

SAUNA SPA



公益社団法人日本サウナ協会 〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-30 アルス市ヶ谷907 TEL:03-5275-1541 FAX:03-5275-1543 sauna.or.jp

密を避けるレジャーとして、 テントサウナ人気急上昇

認知の次にやるべき事は…?

ここ数年、テントサウナは河原や湖畔で楽しむだけでなく、お祭りやフェスのイベント、パーティー、グランピングのアイテムとして注目されていたが、密を避けられることが追い風になり、ここに来てさらに人気が高まっている。幅広い魅力と今後の課題をレポートする。



▼ノーラ名栗

高嶺の花ではなく、 手軽なレジャーに



自宅の庭でレジャー気分を楽しむ人もいれば、温泉旅館の貸切風呂のイメージで、空き地にテントサウナを立てて時間貸しする温浴施設もある。またサウナの「ととのう」という境地は瞑想と通じるものがあるとの発想から「お寺×サウナ」といったユニークなイベントも行われている。



▲密を避け、思い思いに楽しめる、テントサウナ

埼玉県飯能市の名栗エリアに誕生した「ノーラ名栗」は、北欧風BBQやマルシェ、多彩なイベントなどの北欧体験型施設で、その目玉は、フィンランド式テントサウナが立ち並ぶエリア「サウナクラブ」だ。利用者は水着さえ持ってくれば、3時間もしくは終日プランでテントサウナを貸し切り、自然の中でサウナを満喫することができる。スタッフから説明を受け、テントのジッパーを開けると、そこは薪で温められたプライベートサウナという夢のようなお膳立て。自分でロウリュができて、水風呂もあり、帰る時にはシャワーやドライヤーを使って身づくろいまでできる。

アウトドアとサウナの知識両方を必要とするテントサウナを自分でやろうとするといささかハードルが高く「高嶺の花」の感があったが、施設を利用すればグッと手近な遊びになる。

さいたま市の「おふろcafé utatane」はさらに自由な発想で、9月からテントサウナを施設内のイメージづくりに利用している。例年なら、秋はテントサウナイベントのベストシーズンなのだが、今年はそれが出来ないのを惜しむ気持ちから、「北欧の秋とアウトドアサウナ」をテーマにテントサウナを館内に持ち込んだ。お客様に自然の雰囲気を感じていただき、非日常を楽しんでもらおうと、館内に白樺のアーチや秋の花やハンモックを用意してみたら、予想以上に幅広い年代からウケているという。新谷竹朗店長は言う。「テントサウナと街中の施設サウナは実際別物だと思いますが、サウナを知らない方に興味を持ってもらうには最高のギアだと思います」。



▲おふろcafé utatane

テントサウナに今必要なのは、 ルールとマナーの確立

アウトドアのみならず室内ディスプレイにも効果を発揮しているテントサウナだが、アウトドア愛好家を中心にテントサウナを急速に認知させたのは、これに惚れ込み仲間を増やしてきた組織「Sauna Camp.」によるところも大きい。

アウトドアを趣味としていた代表の大西洋さんは『サ道』を読んでサウナにハマり、サウナから湖へのダイブに憧れてテントサウナを購入し本栖湖で実体験。そこで人生が変わるほど感動したという。以来、「こんな楽しい事、みんなにも知らせたい」と、イベントを開催しつつSNSで情報発信して同好の士を増やしてきた。

コロナでさまざまなイベントが無くなった今夏、大西洋さんが取り組んでいるのは、安全な利用法の確立だ。アウトドアの知識があれば、キャンプの基本、自然や周囲との融和を心得ているが、サウナが好きで始めた場合は、火の扱いやテントの知識がないうえ、アウトドアのマナーを知らないで、釣り人の近くでダイブしてしまう等、様々な問題が起きている。

「サウナの魅力とマナーは、タナカカツキさんをはじめとしたカッコいい大人の人们に教えてもらいました。今、テントサウナが最高の遊びとして認知されるためには、マナーとルールの確立が急務と思うんです。サウナのプロである協会の方々には教えていただきたいことが多々あります。ぜひお力をお貸しください」。



▶Sauna Camp.代表 大西洋さん

使いやすいと、導入する店舗が増えています!

ロウリュサウナのベストセラー商品!

改良強化 大型うちわ「バタバタ」

- 人による技術の差が出にくい形状
- 身体に負担が少ない設計
- 高温での使用でも長持ちする作り

KOSÉ

冷やし雪肌精、いかがですか?

夏季限定

冷やし雪肌精入ります
ご自宅でも使いたいです

森下仁丹の薬仁湯

薬仁湯
花閃白湯
楊貴妃の真珠風呂
アルカリ性温泉用除菌剤

明治創業の老舗ブランド、森下仁丹
日本唯一の業務用販売総代理店です

地区協会報告

東京都協会 | 総会・勉強会

東京都協会(岸野肇会長)は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、2020年度総会を书面決議しました。議案は、第一号議案2019年度事業報告、第二号議案2019年度収支決算報告および監査報告、第三号議案2020年度事業計画案、第四号議案2020年度収支予算案。以上を原案通りに書面にて承認されました。

また、8月27日(木)には、「第92回体験入浴会・勉強会」を「レインボー新小岩店」(東京都葛飾区)で開催し、18名が参加しました。

コロナ禍における感染防止対策の具体的内容、営業自粛期間、また営業再開後のお客様の動向、お客様層の変化などについて、各店舗から提出されたアンケートに基づき、活発な意見交換が行われました。恒例の「知りたい情報(対前年同月比)」では、参加者の店舗ごとに4月以降の営業状況の説明がありました。



神奈川県協会 | 総会

神奈川県協会(織茂明彦会長)は、7月16日16時から聘珍樓(横浜中華街)において、令和2年度総会を開催しました。神奈川県協会では、新型コロナ禍で営業を自粛せざるを得ない会員のために、本年度の会費を無料とするので、それを承認する大切な総会でした。

まず会長から、「このような状況下、苦しい思いをしている時に営業を助けてくれているのはサウナブームの根強さです。ロウリュを喜んでくれたり、マナーの良い入浴スタイルを見たりすると、サウナ・スパ協会でやってきたことの正しさを感じて張り合いがあります」と挨拶。

議事は役員改選案として、副会長に岡村篤秀氏(三蔵商事株)、理事に森山元明氏(株ミュー)を迎え、織茂会長と共に、金憲副会長、加川淳理事の5人態勢とする案が拍手で承認されました。次に令和元年度事業報告および令和2年度事業報告、令和元年度の収支決算書、令和2年度収支予算書案の説明があり、拍手で承認され総会を終了しました。

続いて、営業を再開してからの各店舗の状況と取組みに対する報告を行い、その後、ソーシャルディスタンスを取った懇親会と、密度の濃い時間をすごしました。



愛知県協会 | 勉強会

愛知県協会(森信仁会長)は、8月7日14時より、東別院会館(名古屋市中区)で8店舗13名が参加して、正会員情報交換会を開催しました。

新型コロナウイルスによる休業、再開、現在に至る状況や取り組みを情報共有して、今後につなげていこうという目的の勉強会です。

事前に情報交換シートを配布して、・休業中に取り組んだ事、・再開に向けての取り組み、・再開後の課題や検討中の事、・悩み事、などについてファクスで回答を回収し、当日資料として配布して、情報交換を行いました。

50人以上入る会場でソーシャルディスタンスも万全に準備をしましたが、情報交換シートを配布した7月にはほぼゼロであった新規感染者が急増し、会の開催前日には緊急事態宣言が発出され、開催を危ぶみましたが、今こそ情報交換が大事であると考え、参考になりました。懇親会もなく、早々に閉会しましたが、参考になる事が多く、横のつながりの大切さを感じる勉強会でした。

岡山県協会 | 総会

岡山県協会(松田進龍会長)は、8月11日、第33期通常総会を书面表決にて行い、令和元年度事業報告および決算報告、令和2年度事業報告案および決算報告案をそれぞれ一括承認しました。

各社経済状況が厳しい中、本年度の会費は免除としました。

九州沖縄協会 | 総会

九州沖縄協会(枝元倫介会長)は、令和2年度第7回総会を新型コロナウイルス感染拡大防止のため、书面表決しました。

議案は、令和元年度事業経過報告、令和元年度収支決算報告書、令和2年度事業計画(案)、令和2年度収支予算(案)、令和2年度役員名簿(案)で、有効会員数25社全員一致の賛成表決書をもって、全議案が可決されました。

養成研修講座の受講状況(9月10日現在)

受講者数

健康アドバイザー **7,850名**
プロフェッショナル **825名**

総合合格者数
6869名

総合合格者数
624名

健康アドバイザー

プロフェッショナル

新型コロナで世の中が一変しても、サウナーたちのサウナ愛はとどまることはなく、「サウナ・スパ健康アドバイザー」、その上位資格の「サウナ・スパプロフェッショナル」の資格申し込みはこの4月から急増している。現在受講中も含め、サウナ・スパ健康アドバイザーの総受講者数は7850名、総合合格者数6869名(男75%、女25%)。

地区別に見ると、北海道214名/3.1%、東北177名/2.6%、関東4029名/58.4%、北陸163名/2.4%、中部729名/10.6%、関西971名/14.2%、中国168名/2.5%、四国56名/1.0%、九州・沖縄362名/5.2%で、関東地区がダントツに多い。

プロフェッショナルは、現在受講者を含めて総受講者数825名、総合合格者数624名(男85%、女15%)。

日赤募金箱

7月11日から9月10日までに各店舗に設置した募金箱への募金額は下記の通りです。今後ともご協力のほど、よろしくお願いたします。

- 寄付金入金状況(9月10日現在)
- 横須賀建物(株) ¥11,063
- 北大阪振興 ¥31,143
- (株)A&E ¥12,858



DIET & BEAUTY FAIR 2020
第19回 ダイエット&ビューティフェア2020
ANTI-AGEING JAPAN
第6回 アンチエイジング ジャパン
SPA & WELLNESS JAPAN
第11回 スパ&ウェルネス ジャパン

ダイエット&ビューティフェア2020 スパ&ウェルネスジャパン 開催

協会が後援する「ダイエット&ビューティフェア2020」および「スパ&ウェルネス2020」が、9月15日(火)から17日(木)の2日間、東京ビックサイト青海展示棟A・Bで開催された。今年のテーマは「ビューティ&ウェルネスで日本を元気に」で、コロナ対策を万全に、分散入場を呼びかけつつの開催となった。消費者に必要とされているテーマを持つ展示会であり、展示内容もwithコロナ、afterコロナが盛り込まれ、開催前から注目を集めていたので、来場者は時代に適応する情報を得る使命感をもって真剣に視察した。

協会は、サウナ・スパの啓発とともに、「サウナ・スパ健康アドバイザー」、「プロフェッショナル」の資格紹介と、資格者が優待利用できる施設のポスターを掲示し積極的にアピールを行った。

サウナ・スパ健康アドバイザー
資格証カードのご提示にて
割引がごさいます。

※協議のプラットフォームで「サウナ・スパ健康アドバイザー資格証」カードをご提示ください。
※必ずお持ち込みください。お持ち込みがない場合は割引が適用されません。
※お持ち込みは別途お願いいたします。

日本政策金融公庫 (国民生活事業)

新型コロナウイルス感染症 特別貸付の概要

日本政策金融公庫(国民生活事業)では、新型コロナウイルス感染症の影響により一時的に業況悪化を来しており、一定の要件に該当する事業者を対象として、「新型コロナウイルス感染症特別貸付」(令和2年3月創設)を取り扱っている。

用途は、新型コロナウイルス感染症の影響に伴う社会的要因等により必要とする資金で、融資限度額8千万円(別枠)。
本貸付制度のお問い合わせは 日本政策金融公庫生活衛生融資部まで。 TEL 03-3270-1651

加盟店協力
緊急取材

STOP

COVID-19

コロナ禍による 女性客の利用控え 対応策いろいろ

多くの施設が通常営業に戻ってから3か月が過ぎ、お客様の動向が徐々に見えてきた。問題は山積しているものの、事務局に一番多く聞こえてくるのは、「女性のお客様が戻って来ない」という声、声、声。コロナ終息の先行きが見えない中、女性客は以前の半分以下、多くても60%と切実な現実に向き合っている。コロナ禍により家族の在宅時間が増え、家事が増えて忙しい上、周囲の目があるため出歩けない、仕事先から余分な外出の自粛を求められているなど、女性客がサウナに来られない理由を上げるときがない。

だが、このままではおけない。そこで、女性サウナのある施設に、女性客の変化と対策を尋ねる緊急取材を試みた。各施設の環境が異なる中、答えの見えづらいテーマではあるが、他店の取組みを参考にさせていただきたい。

今は辛抱の時期、 アフターコロナに照準を

■「アベゼ」(愛知県名古屋) 村田祐実 店長

男性サウナは年配のお客様は戻ってきていますし、若いグループの男性客は増えていて、週末は混み合うほどです。

しかし女性客は減りました。当店は主婦層が多いので、家族に止められるとか、家事が増えたことによってゆとりがなくなったのだと思います。来店なさっても、のんびりなさらず、すぐにお帰りになる方が多いです。また、夜お越しになっていた飲食業の女性の方々が来なくなりました。この需要は夜の街が回復しない限り難しいでしょう。

今は辛抱する時期だと考え、店の清潔さ、スタッフのモチベーションの維持、サービスに最新の注意を払っています。女性は敏感です。お客様が少ない時の方が、こちらの仕事ぶりが伝わるのでしょうか、これまで以上の信頼関係が生まれています。それがアフターコロナに結果を出せる基礎になると信じています。

旅行気分の演出で 次回来店を誘う

■「天然温泉 満天の湯」(神奈川県横浜市)
久下沼伊織 常務

お母さんが家族の動きの意思決定をする土・日の夕方が一番割を食っています。現実的に忙しいうえ、テレビの情報をよく見ているので過度な警戒心もあるでしょう。これはもう仕方がないので、それ以外の部分を伸ばそうと考えています。

日常に戻ろうとして来店して下さるお客様の来店スパンを短くしていただこうと、ご当地ラーメンの「ラーメン駅伝」や毎月テーマに沿ったご当地の名産・名物の入浴剤を楽しんでいただく日替わり風呂、ご当地グルメの抽選会など、旅行気分を味わっていただく新企画を始めました。

女性客が減っている反面、グループで見える若い男性客が増えたのは、フェスやライブ、カラオケなど、遊びに行く場所が減っているからだだと思います。

女性好みの施設改装を 視野にアンケートを実施

■「なごみの湯」(東京都杉並区) 高原史知 さん

女性客は戻るのに時間がかかると思います。平日午後は80%のお客様が女性で、岩盤浴やロウリュを楽しんでおられました。女性のグループ客がお越しにならなくなりました。もともと女性は男性に比べてサウナの認知が浅く、ブームでやっと増え始めていたのですが、まだサウナが日常になってはいません。昔からサウナに入っていた方々は、今も変わらず1人で来ています。当店は昭和っぽい施設なので、この機に女性部分だけでも改装した方が良いのではと考え、現在、女性のお客様と女性スタッフにアンケートを取っているところです。アフターコロナを見据え、どのような施設にするべきか本格的に検討しています。

「本当は行きたい！」 女性の本心垣間見た

■「コミュニティリゾート リライム」(福井市)
石川誠一郎 社長

福井は親との同居率が高く、コロナのクラスターが出たこともあってコロナ情報に非常に敏感になっています。特に当店は主婦層が主なので、減り方は著しいです。

そんな中、一時休業後に開店した5月26日、一つの気付きを得ました。レストランで午後、一人で食事なさっている女性のお客様がたくさんいたのです。あんな光景は初めてです。来ることが出来ない事情は人それぞれでしょうが、「女性は疲れていて、本当は来たいんだ」という事がわかりました。これまで大人数の宴会セットなどを企画してきましたが、当面そういう需要はありませんから、これからは、個人をターゲットにしていきます。その第1弾として9月1日から、免疫力UPを目指す「秋の潤いチャージセット」として特製御膳と入館料で2000円のパックを作ったのですが、出足は好調です。また、「風と密になろう」と題した屋上ゆったりビアガーデンを9月21日まで延長しました。

本来、温浴は免疫力を高める手段として、こういう時こそご利用いただきたい。そのために、ポスターなどは友達同士の娯楽ではなく、家族と一緒に健康増進というイメージに切り替えています

テーマパークのような 雰囲気づくり

■「おふるcafé uatane」(埼玉県さいたま市)
新谷竹朗 店長

元々は女性のお客様が多いのですが、今は男性の方が多く、女性が少ないのは顕著です。そんな中でもピンポイントでサウナ狙いの方は来店なさっています。

地味ではありますが、入り口に体温センサーカメラを設置するなどして、衛生管理の徹底を強調することで、安心感を抱いていただくようにしています。

平日限定のお食事付きパック等をやりながら、様子を見てきたのですが、中には入浴、エステ、宿泊、と高額利用の方も少なからずいて、すぐに帰る方と二極化しています。

せっかく足を向けていただくのであれば、とことん楽しんでいただこうと、テントサウナを立ててフェアを始めました。旅行も行けない昨今なので、フィンランド式サウナを出たら、北欧のお食事、北欧の秋を感じていただけるようなレイアウトやグッズ販売など、全体がテーマパークのように楽しめる場所になりたいと思ったわけです。絶対的な解決策はないと思いますが、「あそこ行くと面白い」と感じていただくことは大事だと考えています。



横須賀 サウナトーホー 44年の歴史に幕 協会の皆さま、ありがとうございました。

横須賀建物株式会社 織茂明彦



コロナ禍長期化を見越した 致し方ない経営判断

大学を卒業して5ヶ月後、23歳の時に店を任されてから44年営業してきた「サウナトーホー」を、9月11日に閉店しました。協会の中で新型コロナによる初めての閉店になることに、自分でも驚いています。

自粛休業が明けたときは、これでお客様は帰ってくると思っていたので、売り上げが営業再開直後の70%台から次第に60%台になってきたのはショックでした。カプセルホテルを含む21時以降がダメでしたね。お客様が、奥様に嫌味を言われるのが面倒で、飲みに出掛けられない、行っても早く帰るようになった、その結果でしょう。

小池都知事が「新しい日常」という言葉を使い、世間がそれに違和感を感じていなかった様子を見て、営業を続けられない可能性があると思い始めました。

「サウナトーホー」は横須賀中央駅から徒歩7分程度の場所にあり、バブル期は飲み屋街のド真ん中でした。時代の変化に横須賀市の衰退が拍車を掛け、駅から細々と延びる商店街の先端という立地が変わってしまい、店の体力が落ちているところに、コロナ禍の長期化です。

9月から11月まで再度休業しようかとも思ったのですが、12月に再開してもスタッフが揃わない可能性があるし、年を越してから手を上げては迷惑になると思い、8月3日、閉めるという選択肢を思いつきました。体力のあるうちに決めれば、従業員さんにもそれなりのことが出来ます。

周囲にしてみれば、「突然」、の感は否めないと思いますが、時間があつたコロナ自粛休業期間に遺言書を仕上げ、自分のこれからの仕事のあり方も考えていました。その時点では閉店など想像もしていませんでしたが、8月3日に雑念のない経営判断が出来たのはそのベースがあつたからだだと思います。

業態を変えながら生き残るための 協会はありがたい仲間

サウナ・スパ業は、変化の大きな業界でした。ニーズに敏感に変化してきたからこそ、成長してきた業界といえるでしょう。

植木等が出演する映画に、ズラッと並んだ箱蒸しから、お客様が

首だけを出ているシーンがありますが、私が小学生の時には、まだこの施設がありました。後の風俗トルコ風呂が真似したと言われる、東京温泉(銀座)の「風呂、箱蒸し、マッサージ」個室を、両親兄弟で家族風呂のようにして使った経験があります。

「サウナトーホー」の開店時、お客様はマッサージと休息だけを求めて、サウナに来ていました。それが当時の関東のスタイルだったのだと思います。

父が、名古屋か大阪の真似をして「入れ墨お断り」のポスターを貼り出しました。関東では初めてだったかもしれません。入れ墨のお客様に注意して、何度突き飛ばされたかわかりませんが、それが他店との差別化となり、徐々に広まっていきました。

休憩室はリクライナーとカーベットで、食事は簡素。カップラーメンを井へ移して300円頂いていました。当然ですが、あまり業績は良くなかったですね。

スカイサウナの金社長(金常務理事のお父様)に「騙されたと思ってやってみなさい」と言われて、深夜1時に閉店だったのを24時間営業にしました。温浴施設の終夜営業は当時違法だったかもしれませんが、泊まりのお客様を受け入れることにより、やっと利益が上がり始めました。

名古屋や大阪に何度も足を運び、色々な店舗を視察しているうちに、どうしてもそれと同じような店の作りにしたくなり、開店から10年後に全てを壊して今の形にしました。食事処と休憩室は別々。リクライナーの他に仮眠ベッドも置きました。すると、お客様が大幅に増えたのです。大阪や名古屋の方が、お客様のニーズに敏感だったわけです。

更に10年経ってから、カプセルホテルも付けました。いつの間にか、関東のサウナも、殆どが大阪や名古屋と似たような造りになっていました。「入れ墨お断り」まで同じです。

「サウナトーホー」の進化はここまでですが、新業態として、「相模健康センター」が1980年に誕生し、それを真似た「中部健康ランド七宝」から健康ランドブームとなりました。「男女が、そして家族と一緒に食事できる」ことが魅力だったのでしょう。

健康ランドの規模が大きくなりすぎた時、産まれたのがスーパー銭湯です。休憩スペースを無くすことで、駐車場が小さくてもいいので、入浴料も安くでき、爆発的に増えました。それも大型化し、今は健康ランドと

の境界が曖昧になってきました。

こうした業態の変化をダイレクトに知ることが出来たのは、「サウナ・スパ協会」のおかげです。会員各位、そして諸先輩との交流のお陰と、心から感謝しています。

今のサウナブームも、サウナストーブを変え、中温でもロウリュで体感温度を高めて発汗を促し、そして水風呂、という本場フィンランド方式を定着させたことが礎となっています。

時代に添って業態を変えながら生き残るには、情報が命。みなさん、何かあった時には協会の仲間や事務局に相談してください。事務局には多種多様な情報が集積されるので、共有することは大事ですし、同業者の仲間は心の支えになるものです。

中野会長と平井副会長からお勧めいただき、任期までは副会長を務めさせていただくことになりました。また、次の世代も含め、いつかはサウナと縁のあるお仕事をしたいと思っています。日本サウナ・スパ協会には在籍続けますので、よろしくお付き合いください。

SAUNA LOVE COMIC

タナカカツキ『サ道』 モーニングで連載再開!

雑誌「モーニング」の9月10日発売号で、サウナ大使ことタナカカツキ氏による大人気サウナ漫画『マンガ サ道』の連載が約1年ぶりに再開した。

今回は医学的に「ととのう」を解明し、「ととのう」とは何かをわかる内容とのことで、サウナの魅力がさらに深く広く紹介される。マンガ本編の欄外にて「読者のオススメサウナコーナー」を募集、施設紹介というファンサービス企画もある。詳細は『モーニング』中、本編欄外をご確認ください。

SAUNA LOVE TV

『サウナを愛でたい』

BS朝日が毎週火曜の夜10時から放送している人気番組『サウナを愛でたい』。全国のサウナのある施設を毎週2カ所、ヒヤダインさんと濡れ頭巾ちゃんが訪れ、サウナを体験。壇蜜さんのナレーションにより、施設の魅力を紹介する。

9月1日は、ヒヤダインさんが「サウナトーホー」を紹介。普段メディアでは取り上げられないマットの文字や、カウンターの傘置きなど、店舗の工夫を細かく愛で、施設を案内した後、サウナを満喫。織茂さんとのお話の中では、閉店を惜しんで、ヒヤダインさんが事業継承者の募集までしてくれるという、心温まる内容だった。

「愛でて、褒めて下さって。うれしい限り。閉店前に良い思い出になりました」と、織茂さんも笑顔満面。PRのみならず、関係者のモチベーションを高める、有難い番組に感謝したい。

SAUNA LOVE MUSIC

とくさしげんご 『MUSIC FOR SAUNA WHISK』 7月26日発売

テレビドラマ「サ道」の音楽も担当した、とくさしげんご氏によるサウナ音楽「MUSIC FOR SAUNA」連作の第4作。今作のテーマは、サウナ室のヴィヒトリートメントの「ウイスキング」。フィンランドヴィレッジのサウナで採録という、実在のサウナ室とのコラボで生れた、新しいイージーリスニングだ。目を閉じれば、植物と蒸気の気配。ウイスキングの恍惚感へといざなわれる。シリーズ初となる、アナログレコードでもリリース。

特典としてオリジナルステッカー封入!

ひとつ上のサービスを! 一步差をつける業務用衛星放送

選べる! 200チャンネル
集客力・顧客満足度UP!

業務用衛星放送導入の
お問い合わせ・資料請求は

スカパー法人契約数No.1
株式会社ASK

東京本社 TEL 042-523-4649
〒190-0023 東京都立川市柴崎町3-8-5 NXビル4階

営業所: 銀座・神奈川・大阪 全国展開中
www.cs-ask.co.jp ask@cs-ask.co.jp