報道関係各位

平成23年 1月13日
株式会社 クロス・マーケティング
（東証マザーズ3629）

忙しい現代女性、「睡眠時間」の活用にも注目！
約7割の女性が寝ている時間を健康・美容に活用する“寝活（ねるかつ）”に関心

－【仕事がある日の時間活用】健康美容に関する意識調査－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都中央区　代表取締役社長：五十嵐 幹）では、全国の20～50代の社会人・男女1,200人を対象に、仕事がある日はどのように時間を活用しているか、また、健康や美容に対してどのような意識を持っているのかを明らかにすることを目的とした調査を実施しました。

その結果、“朝活”や“夜活”に続いて、忙しい現代人の時間の有効活用として、寝ている時間を健康や美容に活用する“寝活”とも呼べるライフスタイルが浮かび上がってきました。　**※“寝活（ねるかつ）”は、夜寝ている時間の活用を表す造語です。**

■調査背景・目的

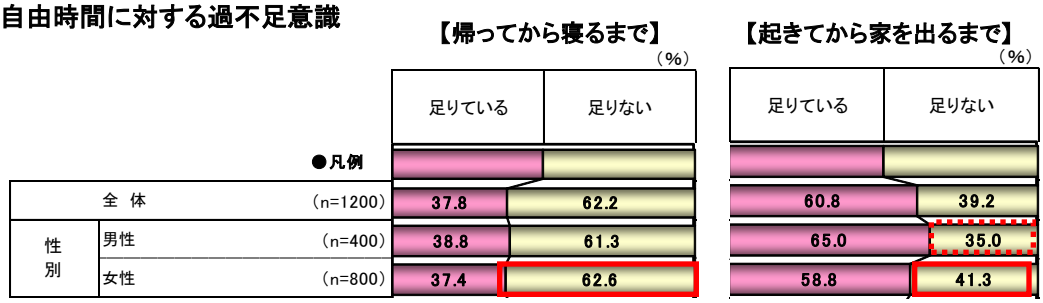
昨今、仕事やプライベートに日々忙しい社会人が、朝出社前の時間を勉強や健康づくりに活用する“朝活”や、夜退社後の時間を自分磨きなどに活用する“夜活”という、時間の活用がクローズアップされてきました。また近年、特に女性をターゲットに、時間を有効活用できる健康・美容ケアをうたった家電や飲料、化粧品なども市場に出てきています。今回は、忙しい社会人の仕事がある日の健康・美容のための時間活用の意識と、その実態を明らかにしました。

■調査結果トピックス

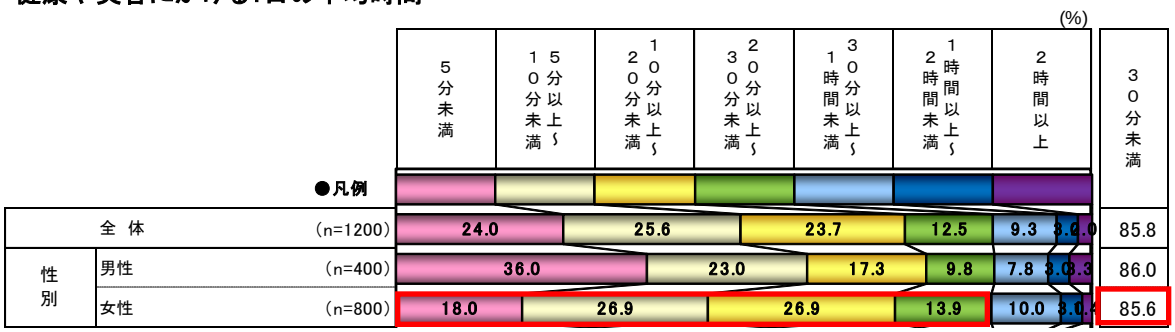
- ✓ 家に帰ってから寝るまでの時間がもっと欲しい現代女性は6割以上。
  朝の時間も、男性（35.0%）より女性（41.3%）の方が足りないと感じている。<図1>
- ✓ 女性が健康・美容にかけている時間は1日平均「30分未満」（85.6%）で、約8割が「足りない」と感じている。<図2>
- ✓ 女性の約7割が、寝ている間の時間活用＝“寝活”に意欲的。美容・健康にかけている時間が全然足りないと感じている女性においては8割にのぼる。<図3>
- ✓ 今やっている“寝活”の第1位は「髪のケア（30.4%）」、第2位は「コラーゲン、乳酸菌飲料など健康に良いものを飲む（25.3%）」、第3位は「足のむくみとりソックスを履く（18.5%）」。<図4>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒https://www.cross-m.co.jp/report/request.php

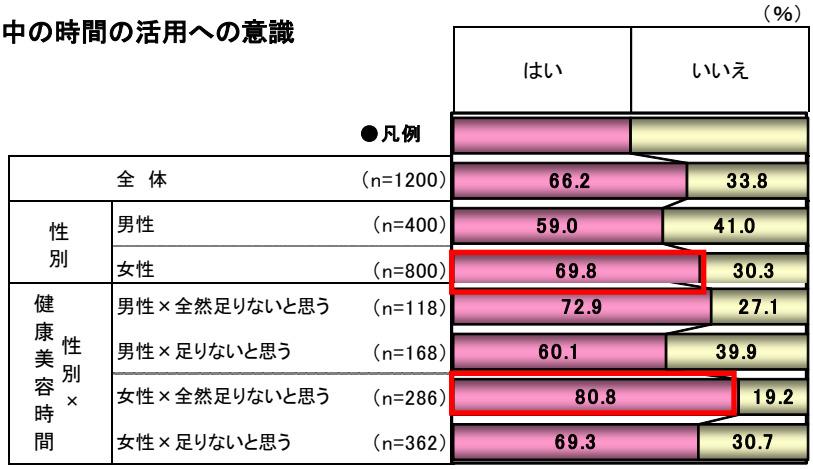
<図1>　自由時間に対する過不足意識



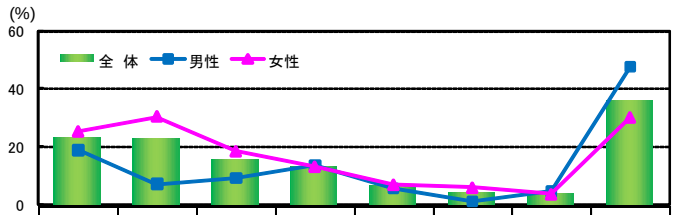
<図2>　健康や美容にかける1日の平均時間



<図3> 睡眠中の時間の活用への意識



<図4> 睡眠時間を有効活用する為、寝る前に準備していること



			就寝直前にコラーゲンや乳酸菌飲料、サプリメント等を飲んで寝る	髪のトリートメント、パックをしてから寝る	足のむくみとりソックスを履いて寝る	スチーマーや加湿器をつけて寝る	目元の健康のために蒸気型アイマスク等を着用して寝る	肌の保湿シートを貼って寝る	体型をキープする下着や衣類を着用して寝る	その他
全 体		(n=1200)	23.2	22.7	15.4	13.4	6.7	4.5	4.2	35.8
性別	男性	(n=400)	19.0	7.3	9.3	13.8	5.8	1.3	4.8	47.5
	女性	(n=800)	25.3	30.4	18.5	13.3	7.1	6.1	3.9	30.0

■調査概要

調査手法　:インターネットリサーチ(クロス・マーケティング　アンケートモニター使用)
調査対象　:20～59歳の社会人・男女
調査地域　:全国
調査期間　: 2010年12月7日(火)～2010年12月9日(木)
有効回答数 : 1,200サンプル

【会社概要】
会社名　:株式会社クロス・マーケティング　http://www.cross-m.co.jp/
所在地　:東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立　:2003年4月1日
公開市場　:東証マザーズ(証券コード:3629)
代表者　:代表取締役社長　五十嵐　幹
事業内容　:マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆
広報担当:大島(おおしま)　TEL : 03-3549-0222　FAX : 03-3549-0232
E-mail pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫
本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」