



SAUNA

5月/274号

発行所 社団法人日本サウナ協会
〒東京 03(5275)1541(直)
FAX 03(5275)1543
〒102-0085 東京都千代田区六番町1
(番町一番館ビル2F)



「ベルリンに日本の銭湯をつくりたい」

写真はホフマン氏(右から2人目)ゾベル氏(同3人目)の質問などに米田会長、山田副会長が対応。日本の公衆浴場に関する話が広がる

四月十四日ドイツサウナ連盟会員のホフマン氏(医師)とゾベル氏が協会事務局を訪れた。目的は「ベルリンに日本の銭湯をつくりたいのでノウハウを教えてください」とのこと。

この日、国際サウナ会議の講演原稿・スライドの打ち合わせをしていたこともあり、米田会長、山田副会長、佐久間専務理事が対応した。彼女たちは、京都に住んだ経験もあり、日本の銭湯に興味を持ち、調査のために来日した。質問は、日本での公衆浴場の衛生基準や湯ふねの材質、温度、濾過装置など広範囲におよんだ。米田会長は「アーヘンでの国際会議で、また会いましょう」と握手して、健闘をたたえた。この後、二人には女性に大人気の横浜スカイスパで施設を見学し、体験入浴していただいた。

ドイツサウナ連盟会員が協会本部を訪れる

平成11年度全国総会 6月16日・大阪で開催

《全国総会スケジュール》

- ▼開催日時 平成11年6月16日(水)~17日(木)
*16日、受付開始は午後2時から
- ▼会場 南海サウスタワーホテル大阪
大阪市中央区難波5-1-60
TEL(06)6646-1111(代)
- ▼登録料 ◇1人3万5千円=1泊2日
*総会、懇親会、宿泊費(ツインルーム2名使用)記念テレカ、2日目朝食
◇宿泊なし1人2万5千円
*総会、懇親会、記念テレカのみ
- ▼総会 16日午後3時~同3時50分
歓迎挨拶/会長挨拶/来賓挨拶/議長選出/総会成立報告/議事/議長辞任/献血関連車両贈呈
- ▼展示見学 同3時50分~同4時50分
- ▼講演会 同5時~6時30分
演題「意識エネルギーの世界—あなたは可能性に満ちている—」
講師 気功家「空の会」会長・浦田 紘司先生
- ▼懇親会 同7時~9時(アトラクション)

社団法人日本サウナ協会「平成11年度通常総会」、いわゆる「全国総会」が6月16日(水)~17日(木)、大阪・ミナミの「南海サウスタワーホテル大阪」で開催される。今回は、関西支部をホストに、ブロッコリーの兵庫県、京滋の各支部らがバックアップして、ご来賓をはじめ全国から集う大勢の会員・賛助会員らを迎える準備を着々と進めている。申し込みは5月25日(火)まで。

総会は16日午後3時から同ホテル8Fの大宴会場へ浪華が会場となる。議事終了の後、献血関連車両の贈呈式が行われ、講演会は気功家の浦田紘司先生が実演を交えて興味深い話を予定。また、例年好評のサウナ関連商品の展示会も併設され、最新情報が得られる。さらに、翌17日は、関西支部の会員店サウナ施設の視察見学コースをはじめ、ゴルフ、観光など、関西を楽しむ「オプショナルツアー」もいろいろ用意されている。

献血関連車両を贈る募金箱

合計 1,527,765円

協会加盟店のフロントなどに置き、お客様の温かいご協力をいただいております「献血関連車両を贈る募金箱」に寄せられた全国の募金が、平成10年度3月31日締めで、上記の金額になりました。

ありがとうございました。ご報告して厚くお礼申し上げます。

(社)日本サウナ協会

2面・ホームページ「サウナの日」アンケート/「レジャー白書99」から
3面・データ比較による経営戦略 4面・宮古の石風呂を訪ねて

日本サウナ協会のホームページ
<http://www.sauna.or.jp/>

《総会の翌日17日のご案内》

- ①明石海峡大橋・震災記念館周遊コース=ガイド付き観光バス1人12,000円(昼食・飲物付き)
- ②吉本グランド花月観劇コース=漫才と吉本新喜劇1人2,600円
- ③ゴルフコース=関西唯一のシーサイドチャンピオンコースの「大阪ゴルフクラブ」プレイフィ1人20,600円
- ④視察見学コース=関西支部会員店サウナ施設等の視察(当日視察マップ配付)研修用入泉券を利用。それぞれ自由視察となる。

17日(木)の案内

For Beautiful Human Life



アフタータイムを演出する、爽やかなインプレッション

芸術化産業をめざす
Kanebo
FOR PROFESSIONAL

スキッと香って残らない
極微香・残香性ゼロ
新メンズコスメチック

【ヴェクトール】

VECTEUR

全14アイテム 価格2,000~3,000円(税抜)



5品セット(例)



3品セット(例)

「純」と「澄」——
クオリティを追求した
女性用自然派高級化粧品
(全品・無着色・無香料)——

Puremase

全3タイプ 価格3,000~4,000円(税抜)

日本サウナ協会のホームページで「3月7日サウナの日」についてアンケート調査を行った結果がこのほ

ホームページアンケート

「サウナの日」の感度は

設問は次の四つ。

Q1. 3月7日は「サウナの日」であることを記憶して居ましたか?

回答一〇五人。「はい」「いいえ」のそれぞれが五〇%だった。関心は高いが知ってもらえぬ余地がまだ大きいと言えよう。

Q2. Q1で「はい」と答えた方にお聞きします。3月7日は「サウナの日」であることを何から知りましたか?

回答は五二人。新聞広告三四%、店頭ポスター二九%、新聞記事一三%、雑誌記事一二%、以下、知人・

Q3. 貴方はサウナにどの程度行きますか?

回答は一〇五人。「たまに行く」が五六%と、いちばん多い。次いで「よく行く」が二八%と、回答を寄せた八四%の方がサウナを利用している。反面、「ほとんど行かない」が一三%あり「行ったことがない」が三%ある。

Q4. 貴方がサウナに期待する効用はなんですか?

回答は複数。トップはやはり疲労回復の三二%、ス

友人、その他の順に。新聞広告、店頭ポスターがストリートに、サウナの日を印象づけているようだ。

トレス解消が二九%と特に多い。次いでダイエットが一〇%、安眠効果、肩こりが各九%。また洗浄効果が七%、その他、血圧低下というのもあった。

回答一〇五人のフェイスイメージは、男性七七%、女性二三%で、年齢層は三〇代が四二%を占めて最も多く、次いで二〇代、三〇代が各二一%、五〇代一%に。以下、六〇代、一〇代の順になる。

職業は、会社員が最も多く五五%を占める。次いで公務員、自営業、経営者、学生の順になる。住所は、関東が四八%、関西二三%をはじめ中部、中国と九州が各五%。以下、北海道、北陸、四国の順になり、全国に及んでいる。

従業員教育や業況分析など

知りたい「情報データ」も

東京都支部13回勉強会



参加者から活発な質問と意見交換が……

四月十五日午後三時から「第十三回東京都サウナ協会勉強会」が上野タミナホテル(東京都台東区)で開催され、会員十九店舗、二十三名、事務局一名が参加した。また、今回は、サウナセンター大泉、サウナ・ホテルニュー大泉、ラドン&サウナ東泉、サウナブレジデントのご協力により体験入浴が行われた。研修課題の最初に「従業

員教育の具体的方法」として、サウナブレジデントの武田部長より社内で行っている従業員教育、勉強会の具体的な内容について説明があり、参加者から活発な質問と意見交換が行われた。次に「平成十年度の売上構成と経費の構成」について各店舗より提出されたデータが、グラフと一覧表にまとめられた、それぞれの店舗の特性、傾向について質疑応答が行われた。また「知りたい情報データ編」として、各店舗より提出された最近三か月の売上動向を基に、月別の各項目にわたって各店舗から発表や質問が討議された。「サウナの日」のイベントについて、入浴料を千円とした店舗と独自にイベントを行った店舗それぞれから、イベントの結果の分析と問題点について討議が行

われ、今後のイベント方法を検討することとした。また、今後、勉強会に賛助会員にも参加していただくように、研修課題、進行方法について検討することとした。

終了後、勉強会参加者及び賛助会員五社八名が参加して、午後六時より懇親会が開催され、参加者がそれぞれ個別に質問したり、賛助会員との情報交換が盛んに行われ、盛会のうちに終了した。

景気低迷でサウナ業も苦戦

「3J」(地元で・地味に・自分磨き)を指向

「レジャー白書'99」から

【助余暇開発センターが、このほど発行した「レジャー白書99」によると、不況がさらに厳しさを加えた平成十年の余暇市場は八十兆一千七十七億円と前年にくらべ二・九%縮小し、三年連続してマイナス成長となった。

平成十年は労働時間が大幅に短縮されたが、人々の実感

としては「時短あって、ゆとりなし」の一年であり、世帯の実収入や可処分所得も対前年で大幅に減少し、レジャーを含む消費も冷え込んだからだ。そんなことで、消費者は身近な空間でお金をかけずに楽しめたり、自己磨きになるような余暇に、名付けて「3J」(地元で、地味に、自分磨き)に目を向けてきていると、とらえている。

「安・遠・短」ツアールが話題に

部門別の市場動向をみると

①スポーツ部門
全体としてマイナス四・三%。ほとんどの市場でマイナス成長となる。その中で、用品では自転車のみがプラス成長だ。サービス市場も軒並みマイナス。健康志向に乗ったアスレチック・ヘルスクラブのみが前年並みを維持。ゴルフ場、スキー場、ボウリング場など、いずれも前年比でマイナスだった。

②趣味・創作部門
全体としてはマイナス二・二%。大半の市場がマイナス成長であるが、「タイタニック」の大ヒットとシネマコンプレックス(複合型映画館)が急増している映画市場、セルビデオが好調のビデオソフト市場、ガーデンニング人気が続く園芸用品市場が、それぞれ伸びている。

③娯楽部門
全体としてはマイナス二・八%。宝くじと外食を除くすべての市場がマイナス成長であった。パチンコ、公営ギャンブルが減少を続けた。ゲームセンターも家庭用ゲーム機の高制度化と人気ゲーム機不在で売上の減少が続いている。

④観光・行楽部門
全体でマイナス三・七%。ほとんどの市場でマイナス成長となっている。レジャーランドやテーマパークの業界も全体的に入場者数が減っている。旅館、ホテル、ペンション、民宿といった宿泊施設も同様。海外旅行者数も大きく減少した。国内旅行では、北海道・沖縄向けの「安・遠・短」ツアーが話題になった。

参加人口と費用ともに減る

では、サウナはどうか。景気低迷が続く中で、サウナ業も苦戦を強いられた。昨年は参加人口、参加率、年間平均費用ともやや上向いたが、平成十年の数字は、○表のように、参加人口は一千五十五万人で、前年比で八%、年間平均費用は一〇・四回で同一三%、年間平均費用は一万八千六百円と同三%それぞれサウナ市場規模は、こうした参加人口と年間平均費用の落ち込みが大きく影響して、三千億の大台を割り、平成十年は一千九百五十三億円となる計算。

では、サウナはどうか。景気低迷が続く中で、サウナ業も苦戦を強いられた。昨年は参加人口、参加率、年間平均費用ともやや上向いたが、平成十年の数字は、○表のように、参加人口は一千五十五万人で、前年比で八%、年間平均費用は一〇・四回で同一三%、年間平均費用は一万八千六百円と同三%それぞれサウナ市場規模は、こうした参加人口と年間平均費用の落ち込みが大きく影響して、三千億の大台を割り、平成十年は一千九百五十三億円となる計算。

次に、平成十年の参加率の特徴をみると全体では九・八%で、男性全体では一一・四%に対して女性全体は八・一%と、女性層の広がりが続いている。年代別には、男性は四十代一五・五%、三十代一五・二%、五十代一三・九%と、やはり働き盛りの世代が中心。これに続く二十代の九・二%、十代七・一%、六十代以上五・八%の順になっている。これに対して女性は、二十代一六・五%が主力で、三十代が八・四%、五十代が八・三%と並ぶ。四十代は七・七%、十代四・八%、六十代以上二・五%の順となる。

(サウナ) 余暇活動への参加・消費の実態

	A 参加人口 (万人)	B 参加率 (%)	C 年間平均活動回数 (回)	D 年間平均費用 (千円)			E 1回当たり費用 (円)	F 参加希望率 (%)
				用具等	会費等	合計		
平成8年	1,050	9.9	13.7	-	22.1	22.1	1,610	11.4
平成9年	1,140	10.7	12.0	-	26.9	26.9	2,240	11.8
平成10年	1,050	9.8	10.4	-	18.6	18.6	1,790	11.4

「他にない発想で差別化を 図り勝ち残ってほしい」

愛知県支部・月例会

愛知県支部は「例会」を四月二十六日午後一時三十分から東別院会館(名古屋市中区)で開催した。岡崎会長が挨拶され、献血キャンペーン協力のお礼をはじめ「現状はあらゆる努力をしても、ますます悪化する一方だが、さらに努力したい。他にない発想で差別化を図り勝ち残ってほしい」と会員を励ました。次いで本部報告として、ドイツで開催される国際サウナ会議に日本代表として米田会長ら二十名が参加する。新賛助会員の韓国式アサリ「クララボデイクリ

健康ウォーク・ホツと入浴会

清掃のお年寄りを慰労「ルームプラザ」(高知)



高知城の散り始めた桜を背景に奉仕された15名がハイ・パチリ

四国・高知市の「ルームプラザ」(高知市)がこのほど開催した「第三回健康ウォーク・ホツと入浴会」の模様が高知新聞(4月8日)で紹介された。見出しは「お年寄りが公園清掃—サウナと食事で慰労」。本文は次のとおり。高齢者が歩きながらごみ拾いし、その疲れをサウナ

でいやそうという「第三回健康ウォーク・ホツと入浴会」が七日(四月)、高知市の高知公園内などで行われた。「ルームプラザ高知店」(高知市帯屋町一丁目、柿原栄志店長)が「高齢者の生きがいと健康づくりの手助けになれば」と昨年からお開催。サウナでの慰労が好評だ。今回は十五名が参加し、県立文学館前から高知城へ出発。散り始めた桜を「きれいやねえ」と見上げながら道沿いのごみを拾った。花見客でにぎわう三の丸では「たばこの吸いながらいっぱい落ちちよって、前に進まん」と苦笑しながら清掃し、ごみ袋はいつの間にかいっぱい。約一時間の清掃作業の後、疲れを同店のサウナと食事でいやしくつろいだ。



岡崎会長のあいさつ

などが了承された。この後、賛助会員商品PR(アサヒビール株、キリンビール株)が、担当者交代挨拶(貝印株)が行われた。

資料統計に裏付けされた営業戦略を!

副島雅行氏
株式会社ウイズプランニング代表

ある雑誌社の最新温泉施設の運営実態資料集が刊行された際、私もあるセクションで十ページほど執筆を担当。その資料の「業態アンケート調査」から、①民間健康センター、②民間日帰り温泉施設、③公共パーラー(遊泳)付温泉施設、④公共温泉保養センター、

自店のどこがプラスかマイナスか

⑤スーパー銭湯—のデータを一覧表にまとめてみた。これらのデータと比較検討して、自店のどこがプラスで、どこがマイナスなのか、どうしなければいけないのかといったことを判断して、これからの経営・営業戦略に役立ててもらいたい。

民間健康センター アンケート資料から抜粋

- 1施設当たりの延床面積と最大同時収容人員、駐車台数(8施設から)
延床面積5,577.1㎡、収容人員1,059.3人、駐車台数403.3台
最大同時収容人員1人当たりの延床面積5.27㎡/人
駐車場1台当たりの同時収容人員2.63人/台
- 1施設㎡当たりの年間売上高と利用者1人当たりの年間売上高(6施設から)
年間利用者数264,738人 年間売上高8億8,804.3万円(1人当たり3,354円)
- 1施設当たりの付帯施設の保有率(8施設から)
物販100%、自販機87.5%、飲食施設100%、休憩室87.5%、仮眠室87.5%
ゲーム100%、マッサージ室100%、エステ37.5%、会議研修室37.5%
カラオケ100%
- 1施設の売上構成比(6施設から)
入場料38.0%、飲食36.9%、物販4.1%、自販機3.6%、レンタル0.4%
入場料以外の施設料金7.6%、その他9.4%
- 施設の利用回転数(8施設から)1日当たり727.0人 平均0.69回転、最大1.63回転
滞留時間 平均4.39時間(7施設から)
月別利用構成比率

月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
%	6.9	8.1	6.9	14.5	12.9	7.2	6.3	7.1	6.1	8.3	7.2	8.1

曜日格差 平均619人、土曜日1,045人、日曜日1,097人
(平日100% : 土曜日169% : 日曜日177%)
リピーター率 58.9%(男性53.8%、女性46.2%)
年齢層 ~9歳5.9%、10代3.9%、20代10.8%、30代15.4%、40代20.7%
50代25.0%、60代14.6%、70代3.7%
利用形態 1人客26.7%、カップル16.8%、ファミリー22.6%、
グループ19.5%、団体14.3%、その他0.1%
交通機関 自家用車51.6%、バイク自転車3.0%、団体バス0.6%
公共機関26.7%、徒歩4.2%、送迎バス13.9%
距離 20.6km=77.2%

まず、健康センターは、大体一施設でいくらかかっているか、駐車場の台数が大体四百台近くある、するとうちは少ないのじゃないか—とか、年間の売上は一人いくら、浴室の面積は、そして、例えば付帯施設では、物販が一〇〇%、自販機が八七・五%、飲食もある。休憩室も仮眠室もある。ゲームもマッサージもエステもあるということ、健康センターは、要するにシテイサウナの規模を大きくして、いろんなものを付けたのが、その施設の保有率です。売上の構成比は入場料が三八%、飲食三六%ということ、入場料と飲食は切っても切れない同率の力がある。その割に物販はわるい。それから自販機が三・六%あるが、売上にするといくらのものでもない。ほかに、入場料以外の出

入金が七・六とか九・四%ある。八施設で大人一人あたり平均で一九一〇円の料金構成になっているが、現実にもつと下がっているのではないか。定休日は、年中無休が一〇〇%、平均営業時間は十七時間となっているが、じゃ、うちには休んでいるのか、休んでいるのか?。飲食の利用は八三%あるが、これは多すぎるようだ。従業員数は、正社員とパート、バイトの比率はどうか。会員のシステム投入率は五〇%になっている。それから年間経費率が八八・七%かかっている。これは人件費が二五%、これは果たして多いのか少ないのか。水光熱が九・三%、ただしいろんな問題がある。あと、家賃が一八%等々といったデータです。

去年、千葉県・習志野でお客様全員にメンバーズカードを作ってバーコードにし、顧客管理をしている。それを一か月ごとに集計して、シミュレーションのなかには、この地域からはよく来ている、この地域は少ないとか一目で分かる。では、今月はこの地域にチラシを打とうということにな

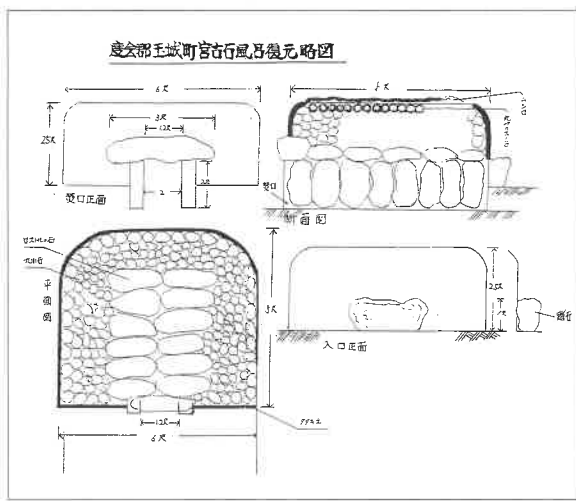
る。このように、資料統計に裏付けされた営業戦略を立ててほしい。健康ランドへ来る交通機関の場合は、自家用車が五一%、サウナの場合はそうじゃない。最後に、スーパー銭湯の場合は、敷地が大体四百坪から四百五十坪、什器、備品、宣伝費など全部ふくめ、借地料とか権利金も全部ふくめて総工費は六億円ちょっと。駐車場は一台あたり二・九九人。売上構成は入場料が七〇%、飲食は二一%しかないということ、健康ランドとは極端にちがってきている。

三六〇円の公衆浴場料金と(大阪市は市の公衆浴場法で三六〇円と定めている)その他の浴場は五倍ほどの料金を取るよう行政の指導がある。公衆浴場法の見解が市町村によってちがう。その点から、スーパー銭湯は料金が平均五七五円、定休日は木曜が六〇%、週一回一〇%、月一回が三〇%と休んでいるケースがあるが、シテイサウナの定休日は少ない。また飲食の利用率は一五%しかない。もちろんメニューも少ないし、売る商品もないし、値段の高いものも置いてないということ、従業員数は、正社員は平均三・五人。年間の経費率が人件費二〇%で五%ほど低い、水光熱費の二四%は変わらない。それと一人あたりの床面積は何平方メートルなのか、一日の回転数は約一〇〇〇人、平均八・二人を一〇〇とすると土曜は一四七%、日曜は一八二%ということ、一対一・五対二という割合で特定日に集中している。

悠久のロマンを秘めた 「宮古の石風呂」(三重県玉城町)



石風呂の外観は農家の納屋を思わせる。去年の台風で壊れた木の戸2枚が新調されていたのが目をひいた



新会員紹介(敬称略)

次の各店が社団法人日本サウナ協会に加盟されました。よろしくお願ひ致します。

- 沖繩県支部会員 (平成11年5月1日付け)
 - △ 会社名 株式会社 青い地球
 - △ 代表者 喜久本 朝徳
 - △ 店名 浦添ゆうふるらんど
 - △ 所在地 沖繩県浦添市城間4丁目35番8号 電話 098(874)1909
- 神奈川県支部会員 (平成11年5月1日付け)
 - △ 店名 ニュー相武台サウナ
 - △ 代表者 後藤 豊実
 - △ 所在地 神奈川県座間市緑ヶ丘4丁目20番5号 電話 0462(53)5255

古来から伝わる「日本のサウナ」のルーツを求めて、四月のある日、三重県をめぐりながら日帰り旅に出かけた。

五月七日、ドイツで開催される「国際サウナ会議」で、協会の米田会長が「日本の温浴文化の歴史」について、スライドを映しながら講演することができ、この「歴史のひとこま」に加えることができればというのが、旅の目的だった。

文献によると、わが国古来のサウナの1つは「三重県度会郡宮古村に伝わる「宮古の石風呂」のことだ」とある。では、「いま、宮古村はどうなっているのか、宮古の石風呂は現存するのか？」を調べるため、三重県大阪事務所(北区梅田)を訪ねた。親切な対応。しばらく待つ間に知りたい情報が返ってきた。

「かつての宮古村は、現在は

同郡玉城町下外城田(たまきちよう・しもときだ)地区の宮古で、石風呂はその梶原寺の傍らに現存しており、宮古の区長が管理している。現地では、同町教育委員会社会教育課の中世古係長が詳しいので用件を電話しておきました」と行き届いたものだった。

中世古さんにアポイントをとり、数日後にお伺いする。玉城町は、古来より伊勢神宮の鎮座と共に栄え、発展してきた、お伊勢さんとかかわりの深い町だ。JR参宮線の田丸駅、近畿自動車道の玉城ICが、いわば町の玄関にあたる。今回は田丸駅を経て同町教育委員会へ向かった。

中世古さんは「下外城田地区の字(あき)がたつきん分かれていて、その中に宮古というところがあり、ここが旧宮古村の中心です。そこにある梶原寺に入っていく手前にある小屋が、石風呂です。この石風呂は昔から地域に伝わる獅子舞神事の際に、みそぎ(みそぎ)を清めること」に使っているもので、日常のお風呂とかサウナとはちがうものですが」と、用意されていた参考資料のファイルを見せながら説明される。

そのファイルの中に「聞き書き」があり、それによると「宮古の石風呂の由来は全く不明で古老に聞いてもわからない」とある。また、「三重民報」の連載「三重の自然と人」と(86)(1976年4月・18日合併)で宮古の郷土史家・村木喜代松氏は「石風呂そ

さて、宮古の石風呂は、地域の獅子舞神事(御頭神事)で獅子頭を扱う役にあたった人が、からだを清めるために「石風呂神事」として入る全国でも非常に珍しいもの。現在では当地だけで見られ、昭和四十年(一九六五年)十二月、三重県の民俗資料(有形文化財)に指定されている。

獅子舞神事は、毎年旧暦の一月十日夜に行われる。したがって新暦では寒さ厳しい二月になり、毎年その日がことなり、去年は十日、今年は二十五日だった。神事はこの前日、つまり旧暦一月九日の朝から始まり、獅子の頭を被る「御

頭」の六人(毎年交替し、家筋がまわっている)と「禰宜役(ねぎやく)の二人が、車で三十分ほど離れた伊勢・二見ヶ浦まで行き、夫婦岩のところで、裸で海に入り「水垢離(みそぎ)を行う。

一方、石風呂神事が行われる石風呂は、約二・五坪の木造瓦葺き建物。外観は農家の納屋のおもむきで、石風呂の掲示板がなければ見過ごしてしまう。中世古さんに案内していただいたが、「地元のタクシムもあまり知らないのではな

いかに」ということだった。内部の構造は、浴室と焚き場の二室に分かれ、浴室は坪ほどで土間より四十五センチほどの高さに「ぐり石」を方形に積んで土台を築いている。焚き場はこれも一坪ほどで、浴室に向かって焚き口がある。浴室と焚き場とは荒壁で仕切られている。このため板戸が設けられている。

石風呂神事の釜焚きは、旧暦一日十日の午前0時ごろから始まり約六時間で焚き終わる。燃料は、同六日に当番が山へ行って松、杉、その他の木の根を掘ってくる。これをジーンと呼ぶ。割り木やジンなど十数束が必要になる。

釜の天井は、ぐりみを支えるため、鉄の二センチ角ほどの鉄棒を何本も縦横に渡して、ロストル(火格子)になっている。石が真っ赤に焼けてくると小屋のそばにある小さな池に漬けておいた丸竹の簀の子一枚を下に、その上にむしろ敷を重ねて敷き、バケツ数杯の水をかけると、水蒸気が勢いよく吹き上がって、浴室に立ち込める。まさに、熱気・蒸気浴のフィナンランドサウナの原形と同じだ。

ころあいを待って、前記の御頭番と禰宜役の合わせて八人が裸になり、手ぬぐいを持って浴室に入る。五分ほどで前身に汗が吹き出し、汗とともに心身のけがれを流し去り、「みそぎ」を終わる。この入浴時間は大体、朝七時から始まり一時間ほどである。

獅子舞神事の方は、夜六時から行列が始まり、獅子頭を先頭に、口舞、後舞、カラトつり(容器)の順で、梶原寺で七回り舞を行い、地域の定まったコースを巡り、豊作、無病息災を祈る。いわゆる、お祭り騒ぎはなく、厳肅に神事は進められるという。

まさに日本古来のサウナ風呂！ 獅子舞神事の「みそぎ」が目的

**「良い空気とマイナスイオン」
サウナ造り35年**

伝統のフィンランドサウナ
フィンランド古来のスモークサウナ
ガスサウナストープ「ロッキー」
クラフスサウナ(割石調意匠・独製)
アクアビバ(目・耳・香と自然・独製)
クリマサウナ(温度・湿度全自動調整)
エミパスサウナ(塩サウナ向・送風式)
ステイムバス

テルマール(古代ローマ風輻射熱室)
ハمام風温温室(トルコ)
遠赤外線サウナ(電気・ガス)
壁掛式温風循環サウナ(加湿器付)
薬草サウナ
ペンギンルーム(摂氏零下三度氷雪室)

**古代ローマ風呂を再現
テルマール**

サウナのなかったローマ時代のヨーロッパにおいて、壁と床からの輻射熱による温熱室(43℃/50℃)は温泉療法の重要な役目を果たしていました。当社はこの温熱室「テルマール」を理想的な意匠に仕上げ、夢のライフ・スパとして提案します。(写真は横浜スカイスパ)