

2026年「千年に一度のお風呂の年」

企画について



癒しと幸せをもたらす、お風呂文化を世界に！

2026年は千年に一度の 0 2 6 お風呂の年。

2026年は、千年に一度のお風呂（026）の年となります。

千載一遇のこの機会にもう一度、

日本独自の文化「お風呂」を再発見してみませんか？

千年に一度のお風呂(026)の年を記念して、

今年、日本のお風呂関連団体(銭湯、温浴施設、サウナなど)が結束し、

初の横断的な取り組み「2026 お風呂の年プロジェクト」がスタートしました。

「2026 お風呂の年プロジェクト」では、

癒しと幸せをもたらす日本独自の文化「お風呂」を国内外に発信すべく、

年間を通して様々な企画を展開していきます。

「お風呂」は、単に体を洗うだけではなく、
心も身体も洗い流す“癒し”に繋がるような文化です。
「2026年 お風呂の年」に、日本独自の入浴文化である
「お風呂」に注目が浴びるこの機会に商機を創りたい狙いです。

お風呂 = 日本独自の入浴文化

・日本独自の習慣

日本では、毎日のように湯船に浸かる習慣が古くから根付いています。

お風呂は単なる清潔を保つための手段だけでなく、リラックスや心身の健康を保つための大切な時間。41～43度の湯に、毎日、長時間浸かることに価値が置かれています。

日本と違い、例えばヨーロッパやアメリカをはじめとする欧米ではゆっくりお湯に浸かるのではなく、シャワーを浴びるスタイルが一般的です。欧米では衛生上の観点から「体を清潔にする」という目的で入浴習慣が広まったため、効率的に体を洗えるシャワーの方が便利なためです。

・お風呂の由来

古代から中世にかけては蒸し風呂が中心。そもそも「風呂（ふろ）」という言葉は、「室（むろ）」に由来するといわれます。ムロとは閉ざされた部屋のような空間を指し、洞窟や岩場の奥にできた自然の空間を活用して蒸し風呂が行われていました。

さらに、入浴は宗教的な「清め」とも結びついています。神道の禊（みそぎ）文化がもともとあったところに、仏教の「斎戒沐浴（さいかいもくよく）」、つまり修行として身を清める考え方も入ってきました。

・銭湯の誕生

江戸時代になると、公衆浴場である銭湯が一大ムーブメントとなり、広く一般庶民に普及しました。江戸時代後期、江戸市中に銭湯は600軒あったと記録が残っています。庶民の社交場としても機能していました。





日本の「お風呂」には長い歴史があり、 世界に類を見ないような、多様な広がりを持っている。 それが唯一無二の価値となっています。

奈良時代からといわれるお風呂の歴史は古く、日本各地には、銭湯、温泉、温浴施設と多くの施設があります。それぞれ関係団体があり、お風呂・入浴についての啓蒙活動を実施。

家庭のお風呂

関係団体：日本浴用剤工業会



啓蒙テーマ

- ・健康習慣
- ・家族団らん
- ・外国人への啓蒙

銭湯

関係団体：全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会（全浴連）、都道府県公衆浴場組合



啓蒙テーマ

- ・健康習慣
- ・マナー、楽しみ方
- ・外国人への啓蒙
- ・銭湯の価値啓蒙

温浴施設

関係団体：全国温浴施設協会、温浴振興協会



啓蒙テーマ

- ・健康習慣
- ・マナー、楽しみ方
- ・外国人への啓蒙
- ・温浴施設の価値啓蒙

温泉

関係団体：日本温泉協会、県温泉協会、各温泉地の協同組合、日本秘湯を守る会、日本源泉かけ流し温泉協会、「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会



啓蒙テーマ

- ・健康習慣
- ・マナー、楽しみ方
- ・外国人への啓蒙
- ・温泉豆知識
- ・ユネスコ文化遺産登録



毎年、11/26＝いい風呂の日には、
各社がお風呂文化を盛り上げるようなキャンペーンが現在も実施されています。

日本浴用剤工業会が11月26日を「いい風呂の日」に制定。他に「毎月26日＝風呂の日」や「4/26＝よい風呂の日」（日本入浴協会）など、様々な「風呂の日」が存在。



「We need湯」（11/26 いい風呂の日）
（牛乳石鹸共進社株式会社）

主なコンテンツ： スペシャルムービー「はじめての銭湯」
「お風呂の豆知識」「赤ちゃんをお風呂に入れてみよう」
「のれんの歴史」 短編小説「かおる物語」



「いい風呂の日キャンペーン」
（株式会社バスクリン）

主なコンテンツ： 「家族もバスクリンも世界一」（写真とエピソード募集）
「世界一のお風呂でエア『あぁ〜』選手権」（動画募集）
「世界でひとつだけの入浴剤作り」（イベント）

千年に一度の026（お風呂）の年。この機会に、産経新聞社として企画を創出





■ プロジェクト概要

名 称：2026 お風呂の年 (にーまるにーろく おふろのとし)

主 催：「2026 お風呂の年プロジェクト」実行委員会 (全国温浴施設協会／有限会社ライフラボ／株式会社アクト企画室)

実施期間：2026年1月26日 (月) ～11月26日 (木)

※2026年の1年間が「お風呂の年 (026)」ではありませんが、本プロジェクトの実施期間は上記となっています。

公式サイト： <https://www.2026ofuro.jp/>

賛助団体： 全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会 (銭湯)、公益社団法人日本サウナ・スパ協会 (サウナ等)、
一般社団法人温浴振興協会 (温浴施設)、一般社団法人ニッポンおふろ元気プロジェクト (温浴施設)、
全国温浴施設協会 (温浴施設)

後 援： 一般社団法人日本リラクゼーション業協会、日本サウナ学会、フィンランド政府観光局、日本浴用剤工業会、産経新聞社



特別協賛： 大塚製薬株式会社

協 賛： アース製薬株式会社、株式会社クレバリーホーム、株式会社コーケン、株式会社JTB、Senon株式会社、ヤマコー株式会社

<「2026 お風呂の年プロジェクト」ロゴマーク>



お風呂から
平和になろう

千年に一度のお風呂の年。
癒しと幸せをもたらす、お風呂文化を世界に！

デザインコンセプト

日本文化をテーマに、和のイメージを基調としたロゴです。
湯けむりのモチーフでくつろぎと温かさを表現し、誰にでも親しみやすい和の雰囲気大切にしています。

<「2026 お風呂の年プロジェクト」趣旨・キャッチフレーズ案>

「お風呂から平和になろう」
2026 お風呂の年

千年に一度のお風呂の年。
癒しと幸せをもたらす、お風呂文化を世界に！

トップ > 連載 > 銭湯こぼれ話 [+フォローする](#)



銭湯こぼれ話

行き先を選ばない「風呂くじ」 出たのは90km先の銭湯チケット、ご当地グルメも堪能

銭湯こぼれ話

2026/1/26 11:26 ライフ 暮らし



銭湯で顔を合わせるだけの仲間をテーマにした作品が大賞に「お風呂川柳2025」発表

銭湯こぼれ話

2025/12/26 11:26 ライフ 暮らし



四季折々のステッカー集めよう 京都の銭湯で「二十四節気 湯めぐり」12月7日スタート

銭湯こぼれ話

2025/12/6 11:26 ライフ



銭湯の担い手を育てる養成講座 まき、ボイラー…経営の要「湯沸かしシステム」を学ぶ

2025/11/26 19:01 ライフ 暮らし



「サウナは社会の交差点」北欧の公衆浴場文化考えるイベント、建築家らが万博で意見交換

銭湯こぼれ話

2025/10/13 11:26 ライフ 暮らし



よく冷えた飲み口、風呂上がりに最適 瓶入り牛乳が銭湯で販売されるようになった背景は

銭湯こぼれ話

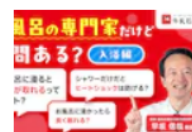
2025/9/26 11:26 ライフ 暮らし



身近なお風呂の疑問に専門家が答えます 牛乳石鹸「ふろの日」の毎月26日に動画を配信

銭湯こぼれ話

2025/9/3 11:26 ライフ メディア



大好きな銭湯を応援するワニ子さんの「推し活」 泊まりがけで通う「ユートピア白玉温泉」

銭湯こぼれ話

2025/8/26 11:26 ライフ 暮らし



湯舟で浸る「ストリートファイター2」の世界 風呂好きのエドモンド本田が銭湯に登場

銭湯こぼれ話

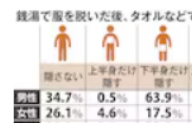
2025/8/11 11:26 ライフ 暮らし



銭湯で全身をタオルで隠さない「堂々派」は29% 上だけ？下だけ？隠し方にも流儀あり

銭湯こぼれ話

2025/7/26 11:26 ライフ 暮らし



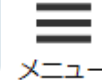
現在のトップニュース

時速194km死亡事故で「危険」判決破棄 福岡高裁が示す非常識な「制御困難」認定



会員登録

ログイン



2025/7/26 11:26

吉田 智香 ライフ | 暮らし

銭湯こぼれ話

記事を保存



銭湯で服を脱いだ後、タオルなどで体を隠すか

	隠さない	上半身だけ隠す	下半身だけ隠す	上半身と下半身の両方を隠す
男性	34.7%	0.5%	63.9%	1.0%
女性	26.1%	4.6%	17.5%	51.8%
全体	29.2%	3.1%	33.5%	34.2%

※四捨五入で合計が100%にならない場合がある

裸の付き合いの場でもある銭湯で、服を脱いだ後にタオルなどで体を「隠す」派は約7割を占め、「隠さない」派を上回ることが25日、産経新聞社が運営するオンラインコミュニティ「きっかけ」の銭湯に関するアンケートで明らかになった。体を隠す理由のトップは「見られたくない（恥ずかしい）から」で、他の利用客の視線を気にしている様子がうかがえた。体のどの部分を隠すかについては、性別によって大きな違いがみられた。

アンケートは6月12～30日に、「きっかけ」の「牛乳石鹸 お風呂部」を通

なぜ産経新聞社が？



おふろイベントの実施

近鉄百貨店/牛乳石鹸/浴場組合などと

11月26日は「いい風呂の日」
いいふろまつり 2025
IIFURO FESTIVAL

あべのハルカス近鉄本店にて開催!
11/22(土)~11/26(水) 10時~20時

11/22(土) 12:00~17:00
いいふろワークショップ

11/23(日) 13:00~17:00
いいふろライブ

11/22(土)~11/26(水) 5日間開催!
いいふろイベント

銭湯ギャラリー、銭湯クイズ、いいふろマルシェ、フォトスポット

11月26日は「いい風呂の日」
いいふろまつり 2024
IIFURO FESTIVAL

あべのハルカス近鉄本店にて開催!
11/23(土)~11/26(火) 10時~20時

2days開催! / **いいふろライブ**

11/24(日) 限り DAY1
11/26(火) 限り DAY2

11/23(土)~11/26(火) 4日間開催!
いいふろイベント

銭湯ギャラリー、銭湯クイズ、いいふろマルシェ、のれん袋造り

銭湯を応援するコミュニティの設立

(きっかけ内)

PR TIMES | プレスリリースを受信 | 企業登録申請 | ログイン

Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティー | ファッション | ...

クオン株式会社 フォロー

産経新聞社のコミュニティ「きっかけ」内に新たにコミュニティが登場! 「#銭湯へゆこう」オープン!

クオン株式会社
2022年6月10日 08時00分



2022年6月9日、牛乳石鹸共進社株式会社(大阪市城東区/代表取締役社長:宮崎 梯二)と、産経新聞社(東京都千代田区/代表取締役社長:飯塚 浩彦)、クオン(東京都港区/代表取締役:武田 隆)の3社は共同で、新コミュニティ「#銭湯へゆこう Supported by 牛乳石鹸」(<https://www.beach.jp/community/SENTO/>)を、産経新聞社のコミュニティである「きっかけ」内にオープンしました。



「#銭湯へゆこう」は、日本の伝統文化である「街の銭湯」の良さを語り合い、その魅力を次代に伝承するためのオンラインコミュニティです。



■ 千載一遇の好機。

「お風呂の年」が持つ歴史的意義

2026年は「026(おふろ)」と読める、千年に一度の巡り合わせの年です。この歴史的な節目を起点に、日本独自の入浴文化を再発見し、次世代、そして世界へとつないでいくための全国横断プロジェクトを立ち上げました。お風呂は、日本人の暮らしに深く根ざしてきた文化です。身体を清め、心を整え、人と人との距離を縮め、日常に安らぎと幸福をもたらしてきました。本プロジェクトでは、お風呂を単なる生活習慣としてではなく、健康、ウェルビーイング、観光、教育、地域活性といった文脈で捉え直し、社会全体でその価値を再認識し、文化として未来へ継承していくことを目指しています

■ 日本初。業態・地域を超えた 「オールお風呂ニッポン」の取り組み

本プロジェクト最大の特徴は、日本のお風呂文化を支える主要団体が、競合関係や業態の垣根を越えて賛助団体として一斉に参画している点です。

- 銭 湯：全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会
- サ ウ ナ：公益社団法人 日本サウナ・スパ協会
- 温浴施設：一般社団法人 温浴振興協会、一般社団法人 ニッポンおふろ元気プロジェクト、全国温浴施設協会全国規模・業界横断で推進する取り組みは日本初となり、一過性のイベントではなく、一年を通して生活者の行動変容を促し、文化として残すことを重視しています

産経新聞社としての
千年に一度のお風呂の日企画展開

■ 核となる仕掛け2026年11月26日。

2026
お風呂の年

産経新聞のTV欄に、11月26日（いいふろの日）の一日だけ“架空の放送局テレビ欄”を挿入（広告枠）します。

その名も、「千年に一度チャンネル」！

実際のテレビ局のように、時系列でお風呂にまつわる番組を放送。

放送枠とそれぞれのクライアント施策に合わせたPRプランを展開します。



■ 核となる仕掛け2026年11月26日：千年に一度チャンネルをTV欄で展開



番組内容イメージ

1126	お風呂ch
6	メ〜テレ
6	4.20字テレメンSP◇N
7	6.00解字旅ゴメ特別編再
8	00字朝メシまで。傑作選!!
9	…富士山を守る仕事人
10	▽標高3100mの救護所
11	次々来る患者を救え…
0	24時間働く熱血医師!!
1	▽眠らない山荘の番人
2	00字ドラえもん大みそかS
3	P ウマタケに乗って
4	大決闘!/?▽石原良純ほか
5	00字家事ヤロウ団
6	北関東スーパー大調査
7	57字1泊家族再
8	▽感動秘境へ高知の築
9	100年古民家▽山口県
0	秘人情たけのこ◇字N
1	00字探偵! ナイトスクープ
2	アホと涙の歳末感謝祭
3	▽今年の神回をイッキ
4	にお届け!! 話題になった
5	爆笑回&涙に包まれた
6	感動回まで! ▽最後に
7	母を見て歌いたい▽
8	戦場帰りの父が残した
9	エロ写真▽AIに頼り
0	すぎる娘▽残尿に効く
1	ツボ▽ほっかほっか亭
2	ロケの謎!/?▽笑い納め
3	00 [生] おは湯! 1000年に一度の朝が来た
4	▽全国100か所の銭湯・温泉から生中継! 一番風呂の湯気をお届け
5	00 [解] 平安→令和お風呂1000年史▽清少納言も愛した「蒸し風呂」を完全再現。日本人のDNAに刻まれた湯悦を紐解く
6	00 [企] ミライのお風呂コンテスト(1)▽「空飛ぶ浴槽!」小学生が描く夢のバスタイムに審査員・隈研吾氏も驚愕
7	00 [食] サウナ飯・世界一決定戦:実況▽*[冠協賛:00飲料]*プレゼント。全国の温浴施設から選りすぐりの「至福の一皿」が集結

■ 核となる仕掛け2026年11月26日。

2026
お風呂の年

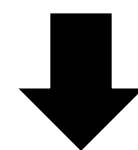
産経新聞のテレビ欄を1日限定でジャック、そこに記載されたタイムテーブルに沿ってYouTubeで生配信される、いわば「お風呂の、お風呂による、お風呂のためのバーチャルテレビ局」朝から晩まで、何かしらのコンテンツを配信します。





オードリーのオールお風呂ニッポン

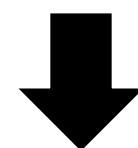
■日本初。業態・地域を超えた 「オールお風呂ニッポン」の取り組み



オールオフロ ニッポン

×

オールナイト ニッポン



1126 お風呂ch	6
オールオフロ ニッポン	7
00 [生] おは湯! 1000年に 一度の朝が来た ▽全国100か所の銭 湯・温泉から生中継! 一 番風呂の湯気をお届け	8
00 [解] 平安→令和お風呂 1000年史▽清少納言 も愛した「蒸し風呂」を完 全再現。日本人のDNA に刻まれた湯悦を紐解く	9
	10
	11

オールナイトニッポンの時間帯と、
タイアップ構想中

核となる仕掛け2026年11月26日。



リアルイベント×収録×千年に一度の生配信＝千年に一度チャンネル

千年に一度のいいふろの日の祭典をリアルイベントで実施
その内容を含め、いいふろチャンネルでも同時配信。



イベント概要

- 日程：2026年11月26日
- 会場：調整中
- 来場数：200名前後（オンライン配信を主軸想定）
- PRコンテンツイメージ：ブース出展、サンプリング、協賛社PRステージ、その他後述記載
- 主な告知：産経新聞紙面、メトロポリターナ誌面、WEB、メルマガ、SNSなど

核となる仕掛け2026年11月26日。

2026
お風呂の年

リアルイベント候補案

「芸能（高橋氏）× 医学（早坂氏）× グローバル（コロイン氏）× 政策（松島氏）」

松島 みどり 氏（衆議院議員）



【銭湯文化を政策で支える、旗振り役】
「お風呂（銭湯・温泉）愛好議員連盟」などで中心的な役割を果たし、地域の公衆浴場維持や文化保護に向けた政策立案に尽力している。新聞社出身の知見を活かし、公衆衛生や地域コミュニティの核としての銭湯の重要性を国政の場から発信し続けている。本プロジェクトでは、文化継承と地域創生の政策的側面を補完するスペシャリストとして、事業の社会的意義を確固たるものにする。

サバンナ 高橋 茂雄 氏



【現代サウナ・温浴文化のフロントランナー】

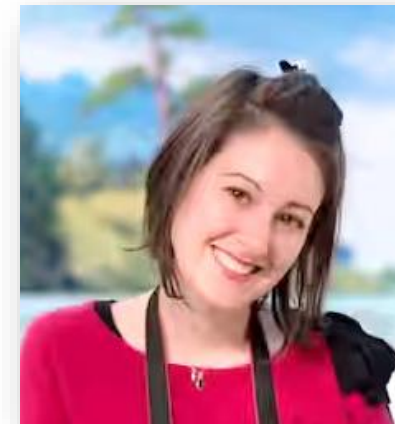
芸能界きってのサウナ・銭湯愛好家であり、プライベートでもサウナ施設をプロデュースするなど、実体験に基づいた深い知見を持つ。単なる愛好家の枠を超え、若年層やライト層へ「ととのう」というライフスタイルを定着させた功労者。本プロジェクトでは、大衆文化としての「温浴の楽しさ」を親しみやすく言語化する、マーケットの代弁者として招聘する。

早坂 信哉 氏
（東京都市大学教授・医学博士）



【入浴医学研究の国内第一人者】
20年以上にわたり、3万人以上の入浴を科学的に調査してきた「お風呂を医学する」エキスパート。温泉療法専門医として、入浴がもたらす健康寿命の延伸、疲労回復、睡眠改善の効果をエビデンスに基づき提唱する。本プロジェクトでは、参画企業の製品や企画に対し、学術的・医学的側面から信頼性を付与する監修者として、企画の屋台骨を支える。

ステファニー・コロイン 氏



【日本銭湯文化を世界に放つ、公認・銭湯大使】

フランス出身でありながら、日本の銭湯に魅了され、全国800軒以上の銭湯を訪問。日本公衆浴場協会公認の「銭湯大使」として、海外視点での銭湯の美学やコミュニティの価値を国内外に発信している。本プロジェクトでは、インバウンド客へ向けた**「マナーと美意識の翻訳者」**として、日本文化をグローバルな文脈で再定義する役割を担う。

こちら4名の著名人は、本プロジェクトに必要な「政策・文化」「権威」「医学的根拠」「国際性」という4つの強力な柱としての「お風呂有識者」です。



新聞社が主催するミライのお風呂コンテストは、2026年を契機に入浴文化を次世代へ継承する年間プロジェクトです。設備性能ではなく、1000年後に残すべき体験価値や社会性を競います。狙いはバスタブなど入浴関連を想起してもらうことでその分野の面白さなどを知ってもらう機会創出へ、未来の人材・リクルートへの取り組みとして一般から広く公募し、企業との共創を通じて持続可能な知的財産の確立を目指します。

単なるイベントに留まらず、未来への問いを提示する思考のアーカイブを構築する社会的試みです。

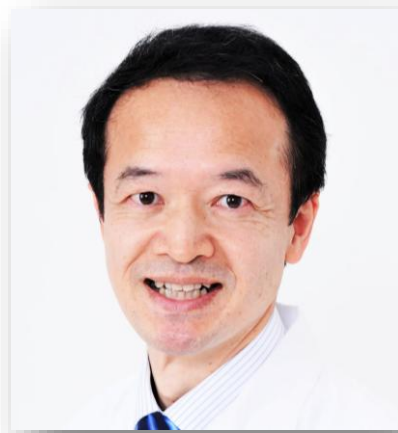
【イベントタイアップイメージ】

2026
お風呂の年

『THE BATH 3026：ミライのお風呂コンテスト』

未来のお風呂アイデアに対し、早坂教授が医学的知見から「この機能がいかに現代人のストレスを軽減するか」などを解説。

早坂 信哉 氏
(東京都市大学教授・医学博士)



早坂 信哉 氏 × 製薬・住設・保険会社

■スポンサー連動

<住設・ITメーカー>

早坂教授が「医学的監修」としてコメントをするなど、製品の機能性に「学術のお墨付き」を与えます。

<保険会社>

「ヒートショックの予防法」や「正しい入浴が健康寿命を延ばし、リスクを減らす」という早坂教授の講義を、企業の「予防医療」啓蒙枠として提供。

<狙い> 「医学的エビデンス」を付与することで、高単価な製品やサービスの信頼性を担保します

「学生対抗：全国押し銭湯プレゼン大会 2026」～若き情熱で、1000年の歴史を沸かせ～
同時開催、風呂上がりといえはこれ！押しドリンクプレゼン大会も！



<メインイベント>

日本の伝統文化である「銭湯」を、次世代を担う学生（大学生・専門学生等）の視点で再発見し、その魅力を独自のプレゼンテーションで競います。若者の「銭湯愛」を可視化することで、温浴業界の活性化と、産経新聞社による新しいコミュニティ創出を目指します。

<同時開催>

サウナ・お風呂上がりの定番飲料「オロポ」。実は人によって「ポカリ多め」「オロナミンC濃いめ」などこだわりが分かります。この「黄金比」をメインターゲットである学生が提案、2026年の「千年に一度の整い比率」を決定します。

【イベントタイアップイメージ】

2026
お風呂の年

『推し銭湯プレゼン大会 & 推しドリンクプレゼン大会』

内容: 高橋氏がメインMC兼「サウナ界の御意見番」として登場。学生たちがのプレゼンテーションや推しドリンクで考案したオロポの黄金比を実際に試飲し、プロの視点で評価。

サバンナ 高橋 茂雄 氏

【現代サウナ・温浴文化のフロントランナー】



サバンナ 高橋 茂雄 氏 × <想定クライアント> 飲料・食品・アパレルメーカー

■スポンサー連動

<飲料メーカー>

高橋氏が「これが一番整う！」と認定した比率を「高橋茂雄公認・2026年黄金比」として即座にSNS展開。

<アパレル:>

高橋氏が着用するサウナハットやポンチョを、協賛ブランドの新作として露出。

<狙い>

高橋氏の圧倒的な発信力で、製品の「トレンド感」と「シズル感」を最大化します。



学ぼう入浴マナー（子供から海外向け）



「浮世湯（うきよゆ）マナー絵巻」－ 世界に伝える、日本のお風呂作法 －
外国人向けマナーを山田全自動氏のシュールな浮世絵でポスター化。イラスト内
にクライアント製品を配置する「粋なPR」を展開。

コンテンツ3：入浴マナー浮世絵ガイド（山田全自動コラボ）

2026
お風呂の年

「浮世湯（うきよゆ）マナー絵巻」— 世界に伝える、日本のお風呂作法 —
外国人向けマナーを山田全自動氏のシュールな浮世絵でポスター化。
イラスト内にクライアント製品を配置する「粋なPR」を展開。



<PR展開>

- ・全国の賛助団体各施設（温浴施設）へポスターを配布
 - ・全国の賛助団体各施設（温浴施設）への製品サンプリングの実施
- ※対象施設、時期、数量については要相談です。

企業製品などの作画タイアップ可

※サンプリング想定：約2万3,673施設²³
(現在正式サンプリング実施可能数確認中)

『山田全自動と巡る！THE MANNER 浮世風呂』

企画内容: 山田全自動氏のイラストポスターを背景に、ステファニー氏が「外国人から見た銭湯の美学」と「世界共通のマナー」を多言語を交えて発信。



ステファニー・コロイン 氏

【日本銭湯文化を世界に放つ、公認・銭湯大使】

ステファニー・コロイン 氏 × 観光・自治体・インバウンド向けサービスなど

■スポンサー連動

<決済・通信（インバウンド向け）>

ステファニー氏が「銭湯の入り口でも、このカード（スマホ）があればスマート！」と、外国人目線での利便性をPR。

<自治体・温泉協会>

彼女が特定の温泉地を訪れる「インバウンド視点の旅動画」を流し、海外ファンへの訴求力を活用。

<狙い>

日本人が気づかない「日本の価値」を彼女に語ってもらうことで、海外市場を狙う企業のブランド力を高めます。

知っていますか「入浴着」というもの。



「入浴着（バスタイムカバー）」の周知啓蒙は、乳がんサバイバーの方々だけでなく、肌の露出を控えたい方や傷を気にする方など、「誰もが気兼ねなくお風呂を楽しめる」という多様性の観点から社会的意義としての取り組みへの着目です。

※入浴着（にゅうよくぎ）とは、乳がんや皮膚移植などの手術痕を隠し、温泉や銭湯などの公衆浴場で周囲の目を気にせず入浴を楽しむために開発された、専用の入浴用肌着です。清潔な状態で着用すれば衛生面の問題はなく、厚生労働省もその利用を認めています。

皆さまが気兼ねなく施設を利用できるよう

入浴着を着用した入浴に ご理解・ご配慮をお願いします

乳がん等の手術などによるあとが目立たないように、
専用の入浴着を着用した入浴を希望される方がいらっしゃいます。

入浴着を着用される方々も気兼ねなく入浴できるよう、
入浴施設等の事業者、従業員や入浴施設を利用される皆さまの
ご理解とご配慮をお願いします。

入浴着とは

乳がん等の手術などのあとを、
周囲に対して気にすることなく
入浴を楽しめるように開発された
「入浴用肌着」のことです。

衛生面について

脱衣所などで着用し、
浴槽に入る前には付着した石けん
成分をよく洗い流すなど、
清潔な状態で使用される場合は、
衛生管理上の問題はありません。

入浴着を着用される方へ

衛生面に気をつけて清潔な状態
で使用しましょう。





知っていますか「入浴着」というもの。

具体的な事業展開

■全国1000の温浴施設への「啓蒙ステッカー・ポスター」を配布
内容：お風呂プロジェクト×産経新聞社×厚生労働省（後援）×スポンサー企業の連名で、「入浴着を歓迎します」という公認ステッカー、ポスターなどを作成。

全国の温浴施設にロゴ入りのポスターを掲出

<PR：媒体展開>

- 産経新聞本紙での入浴着啓蒙紙面の実施（記事下広告あり）
- メトロポリターナでの入浴着啓蒙特集の実施（記事下広告あり）
- 産経ニューススポンサードコンテンツなどでの展開

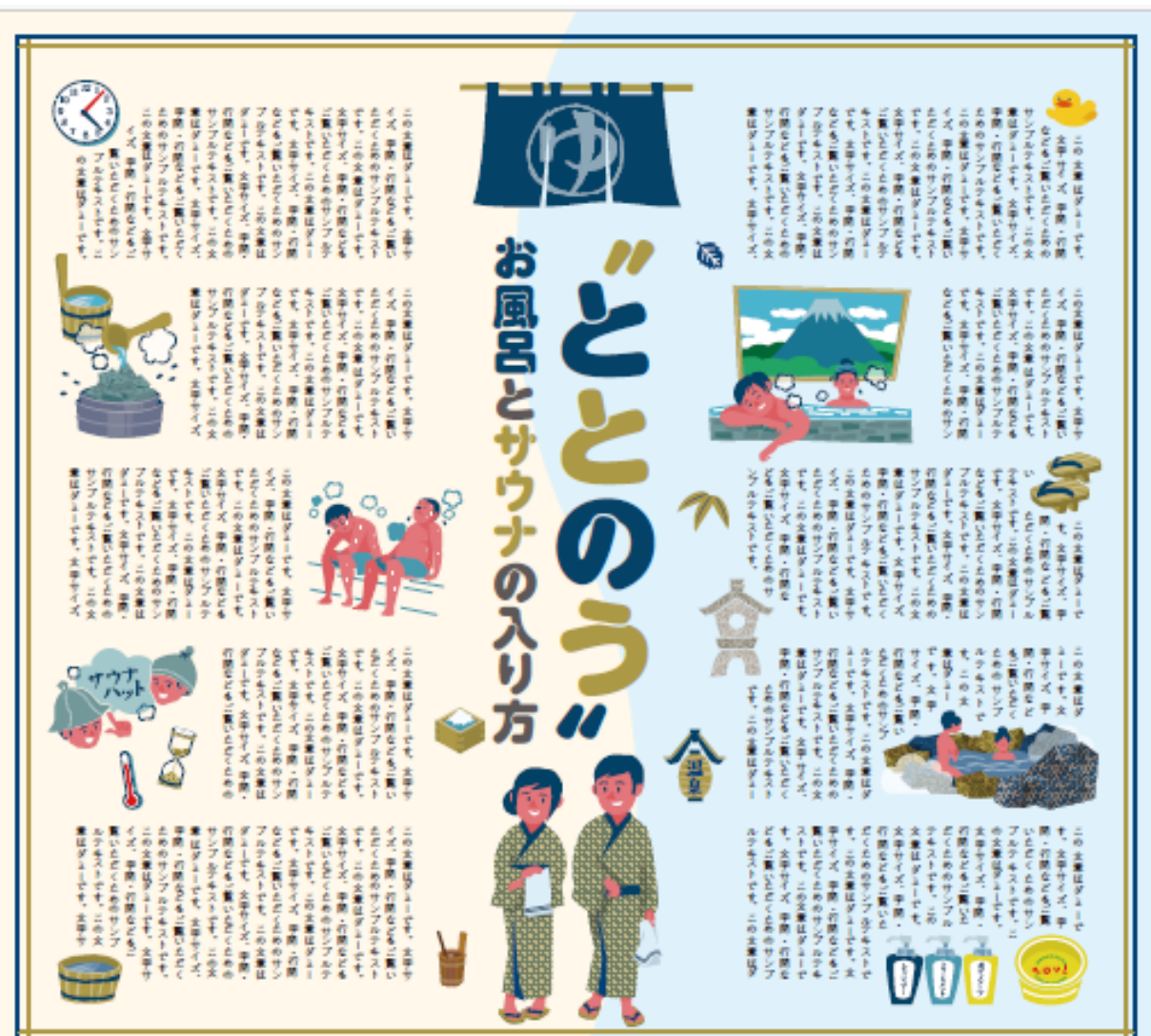
<キャンペーン実施>

■「ミライの入浴着」デザインアワード
内容：暖簾デザインコンテストと同様に、「着たくなる、美しく機能的な入浴着」のデザインを公募。

<想定クライアント>

アパレルメーカー、繊維メーカー、温浴施設、入浴メーカー





全5段広告
(W380×H170mm)

【サウナ協会関連】

(日本サウナ・スパ協会 × サウナメーカー・飲料・不動産)

・内容「サウナによるウェルネス革命」。最新のサウナハットや、サウナ後の「オロポ」の効能、サウナ付き住宅の提案など。

【浴場組合関連】

(各都道府県の公衆浴場組合 × IT決済・洗浄剤・アパレル)

・内容「地域を繋ぐ番台DXとコミュニティの再生」。キャッシュレス決済の導入事例や、銭湯を彩る暖簾、銭湯グッズの紹介。

【温泉観光協会関連】

(日本温泉協会・各観光協会 × 旅行・交通・化粧品)

・内容「1000年続く湯治の知恵と最新美容」。温泉地へのインバウンド誘致戦略や、源泉成分を活用したコスメ、入浴着の紹介。

【イベントタイアップイメージ】



各温浴団体×企業 テーマ別タイアップ



松島 みどり 氏（衆議院議員）
【銭湯文化を政策で支える、旗振り役】



松島 みどり 氏 × 各業界団体・地域振興・サステナブル企業

■『各温浴団体 15段 特集/対談』

<企画内容>

各業界団体（サウナ、銭湯、温泉）の代表者と松島氏が、文化継承と地域創生について対談。新聞の15段カラー特集と連動した「政策・文化枠」。

■スポンサー連動

<地域インフラ企業（電力・ガス等）>

松島氏と共に「エネルギーの地産地消と温浴施設の未来」について語り、社会貢献企業としての姿勢をアピール。

<入浴着メーカー>

政治的・公衆衛生的な観点から「入浴着の普及がいかに多様性のある社会を創るか」を力強く後押し。

<狙い>

政治的な影響力とメディアの公的役割を掛け合わせ、ESG・CSRを重視する大企業の決裁を後押しします。

湯煙の本音 ～湯煙の中でしか語れない、企業の「本音」と「ミライ」～

銭湯会議

スーツを脱ぎ捨てたからこそ語れる
企業の熱い想いやリアルな社風を伝える
新感覚ビジネスルポ



「裸の付き合い」という言葉通り、お風呂という最もリラックスした空間で、企業のキーマン（社長、研究員、人事部長など）の素顔に産経新聞の記者が迫ります。スーツ姿のインタビューでは出てこない、泥臭い開発秘話や、社風、若手への想いを「熱く」語ってもらう動画コンテンツです。、企業の熱い想いやリアルな社風を伝える新感覚ビジネスルポ。

～裸の付き合いだからこそ語れる、「本音」と「ミライ」～

【PR展開】

- ① コンテンツ制作・納品（メイン収益）
 - ・産経新聞社のプロの記者が構成・インタビューを担当。
 - 「完全データ納品・2次利用無制限」**を売りにし、企業の採用サイト、SNS、YouTubeチャンネルで自由に使えるアセットとして販売
- ② 「千年に一度チャンネル」でのダイジェスト放送
11/26の生配信中に、制作した動画のダイジェスト版を「注目企業CM」として放送。
- ③ 産経新聞紙面またはWEBでの記事広告連動
「動画の書き起こし」を編集記事風に紙面掲載し、QRコードでフル動画へ誘導。



【製品PRパッケージ】（研究開発・メーカー向け）

内容：「実はあのヒット商品の裏には、銭湯で思いついたアイデアがあった…」など、開発者の執念や技術の凄みを記者（想定）が深掘り。

【リクルートパッケージ】（人事・採用ブランディング向け）

内容：「うちの会社、実はこんなに風通しがいいんです」を、上司と部下の入浴シーン（または風呂上がりの一杯）で表現。Z世代に刺さる「飾らない社風」を可視化。

【BtoBブランディングパッケージ】（IT・インフラ・製造向け）

普段見えにくい企業の社会的意義を、記者が第三者視点で言語化。「社会のインフラを支える、風呂のように熱い使命感」を伝えます。



■ 仕掛け2026年11月26日：千年に一度の広告号外：11.26 湯煙特報

2026
お風呂の年

産経新聞社の歴史と信頼を、オンデイ限りプレミアム感を演出、それが「千年に一度の広告号外」企画です。通常、歴史的な事件や政変時にのみ発行される「号外」という特別な枠組みを、2026年11月26日、日本のお風呂文化のために開放します。一面を飾るのは、大人気クリエイター・山田全自動氏によるシュールで粋な浮世絵。日本中が「整った」事実？として報じます。

クライアントにとっての最大の価値は、号外内に製品を馴染ませる「粋なPR」や、QRコードからYouTubeライブ「千年に一度チャンネル」へ直接誘導する動線により、リアルとデジタルを瞬時に繋ぎます。手元に残る「記念品」として高い保存性を持ち、SNSでの拡散力も抜群。。





千年に一度のいいふろの日そのものをニュースに、号外を配布！

産経新聞 PR号外



サンケイスポーツPR号外



裏面には都内の銭湯・サウナマップなど保存性の高いコンテンツを想定、また温浴施設で引き換えのできる、商品引換券などで、温浴施設への誘因とお風呂上りの貴社ケア製品の想起を図る。





metropolitana

【イメージ】



- ・メトロポリターナにて、2026年11月号「千年に一度のいいふろの日」特集などを想定（相談中）
- ・春夏秋冬でシーン別にサウナ・銭湯・温泉などの特集想定（相談中）
- ・後述のサンプリングプランなどと合わせパッケージプランを展開

例えばタイアップイメージは、風呂上がりの保湿ルーティーン、入浴剤関連など

いいふろの日、もらってうれしい千年に一度のお風呂セットサンプリングの実施

2026
お風呂の年

メトロポリターナにて、2026年11月26日「千年に一度のいいふろの日」での周知・認知拡大に向け、同日または当日にサンプリング企画を実施予定です。

千年に一度しかもらえないお風呂セットサンプリングのプレミアム感を出し、読者へ直接届ける機会として展開します。

【概要】

配布期間：2026年11月26日(想定)※調整

ターゲット：メインは、働く20代～40代女性

サンプリング実施数：10,000個想定

配布物：①メトロポリターナ11月号

②サンプリング用袋（紙製）

③御社商品サンプル（orチラシ）などの販促ツール×1種

重さ … 200g未満のものを想定

内容 … サンプリングエリアにおける規制の関係上、飲食物の配布の際は事前にご相談ください

※サンプリング予定の商品は予めご提出いただきますので、ご用意ください

エリア：新宿・渋谷・有楽町・新橋・銀座の中から3駅エリア（予定）

※上記の配布エリアに関しては確定ではありません。変更する場合がございます

備考：配布個数の制限やエリア制限などある場合はお問い合わせください。



2026
お風呂の年

お風呂で読める新聞の発行案：

銭湯が独自で展開している新聞（事例）

2018年河北新報

1日限定で配布読んだ後は湯舟につけると入浴剤（泡風呂）となる仕掛け。



スマートフォンを持ち込めない環境！唯一のデジタルデトックスの場所を活かす！

銭湯やサウナでしか読めない！新聞の発行!!!

スマートフォンを持ち込めないお風呂やサウナ室は、現代において貴重な「デジタルデトックス空間」であると同時に、実は「手持ち無沙汰で活字に飢える時間」でもあります。

そこへ産経新聞社の本格的な新聞製作ノウハウを活かし浴槽やサウナの中などでしか読めない新聞を作成。

ひそかに噂になるような魅力的なコンテンツを提供し、新たなプロモーションや話題性の開拓やブランディングに絶好のチャンス。