

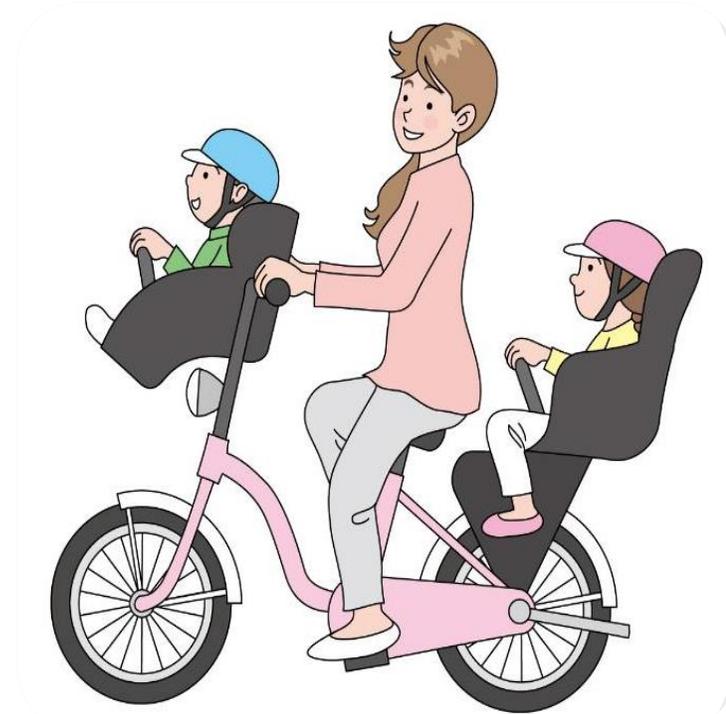
20～40代のママ・ニューファミリー層・赤ちゃんのいる暮らし に関する調査データより

今回のテーマ

※2022年1月度

子育て層のターゲット分析をして より効果的なアプローチをしませんか？

～子どもの年齢とともにママの課題は大きく変わる～



住宅・家電・自動車・金融保険・日用品・食品・飲料・スキンケアなどに関する担当者さま必見です！

ターゲットの顧客分析について

子育て層は子どもの年齢によって「生活」「悩み」「メディア接触」も大きく変化します。少し視点を変えるだけで、今以上に「心を動かすメッセージ」を届けるヒントにつながります。



例えば「子どもの歯磨き」では子どもが1才前後のママの課題感が圧倒的に高まります。生後5カ月前後から離乳食がはじまり、1歳前後でだんだんと固形物に近い食物を食べる機会が増えてきます。同時期に乳歯が生えてくるため、子どもの口内環境ケア・丈夫な歯に対するママやパパの意識が強まります。言いかえると、子どもの「歯みがき」をきっかけにママ自身や家族全員の「歯」を意識する機会にもつながります。

また「寝かしつけ」は0才代でてこずりますが、1歳代になると眠りが安定するため課題感は薄れたりします。夜泣きや寝かしつけといった課題は0才児のタイミングでないと響かないということが分かります。

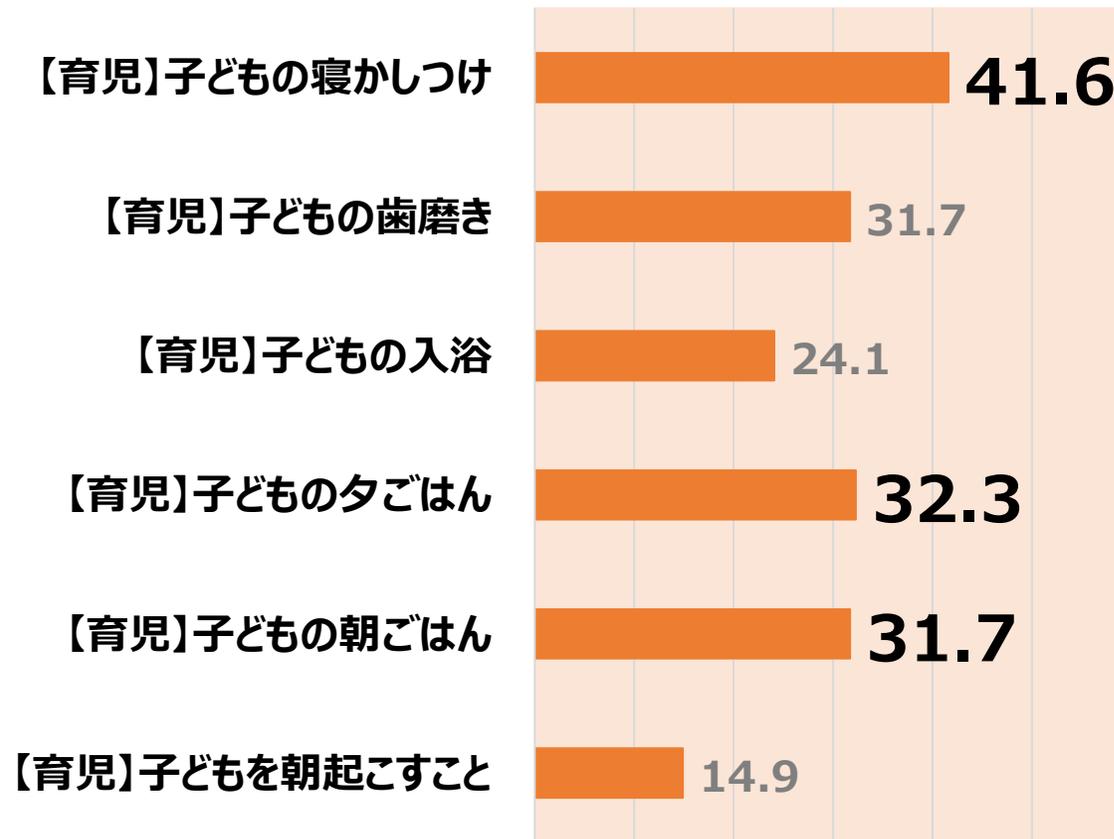
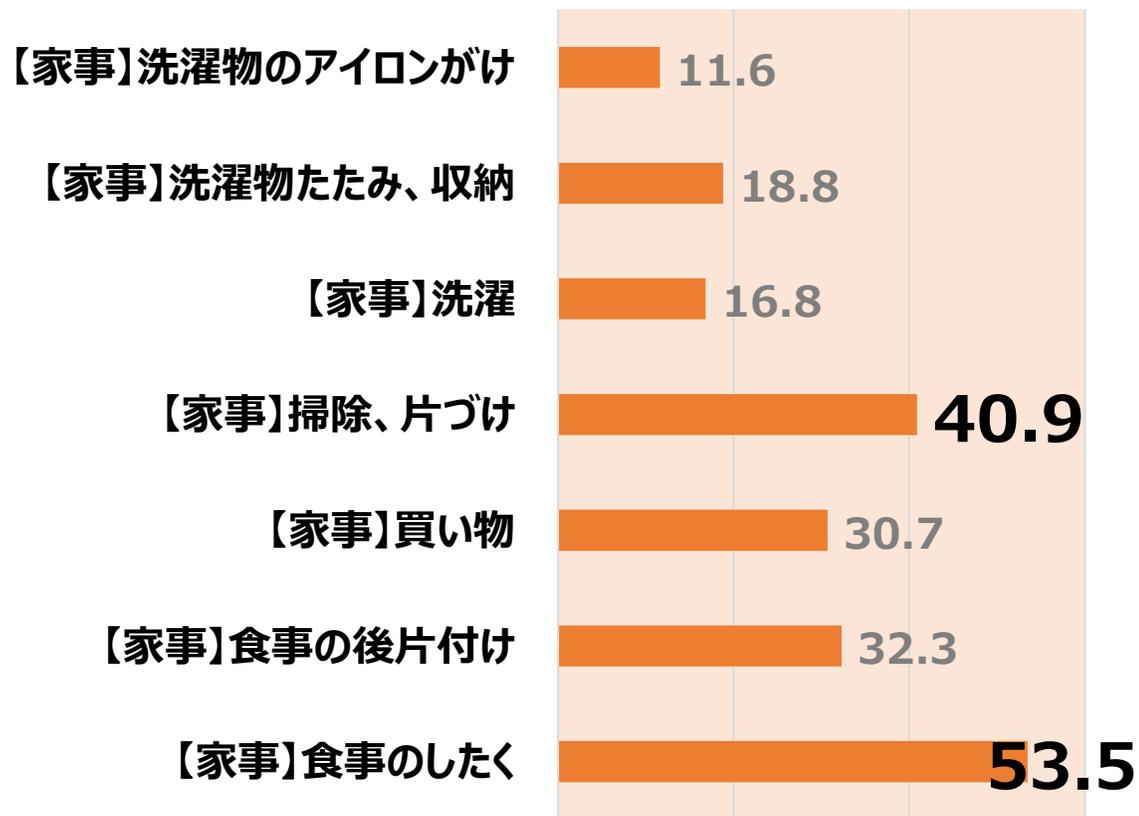
このように、子どもの成長に合わせて顧客の課題をしっかりと把握し、正しい「タイミングで」「響くターゲットに」「メッセージ」「クリエイティブ」を提供することが非常に大事なのです。

【30代～の主婦・ママを知る】 家事・育児の悩み、困ったこと



30代～のママは育児と家事の悩みが多く日々困っています。
その解決に御社の製品やサービスが役立つストーリーが潜んでいます。

・ Q39 日常の家事や子どものお世話に関して悩みや困ったことが多い項目は下記のうちどれですか？



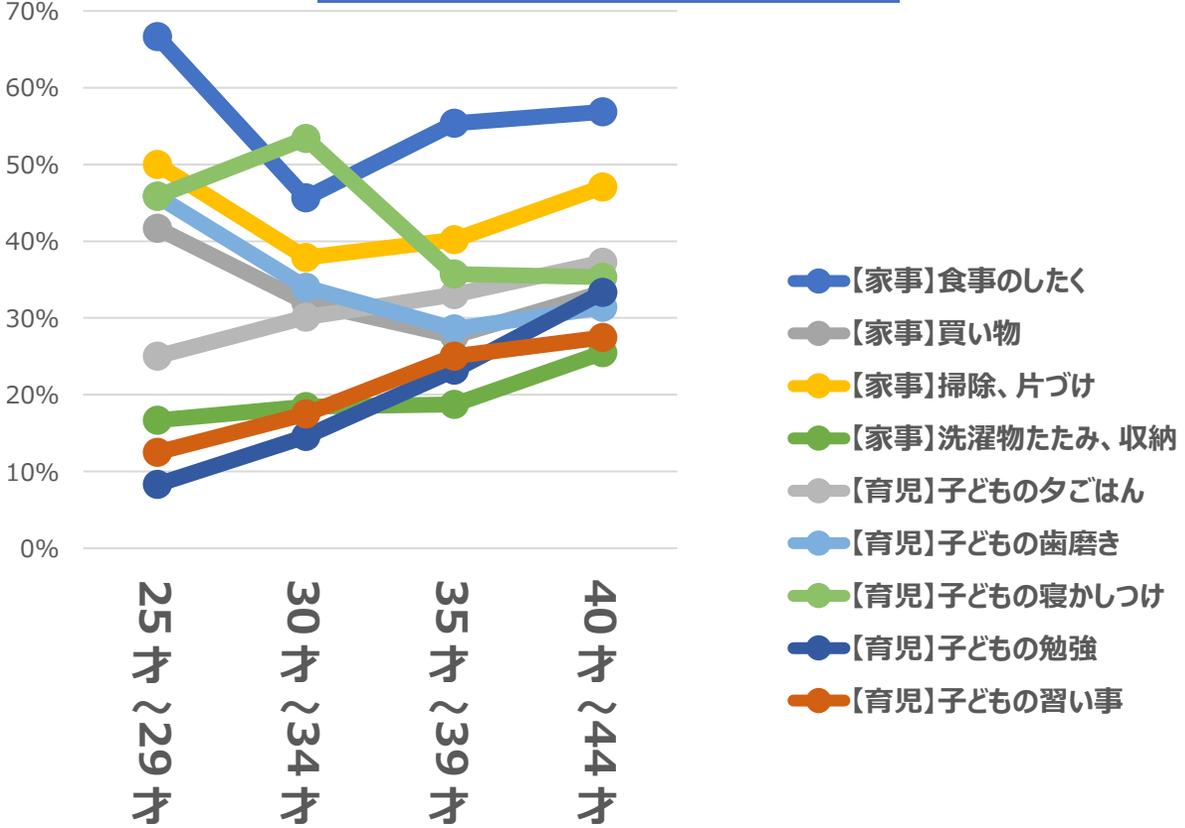
【30代～の主婦・ママを知る】 家事・育児の悩み、困ったこと ママ年齢・子年齢別



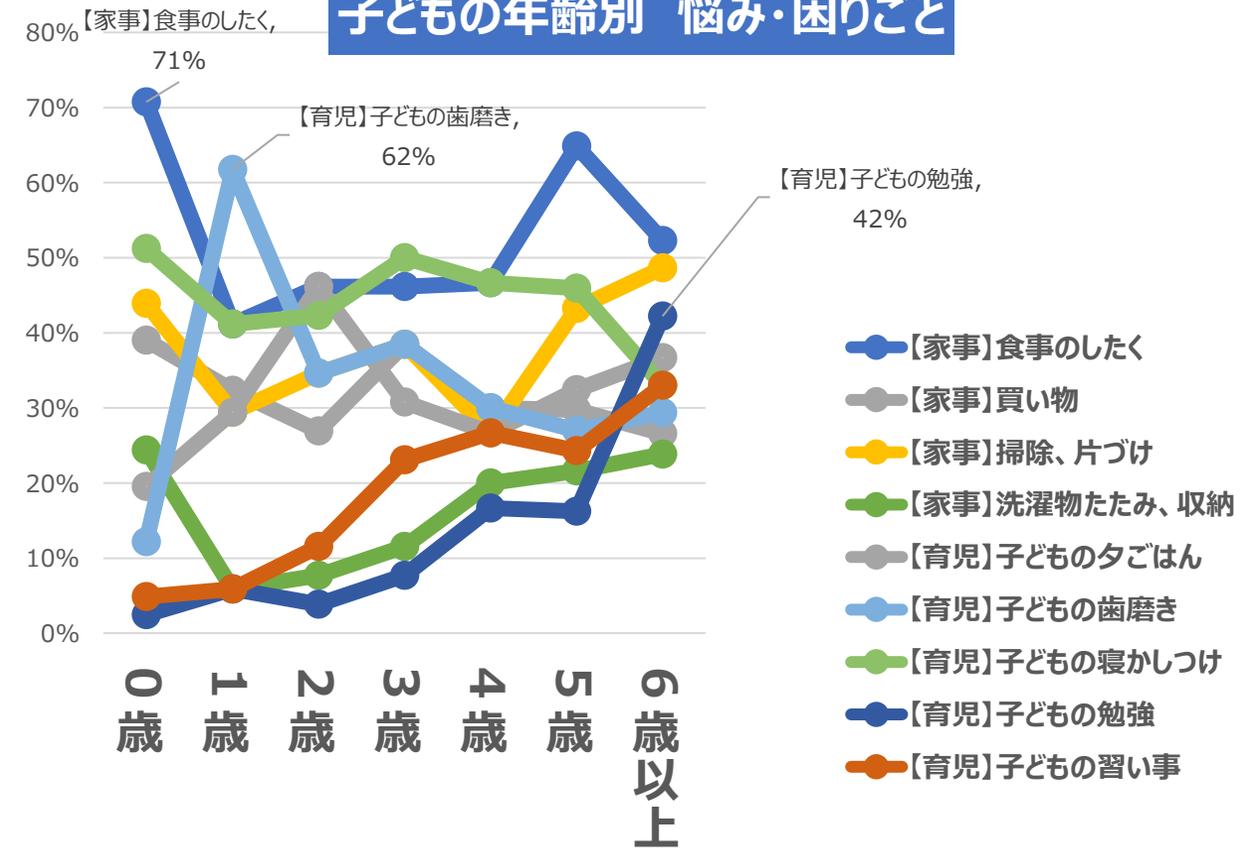
ママの年齢に加え、子ども年齢でみると悩みは大きく変化する場合があります。
今以上に心を動かすメッセージはまだたくさんあります。

Q39 日常の家事や子どものお世話に関して悩みや困ったことが多い項目は下記のうちどれですか？

ママの年齢別 悩み・困りごと



子どもの年齢別 悩み・困りごと



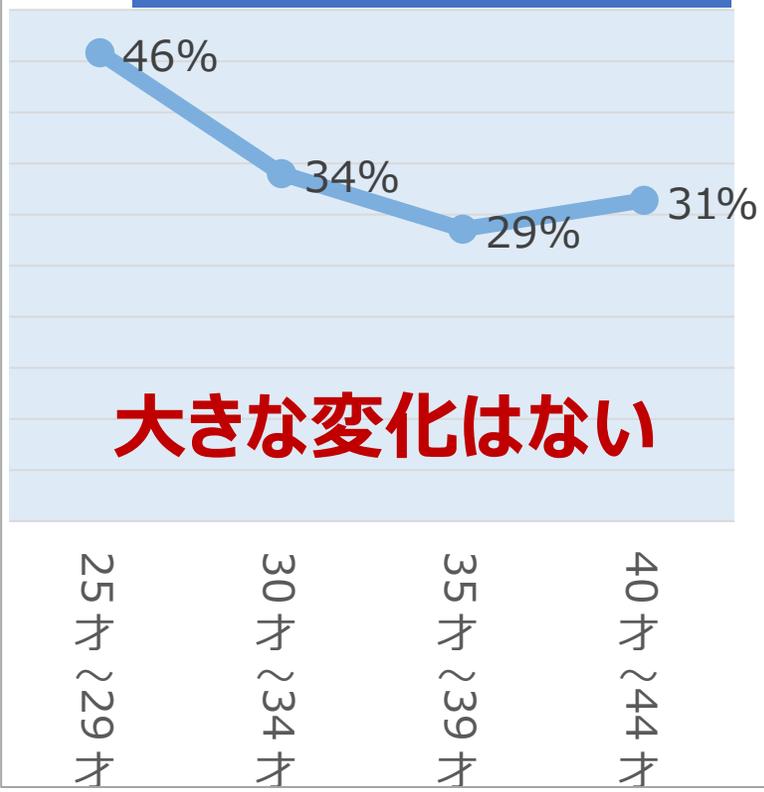
【参考】 歯みがきの例 子どもの年齢で大きく変わる歯みがきへの意識



歯みがきの悩みもママの年齢軸（左図）、視点を変え、子年齢（右図）で見ると大きく異なります。「1歳のママの6割超が歯みがきに困っている」ことがわかります。ママの年齢だけではみえない視点です。

左図

ママの年齢別 歯みがきの悩み



右図

子どもの年齢別 歯磨きの悩み

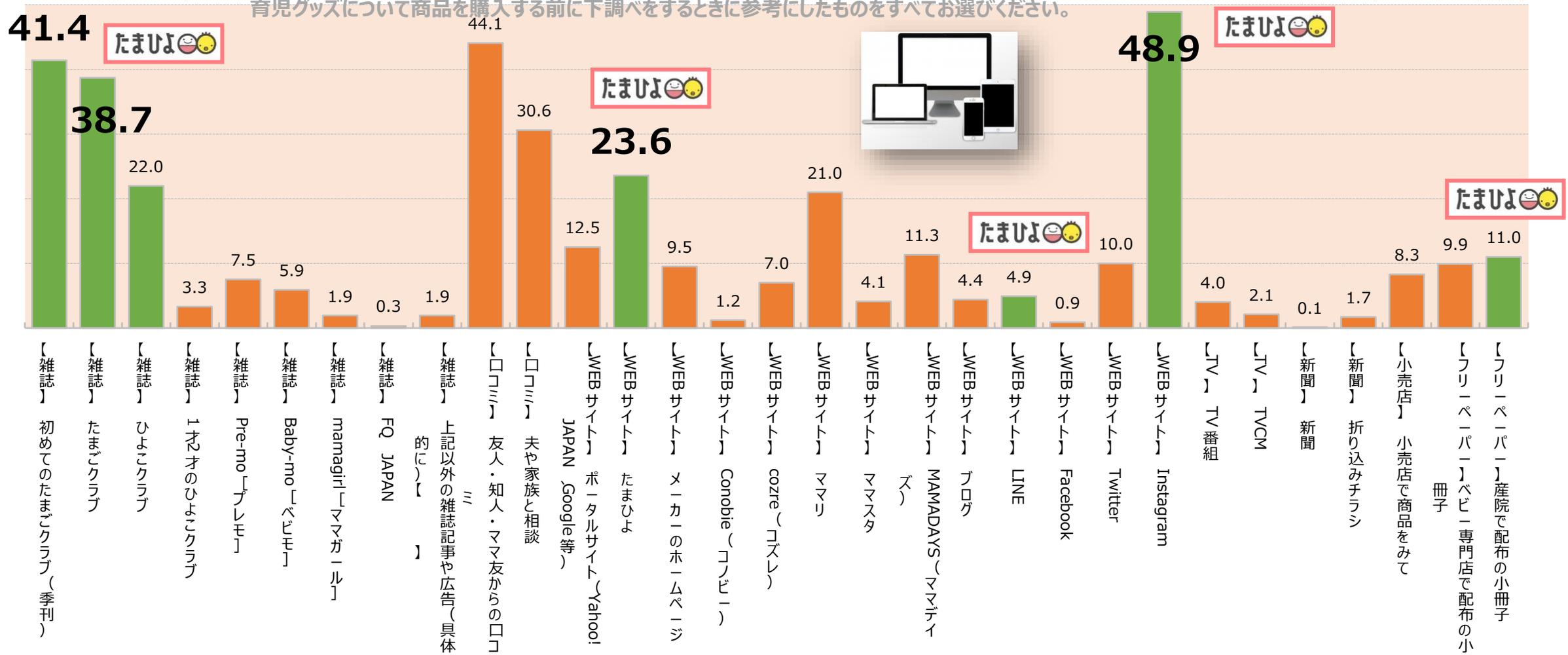


【30代子育て層のタッチポイントを知る】 効率的なアプローチ・メディア選び



情報収集は、クチコミや雑誌 > インスタ > WEBの順でするママが多く、たまひよはママの情報収集方法に合わせコンテンツを展開しています。

育児グッズについて商品を購入する前に下調べをするときに参考にしたものをすべてお選びください。

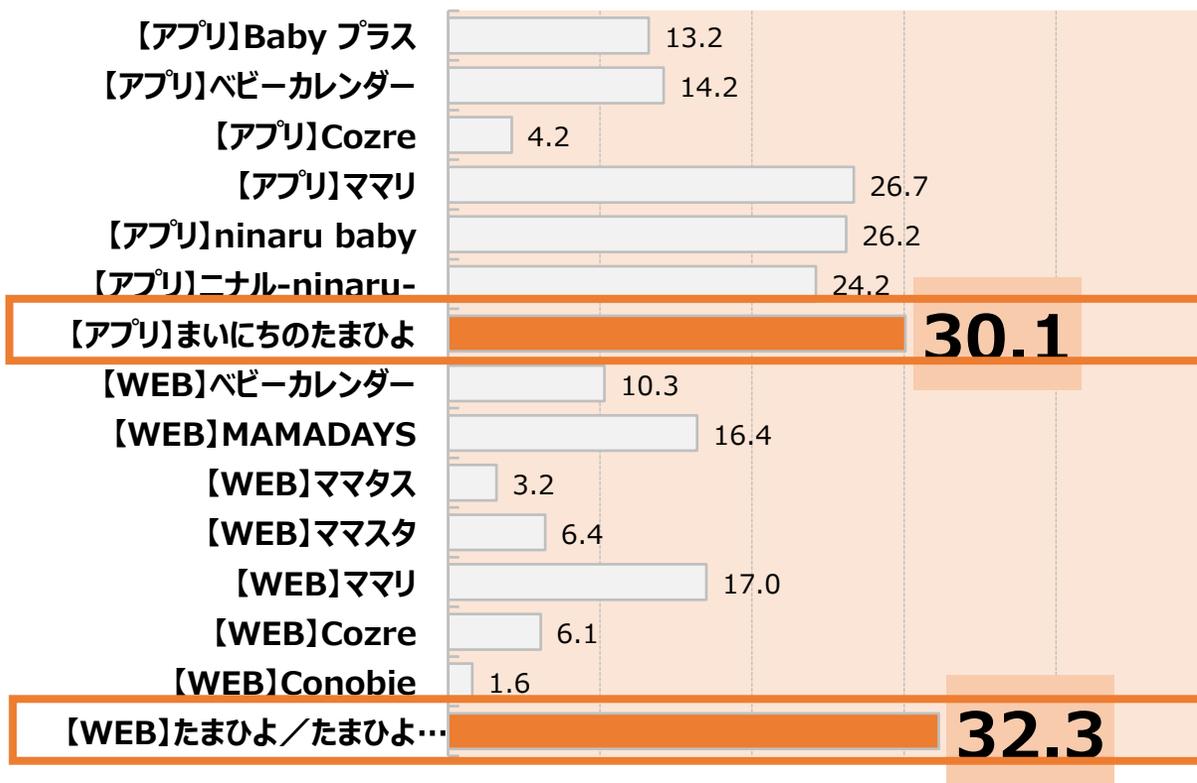


【30代子育て層のタッチポイントを知る】 デジタルメディアは「態度変容率」で選ぶ

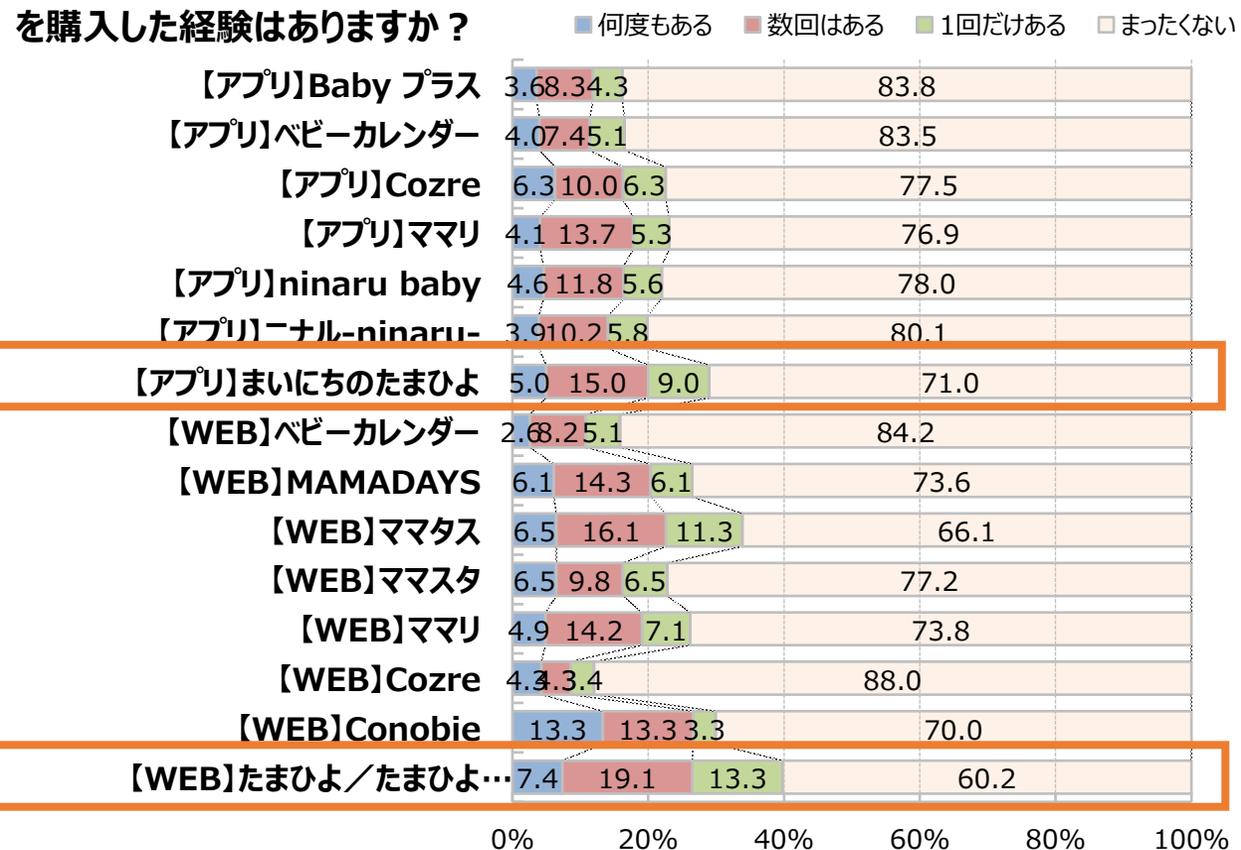


デジタルでの接点はWEB・アプリともにたまひよが首位
 広告をきっかけに購入をしたことあるママ 3~4割
 態度変容率の高い「たまひよのWEB・アプリ」が効率的です。

実際に利用したことのある出産・育児に関するWEBサイトやアプリをお選びください。



以下のWEBサイト・アプリに掲載されている広告をきっかけに商品を購入した経験はありますか？

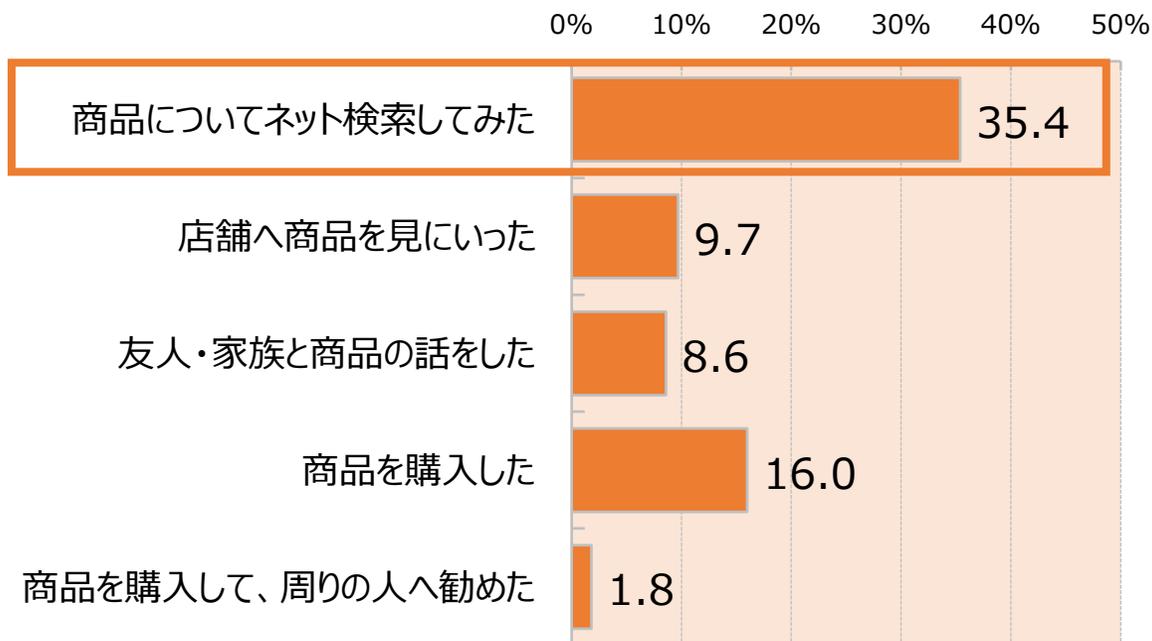


【30代子育て層のタッチポイントを知る】デジタルメディアは「態度変容率」で選ぶ

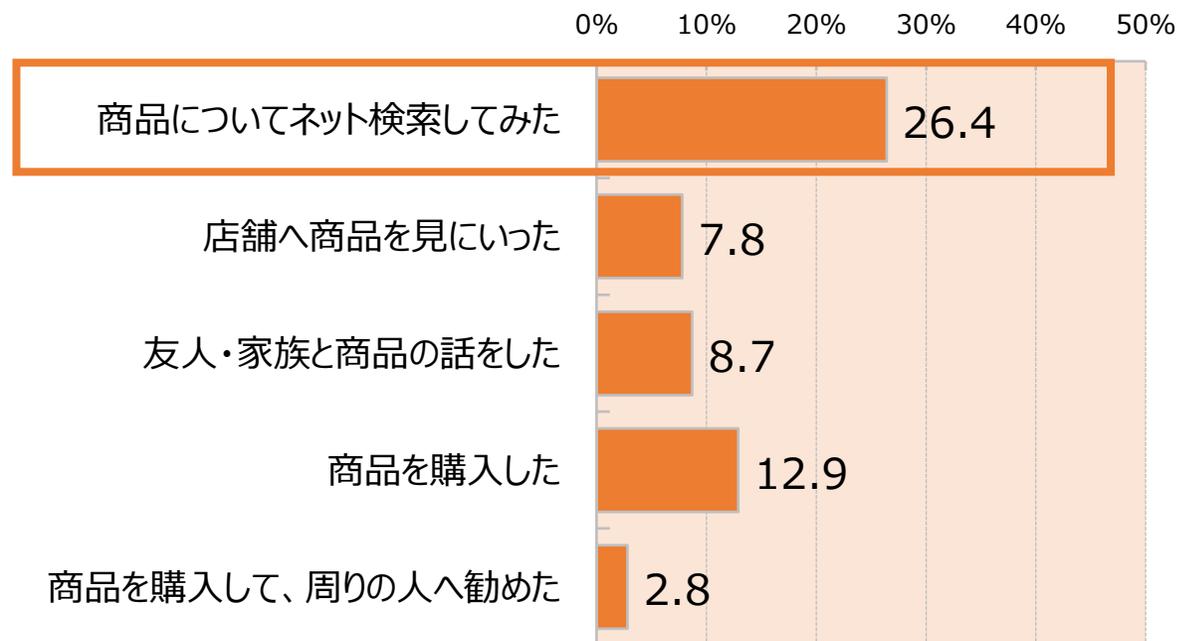


たまひよのデジタル記事を読後、ママの約6割が何らかの行動をします。
態度変容率の高い「たまひよのWEB・アプリ」が効率的です。

たまひよのWEBサイトをきっかけにどんな行動をしたか？



まいにちのたまひよ・アプリをきっかけにどんな行動をしたか？



こんなデジタル企画もあります！



Instagram施策・インスタライブ・YouTubeライブなどの企画や事例もあります！お気軽にお声かけください

たまひよIGTVタイアップ(インスタライブ)



1枠15分程度の特別インスタライブ企画です。講座内容、コンテンツについては、編集部と相談して決定いたします。インスタライブならではの双方向コミュニケーションの促進を図ると共に、実施後格納動画の視聴を促します。録画コンテンツ(編集無し)はセミナー実施後1か月間公式IGTVにアーカイブするとともに、IF/FB広告での30秒ダイジェストのポスト配信がパッケージされたお得なプランです。



商品名	たまひよ IGTVタイアップ(インスタライブ)
掲載料金	2,500,000円(G) ※30分MAX (収録動画、SNS投稿制作費、ポスト用ダイジェスト30秒制作費、格納掲載費、規定ポスト含む。編集者MC1名費用含む) ※シナリオもしくはコア2稿、ポスト用編集動画2稿の提出含む。
ユーザー参加費	原則として無料
配信形式	インスタライブ+ライブ配信後IGTVへ1か月間格納
ご提供可能コンテンツ(案)	・各個人コンテンツ(アサイン費用別添) ・各分野専門家によるライブ配信セミナー ・読者モデル＆インフルエンサーによる育児スタイルトークショー ・ベネッセメディア編集長とメーカーご担当者様対談 ・MC起用による視聴者とのライブQ&A ・ライブ視聴者限定プレゼント企画(10名以内) ※調理実演等は別途送料がかかります。ご相談ください。
集客(事前、格納後)	・事前ストーリー1回、事後ストーリー1回、事後フィード1回(インスタライブ映像をIGTVにアーカイブ) ・たまひよDMPポスト (30秒ダイジェストをIG/FB広告にて配信、3万視聴/1か月想定)
総視聴者数(ライブ中想定)	累計500名～ ※デフォルトの集客プラン、タレント出演なし、平日午後配信15～30分
コンテンツ対象月齢	妊娠中～2才頃のお子様を持つママ、パパ
オプション	2次利用 30万円(N) 事前参加者アサイン人数追加 30万円(G)@10名 追加ポスト、最小ロット50万円(G)～ タレント専任起用、監修費もリ
お申込日	ライブ配信実施希望日の35営業日前

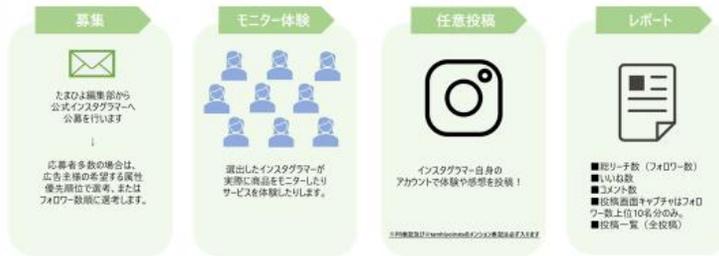
Instagramマーサンプリング



たまひよ公式Instagramマーが広告主様の商品、サービスお体験内容を各自のアカウントに投稿し、それぞれが抱えるフォローに、情報拡散をいたします。フォローからの質問やコメントにも、丁寧に答えます。

たまひよ編集部が育成した、「たまひよワールド」と強くなるアラマ&ベビーマイスタグラマーの良質な投稿は、広告主様公式アカウントでのリポストやご紹介したり、タイアップページでの体験者コメント紹介、運用広告でのクリエイティブ活用など、様々な2次活用をしていただけます。(※一部は有料)

- ✓ 編集部が選考・育成した公式Instagramマーの中から公募
- ✓ 広告主様商品・サービスの使用実感を、Instagramマー自身の言葉で発信しフォローにリーチ



たまひよYouTubeライブ



1枠15分程度の特別ライブセミナー企画です。講座内容、コンテンツについては、編集部と相談して決定いたします。ライブ講座参加者として、一般視聴者以外に、発信力のあるたまひよgrammerを事前アサインし、ライブならではの双方向コミュニケーションの促進を図ると共に、実施後格納動画の視聴を促します。録画コンテンツ(編集無し)はセミナー実施後3か月間アーカイブし、たまひよSNS及びTrueviewivで事後ポストもPKG化されたお得なプランです。



商品名	たまひよYouTubeタイアップ (YouTubeライブ)
掲載料金	2,500,000円(G) ※15分MAX (収録動画、SNS投稿制作費、ポスト用ダイジェスト30秒制作費、格納掲載費、規定ポスト含む) ※シナリオもしくはコア2稿、編集動画2稿の提出含む。
(ユーザー参加費)	原則として無料
配信形式	YouTubeライブ
ご提供可能コンテンツ例	・各個人コンテンツ(アサイン費用別添) ・各分野専門家によるライブ配信セミナー ・読者モデル＆インフルエンサーによる育児スタイルトークショー ・MC起用による視聴者とのライブQ&A ・ライブ視聴者限定プレゼント企画(10名以内) ※調理実演等は別途送料がかかります。ご相談ください。
集客(事前、格納後)	・たまひよ公式Twitter 合計5回 ・たまひよ公式Instagram 合計5回 ・事前ストーリー3回 ・事後フィード1回 ・たまひよアパホーム動画インフィード 任意の1週間 ・たまひよDMポスト (TrueViewerインストール 30秒ダイジェスト 5万再生想定)
事前公式Instagramマーアサイン	10名～15名(5~10万フォロー一週間で1倍) 一部集客(広告)は可。人数随時調整。ライブ一枠視聴は可。
コンテンツ対象月齢	妊娠中～2才頃のお子様を持つママ、パパ
オプション	2次利用 30万円(N)、事前アサイン人数追加 30万円G@10名 ポスト 最小ロット50万円(G)～
お申込日	ライブ配信実施希望日の50営業日前

こんなことに困ってませんか？



たまひよには各社の担当様の「気になる・役立つ情報や事例」がたくさんあります。
お気軽にお声かけください。

- ・20～30代の子育てママのインサイトや行動が知りたい
- ・マーケティングの見直しを模索している
- ・この業種や製品サービスについて知りたい
- ・他社の事例が知りたい
- ・新規顧客獲得・ファン化で困っている
- ・次年度の施策に困っている 例：春の新生活や夏施策どうしよう？
- ・消費者調査は毎年しているが切り口がほとんど変わってない、大丈夫かな？
- ・顧客の若返り施策をしたい 例：50代以上は強いけど若年層が弱い
- ・すぐにでも子育てママ層にテストマーケティングがしたい

こんな事例がたくさんあります！

プロモーション事例 日用品トイレタリー

① 認知

② 考慮

③ 購買

たまひよタイアップ記事



〈マタニティ〉
出産準備に



〈0-1才〉
離乳食に



〈1・2才〜〉
家族で



EC+赤ちゃんグッズ量販店フォーカス

amazon Rakuten



BABIES R US
Toys R US

ah
アカチャンホンポ



ターゲティングデジタル広告

YouTube Instagram

産婦人科や皮膚科
でのサンプリング



マイクロインフルエンサー

Instagram



子育て層へのデジタル施策は
(WEBやSNSでの訴求)
やっているけどベストなのか？
とお悩みの方に

大手外資・日用品のP社メーカー
の効果的な施策など事例あります！

お伝えできる内容に限界があります。
お気軽にお声かけください！

こんな調査もたくさんあります！



住宅・家電・自動車・金融保険・日用品・食品・飲料・スキンケアなどに関する担当者さま必見です！お気軽にお声かけください。

たまひよ

赤ちゃんのいる暮らしに関する調査データ②

美容・飲料・食品・日用品・宅配・サブスク・ライフスタイル
2021年10月 300名

Copyright Benesse Corporation / Strictly Confidential. 1

たまひよ

赤ちゃんのいる暮らしに関する調査データ①

金融・住宅・インフラ・家電・自動車・通信
2021年10月 300名

Copyright Benesse Corporation / Strictly Confidential. 1

たまひよ

【宅配サービス】使用経験

5割が利用経験あり。現在利用中が35%
利用したことがある（今はしてない）21%
検討したことがあるが利用はしていないが21%

Q31 宅配サービスを使用しているお母さん？ 当てはまる利用状況を1つだけ選んでください。

Copyright Benesse Corporation / Strictly Confidential. 36

たまひよ

【宅配サービス】検討時期

妊娠出産期をきっかけに94%が検討。
新しい家族のはじまりに見直しを行う。※コロナの影響もあり。

Q32 宅配サービスを利用・検討したことがある方にお伺いします。実際に検討した時期はいつですか？（複数可）

Copyright Benesse Corporation / Strictly Confidential. 37

たまひよ

【宅配サービス】導入時期（月）

検討時期は春の新生活がはじまり生活が安定する3月～6月がボリューム。ついで秋の10月。

Q34 あなたが宅配サービス導入した月をお知らせください。

Copyright Benesse Corporation / Strictly Confidential. 39

たまひよ

【宅配サービス】検討時期（子月齢別）

妊娠初期から検討を開始
出産後は0才から検討を開始。

Q33 あなたが宅配サービスを導入開始した時期、お子様の月齢状況をお知らせください。※お子様の複数いらっしゃる方は、未子様の月齢についてお答えください。

Copyright Benesse Corporation / Strictly Confidential. 38

お気軽にお問合せください！

株式会社ベネッセコーポレーション
たまひよメディア事業部 ビジネスプロデュース課
担当者：樽見（たるみ）・大西・麻生（麻生）

直通電話：080-6760-4554

e-mail：yoshitaru@mail.benesse.co.jp

〒163-0415 東京都新宿区西新宿2-1-1 新宿三井ビル

★広告に関するお問合せ：<http://www.benesse.co.jp/ad/>