

日本全国、 ご当地セラピー 発進!

久永陽介
オアシスグループ代表

地域の特産物を使った セラピーを考案

美容業界も不況の波が押し寄せていることには変わりがない昨今ですが、リラクゼーション業界の底上げのため、昨年からは計画していたのが、ご当地セラピーです。

ご当地セラピーの狙いは、リラクゼーション業界のさらなる活性化。多くのセラピストが団結して、1つのプロジェクトを発足させることにより、セラピストのネットワークを結成し、業界全体の活性化を図る。
ご当地のよさをより多くの方に知っていただく。

その地域の特産物をセラピーに取り入れることにより、改めて地域のよさに多くの人が気づいていく。

3 雇用の創出

新たな産業として定着することにより、新たな雇用を生み出すことができます。

4 マスコミを巻き込んだサロンの告知

地域の特産物をセラピーに取り上げることにより、地域のテレビ、ラジオ、新聞、雑誌などの取材を受けることが可能となるため、宣伝費用を抑えて、より多くの方にサロンの告知をすることができるといえます。

5 他業界とのコラボによる新たな可能性

特産物とセラピーを組み合わせるには、その業界の方の協力が不可欠なため、よい協力関係が締結できることにより、今後様々な可能性が広がる。

昨年からは、各地域のセラピストに呼びかけをしており、今回は3名の方の取り組みをご紹介します。今後は「ご当地セラピー協会」を立ち上げ、全国にご当地セラピーを扱うサロンを作ると共に、コンテンツなどいろいろな試みを行なっていきたいと思っています。

海藻・ハックセラピー (千葉県)

デルフィーナ 高倉 かつ江さん

南房総に生まれ育ち、しばらく離れてお



高倉 かつ江さん



海藻ハック

りましたが、千葉の南端、南房総白浜のホテル・ライズリゾートに、昨年より知人の紹介で勤務しております。離れていたことで、地元のよさがわかり、地元の方達と共に何かできないかな?と想っていました。友人が海藻の入浴剤を作っている方を紹介してくださいました。海藻はご周知のように、食べても塗っても体にいいことは知られていますが、タラソセラピー、海藻ハックは普及していません。そこで、地元で取れた一あらめ(コンブ科)・地元ではアワビのえさとして、一昔前は、ダイナマイトの原料としても使われていました)のエキスを分けていただき、地元で養蜂家から蜂蜜を仕入れ、ハックの粉のクレイと合わせることでオリジナルの「アルガクレイハック」ができました。

昨年7月からメニューに加えて、ホテルのエステ付きプランにも「フェイシャルトリートメントと海藻ハック」のコースも作

っていました。お客様にも喜ばれて、お褒めいただきありがとうございます。徐々に変化が現れるものではないかもしれませんが、週1の使用で、私自身、しみも薄くなってきました。何よりも、食品としてのあらめエキスと蜂蜜、生産者から直接仕入れていきますので、お客様にも安心して勧められます。

海藻ハックは、肌のくすみや毛穴の汚れを取り除いて、肌を清潔にして引き締め、透明感を出し、肌の酸化を防ぎ、紫外線から守ります。

しかしハックにするまでは、小学生の理科の実験のように毎日分量を変えて自分で試したり、試行錯誤しながらようやくできたものを、ホテルのスタッフの方にもモニターとして、ご協力いただきました。

敏感肌の方にもトラブルがなかったことで、ようやくメニュー化に踏み切ることができました。

養蜂家も地元で開かれていたオーガニック朝市で知り合い、すぐにお宅に伺って蜂蜜造りの工程や説明を受けて、ホテルともつないで見学会をしていきたいと思います。と提案しています。蜂蜜のよさもサロンのお客様に施術しながら伝えていきます。洗顔する時に少し蜂蜜を加えて迎立ると保湿にもなること、リップクリームのかわりに塗ると、唇の荒れを防ぐことなど。

海藻に関するいろいろな調べました。食物繊維が豊富なので便秘にもいい、余分な糖分やコレステロールの吸収を抑制する作用もありダイエットにもいい、ただし、摂りすぎは甲状腺異常につながるなど、いろいろアトバイスができるようになりまして。

エキスの仕入れ先は、イワシ料理の食堂もさかれますので、お客様に紹介しています。私はセラピストですが、地元とホテルをつなぐ懸け橋としての役割もあると思っています。地元をこよなく愛していますので、久永先生の「三方良しの法則」を念頭に、お客様が喜び、地元の人も喜び、ホテルも喜び、みんなが喜べば、私は幸せ。これが「ご当地セラピー」のよさであり、目指すところでは？と思っています。

ワインセラピー(京都府) 食育指導士・アロマセラピスト 林 慈子さん

私は京都在住で食育指導とアロマセラピストをしています。昨年の10月にご当地

セラピー導入の話を久永先生より聞き、京都に導入が少ないトリートメントを実施すること、店の知名度を上げ、お客様の満足度の向上、集客、リピート率を上げることに信用につながり、それが地域活性化につながるかと考えました。また京都は観光地としても有名なので、観光に來られるお客様に対して京都ならではのアプローチができるかと考えました。

自分自身、食育指導士として沢山の方向に食生活の大切さやバランスの重要性をお伝えしてきました。一食で身体が作られている、「一食で身体を作り変えている」など身体の基礎は「食事」。そんなシンブルなことです。とても大事なことです。ご当地セラピーは食の大切さを訴えてきた私にとって、びつたりのセラピーだと感じました。まずは食材探しますが、「好きなもの」でかつ栄養価が高いもの一を基準に考えまし



林 慈子さん

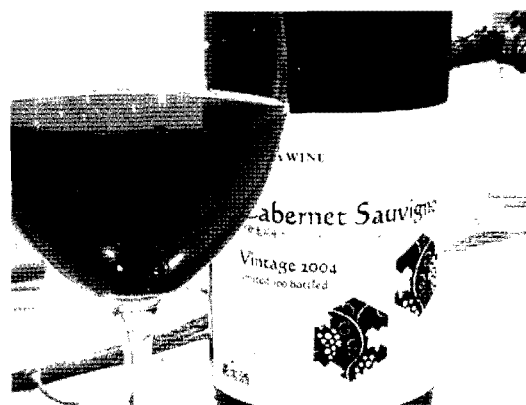
た「ヨーロッパでは「ヴィノセラピー」という名前、古くからワインのエキスを使ったトリートメントが日常に存在していることを知っていました。特にフランスでは、ワイナリーを持った会社がデイスパを営んでいる。リラクゼーションを提供していることが評判となり、今やアメリカ、香港など全世界に広まりつつあります。

まだ日本には広まっていない、「ワイン」に注目しました。ワイン自体にポリフェノールも多く含まれているし抗酸化作用もあり、タンニンという成分もあつたのでトリートメントにふさわしいと実感しました。メーカーは、京都では非常に知名度のある「丹波ワイン株式会社」を選びました。会社の方針、理念、会社概要を確認し、白分に判断致しました。そして、「こういうセラピーをしたい」「ワインを使ったトリートメントを開発したい」「ご当地セラ

ピーを広めていきたい」と色んな方に話しました。すると、「その社長知っているよ」と言う声が続きました。

実際「丹波ワイン株式会社」には「その社長を知っている」という方を通じて紹介して頂きました。その方とは、中小企業の経営者同士が集まって経営の勉強をする会で知り合った方でした。その方を通じて、アポイントメントを取っていただき、実際にお会いすることになりました。

そこでは何故「ワインセラピー」を提案したのか、また「セラピー」を提案したのか、お話を伺いました。お話を伺ったところ、セラピー業界で提唱することになった。セラピーにもなる、新しい発想につながる。セラピーで広がること、利権争い、セラピーのよさをさらに広められる、などです。それに加えて今回のセラピーに対する自分の想いを含め、プレゼンテーションを行ないま



丹波赤ワイン