

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

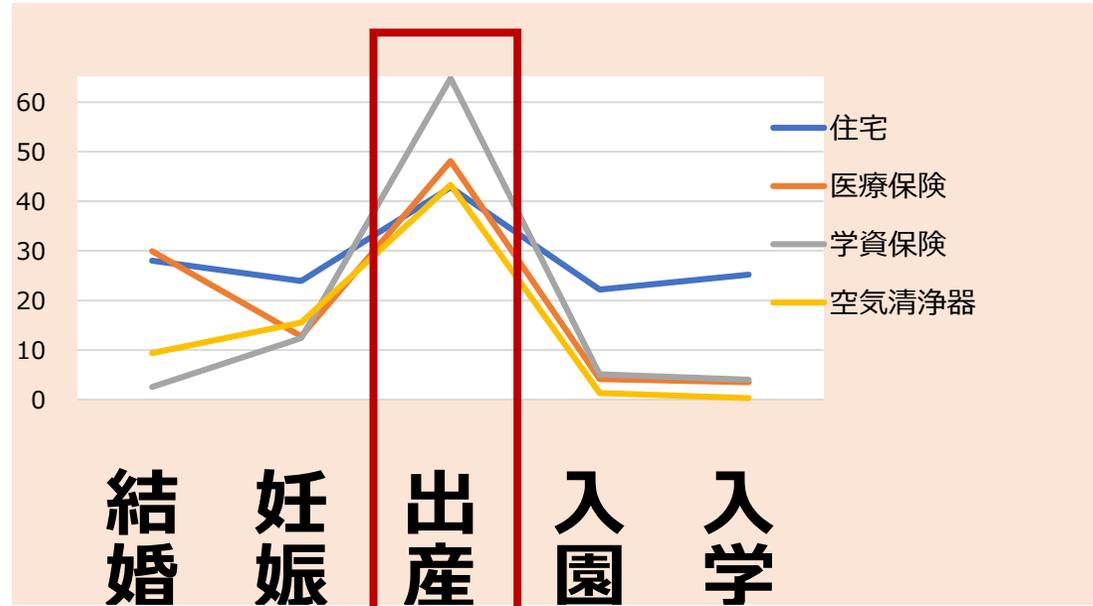
## 今回のテーマ

商品選びや買い方が大きく変わる  
「家族のはじまり」でのアプローチ  
が効果的！

※30代～の主婦の価値観やライフスタイルの調査抜粋あり



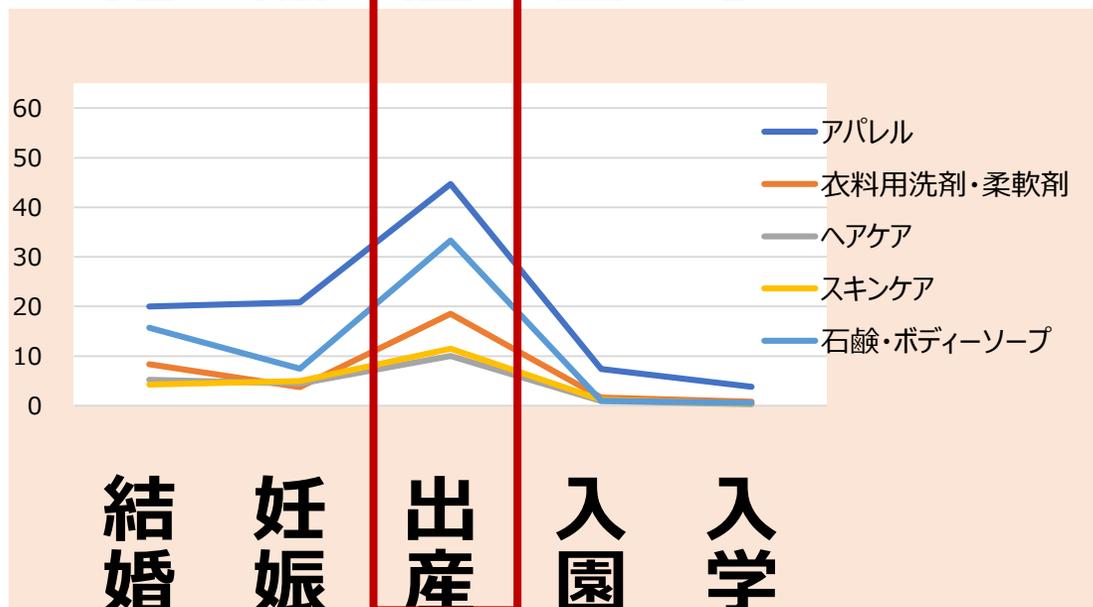
住宅・家電・自動車・金融保険・日用品・加工食品・飲料・スキンケアなどに関係する担当者さま必見です！



赤ちゃんが生まれることでライフスタイルが大きく変わります。

実は多くの商品サービスにおいてブランドスイッチ（買い替え・新規購入）が進み、大きなビジネスチャンスになることをご存知ですか？

※まだ広く知られていません。  
そこまで調べている企業様はまだ少数派です。



住宅

保険

空気清浄機

スキンケア

洗剤

アパレル

ボディソープ

ヘアケア

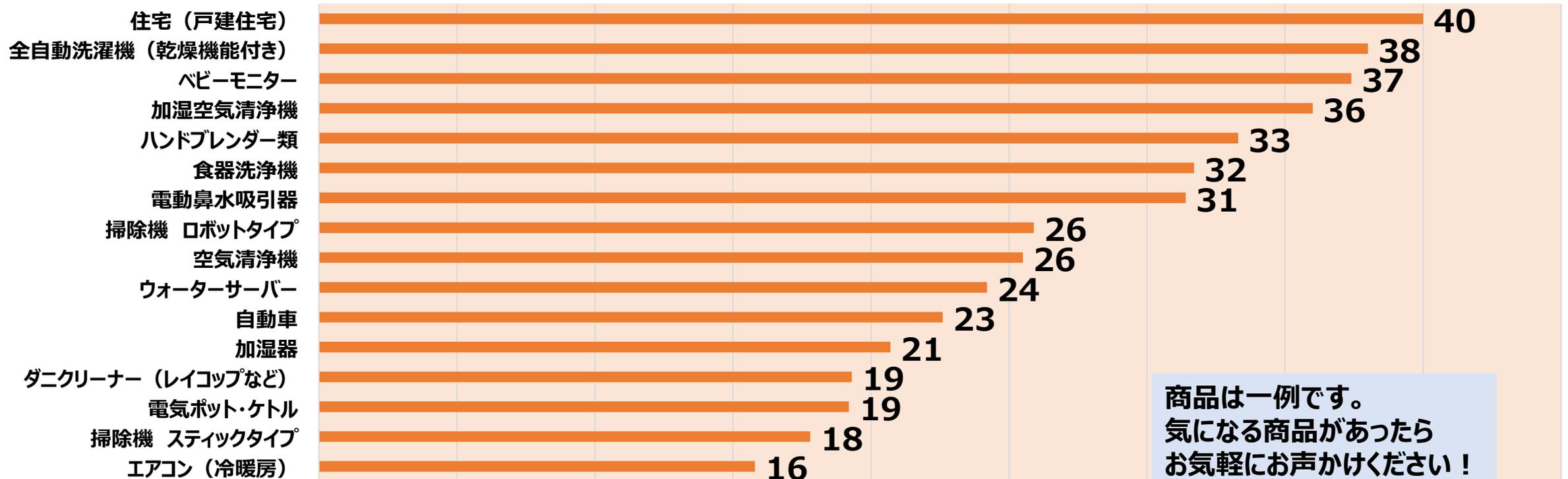
食品

# 家族のはじまり（赤ちゃんの誕生）でママが欲しくなるものは？



家族のはじまり（赤ちゃんの誕生）でママの欲しいものも大きく変わります。  
なぜ欲しくなるか？その背景やストーリーを知ることによって新たなアプローチが可能  
となります。御社の製品・サービスはいかがですか？

## 赤ちゃんが生まれてから「欲しい！」と思った商品は？ ※高価なもの

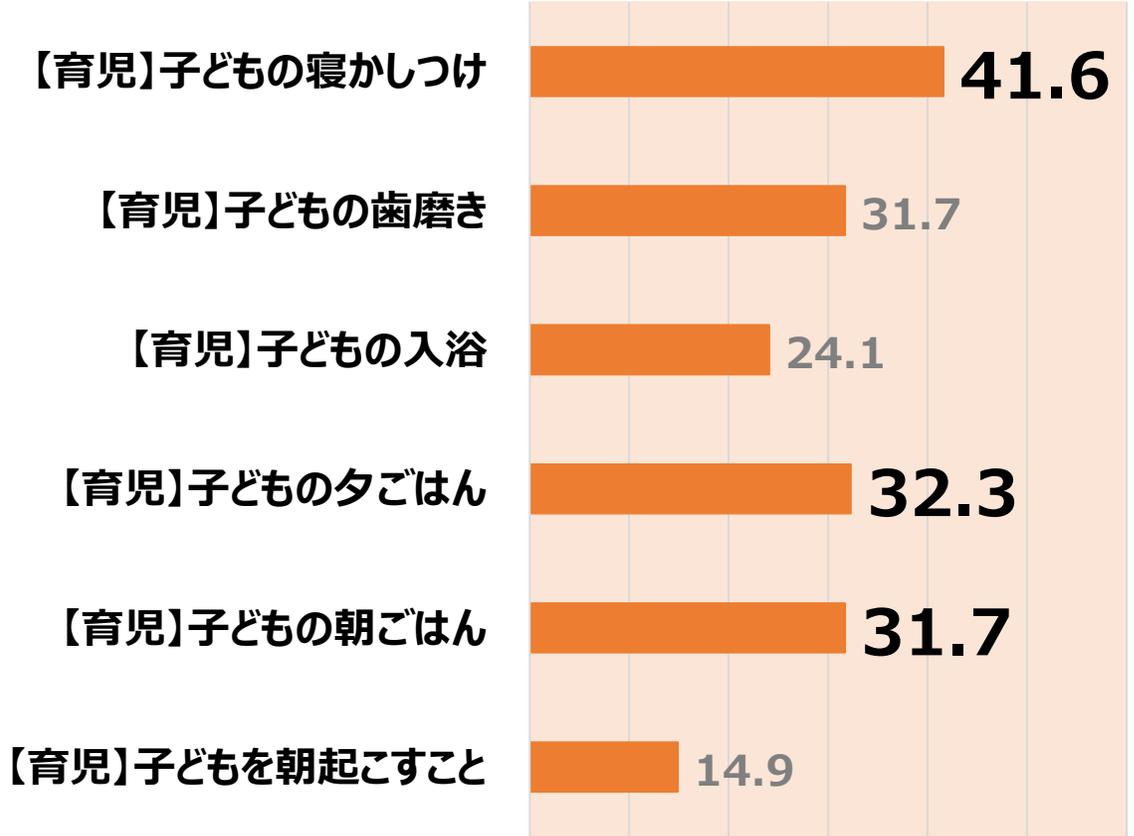
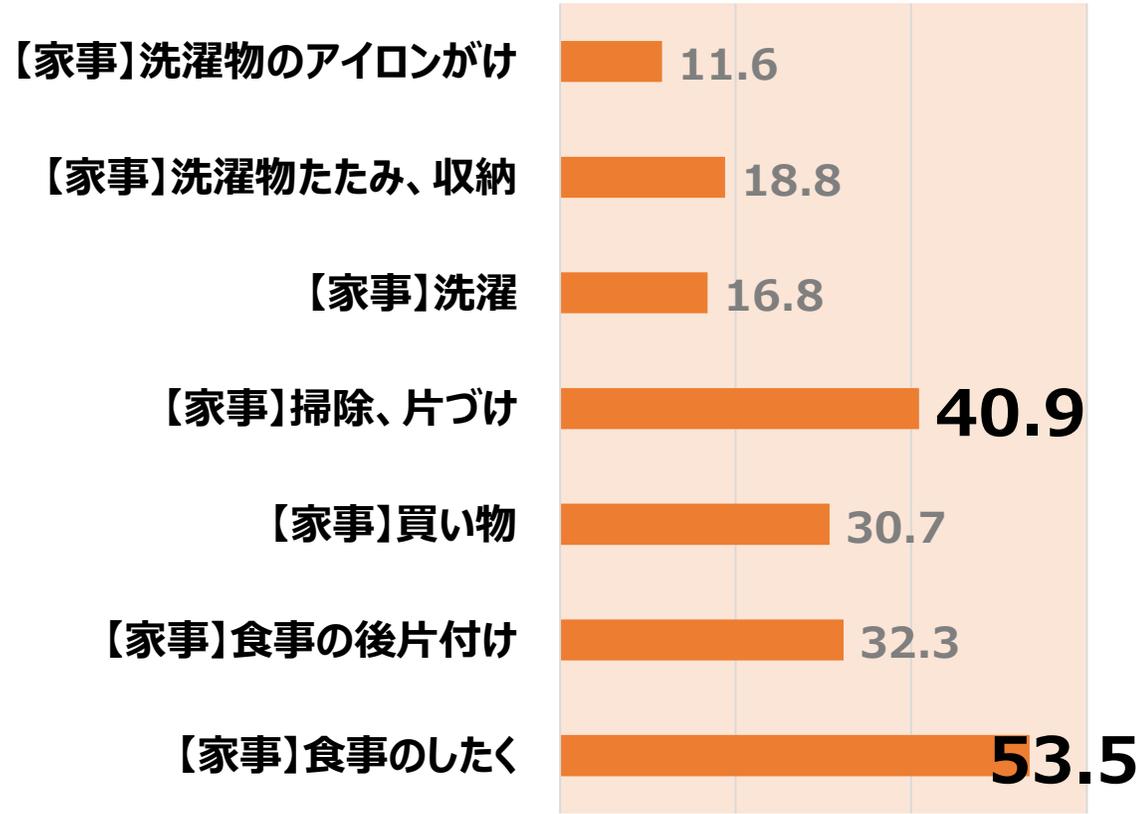


# 【30代～の主婦・ママを知る】 家事・育児の悩み、困ったこと



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を考えませんか？  
例：食事・掃除などの家事がラクになる・時短になる・気分があがるなど

・ 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？

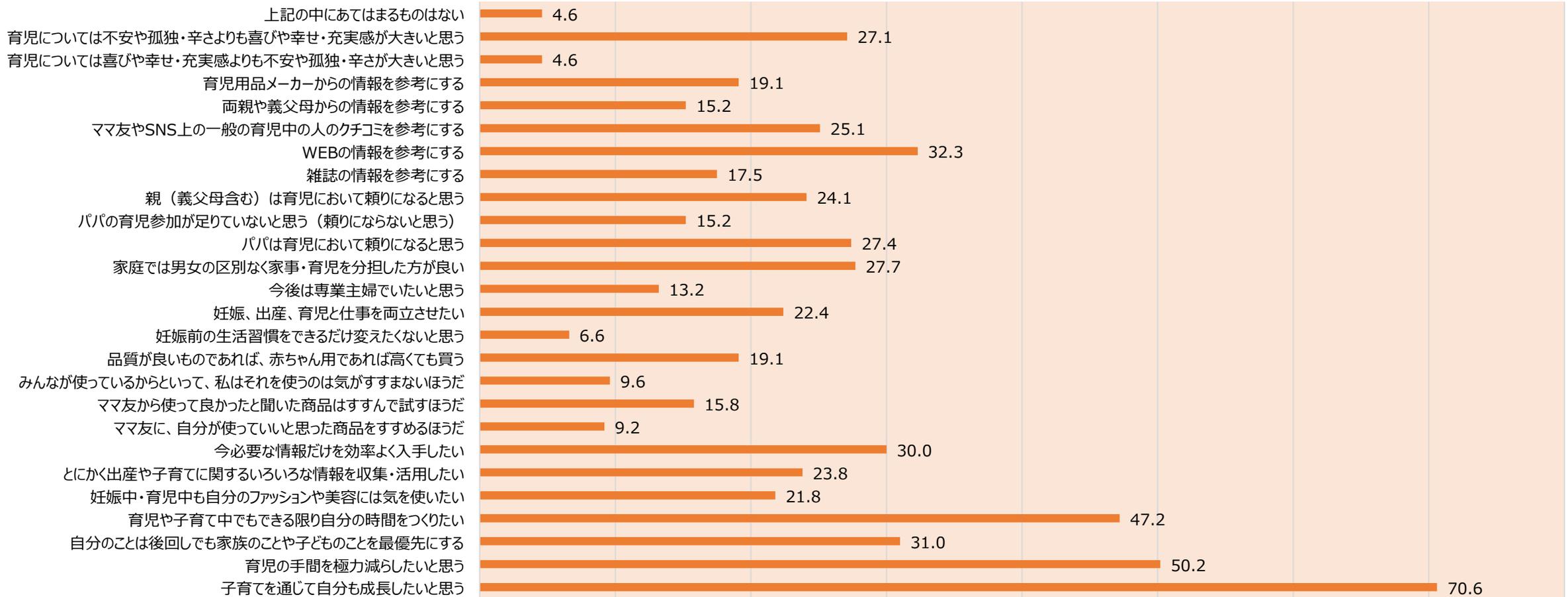


# 【30代～の主婦・ママを知る】 育児中の価値観やライフスタイル



子育てを通じて自分も成長したいが7割。  
ついで育児や子育ての手間を減らし自分の時間を作りたいが5割と続く。

• Q37 育児中のあなたの考え方や育児に関する価値観・あなたの行動に近いもの（当てはまる・どちらかという当てはまる）をすべてお選びください。

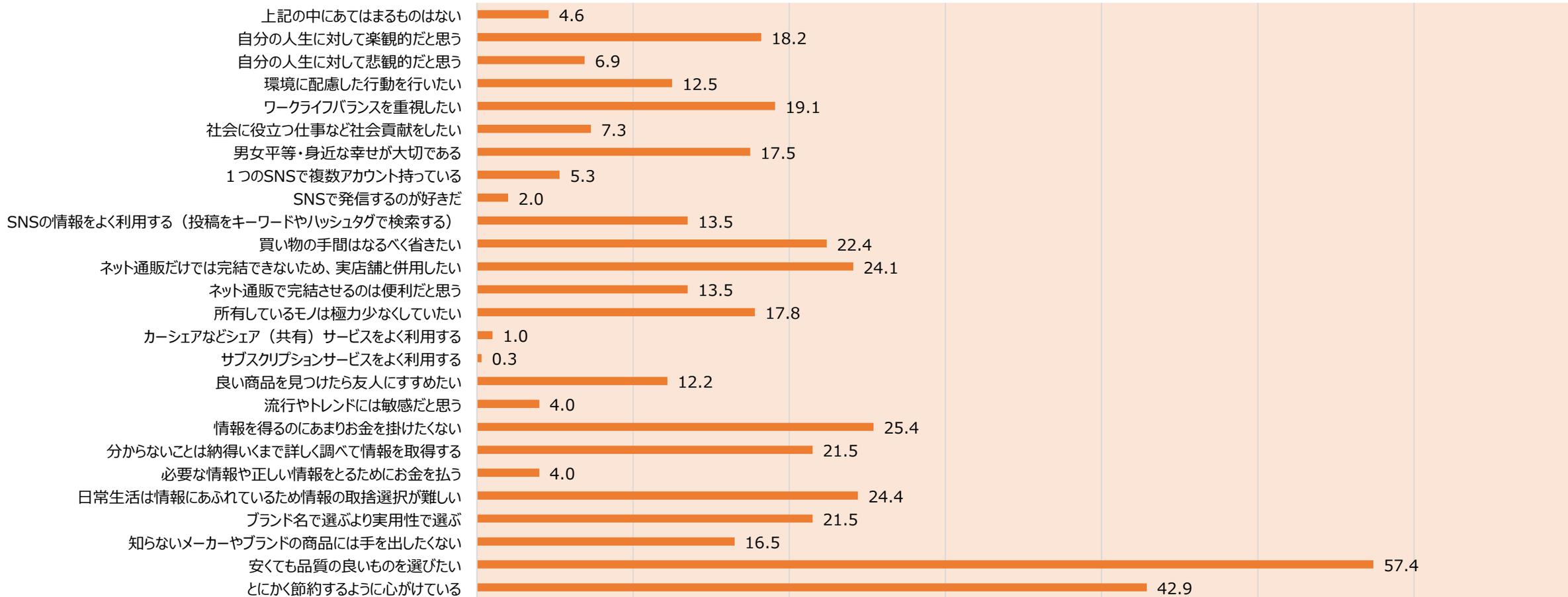


# 【30代～の主婦・ママを知る】 日々の価値観・ライフスタイル



安くても品質のよいものをえらびたい約6割。  
とにかく節約したい4割強。

• Q38 育児にかかわらず、あなたご自身の生活における考え方や価値観・行動に近いもの（当てはまる・どちらかという当てはまる）をすべてお選びください。



# 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
- ・新規顧客獲得で困っている
- ・他社の事例が知りたい
- ・次年度の施策に困っている 例：春の新生活どうしよう？
- ・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

# こんな事例があります！



住宅・家電・自動車・金融保険・日用品・加工食品・飲料・スキンケアなどに  
関係する担当者さま必見です！たくさんの事例があります。

## たまひよソリューション事例：家事ラク家電

目的	認知	興味喚起	検索	行動	拡散	その他
展開媒体	雑誌	産院	WEB	APP	SNS	イベント

ひよこクラブ誌・WEBタイアップで紹介した商品を、家電女優タレントを起用したインスタライブで配信・拡散。  
ライブの事前告知では、視聴者プレゼントがある旨を紹介して集客数UPを狙った。  
ライブでは、事前に一定期間商品を自宅で使っていたモニターママと家電女優タレントのかけあいで、実際の家電商品の動きや使い方を紹介。  
ライブの最後に視聴者プレゼントの応募パスワードを発表し、アプリの応募ページに誘導した。

### ▼展開内容

**雑誌タイアップ**

**WEBタイアップ**

**モニターママの体験・拡散**  
インスタライブ

**アプリ（まいたま）**

## たまひよソリューション事例：日用品トイレタリー

目的	認知	興味喚起	検索	行動	拡散	その他
展開媒体	雑誌	産院	WEB	APP	SNS	イベント

【目的】たまひよWEBの季節特集記事配信との連動で、回遊を促し、グッズの利用シーンの認知拡大と  
類似品ではない「マイクル」を名詞にするための商品理解促進・購入促進へつなげる  
【実施経路】たまひよWEBでのタイアップ、特設ページ・カード、関連季節特集記事の配信  
【タイアップ訴求ポイント】小さいお子さんがいる家庭では玄関～床のウイルス除去/掃除を簡単にできる  
マイクルのストロングが便利！と感染症が気になる季節に関連記事と同時に配信、各展開プラットフォームからブーストも！

### ▼展開内容

**感染症予防記事配信/記事一覧に特設バナー**

**たまひよWEBタイアップ**

**ブースト**

## たまひよソリューション事例：日用品トイレタリー

目的	認知	興味喚起	検索	行動	拡散	その他
展開媒体	雑誌	産院	WEB	APP	SNS	イベント

【目的】雑誌タイアップ+SNSオーガニック投稿を通して、トイレトレーニング文庫における「豆ひか」認知拡大と  
利用シーンの理解促進・購入促進へつなげる  
【実施経路】1才2才のひよこクラブタイアップ+たまひよインスタグラム、たまひよTwitterでのオーガニック投稿、ママズ動画  
【タイアップ訴求ポイント】トイレトレーニングを使って簡単ゴミバちまこ掃除ができることで、こまめに掃除をしたい  
トイレ時期のママ&パパお手助けグッズとして「豆ひか」を想起させる

### ▼展開内容

**【雑誌掲載】の信頼性担保/興味喚起**

1才2才のひよこクラブ雑誌タイアップ

**たまひよWEB&LINEでリーチ拡大**

たまひよWEB & LINE

**ママズ動画 & SNS投稿で拡散/SNS検索対策**

モデルをそろえて動画TU

mamatas

たまひよSNS

# 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：大西・麻生・樽見（たるみ）

直通電話：080-6760-4554

e-mail：[yoshitaru@mail.benesse.co.jp](mailto: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/>