

～ママの実体験と、そのこえがママに伝播する～

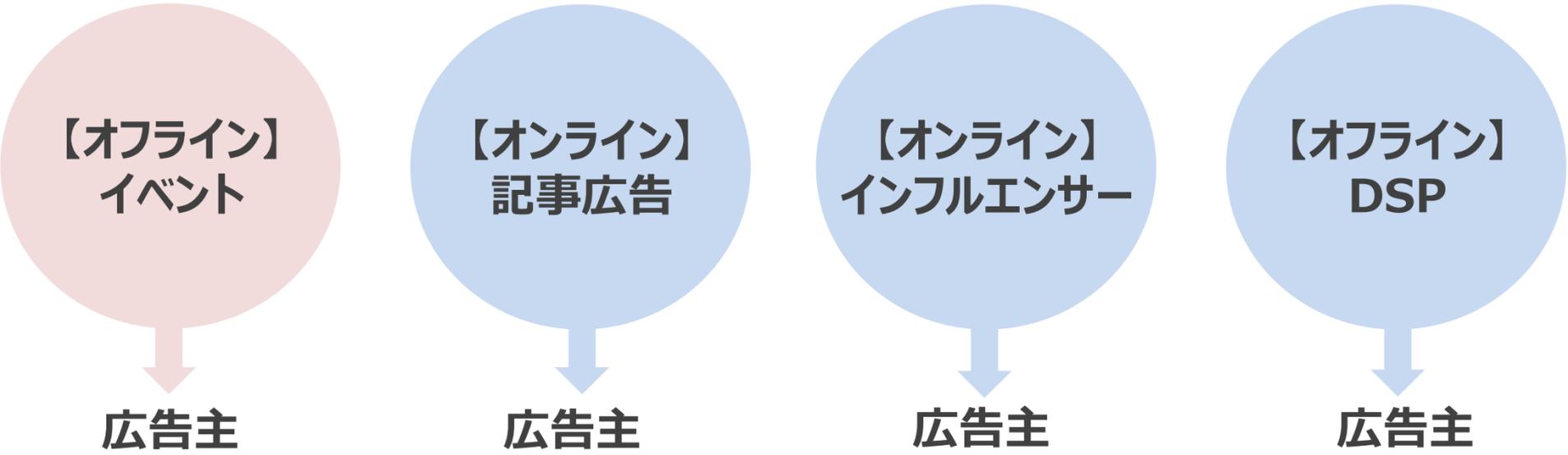
Share mom体験・拡散プラン

M3C | MIND SHARE
Mama
Marketing
Company

株式会社マインドシェア・ママ・マーケティング・カンパニー

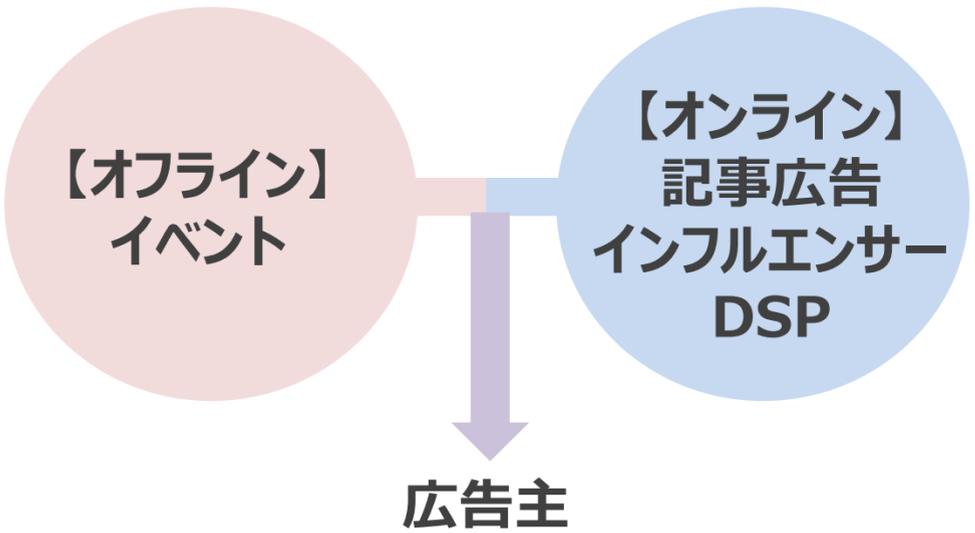
他社の子育て向け、ママ向けサービス

各サービスを単独で提供されており、連動したメニュー化がされていません。



M3Cが提供するサービス(MaMaReach solution)

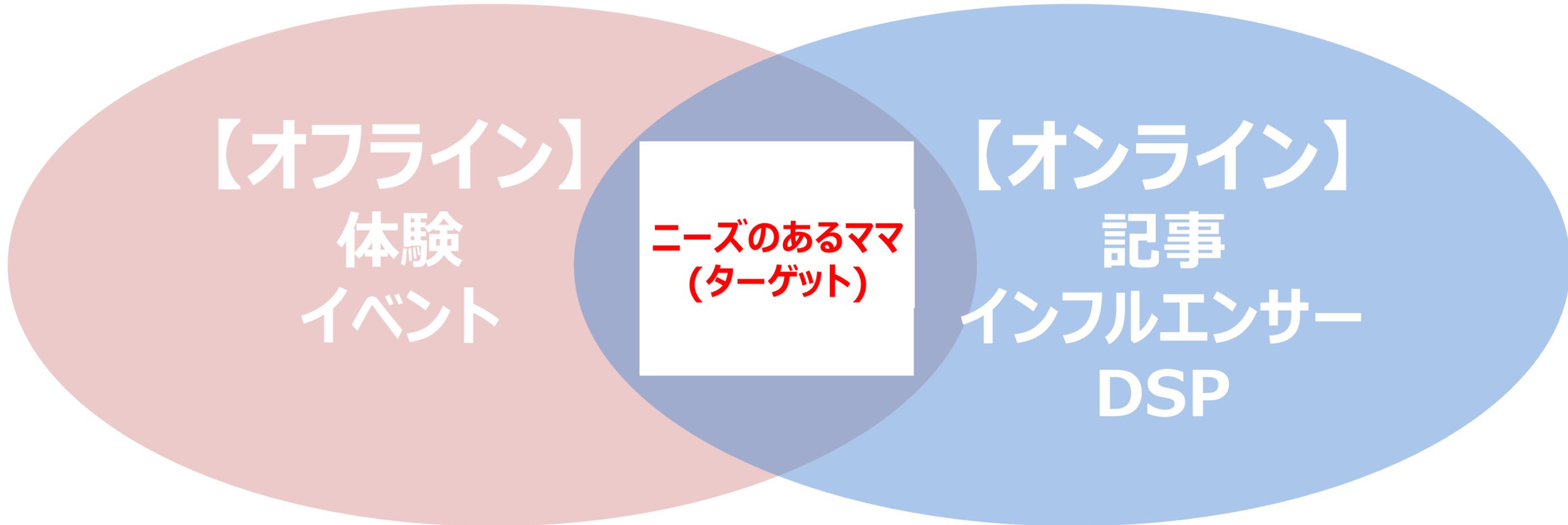
オフライン～オンラインまで連動したサービスを提供します。
イベントで体験したママのリアルな声を元に見込み顧客となるママヘアアプローチを可能にします。



オフラインでの体験から得たリアルな情報を起点に⇒オンラインで見込み顧客へのアプローチ
(興味喚起・認知拡大)

イベントでのリアルな体験を提供し、リアルな声を収集

ニーズのある(見込みとなる)ママへの認知拡大



5億UB3rdパーティデータ(ママノワDMP)を活用し、
潜在層～顕在層へリーチ

ママは“自身の体感” “自身に近い立場の人の情報” を重視し、行動を起こします。

【重要ポイント】ママの消費行動・時間の使い方意識調査結果

65% のママは“自分で体感した情報を最も信頼している”

61.8% のママは“自分と同じ立場の人が体感した情報や口コミを信頼している”

61.1% のママは“自分と同じ立場の人と悩みや情報を共有したい”

子育てママへのプロモーションには、**ママの“体験” とママの“発信”の強化が重要**

リアルなママの声を元に最適化したソリューションプラン

**“体験”した “ママの声”を起点に、
ターゲットとなるママの「興味喚起・認知拡大」を高める施策を提供します。**

● 精緻なターゲティング設定が可能

- ・ママ・子供の生年月日までDBに保有しているため最適な体験者抽出が可能
例)8月生まれかつ第一子で特定のブランドを使用しているママのような特定のターゲティング設定が可能

● ママから集めた声が拡散

- ・会員インフルエンサーの総フォロワー数が：10,000,000超え
- ・見込み顧客のDBとして5億UBの在庫があるため、子年齢を絞りSNSやDSPを通じて広くママにリーチが可能

● 口コミ記事がアーカイブ(二次利用)

- ・SNSでの口コミが記事としてメディア掲載され、商品ページとリンクすることで商品購入検討時に閲覧され購入の後押しとなる。

● 共感値の高さ

- ・インフルエンサーのエンゲージメント率は平均4~10%を推移
- ・エンゲージメント率最高23%

● 投稿のクオリティー管理

- ・案件参加するインフルエンサーに対しては、過去投稿内容とフォロワークオリティーのチェックを実施

● 実績件数

- ・ママに特化したモニター体験実績が年間200件以上

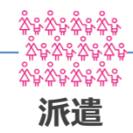
リアルなママの声を適切なママへお届け

「オフライン」

イベントでのリアルな体験機会をママに提供

精緻にターゲティングされたママの声を収集

share mom
【マインフルエンサー】
総フォロワー数1,000万以上



派遣

リアルな体験の場へ送客

弊社開催イベント

or

広告主様開催イベント

体験機会の提供：インフルエンサーをイベントに派遣。ママに直接アプローチ

「オンライン」

ニーズのある(見込みとなる)ママへの認知拡大

集めた声が拡散&アーカイブ(二次利用)

SNS配信



Instagram/Facebook/
Twitterで拡散

記事配信/動画配信

ママノワ
mamanowa
【声を記事化】
会員5.5万人へ発信

拡張配信

MaMaReach DSP
MaMaReach SNS
SNS/記事のオーディエンス拡張によって
ニーズのあるターゲットへ拡張配信



5億UB

広告運用：リアルで取得した情報を見込み顧客へリーチ

ママが商品・サービスを直接試せる⇒認知・理解を促進



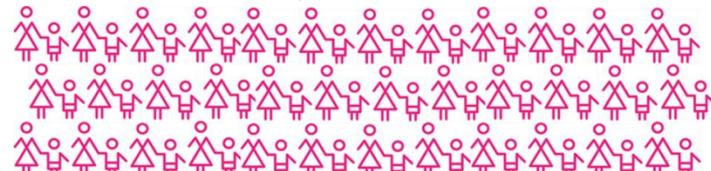
ママターゲット

(オンラインでの訴求の元となる情報を収集・分析)

体験したママの声を元に
ニーズのあるママへ発信

ママの投稿のエンゲージメント率が
平均4~10%

SNS+メディア+記事の拡張配信



ニーズ(見込み)のあるママターゲット

オフラインでのリアルな情報を起点に⇒オンラインで見込み顧客へのリーチ
(興味喚起・認知拡大)

約20名のママをアンバサダーとして3ヶ月にわたり、商品・サービスの情報を発信・拡散⇒ブランドアンバサダー化



- メリット①：1ヶ月ごとにママノレビュー記事、タイアップ記事の最新版がストックされアーカイブされます。
- メリット②：継続的に取り組むことにより、アンバサダー自身の商品・サービスへの理解度が向上、発信力や影響力の向上が期待できます。
- メリット③：一過性ではなく、投稿やアーカイブされた記事に対する反応を集計・分析し、PDCAを回すことで効果の最適化が図れます。



3ヶ月間継続的にPDCA
情報拡散～効果の最適化

体験 > SNS投稿 > 口コミレビュー記事掲載 & タイアップ記事 > 拡張配信

総リーチ数：約5,500,000リーチ

イベントや店頭ヘインフルエンサーを派遣

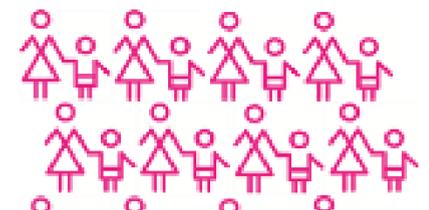
参加者SNS投稿

ママノワ レビュー記事

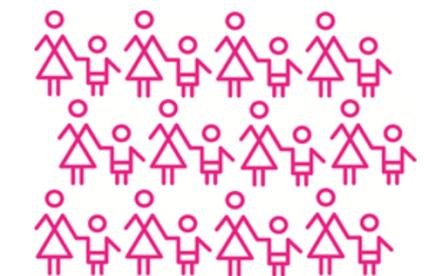
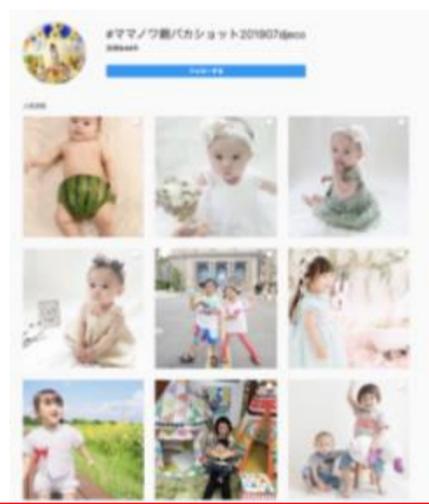
ママノワ タイアップ記事

MaMaReach拡張配信

Share momインフルエンサー



50名
約360,000フォロワー



ターゲットとなるママ

standardプランに比べ、リーチ数が大幅にアップ 派遣インフルエンサー数、合計フォロワー数は、約5倍

体験

■ 弊社主催開催イベントでのブース出展



または、

■ 広告主様開催イベント、体験会、セミナーなど

弊社開催のイベントのブース、または、広告主様開催のイベント等に Share momインフルエンサーをアサインし、実際に体験して頂く。



イベントで実際に体験したShare mom インフルエンサーがInstagramなどSNSで投稿



会員約5.5万人のママノワにてレビュー記事とタイアップ記事をアーカイブさせます。記事がストックされていきます。



5億UB3rdパーティデータ(ママノワDMP)を活用し、子年齢、ママ年齢セグメントで潜在層～顕在層へリーチ。

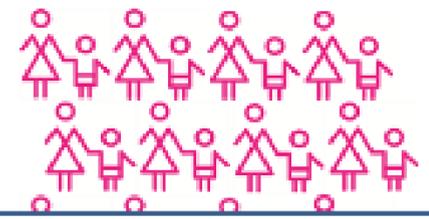
Confidential

体験 > SNS投稿 > 口コミレビュー記事掲載 & タイアップ記事 > 拡張配信

総リーチ数：約1,900,000リーチ

イベントや店頭ヘインフルエンサーを派遣

Share momインフルエンサー



10名
約70,000フォロワー

体験

■ 弊社主催開催イベントでのブース出展

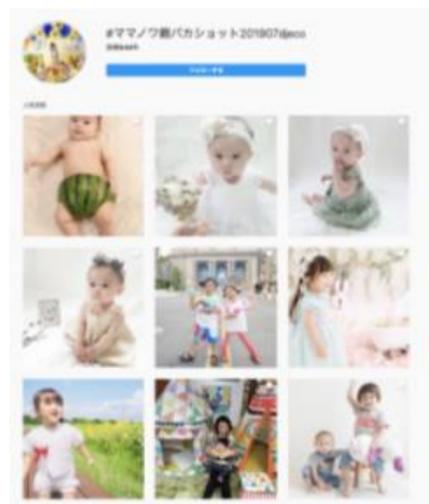


または、

■ 広告主様開催イベント、体験会、セミナーなど

弊社開催のイベントのブース、または、広告主様開催のイベント等に Share momインフルエンサーをアサインし、実際に体験して頂く。

参加者SNS投稿



イベントで実際に体験したShare momインフルエンサーがInstagramなどSNSで投稿

ママノワ レビュー記事

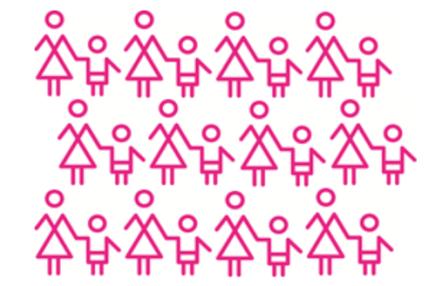


会員約5.5万人のママノワにてレビュー記事とタイアップ記事をアーカイブさせます。記事がストックされていきます。

ママノワ タイアップ記事



MaMaReach拡張配信



ターゲットとなるママ

5億UB3rdパーティデータ(ママノワDMP)を活用し、子年齢、ママ年齢セグメントで潜在層～顕在層へリーチ。

実体験に基づいたファクト／記事のストック／情報の拡散／見込み顧客へのリーチ

メニュー	Share mom体験・拡散プラン standard	Share mom体験・拡散プラン premium	Share momママアンバサダープラン
	約10名のママが商品・サービスを体験をし、 ママの声を活用し情報拡散	約50名のママが商品・サービスを体験をし、 ママの声を活用し情報拡散	約20名のママをアンバサダーとして3ヶ月にわたり、 商品・サービスの情報を拡散
実施料金	350万円 (税別・グロス)	550万円 (税別・グロス)	1,000万円 (税別・グロス)
実施回数／期間	各メニュー1回 実施期間：約30~45日	各メニュー1回 実施期間：約30~45日	各メニュー3回 実施期間：約90~105日
想定総リーチ数	約1,900,000 リーチ	約3,000,000 リーチ	約6,300,000 リーチ <small>※3回実施した合計数値</small>
弊社開催イベント  	ブース内でママに直接体験 アンケート取得／サンプリング／申込み／入会など	ブース内でママに直接体験 アンケート取得／サンプリング／申込み／入会など	ブース内でママに直接体験 アンケート取得／サンプリング／申込み／入会など
ママインフルエンサー派遣／SNS配信   	【参加インフルエンサーのフォロワー合計数】 約70,000 フォロワー	【参加インフルエンサーのフォロワー合計数】 約360,000 フォロワー	【参加インフルエンサーのフォロワー合計数】 約420,000 フォロワー <small>※3回実施した合計数値</small>
記事配信／動画配信 	記事掲載(掲載面：レビューページ) タイアップ記事(10,000PV保証) 体験後のママの声の記事によってアーカイブされます。	記事掲載(掲載面：レビューページ) タイアップ記事(10,000PV保証) 体験後のママの声の記事によってアーカイブされます。	記事掲載(掲載面：レビューページ) タイアップ記事(30,000PV保証) 体験後のママの声の記事によってアーカイブされます。 <small>※3回実施した合計数値</small>
コンテンツ二次利用 	利用可能期間：1年間 ママから上がってきた声のテキスト、 写真等二次利用が可能	利用可能期間：1年間 ママから上がってきた声のテキスト、 写真等二次利用が可能	利用可能期間：1年間 ママから上がってきた声のテキスト、 写真等二次利用が可能
拡張配信 	想定CL数：4,000~6,200cl 消化期間：約1ヶ月	想定CL数：5,000~7,700cl 消化期間：約1ヶ月	想定CL数：10,000~15,000cl 消化期間：約3ヶ月 <small>※3回実施した合計数値</small>

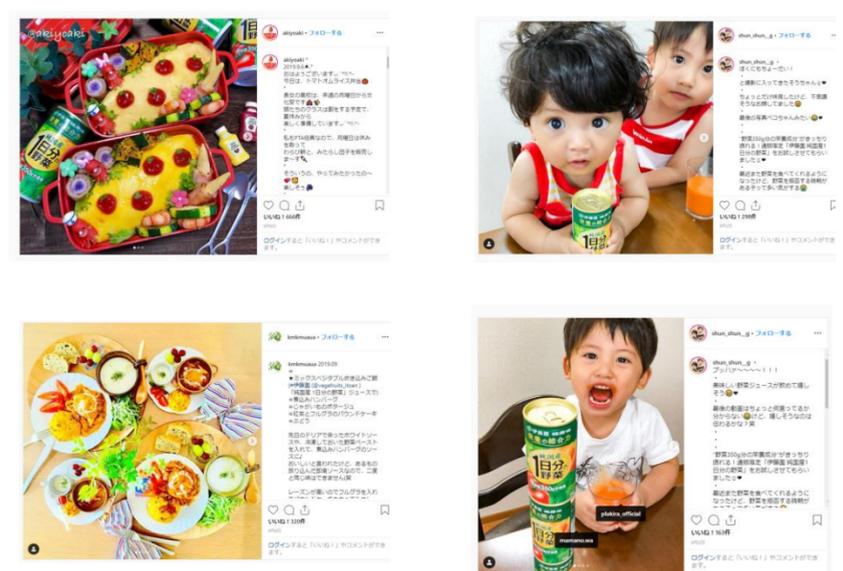
実績紹介

定員40名のイベントに600名超の応募を達成

- 内容
 - 【実施内容】 認知度が低い通販商品の原材料である野菜を栽培する、自社農園での収穫祭への集客。
 - 【施策内容】 商品体験 & 口コミSNS投稿、口コミをまとめたタイアップ記事掲載
 - 【実施期間】 2019年8月20日～9月30日

■ 実施内容 & 成果詳細

イベント認知拡大：SNS10万リーチ超 & 口コミ記事へ9,000UU超



・参加人数	: 20名
・リーチ数	: 105,001
・エンゲージメント	: 6,122(いいね+コメント)
・エンゲージメント率	: 5.8%

ママノ 口コミ記事



・PV	: 14,757
・UU	: 10,483
・クリック数	: 1,090
・CTR	: 7.38%

「クライアント様からのご評価ポイント」

ママへのリーチ数

投稿クオリティ

投稿内容がSNSにて共感を得、エンゲージが5%を上回る

応募動機と商品特性から、「料理」「子ども」の投稿が多いママを選定

本商品を活用しママ自身が料理活用した投稿

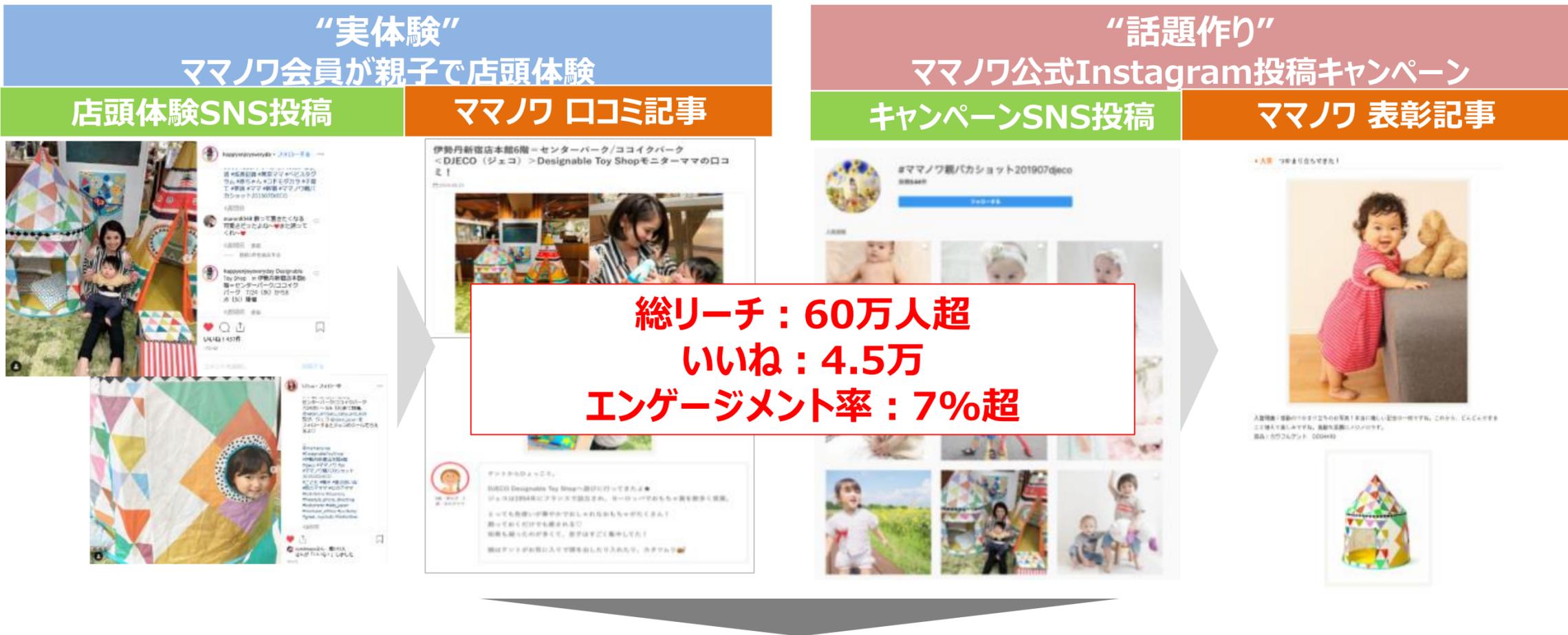
子どもが商品を飲むシーンの投稿

ママのライフスタイルが反映された投稿内容

投稿内容のエンゲージが高まりリーチ数がより伸長

認知度の低かったブランドへの話題急上昇！ 期間中の店頭集客に成功し、売上目標を達成！

- 内容 某百貨店の店頭イベントプロモーション
- 実施内容
 - 商品実体験 ママノワ会員のママインフルエンサーが店頭へ派遣し、親子で商品を体験⇒SNS投稿、ママノワ記事掲載
 - 話題づくり ママノワ公式SNSにて投稿キャンペーン実施⇒優秀作に商品をプレゼント⇒入賞作品をママノワ掲載
 - ママへの拡散強化 MaMaReach(子年齢セグメント×商圈エリアセグメント)広告配信



【実施成果の詳細】

- (企画参加)
 - ・店頭親子体験:3組 (応募者250名)
 - ・SNSキャンペーン投稿：約120名
- (SNS)
 - ・総リーチ数：648,063
 - ・エンゲージメント：45,406(いいね)
 - ・エンゲージメント率:7.2%
- (ママノワ記事)
 - ・PV:2,571
 - ・UU：2,348
- (成果)
 - ・売上商品数：約800点以上 (約1ヶ月間)

share momは、ママの実体験から生まれるエンゲージメントの高いコンテンツを発信しています。

- Point.1 インフルエンサー自身のInstagram内で配信するプロモーション
 - Point.2 ママノワを利用している情報感度が高く、発信力のあるインフルエンサーが集結
 - Point.3 ジャンルごと得意分野ごとに分類されている為、広告主に合ったインフルエンサーをアサイン
- 料理・グルメ ファッション 美容・コスメ お出かけ 育児・教育 家具、雑貨、家電

Share mom総フォロワー数：約 **10,000,000** フォロワー

3,000以上のフォロワー数を持つインフルエンサー：約 **800** 人

平均エンゲージメント率：約4~10%を推移

商品のみを発信するのではなく、ママ独自の発想の組合せやお子様が実際に使っているところと一緒に投稿することにより、高いエンゲージメント率につながっています。

■ 食品関連



エンゲージメント率：約10%



エンゲージメント率：約6%



エンゲージメント率：約4%



エンゲージメント率：約3%

■ 家電関連



エンゲージメント率：約7%



エンゲージメント率：約4%

■ こども向け商品



エンゲージメント率：約3%



エンゲージメント率：約5%



エンゲージメント率：約5%



エンゲージメント率：約7%



エンゲージメント率：約12%



エンゲージメント率：約10%

【子年齢0～3歳を主なターゲットとしたイベント】

BABY&KID's FESTA/こそだてMIRAIフェスタ

マインドシェア主催の元地域ごとに活動しているママコミュニティーよりコンテンツ協力・告知協力を頂き開催しております。イベントに来場したママへの直接アプローチを可能にします。

 FUTAKO TAMAGAWA rise 二子玉川ライズ  約8,000人規模	 TOKYO Salamachi 東京ソラマチ  約4,000人規模	 Ario アリオ アリオ亀有  約4,000人規模	 Queen's Square クイーンズスクエア横浜  約3,500人規模
--	---	---	---

BABY&KID's FESTAではお客様がイベント全体を回遊頂けるよう、イベント内では様々なコンテンツやママにオトクや有益な情報提供する協賛企業ブースを用意しております。

■コンテンツ紹介

<p>スタンプラリー</p>  <p>ブースを回ってスタンプを集めると、抽選会に参加できるスタンプラリーを実施。会場内のブース回遊を高めます。</p>	<p>ワークショップ</p>  <p>季節に合わせた様々なものづくり体験や思い出や形に残るワークショップをご用意し、会場内の滞留時間UPにつなげます。</p>	<p>ステージイベント</p>  <p>地元のダンススクールによるステージイベントを実施。観覧目的の方や、出演者の保護者様の来場が見込まれ、来場者の増加につなげます。</p>	<p>協賛企業ブース (不動産/食材宅配/保険/教室/水/化粧品)など</p>  <p>ブース内では、体験、試飲試食、抽選、アンケート回収、サンプリングなどを展開し、来場者のママさんたちへお得で有益な情報を発信し、会場内を盛り上げて頂きます。</p>
--	---	--	---

■出展企業例

<p>不動産系</p>  <p>成果地点：アンケート回収 手法：アンケート協力頂けるとヨーヨープレゼント 結果：アンケート回収数約450件 サンプリング配布数約500個</p>	<p>教材系</p>  <p>成果地点：アンケート回収 手法：アンケート協力頂けるとくじ引きが出来る⇒デズニグッズのプレゼント 結果：アンケート回収数約450件 サンプリング配布数約500個</p>	<p>食材宅配系</p>  <p>成果地点：入会 手法：ジュースやプリンなどの試飲・試食 結果：サンプリング配布数300個 入会25件</p>	<p>保険系</p>  <p>成果地点：アンケート回収 手法：アンケート協力頂けるとサイコロ⇒おもちゃのプレゼント 結果：アンケート回収数約200件</p>
--	--	---	---

【4～6歳(未就学児～園児)を主なターゲットとしたイベント】

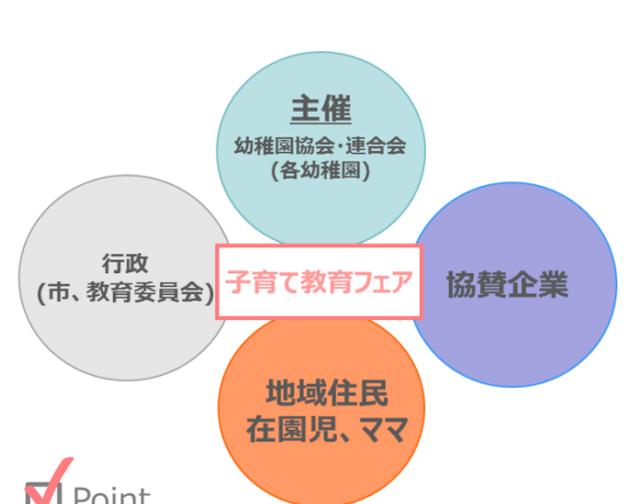
子育て教育フェア

私立幼稚園協会・連合会主催の元、各園のPRや先生と一緒に工作体験ブースなどを展開しております。イベントに来場される在園児や未就園児のお子さまや保護者の方々への直接アプローチを可能にします。

 横須賀市私立幼稚園協会 横須賀学院小学校  約4,000人規模	 新宿区私立幼稚園連合会 新宿中央公園  約4,000人規模	 立川市私立幼稚園協会 立川サンサンロード  約30,000人規模
--	--	---

子育て教育フェアは、「子育て・教育の重要性」を地域住民に伝えるとともに**地域の活性化**に貢献するイベントです。市区町村ごとに組織されている「私立幼稚園協会・連合会」とタッグを組み、**行政(区や市、教育委員会)に後援**に入っています。

■子育て教育フェア構成図



■昨年実績

横須賀	【主催】横須賀市私立幼稚園協会 【来場者数】 約3,500人(1開催あたり) 【会場】 横須賀学院小学校 【参加園数】 24園(協会加盟園全30園中) 【総開催数】 8回(年1回開催)
新宿	【主催】新宿区私立幼稚園連合会 【来場者数】 約4,000人(1開催あたり) 【会場】 新宿中央公園 【参加園数】 9園(連合会加盟園全9園中) 【総開催数】 6回(年1回開催)
立川	【主催】立川市私立幼稚園協会 【来場者数】 約30,000人(1開催あたり) 【会場】 立川駅北口サンサンロード 【参加園数】 11園(協会加盟園全11園中) 【総開催数】 17回(年1回開催)

✔ Point 「見る、聞く、触る」など、子どもたちが**直感的に楽しめる!** 子どもと子育て世代が主役のイベント。

✔ Point 子育て世代に、子育て教育と合わせて、**交通安全PRや火災PR、救命講習**なども実施のイベント。

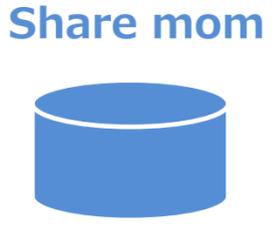
share mom(シェアママ)は、

子育てママに特化したインフルエンサーマーケティングサービスです。
ママノワ会員で活躍している様々なジャンルに特化した子育てママインフルエンサーをご要望に応じてアサインが可能となります。

- Point.1 インフルエンサー自身のInstagram内で配信するプロモーション
- Point.2 ママノワを利用している情報感度が高く、発信力のあるインフルエンサーが集結
- Point.3 ジャンルごと得意分野ごとに分類されている為、広告主に合ったインフルエンサーをアサイン



会員数：5.5万人



ママノワ会員でモニター企画に積極的に参加している
発信力のあるママインフルエンサーを抽出

Share mom総フォロワー数：約 **10,000,000** フォロワー

3,000以上のフォロワー数を持つインフルエンサー：約 **800** 人

■ ジャンル

料理・グルメ



美容・コスメ



育児・教育



ファッション



お出かけ



家具、雑貨、家電



ママノワは、「ママの参加体験型コミュニティ」です。

イベントに率先して参加するアクティブママが集まる、“ママの体験”を促進する参加型サイト。
DMPを実装し、イベントやモニターに参加したママをデータ連携。

■ 媒体規模

月間PV数 約**400,000**PV
 会員数 約**55,000**人
 月間会員増加数 約**3,000**人

■ 掲載情報例

イベント情報



ママノワトップ > BABY&KID's FESTA @ 2017 東京ソラマチ* 5F「スペース634」!
8月31日(木)開催情報♪

親子で楽しめるワークショップや子育てに役立つ情報など、参加体験型子育て応援イベント。

モニター体験



ママノワトップ > 商品モニター・プレゼントキャンペーン > モニター > 牛乳石鹸キュービーベビーシリーズ「ベビーせっけん&全身ベビーソープ」モニター募集!

ママに支持されるロングセラー商品、赤ちゃんのスキンケアといえは!

ママの体験レビュー



ママノワトップ > ママの商品レビュー > 夏の必需品ハイテクタオル「ミズノハイドロ銀チタン*タオル」モニターママのロコミ

子どもが小さいとき、何枚あっても困ることがなかったのがタオルです。ハンカチがわりに、汗ふきに、スタイとして使用したり、お昼寝のときはシーツが

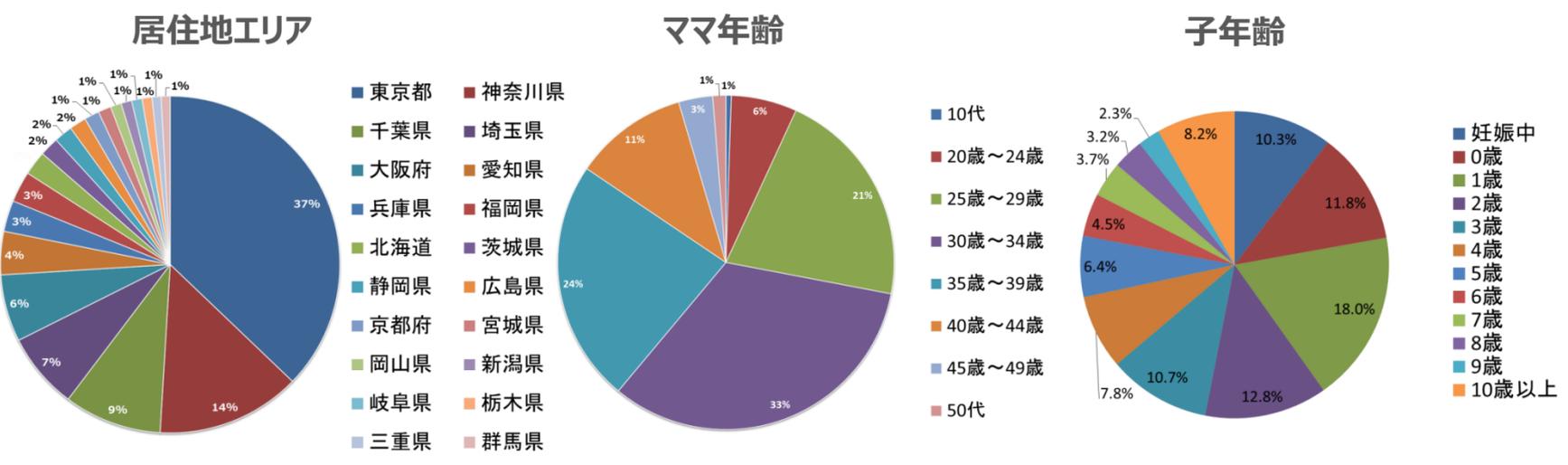
座談会記事



ママたちに聞きました! 赤ちゃんのスキンケア、どうしてる??

赤ちゃんの肌トラブルで困ったことはありませんか? 赤ちゃんの肌は生まれたときから大人と違ってデリケートで、赤ちゃんの肌を清潔に保つことが大切です。また、肌には保湿も大切です。赤ちゃんの肌を清潔に保つためには、赤ちゃん用のスキンケア用品を使うことが大切です。

■ ママノワ会員全体の属性データ



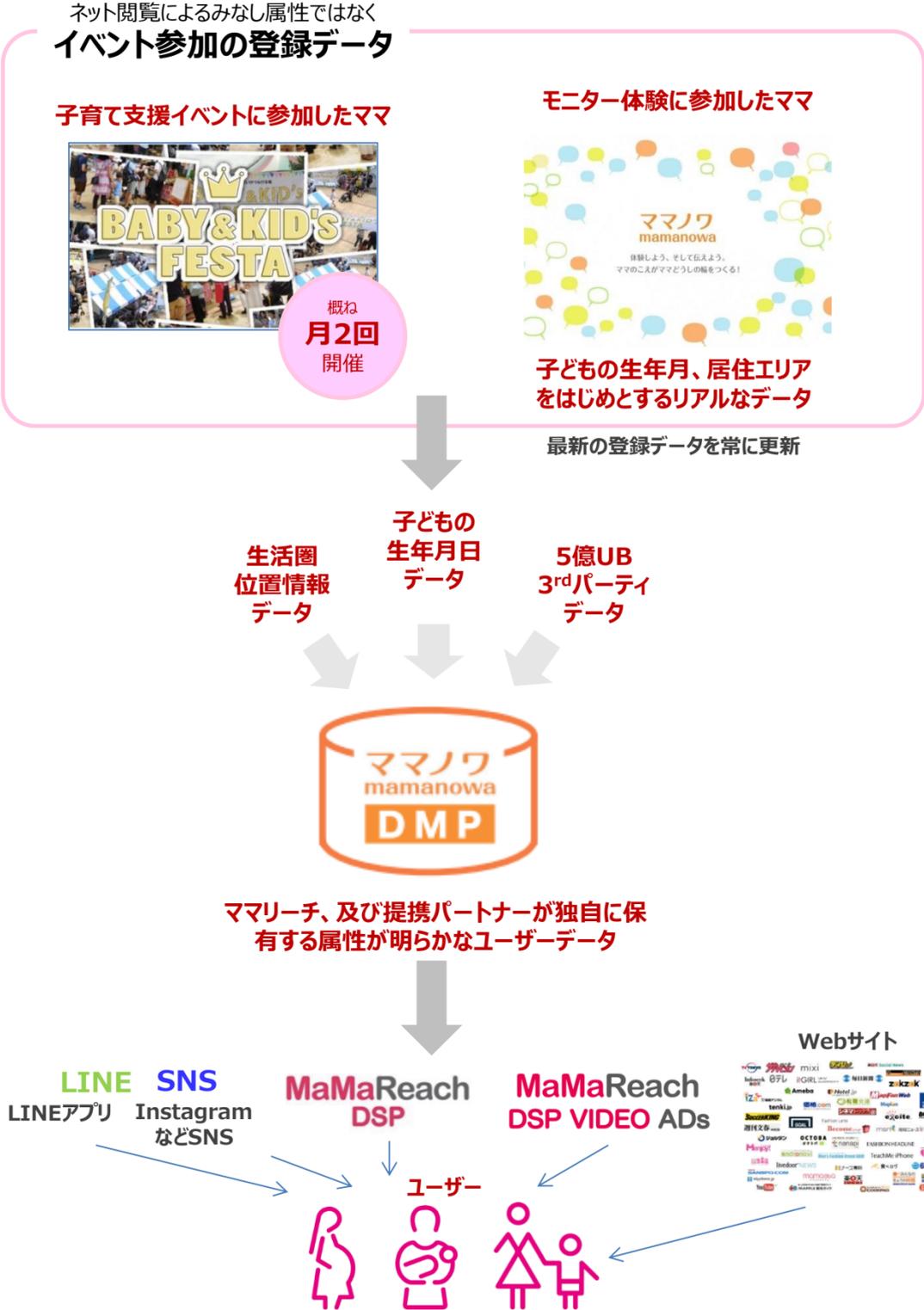
BABY&KID's FESTAの開催が1都3県に集中していることから、全体の60%以上が1都3県に在住の方で占めています。

ママ年齢は25~39歳が80%となり、30代が全体の57%。(F1層、F2層が半数ずつ占めています。)

0~3歳が全体の約53%を占めています。また、2~5歳は偏りがなく比較的均等に分散しています。

「体験」を通じてママ⇔企業様の相互理解を創出

MaMaReachは信頼性の高い独自の登録データをもとに“子年齢”“体験”“エリア”でセグメントした子育てママを、LINEなどSNSや、ママと親和性の高いメディアでターゲティング。



MaMaReach “SNS”

子育て中のママの子年齢にフォーカスしてSNSでの配信を実現



- 基本セグメント
- 子育てママである
 - 子年齢
 - 妊娠中
 - イベント参加
 - モニター参加・レビュー閲覧

SNS広告掲載イメージ

各SNS内の掲載面にてターゲティングしたママに広告表示いたします。



配信プラン

メニュー	Instagram / Facebook / Twitter
配信面	各SNS広告掲載面
配信ユーザー	案件に応じてセグメント可能
配信デバイス	Smart Phone
配信期間	案件に応じて設定します
フォーマット	静止画 / 動画
課金形態	各SNS規定による
レポート	Imp数、click数、CTR、CV、CVR、CPA
お申込み期限	別途お問い合わせください

動画掲載可能

動画を活用し、より分かりやすくサービス内容を訴求できます。

※掲載料金につきましては、随時お見積いたします。

リアルな場でターゲットとなるママにピンポイントでアプローチ

アンケート回収⇒100件/日以上

サンプリング配布⇒ 200件/日以上

入会契約⇒ 15件以上/日以上

BABY&KID's FESTA

不動産系企業

サンプリング 200件/日 アンケート回収 100件/日 契約 3件/日

保険系企業

アンケート回収 200件/日 資料請求 10件/日

食材宅配系企業

入会契約 30件/日 試飲試食 200件/日

教材/教室系企業

サンプリング 300件/日 アンケート回収 130件/日 体験予約 40件/日

こそだてMIRAIフェスタ

コスメ系企業

サンプリング 80件/日 来店予約 50件/日

保険系企業

アンケート回収 52件/日 面談予約 7件/日

食材宅配系企業

入会契約 15件/日 試飲試食 60件/日

教材/教室系企業

サンプリング 80件/日 資料請求 3件/日 体験予約 25件/日

子育て教育フェア

不動産系企業

サンプリング 350件/日 アンケート回収 250件/日 契約 4件/日

保険系企業

アンケート回収 200件/日 面談予約 30件/日

食材宅配系企業

入会契約 20件/日 試飲試食 100件/日

教材/教室系企業

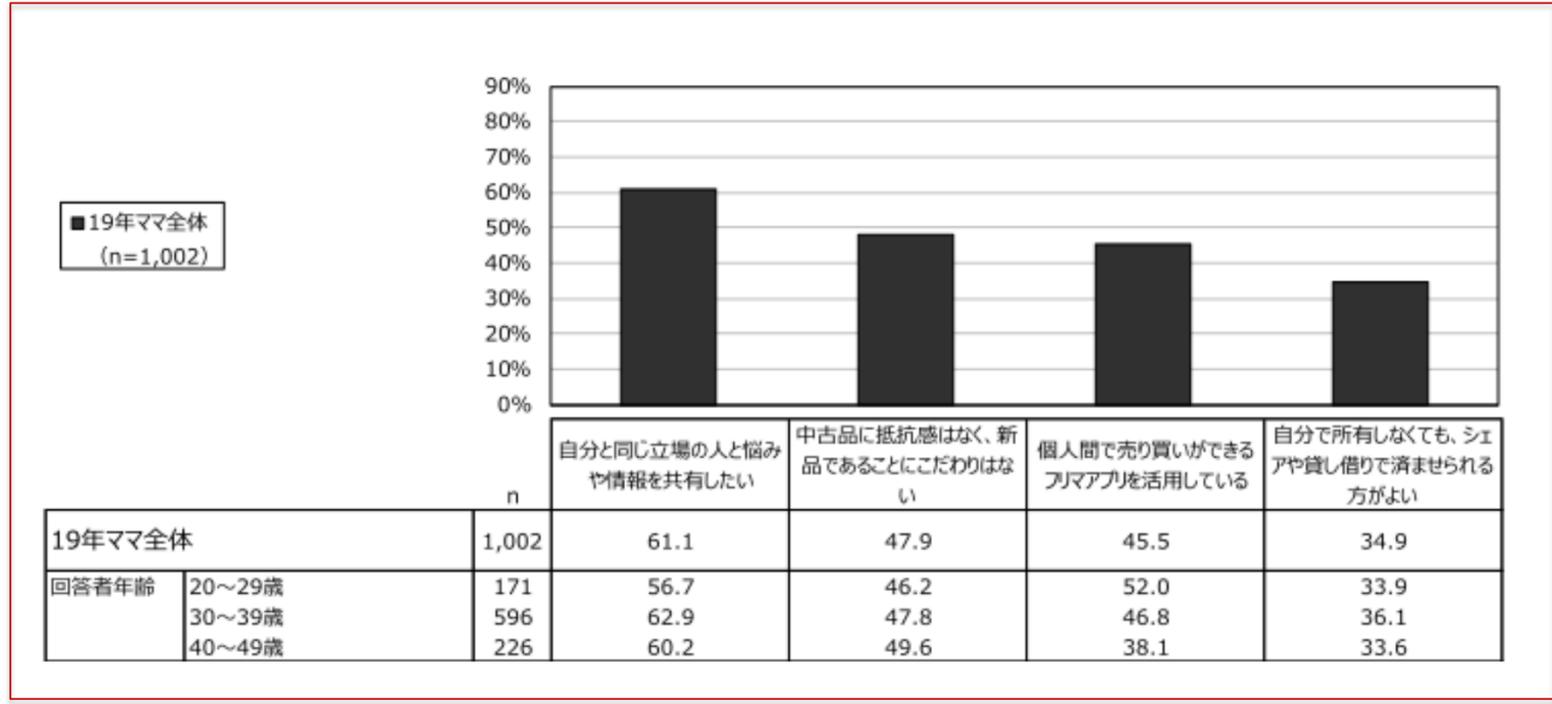
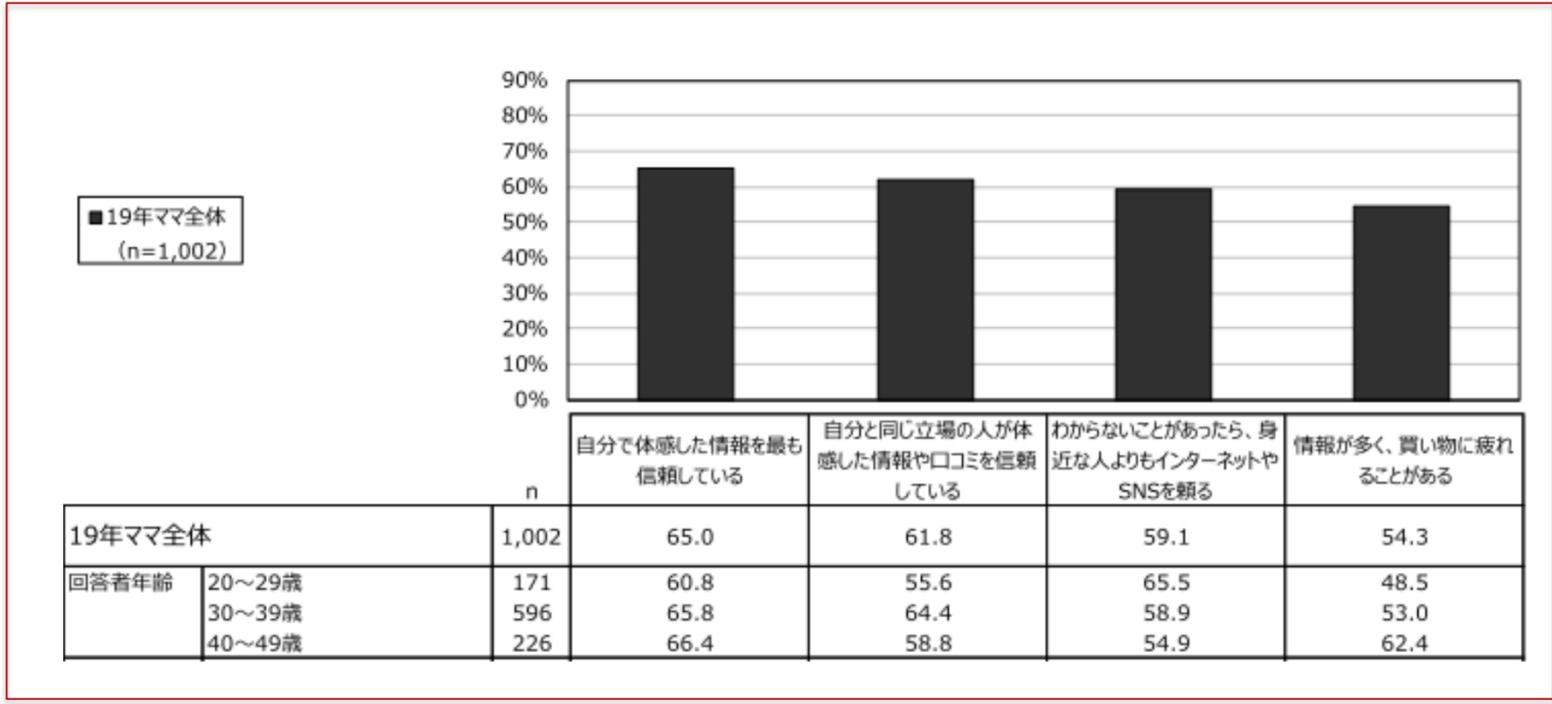
アンケート回収 230件/日 資料請求 75件/日

ママは“自身の体感”を重視し、ママのクチコミを信頼し、行動を起こす

ママは、消費購買行動における情報収集において、
 「自分で体感した情報」を最も信頼しており、「自分と同じ立場の人が体感した情報や口コミ」を信頼している。
 そして、世代問わず、同じ立場の人と情報をシェアしたいと思っている。

- 消費行動・時間の使い方意識 <情報収集>
 ママは“自分で体感した情報を最も信頼している”65%

- 消費行動・時間の使い方意識 <シェア意識>
 ママは“自分と同じ立場の人と悩みや情報を共有したい”61.1%



※参照元：「日本のママ白書2019年度版」より

だからこそ、

子育てママへのプロモーションには、ママの“体験”とママの“発信”の強化が必要となります。



会社名	株式会社マインドシェア・ママ・マーケティング・カンパニー
HP	https://www.mama-marketing.co.jp
所在地	〒108-0073 東京都港区三田3-2-8 Net2三田ビル6F
連絡先	TEL : 03-6823-1400 FAX : 03-5232-0586
mail	baby_kids_festa@mama-marketing.co.jp
設立	平成27年5月1日
取締役	代表取締役 : 今井 祥雅 取締役 : 川畑 博 取締役 : 大庭 広巳 取締役 : 坂本 航 取締役 : 安藤 裕樹