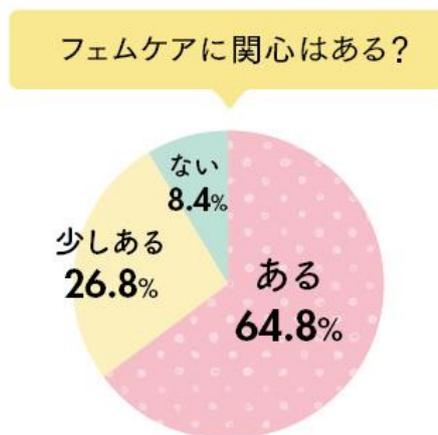


～ドラッグストアのトモズとシティリビングのコラボ企画が始動～ 女性が自分らしく過ごすために大切な 「フェミニンケア」の“自分ごと化”を後押し

株式会社サンケイリビング新聞社（代表取締役社長 細井英久、以下サンケイリビング）と株式会社トモズ（代表取締役社長 徳廣英之、以下トモズ）は、日々進化するフェミニンケア事情をアップデートし、女性にいきいきと毎日を過ごしてほしいという思いが合致。サンケイリビングが発行するオフィスワーカーの女性向けメディア「シティリビング」とコラボ企画を実施します。それぞれの店舗、メディアを通して、女性が自分の体と健康に向き合い、自分らしく過ごしていくための後押しを行います。

■「フェムケア」に興味を持つ働く女性が90%以上

シティリビングでは、感度の高い読者組織に向けた「フェムケア」に関するアンケートを実施。その結果、フェムケアに関心が「ある」「少しある」を含めると、9割以上がフェムケアに関心を寄せているという結果に。その理由には、年齢を重ねることで感じた自分の体の変化や、メディアなどで話題になっているからこそどんなものか知りたい、なかなか人と話題にすることがなく他人がどうなのか気になる、といった声が集まりました。



Q.女性の体・健康について知りたいことは（複数回答）

- 1位 デリケートゾーンケア 62.0%
- 2位 生理 56.3%
- 3位 女性ホルモン 49.3%
- 4位 ダイエット・体調管理 43.7%
- 5位 膣ケア 40.9%

Q.「フェムケア」に関心がある理由は？

- ・今までタブー視されていたけれど、メディアで取り上げられることが多くなっていて興味がある（20代）
- ・今まで誰に教わったこともなかったので（40代）
- ・月経カップなど生理の日を快適に過ごすアイテムの正しい情報を知りたい（30代）
- ・思春期から更年期の今までずっと取り組んできたテーマなので、最近フェムケア製品なども増えていてうれしい（40代）
- ・女性同士でも話題にしづらいけれどほかの人の事情も気になる（30代）
- ・ボディケアやスキンケアと同様に必要なものだと思う（20代）

■ドラッグストアのトモズとコラボ企画を実施

「フェムテック」「フェムケア」「フェミニンケア」など見聞きすることは増えていますが、シティリビングでは適切な形での情報提供および自分事化できるような情報発信がまだまだ同分野において不足していると考えています。

身近なドラッグストアでも購入できる商品を伝えていくことを初動とし、今後はメーカー様とも協力し、実際に働く女性にトライアル購入を促す店頭連動プロモーション企画も予定。

シティリビング7/22号に記事を掲載



トモズの一部店頭では、シティリビングに掲載された商品にPOP掲出

★シティリビングWebにも紙面と同内容を掲出 <http://com.living.jp/r/city/tomods2007>

“フェミニンケアをもっと身近な存在に”

■働く女性向けメディア「シティリビング」より

生理、妊娠、更年期など、あらゆるライフステージで女性是对処しなければいけないことが多いものです。それでいて、効果的な対応法をふわっとしか知らなかったり、一昔前の知識で止まっていたりして、悩みをそのままにしていることも。フェムケア・フェムテックが日々進化している今、情報を常にアップデートして、生き生きと毎日を過ごしてほしい。働く女性のオンオフに寄り添ってきたシティリビングは、フェムケアについて発信していきます。

シティリビング東京・横浜版編集長 宮澤亜美子

■ドラッグストア「トモズ」より

トモズでは、生理を含めた女性特有の悩みに対し、さまざまなケアの選択肢があることをより広くお客様に伝え、女性の活躍を応援したいとの思いから、フェミニンケアの商品を充実させていきたいと考えています。吸収型サニタリーショーツや月経カップなどは専用の棚がない店舗でも取り扱いを広げていきます。お客様の生活スタイルにあった選択肢を提供することで、女性のブルーデーの悩みの解決に加え、環境配慮、災害時の備えとしても認知が広がることを期待しています。

トモズ 営業推進部長 小室伊都子

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社サンケイリビング新聞社 メディアビジネス部
担当：田内 (taucmiho@sankeiliving.co.jp)
TEL：03-4332-7781

【トモズお問い合わせ先】

株式会社トモズ 営業推進部
担当：小室・山本
TEL：03-5844-0255 企業情報Webサイト <https://tomods.jp/>