

戦略的なR & Dを目指して

～ 眠り関連市場の現状と今後の戦略 / イノベーションに何が必要か～

例) 眠りを楽しむ商品(現在)

(株)タカラ



「夢見工房」

(希望小売価格:14,800円/税別・発売日:2004年5月下旬)



ホームスターPRO

高画質を実現し、カラー原板が付属したハイエンドモデル



メタリックブラック



メタリックシルバー

(株)セガトイズ



(株)ユーメイト

睡眠に関する各種組織・団体・・・

- ・日本睡眠学会 <http://www.jssr.jp/>
- ・日本快眠改善協議会 <http://www.jobs.gr.jp/>
- ・睡眠文化研究所 <http://www.riss.org/>
- ・日本入眠研究所 <http://www.hakusekikan-mori.co.jp/index.html>
- ・快眠推進委員会 <http://www.kaimin.info/>
- ・日本ナルコプレマシー協会 <http://www.suimin.net/index.htm>

●
●
●
●

・・・etc、まだまだ沢山あります！

例) 海外の動向・・・

仏政府が「安眠推進行動計画」、勤務中の「昼寝」も検討

フランス政府は睡眠の科学的研究の促進や睡眠に関する相談窓口の開設など、総合的な「**安眠推進行動計画**」を策定した。2007年分だけで700万ユーロ(11億円強)の予算を計上する。

保健連帯省によると、フランス人の3分の1にあたる2000万人近くが睡眠に障害を抱えている。睡眠中に一時的に呼吸が止まる症状の研究や、子供や母親への睡眠講習などを通じて睡眠の質を高める。

ベルトラン保健連帯相は「睡眠の大切さを軽んじてはならない」と強調。業務効率の改善などの効果が実証されれば、勤務時間中の「仮眠」の推進も検討するという。(日経新聞07・1・31より)

例) 海外ではこんなものが...



“眠りマーケット”へのアプローチ(1)

眠り関連ものづくりコンセプト

眠り関連マーケット

快眠

快適な眠り。
さわやかな目覚め。



家庭における快眠寝具
旅の宿泊先における快眠環境

安眠

安全・安心な眠り。
安らぎの眠り。



睡眠時無呼吸症候群
レストレス・レッグ症候群

健眠

健康的な眠り。
回復する眠り。



抗疲労・メンタルケア
アンチエイジング

楽眠

眠る前のひと時を楽しむ。
目覚めのひと時を楽しむ。



映像(光)・音楽・香り
入浴・運動

創眠

能動的に眠る。
眠れる時に眠っておく。



航空機内での眠り
オンビジネスにおける昼寝

“眠りマーケット”へのアプローチ(2)

眠り関連ものづくりマトリクス

	子ども	一般健常成人	高齢者	要介護高齢者	病人
家庭					
ホテル等					
オンビジネス					
病院・施設					
航空機内					
学校					

それぞれのBOXで、新たなマーケット・ニーズは？

- 眠りに関する課題や問題点
- 眠りに求められている機能
- 眠りに関する制限事項は・・・
- 眠り商品提供の主なプラットフォームは何か
- どのようなサービスが登場してきているのか
- ・・・etc 等を、徹底的に分析しておく必要あり！

“眠りマーケット”へのアプローチ(3)

眠り関連ものづくりベクトル



おやすみ前のひととき

就寝

睡眠

起床

昼寝

『眠り関連ものづくりコンセプト』
×
『眠り関連ものづくりマトリクス』
×
『眠り関連ものづくりベクトル』



装置、機器・器具、用品・用具、
グッズ、アイテム、アイデア商品・・・etc

シフトオフタイム

シフトオンタイム

商品展開整理 ほんの一例

ホームファブリック

枕
毛布
布団
マット

ベッド
パジャマ
靴下

導眠グッズ

フェイスマスク
アイマスク
目薬
耳栓

歯ぎしりマウスガード
ゲルマニウムブレスレット
腰ケアサポーター
いびき防止グッズ

家電製品

加湿器
空気清浄機
布団乾燥機

アロマ
フロアライト

育児用品

ベビーカー
子守帯

リラックス、その他

本、CD
入浴時のリラックスグッズ
目覚まし時計・枕に振動を与える
・部屋を明るくしないと鳴り止まない

サービス

快眠コンシェルジュ、快眠システム
インターネットで制御する香りの調香器睡眠時間を記録するWEBサービス
WEBで快眠度チェック
酸素バー、酸素カプセル

“科学的根拠に基づいた”ものづくり

眠りを科学する

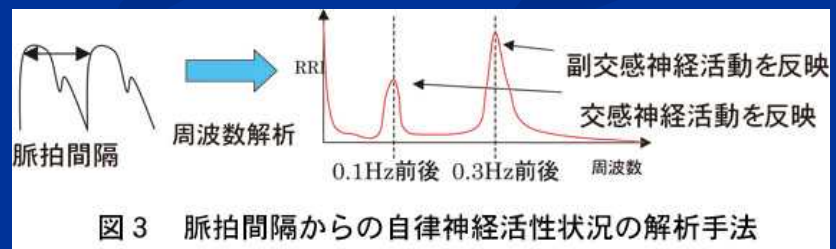
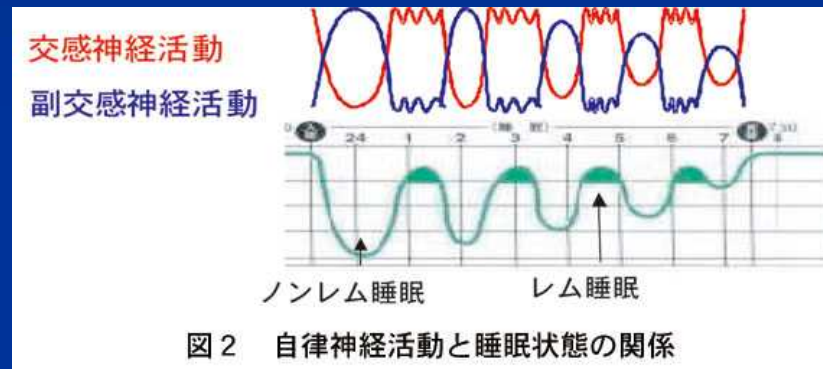
眠りを計測する

眠りを分析する

眠りを評価する

エビデンスを確立する

例)



(東芝ホームページより掲載)