

まるのゆ
銭湯 圓の湯
プロモーション展開



銭湯の減少

ピーク時 1968年(昭和43年)

17,999軒以上

約 1/6 に減少

2021年

3,120軒

一般家庭への
浴室の普及

後継者不足

何もしなければ
減っていく



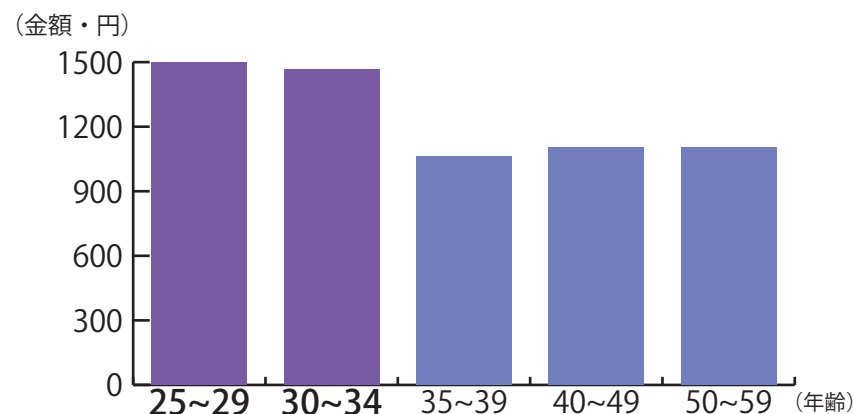
銭湯ブームの兆し

サウナブームの次は銭湯ブーム？

2020年に渋谷PARCO、心齋橋PARCO、浦和PARCOで「POP UP SENTO パルコ湯」開催
パルコの人気企画として3年間にわたり定期開催され、
4年目を迎える2023年、過去最大規模で“SUPER SENTO パルコ湯”としてリニューアル

グラフで見る銭湯需要

< 2022年 銭湯・温泉にかけた年間合計金額 >



以上より

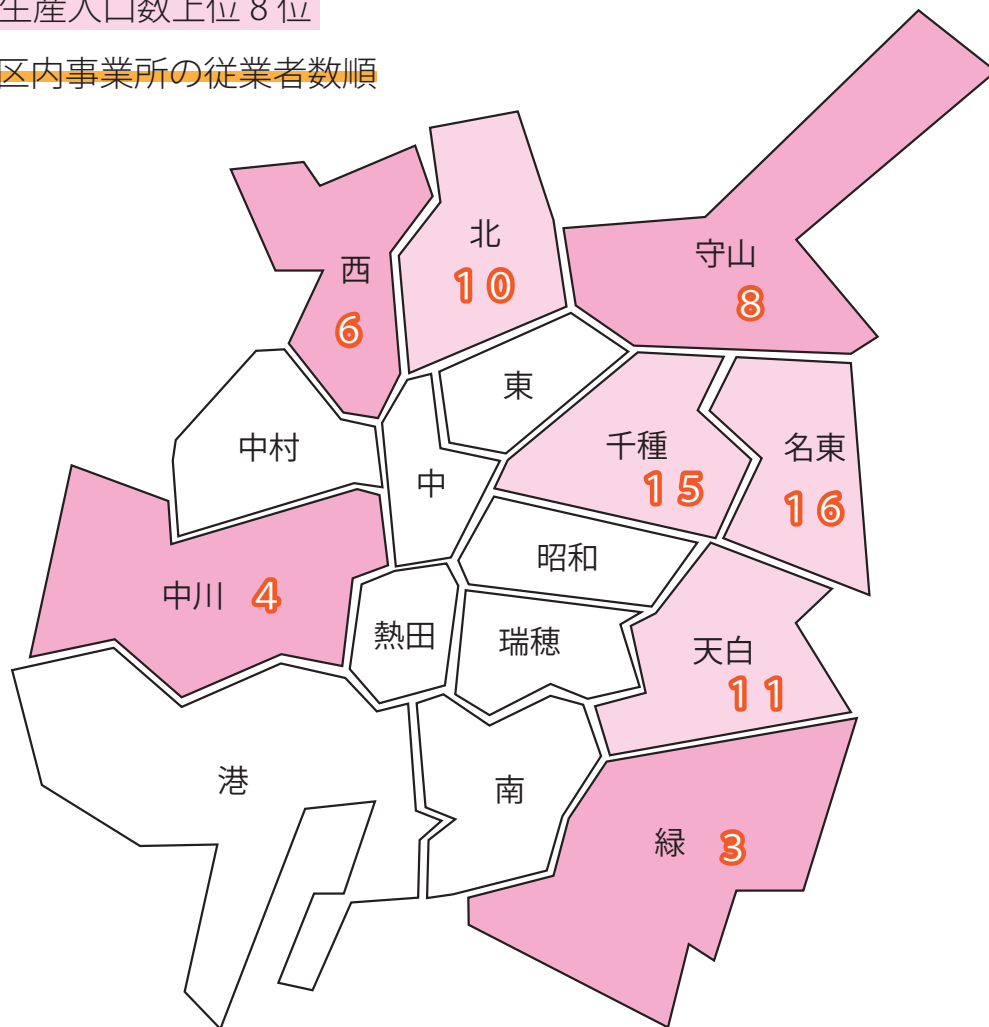
25~34歳を
ターゲットとする



出店場所の調査

生産人口数上位 8 位

区内事業所の従業員数順



生産人口数・従業員数・転入転出数を
調査した結果

西区で決定

他区の bad 要素

緑区…名古屋駅からのアクセス、令和 4 年の転出超過

中川区…令和 3・4 年の転出超過

守山区…名古屋駅からのアクセス



銭湯に求めるものとは

Q. あなたは普段、どのようなシーンで銭湯を利用しますか。

若年層の TOP3 は「気分を変えたいとき」「長時間お風呂で過ごしたいとき」「体を休めたいとき」

(中略)

中年層は入浴して得られる効用を重視しているのに対し、

若年層は「銭湯に行く」その行為に意味があるように見受けられます。

Q. いくつかの銭湯を使い分けられているとのことですが、その理由をお聞かせください。

選択率に差があるところを見ると、若年層は中年層に比べ

「メディアや口コミ等でオススメされた銭湯に行っているから」、「行った銭湯について SNS 等でシェアしたいから」
が高いことが確認できました。若年層ユーザーは話題作りや情報の受発信を重視して銭湯を利用しているのではないかと考えられます。



コンセプト説明

銭湯 圓の湯 (まるのゆ)

🔥 コンセプト

- ・ 日常の一部となる銭湯
- ・ ゆったりとした時間を提供
- ・ 温故知新

🔥 キャッチコピー

こころを圓(まる)く

🔥 ターゲット

25～34 歳

圓(まる)

満ちている・過不足なく十分
なめらか・おだやか



コーポレートカラー・ロゴ説明

コーポレートカラー

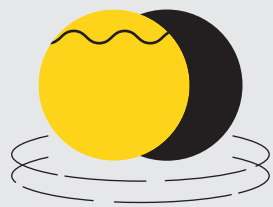
● 狩安(かりやす)色：黄色の中ではもっとも古い色

カラーコード

- C0 M15 Y95 K0
- R255 G217 B0

ロゴ説明

幸せ、圓を表現

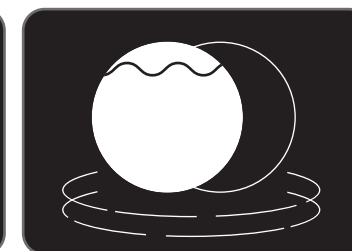
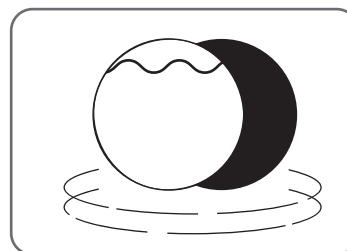
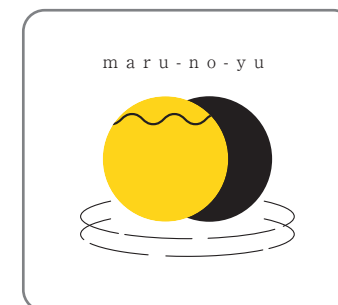


黒色=過去
黄色=未来



温故知新

自他への広がりイメージ



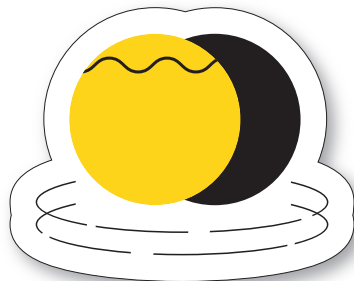


ロゴ展開・ウェブサイトイメージ

のれん



ショップカード





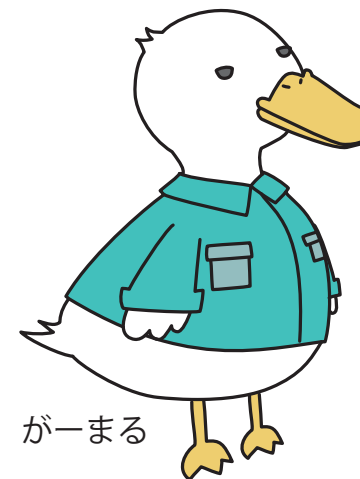
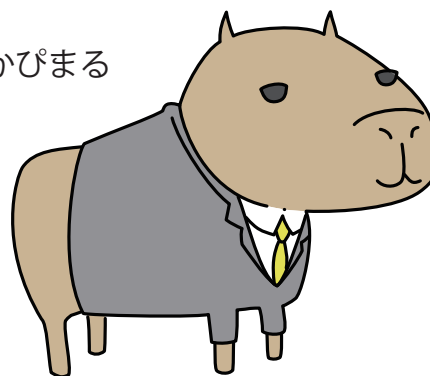
若者への訴求

レトロライングッズ・イメージキャラクターグッズを展開する



レトロロゴ

かびまる



がーまる



グッズ展開





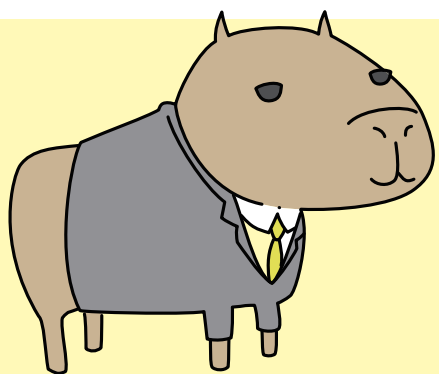
グッズ展開

キーホルダー



ステッカー





ご清聴ありがとうございました。

