

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2月度

たまひよが考える マーケ視点の良質な体験施策とは？

うちの商品、使ってもらったらリピーターにする自信がある！
効果的な体験の機会を知りたい！
体験者の声をとるのがたいへん
体験者の声を製品開発に活かしたい！



良質な体験を制すればリピーター獲得に一步近づく！

一人でも多くのリピーターを増やすことは事業の安定に必要不可欠です。一方で、自社製品を知って、手に取って、体験してもらうハードルは想像以上に高いのが実情です。体験を制すれば



はじめての子育て層にとって、子どもがいる日常生活で「商品はどれを買っていいかわからない」「みんなどうしてるのか知りたい」という声が多く寄せられます。

体験価値がなぜ大切か

- リピーター獲得が期待できる
- 質の高い口コミ醸成の可能性が期待できる
- 体験をし納得感があるため他社へのブランドスイッチを低減できる

体験施策で大切な4つのポイント

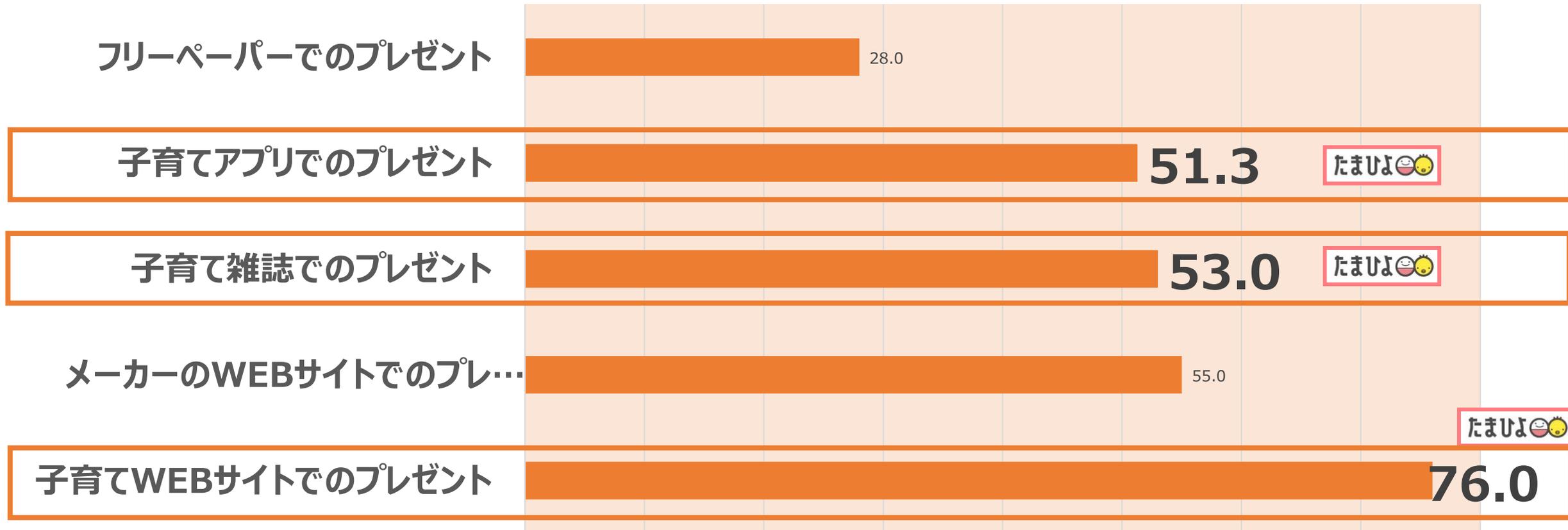
- ① いつ（時期）
- ② 誰に（特に子どもの年齢が重要）
- ③ どんな文脈で
- ④ どんな空気で

子育て層の「無料体験プレゼントやサンプル」の応募経験は約8割近い



子育て層への体験機会は
子育てWEBサイト・アプリ・雑誌などを活用するのが効率的。
みんな「試したい！」と考えています。

Q55 無料のプレゼントについて教えてください。あなたはこれまでに、以下の媒体のプレゼント・サンプル請求をしたことがありますか？（いくつでも）



体験したい商品は？



子育て層への体験したい商品は子ども向けの商品はもちろん高いが、大人向けのスキンケア商品などの体験意向も強い。

子どもの商品に対する高いモチベーションとともに大人向け商品の体験促進も◎。

Q56 雑誌やフリーペーパーなどに以下の「お試し体験サンプルや付録」がついていたら、試したいと思う商品はありますか？（いくつでも）

店舗のお得・割引クーポン

44.3

粉ミルク

55.3

ママ向け化粧品

33.0

子ども向けスキンケア商品

58.3

ママ向けスキンケア商品

52.7

肌着

47.7

おしりふき

73.0

おむつ

83.7

たまひよ 🍷 🍷



たまひよの体験施策 4つのポイント

- ①いつ →ハイシーズンの1～2カ月前や新製品のローンチ前後が○
- ②誰に →第一子の子どものいる子育て層が効果的
- ③どんな文脈で →私に向けたメッセージ・私にとって意味があると感じてもらおう文脈が○
商品の特徴を説明したうえで体験を促進することが○
- ④どんな空気感で →私が欲しい情報をとる空気感
子どもに関する気になる記事を読む
イベント会場でみんなが情報をとる時間などが○

4つの主な体験施策

※詳細は次スライド



体験施策の目的や規模により実施可能です。
商品特徴を認識してもらったうえで体験まで一気に進むと最も効果的です！

強いメッセージ

② 体験イベントで説明・手渡し施策
予定を調整し来場する積極層
体験数：1,000～5,000人

① 雑誌タイアップ・貼付け施策
有料購入・積極層
体験数：50,000～80,000人

④ インスタグラマーに体験
体験数：10～100人→リーチ●●万人

n少ない

n多い

一般的な

③ 育児アプリで応募施策
体験数：100～1,000人

フリーペーパー・貼付け施策
無料入手層
体験数：●万人

弱いメッセージ

事例① 雑誌タイアップ・貼付け施策

① 雑誌タイアップ・貼付け施策

有料購入・積極層

体験数：50,000～80,000人



- 20～30代の子育て層へアプローチ
- 有料情報を取りにくる積極層へ
- 製品の特徴を伝え、興味関心をあげて体験
- 新製品のローンチや定番品の活性化などに○
- 使用者約9割、購入意向6～8割

家庭用品の例

サンプル3枚つき

取り分け離乳食にも便利

離乳食作りにはぜひ使ってみてね!

体験サンプル

旭化成ホームプロダクツのキッチン用品

開けやすい! 閉めやすい! モレにくい!

もっと時短キレイに

開けやすいから時短 離乳食作りの作業がスムーズ

閉めやすいから時短 離乳食のストック作りも、

モレにくいからキレイ 冷凍室はいつも清潔

体験サンプル

お魚

めんどくさい「お魚」レシピBOOK

泣きやまないっ寝ないっを解決!

ピタッと泣きやむコテンと眠る最強ワザBOOK

スキンケアの例

たまひよ

「乾燥」「くすみ」「たれ」の三大悩みを1本でケア

体験サンプル

たまごクラブ

先輩ママたちから選ばれて9年

ママ&キッズ「ナチュラルマー」

出産準備グッズ人気ランキング 第1位

体験サンプル

※お申込は6カ月前となります。時期や商品のご相談はお早めに。

事例② 子育てイベントで説明・手渡し施策

② イベントで説明・手渡し施策

体験数：1,000～5,000人



- 20～30代の子育てファミリー層へアプローチ
- 横浜会場まで情報を取りにくる積極層へ
- ダイレクトに話にきくことができる
- 製品の特徴を伝え、興味関心をあげて体験
- 新製品のローンチや定番品の活性化などに○

● 過去事例 ベネッセの子育てイベント「たまひよファミリーパークin横浜」

※次回は2022/10/23予定



事例③ 育児アプリを活用した応募体験施策 たまひよのアプリ

③ 育児アプリで応募施策

体験数：100～1,000人



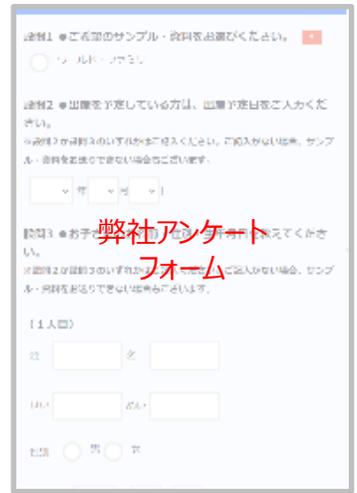
- 20～30代の子育てファミリー層へアプローチ
- 体験応募はママの予定に合わせて24時間〇
- 事前アンケートで興味関心層に体験が〇
- 購入者の声をきいて企画に役立てること〇
- 新製品のローンチや定番品の活性化などに〇

事前告知

まいにちのたまひよ



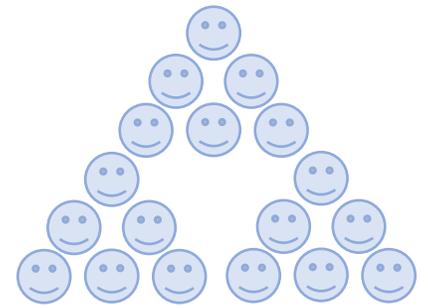
事前アンケート



<事前アンケート>
選択式 + FA合わせて最大5問まで。

アンケート募集期間：〇週間～

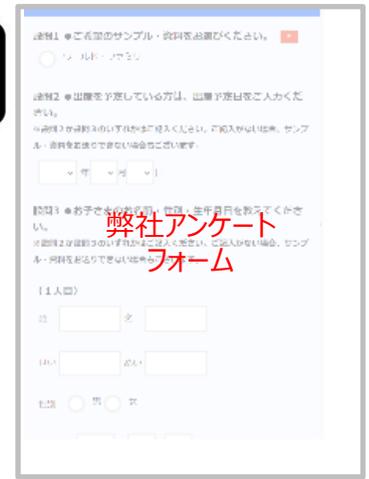
体験サンプリング



応募者の中からモニター
〇〇〇名選定

体験モニター期間：〇週間想定

事後アンケート



<事後アンケート>
選択式 + FA合わせて15問まで
※レポートは単純集計データをお送りします

事後アンケート期間：〇週間

事例④ インスタグラマーを活用した体験 たまひよグラマー

インスタグラマーに体験

体験数：10～100人→リーチ●●万人



- 20～30代の子育てファミリー層へアプローチ
- 現役ママ・先輩ママのたまひよグラマーが投稿
- 少人数の体験を●万リーチへ伝えることが○
- 投稿をきっかけにコミュニケーションへつながる
- 新製品のローンチや定番品の活性化などに○



募集

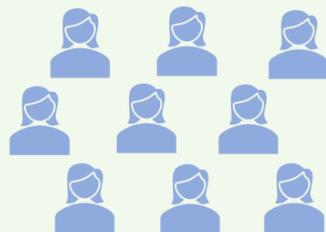


たまひよ編集部から
公式インスタグラマーへ
公募を行います



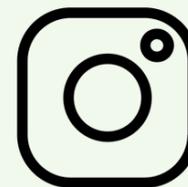
応募者多数の場合は、
広告主様の希望する属性
優先順位で選考、または
フォロワー数順に選考します。

モニター体験



選出したインスタグラマーが
実際に商品をモニターしたり
サービスを体験したりします。

任意投稿



インスタグラマー自身の
アカウントで体験や感想を投稿！

※PR表記及び@tamahiyoinstaのメンション表記は必ず入ります

レポート



- 総リーチ数（フォロワー数）
- いいね数
- コメント数
- 投稿画面キャプチャはフォロワー数上位10名分のみ。
- 投稿一覧（全投稿）



こんなことに困ってませんか？



マーケティング担当様の「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

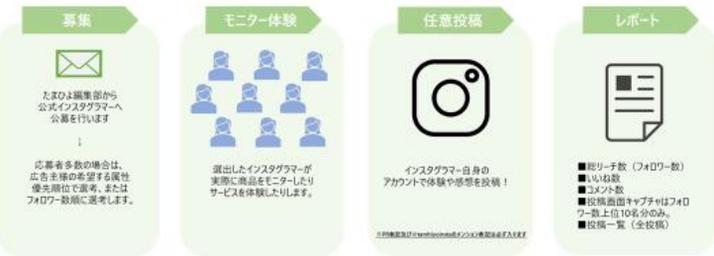
Instagramマーサンプリング



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 ・たまひよ公式インスタ 合計5回 ・事前ストーリー3回 ・事後ストーリー2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) ストリーム 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(5~10万フォロワー想定)権限、一部集客(広告)向けは可。人数随時調整。ライブ・格納可。
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35営業日前

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

amazon Rakuten

EC+赤ちゃんグッズ量販店フォーカス

ターゲットデジタル広告

YouTube Instagram

産婦人科や皮膚科でのサンプリング

Instagram

BABIES R US

Toys R US

ah

アカチャンホンポ

さらさ



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

成功事例が数多くあります！
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。

利用状況	割合
現在利用している	34.7%
検討したことがあるが利用はしていない	20.8%
利用したことがあるが今はしてない	21.9%

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）

検討時期	割合 (%)
結婚をきっかけに	10.0
妊娠をきっかけに	41.6
(出産)をきっかけに	51.9
子どもができたこと(出産)をきっかけに	3.9
子どもの保育園入園をきっかけに	0.9
子どもの幼稚園入園をきっかけに	0.9
子どもの小学校入学をきっかけに	2.2
引越しなど生活の変化をきっかけに	6.1
日常生活の中で目立っていたり、お買い得であった	2.6
その他	2.6

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。

月	割合 (%)
1月	8.3
2月	3.6
3月	8.9
4月	15.5
5月	10.7
6月	13.7
7月	6.5
8月	7.1
9月	6.5
10月	11.9
11月	1.8
12月	5.4

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導入開始の時期は、お子様の月齢状況によって異なりますか？ ※お子様の月齢は0才未満は、未子のお子様についてお答えください。

検討時期	割合 (%)
結婚	8.9
妊娠 2 1 4 か月	12.5
妊娠 5 1 7 か月	10.1
妊娠 8 1 1 0 か月	16.1
0 才	34.5
1 才	6.5
2 才	1.8
3 才	2.4
4 才	0.6
5 才	0.6
6 才	0.0
上記の時期はない	6.0

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/>