


Cityliving × woman's

A photograph of six women of various ethnicities and hair colors, all dressed in white clothing. They are standing in a row against a plain white background. From left to right: a woman with short dark hair, a woman with shoulder-length brown hair, a woman with long dark hair, a woman with short dark hair, a woman with long dark hair, and a woman with short dark hair. They are all smiling or looking towards the camera with pleasant expressions.

「企業」から「女性」へ、オンラインプレゼン。
ヘルスリテラシーの高い女性たちが、貴社の商品プレゼンに耳を傾けます。

シティリビングは、性差を考慮した女性ヘルスケア製品が集まる、国内最大のBtoB展示会「ジェンダード・イノベーションEXPO」にメディアパートナーとして参画することとなりました。同イベント参画をご縁にウーマンズと一緒に一般消費者向けにコラボ企画「ワタシのカラダオンラインスクール」を期間限定で設計します。

シティリビング

シティリビング東京版は働く女性の心と心をつなぐ共感型メディアとして都内の約6,000企業に約15万部発行。情報発信はもちろん、読者調査、座談会等から働く女性が望むことを常に企画しています。

【シティリビングの特性】

- 1、働く女性の需要を把握している
- 2、高い集客力



ウーマンズ

女性ヘルスケア市場専門のシンクタンクカンパニー「ウーマンズ」は、10年以上にわたる業界動向分析・生活者分析を強みに「コンサルティング事業」「ビジネスメディア運営」「イベント企画」を行っています。企業と生活者をつなぐ企画力を強みに、多くの企業様のマーケティング支援を行っています。



woman's

働く女性の気持ちがわかるシティリビングと、

女性ヘルスケア市場に特化した企画開発に強いウーマンズがコラボレーションし協賛社様の課題に答える「ワタシのカラダオンラインスクール」を設計しました

消費者の課題・悩み

- 女性特有のカラダの悩み、不調に“そもそも気づいていない”“日々のこと”と我慢してしまう
- 他人と話しにくい話題であり改善できる商品やサービスの情報を耳にすることが少ない
- 病院や専門家に相談するほどのことでもないという認識から自ら積極的に情報をとりにいかない
- 話題は増えているが「自分向けの」サービスや商品であることの理解がされていない
- EC等が多く購入ルートや発売元がなんとなく怖い

企業の課題・悩み

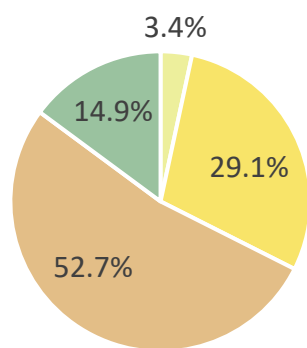
- 良い商品であるにもかかわらず薬機法などの観点から商品訴求・理解が十分にされない課題
- 店頭でもデリケート商品などは目立たせにくい
- 販売チャネルのPRが難しい
- 消費者との接点がもちにくい

ウーマンズとシティリビングがオンラインプレゼンという読者（＝消費者）と企業を
結ぶ“場”をつくり、
それぞれの課題・悩みを解決するお手伝いをします

オンラインプレゼンの事例

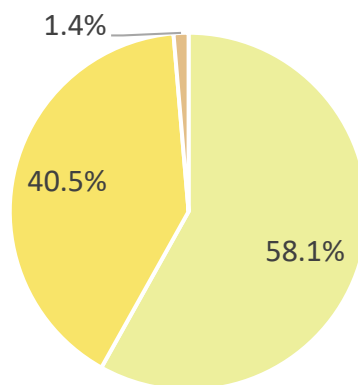
事例 A社	
テーマ	フェムケアアイテムプレゼン～食品編～
内容	プレゼン構成 ・こんなカラダの不調ありませんか？（商品が生まれた背景、開発の思い） ・商品特徴、摂取の仕方などの説明 ・質疑応答（zoomチャット上）
視聴者募集について	サンケイリビング新聞社が保有する読者組織会員、メール会員を中心に、視聴会参加者を募集。応募者の中から入力不備等を除き、歩留まり考慮し327人に当選通知。参加者はプレゼン視聴後、事後アンケートに回答。
プレゼン開催日時	2022年12月
視聴後アンケート回答数	148サンプル

視聴者年代

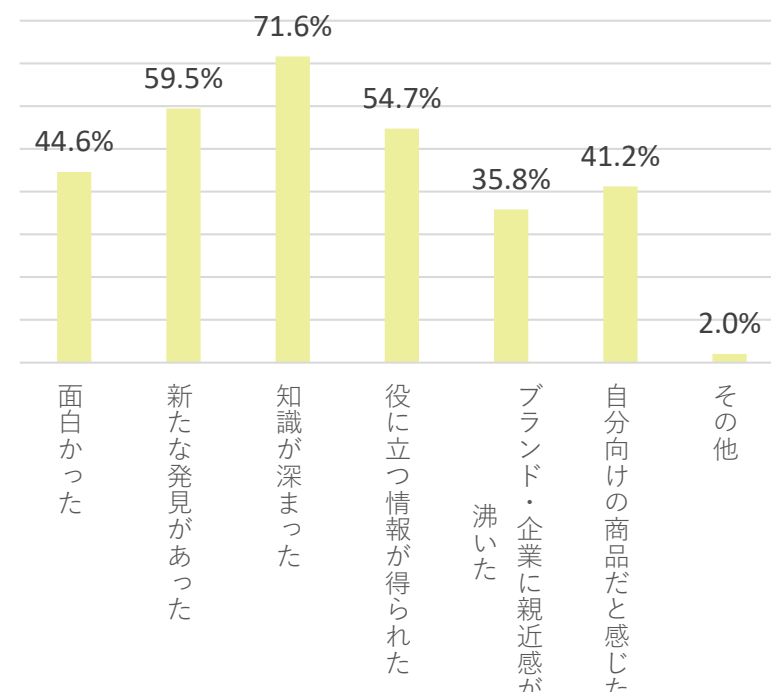


■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代

視聴後に商品を試したい…98.6%



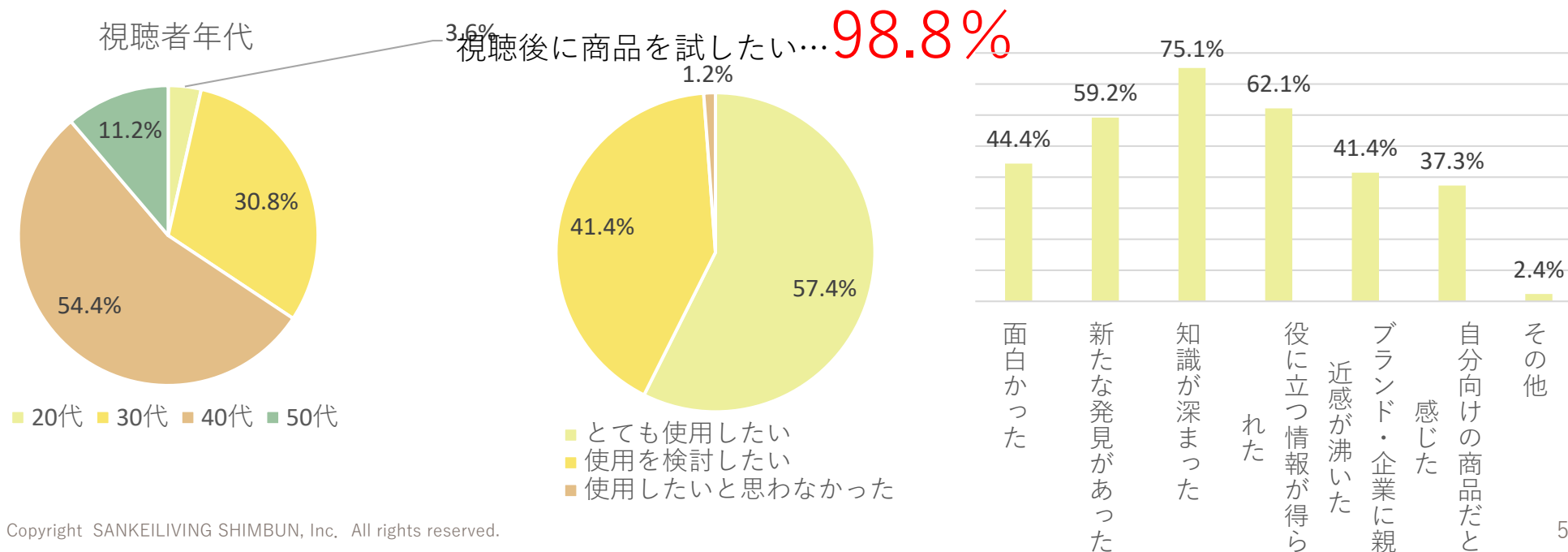
■ とても取り入れたい
 ■ 取り入れることを検討したい
 ■ 取り入れたいと思わなかった



オンラインプレゼンの事例

事例 B社

テーマ	フェムケアアイテムプレゼン～温活編～
内容	プレゼン構成 ・商品が生まれた背景、開発の思い ・商品特徴、使い方説明 ・質疑応答（zoomチャット上）
視聴者募集について	サンケイリビング新聞社が保有する読者組織会員、メール会員を中心に、視聴会参加者を募集。応募者の中から前回視聴者や入力不備を除き、301人に当選通知参加者はプレゼン視聴後、事後アンケートに回答。
プレゼン開催日時	2022年12月
視聴後アンケート回答数	169サンプル



全く知らなかった商品でしたが、紹介者のプレゼンを聞いて、おすすめ度が半端ないと感じ、効果が期待できそうなので自分向けのものだと思いました。（34歳）

とても分かりやすかったです！フェムケアとは？と参加してみましたがとても勉強になりました。今後、イライラや動悸に関することも聞いてみたいです。（41歳）

短い時間ながら、知りたい情報がギュギュッと詰まったプレゼンでした。音質も聞き取りやすく、終始ストレスなく視聴できました。チャットで質問もしやすいし、今回のような30分程度のプレゼンは今後も視聴したいです。（37歳）

今回紹介された商品に興味があったので、プレゼンを視聴して買ってみたいと思いました。（26歳）

進行がスムーズで分かりやすかったです、フェムケア商品は全く詳しくないので、他のフェムケア商品のプレゼンも聞いてみたいです。（34歳）

知らない商品で、たぶん商品を見ただけだと使用方法や効果がイメージつかないただただろうから、プレゼンを聞くことができてよかった。（36歳）

フェムケアの存在を今年知りまして様々なイベントが催されていたのに時期が過ぎて参加できずにいました。フェムケアの商品にどんなものがあるか知識が無かったので、よもぎ温座パットも確かにフェムケア商品だわと知ることが出来ました。フェムケア商品と言われて、気づく商品が他にもいろいろありそうですね。このようなセミナーがあれば是非参加したいです。（52歳）

デリケートゾーンに使用する商品はとても抵抗がありましたが、今回のプレゼンを拝見して全然怖くないのだと理解できました。ありがとうございます。デリケートゾーン専用洗剤やサプリなどもぜひ見たいと思いました。（40歳）

プレゼンとても楽しく拝聴しました。フェムケア商品というものをあまり知らなかったもので、これからもっと知っていきたいと思います。フェムケアという言葉も初めてで調べてみました。また次回の開催を楽しみにしています。（33歳）

信頼できる媒体からの情報はうれしい。ネットでは、信頼できないから。（33歳）

親しみやすく聞きやすいプレゼンテーションでした。これからドラッグストアに行くのでさがしてみます。（33歳）

項目	内容
タイトル 実施内容（仮） ※ご要望に応じて 構成をご提案いたします	ワタシのカラダオンラインスクール ※アプリ等のサービスでも可能 第1部：ウーマンズ×シティリビング（10分程度） 協賛社様のテーマにもとづくシティリビング読者調査結果と市場を理解している ウーマンズ様とのトークセッション 第2部：協賛社様からのPRタイム（20分程度） 各商品担当者様から商品の開発背景、こんな人に使ってほしい！などのプレゼン クロージング：質疑応答（10分程度） 視聴者からの質問に回答 参加者はプレゼン視聴後、事後アンケートに回答（結果は協賛社様にフィードバック）。
開催日程	1日1社限定 平日の夜 19:00～19:45 ※協賛社様のご希望日程を伺い決定
定員	200名前後
参加費	視聴無料 ※視聴後アンケート回答者の中から抽選でAmazonギフト券をプレゼント（回答促進）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ZOOMウェビナーを利用します（撮影会場は用意しません。協賛社様もお好きな場所から参加しプレゼンしていただきます） ・シティリビング編集部が司会進行を行います ・参加者からの質問はZOOMのチャット機能で受け付け、後半10分程度を質問回答時間とします ・参加者によるプレゼン内容の録音録画、SNS投稿は不可とします（薬機法の懸念から）

項目	内容
①お申込み	申込締切：オンラインプレゼン実施希望日の約1.5か月前
②視聴者募集告知	<p>オンラインプレゼン実施日の約3週間前</p> <p>シティリビングメール配信 & シティリビングWeb掲載 募集告知は、「ワタシのカラダオンラインスクール～〇〇編～」として展開 〇〇は「デリケートゾーン」や「温活」などを想定。 テーマに関心がある人を集めるために、具体的な商品名・企業名は伏せた状態で告知。</p>
③視聴者選定	<p>実施日の約1週間前 抽選作業および当選連絡</p>
④オンラインプレゼン開催	200名前後の視聴を想定
⑤視聴後アンケート	<p>実施後10日程度で アンケート結果は報告書を作成し協賛社様にフィードバック</p>
⑥シティリビングWeb掲載	<p>【オプション】 プレゼン商品の概要と視聴後アンケート結果（感想）をシティリビングWebに掲載</p>

項目	内容	実施料金（税別）
オンラインプレゼン協賛	<ul style="list-style-type: none">・シティリビングにて募集告知（Web中心）・シティリビングにて事務局運営（視聴者抽選作業、視聴者管理、zoom発行等一式）・開催運営（進行管理）・視聴後アンケート実施（アンケートフォーム作成、収集、集計～報告書納品）	500,000円
【オプション】 採録 シティリビングWeb	プレゼン商品の概要と視聴後アンケート結果（感想）をシティリビングWebに掲載 シティリビングWeb東京 4週間 想定PV4,000-6,000	500,000円

企画適応期間

2023年5月実施分まで