独自のポジションを築き、いかにして安定的・継続的な事業を構築するか! 運営を重視した適正な施設計画、いま求められる提供機能・サービスとは! 混迷する温浴マーケットを生き抜くための要諦を徹底解説!

# 晶浴施設開発& 管理·運営計画資料集

温浴施設開発& 管理•運営計画資料集

# 2024年1月31日発刊

●定価99.000円(本体90.000円)●A4判/縦型/114頁

# 編集の狙い

コロナ禍による消費者の行動様式の変化は、温浴施 設にも大きな影響を与えました。首都圏をはじめとする 都市部では、コロナ禍以前の水準に集客数は回復しつつ あるといわれており、なかには従前を上回る施設も出て きています。しかしながら、地方では主力顧客層である シニア層の回復が途上にあることから厳しい経営を強い られる施設が多いのも実情です。

一方で、ここ数年のサウナブームは若者を中心に新た な需要を喚起し、集客面で大きな貢献を果たすととも に、新規の施設開発やリニューアルオープンなど事業者 側の出店意欲を後押ししていると考えられます。建築費 をはじめ、さまざまなコストが高騰するなか、こうした新 たな客層の獲得と定着は安定的・継続的な事業を行な ううえで大きなポイントとなります。

本書では、現在の温浴マーケットの概況を整理すると ともに、今後求められる温浴施設の企画開発・設計意 匠、収益性や集客力を高めるための運営手法など、多数 の実績をもつ専門家がそのノウハウを詳解。また、最新 のケーススタディから運営の実態と成功のポイントを探り ます。

- 成熟期を迎えた温浴業界のマーケット環境・開発動向をはじめ、 サウナブームなどトレンドについても各種データをもとに詳解
- 温浴施設計画の基礎から、可変性を考慮したレイアウト・デザイ ンまで、競合施設との差別化、将来を見据えた施設づくりの要 諦を解説
- 集客戦略から人材育成まで、生き残るための実践的運営ノウハ ウを提示
- 先進事例の運営実態から集客・収益アップの取組みや事業成 立のポイントを探る

第1編 望月義尚 ㈱アクトパス 代表取締役

中村飯之 衛アクアプランニング 代表取締役

第3編 酒寄学 ㈱SAKURA PIRATES 代表取締役

久下沼 伊織 ㈱ミュー 常務取締役

### 編集内容

## 1編 温浴施設事業の事業環境

- 1. 温浴施設の市場動向
  - (1)温浴業界の長期トレンド
  - (2)コロナ禍の影響
  - (3)市場規模縮小は底を打ち、小規模施設・サ ウナ施設がけん引役に
  - (4)地域別温浴市場
  - (5)厳しい経営環境、ビジネスモデル再構築へ
- 2. 温浴施設の開発動向
  - (1) 温浴施設開発動向の変遷
  - (2) 多様化に向かう新規開発トレンド
  - (3)新規開発戦略のトレンド
    - ①商圏戦略
    - ②価格戦略
    - ③ターゲット戦略
    - ④差別化戦略
  - (4) リニューアルのトレンド
    - ①温浴施設リニューアルトレンドの変遷
    - ②コロナ禍以降のリニューアルトレンド
- 3. 温浴事業者の動向
  - (1)これまでの温浴事業者
  - (2) 新規参入プレイヤーが増加し、温浴業界 は多様な進化に向かう

### 温浴施設の開発・再生計画

- 1. 温浴施設の開発計画
  - (1) 立地 · 商圏
  - (2)施設計画
    - ①出店立地の多様化に合わせた柔軟な施設計画
    - ②高客単価低回転、低客単価高回転、折 衷型施設など、立地調査・事業計画から 方向性を読み取る
  - (3)施設計画・デザイン・プランニングにおける 具体的な考え方
    - ①運営を踏まえた施設計画
    - ②配置計画
    - ③基本計画(ゾーニングの考え方)
    - ④客動線の考え方
      - 1)最短距離とそうでない動線 2)波長を考えた動線

      - 3)回遊性
      - 4) 小規模施設の動線計画と設計
    - ⑤オペレーション動線の考え方
    - ⑥意匠計画と詳細設計留意点(目指す業 態によって施設計画は変わる)
      - 1)外観
      - 2) エントランスおよびエントランスホール
      - 3) 下足ロッカー
      - 4) フロントおよびフロントホール
  - (4)浴室計画
    - ①脱衣室、脱衣ロッカー数
    - ②ロッカー配置と通路幅の考え方
    - ③ロッカー上部をうまく利用する
    - ④脱衣室内パウダーコーナーと洗面ボウルの考え方 ⑤脱衣棚と脱衣籠について

    - ⑥清掃用に配慮した水栓
    - ⑦浴室(浴槽、洗い場、その他配置計画)
    - ⑧洗い場の位置およびカラン数
    - ⑨洗い場下部の排水溝
    - ⑩浴槽の位置および大きさ
    - ⑪一般的な浴槽深さ
    - ⑫温浴槽と水風呂浴槽の配置計画
    - ③浴槽周り(浴槽縁の部分)の高さ、幅について (4)浴槽内ステップの考え方
    - 15オーバーフローの考え方

    - ⑯吐水口の考え方
    - ⑰浴槽形状について

- (18)洗い場カランのピッチや隔て(仕切り)の考え方
- 19内湯床材の選び方、防滑性能について
- 20床材の色について
- ②あかすり
- 22浴室を乾式工法でつくる
- ②露天風呂
- 24サウナ室
  - 1)ストーブについて
  - 2)ベンチについて
  - 3)サウナ室出入口について
- ②岩盤浴
- (5)その他のゾーンの設計留意点
  - ①休憩ゾーン
  - ②レストラン
  - ③トリートメント関連
- (6)設備計画と留意点
  - ①空調計画
  - ②濾過機吸い込み口
  - ③浴槽水栓(排水栓)の位置
  - ④配管ピット
  - ⑤浴室換気
  - ⑥強制オーバーフロー
  - ⑦かけ流し浴槽
  - ⑧機械室レベルと濾過機ポンプ
  - ⑨かけ湯システム
  - ⑩浴槽連通管

  - ①サウナ室換気 ②ロウリュウとストーブ
- (7)その他の留意事項
  - ①素材選びの注意点
  - ②浴室防水
  - ③高層ビルでの浴場設計
- (8)差別化を考えた施設づくり
  - ①新しいチャレンジ、いままでとは違う組み立て
- (9) 将来を見据えた設計
  - (1)増築
  - ②転用性
- (10)開発スケジュール
- (11)事業収支計画
  - ①前提条件
    - 1)50坪プラン
    - 2)500坪プラン

# ②シミュレーション結果の考察 2. 温浴施設のリニューアル計画

- (1)リニューアル課題の抽出
  - ①建築面
    - 1) 遵法性の調査
    - 2) 老朽化による劣化調査
    - 3) コンセプト調査
    - 4)施設の強み、弱み
  - ②設備面
    - 1) 遵法性の調査
    - 2) 老朽化による劣化調査
  - ③運営面
    - 1)人員配置などの省人化
  - ④予算
    - 1)自己資金、融資資金
- (2)実際のリニューアル計画 ①施設プランニング

  - ②リニューアルスケジュール

# 温浴施設の管理運営計画

- 1. 開業準備段階·開業時
  - (1)自社の業態範囲と外注範囲
    - ①収益性業態
    - ②費用削減
  - (2)本社機能と現場の役割分担
  - (3) 開業に必要な家具什器備品などの準備
  - (4)決済準備

- (5)開業時の広告販促
- (6)広告販促物の制作

### 2. 管理計画

- (1)組織体制
  - ①施設運営における支配人の役割
    - 1) 支配人の人選
    - 2) 支配人は「広く深く満遍なく」
    - 3) テナントの管理
  - ②経営者が現場の状態を判断するポイント
- (2)採用と教育
  - ①理念・ポリシーの設定
  - ②シフトの作成・運用
  - ③スタッフ採用
  - ④スタッフ教育
    - 1)マニュアルの作成
    - 2) 「知らない」 「聞いてない」と言わせない
  - ⑤評価制度(ランク・時給)
  - ⑥サービスとホスピタリティ
  - ⑦モチベーションコントロール
- (3)安全·衛生管理
  - ①「人が汚れを落とす場所」という認識
  - ②館内の清潔さを維持
  - ③巡回・清掃チェックシートの活用
  - ④ 衛生管理を怠れば死人を出すという意識
  - ⑤レジオネラ症の基本的知識
  - ⑥レジオネラ属菌の検査方法

  - ⑦衛生管理の履歴を残す
  - ⑧水質管理の重要性 ⑨衛生管理は属人化せず全員で取り組む
- (4)設備管理
  - ①敷地内のすべての構成・スペックを理解する
  - ②エネルギーコストのコントロール
  - ③設備操作に関わる人材の教育
- 3. 営業戦略
  - (1)会員計画 ①会員制度を採用するメリットとデメリット
    - ②会員制度運用の注意点
    - ③デジタルツールの活用
  - (2)広告・宣伝計画
    - ①自施設の強み弱みを知る
    - ②ターゲットの明確化
    - ③接客のよさは広告宣伝での武器になるか
  - ④近隣商業施設・他業種ブランドとの連携 (3)イベント・集客計画
    - ①イベント集客の基本的な留意事項 1)入館料・入浴料の値引きは極力避ける
      - 2)回数券販売イベントは計画的に実施
      - 3)年間の季節イベントの整理
    - 4) テナントを巻き込んだ全館イベントへ 5)必ず効果測定とそのフィードバックを
  - (4) 収益向上のための施策 ①新規客の開拓

3) リラクセーション部門

- ②既存客・休眠客の再来店誘導
- ③既存客の来館頻度増
- ④客単価増の施策
- 1)温浴部門 2)飲食部門
- 4)その他の部門 4編事例研究

[リニューアル]

1. OYUGIWA海老名 自社の強みであるファミリー層への訴求 力の高い施策で新たな客層を獲得

「新規開発]

2. 源泉掛け流し温泉 佐賀の湯処 KOMOREBI -国内最大級のサウナの導入など、高付加 価値化により高客単価を実現

# ご注文方法

ホームページからお申込みください。

# https://www.sogo-unicom.co.jp/databook/

お申込みを受付次第、商品とともに請求書をお送りいたします。 銀行振込でお支払いください。クレジットカードでも決済いただけます。

### お問合せ

### 綜合ユニコム株式会社

〒104-0031 東京都中央区京橋2-10-2 ぬ利彦ビル南館6階 ご注文、お支払い等 TEL. 03-3563-0025[管理部] 編集内容 TEL. 03-3563-0120[企画情報部]

HB-240213-06