

ママと企業を結ぶクロスメディアで 子育てと自己実現を応援

リバティ・ハート「チルドリン」

実用性の高い子育て情報でママ層の人気を得て、その信頼度からリアルな場へと活動領域を広げてきたチルドリン。読者のニーズに丁寧に答えていくところから端を発したクロスメディアは、リアルな場でのママ層の自己実現と企業のプロモーションをコーディネートしている。



チルドリンのキャラクター「こたろう」。子どもにも人気が高く、編集部にはイラストもたくさん送られてくるといふ。

チルドリン表紙。両開きになっており、右から開くと母親向け、左から開くと子どもと一緒に楽しめる内容になっている。



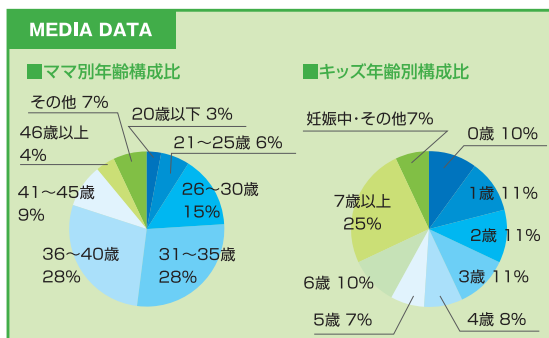
タイアップイベントの様子。親子で参加できるイベントは特に人気を呼んでいる。

役立つ情報と温かみのある 誌面でファンを育てる

「チルドリン」は、首都圏を中心に12万部を発行しているフリーマガジン。子育て中のママをコアターゲットに、読者のニーズに細かく応えた子育て情報を提供している。定期購読者約3000人に加え、発刊毎に約500人の新規定期購読申し込みが来ており、読者を順調に増やしている。

同誌では子どものしつけや絵本の読み聞かせなど、子育てに役立つ情報を紹介。情報の専門性は維持しながらも実務的になりすぎないよう、チワワのキャラクター「こたろう」を登場させ、ターゲットである親子に訴求する。こたろうの人気は特に高く、グッズ化の声が多く寄せられた。また、編集部には読者が自作したオリジナルグッズやイラストも寄せられている。反響を得て同誌で制作したこたろうグッズはプロモーションに利用するとレスポンスが高くなるだけでなく、グッズをきっかけとした口コミも生まれた。

同誌は家族の生活シーンで幅広く提供できるよう、レジャースポット、ドラッグストアのラック設置のほか、児童館や小学校などでの配布を行っている。また、子育て支援系NPO団体やママ同士の趣味のサークルなどで手配りされることもある。導入ドラッグストアでは顧客サービスの一環になっていると支持を得ており、育児用品を購入した顧客の袋と一緒に入れている店舗もある。



20代後半から30代の人気が高くなり、家庭や育児に多く時間をを使う就業前の子どもがいる専業主婦が多い。

メディア支持の高さを裏付けに リアルな場へ進出

メディアの支持の高さから、チルドリンは地域の子育てイベントにも招かれている。大井町の近隣地域が主催し、同誌が参加した「第一回品川子育てメッセ」では、全体で3500人を超す来場者を記録。また、同誌では出稿企業との誌面連動イベントを独自で企画している。こちらは50人~100人からなる大規模なママサークル単位での参加も多く、好評を博している。

このようなイベントの人気を受け、チルドリンでは8月8日、品川区大井町に「アトリエ★チルドリン」をオープン。ママたちが気軽に集うことができるサロンを目指し、クラフトや英語の教室、ママ層が自由に出席できる週末ギャラリーなどの企画を予定している。こうしたママ層の自己実現や子育ての企画

に対し、チルドリンでは企業協賛のコーディネートを行う。同誌では企業に支援してもらえることがママ層の喜びにもつながると考えている。同時にグループミーティングやサンプリング、アンケートの場にも活用していきたい考えだ。

「アトリエにママが集うことで地域の活性化につながりますし、企業はママを通じて質の高いエリアプロモーションを行うこともできます。ママという切り口で地域と企業をコーディネートする媒体として、今後も続けていきたいですね」と同誌を発行するリバティ・ハート代表の蒲生美智代氏は語った。

●お問い合わせ
株式会社リバティ・ハート
東京都品川区東大井5-16-2キルロイビル4F
TEL.03-3458-8501
URL: <http://www.libertyheart.com/>
<http://www.child-rin.com/>