

働く女性の睡眠課題に対する消費欲求をくすぐる

POP UPイベントと睡眠対策特集

「Ready to Good Sleep」

ご提案書

2023年12月

サンケイリビング新聞社

働く女性の睡眠課題に対する消費欲求をくすぐる 「Ready to Good Sleep」

健康・美容を保つために最も重要と言われているひとつが睡眠。

そんな睡眠をテーマにシティリビングでアンケート調査を行った結果、多くの働く女性が睡眠の質に不満を持っており、「睡眠の質をもっと良くしたい!」と感じているのは全体の98%にもものぼった。

その一方、睡眠改善商品・サービスを取り入れている人は少なく、「快適な枕」「快適な寝具」「リラックスする香りのもの」「快適なパジャマ」「乳酸菌飲料」「サプリメント（ドリンク含む）」「睡眠管理アプリ」など、**今話題の商品やサービスへの利用意向が高い**ことが分かった。※シティリビング調べ（詳細はP.22以降参照）

そこでシティリビングはそんな睡眠に関する適切な商品・サービスを探しきれていない（＝消費意欲が高い）働く女性に対して、『3/15 世界睡眠デー』『3/18 睡眠の日』にあわせて、**シティリビングメディアでの「睡眠特集」と「睡眠POP UPイベントin有楽町マルイ」**の2軸から展開する企画を実施します。

メディアでの情報取得からリアル店舗での購買体験・トライアル機会体験を、シティ読者だけではなく、仕事帰りや休日に有楽町マルイに訪れた女性たちにも広く提供できる場を協賛社様とともに創出します。



Cityliving

シティリビングは働く女性の心と心をつなぐ共感型メディアとしてオフィスに発行。情報発信はもちろん、読者調査や座談会等を通し、働く女性のニーズを常に把握しているので、高い集客力が強みです。

- プリントメディア／国内主要都市5地区の約35万部発行
- Webメディア／月間PV数：約250万PV、月間UU数：約135万UU

<https://city.living.jp/>

Ready to Good Sleep

直接的なコミュニケーションを図ることができる
有楽町マルイでのPOPUPイベントを中心に
読者の悩みに寄り添ったシティリビングメディア告知をあわせた展開で
睡眠改善商品への消費意欲が高い働く女性に対して購買欲求を刺激。

有楽町マルイでのPOPUPイベント

- 開催日時 2024年3月11日(月)-17日(日)の7日間、各日11:00～20:00
- 場所 有楽町マルイ2階
- メディア掲載
 - ・ シティリビング2月23日号／東京版 及び
シティリビング3月8日号／東京版／共働き編
(いずれも130,409部)
※共働き編の特集は「家族の睡眠」
 - ・ シティリビングWeb
 - ・ シティリビング メール会員へのDM配信 (東京／約62,000通)
- 主催 シティリビング
- 協賛 睡眠に関わる商品・サービスを取り扱う企業様各社

ターゲット

睡眠に悩みを抱え、睡眠改善商品への消費意識が高い働く女性

シティリビングメディア特集展開

2/23号掲載内容

▼シティリビング紙面掲載イメージ



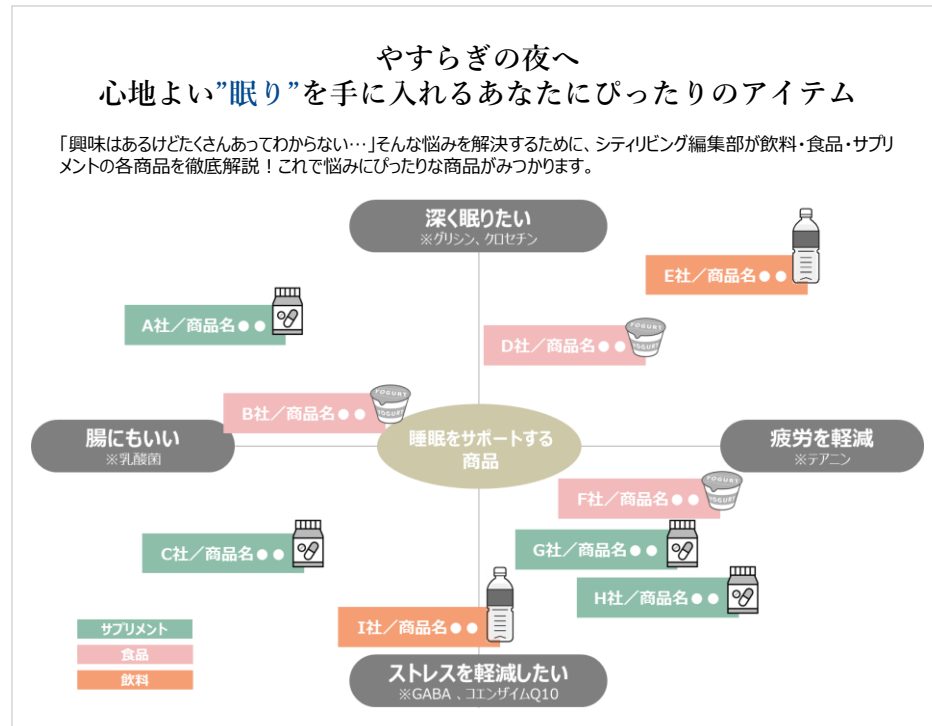
- POPUPベント告知 (1/2ページ)
- カオスマップ掲載 (1/2ページ)
- 紙面広告枠 (1/4ページ×4枠～)

3/8号掲載内容

「共働き編」特集テーマ

家族の資本は健康！睡眠に注目

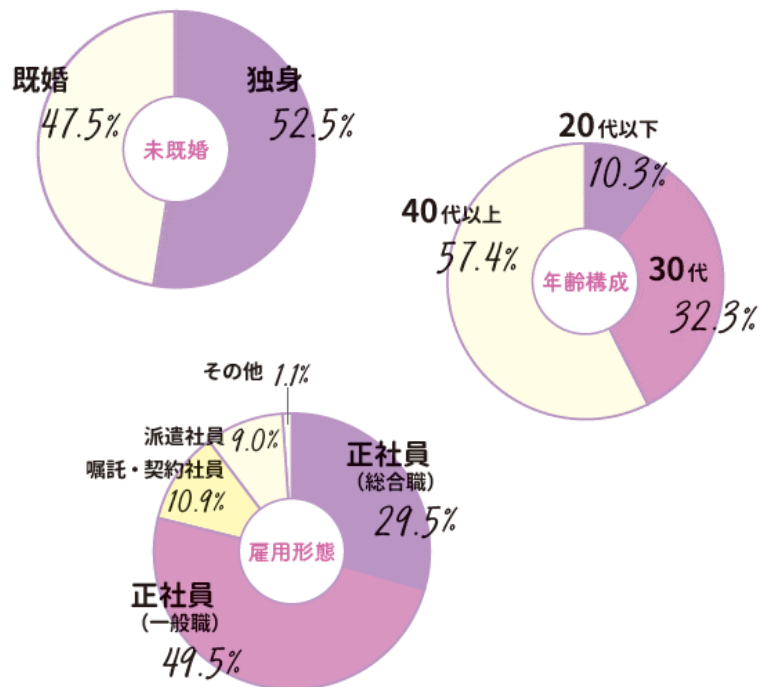
自分や家族の健康にとって「睡眠」はとても重要なもの。共働き読者の睡眠事情を調査し、「睡眠時間が短い」「ぐっすり眠れない」など睡眠課題をクリアにして解決方法を探ります。



「Ready to Good Sleep」企画・特集のターゲット属性

オフィスをステージにメディア展開をしている「シティリビング」と、アクセスがよく仕事帰りや休日に自分の時間を楽しむ女性たちが集まる「有楽町マルイ」のコラボにより、徹底的に働く女性にPR。

シティリビング読者



有楽町マルイ来館者



POPUPイベントの会場は入店客数900万人を誇る有楽町マルイ

日本を代表する繁華街・銀座に隣接し、平日夜や休日など来街者が多く集まる有楽町に位置する有楽町マルイ。旗艦店として年間900万人が訪れる有楽町マルイの2階を会場に、POP UPイベントを開催。



2F レディースファッション・シューズ・ドレス

POPUPイベントスペース



入店客数	総取扱高	総フロア	売場面積
900万人	190億円	8 ¹⁻⁸	18,500㎡

フロア 買上客数	フロア 客単価
29万人	13,297円

「Ready to Good Sleep」コンテンツ

content
01 「たくさんあってわからない…」そんな消費者の悩みを解決！／イベント展示・販売＋広告掲載
飲料・食品・サプリ商品徹底解説！「睡眠対策商品カオスマップ」

content
02 一定スペースを自由に活用し読者とコミュニケーションが可能／イベント展示・販売＋スペース買切り
ワークショップ・体験会など貴社オリジナルコンテンツ展開

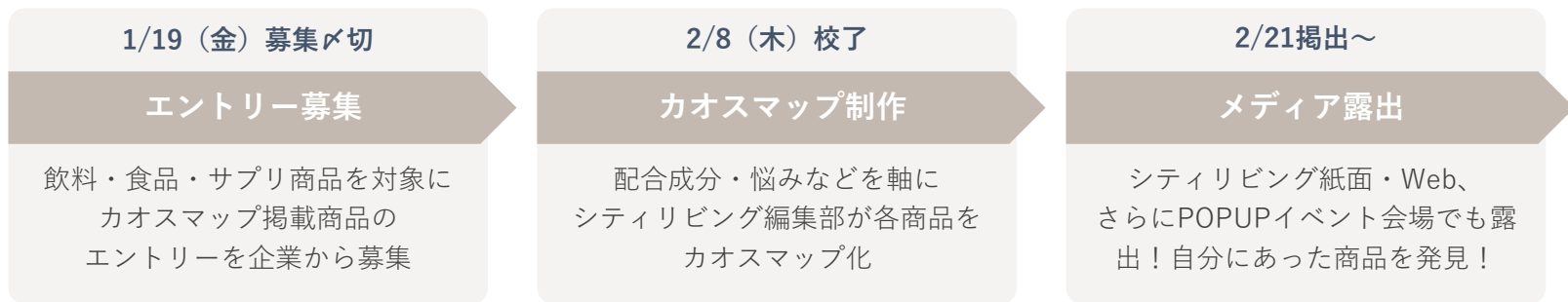
content
03 多角的にアプローチして睡眠・快眠に興味をもつ女性を動かす／イベント展示・販売
寝具、日用品など全睡眠対策商品・サービス紹介

content
04 話題性を高めて消費者の課題解決&購買欲求をくすぐる／イベント展示・販売＋ライブ配信
ゲスト（有名人・識者）コラボ型ライブ配信

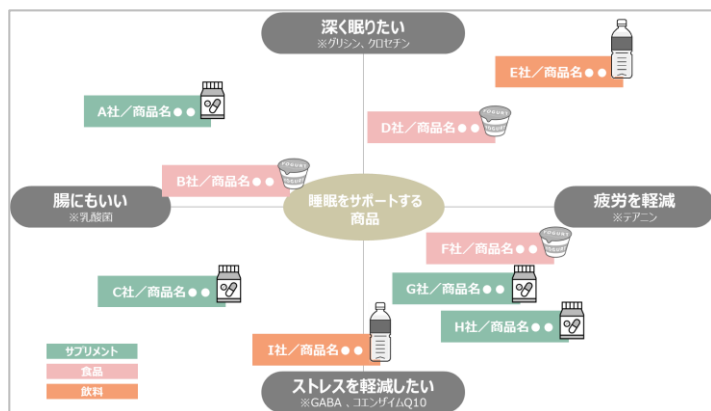
content
05 来館者が増える木曜～日曜での配布で話題性・注目度アップ／商品サンプリング
来場者向けプレゼントキャンペーン

01 飲料・食品・サプリア商品徹底解説！「睡眠対策商品カオスマップ」

「興味はあるけどたくさんあってわからない…」 「自分にあうものはどれ？」 そんな消費者の悩みを解決するために、シティリビング編集部が飲料・食品・サプリメントの各商品を徹底解説！ 配合成分・悩みをもとにカオスマップ化し、自分の体調や悩みにあった商品を見つけやすく図解で紹介。カオスマップは、シティリビング紙面・Web掲載の編集記事内とPOPUPイベントスペースで露出。



▼カオスマップイメージ



※カオスマップは、エントリー商品と編集部ピックアップ商品で構成
 ※原則機能性表示食品に限ります
 ※エントリーについては対象企業様へ別紙にてご案内します

- **カオスマップ制作**
 ※シティリビング2/23号及びWebへの露出、イベントスペースでのパネル掲示
- **シティリビング紙面・Web掲出**
 ※シティリビング東京版2/23号、シティリビングWeb東京版
- **POPUPイベントin有楽町マルイでの掲出**
 ※カオスマップをパネルにしてイベントスペース内にて掲出

編集コンテンツとして **無料**

イベント協賛付きプランは次ページへ ➡

content

「たくさんあってわからない…」そんな消費者の悩みを解決！／イベント展示・販売＋広告掲載

01 飲料・食品・サプリア商品徹底解説！「睡眠対策商品カオスマップ」 イベント協賛付きプラン

カオスマップの露出に合わせて、カオスマップ付近にPOPUPイベントでは商品展示や、販売、通販商品であればチラシの設置などが可能です。また、カオスマップをシティリビングに掲載した際に商品説明として利用できる紙面広告枠もセット。

メディア掲載で商品認知と商品理解を深め、イベントでの展示・販売によって商品との接触機会創出と見込み客獲得やトライアル・購買を促進。

イベントスペースでできること

- 商品の設置・販売・展示
 - パンフレット・POP設置
 - QRコードなどからECサイトへの誘導
 - 貴社スタッフによる接客 など
- ※その他、詳細はご相談ください

▼シティリビング紙面掲載イメージ

イベント 告知		カオスマップ 掲載	
紙面 広告 枠	紙面 広告 枠	紙面 広告 枠	紙面 広告 枠

実施料金 お問合せください

<料金に含まれるもの>

● カオスマップ制作・掲出

※シティリビング紙面・Webへの露出、イベントスペースでのパネル掲示

● POPUPイベント協賛<展示・販売用スペース 1コマ>

※1社あたりの棚スペースは（A：W600×D600またはB：W890×D300を想定。商品サイズと設置物により当社で陳列致します） ※什器の持ち込み、店頭立ち合い不要
※陳列場所の指定不可、陳列装飾なども一任いただきます
※期間：3/11(月)-17(日)の7日間

● シティリビング東京版2/23号 紙面広告枠(1/4ページ)

※他協賛社との連合広告（予定） ※掲載場所は指定不可 ※広告体裁は、記事広告（フォーマット）または純広告（純広告の場合上記料金に制作費は含みません）

● シティリビングWeb掲載

※商品画像・説明・企業名掲載（予定）

※冷蔵・冷凍商品の販売は不可

※使用できる什器や会場イメージなどはP.15参照

※紙面広告にて、1/4ページ以外のサイズも可能。詳細はご相談ください

※イベント展示の際に備品や装飾など必要な雑費が別途発生する場合があります

content 一定スペースを自由に活用し読者とコミュニケーションが可能／イベント展示・販売＋スペース買切り

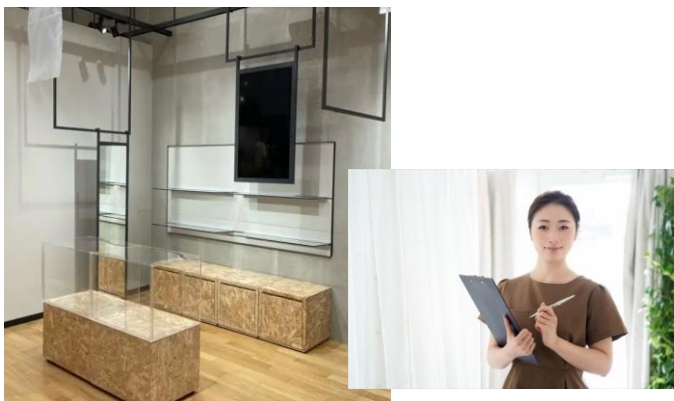
02 ワークショップ・体験会などオリジナルコンテンツ展開

イベントスペースの1区画を丸一日ご提供。ワークショップ、商品体験会、カウンセリングなど、自由に活用してコンテンツ展開が可能。コンテンツ内容は事前にシティリビングメディアにて告知し事前予約制にすることで、希望ターゲットの選出することが可能。（事前応募時に年齢・性別の他、悩みなど簡単なヒアリング可）メディアでの告知から、参加者募集・当選連絡などの事務局作業も含むパッケージプラン。

買い切りイベントスペース活用案

- 貴社商品・サービスを実際に試せる体験会
- 貴社商品特長を活かしたコンテンツやの貴社サービスにつながる内容のワークショップ
- 参加者へのカウンセリング&商品トライアル
- サイズが大きい商品の展示・販売 など

※コンテンツ詳細についてはご相談ください



実施料金 お問合せください

<料金に含まれるもの>

- イベントスペース1区画買い切り（1日のみ）
※広さ：2.2坪 ※買い切り可能日：3/12(火)~17(日)のうち1日（決定優先、開館時間：11:00~20:00） ※使用可能備品以外に必要な備品等をご用意ください
- シティリビングメディアでのコンテンツ紹介・参加者募集
- 事務局運営（応募フォーム制作・当選連絡など）
- 2月23日号または3月8日号シティリビング東京
½ページ広告スペース（ペイドパブリシティ）1,200,000円相当

※冷蔵・冷凍商品の販売は不可

※使用できる什器や会場イメージなどはP.16参照

※運搬・設営は協賛社が実施

※イベント展示の際に備品や装飾など必要な雑費が別途発生する場合があります

※イベントスペースのみの活用（広告スペースなし）をご希望の場合は別途ご相談ください

content 多角的にアプローチして睡眠・快眠に興味をもつ女性を動かす／イベント展示・販売＋広告掲載

03

寝具、日用品、雑貨など全睡眠対策商品・サービス紹介

寝具（シーツ・枕等）・パジャマなど睡眠に直結する商品や、香りによりリラックスを促すアロマグッズや日用品、また温めることでスムーズな入眠につながる商品、そしてさまざまな快眠アプリなど、睡眠に関わる商品・サービスを展示、販売できます。自身の睡眠に課題をもち「睡眠の質を良くしたい！」「自分にあった商品を見つけたい」と感じている女性に、イベントスペースでの展示・販売で貴社商品をPR。

イベントスペースでできること

- 商品の設置・販売・展示
 - QRコードなどからECサイトへの誘導
 - パンフレット・POP設置
 - 貴社スタッフによる接客 など
- ※その他、詳細はご相談ください

▼イベント展示・販売イメージ



実施料金 お問合せください

<料金に含まれるもの>

● POPUPイベント協賛<展示・販売用スペース 1コマ>

※1社あたりの棚スペースは（A：W600×D600またはB：W890×D300を想定。商品サイズと設置物により当社で陳列致します） ※什器の持ち込み、店頭立ち合い不要 ※陳列場所の指定不可、陳列装飾なども一任いただきます
※期間：3/11(月)-17(日)の7日間

● シティリビングWeb掲載

※商品画像・説明・企業名掲載（予定）

● 2月23日号または3月8日号シティリビング東京

1/4ページ広告スペース（ペイドパブリシティ）500,000円相当

※冷蔵・冷凍商品の販売は不可

※使用できる什器や会場イメージなどはP.15参照

※イベント展示の際に備品や装飾など必要な雑費が別途発生する場合があります

※イベントスペースのみの活用（広告スペースなし）をご希望の場合は別途ご相談ください

ゲスト（有名人・識者）コラボ型ライブ配信

有楽町マルイ3階にあるスタジオ01（ゼロワン）にて、POPUPイベント期間中にゲストとコラボしてライブ配信を実施。POPUPイベントの告知もふまえて、ゲストに貴社商品を紹介してもらうことで新たなポジティブイメージを醸成します。

ゲスト案



イラストレーター 進藤やす子さん

連載、著書、個展・講演など、多方面で活躍中。シティリビングでは連載コーナーを持ち、読者に絶大な人気を誇る。Instagramのフォロワー数：1.9万人。

▼配信会場：スタジオゼロワン（3階）



実施料金 お問合せください

＜料金に含まれるもの＞

● ゲストコラボ型ライブ配信

※配信会場：有楽町マルイ3階スタジオゼロワン ※平日夜・土日で開催(30分程度・2社限定・決定優先) ※シティリビング公式Instagramのライブ配信 ※進藤やす子さんコラボの場合は、進藤やす子さん公式Instagramでの配信も可能

● POPUPイベント協賛＜展示・販売用スペース 1コマ＞

※1社あたりの棚スペースは（A：W600×D600またはB：W890×D300を想定。商品サイズと設置物により当社で陳列致します） ※什器の持ち込み、店頭立ち合い不要 ※陳列場所の指定不可、陳列装飾なども一任いただきます
※期間：3/11(月)-17(日)の7日間

● シティリビングWebに開催概要掲載

※商品画像・説明・企業名掲載（予定）

※冷蔵・冷凍商品の販売は不可

※使用できる什器や会場イメージなどはP.15・17参照

※展示・販売用スペース追加の場合、1コマにつき30,000円（税別）

※シティリビング告知特別セットプランもあり、詳細はP.20参照

※進藤やす子さん以外のゲストの場合は料金は変動します

※ライブ配信作業はシティリビングが行いますが、ゲストとのすり合わせや商品についての説明などが必要になりますので貴社スタッフも立ち合いをお願いします
※イベント展示の際に備品や装飾など必要な雑費が別途発生する場合があります

来場者向けサンプリング

3/14~17の4日間で来場者プレゼントキャンペーンとして、商品サンプリングを実施。ポップアップイベントスペースに引換券（引換券は、事前応募制で入手可能）をもって来場した方にシティリビングからの詰め合わせグッズとしてお渡しします。

▼シティリビングWeb掲載イメージ

こちらの10アイテムが入った
「プレミアム」な企画

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

4/25 (大) 1630

実施料金 お問合せ下さい

< 料金に含まれるもの >

- 来場者向けサンプリング
 - ▶ 商品サンプリング数/ MAX1,000個
 - ▶ 配布場所/ 有楽町マルイ2階 POPUP イベントスペース内
 - ▶ 配布日時/ 3/14(木)~17(日)の4日間で配布
 - ※当日の立ち合い不要（主催社スタッフが配布） ※シティリビングWeb内に応募フォーム設置 ※応募受付・抽選・当選案内は主催者側で実施 ※事前応募制での配布の他、当日来店者への配布も実施 ※指定日までに商品の納品をお願いします（詳細は追って）
- シティリビングWeb掲載
 - ※キャンペーン告知時に商品画像1点・簡易説明・企業名掲載（予定）

※冷蔵・冷凍商品の配布は不可
 ※配布物詳細について申し込み前に要確認
 ※納品日切：3/9~3/10着で有楽町マルイに直接納品（詳細は決定社に後送）

その他の当企画の特長

ポイント01

基本、POPUPイベントでの
会場立ち合い不要！



イベント展示・販売に関する接客対応は、サンケイリビング新聞社スタッフと小売ノウハウを持つマルスタッフがサポート。事前に商品特長・セールストークなどに関するミーティングを開催するので接客対応も安心。2階のPOPUPスペース全体で常時3~4名体制で接客・販売・清算対応します。※スペース買い切り、ライブ配信の際は立ち合いをお願いします

ポイント02

EPOSカード会員へのイベント案内



マルユーザーが保有する丸井グループのクレジットカード、EPOSカード。その会員向けにもPOPUPイベントの告知を実施。広くイベントの開催を周知。

ポイント03

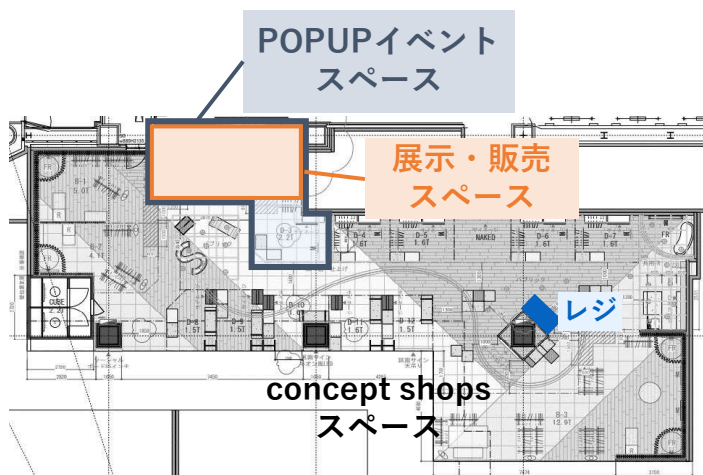
イベントスペース内デジタルサイネージ
CMや商品案内も可能

協賛社はイベントスペースに設置されているデジタルサイネージで、来店者に向けて貴社商品のCMビデオやポスターなど静止画を放映可能。

※1社につき1コンテンツ

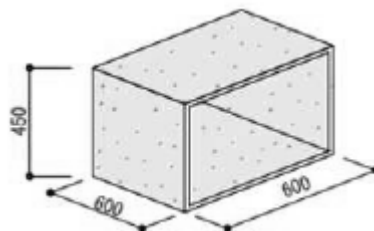
イベント協賛<展示・販売用スペース>について

イベントスペースは有楽町マルイ2階「concept shops」内の2区画分（約4.2坪）。商品展示・販売には、通路側に設置できるBOX什器と壁設置の棚板の2種類を使い陳列します。※当社に一任ください

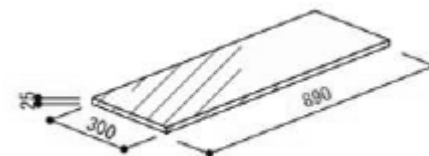


■展示・販売用スペース／1コマ分の棚種類とサイズ

A) BOX什器／W600×D600



B) 棚板／W890×D300



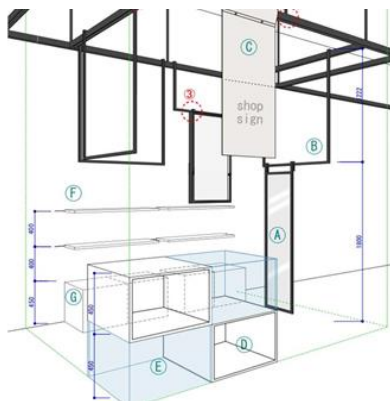
※A・Bとも使用できる数には限りがあり（A：最大4個、B：最大8個設置可能）、商品サイズや全体割り振りを考え当社で陳列致します。

ご希望の棚種類に添えませんのでご了承ください

※上記に収まらない場合はご相談ください

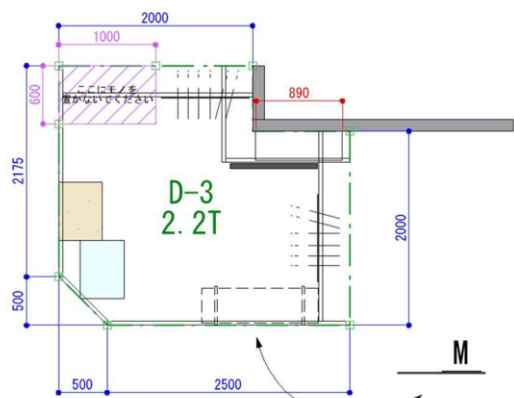
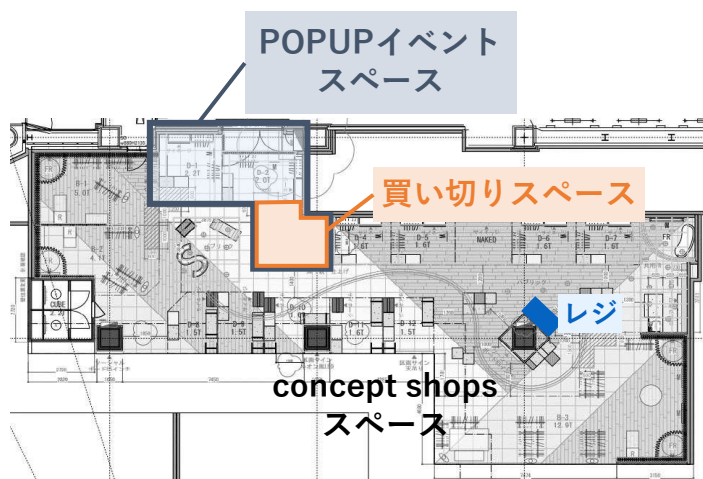
※棚の設置場所については、指定不可

▶ イベントスペース
イメージパース



イベント協賛<スペース1日買い切り>について

買い切りスペースは約2.2坪。ハンギングラックやデジタルサイネージ、BOX什器などを使用いただき、買い切りスペース内は自由にレイアウト可能。



ミラー、棚什器、ラック等
適切な組み合わせでご利用ください

■使用可能什器（無料）

1 ハンギングラック

W900 (3本)
天吊りパイプに引っ掛けられたラック
詳細をかけるだけでなく、ミラーを引っ掛けたり
演出など独自の工夫で様々な用途に使用できます。

2. 棚板

W890 × D300 (4枚)
陳列・演出用に4枚を基本装備。
※D-3区画のみ2枚、別途棚什器をご用意いたします。
※p.9を参照ください。

3. コンセント

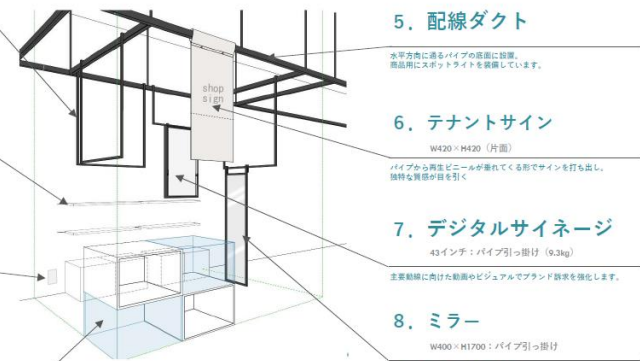
単独 (2口) 密合計: 1500w以下
タブレットなどで独自のシステムでご案内したり、
演出動画を手元で流したり、
照壁などを使った空間演出も可能です。

4. BOX什器

W430 × D450 × H450 (木目 4個)
W600 × D450 × H450 (木目 2個)
W600 × D450 × H450 (アクリル 2個)

平倉として商品陳列する他、
観に見せる事で高さのある什器として利用するなど
レイアウトに合わせ組み替え可能。
適切な什器には商品の背景を演出することなど幅広い用途で使用できます。

- ※上記の他、イーゼル、シングルラック、棚など、ご希望の展示・販売内容によって追加什器を利用の場合は別途追加料金が発生する場合あり
- ※什器の持ち込みも可能ですがサイズ等事前にご相談ください
- ※設営は当日開店前9:00~、撤去は閉店後20:00以降



- 5. 配線ダクト
全平方数に通るパイプの区画に設置。
演出時にスポットライトを照射しています。
- 6. テナントサイン
W420 × H420 (片面)
パイプから露出したケーブルが垂れてくる形でサインを打ち出し、
独特な視覚効果を引き出す。
- 7. デジタルサイネージ
43インチ: パイプ引っ掛け (9.9kg)
主要動線に向けた動画のビジュアルでブランド訴求を強化します。
- 8. ミラー
W400 × H1700: パイプ引っ掛け
ハンギングラックと組み合わせて使用。
可変性の高いミラーの計画が可能です。

イベント協賛<ライブ配信>について

配信会場は収録スタジオとしての機材もそろっている有楽町マルイ3階のスタジオゼロワン。



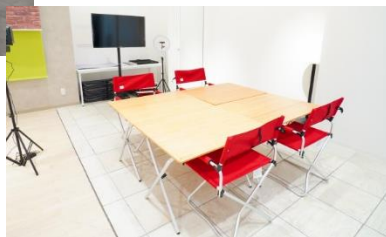
▲撮影スペース



◀スタジオ外観



▲背景紙も6柄用意あり



▲撮影スペースとは別にテーブル・イスの設置もあり

■使用可能備品

○撮影用機材

- ・三脚 ・リングライト (VLR-M288XP)
 - ・LEDライト (VLP-9000XD) ※2台中1台使用不可
 - ・43型モニター (KJ-43X8000H) ・スマホホルダー
 - ・物撮り用BOX (50cm×50cm×50cm)
- (背景紙：白木目・大理石・コンクリートの3柄を各2種類、合計6柄)

○その他備品

- ・Wi-Fi (有線接続不可) ・折りたたみテーブル10台 (72cm×90cm)
- ・FDチェアワイド 12脚 ・メイクチェア 2脚
- ・ハイテーブル 1台 (60cm×60cm×105cm)
- ・ハンガーラック 5台 (W105cm×2、W135cm×3)

※上記の他、必要な備品は持ち込みをお願いします

■その他

- ・トイレは同フロア内にあり
- ・室内・建物内すべて電子タバコを含め禁煙です。建物内に喫煙所はありません
- ・当スペースは防犯を目的として防犯カメラを設置していますので、予めご了承ください

その他注意事項

[申し込みについて]

協賛社様間の競合排除は行いません。

[イベント準備について]

- ・ 展示・販売用またはサンプリング用商品は、3/9着でマルイ有楽町まで納品。また在庫で残った商品は指定場所まで返送します。※配送費は貴社負担 ※納品先詳細は後送
- ・ イベントの設営・撤収は基本主催者が行いますが、什器などお持ち込みいただく場合、立ち合いをお願いする場合があります。

[「睡眠対策商品カオスマップ」について]

商品成分や機能性など事実に基づき当社編集部が第三者の視点で分類し、制作します。事実と反する内容については修正しますが、その他のご要望は受けかねますのでご了承ください。

[販売について]

- ・ 来店者の精算方法は現金、クレジットカード（一部商品券）、一部タッチ決済（VISA、アメックス、Appleペイ）
- ・ クレジットカード手数料・エポスカード優待割引はマルイが負担
- ・ 売上金・点数はイベント会期終了後に一括報告（日ごとの報告はできません）
- ・ 全イベントスペース合計の売上金額の把握しかできないため、商品ごとの納品数から残部数を引いて、売上金額を企業様にお戻しします。手数料なく商品販売価格100%お戻ししますが、残部数による確認となるため誤差が出る可能性がございます。
- ・ 売上金は3月末締め、4月末にサンケイリビング新聞社から各企業様へ入金

[イベントでの商品展示・販売について]

お受けできない商品

- ・ その場での加工、調理、生もの、要冷蔵、冷凍保管が必要なもの
- ・ ゴミが散乱するようなもの
- ・ 匂いが強く出るもの
- ・ マットレスなどサイズが大きいもの ※詳細はお問い合わせを

その他注意事項

- ・ 事前に商品について理解した上でイベント会期中の接客・レジはマルイスタッフが行いますが、積極的なセールストークなどは行いません
- ・ 商品とあわせてパンフレットやPOPは設置可能ですが、大音量ができるようなサイネージは設置できません

[サンプリング配布について]

お申込み前に、配布物を事前に確認させていただきます。

お受けできない商品

- ・ その場での加工、調理、生もの、要冷蔵、冷凍保管が必要なもの
- ・ ゴミが散乱するようなもの
- ・ 匂いが強く出るもの
- ・ サイズが大きい、重量が重すぎるもの

※詳細はお問い合わせを

メディア概要

Cityliving

主要都市圏のオフィスにお届けするフリーペーパーであるシティリビングは、働く女性の心と心をつなぐ共感型メディアとして発行。情報発信はもちろん、読者調査や座談会等を通し、働く女性のニーズを常に把握しているので、高い集客力が強みです。

東京版 媒体概要

- ・発行部数 13万部
- ・体裁 タブロイド判
オールカラー
- ・発行日 金曜日付
木配布



Cityliving web

都市圏のオフィスにお届けするフリーペーパー・シティリビングの公式サイト「シティリビングWeb」は、働く女性のための情報サイト。美容や健康、恋愛、ライフスタイルなど、身近で役立つ情報をお届けしています。ユーザーと一体感のあるコンテンツで、行動のきっかけと共感を提供します。

- ・月間PV 300万
- ・月間UU 120万
- ・会員数 56万人
- ・メルマガ 16万通



スケジュール

「睡眠対策商品カオスマップ」
エントリー申込

1月19日(金) 締切

その他協賛メニュー申込

(一次申込) 1月22日(月) 締切

イベント協賛に関わるスケジュール

- 展示・販売 [商品名/商品特長/画像] 提出
 - スペース買い切り [実施内容] 提出
 - 商品サンプリング [商品名/商品特長/画像] 提出
-
- 展示・販売 [納品数/使用備品 等] 確定
 - スペース買い切り [レイアウト/使用備品・設備等 詳細] 確定
 - ライブ配信 [ゲスト/配信内容詳細] 確定
-
- 商品、備品等イベントに必要な資材の納品

1月22日(月) 締切

2月2日(金)

3月9日(土)着

紙面掲載 工程スケジュール (想定)

2/23号

編集記事 (イベント告知・カオスマップ) ・ 広告枠

素材入れ・撮影・取材 1月22日(月) まで

初校ご提出 1月30日(火)

校了 2月8日(木)

■3/8号/広告枠

素材入れ・撮影・取材 1月31日(水) まで

初校ご提出 2月13日(火)

校了 2月22日(木)

CITYLIVING

睡眠に関するアンケート

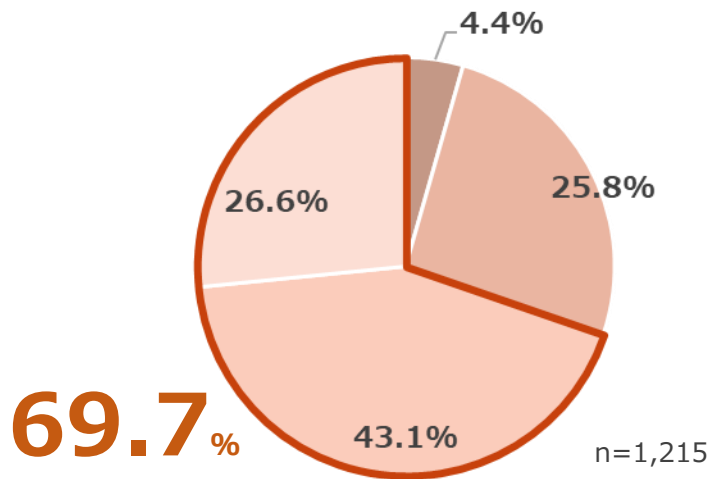
- 実施時期：2023年09月09日～18日
- 調査方法：シティリビングWeb会員向け
 - 有効回答数：1,215件



7割近くが自身の「睡眠の質」に不満を持ち それを改善したいと感じているのは全体の98%に

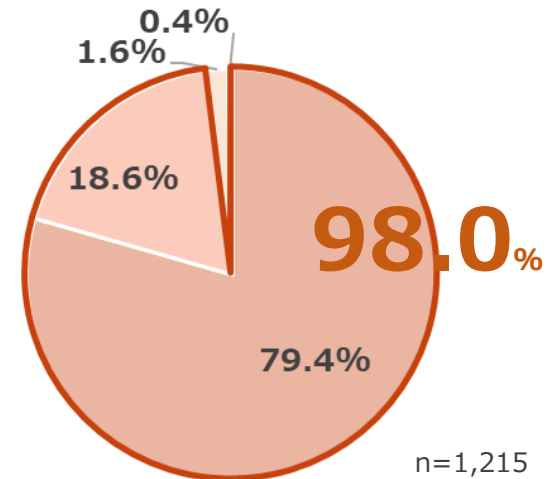
現在の自身の“睡眠の質”への満足度をきいたところ、7割近くが「やや不満である」「非常に不満である」と回答。「今後、“睡眠の質”をよくしたいか」という質問には、98%が「良くしたい」と回答し、現在の“睡眠の質”にある程度満足している人でも、より良くしたいと考えていることがわかった。

Q. ご自身の“睡眠の質”について、
どう感じていますか？



- 十分満足している
- まあ満足している
- やや不満である
- 非常に不満である

Q. 今後、“睡眠の質”をよくしたいと思いますか。

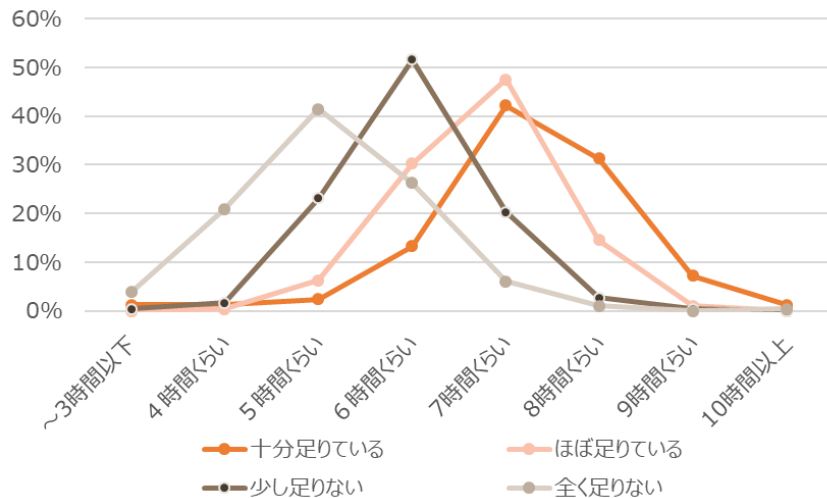


- 良くしたいと思う
- やや良くしたいと思う
- あまり思わない
- まったく思わない

睡眠時間が7時間を超えると満足度も高まる傾向に

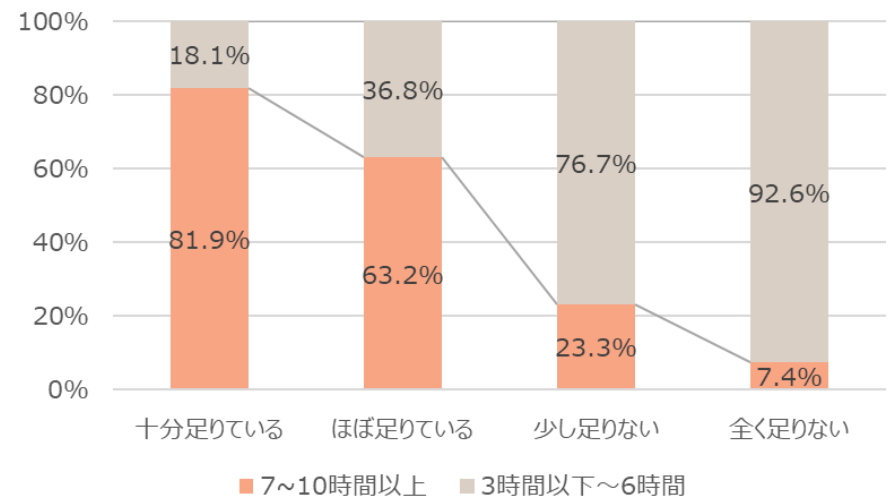
睡眠時間への満足度について「十分足りている」と回答した人の8割、「ほぼ足りている」と回答した人の6割が7時間以上の睡眠をとっている。逆に「少し足りない」「全く足りない」と回答した人は、睡眠時間が6時間以下の場合が75%を超えていて、満足度の分岐点は7時間という結果がわかる。

普段の睡眠時間×睡眠時間への満足度



n=1,215

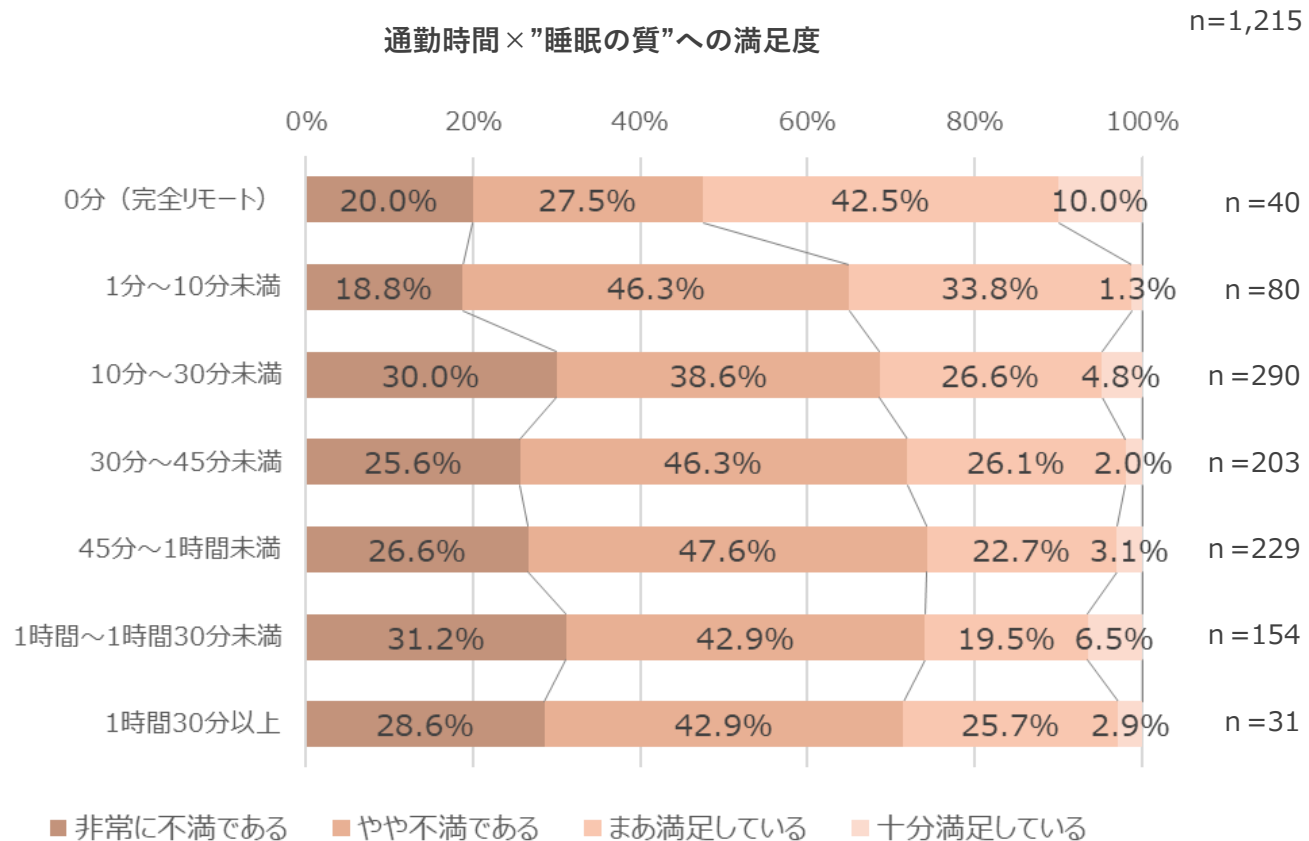
普段の睡眠時間を7時間以上と7時間未満で分けた場合の睡眠時間満足度との関連性



n=1,215

通勤時間が長いほど睡眠の質の満足度は減少 通勤が30分を超えると7割以上の人不満を感じている結果に

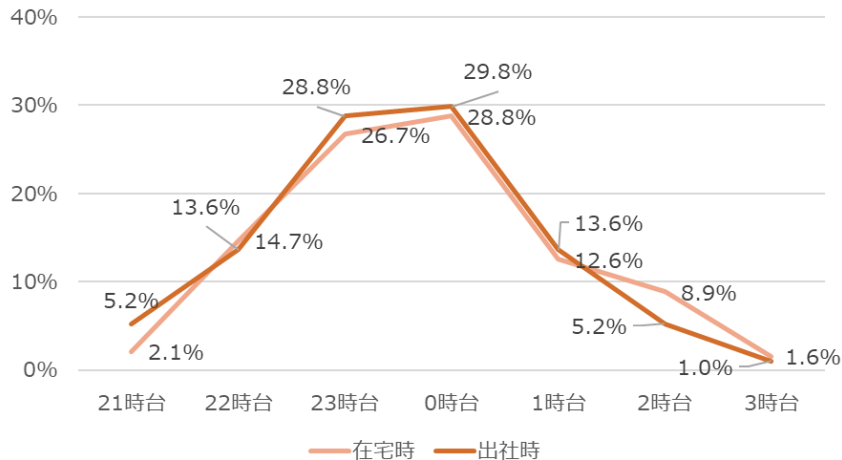
通勤時間が睡眠へ与える影響についても調査。完全リモートの場合は5割以上が睡眠の質に満足しており、職場までの通勤時間が長くなるほど睡眠の質への満足度は減少する結果に。特に、通勤時間が30分を超えると7割以上が不満を感じていることがわかった。



在宅時と出社時では起床時間に1時間差が出る

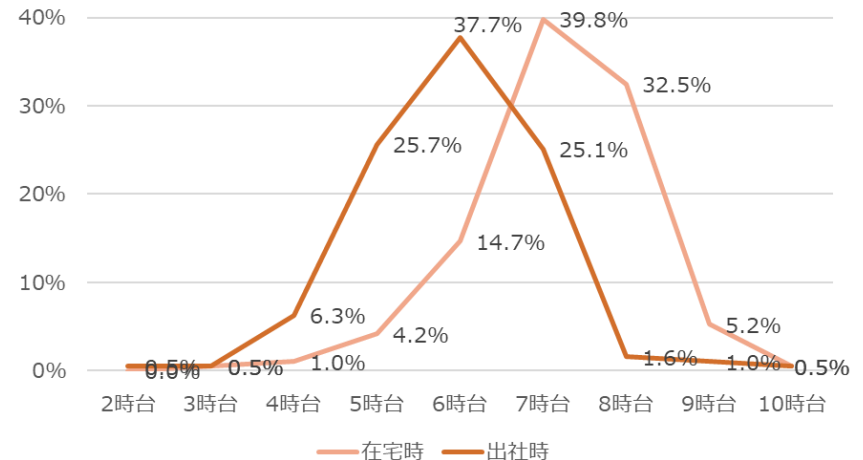
テレワークをしている人に対して、在宅時と出社時の起床時間・就寝時間についてきいたところ、就寝時間についてはさほど違いがでなかった。しかし、起床時間については出社時のほうが1時間程度早く起きており、起床時間が変わることによって睡眠時間に差が出ることがわかった。

在宅時または出社時の就寝時間の違い



n=191

在宅時または出社時の起床時間の違い

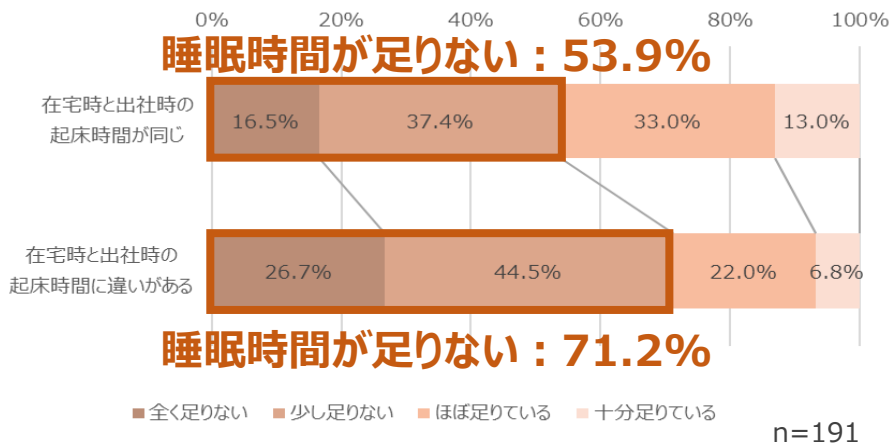


n=191

出社時にのみ早起きする人は、 睡眠時間と睡眠の質への満足度が下がる傾向に

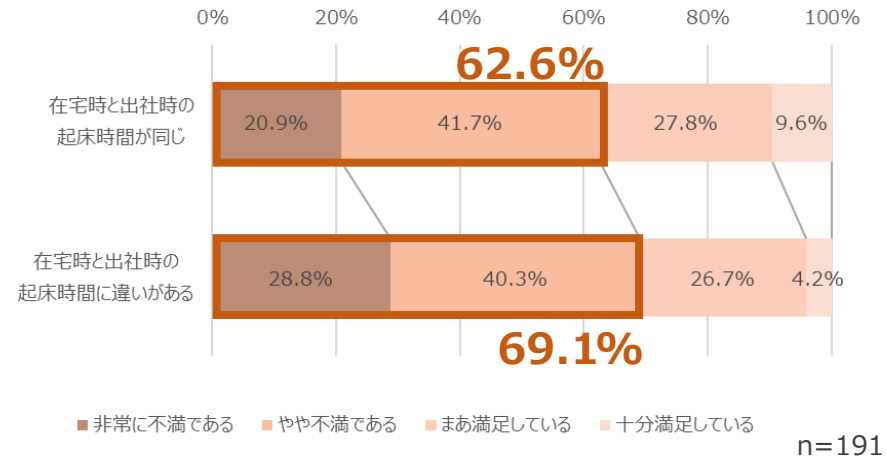
さらに、テレワークをしている人の中で在宅時と出社時の起床時間に違いがある（＝出社時に早起きしている）人は、起床時間が同じ人に比べて睡眠時間が足りないと感じている人が多く、17.3ptも差があった。また、睡眠時間の質への満足度にも6.5ptの差が出る結果となった。

在宅と出社時の起床時間の違いの有無
×
”睡眠時間”への満足度



17.3pt差

在宅と出社時の起床時間の違いの有無
×
”睡眠の質”への満足度



6.5pt差

快眠のための商品・サービスの利用意向は高い

“睡眠の質”に「やや不満/非常に不満」を回答した人たちに対して、快眠のために行っていること、試してみたいモノ・コトをそれぞれきいたところ、快適な枕/マットレス・布団など寝具関連、乳酸菌飲料、サプリメント、ハーブティーなど快眠効果のある食品・飲料の摂取、入浴剤や香りなどリラククス効果商品、そして睡眠管理アプリなど、現在は使っていないが快眠につながる商品やサービスを試したい意向が高いことがわかった。

快眠のために（スムーズに入眠するため）に行っていること

順位	カテゴリー名	%
1	照明を落とす	43.4%
2	夕食は寝る前の2時間前までに済ませる	31.2%
3	寝る前のカフェイン・アルコール・喫煙を控える	26.4%
4	入浴は湯船につかる	25.4%
5	朝日を浴びるようにしている	25.0%
6	寝る時間・起きる時間が規則的	23.3%
7	軽い運動やストレッチをする	22.5%
8	規則正しい食生活（3食なるべく同じ時間帯に食べる）	22.4%
9	快適な枕を使用	12.7%
10	快適なパジャマを使用	11.8%
11	快適な寝具（マットレスや布団、シーツ）を使用	11.7%
12	乳酸菌飲料を飲む	11.3%
13	寝る前にスマホやパソコンを見ない	11.1%
14	リラックスできる入浴剤を使う	11.1%
15	寝る前にお水や白湯、ホットミルクを飲む	10.8%
16	リラックスする音楽や動画を視聴	10.7%
17	サプリメント（ドリンク含む）などの補助食品・機能食品を摂る	10.2%
18	気持ちが落ち着く香りのもので利用する	9.2%
19	歯ぎしり防止のグッズを使用	6.0%
20	睡眠管理アプリを利用	4.7%
21	アイマスクを使用	4.6%
22	ハーブティーを飲む	4.4%

“睡眠の質”をよくするために、試してみたいモノ・コト

順位	カテゴリー名	%
1	快適な枕	49.5%
2	快適な寝具（マットレスや布団、シーツなど）	49.3%
3	快適なパジャマ	31.0%
4	気持ちが落ち着きそうな香りのものを試す	30.1%
5	食生活の改善	29.7%
6	乳酸菌飲料	24.1%
7	サプリメント（ドリンク含む）などの補助食品・機能食品	21.3%
8	気持ちが落ち着きそうな入浴剤やバスグッズ	19.8%
9	睡眠管理アプリ	17.5%
10	ハーブティー	16.7%
11	市販の睡眠導入剤・漢方薬	9.4%
12	アイマスク	9.0%
13	医師に処方された睡眠導入剤・漢方薬	7.8%
14	歯ぎしり防止のグッズ	6.6%
15	いびき防止のグッズ	5.6%
16	その他	2.1%

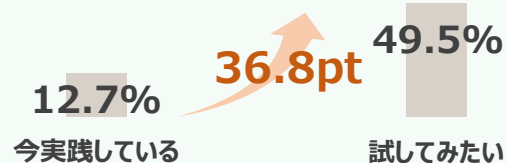
n=1,215

各項目ごとの比較差は次ページ▶

快眠のための具体的な商品・サービスの利用意向がある

前述の“現在は使っていないが快眠につながる商品やサービスを試したい意向が高い”項目を抽出して、比較数値化。特に、「快適な枕」「快適な寝具」が30pt以上差があり突出して高かった。その他にも「リラックスする香りのもの」20.9pt、「快適なパジャマ」19.2pt、「乳酸菌飲料」12.8pt、「サプリメント（ドリンク含む）」11.1pt、「睡眠管理アプリ」12.8ptなど今話題の快眠商品・サービスへの利用意向が高かった。

● 快適な枕



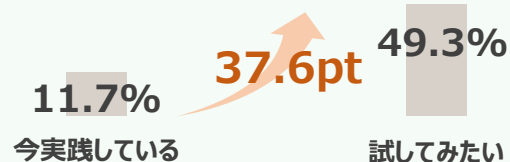
● 乳酸菌飲料



● リラックスする香りのもの



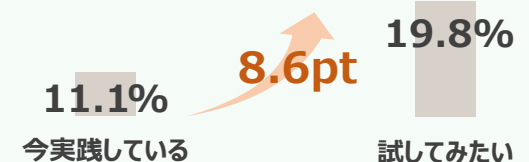
● 快適な寝具（マットレスや布団、シーツ）



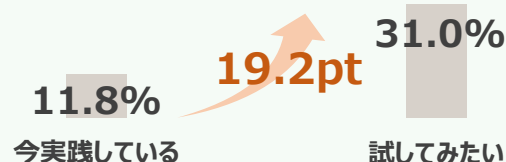
● サプリメント（ドリンク含む）



● リラックスできる入浴剤



● 快適なパジャマ



● ハーブティー



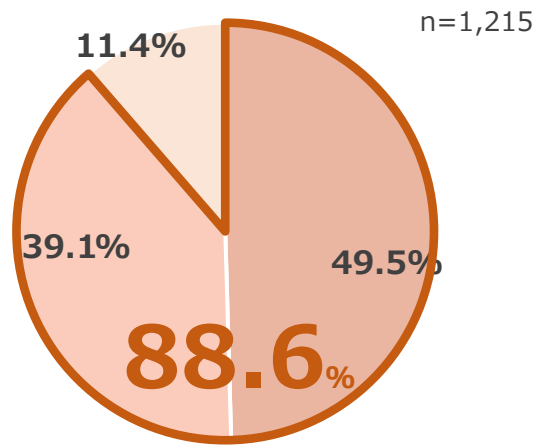
● 睡眠管理アプリ



睡眠の質が良くなる商品・サービスへの参加意向は88%！ パートナーへの推奨意向も約8割

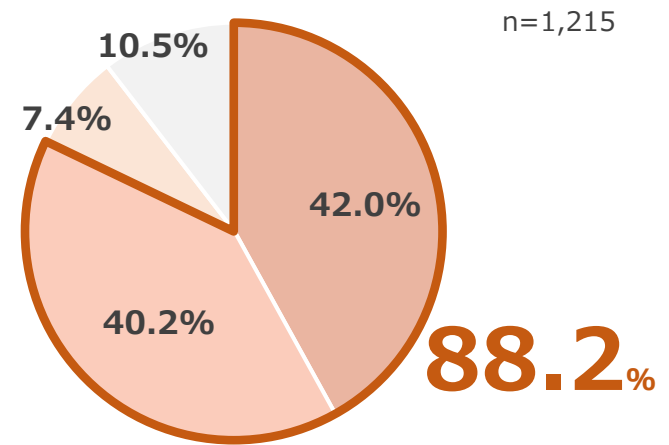
“睡眠の質”が良くなる商品・サービスの体験に対する自身の参加意欲は、「ぜひ参加したい」が約5割、「どちらかといえば参加したい」も含めると88%以上と、商品・サービスに対する興味関心・試したいという意欲が高いことがわかる。さらに配偶者・パートナーへも8割以上が「勧めたい」という結果に。

“睡眠の質”がよくなる商品やサービスを体験する機会があったら、参加したいですか？



- ぜひ参加したい
- どちらかといえば参加したい
- 参加したいと思わない

配偶者・パートナーに“睡眠の質”がよくなる商品・サービスを体験する機会があったら、お勧めしたいですか？



- ぜひ勧めたい
- どちらかといえば勧めたい
- 勧めたいと思わない
- わからない

快眠のために知りたいこととしては、「質の良い睡眠をとる方法」「快眠商品・ツール」「枕・寝具の選び方」などが中心に

「睡眠の悩み、快眠のために知りたいこと」をFAできいたところ、主に下記3つのインサイトに分かれた。その他では無呼吸症候群・いびき・歯ぎしりなどの悩みや、子どもの睡眠についてなどがあがっていた。

質の良い睡眠と朝の目覚めのクオリティに重点を置いている

- 夜中に必ず目が覚めてしまうことが1番の悩み。6～7時間寝続けたい。(27歳)
- 良い睡眠をとるために、年齢別にオススメの方法を知りたいです！(33歳)
- 睡眠時間が短くてもどうすれば質のいい睡眠が取れるのか知りたい。(34歳)
- 極度の低血圧であっても、起きた時に、元気にすっきり起きられる方法があれば知りたい(36歳)
- 深い眠りにつくための方法。すっきり起きる方法。(37歳)
- 寝付きが良くなる方法が知りたい。(39歳)
- 朝すっきり目覚めるためにはどういった生活をしていけばいいかが気になります。(41歳)

睡眠の質を改善する具体的な方法や商品・ツールを求めている

- おすすめの食べ物や飲み物、快眠グッズ(27歳)
- 睡眠の質を改善させる乳酸飲料がとても気に入っています。効果があるのかとても興味があります。(32歳)
- リラックスできる空間や香り(34歳)
- 自分の睡眠の質は体感でしかわからないため、具体的なデータをとるためのグッズがあれば知りたい。(37歳)
- サプリメントや乳酸菌飲料で本当に睡眠の質が良くなるのか聞いてみたいです。(38歳)
- 漢方薬やハーブティー、サプリメントなど気軽に取り入れられて続けることができるものを知りたい。(41歳)

個々のニーズに適した枕・寝具を探している

- ストレートネック向けの肩甲骨から乗せられるおすすめ枕を知りたい。(27歳)
- シルクの枕カバーが気に入っているが、本当に良いのでしょうか？(32歳)
- オーダーの枕があると聞きましたが、いくらぐらいしてほんとに具合いいものかどうか知りたい。(36歳)
- 自分に合う寝具(37歳)
- 自分に最も適した枕を知りたいです(38歳)
- 寝具はどれくらい、睡眠の質に影響を与えるか(38歳)
- 自分に合う枕やマットレスがわからない。体が痛い(39歳)
- 自分に合う枕の高さを知りたい(43歳)

その他

- 無呼吸症候群について学びたい(25歳)
- 夢を見ずに眠る方法が知りたいです(27歳)
- 睡眠時間の確保が課題なので、寝る時間を作るコツを知りたい(31歳)
- 歯ぎしりをせずに眠る方法を知りたい(34歳)
- 寝る前にスマホを触ってしまうのをやめたいので効果的にやめる方法(29歳)
- いびきの改善方法(36歳)
- 自分に合った睡眠時間はどのくらいなのか知りたい(40歳)
- 寝落ちしなくなる方法を知りたいです(41歳)
- 小学校中・高学年の子供がなかなか寝ない時、どう言った対策が講じられるか？(38歳)