

プライベートサウナ

202302005 古木千里

202301967 笠原七海

202302146 西尾美奈

202302043 菊池未来

3 C分析

- 顧客

リラクゼーションを求める人々 プライバシー重視
周囲を気にせずにサウナしたい人々 カップルや家族、友人

- 競合

公共サウナ（大手スパ施設、銭湯、フィットネスクラブなど）

- 自社

カスタマイズ可能なサウナ体験 独立したプライベート空間

SWOT分析

強み

- ・プライベートな空間での高級感ある体験
- ・人目を気にせずに利用できる
- ・潔癖症の人も気にせず利用できる

弱み

- ・サービスの高コスト
- ・初期投資費が高い

機会

- ・コロナ後のプライベート空間需要の増加
- ・健康意識の増加

脅威

- ・大規模施設やスパとの価格競争

STP

- **Segmentation** (セグメンテーション)

年齢：30～50代

性別：男性・女性

収入：高所得層

ライフスタイル：健康志向の高い人、経験にお金を使う人

- **Targeting** (ターゲティング)

主なターゲット

→ 健康志向の高い人、リラクゼーションを求める人々、プライベートを重視する人。

サブターゲット

→ インスタ映えを意識する20代～30代、SNSでシェアしたい若者層。

課題

大規模施設と比べて、プライベートサウナは高価格なため、顧客層が限定される

プライベートサウナ

ご利用料金

完全個室の空間をゆっくりご利用頂ける、2つのルームプランをご用意しました。

スタンダード	1名利用	2名利用
60分	3,600円 登戸3,900円	6,000円
90分	5,200円 登戸4,900円	8,000円
120分	6,700円 登戸5,900円	10,000円
デラックス	1名利用	2名利用
90分	6,200円	10,000円
120分	7,700円	12,000円

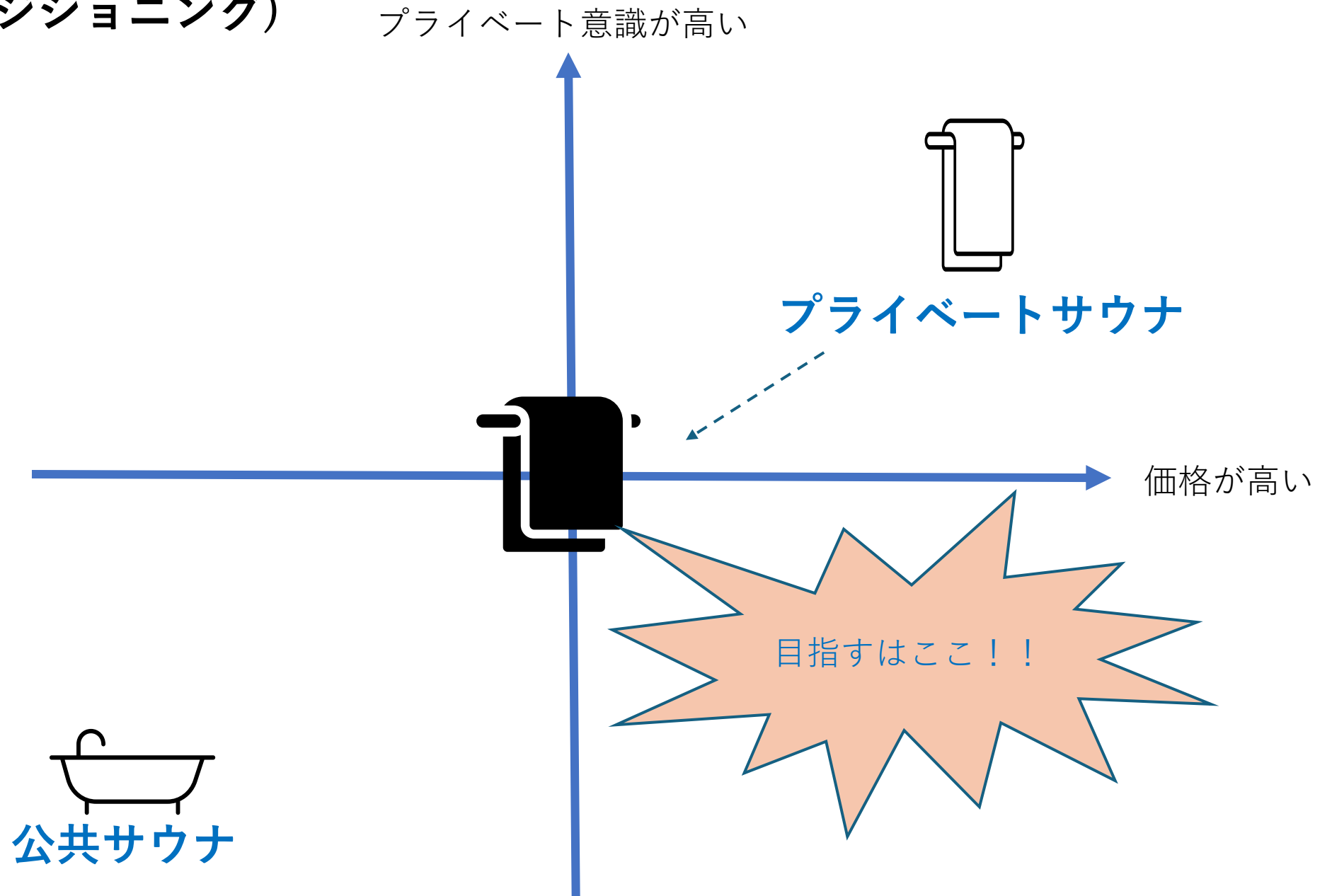
公共サウナ（銭湯）

大人 [12才以上] **550円** (税込)

中人 [6才以上12才未満 (小学生)] **200円** (税込)

小人 [6才未満 (未就学児)] **100円** (税込)

Positioning (ポジショニング)



課題解決のためのSTP

- targeting

プライバシーを重視しつつもコスパを求める層
中所得者や学生

- positioning

「カジュアルなリラックス空間」として価格に敏感な層も取り込む

4 P

- Product

小グループ用サウナの設置

- Price

部屋料金

学割の導入

- Place

カジュアルサウナスペースの設置

(住宅街やショッピングセンターの中に)

- Promotion

初回利用者向けの割引キャンペーン

友達紹介キャンペーン