

一番身近な SNS、LINE だからリアル お題をもとにグループトーク 「ワーキングママ LINE 調査」

リビング新聞グループの「くらし HOW 研究所」の協力のもと、ワーキングママへのマーケティング調査として、LINE のグループトークを活用するプランを用意しました。

基本的な実施方法は、10人の読者（ワーママ）に事務局から設問を投げ掛け、回答してもらうスタイルです。LINE ならではの手軽さが受け、一般的な座談会調査よりも、ママたちの本音が出やすいのがポイントです。互いの答えから会話も生まれ、思わぬ点で盛り上がることも。

料金や詳細につきましては、お問い合わせください。



「朝のスキンケア・メイクについて」の調査事例（実際のトーク画面）

【調査方法】

「LINE グループトーク調査」

【調査期間】2週間

【設問数の目安】

10問程度、写真投稿2回程度

【受託範囲】

調査企画・設計、対象者リクルート、モデレート、発言録作成、報告書作成、謝礼金用意

【対象人数】案件により応相談

【納品物】発言録、報告書

「ぎゅって」新広告企画のご案内 「ワーママあるある4コママンガ」企画

「ぎゅって Web」でも抜群の人気を誇るコンテンツが「子育てマンガ」。パツと読めて、「あるある」と誰もが共感できるエピソードが描かれているところが人気の秘密。そんな読者に親和性の高い「マンガ」を活用する、「ぎゅって」限定の特別広告企画を用意しました。

- 右ページは編集記事。商材に合わせ、ワーママの“あるある”シーンをマンガで描きます。その他読者から寄せられたコメント、お助けアイテムとして対象商品を紹介。
- 左ページは御社のペイドパブリシティやディスプレイ広告を掲載。商品やサービスをより詳細にアピールすることが可能です。



行事や季節に合わせた企画を用意しました 2月、3月配布号の営業企画 話題急上昇「イースター特集」も

小学校進学を控える親子に向けた塾特集、新たな行事として注目度が高まっている「イースター」特集、春休みに向けたレジャー特集を展開予定。編集記事の内容等については、随時お問い合わせください。

あんふあん	ぎゅって	申込締切	広告特集名	想定される業種・ジャンル
3月号 (2/9発行)	3月号 (2/20発行)	あんふあん 12/21(木) ぎゅって 1/9(火)	塾特集	学習塾など
春休み号 (3/9発行)	4月号 (3/20発行)	あんふあん 1/26(金) ぎゅって 2/7(水)	レジャー 特集	レジャーホテル、 遊戯施設など
			イースター 特集	食品、日雑など

当日の会場見学も可能です 「あんふあん春フェス 2018」 大阪は 1/28、東京は 2/4 開催

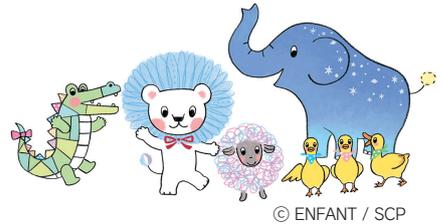


毎回多くの「あんふあん」「ぎゅって」の読者親子でにぎわうイベント「あんふあん春フェス」。2018年は、大阪が1/28(日)にハービス大阪で、東京は2/4(日)にベルサール新宿で開催予定です。各社のブースやステージで商品やサービスを直接アピールできる絶好の機会として、出展企業にも高く評価されています。当日の会場見学も可能です。

2017年
12月号

あんふあん・ぎゅって

マーケティングリポート
MARKETING REPORT



© ENFANT / SCP

「時短ライフ」
平日の夕食作り

平日の夕食準備にどのくらい時間がかかりますか？

準備に20分以下	4.0%
20分以上30分以下	24.0%
30分以上45分以下	5.3%
45分以上1時間以下	12.0%
1時間以上	54.7%

平日の夕食作りで困っていることを教えてください。

準備が面倒	72%
調理が面倒	60%
洗い物が面倒	60%
食材の買い出し	57%
お皿洗い	43%

平日の夕食作りで悩んでいることはいくつありますか？

1つ	28.0%
2つ	28.7%
3つ以上	43.3%

平日の夕食作りで困っていることはいくつありますか？

準備が面倒	72%
調理が面倒	60%
洗い物が面倒	60%
食材の買い出し	57%
お皿洗い	43%

平日の夕食作りで困っていることはいくつありますか？

1つ	28.0%
2つ	28.7%
3つ以上	43.3%

事例紹介 バルシステム生活協同組合連合会

内外からの反響をきっかけに、「時短」に特化した企画を活用

「買い物に行く時間がない」「毎日の献立を考えるのが憂うつ…」そんな働くママからの支持が高まっている、生協の宅配バルシステム。同会の担当者に話を聞くと、6月号に出稿した際、職員や組合員から「誌面を見た」との声があり、ぎゅっての認知度の高さを実感。その後、新商品「3日分の時短ごはんセット」のコンセプトとぎゅっての広告企画「時短企画」が一致していることから10月号にも出稿が決定しました。

ぎゅって10月号「時短企画」の誌面。右ページは読者アンケートを基にした、関連編集記事を展開

ぎゅって6月号誌面。1Pのペイドパブリシティフォーマットで、乳幼児を持つ家庭に向けた商品を紹介

読後アンケートより

- 夕食を考えずに済むように決めて送ってくれるのはありがたいサービスだと思います (29歳)
- 興味が有り、実際はどうか？とと思っていたので参考になりました (30歳)
- ただ単にサービスの紹介をするのではなく、毎日献立を考える時間や手間がかかるというデータも掲載されていて、みんな同じなんだと共感でき、ほっとした (37歳)

DATA FILE

Q.あなたの家庭では、食材宅配サービスを利用していますか？



「はい」と答えた人が45.1%と半数近くには、働くママにはうれしいサービスと言えます。サービスを提供する側も、子ども用の取り分けレシピが付いたセットや3日分食材をまとめて届けるセットなど、消費者のニーズに合わせた商品をラインアップ。

ただし、スマホで簡単に注文できたり、不在時の宅配に対応したりするなど、サービス面の細やかさも必要不可欠のようです。

※2017年8月7日～31日、Webアンケート
有効回答数：1187

INTERVIEW

「あんふあん」「ぎゅって」は、幼稚園・保育園の先生を通して保護者に配布されるメディアです。今回は、保育園の立場から「ぎゅって」を支持し、配布協力している理由を伺いました。

ーリニューアルした「ぎゅって」はいかがですか？

働く保護者のニーズをよく捉えている記事の内容に、毎回感心しています。さらに、親子のふれあいの時間が取れるような工夫もされていてとても好感が持てます。園で配布してほしいとお願いされる雑誌の中には、その先に販売やマーケティングに活用しよう、という意図が強く感じられるものもあるのですが、「ぎゅって」はその点、上手な作り方をしているなあ、と感じます。

ー「ぎゅって」にも企業広告が掲載されていますが。

それはこちらも理解しています。「ぎゅって」は、巻頭特集も含めて子育てに関する記事が多く掲載されており、広告とのバランスや内容も信頼できることとお配りしています。

ー「ぎゅって」が園に役立っているところはありますか？

保育園は、保護者にとって初めての社会参加の場でもあります。家庭だけでは経験できないような、園における良い刺激の一つとして、「ぎゅって」を手に入れることができる。保護者に、保育園通園のメリットの一つと感じてもらえたらうれしいです。

ー今後について、要望・期待することがあれば教えてください。

毎日忙しい保護者が、家庭でこの冊子を開いて読んでいる時は、きっと「ホットタイム」の時でしょう。スマホを見るよりも「ほっこり」とできるような内容がさらに増えるといいのかもしれません。

ーお話を伺ったのは
東京都民間保育園協会
副会長 長田朋久さん



ぎゅって営業新企画「ワーママLINEアンケート」「ワーママあるある4コママンガ」紹介 [裏面につづく](#)

広告事例や各種企画はこちらからご覧いただけます

<https://ad.sankeiliving.co.jp>

サンケイリビング新聞社
TOPページへアクセス