



VISUAL REPORT

喜楽里別邸 横浜青葉

温浴施設空白エリアに誕生した
小学生以上対象の大人向け施設

露天や内湯から竹林を臨む
絶好のロケーション

（株）スパサンフジでは、横浜市青葉区に日帰り温浴施設「喜楽里別邸（きらくりべつてい）」横浜青葉」を3月20日に開業した。

こどもの国線「こどもの国」駅より徒歩約7分。商圏人口が手厚い一方、半径5km圏内に競合施設が存在しないエリアでもあり、同社では7、8年前より出店を熱望してきた場所であったという。

今回オープンした施設を含め、首都圏で22の温浴施設を展開するスパサンフジは、スーパー銭湯タイプの「湯楽の里」（ゆらのさと）と、アップグレードした旅館テイストの空間に、未就学児利用不可とする「大人向け」の「喜楽里」という2ブランドをロケーションや規模、求める利用層に応じて使い分けているが、本開発では広い敷地（約4000坪）が確保できたことに加え、隣り合う敷地に竹林が生い茂るという、恵まれた借景が活かせるグレードの高い施設、との考えから「喜楽里」ブランドで開発に臨んだ。

外観・内装とも旅館さながらの「和」テイストで統一された木造平屋

建物の建物は、横に長い形状で、フロントから男女浴室までの動線上にレストラン、岩盤浴、リラクセーションといった付帯機能を配す。浴室は男女ほぼ同じつくりで、内湯は根強い人気をもつ高濃度炭酸泉が主浴槽となり、通常の浴槽に加え、寝転びながら湯に浸かれる炭酸寝湯という2つのタイプを揃えるなど、同社温浴施設のなかでも最大級の規模となった。2つの炭酸泉浴槽は露天に面した位置に配置され、内湯と露天エリアを仕切るガラス窓も開放できる仕様とすることで、炭酸泉浴槽からも竹林が眺められるよう工夫した。

露天エリアは温度帯の異なる上湯（40℃）、下湯（42℃）、通常よりもやや深めでじっくり湯に浸かれる寝転び湯、外気浴スペースなどで構成。上湯、下湯には東屋や植栽などを設けることで、竹林側からの視界を遮断するとともに、施設全体のコンセプトである「和」をより強調した空間に仕上がった。

なお、天然温泉はすでに掘削を終え、「美肌の湯」と呼ばれる弱アルカリ性の温泉が湧出することが確認されているが、神奈川県への許可申請の関係から今年秋の開湯を予定、開湯後は露天風呂の上湯・下湯、寝ころび湯に供給される。

1. 隣接する竹林に面して露天風呂を配置。入浴しながら情緒あふれる景観を楽しめる



2. スパサンフジ最大級となる高濃度炭酸泉は、通常の浴槽と寝湯の2つを用意。写真左のガラス扉は開閉可能で内湯からも竹林の借景を臨むことができる



5. オートロウリュウサウナ。一定時間になると蒸気と熱波に包まれる
6. サウナ横の水風呂は既存店よりやや広くとる



3. 露天エリアの寝ころび湯は肩まで湯に浸かれる深さに
4. 内湯は高濃度炭酸泉を主浴槽に、白湯、ジェットバス、電気風呂、水風呂などで構成

サウナ以上の集客アイテムとして 期待するプルガマ&岩盤浴

サウナは男女ともにオートロウリュウ

ウサウナを設置（定員…男性27人、女性24人）。一定時間ごとに蒸気と熱波に包まれる本格的なものとし、水風呂（約15℃）も既存店よりもやや広くとる。

近年、サウナや水風呂、整いスペースなどを充実させることで、サウナの利用増を期待する温浴施設が多いが、同施設がサウナ以上の集客アイテムと位置づけるのが、プルガマ&岩盤浴「温熱房」だ。入館料とは別料金（平日500円、土・休日、特定日600円）

でフリータイム制の温熱房は、サウナ同様、1時間ごとのオートロウリュウ機能を備えたプルガマを中心とした6種類の鉱石を使った岩盤浴。通常の岩盤床のほか、個室風の房、カーブをもたせ無重力感覚を味わえる岩盤床などバリエーション豊か。なかでも注目は、同社では2020年7月にオープンした「JFA夢フィールド 幕張温泉湯楽の里」（千葉市美浜区）に続く導入となった、プルガマのある岩盤浴室とは別室に設けた「ナノミストアトラクション 幻夢（げんむ）」（㈱トリリオン製）で、照度を落とした空間に一定時間ご



8

7. 岩盤浴「温熱房」のブルガマ。6種類の鉱石を備えるほか、穴蔵風のスペース(写真左下)など多様な過ごし方ができる

8. 「温熱房」は2層構造で、上層には床に曲面をもたせた岩盤浴室も



7



10



9

9. 温熱房利用者専用の休憩スペース。リクライニングや蒲風のソファ、押し入れ風の個室などバリエーション豊か

10. 白いナノミストが一定時間ごとに噴射し雲の中にいるような感覚に包まれる「ナノミストアトラクション幻夢(げんむ)」



13

11. 和風ダイニングレストラン「彩キッチン ゆらり」では、定番料理から季節限定など飽きの来ないメニューを展開する

12. リクライニングチェアが並ぶ無料の休憩スペース

13. 休憩スペースにはリモートワークも可能なスペースを設ける



11



12

とに霧状の白いナノミストが噴き出し、室内を幻想的な空間に彩る仕掛けが特徴的。導入施設ではナノミストが噴き出す時間に合わせ、ウエイティングができるほどの人気アトラクションとなっている。

温熱房にはこのほか、多様なリクライニングチェアやコミック約1900冊が揃うコミックコーナー、ハンモックを備えた専用屋外テラスなど、思い思いにリラックスできる休憩

スペースを多数設けることで、全体入館者の30%の利用を目指す。

食事は温浴施設のレストランや宿泊施設のフードビジネスサポートに実績をもつ(株)フラット・フィールド・オペレーションズに業務委託。上質な喜楽里ブランドにマッチした和食の定番料理からハンバーグなどの洋食、グル料理などを提供するとともに、既存店では季節に応じた期間限定メニューを積極的に提案するなど、リピーターの満足度向上にも一役買っている。また、細かいところでは、メニューのショーケースをレストランからやや離れた場所に設置し、スタッフの声掛けに抵抗感をもつ利用者がじつくりとメニューを選べる工夫も行なう。

このほか、ボディケア、アカスリなどのリラクゼーションや岩盤浴エリア横にはヘルシーなドリンクやバナナトースト、ドーナツなどの軽食メニューを揃えたカフェも設置。また、岩盤浴エリアとは別に、リクライニングチェアを備えた無料の休憩スペースも設置する。

和テイストの高質な空間づくりと、浴室、サウナ、岩盤浴、飲食などの各機能が充実した総合力の高い温浴施設として、年間利用者数40万人、客単価2500円を目指す。

施設概要

所在地	横浜市青葉区奈良4-5-1
オープン	2024年3月20日
事業主体	㈱スパサンフジ
敷地面積	13,168.90㎡
構造・規模	木造・平屋建て
延床面積	2,534.64㎡
施設構成	露天風呂、寝ころび湯、内湯(高濃度炭酸泉、炭酸寝湯、白湯、ジェットバス、電気風呂、水風呂)、オートロウリュサウナ、ブル窯&岩盤浴「温熱房」、ナノミストアトラクション「幻夢」、食事処「彩キッチン ゆらり」、カフェ「こちcafé」、ボディケア「癒し処 和心(わごころ)」、あかすり「美肌処 和(なごみ)」、お休み処 ほか
駐車場	207台収容
営業時間	9～24時(最終受付23時)
利用料金	【入館料】中学生以上1,100円(土・日、特定日1,300円)、小学生700円(土・休日、特定日800円) ※未就学児利用不可、【岩盤浴】500円(土・休日、特定日600円) ※フリータイム、大判タオル・岩盤浴着付き
初期投資額	約22億円
年間集客目標	40万人
想定客単価	2,500円



14. 自動精算機を導入しオペレーションを省人化

15. 温熱房利用者は受付後、ロッカーに収納されたバスタオルと館内着を受け取る

16. 「こどもの国」駅より徒歩約7分。旅館をイメージした和風の外観

VOICE



**サウナブームに依拠せず
温浴施設としての総合力を高め
天然温泉のない期間を乗り切る**

㈱スパサンフジ
取締役
松崎 智氏

当社では、2020年7月に開業した「JFA 夢フィールド 幕張温泉 湯楽の里」(千葉市美浜区)以来、3年8か月ぶりの新規出店となります。もともとこの場所は、竹林に面した自然環境に優れた立地だと考えており、実は7、8年前にも地権者の方と出店交渉をさせていただきまして。当時は条件面で折り合わず断念しましたが、やはりこのロケーションは魅力的で、数年前に再度交渉させていただいたところ、今度は条件面で折り合いがついたことから出店に至りました。

当社店舗では「溝口温泉 喜楽里」(川崎市高津区)、「国立温泉 湯楽の里」(東京都国立市)に次ぐ手厚い商圏人口を抱えながら、半径5km圏内に同クラスの競合施設が存在しないというマーケット環境も出店を後押しする好材料でした。こうした出店環境と竹林を最大限に活かせる空間づくりという観点から、当社ブランドでも質の高さで高客単価が期待できる「喜楽里」として開発することは必然でした。

「和」で統一した旅館さながらの外観や内装、竹林を臨む浴室、高濃度炭酸泉、オー

トロウリュウサウナ、ブルガマ&岩盤浴、ナノミストアトラクション、レストラン等々、浴室から付帯施設まで多くの強みをもつ施設ですが、不安がないわけではありません。その1つがオープン時に天然温泉を提供できないことです。すでに敷地内で2,000mまで掘削し高温の温泉が湧出することが確認できているのですが、許可申請の関係から開湯予定が今秋になる見込みです。オープン時に天然温泉を供給できないケースは当社店舗にとってもはじめてですので、どの程度集客面でマイナスの影響が出るかは未知数です。

また、露天風呂と内湯の炭酸泉から竹林を臨む借景を大きな“売り”としていますが、人が自由に出入りできる竹林からいかに露天エリアが見えないようにするかも苦心しました。露天にパーゴラ(日陰棚)を設けたりもしましたが、逆に露天から竹林が見えなくなってしまう撤去するなど、試行錯誤のうえ現在の形に落ち着きました。

既存店では、70歳以上の年配層が戻り切っておらず、代わりに20、30歳代のサウナーが多数足を運んでくれるようになりました。結果、コロナ禍前を凌ぐ客数を集める施設がある一方、ボディケアやアカスリなどのサービスをご利用いただいていた年配の

方が温浴施設の利用を控える傾向が現在も続いており、客単価は漸減傾向にあります。

一方で、近年のサウナ人気は“ブーム”だと捉えていますので、いずれ沈静化するものとみており、必要以上にサウナを拡充させることは考えていません。これまでどおり浴室、岩盤浴、飲食、リラクゼーションなど「総合力」の高い空間づくりこそが当社温浴施設の最大の強みだと考えています。開業から半年は天然温泉を供給できない試練の期間となりますが、それぞれの強みを発揮することでそのハンディを乗り越えたいと考えています。

今後の開発については、資材の高騰や人手不足により、建築費はかつてないほど高まっています。電気・ガスといったランニングコストも22年以降急騰し、当社ではそれまで10年で見えていた投資回収を現在は13年ほどに延長してみなければならぬほどシビアな開発環境にあります。経験上、浴室設備はだいたい10年で傷んできますので、初期投資の回収前に再投資のタイミングが訪れる。当社既存店も開業20年を超える店舗が多くあり、今後ますます設備更新の資金需要が高まってくるものと予想されます。したがって、確実に高集客が見込めるよほどの好条件でない限り、新規出店については慎重にならざるをえないというのが率直なところでは。 (談)