

SPA·DE

Vol. 6

Space & Design ~ International Review of Interior Design

World Spatial Design Forefront

Feature :

Day Spa / New Museumesque Store

TICKETS

The Store

The Store

Poster



Feature:

Day Spa

特集：デイ・スパ

現代人が求める癒しのための施設は、リゾート型と都市型に大別できる。デイ・スパとして都市型の癒し施設がいち早く発展してきたニューヨークの最新事情を空間デザインの視点でレポートした。

Spa facilities are roughly divided into resort and urban types. Our report focuses on New York City where urban spas developed early.

取材と文：春日淑子 By Yoshiko Kasuga

A : マンダリン・オリエンタルNY・
スパーアメジスト・クリスタル・スチーム・ルーム
B : サウスカロライナ州キアワ・アイランドの
ササンクア・スパ

A : Mandarin Oriental New York
Spa - amethyst crystal steam room
B : Sasanqua Spa on Kiawah Island in SC

ウェルネス・ブームを背景に伸びるスパ産業

スパとは古くヨーロッパに発した言葉で、当時の医師が慢性病患者を治療した温泉や鉱泉のある保養地を意味していた。米国では特に長期滞在し、食生活と運動で肥満解消を図るウェイトロス・スパが有名だった。このように特殊な存在だったスパが急激に普及したのは1990年代後期からのことである。この頃、戦後の消費社会の中核を担ってきた7,600万人のベビーブーマーたち(1946~64年生まれ)が、50の坂にさしかかり、外見の老化や肉体的衰えを意識しだしていた。永劫の若さと健康を願う彼らは「ウェルネス」という新しいライフスタイル・トレンドを生み出した。ウェルネスとはつまり、ストレスを排除し、心身ともに健やかであることを意味する。そして、アロマセラピー、ハイドロセラピー、マッサージなど、総合的なアプローチで、心身を根本から治癒し、健康にする“ホーリスティック・ヒーリング”として、スパの効用が急激にクローズアップされた。

デイ・スパ・ブーム

スパというコンセプトの普及に大きく貢献したのは1990年代末のデイ・スパ・ブームだろう。当時、スーパー・モデルやハリウッドのセレブリティたちが美肌作りに通うということで、ブリス・スパやスーザン・シミネリ・スパなどのデイ・スパが一世を風靡した。デイ・スパとはスパの効用を長期滞在せずに気軽に楽しめるようにしたもので、働く女性たちがお昼休みや仕事帰りに利用できるのがメリットである。その背後にはベビーブーマーの女性達が肌の衰えを気にし始め、美肌の維持には化粧品を塗るだけでは十分でなく、内面からのケアが必要であるという、いわゆるウェルネス・コンセプトへの認識を強めたことによる。また、リラクゼーション→健康→美の方程式は、このウェルネスの一環として美容業界でもはやされ、エスティ・ローダー、エリザベス・アーデン、アヴェダ、ランコム

Backed by Wellness Trend, Growing Spa Industry

The Spa originated in Europe, where doctors would send patients with chronic illnesses on retreats to “health resorts” for “get-well cures” with light therapeutic treatments, mineral waters and, frequently, hot springs. In the US, this concept was primarily associated with weight-loss regimens, where people went to a “fat ranch” for a few weeks to shed their pounds through special diet and exercise.

This all changed in the late 1990's, when 76 million baby-boomers (born in 1946-1964)--who had been leading the post-war consumer trends--started to hit 50 and became conscious of aging and mortality. Contrary to any previous generation, baby boomers are reluctant to surrender to their years; they want to be young and healthy forever, and it is this attitude that led to the Wellness Lifestyle trend. Wellness is the state where body, soul and spirit are completely sound in harmony without any stress. People started to see spas as an idea of “holistic healing” to achieve physical and spiritual health through aromatherapy, hydrotherapy, massage, etc.

Day Spa Boom

The day spa boom of late 1990's, contributed enormously to the wide and rapid acceptance of overall spa concept. Once it became known that super models and movie stars frequent day spas--such as Bliss Spa, Suzan Ciminelli Day Spa, Repechage--to take care of their skin, then numerous day spas began to pop up in almost every major city. Day spas enable guests to enjoy treatments for a few hours or a half day, allowing busy women with careers to take a break during lunch hours or after work. This is when the idea of wellness penetrated to female baby boomers. They became aware of the fact that it is not enough just applying topical creams

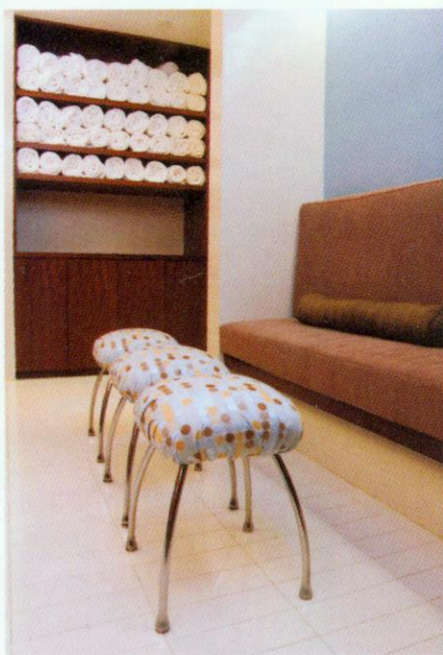


C

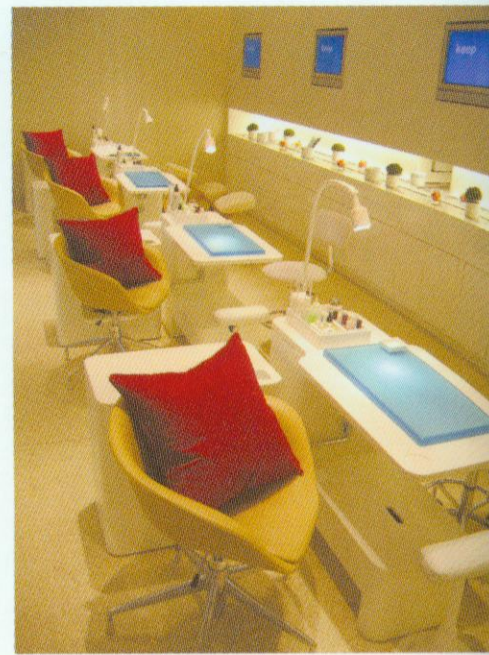
C: デイ・スパ・ブームを牽引したブリス・スパの57丁目店
 D: ブリス・ロサンジェルスのリテイル・スペース
 E: ブリス・ロサンジェルスのフットケアコーナー
 F: ホテルW内展開の第一号ブリス49。
 ネイルステーション



D



E



F

C: Bliss 57 is the second Manhattan Location for the day spa leader, Bliss Spa
 D: Bliss L.A.'s retail area
 E: Bliss L.A.'s foot care salon
 F: Bliss 49, the first of W Hotel locations for Bliss Spa. Nail station

インターナショナル・SPA・アソシエーションが行ったアンケート調査によれば、今日の消費者はウェルネスの恩恵を理解し、スパが有効であると認識しているという。興味深いのは2年前の調査ではスパ利用の目的が“贅沢な体験”であったのに対し、今回の調査では“若さと健康の維持”にシフトしている点である。また、男性のスパ利用者も全体の31%以上に昇ることも判明した。

ホテル・スパ

こうした中、スパはホテルに不可欠のアメニティになりつつある。空の旅で乾いた肌や時差ぼけ、仕事のストレスを即解消したいというエグゼクティブのニーズが増えているからだ。プライスウォーターハウゼンズ社が最近行った調査によれば、スパを持つ非リゾートホテルは現在5分の1に及び、建設中のホテルの40%がスパを含むという。マンダリンオリエンタル、ハイアット、スターウッド、フォーシーズンズ、ヒルトンなどの高級ホテルも競ってスパ施設を拡充中だ。1996年ソーホーにオープンし、独自の美肌トリートメントでデイ・スパ旋風を起こしたブリス・スパは、2004年はニューヨークに2店出店後、スターウッド・ホテルズ&リゾーツ社に買収され、その傘下のWホテルで、ホテル・スパを展開している。第1号は2005年にオープンしたニューヨークのWホテル内のブリス49。現在はロサンジェルス、サンフランシスコ、ダラス、ロンドンなど合計8つの主要都市のWホテルで運営している。

「スパはホテルにとって必須のアメニティになっていますね」というのは、マンダリンオリエンタル・ニューヨークのスパを担当したスパ・デザイナー、ジェニファー・クリーン氏。「出張でホテルを決める場合、ジムがないホテルは選ばないでしょう。最近、その傾向がスパにも当てはまるようになってきました」。マンダリンオリエンタルホテル・ニューヨーク36階のスパでは、7つのトリートメン

wellness.”

According to a survey conducted recently by the International Spa Association, today's sophisticated consumers understand the benefit of whole-body wellness and see spas as an effective way to achieve it. This is in comparison to the same survey from two years ago: the responders who, then, thought the spa as a luxury experience, now regard them as a way to maintain youth and health. The same research concluded that more than 31% of spa users now are men.

Hotel Spas

With this background, spas have become an important service feature of hotels, for business travelers who want to immediate recovery from the fatigue and dry skin caused by long flights and tough schedules. According to the latest research by PriceWaterhouseCoopers, about one-fifth of the top non-resort hotels in US, currently operates spas. Many major hotel chains—including Mandarin Oriental, Hyatt, Starwood, Four Seasons and Hilton—are increasing their spa facilities.

Bliss Spa, founded in Soho in 1996 led the “day spa boom” with its unique skin treatments. It was bought in 2004 by Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc., now is operating franchises in W Hotels in New York, Los Angeles, San Francisco, Dallas and London, in addition to its two freestanding locations in New York.

“Spa is now a mandatory amenity for a hotel” says Jennifer Kleen, a spa designer who designed the spa in Mandarin Oriental New York. “It is a given that people don't choose a hotel without a gym when they take a business trip. Nowadays, the same applies to spa.” The spa in Mandarin Oriental New York is on 36th floor, with 7 treatment rooms where



A

Day spa / Las Vegas

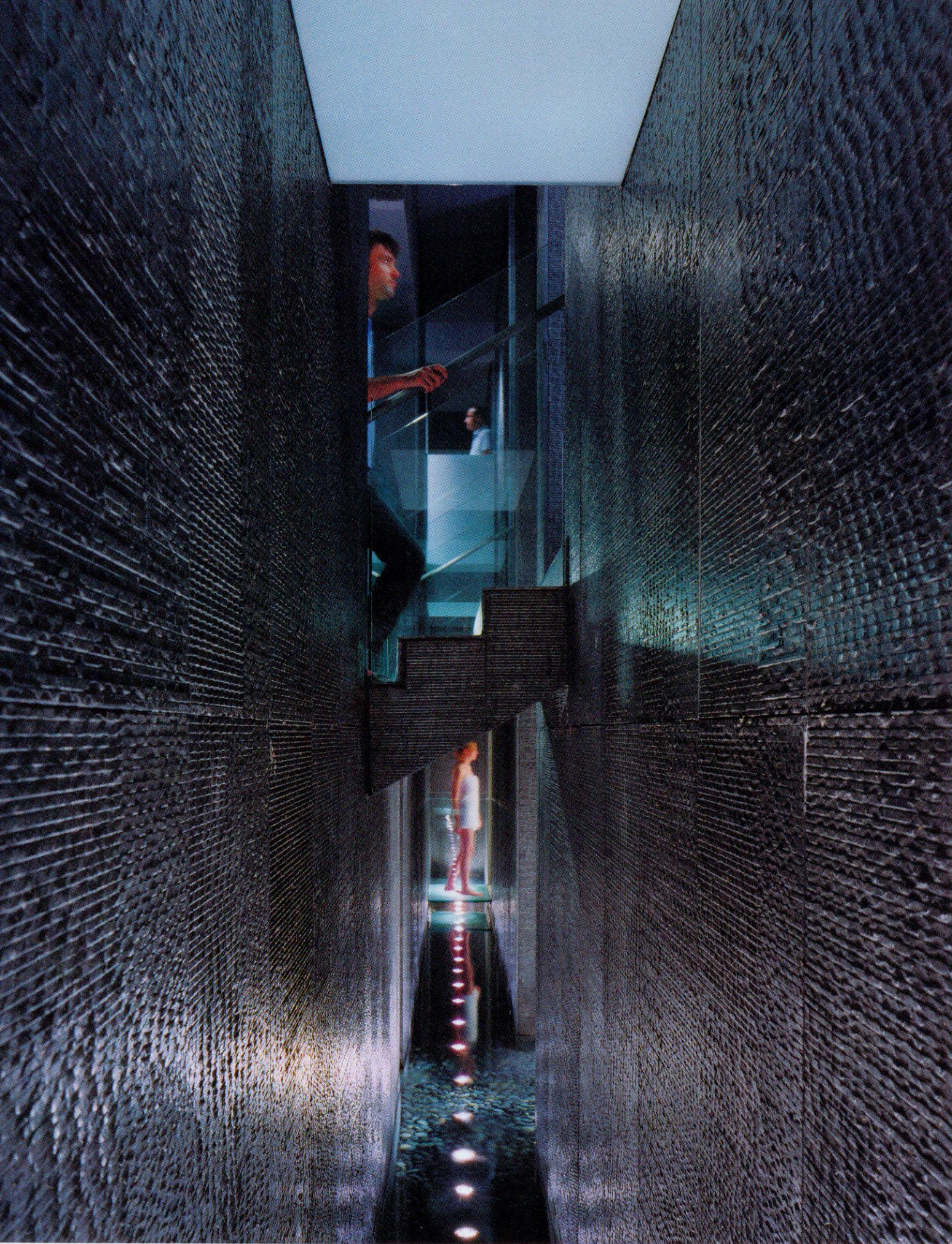
BATHHOUSE

Designer : Richardson Sadeki

Roman bath concept in new spa space



B



都市のエネルギーを消し去った静謐な空間

このSpaはラスベガスのMandalay Bayの中にあるThe Hotel 2階にある。スレート、ポリッシュドストーン、ガラス、レインフォール(人口雨)などで構成される瞑想的空間のミニマルに徹したディテールの美しさ、研ぎすまされた空間の中に安らぎを感じさせる洗練さうかがえる。このバスハウスのデザインには、浴場および公共サービスの両方をよりプライベートに体験させるというローマ時代に栄えた伝統的スパのコンセプトが引用されている。

パブリックエリアでは水を利用したりフレッシュおよびリラックスする場として、温水と水のブランジプールと称される小型のプールと吹き抜けにレインフォールが設置されている。

プライベートルームは4フィート×8フィートのバスタブが23フィートの天井の高い空間に横たわり、より静寂でプライベートな空間を演出する。2階には12のプライベート・トリートメントルーム、マニキュアやペディキュア、そして待合室をかねたラウンジが配置されている。

そこはラスベガスという都市のエネルギーを消し去り、訪れる利用客に架空の砂漠の真ただ中でバランスを感じさせるような静かで平穏な空間とするといった演出で、プライバシーや秘密性が意図されている。(末吉 裕子)

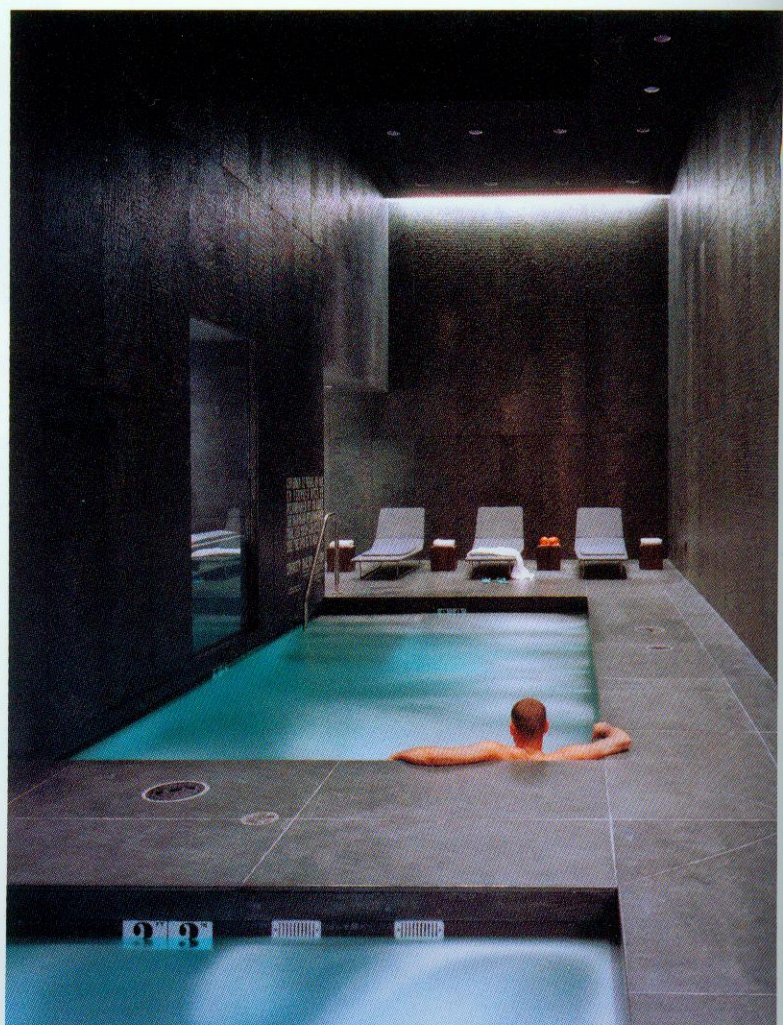
- A : ロビーホールより右手にエントランスをみる
- B : ウェルネス商品を扱うショップエリア
- C : 眼下に水路のある細長い吹き抜け空間
- D : 男性用プールを通してラウンジを見る
- E : 男性用プール全景
- F : 女性用プール全景

- A : Lobby hall. Entrance; on the left side
- B : Shop sells wellness goods
- C : Narrow open space with the pool
- D : Lounge viewed across the men's pool
- E : Whole view of the men's pool
- F : Whole view of the women's pool

C



D



E





G

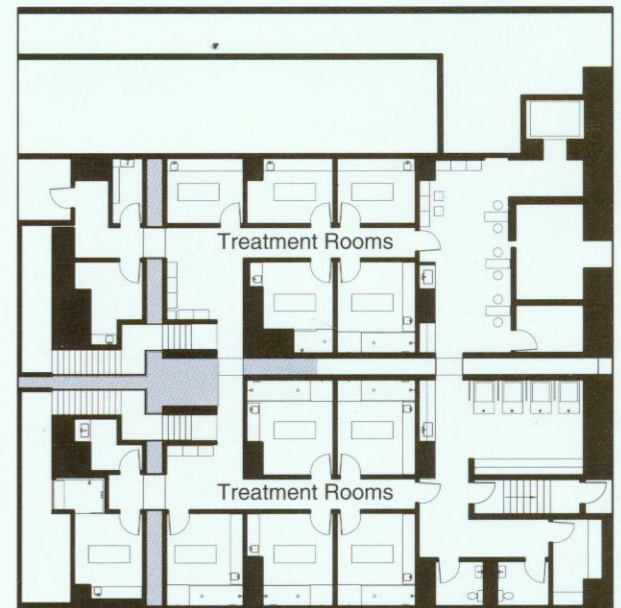


H

The super-energy of Las Vegas falls away

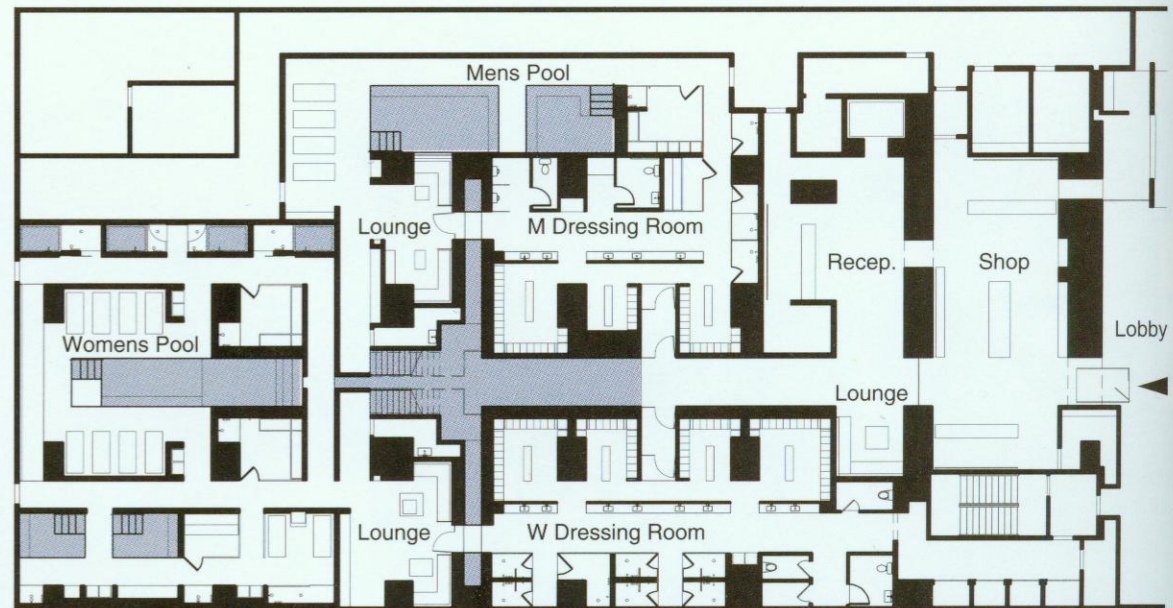
This spa is located on the 2nd floor of the Las Vegas resort Mandalay Bay, The Hotel. The beauty in the details of slate, polished stone, glass and rainfalls enraptures in this contemplative space steeped in minimalism. The refinement in the quiet polish of the spa scape elicits a deep relaxation. The design of The Bathhouse draws on the traditional Roman spa experience of public baths and communal services in a very private way. The public area uses water to create a place of refreshment and relaxation with heated tubs, plunge pools and open rainfalls. In the private rooms, 4 foot by 8 foot tubs stretch beneath a 23-foot ceiling, evoking a deep quietude. Private treatment rooms, manicure/pedicure stations and a lounge/reception area comprise the mezzanine. The Bathhouse is about privacy and secrecy in a public landscape, and just as the super-energy of Las Vegas falls away, a quiet and tranquil space materializes where the visitor can find a peaceful balance in the midst of this fabled desert.

- G : メザニンのトリートメントルーム
 - H : 女性用ドレッシングルーム
 - I : レセプションエリアの一角にあるラウンジ
- G : Treatment room on the mezzanine
 - H : Women's dressing room
 - I : Lounge on the reception area



M2F PLAN

Article by Hiroko Sueyoshi



1F PLAN

DATA

BATHHOUSE SPA (バスハウス スパ)
 Designer : Richardson Sadeki
 Architect : Klai Juba Architects, Dan Juba-Principal
 Location (所在地) : The Hotel, Mandalay Bay, Las Vegas
 Total area (床面積) : 1394m²
 Completion (竣工) : Mar. 2004
 Client (クライアント) : Mandalay Resort Development
 General Contractor (施工) : Mandalay Bay Development