7品セット

香りばくつろぎのひとときを、より充実させる大切な小道具。洗練された爽やかな香りが、男のアフタータイムを演出します。

Kanebo

お客様に人気No.1、琥珀色の香りバルカン。

バルカン7品セット

高級化・高性能化を進める ホームサウナ業界

見通しは不透明

ホームサウナは家庭で使われるコンパクトなサウナを製造・販売する業種である。日本のサウナは昭和三十二年(一九五七)東京の「東京温泉」からはじまるが、本格的な営業サウナ店の普及は、三十九年の東京オリンピックの降のこである。

家庭にサウナが入りはじめたのは四十年の中ごろからであり、サウナマニアが購入者であった。当初は電気ストーブの上で香石を熱するフィンランド方式サウナだけであったが、五十年代から低価格で簡単な熱風方式や遠赤外線方式のものが登場したことに伴い、激しい競争市場になった。

熱風や遠赤外線は低価格でしかも技術的に簡単な低温方式であるため参入しやすく、大手家電メーカーをはじめ数多くの企業が参入し、昭和五十八年には二十社(製造)、二百社(販売)の業界とまでいわれた。しかし、翌年あたりから低価格サウナに供給過剰、値崩れ、ダンピングが起り市場は一気に縮小、撤退する企業も続出し、今後の見通しは不透明である。

新顧客の発掘へ

ホームサウナの販売ルートは、直販(訪問、通販などを含む)、健康機器店、住設・施工店、工務店、家電店など多彩であるが、圧倒的に多いのは直販ルートである。購入者はサウナ愛好者である。フィンランド方式では会社

経営者、芸能人、スポーツマンなど高額所得者が多く、自宅の新築や別荘建設の際に購入しているケースが大半である。熱風や遠赤外線方式の低価格なものは五、十五万円で購入するため、低所得のサラリーマン層の購入者も少なくなかった。

しかし、サウナマニアへの販売が一巡していること、また低価格のサウナが撤退してしまつたことなどを考えると、これからの顧客発掘には、多大の努力を要するであろう。こうした市場変化に対して直販方式をとる企業は、住宅設計事務所や住宅建設会社との連携を深め、見込み客の発掘や共同販売に力を入れはじめている。また商品開発の面では、低価格サウナが引き起した粗悪品イメージの払拭のために、高級化や高性能化が積極的に進められている。

市場動向

縮小・低成長市場

ホームサウナの市場は、昭和五十八年をピークに、簡易タイプや低価格サウナの企業の撤退が相次ぎ縮小の一方である。一時は二百億円市場とまでいわれたのが一気に縮小した理由は、①本来健康商品であるサウナが日本ではレジャー商品として導入された。

②そのためサウナ効果よりも低価格競争に走つた商品が多く出回つた。③などの市場特性があげられる。

このためマニアから一般へ普及しだす機会を失つてしまつたばかりか、ホームサウナそのものの不信感をも生みだした。こうした反省から、こ

こ当分の市場の動きは、営業サウナ店と同じフィンランド方式と、高温・高性能の遠赤外線方式のものが中心となり、サウナの本来である健康産業路線を進むであろう。

ところで、営業サウナ店は昭和五十九年ごろからの低迷期を終え、回復に向かいだしている。この背景にはスポーツ施設などで健康的なサウナ体験をした層の、新規利用や女性客の増加などが考えられる。こうした変化が直ちにホームサウナ市場に影響をもたらすとは思えないが、将来の明るい材料になることは間違いないだろう。

推計百十五億円市場

ホームサウナは技術的に開発・製造がむずかしくないと

いう商品上の特性から中小企業が多く、また直販が多いため統計やデータが少なく、市場実態や規模が把握できにくい。矢野経済研究所の調べでは、ホームサウナの普及率は一%、保有台数五十万台、昭和五十九年の市場規模は百十五億円と推計されているが、六十二年秋に行つた大手企業からの聞き取りからは、約百十五億円(フィンランド方式約百五億円、遠赤外線方式は約十億円)と推計される。

企業動向

しばらくは再編成

ホームサウナを扱う企業は現在では五社(製造)五十社(販売)までに激減したとい

われている。撤退した大半は熱風や遠赤外線方式の企業である。家電メーカーなど大手企業の撤退も多い。今後しば

「変貌するサービス産業地図」編集、(株)ソフト経済センター、発行・昭和六十六年十月、大蔵省印刷局——から転載させていただきました。

高級化・高性能化

主要企業(サニーペット、中山産業、マルタカ、東陶機器など)の動きとしては、フィンランド方式一人用でも七十万円と高額で、しかも新築時に購入されるケースが多いことから、設計事務所や住宅メーカーと連携を深め見込み客の発掘や共同販売に力を入れている。

遠赤外線方式セラミック技術を駆使して高温化を図つたり、室内オーディオを組み込むなど魅力ある商品づくりを進めている。また自社を健康産業と位置づけ、戦略を取りだした企業も一部に見られる。

サウナは量産規模までに到つていないこと、組立施工が必要な商品であることから、収益性は一般に低い。また現在のような需要の落ち込みがさらにその率を低めていると思われる。しかし、フィンランド方式のサウナは他の輸入品と同様収益率が高い。

事業化のポイント

共同開発・共同研究

ホームサウナ事業は、設備や多額の投資を必要とせず比較的始めやすいといわれてき

が、これからの事業化には

関西サウナ協会年末懇親会

来年の総会は全国と同調

今年をしめくくる関西サウナ協会の年末懇親会が十二月四日(月)午後六時から、大阪府中央区道頓堀の割烹日本本店・芯木亭で開かれ、指協会の会員も加わり、約四十名が出席する盛況だった。



開会に際し、まず中野会長が「日本サウナ協会が再来年に国際会議を日本で引き受け、かつてない事業を決定し準備委員会を検討しており、また念願の法人化も来年には実現できそうな見通しです。これによって社団法人日本サウナ協会として国際会議を堂々と成功させ、業界の底上げ、イメージアップを図り

たいと思います。ついては厚生省から要望されています。会員のみなさま、指協会のみなさま方のご協力をお願いします」とあいさつ。

議事は、①会員拡大 ②平成二年度総会 ③三月七日のサウナの日の献血キャンペーン実施 ④その他

とくに、平成二年度の総会は、日本サウナ協会全国総会に合わせて実施を全員の拍手で決めた。献血キャンペーンの実施については、大阪府赤十字血液センター献血推進担当課の第一係長中倉満氏が出席して、お礼と協力を要請された。

その後、懇親会に移り、歓談をつくした。

いくつかの課題がある。

製造面はフィンランド方式は、箱型の室内の温度が九十度近くになるため、この箱のつくりがサウナ効果に与える影響は大きい。現在、箱をつくる専門会社は四、五社といわれるが、そのほとんどが大手の製造メーカーの傘下にあるので、この専門会社の確保や育成が、まず重要になる。

遠赤外線方式は、高温化・高性能化が今後の伸長のカギを握っている。特に高温化については、電気技術の優秀な協力会社が必要になる。

販売面はこれからはサウナマニアでなく、一般の人々が販売対象になるので、有力見込み客の発掘が何よりも重要になる。特にフィンランド方式は住宅の新築や改築時が販売の大きなチャンスであるので、設計事務所や住宅メーカー、工務店などとの連携が有効であろう。

健康商品・産業化

また第一購入者であるサウナマニアへの販売が一巡したといわれているので、三

本サウナは、レジャー商品として成長しかつたところ

に大きな問題がある。また健康機器の単品販売的な売り方も、いかがわしい商品イメージを生んだ原因である。

ますます人々の健康志向が強くなり、本物志向が高まってくるこれからの時代、事業化にあつては、サウナを健康商品として、自社を健康関連産業として、しっかりと位置づけ、その上にたつた総合戦略が大切である。

■将来性

少ない市場をめぐつての過当競争を終え、製造・販売とも撤退が続いているので将来展望はむずかしい。今後、簡易タイプのもは再登場するとは考えられないので、フィンランド方式と、高温・高級の遠赤外線方式が市場を形成すると思われる。

■当面は現状維持

今後の課題としては、遠赤外線方式では安いもので二十万円するといふ価格を、どこまでコストダウンできるかと同時に、人々の高級志向・個性志向にどこまで応えることができるかにある。

フィンランド方式では住宅メーカーや設計事務所などを通じ見込み客の発掘をいかに効率よく実施するかにある。また業界として健康商品サウナのPRや潜在需要層の掘り起しを、いかに効率よく進めるか、これも大きな課題である。

健康商品・産業化

また第一購入者であるサウナマニアへの販売が一巡したといわれているので、三

いっ汗、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。全国の有名サウナ、一流ホテル、スポーツ施設のほとんどがメトスサウナです。

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 東京都中央区東横町3-11-5(東2中山ビル) 〒104 電話 (03) 542-0331(代)
大阪支店 大阪市北区中津1-18-13(若杉ビル) 〒531 電話 (06) 375-1751(代)
名古屋営業所 名古屋市中区千種区仲田2-18-6(新仲田ビル) 〒464 電話 (052) 753-2870(代)
札幌営業所 札幌市中央区北5条西19丁目(コフビル) 〒060 電話 (011) 641-9269(代)

新会員紹介

(敬称略・順不同)

- 北海道ブロック
 - 平岸サウナ
 - 藤井ビル株式会社
 - 代表者 桜井 一夫
 - 札幌市豊平区平岸
 - 三条七丁目
 - ☎011(821)2139
- ◇
 - サウナサウナ
 - 大福興産株式会社
 - 代表者 松本 栄三
 - 釧路市黒金町13丁目26
 - ☎0154(24)2171
- 東京都サウナ協会
- あけぼの健康ランド
- 株式会社あけぼのランド
- 代表者 豊島 英夫
- 埼玉県岩槻市加倉
- 一八六四一
- ☎048(756)2601

七番七号

- 代表者 誓山 健
- 名古屋市中区新栄
- 一丁目一番三〇
- ☎052(241)3939
- ◇
 - 竹越健康智光薬湯センター
 - 有限会社智光薬湯長寿苑
 - 代表者 大原 康嗣
 - 名古屋市千種区宮根台
 - 一丁目四番二一
 - ☎052(775)2111
- 岡山県サウナ協会
- 岡山健康ランド
- まつだ株式会社
- 代表者 松田 圭三
- 岡山市古新田
- 一三三七一
- ☎0862(81)2626

サウナ・健康ラ、ト向け

業務用商品総合展示会(東京)

十一月二日(木)、(株)東京キヤニオン(東京都中央区日本橋箱崎二丁目一)は、提携協力会社ヤナギホームズ(株)(ライオン商事の関東・東北地区代理店)の第二ビル完成披露と併せて、サウナ、健康ランド向け、業務用商品展示会を資生堂商事はじめ三十数社の協賛、ニッカウキスキー、ポツカコーポレーションの特別協賛で開催した。

来客はサウナ業、健康ランドら三百六十社、関係業者四十社を招待した。当日は東京サウナ協会の久我副会長、事務局が新規加入の呼びかけで応援に参加した。

会場の真ん中には、ニチメン機械のジェットバスの実演が行われ、また藤の敷物が注目を集めた。各コーナーでそれぞれ商談が進められ、来場契約に限る特別価格もあつて予想以上の成約をみた。

午後二時から、招待業者に対する福引き抽選会があり、

○ファストデイト石鹸。ラッキーマット直輸入。香りも少なく固くて泡立ちの良い業務用石鹸。一個一四一円、一函二〇個入り。

○コルゲートインスタントシエーブ(メントール)。世界No.1のシェービングを本年八月より直輸入。(本紙に九月より広告掲載)。一本三二円、一函二千本入り。

○パーパブル・シェービング・フォーム(クール・レギュラー)。米国の理髪業界でシエーブNo.1。一本三二円、一函二千本入り。

○美人夢石鹸。ラッキーマット製(特許・委託生産)。高麗人夢のエキス入り高級石鹸。女性に洗顔用に根強い人気があり、贈答用にも大変利用されている。一個一二円、三個入り化粧箱、一函三二パック入り。

③は来年三月七日を中心にした、献血キャンペーンについて、天神地下街ほかで実施を確認した。また、特に日赤から出席され、お礼と協力要請があつた。

法人化への対応を勉強

九州ブロック理事会が十二月七日、午後二時から西新バレス(福岡市早良区)で開催された。

この日は、福岡、北九州、

佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の各県協会がそろって出席した。

議題は①事務局報告(業務、会計)②日本サウナ協会報告(平成二年サウナデー対策)③公益法人移行に際する九州ブロックとしての対応 ④新定款の説明・その他。

①は会員の拡充状況。サウナ祭の反省。会計報告があり承認された。

②は日本サウナ協会豊巻事務局長が、法人化の見通しと会員拡大。国際会議の進捗状況を説明した。



九州ブロック理事会が十二月七日、午後二時から西新バレス(福岡市早良区)で開催された。



十一月二日(木)、(株)東京キヤニオン(東京都中央区日本橋箱崎二丁目一)は、提携協力会社ヤナギホームズ(株)(ライオン商事の関東・東北地区代理店)の第二ビル完成披露と併せて、サウナ、健康ランド向け、業務用商品展示会を資生堂商事はじめ三十数社の協賛、ニッカウキスキー、ポツカコーポレーションの特別協賛で開催した。

サウンドチェアーマット

好評発売中!!

くつろいだムードで……一人だけのコンサートを楽しんで見ませんか……

(TV、AM、FMステレオ内蔵、その他有線放送と組み合わせもできます。)

スリーピングマットHW-AFG

株式会社 スギモト

〒802 北九州市小倉北区京町3-6-4 ☎093(522)4485

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. ジャパン商事

〒130 東京都墨田区緑1-2-13 ☎03-635-1321

昔々からの和風サウナ

京都・八瀬のかま風呂を訪ねて



八瀬は京都市左京区といっても、比叡山の西麓、高野川の溪流に臨み、「さば街道」で知られる若狭街道に沿う山里だ。少し離れたところを旧街道と並行して国道367号が通る。

北欧フィンランドのサウナは二千年前に考案されたといわれている。ところが、ここ

この日は冷たい風が吹き、とさおり粉雪が舞う。それだけに「かま風呂」の温もり恋しい思いで、足を運んだ。

めざす「かま風呂」は、民芸調の料理旅館「ふるさと」(株)八瀬かまぶる温泉にある。車の騒音もここまで届かず、俗塵を離れた静かなたたずまいがうれしい。

旅館の庭に、昔の「かま風呂」が復元されている。玄関

国際サウナ会議・日本開催を成功させよう!

認定制度で従業員の資質向上を

東京都サウナ協会会長 今井 義晴
国際サウナ会議実行委員

十年前の話になるが、ドイツのハンブルグでバード・メッセ(浴室雑貨の見本市)が開かれた。その会場で国際サウナ会議も同時開催されていた。

日本からも数名出席した。当時、東京温泉の社長だった戸村さんがメイン会場で「わが国におけるサウナ事情」を発表した。そこには、分科会もあって「サウナ施設の建築

技術」という会場には入れない程の人が集まっていたことを記憶している。

講演内容は良く理解できなかったが専ら見本市と施設見学に時間を費した。

ここで国際サウナ会議が日本で開催されるのを非常に楽しみにしています。これを機会に、サウナ管理士やサウナ・トレーナー師の認定制度を具体化するべきでは

前を右に、すぐ庭に入れるので、だれでも見学できる。

「かま風呂」は、いわゆる蒸し風呂の一種だ。復元されたものは、写真のように、わら屋根の建物の中に収まり、建物には、しめ縄がめぐらされている。かま風呂の内部は石で組んだ室(むろ)になって

いる。外側はしつこい厚く塗り固め、その外観は丸く盛り上がって、なるほど竈(かまど)型である。

出入り口は一つ、それも大人が小さくかがんで通れるぐらいだ。内部は大人四、五人が横になれるぐらいのスペースだ。

玉の如き汗滲み出る

立て札に次のような「古跡竈風呂由来記」が記されている。

古跡竈風呂由来
人皇第四十代天武天皇壬申

の乱に御背に流矢を給いて其御矢疵を治し給いし所と伝う(今より千三百年前) 矢背地名之より起なり。

竈風呂の方法は青木青松葉等を焚き、頃合いを見て火を引き塩水を撒き、菰を敷き中に入り、其上に坐さなり居ること暫時にして全身温り、



玉の如き汗滲み出る。即ち一種の蒸風呂、疵、疝気、胃腸病、神経痛、リュウマチ等の肉体的疾患に偉功ありという。

昔は竈風呂数戸あり京都名所図絵にも載せられて、遊客四時往來せり。明治の儒者青谷嘯齋先生の竈風呂の詩に、
匍匐シテ竈味入ル暗々夜国ノ如シ、白白ノ光ヲ見ズ蒸気柔ニシテ軟和肺腸ニ徹シ汗雨忽チ淋漓タリ、嘆此一竈ノ力百薬何ゾ当ルヲ得

——と竈風呂の霊効を礼讃されたり、以て靈験うかがうに足るべし。
昭和十五年四月二十九日
社団法人八瀬童子会

欠点除き一層快適に

これで一応の古事来歴と、かま風呂の使用法、その効能のほどがわかる。現在のかま風呂は旅館内にある。そこで、社長の東(ひがし)一正さんに、お話をうかがった。

そのルーツは先の「由来」書いてあるが、「これは私

の推測ですが、それと、もずつと古く、朝鮮からの渡来人がこの村に伝えたものと思えます。釜山やソウルにも同じようなものがあるんですよ」といふ。近くに昔のかま風呂跡も残っている。また「かま風呂が大衆的になったのは江戸時代。明治まではここ一軒だけ。先代の則正さん(昭和五十年に九十歳で死去)が、改良工夫を重ねた」そうだ。

それを継いで現社長が「さらに研究して、そのノウハウを確立させ、それを提供して、現在では釜石、久留米、防府など全国三十五カ所に、かま風呂が普及している」といふことだ。

現在の「かま風呂」も、写真のように、竈(かまど)型



に変わりは無い。ただし「舌代」に「欠点を除き、一層快適にしました」とうたうように、改善されている。

ちなみに、現在では重油をたいて床下から熱し、その床は鉄板の上に耐火レンガを敷いてあるそう。出入り口はやはり大人が、かがんで通れるぐらい。内部は壁から天井にかけてドーム型に丸く、天井には蛍光灯が一つ。……暗々夜国ノ如シ」とよまれた青谷先生も、きつとうらやましく思われることだろう。

出入り口に置かれた陶

まくらを持つて入り、むしろの上に横になる。室温は四五〇度、適温で温度もすくなくないので、落着いた気分になる。しばらくすると、全身にしつとりと汗をかき、そのことは「舌代」記されているとおりである。本当に体のシンまで温もり、いつまでも湯ざめしない。心身ともに解きほぐされる感じがする。

愉快に熱気療法が

かま風呂の入口のところに「舌代」として、かま風呂の仕組みや効能が掲げられている。抜粋すると、

現在のかま風呂の特長は、熱度が比較的高いにもかかわらず、蒸風呂のような湿度がありませんから、呼吸はきわめて平穏で、室内は自然に換気作用が行われ、室内の空気はつねに清浄に保たれ、そのうえ空気と酸素に富み、空気が充たされておりますから、息苦しさを感ずることなく、愉快に熱気療養の目的が達せられます。

(入浴の方法)
なるべく横になって、ゆつくりとした気分でお休みください。全身に汗が出るようになります。一回およそ十分ないし十五分ぐらい一日二回ぐらい、一週間ばかりお続けになるのが理想的です。

筋肉や手足のこりは横になった姿で、その局所に多少の運動を与えると、解きほぐれるように軽くなります。かま風呂がすみませしたら水をおかぶりください。静かな気分が浴槽に入ります。浴槽にひたる時間はあまり長くない方が、湯づかれなく「かま風呂」の効果を十分発揮することが出来ます。

出入り口に置かれた陶

愛され親しまれる、お店づくりをバックアップ。

ポーラIS業務用化粧品

サウナ上りのデリケートな肌、髪をいたわるソフトでマイルドな使いごころ。ポーラIS化粧品は高品質とスタイリッシュな実力派ブランド。ワンランクアップのマネジメントをさわやかに応援します。



(男性用)



(女性用)

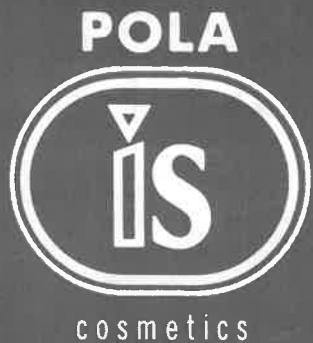


(バスボディ)

お問い合わせ・お申込みは下記代理店へ。

- 梅カミタニ洋行/名古屋市中東区牧の里1-1116 TEL. 052-703-1345
- 株代田/名古屋市中区伊勢山2-5-23 TEL. 052-331-4654
- 福助石 総機/大阪府中央区道頓堀2-3-19 TEL. 06-211-4420-0484
- 福助南店/大阪府平野区瓜破6-7-1 TEL. 06-706-0101
- 株サニーエイト/高松市室町1842 TEL. 0878-66-3218
- マイン機/北九州市八幡西区光貞台1-7-11 TEL. 093-603-7155
- 株たびら/鹿児島市甲突町25-18 TEL. 0992-25-6811
- 株東京マツシマ/東京都府中市天神町1-23-1 TEL. 0423-60-8811
- 株村山/東京都新宿区新宿6-4-15(村山ビル) TEL. 03-352-2318
- 南武産機/東京都大田区池上4-21-18 TEL. 03-754-1821

または、最寄りの全国ポーラ販売会社



はじめまして
ポーラIS化粧品です。

スカイプールで若ものにアピール 24時間の都心の健康保養地「ニユールビア」

二十四時間の発見。国際化のM・N・A・Mから、都会人のマインド&ボディへ。リニユーアルに七カ月かけて、十月十一日からオープンした、大阪・道頓堀の「サウナ&スチームバス・ニユールビア」は、九〇年代を先取り、ミナミの活性化に役立つ、都心の健康保養地になりたいと、コンセプトを明解に打ち出している。

大阪の繁華街を代表するキタとミナミ。そのミナミの真ん中、道頓堀二丁目目の「サウナ&スチームバス・ニユールビア」(株式会社ニユールビア、加塩勝子社長)が全面改装にかかったのは今年三月からだ。リニユーアルの計画は三年前から始まった。加塩社長、市丸取締役営業企画部長、建築業者の三人で日本国内やヨーロッパの関連施設を見て回り研究する一方、九〇年代を

三つのヘルシーゾーンで構成

展望して、健康産業としての在り方を、いろいろと模索した。そこから、次のようなコンセプトが醸成された。それが「二十四時間の発見」であり「三つのヘルシーゾーン」という明解な形になった。

年明けは、いよいよ二十一世紀を臨む九〇年代に入る。そして大阪は、来年は「国際花と緑の博覧会」が開かれ、また「関西国際空港」の建設

などで、二十四時間都市化へ着実に進んでいく。特に新空港はミナミの活性化をもたら

し、またJR湊町駅地区の再開発などが、それに拍車をかけるものと期待される。さらに、生活の面でも、週休二日の定着、高齢化などで大きく変化していく。

こうした将来展望を踏まえて、二十四時間の意味を改めて問いかけたのが、この「二十四時間の発見」である。つまり、二十四時間都市の流れのなかで、いかに、お客さんにストレスを解消していただくか、遊んでいたかどうか、健康づくりをしていただくか、という点である。そこで考えたのが「サウナ

&スチーム」「エステティック」「スカイプール」という三つのヘルシーゾーンに分けた構成である。具体的には一階フロント、二階レディースサウナ、三階エステティック、

健康サウナのイメージを意識

エステティックとレディースサウナの組み合わせは以前から行っているが、とくに女性の時代に焦点を合わせて充実させたという。実際に、エステは最新技術を誇る本格派を自負しており、専門的なビューティーコースを取りそろえているので、なかなか好評である。

男性のサウナフロアは、ゆったりとしたスペースの中に、サウナルーム(高・低温)を

四階ゲストルーム(ドイツ語で迎賓館の意味)、五・六階がサウナフロア(グラランドバス、七階スカイプール・ラグゼ同やすらぎの意味)となっている。

始めジェット風呂など一通りそろっている。もちろんマッサージ(五階)も充実している。ゲストルームは以前も少しあったが、ハルルームに拡充された。

ここで注目されるのは、健



2

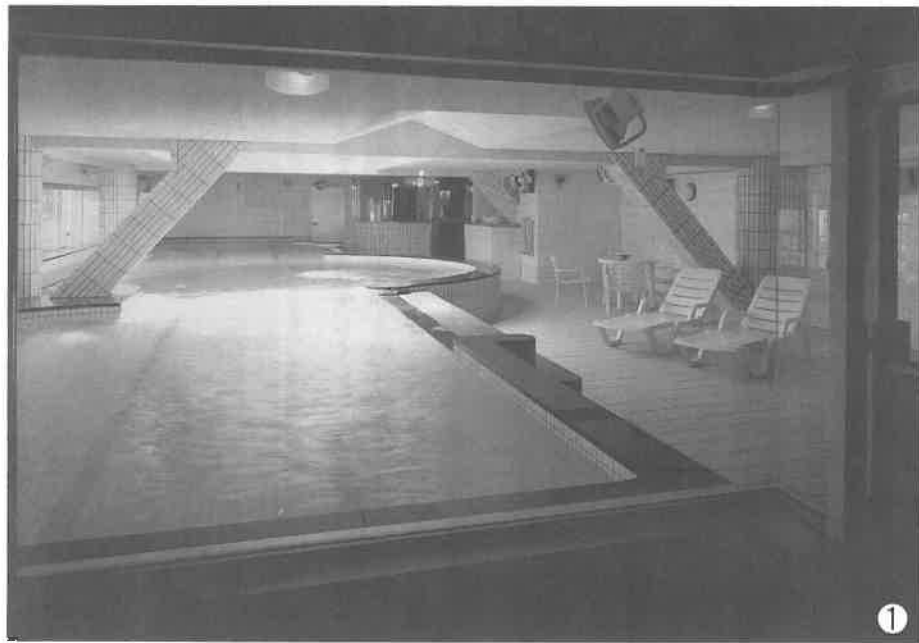


3



5

康サウナのイメージを意識して、思い切った仮眠室をやめたことだ。これも「二十四時間の流れのなかで、疲れたり飲みすぎた人がゴロゴロ寝ているのはよくない」という考えによる改革である。その代わりリラックスルームを設けて、お客さんには一応納得してもらっている。



1



4

写真①はスカイプール・ラグゼをサウナルームから眺めたところ。②は男性のグラランドバス。③は女性のグラランドバス。④はニユールビアの外観。内装ともにヨーロッパ調である。企業カラーの赤と白で、清潔感を表している。⑤は広々としたロビーで右手がインフォメーション

である。入口はかなり空間を取って、広々とした感じ。お客さんに、店へ一歩入ったところから、くつろいだ気分になって頂こうというねらい。入口の左手に透明の筒の中で噴水がふき上げ、上から湯気がたちのぼっている。サウナをシンボライズしたもので、話題になっている。

スカイプールは新設で、十五メートルのいわゆるレジャープールである。加塩社長は「最近のミナミは若いコが町に生まれ変わっている。飲むところやデイスコなどがあるが、本当に健康的に遊べるところが少ない。若いコに気軽に楽しむにきてもらえるように考えて、ミナミの真ん中にプールを作ってみた」という。もちろん温水で、二十四時間オープン。ここにもサウナルームが設けられている。また、天井が大きく開くので解放感があり、青空や星空を見

ながら水遊びができる。市丸部長は「若いお客さんが増えてきた。学生から雪と水着のコンパをやるなど、いろいろアイデアが持ち込まれている」といった、大きな反響に驚いている。加塩社長は「ミナミの活性化のお役に立ちたい。お風呂を中心にした都心の健康保養地という考えで経営していきたい。おかげで、女性や若いお客が目に見えて増えてきた。これが一番大事なことだと思う」と語る。

新発売

世界でNo.1 コルゲート・インスタント・シェイブ

(歯みがきでおなじみの) (311g)

此の度、第2段として世界的に有名ブランドのコルゲート・インスタント・シェイブクリーム(メンソール)を新発売いたすことになり、全国地域別の代理店募集を、いたしております。

関東地区代理店

サウナ関係 (株)カネフク 東京都文京区小石川2丁目3番28号 TEL 03-811-1310
ホテル関係 南武産業(株) 東京都大田区池上4-21-8 TEL 03-754-1821
一般の部 ヤナギホームズ(株)キャニオン事業部
東京都中央区日本橋小網町3番18号 TEL 03-666-2131



メンソール
レギュラー 2種類

(株)東京キャニオン

東京都中央区日本橋箱崎28の1
TEL. 03-661-5301 FAX. 03-661-5302

火の用心

もし火災が発生したら 通報は、消火は、避難と誘導は

火災は大事な財産を焼失してしまうばかりか、人命を失うことにもなる。平素からの火の用心。併せて、もし火災が発生したらどうするか……。火災の発見から避難と誘導まで、そのポイントを紹介します。

1 火災の発見

- (1) 火災の発生を知る方法
 - ア・人が発見……居住者、近隣者、通行人、巡回警備員など。
 - イ・機械的に感知……自動火災報告設備、スプリンクラー設備などの作動。
 - (2) 火災を発見した場合の措置
 - ア・大声で火事であること(周囲(近隣者など)に知らせる)。
 - イ・非常警報装置(非常ベル)、自動火災報知設備の発信機を押す。
 - ウ・通報、連絡を依頼する。
 - エ・消火器などにより消火する(消火できないと思つた時は、火災室の扉を閉めて避難する)。

- して直ちに通報する。
- イ・通報は、あわてずにダイヤルをはっきり回す。(プッシュボタンを確実に押す)。
- ウ・通報内容を正確に言う。(ア)事故の種類(火災または救助)
- (イ)所在地
- (ウ)建物の名称
- (エ)火災の状況(出火位置、

早期に発見、短時間に消火する

3 初期消火

- (1) 初期消火の目的
 - 火災を早期に発見し、短時間で消火し、被害を最少限にとどめることにあります。
 - (2) 初期消火の時期
 - ア・一般に消火器や消火バケツなどでは、天井に火が移るまでの間を一応の目安とします。
 - イ・屋内消火栓設備にあつては、フラッシュオーバーが起る前後です。
 - ※フラッシュオーバーとは、出火後燃焼が次第に拡大して行く過程で、燃焼に伴い発生した可燃性ガスが、主として天井近くに蓄積し、それが空気と混合して燃焼範囲に入った時点で、一挙

に引火して大きな炎となり、開口部から一気に噴き出すことを言う。

(3) 初期消火要領

- 初期消火には、消火器、消火バケツ、屋内消火栓など人が操作するものと、スプリンクラー設備のように自動的に作動するものがあるが、ここでは、人が操作するものについて述べます。
- ア・火災の直近にいる者は身近に設置してある消火器具(消火器、消火バケツ)により消火活動を行う。
- イ・消火器具は、火災種別(普通・油・電気)に適応するものを使用する。
- ウ・火元近くにできるだけ多く集め、連続して集中的に使用する。

- (1) 消防機関への通報
 - ア・火災の発見後、何よりも優先して通報する。
 - イ・火災の内容が十分に把握できない場合でも、まず通報する。
 - ウ・火災の状況が確認でき次第、随時通報する。
 - (2) 通報要領
 - ア・火災を発見した者、発見者より通報を依頼された者は、通報内容を把握

4 避難と誘導

- (1) 避難
 - ア・初期消火不能と判断した時は、直ちに避難すること。
 - イ・避難は、努めて階段など安全性の高い避難路を選び使用すること。
 - ウ・出入口から避難不能の場合は、ベランダに設置されている隔壁を破壊して隣室から避難する。またベランダの避難はしごから階下に降り避難する。
 - エ・努めて地上へ避難する。
 - オ・エレベーターは使用しない。

または放水する。

ア・出火場所への最短通路の誘導。

イ・出入口への誘導。

(3) 情報の提供

建物の管理者や責任者など内容に精通したものが、消防隊指揮本部と連絡をとり、次の情報を提供する。

ア・延焼状況に関する事

(ア) 出火場所

(イ) 出火原因など

(ウ) 燃焼物体及び燃焼範囲(炎、煙の拡散状況)

(エ) 危険物など消火活動上支障あるものの有無

イ・避難に関する事

(ア) 逃げ遅れなどの有無

(イ) 避難誘導状況

(ウ) 負傷者などの状況

ウ・自衛消防活動に関する事

(ア) 初期消火状況

(イ) 防火区画構成状況

(ウ) 固定消火設備(屋内消火栓、スプリンクラー設備など)の使用、作動状況

エ・その他

エレベーターの運転停止状況。

大阪市消防局公報係で資料を頂きました。平素の心がけで、どうか無事故で越年できますよう祈念します。

避難はエレベーターを使わない

(2) 誘導

避難に関する指示の伝達は非常放送設備を使用すること。なお、留意事項は次のとおり。

ア・発災時の放送は、簡潔で、判り易い内容とし、同一内容を二回程度繰り返して行う。

イ・放送にあたっては、早口を避け、落ちついた命令口調をもって行う。

ウ・情報の送り手を明確にして、信頼性を高める。

エ・放送はできるだけ同一人とする。

オ・避難はエレベーターを使用しないよう付加する。

カ・誘導員を配置している時は、その旨を放送する。

イ・進入路、進入門及び水利付近の活動障害となる物体を除去する。

(2) 火災現場への誘導

- 消防隊が火災現場へ迅速に到達できるように積極的に誘導する。

お便りください

会員各社のコミュニケーションの場として「SAUNA」の紙面をご活用ください。

会社の催事、人事異動、地域の珍らしい行事、海外研修や旅行のみやげ話など何でも結構です。

原稿はなるべくマス目の原稿用紙を使って頂ければ

幸いです。

送付先は

〒542 大阪市中央区道頓堀

二四一六(三光ビル)

日本サウナ協会

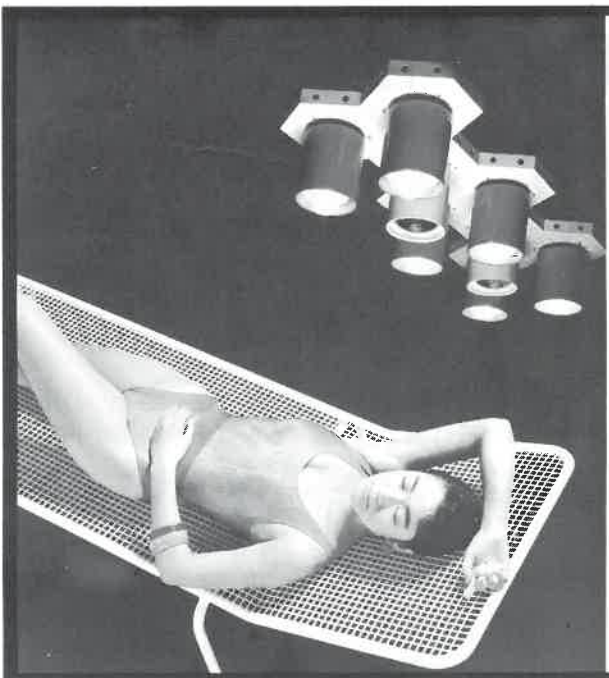
SAUNA編集係

TEL 06(211)0463

場合によっては取材におうかがいします。

weinsberger ソラリオン 室内日光浴器 solararien

西ドイツ・バインスベルガー社のソラリオンは、健康のシャワー、美容のシャワー。太陽にきわめて近いナチュラルな光線が、日光浴と同じさまざまな効果を現代人のカラダに与えてくれます。



日本総代理店



本社：〒604 京都市中京区壬生相合町25-4 ディスターアベニュー1F
TEL. (075) 812-3111(代) FAX. (075) 812-4933
東京営業所：〒101 東京都千代田区三崎町3-6-13 寺本ビル4F
TEL. (03) 222-5871(代) FAX. (03) 222-5873