



2025年度「由比ガ浜海水浴場」 オリジナル海の家プラン ご提案書

海水浴場でのプロモーション

海水浴場でのプロモーション展開はOOHや街中イベントと比較し、 「思い出」と共に記憶される「深い認知」を得ることが可能です！

夏季の海水浴場には「夏の海ならでは」の目的を持って多くの方が来場します。それぞれの「熱量」をもった空間、時間はその人々にとって「思い出」として深く記憶されます。海の家で見たり触れたり、知人と体験した事・物(飲み物、食べ物、景色、商品など)は思い出と共に人々の頭の中に残りやすい事から、

夏季の海水浴場でのプロモーションは来場者の思い出に生き続ける「深い認知」を得ることができます。



SABON Beach House
SABON製品のサンプリング・体験・販売



MOVE LOUNGE @_YUIGAHAMA
MEVIUS製品のサンプリング・体験・販売



avex beach paradise
UULA(動画サブスク)オリジナルグッズ配布

昨今広告業界において、体験型イベントへの注目度が高まってきております！

体験型イベントに参加したミレニアル世代(1980年～1995年生まれ)を中心に、イベントに参加していることをリアルタイムに発信したり、行ったその日に投稿を行い、それを見たフォロワーは「私も行きたい！行かなくちゃ！」と気分が駆り立てられ、イベントに参加するという連鎖が次々に起こっております！

上記などの理由により、「2018年 日本の広告費」(電通)によるとイベント関連市場は3585億円／前年比105.8%の成長市場であると示されています！

現在日本では、すでに多くのモノを持っているためにある程度満足してしまっていて、言わば“欲しいものが思いつかない”状態となっております。

モノ消費からコト消費へ、そして仲間と時間を共有するトキ消費へ。この潮流の変化が、リアルイベントの成長を後押ししているのではないかと思います。

※広告マーケティングの専門メディア「宣伝会議2020年1月号」より引用



NETFLIX「全裸監督」
ARスタンプラリー



ドリンク「CHILL OUT」
桜チル(散る)銭湯



NETFLIX「今際の国のアリス」
スペシャルツリー設置



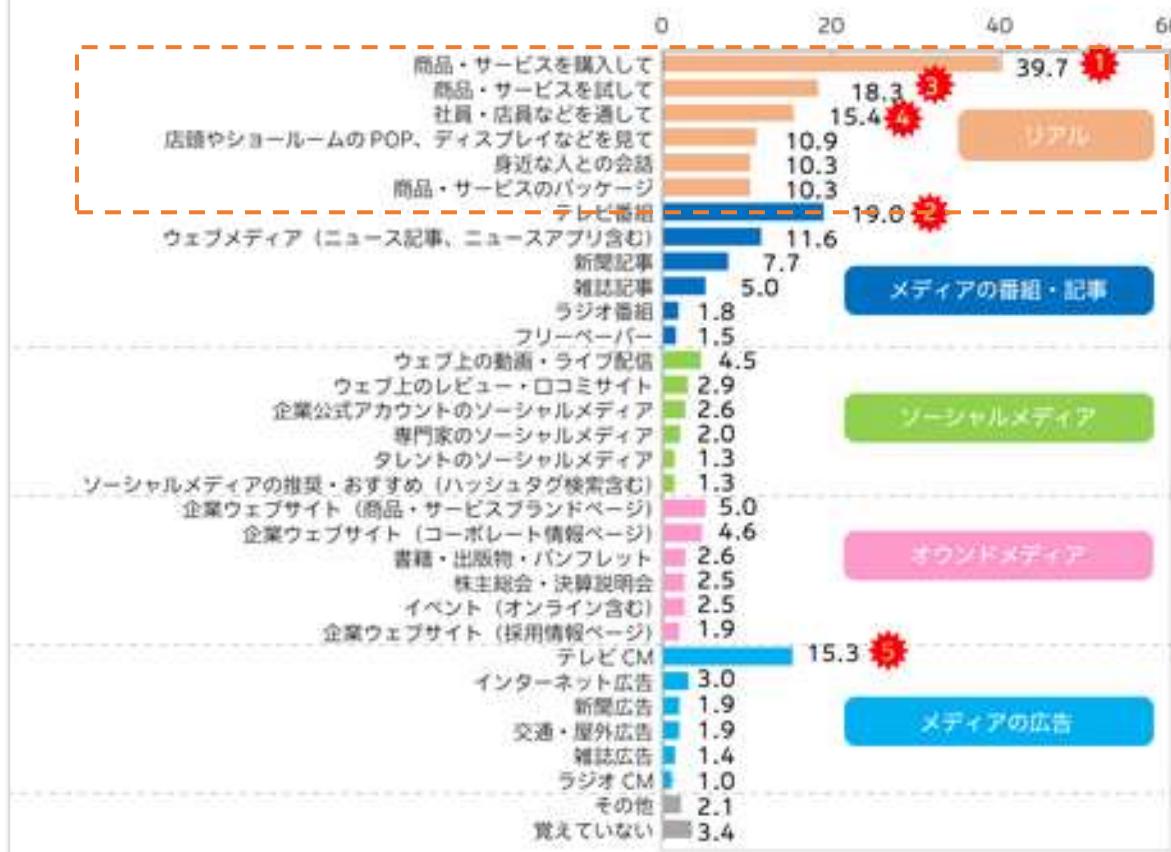
CHANEL
シャネルマツリ(夏祭り)

リアルイベントは実際に体験していただく為、より魅力を感じて貰いやすい！

の図の通り、その他メディアと比較してリアル(体験型イベント)は消費者へ商品やサービスを深く印象付けることが可能となります。

【図表 6】企業の魅力を感じた情報源

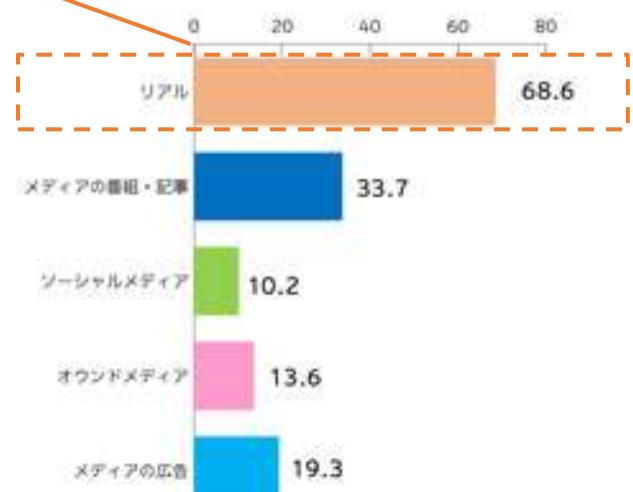
(複数回答、最も魅力を感じる企業の魅力項目選択者 n=8,542)



【図表 7】企業の魅力を感じた情報源

カテゴリ別

(複数回答、最も魅力を感じる企業の魅力項目選択者 n=8,542)



※各情報源カテゴリの数値は選択肢を1つ以上選んだ人数の割合で算出。

由比ガ浜海水浴場について

日本屈指の観光都市 鎌倉！

鎌倉は奈良や京都に並ぶ政治の中心地として、

また日本初の武家政権「鎌倉幕府」誕生の地として、独自の文化を生み出してきました。

そんな「武家の古都・鎌倉」に改めて光が当たっており、昨今では歴史観光に加えて、

テレビドラマのロケ地巡り、アニメのモデル地巡りなど、国内外からの観光客が後を絶ちません。

また、鎌倉は三方を山に囲まれ、一方が海に面した地形という自然にも恵まれており、

観光の楽しみはバラエティに富んでいます。

最近では由比ガ浜海水浴場を訪れる観光客以外に、外国人観光客も着実に増えています。



フランス「ニース市」と鎌倉市は姉妹都市

歴史的遺産を持つ風光明媚な観光都市として鎌倉と共に多くの共通点があり、昭和41年11月9日フランスのニース市が鎌倉市と姉妹都市提携を結びました。

2021年には姉妹都市提携55周年の年を迎えました。



都心から最も近い“ビーチリゾート”由比ガ浜！

2024年で開浜141周年を迎えた由比ガ浜海水浴場。

夏季来場者数約36万人(2024年実績)を誇り、

鎌倉花火大会開催時には、1日で約16万人(2024年花火大会のみ実績)の人出で賑う関東圏を代表する海水浴場です。

由比ガ浜海水浴場は、都内に一番近い大人が楽しめるビーチリゾートとして発展していくことに尽力しており、

2016年4月には、水質、環境教育と情報、環境管理、安全そしてその他のサービスに関する厳しい基準をクリアすると取得できる環境認証「BLUE FLAG (ブルーフラッグ)」を取得。

2019年には県内初となる鎌倉バリアフリービーチを開設。

車椅子利用者でも行き来しやすいようにと全ての海の家を木製の板で800Mつなげたほか、

土日祝日はライフセーバーが介助員として障害者の移動などをサポートいたしました。

2020年東京オリンピック(2021年)では、セーリング会場に江の島が選ばれ、由比ガ浜前海面もレースエリアとなりました。

このように、今後世界からより注目を浴びるこの鎌倉 由比ガ浜海水浴場にて、

我々は、幅広い客層が楽しめる本格的な『BEACH HOUSE (ビーチハウス)』を運営しております。

これまでの海水浴場には無かった、ちょっと大人な空間を提供することで、20代女性やファミリー層、地元住民、外国人観光客を集客ターゲットの中心として見据え、互いのコミュニケーションなどから、新しいビーチスタイルを共に創り上げてまいります。

ご協賛社様には、是非本展開の趣旨にご賛同いただき、プロモーションの場としてご活用いただければ幸いに存じます。



国際的な環境認証制度である「BLUE FLAG」を由比ガ浜が取得！

BLUE FLAG(ブルーフラッグ)のコンセプトは、フランスで1985年に誕生。

フランス海岸沿いの自治体が実施した下水処理と海水浴場の水質への取り組みに対し、ブルーフラッグ認証が授与されました。

その後、FEE(国際環境教育基金)により、UNEP(国連環境計画)、UNWTO(国連世界観光機関)等との連携のもと、水質、環境教育と情報、環境管理、安全そしてその他のサービスに関する厳しい基準を通じて、ビーチやマリーナにおける持続可能な発展の実現を目指し、世界各地域における特定の環境に対応するための国際基準がブルーフラッグ認証です。

現在、ブルーフラッグ認証は世界50の国と約4,000箇所のビーチやマリーナで取得されておりますが、2016年4月に由比ガ浜が取得したことで、日本初のブルーフラッグ認証ビーチが誕生しました！



由比ガ浜は一昔前の海水浴場とは異なり、老舗の海の家から企業協賛の海の家まで幅広く出店しており、多彩な店舗ラインナップを楽しみに来場される方が多い浜です。



MALIBU BEACH BAR
(サントリーホールディングス株式会社)



SABON Beach House
(株式会社 SABON Japan)



avex beach paradise
(エイベックス株式会社)



nanana Marina
(株式会社テレビ東京)

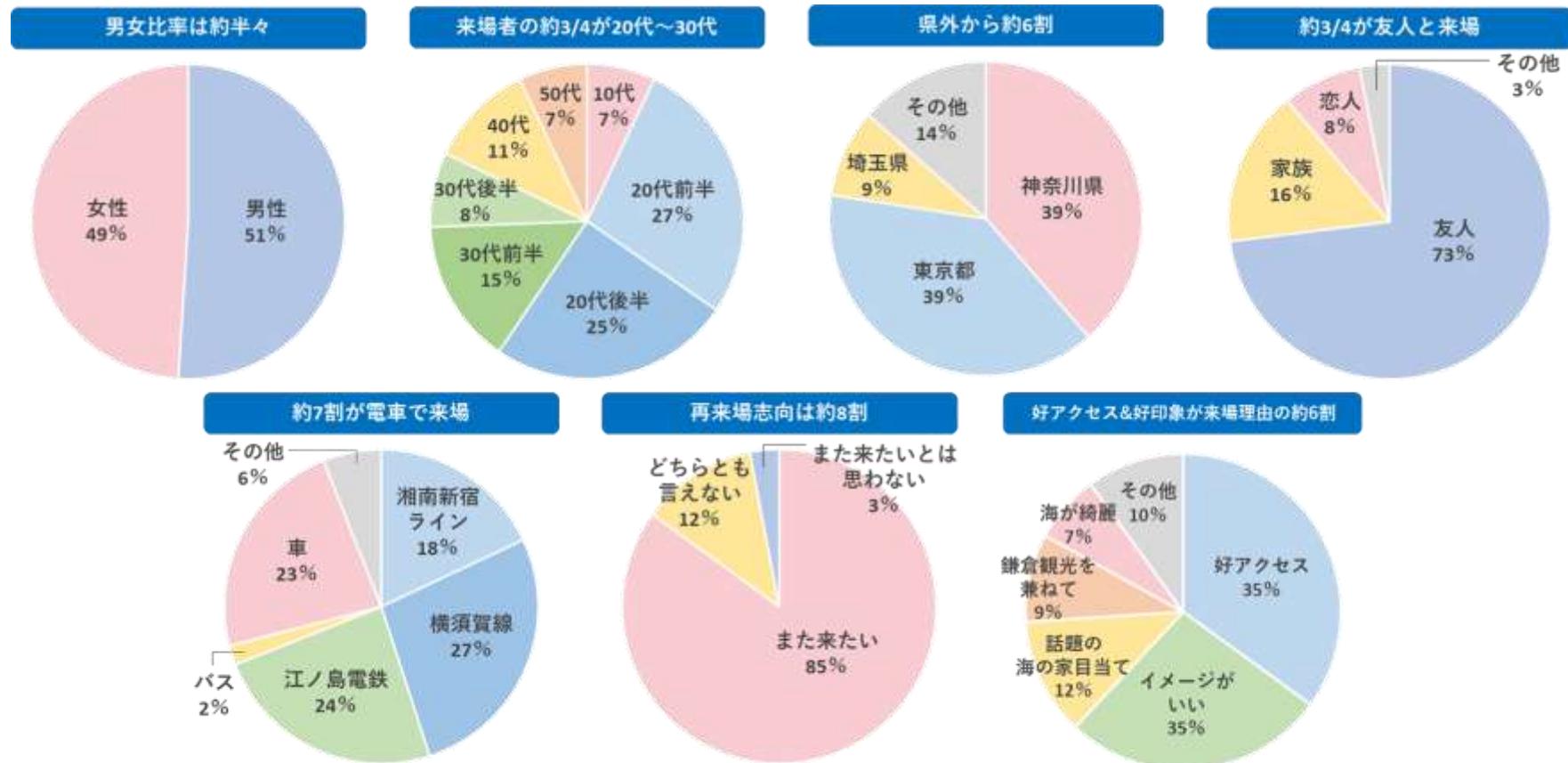


MOVE LOUNGE_@YUIGAHAMA
(日本たばこ産業株式会社)



LIFULL HOME'S 海の家
(株式会社LIFULL)

上記の理由から由比ガ浜海水浴場は関東一エンタメ性の高い海の家と認識されており、
毎年多数のメディア取材や、来場客のSNS投稿数も多い海水浴場となっています。



- 男女比率は約半々
- 20代～30代が約75%、リピーターも多い（約85%）
- 複数人での来場がメイン(90%以上)
- 来場者の約60%が県外から来場している
- イメージ「好アクセス」「賑やか」「雰囲気がいい」
- 約30%の方が初めて由比ガ浜に来場（新規顧客層獲得）

- 海の家利用率は約75%
- 毎年様々なメディアに取り上げられており、話題性が高い
- PR効果が高い為、これまで多数の企業が出店している
- 個性的な海の家が多い(外観やメニュー)
- SNS投稿数が多い(多数のフォトスポットが存在)
- 平均滞在時間は5時間(12時～17時の滞在が多い)

由比ガ浜海水浴場アクセス

12



海の家実施概要

■店舗名

● ● ● ● ● ● ● (お好きな屋号名を付けることができます)

■営業期間

2025年7月1日(火)～8月31日(日) ※建築期間は6月1日～6月30日／解体期間は9月1日～9月20日予定

■営業時間

10時～20時30分 ※20時30分以降の入店は禁止されております。

■敷地面積

店舗幅20m×奥行20m(240m²) ※幅の増減は可能です。(決定優先)

■想定客席数

40～60席 ※想定となります、建築やレイアウトによって変動致します。

■展開可能な営業内容

①飲食物販売／②シャワーロッカー貸出／③パラソル＆ビーチベッド貸出、等

海の家展開可能企画

由比ヶ浜駅から徒歩4分の好立地!!

【各ブロックの特性】

ブロックA：「若い」「派手」
鎌倉駅から来る人々が多い（最寄り駅遠い）
／浜が広い／10代～20代前半中心

ブロックB：「ローカル」「常連」
浜の中間に位置する為、様々な方が利用している
／浜の広さはAとCの中間

ブロックC：「大人」「ゆったり」
由比ヶ浜駅から来る人々が多い（最寄り駅近い）
／浜が狭い／20代後半～30代中心

1 パパイヤ
2 ESPRIT BEACH
3 かまくらBBQくらぶ
4 To the sea for Yuigahama Beach
5 nanana Marina
6 sunny cafe
7 タイ村
8 AMUSE SEASIDE CAFE～浜唄～
9 鎌倉茶屋

10 AONOVA
11 熊沢売店スイムウェアショップ
12 リクナビBEACH CAFE at Quick Silver
13 スペーシーのGood SPOT
14 SANCTUARY BEACH LOUNGE
15 KANSAI COLLECTION Beach House
16 KONISHI SANDALS
17 かまくら横丁
18 BELTA 海の家
19 MALIBU BEACH BAR

※店舗の配置は2019年度の実績となります。

貴社ブランドの世界観を反映したオリジナル海の家を制作 !!

海の家丸々一棟をオリジナル仕様で建設・装飾を行うことが出来ます！

屋号名もご希望の内容で設定する想定です！



貴社のイメージに合わせた海の家を制作することにより、
由比ガ浜海水浴場の来場者やメディアを通じて店舗を見た方から
貴社や貴社製品の認知向上が見込めます！

これまでに出店された企業様は下記の様に
ブランドイメージを反映したオリジナリティ溢れる店舗装飾を行いました！



「nanana Marina」
(幅9m×奥行20m)



「SABON Beach House」
(幅11m×奥行20m)



「LIFULL HOME'S 海の家」
(幅18m×奥行22m)



「AAA SUMMER PARTY」
(幅24m×奥行20m)



「avex beach paradise」
(幅24m×奥行22m)



「To the sea for Yuigahama Beach」
(幅32m×奥行20m)

※上記は装飾の一例となります。



「MALIBU BEACH BAR」



「SABON Beach House」



「avex beach paradise」



「nanana Marina」



「MOVE LOUNGE @_YUIGAHAMA」



「LIFULL HOME'S 海の家」

貴社製品を知っている人はもちろん知らない方でも

思わず入店してみたくなってしまう様なSNS映えするオシャレな海の家を制作いたします！

シャワールームにて貴社製品などの商品をテスター設置!!

シャワールーム利用のお客様に実際に使用して頂くことにより、

貴社商品の良さを感じていただくことが出来ます。

また、製品ロゴなどをシャワールームに装飾し、PRいたします。



シャワールームは簡易的なレンタル品ではなく、一から施工致します。

シャワールーム全体をラグジュアリーな仕様で制作を行うことにより、

貴社製品の認知やイメージの向上に繋げることが出来ます。

パウダールームにて貴社製品などの商品をテスター設置!!

パウダールーム利用のお客様に実際に使用して頂くことにより、

貴社商品の良さを感じていただくことが出来ます。

また、製品ロゴなどをパウダールームに装飾し、PRいたします。



パウダールーム制作もご希望のデザインでプロデュースすることが出来ます。

パウダールーム全体をラグジュアリーな仕様で制作を行うことにより、

貴社製品の認知やイメージの向上に繋げることが出来ます。

店内に貴社仕様のオリジナルフォトスポットを設置!!

由比ガ浜の来場者は女性を中心に夏の海という最高のロケーションで撮影したいという需要が年々高まっており、海の家には様々なフォトスポットが設置されております！



貴社仕様のフォトスポットを設置し、多くの方が記念撮影をすること
SNS投稿によるブランドや商品の認知拡大が可能となります。

また、別途料金でインフルエンサーを稼働させてPR投稿を行うことも可能です。

貴社ブランドをイメージしたプレミアムメニューを販売!!

フォトジェニック（プレミアム）なメニューを販売することで、
SNS投稿も期待でき、貴社ブランドのイメージを強く訴求することが出来ます。
(もちろん貴社製品自体の販売も可能です)



例えば、野菜を中心として、カラフルな見た目やヘルシーを売りとした
飲食メニューを開発・販売することにより、
美容意識の高い女性を中心に来店を狙う、等の設計も可能です。

店舗に来店されたお客様を対象に商品サンプリング!!

来店された全てのお客様に商品の体験をしていただくことで、

貴社商品の認知や購入数向上が期待できます。

※敷地外の浜辺（店舗前）にてサンプリングを行うことも可能ですが。（要別途費用）



製品サンプルをお土産として来店されたお客様へお渡しいたします。

帰宅後もお試しいただけるようにお土産袋にサンプル製品やPOPなどを入れて配布する想定です。

店内にモニターを設置して商品をPR!!

商品をお試しできるエリアにモニターを設置して、
商品のCM映像やHOW TO動画を流すことが可能です



正しい使い方を伝えることにより製品の良さを最大限に伝えることができます。

また著名人を稼働させたイベントを実施することも可能です。
イベントを行うことにより、由比ガ浜に来場しているお客様に深い認知を与えることが出来ます。

※イベント実施は内容によってお見積りさせて頂きます。

【貴社ご負担項目】

※金額は全て税別となります。

営業権利費用 : ~~30,000,000円~~ → **【早期割】 20,000,000円**(※1)

建築費用 : 15,000,000円～(※2)

装飾費用 : 制作内容により別途お見積り

合計費用 : 35,000,000円～(※3)

(※1)2024年12月31日までに決定頂いた場合の特別金額となります。

(※2)建築内容や使用する資材、人工等によって変動する為、目安となります。

(※3)ミニマム金額となります。店舗装飾などの制作内容により金額は増加致します。

【弊社負担項目】

運営費用 : 飲食原価／人件費／厨房機器費／水道ガス光熱費／運営備品費などの

運営に関する項目の費用はマインドスクエアにて負担致します。

店舗売上金 : **店舗運営にて得た売上金は弊社が頂戴致します。**

【貴社ご負担項目】

※金額は全て税別となります。

営業権利費用 : ~~20,000,000円~~ → **【早期割】 10,000,000円**(※1)

建築費用 : 10,000,000円～(※2)

装飾費用 : 制作内容により別途お見積り

合計費用 : 20,000,000円～(※3)

(※1)2025年1月31日までに決定頂いた場合の金額となります。

(※2)建築内容や使用する資材、人工等によって変動する為、目安となります。

(※3)ミニマム金額となります。店舗装飾などの制作内容により金額は増加致します。

【弊社負担項目】

運営費用 : 飲食原価／人件費／厨房機器費／水道ガス光熱費／運営備品費などの

運営に関する項目の費用はマインドスクエアにて負担致します。

店舗売上金 : **店舗運営にて得た売上金は弊社が頂戴致します。**

【要確認業種】

業種	詳細
水着	展示は可能だが、販売は不可
ギャンブル	お金や物品のやり取りは禁止
消費者金融	お金の貸借は禁止
風俗関連	由比ヶ浜全体の景観上
美容整形	施術は禁止

確認業種について上記は一例となります。都度お問合せ下さい。

【営業補償費が発生する業種】

商材によっては販売及び、サンプリング時に営業補償費が発生する可能性ございます。

営業補償費が発生するケースの基本的な考え方については、"他の海の家で販売されている商材"(飲料など)となります。都度お問合せ下さい。

● 営業補償費の算出例

一般的な販売価格×配布数 = 営業補償費

【荒天時の場合】

荒天時のイベント実施はクライアント様判断でお願いいたします。

- ・前日の正午までに実施不可のご連絡
- 別日に振替
- ※別日振替を実施しない場合、キャンセル料として実費のご請求をさせていただきます
- ・当日に実施不可のご判断→全額をご請求させていただきます。

振替となった場合クライアント様の希望日での調整を予定していますが、他のプロモーション案件により、日程が埋まっている場合、ご希望にそえない場合もございます。予めご了承下さい。

【搬入搬出についての注意事項】

什器設置のため、由比ヶ浜内に車両を入れる場合は、事前申請が必要となります。なお車両の展示もプロモーション施策の一つと認可された場合、由比ヶ浜内に留置させる事ができます。

由比ヶ浜内に入る車両は四輪駆動車(4WD)をお願い致します。
→二輪駆動車だと砂浜でタイヤがスタックする為。

搬入搬出車両は由比ヶ浜近辺の道路での待機は不可となります。
(交通量の多い国道のため)

參考資料

**由比ガ浜海の家は基礎から建築する為、完全オリジナルで大きな造作が可能な為、
来場者以外にもSNS投稿を見た方へと強いインパクトを残しやすい施策が可能です！**

	SHIBUYA109(店頭)	BANK GALLERY原宿	由比ガ浜海水浴場
①広告利用料(62日間) ※平日42日/土日祝20日計算※水道光熱費含む	57,560,000円	38,130,000円	<u>30,000,000円</u>
②広告利用料(62日間/m²) ※44m ²	1,308,182円	127,100円 ※B1F～3F：実利用約300m ²	<u>75,000円</u> ※400m ²
③広告利用料(1日)	928,387円	615,000円	<u>483,870円</u>
④広告利用料(1日/m²) ※44m ²	21,100円	2,050円 ※B1F～3F：実利用約300m ²	<u>1,209円</u> ※400m ²
⑤施工費用(装飾費)	<u>5,000,000円</u>	10,000,000円	15,000,000円 ※実施内容により変動
⑥運営人件費	10,800,000円 ※単価3万円×6名×60日間	27,000,000円 ※単価3万円×15名×60日間	<u>0円</u>
合計費用(① + ⑤ + ⑥)	73,360,000円	75,130,000円	<u>45,000,000円</u>

※上記広告利用料は2021年度7～8月の参考費用となります。

※上記装飾費・運営費は実施内容により異なる為、仮となります。

2019年テレビにメインで取り上げられた
「To the sea for Yuigahama Beach」の一例(2件)

【TV取材詳細】

①日本テレビ ZIP(2019年7月15日) 約88秒オンエア：約21,061,333円

②フジテレビ ノンストップ(2019年8月5日) 約108秒オンエア：約8,748,000円

広告換算費合計：約29,809,333円

上記以外にも数多くのメディアが由比ガ浜に訪れ、取材が行われております！

由比ガ浜ではSNS映えする(インパクトの強い)店舗へ取材が集まる傾向があります！



①日本テレビ ZIP(2019年7月15日)

②フジテレビ ノンストップ(2019年8月5日)

※上記の番組や広告換算費は2023年度出店時の確約ではありません。

■ 2019年度SNS掲載数

2019年度由比ガ浜に出店した「To the sea for Yuigahama beach」はブランドカラーをメインに内外装のすべてをフォトスポット(SNS映え)にしたことで来店客による多数のSNS投稿がありました！

さらに著名人や友人などの投稿を見て興味を持った方が来店してSNSへの投稿を行なうループがどんどん広がったことで、約10,000人が来店する程の盛り上がりを見せました！

「To the sea for Yuigahama beach」 Instagram投稿リーチ数：約10,000,000人

■ Instagram投稿事例

