



アッパーマス層380人に聞いた！



子育て世帯の 海外旅行に関する動向調査

 KIDSNA[®]STYLE



CHAPTER

01

子育てママへ情報発信する際の タッチポイント動向調査

富裕層ママ553人へのアンケート結果

02

子育て世帯の海外旅行に 関する動向調査

富裕層ママ380人へのアンケート結果

03

KIDSNA STYLEについて

メディアの特徴や読者層

調査概要

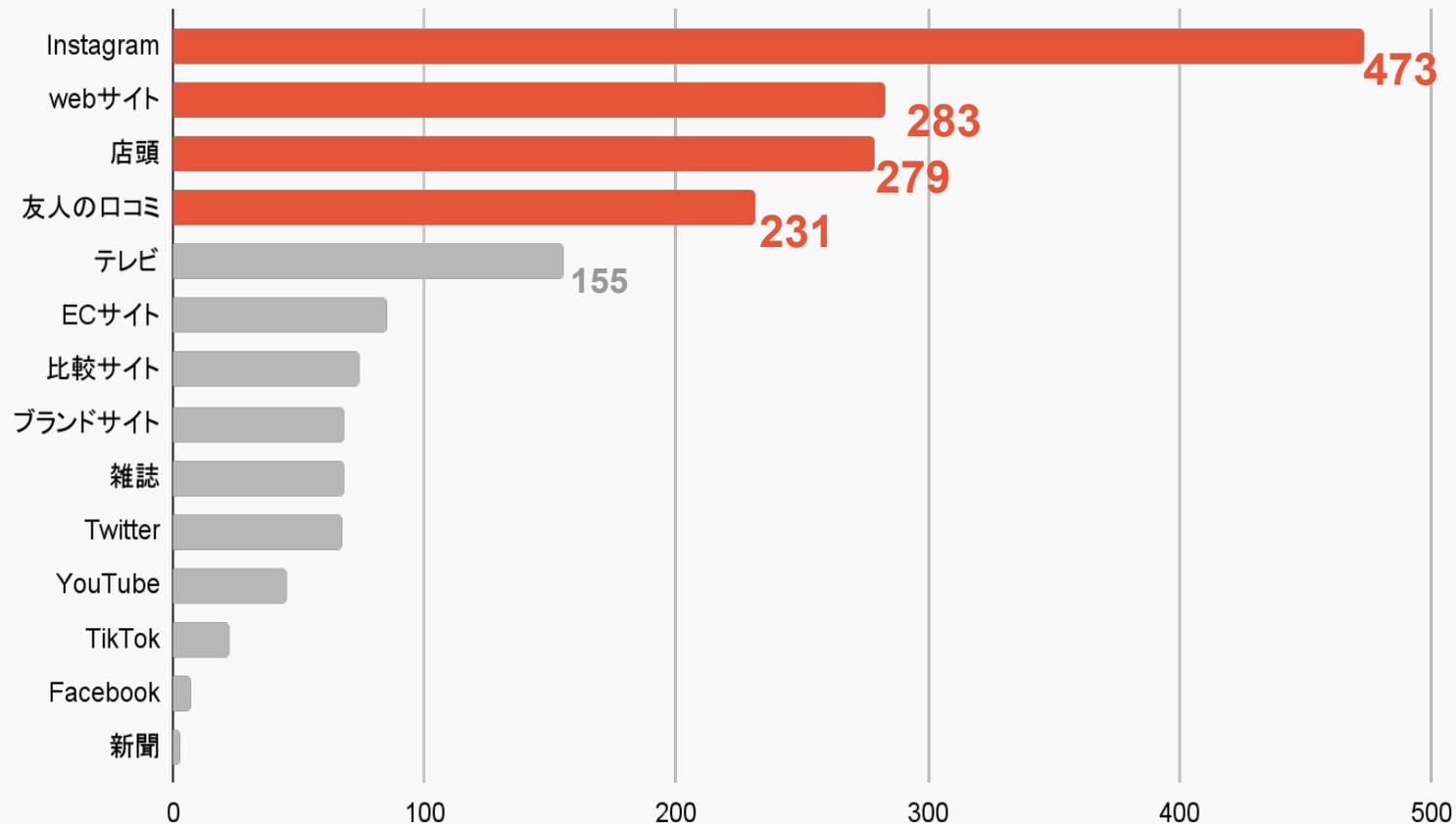
- 調査対象者: KIDSNAアンバサダー
- 調査期間: 2023年5月16日～6月12日
- 調査方法: インターネット調査
- 回答件数: 553件



Q 商品やサービスをどこで知ることが多いですか？

Instagram が圧倒的1位
その後 **ウェブサイト、店頭、友人の口コミ** と続く

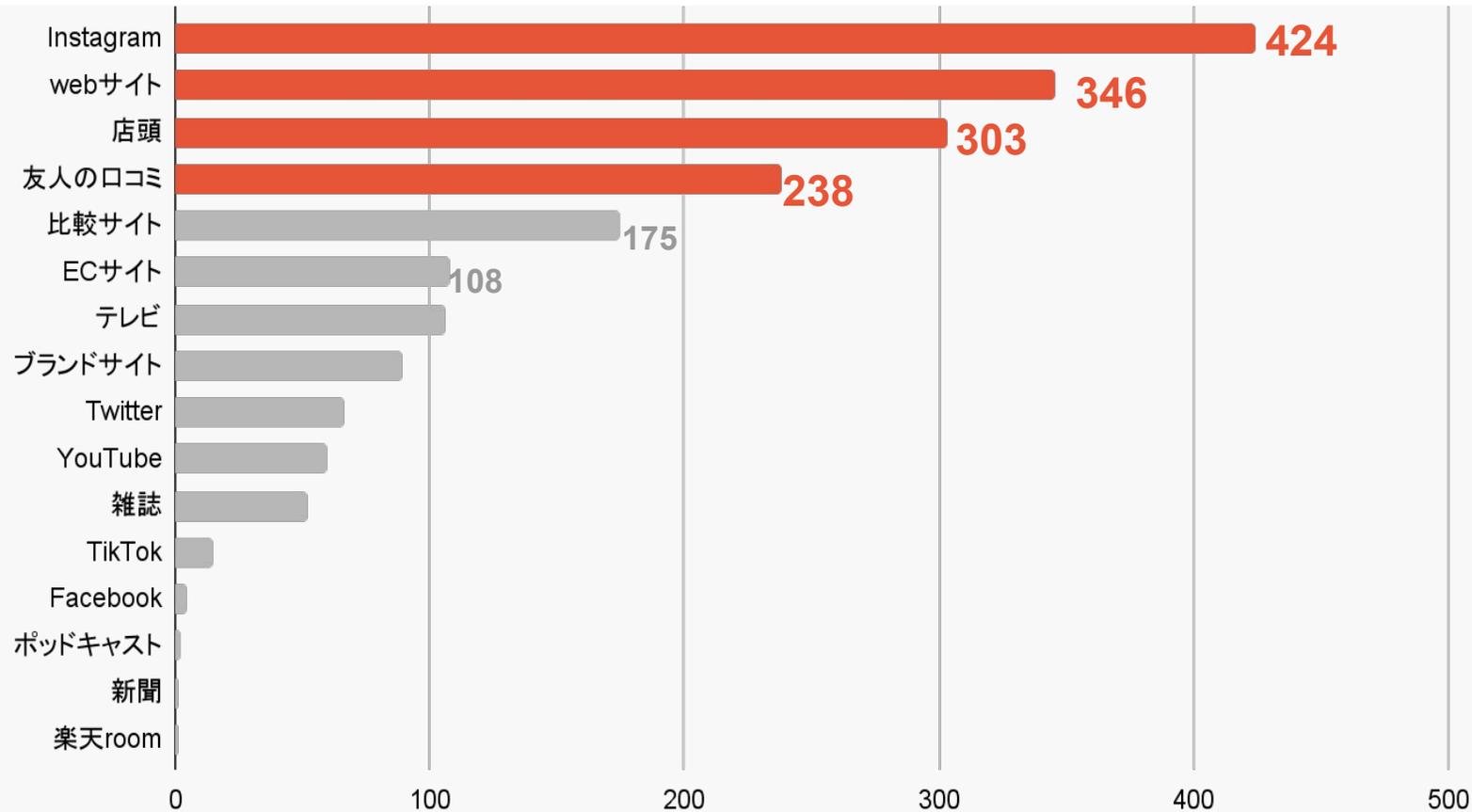
(複数選択可)
n=553



Q 商品やサービスをどこで比較検討しますか？

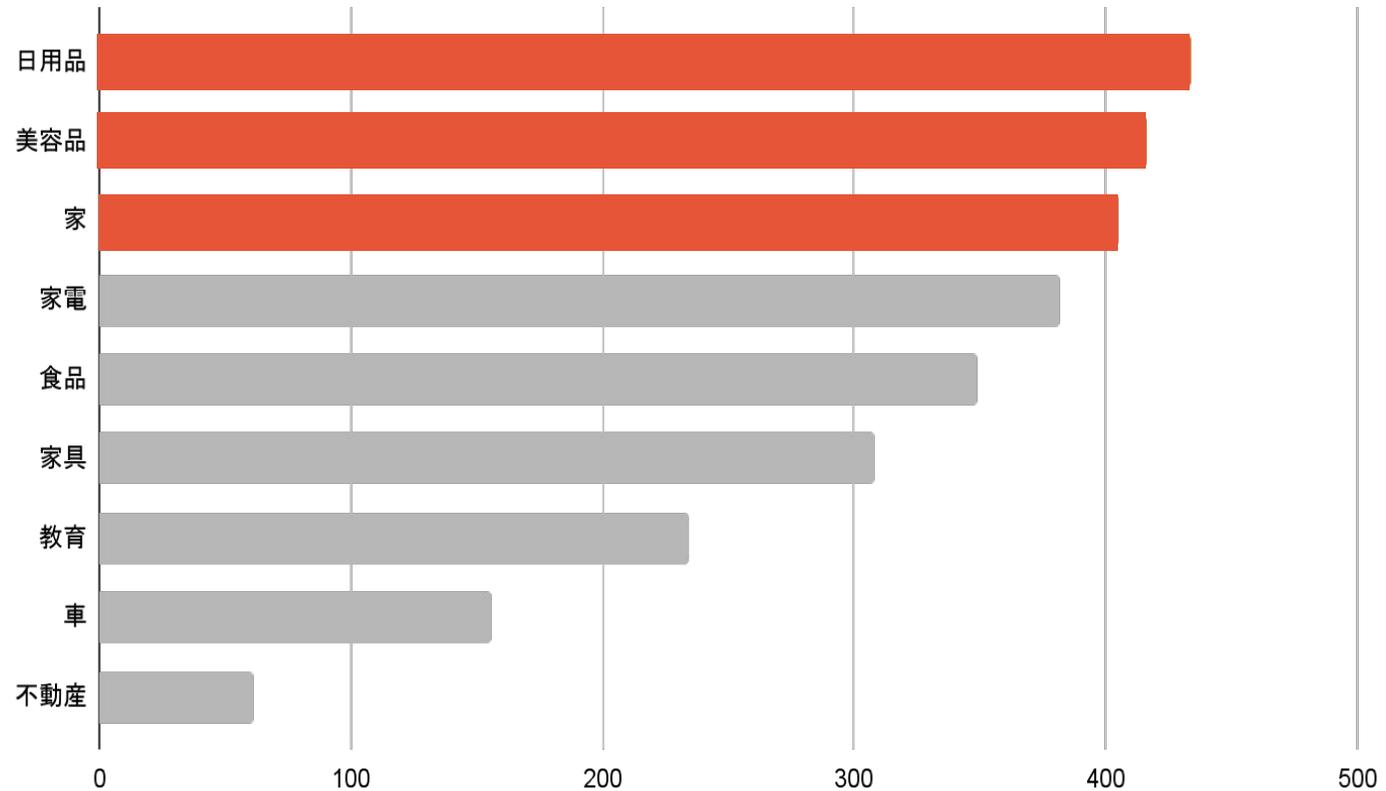
Instagram が1位
その後ウェブサイト、店頭、友人の口コミ と続く

(複数選択可)
n=553



Q どんなものを比較検討しますか？

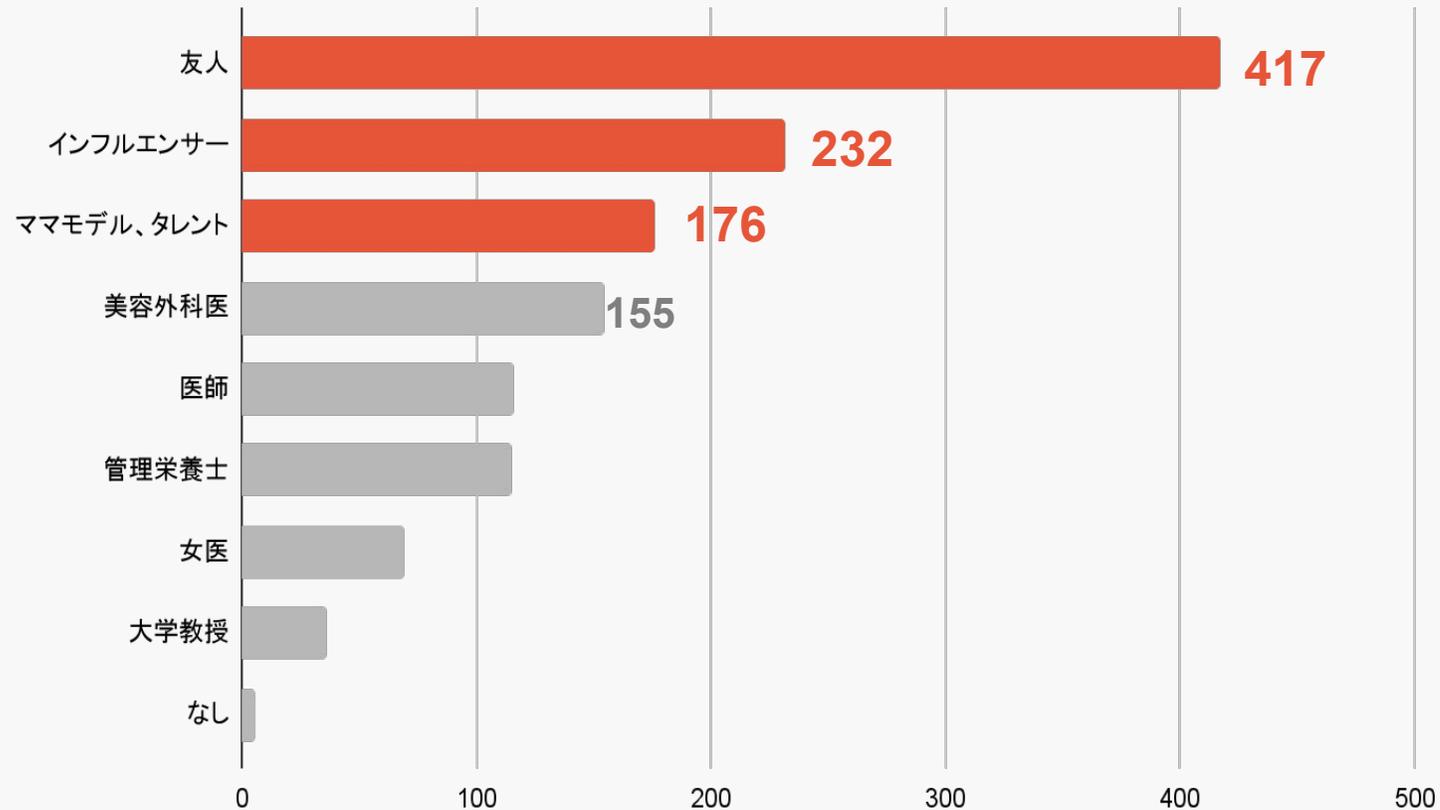
生活の中で普段よく使う **日用品、美容品、購入単価が高い家** を比較検討する傾向 (複数選択可)
n=553



Q どんな人がおすすめていたら購入したいと思うか？

友人等 **身近な存在のおすすめ** が意思決定の決め手になりうる

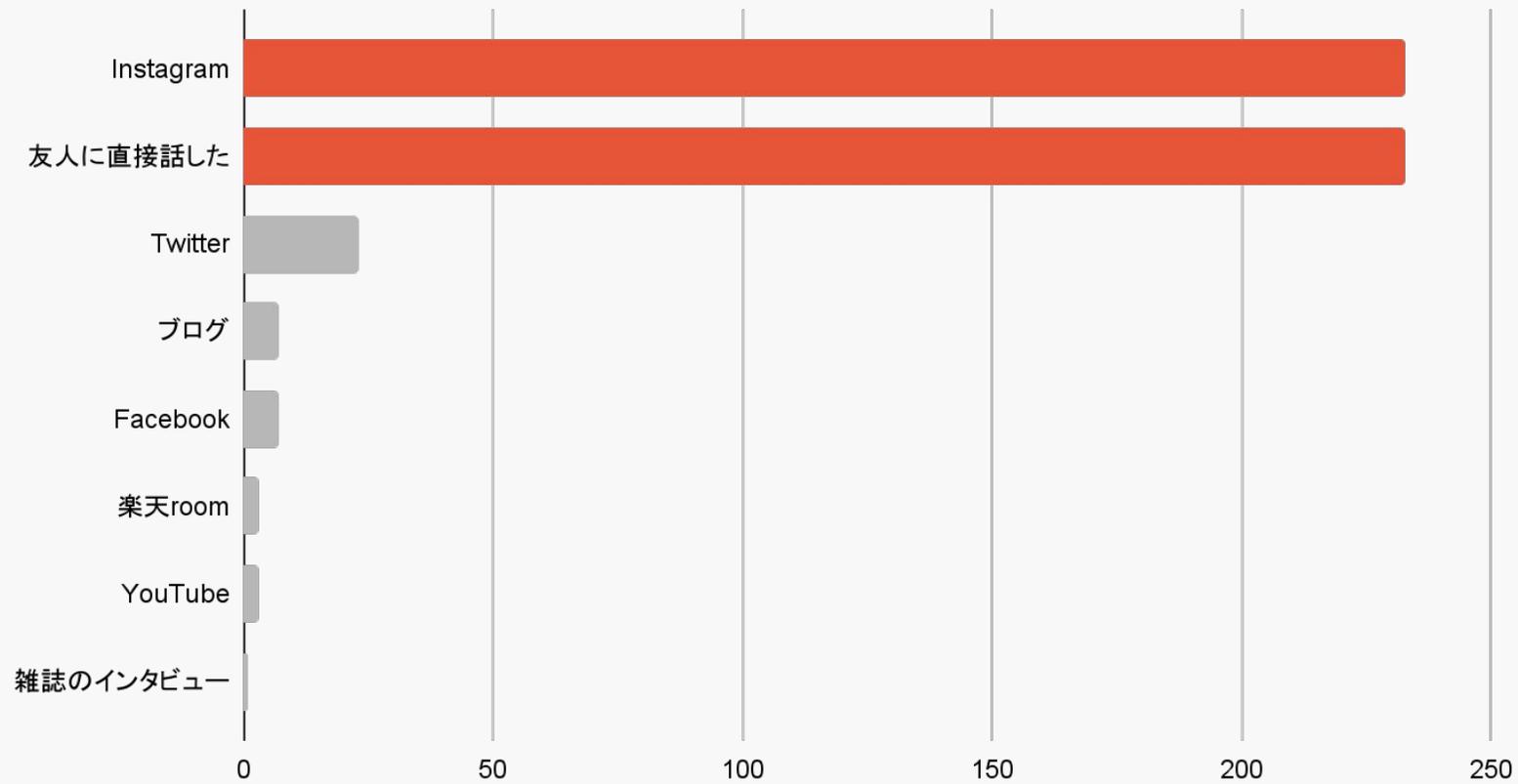
(複数選択可)
n=553



Q 自分が使ってよかった商品/サービスをどうやってシェアしましたか？

ママ向けともに **Instagram** と **口コミ** が多い傾向

n=553



富裕層ママに情報を伝えるために重要なタッチポイントは、 Instagram、Webサイト、口コミ

ステージ	認知	興味・関心	比較・検討	購入	共有
	サービスを知る	興味・関心を持つ	調べる	購入する	共有する
顧客の行動 (アクション)	サイトや SNSで知る	サイト記事、 SNSで詳細情報 関連情報をチェック	比較サイト等で 競合商品等を チェック	オンライン、 オフラインにて 購入する	SNS、ブログ等を 通じて共有する
タッチポイント (接点)の アンケート結果	Instagram Webサイト 口コミ	Instagram Webサイト 口コミ	Instagram Webサイト 口コミ	ECサイト 自社販売サイト 店頭	Instagram 口コミ
思考	この商品良さそう	もう少しこの商品に ついて知りたい	・同じような 他社製品って？ ・利用者の感想は？	・どこで買えば お得？ ・キャンペーン等 ないかな？	・あの人にも 教えてあげたい ・みんなで 楽しみたい

CHAPTER

01

子育てママへ情報発信する際の
タッチポイント動向調査

富裕層ママ553人へのアンケート結果

02

子育て世帯の海外旅行に
関する動向調査

富裕層ママ380人へのアンケート結果

03

KIDSNA STYLEについて

メディアの特徴や読者層

調査概要

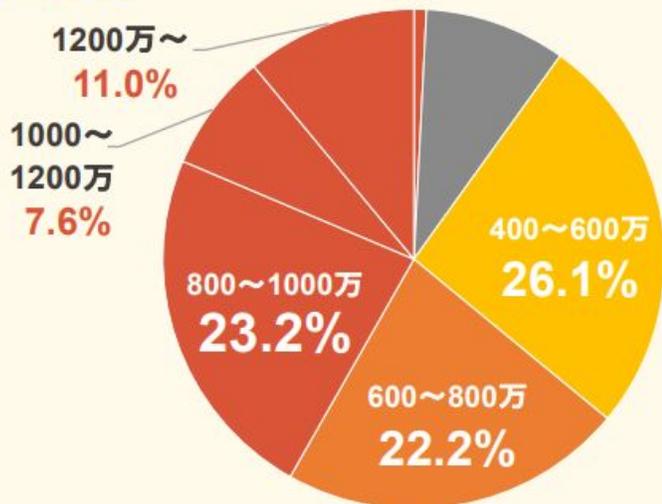
- 調査対象者: KIDSNAユーザー
- 調査期間: 2023年10月27日～11月2日
- 調査方法: インターネット調査
- 回答件数: 380件



今回の調査対象(KIDSNAユーザー)の特徴

他ママパパ向けメディアと比較し「世帯年収が高いこと」や「未就学児の中でも3歳以上の子どもを持つママパパの含有率も高いこと」が非常に特徴的です。

世帯年収

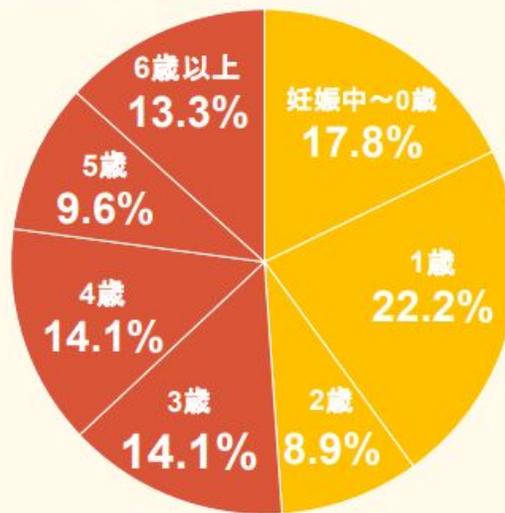


800万円以上が **42.6%**
1,000万円以上が **19.4%**

類似メディアAの場合
800万円以上が **20%**
1,000万円以上が **8%**



子どもの年齢



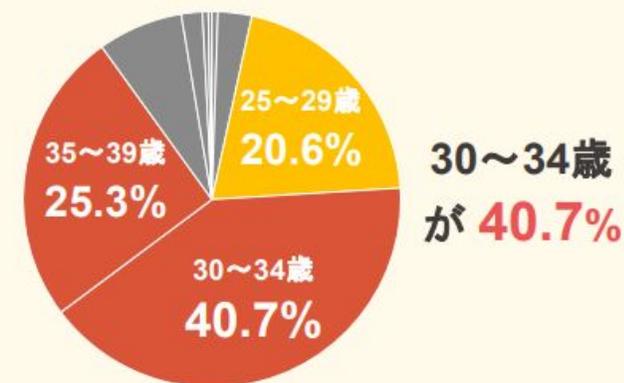
3歳以上が **51.1%**

類似メディアB
の場合
3歳以上が **21.8%**



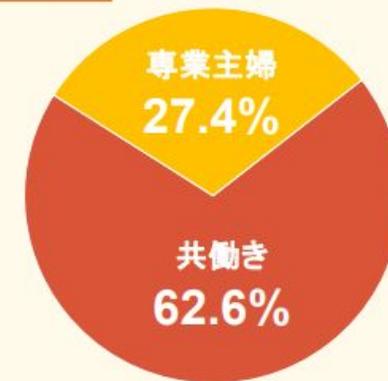
2022.12 時点KIDSNA STYLEアンケート調査

ユーザーの年齢層



30～34歳
が **40.7%**

働き方

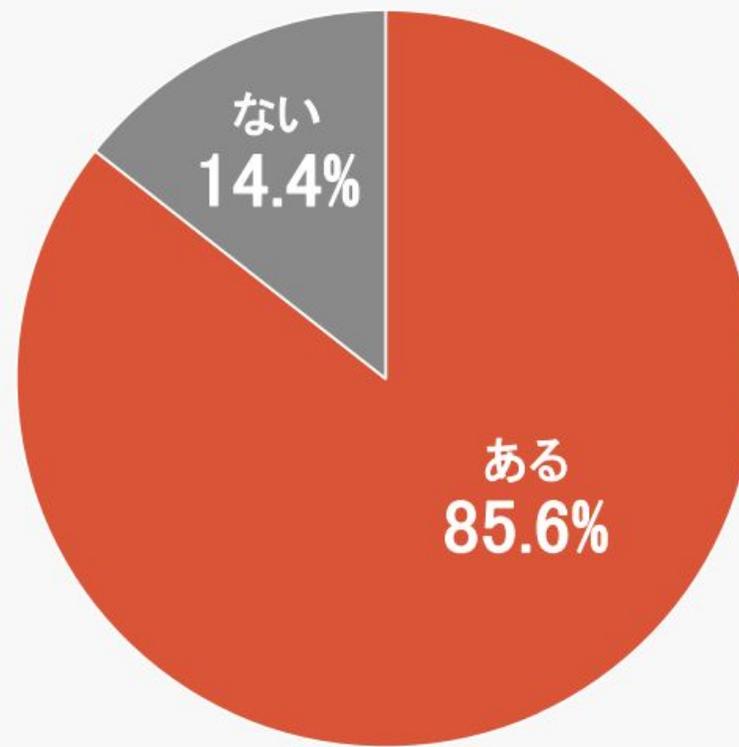


共働きが
62.6%

2022.12 時点KIDSNA STYLEアンケート調査

Q1 海外旅行の経験はありますか？

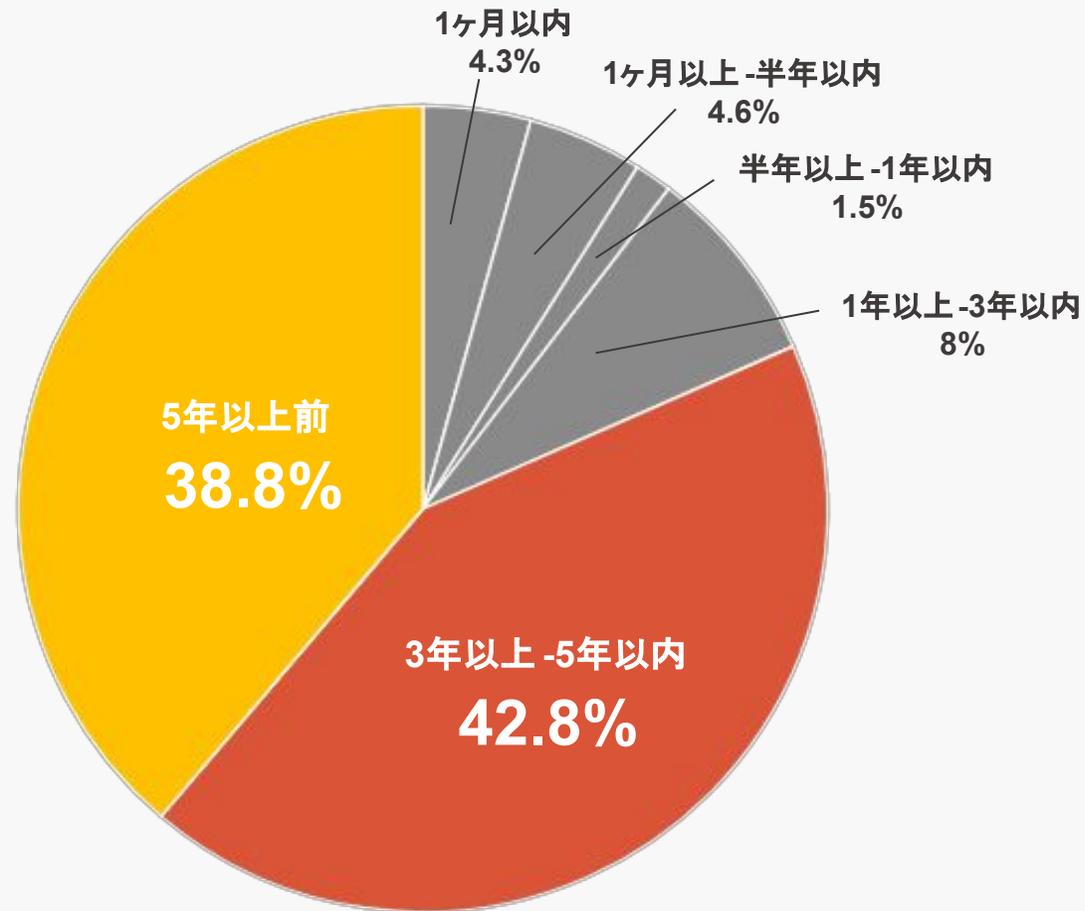
n=380



海外旅行経験ありの方に聞きました

Q2 最近いつ海外旅行に行きましたか？

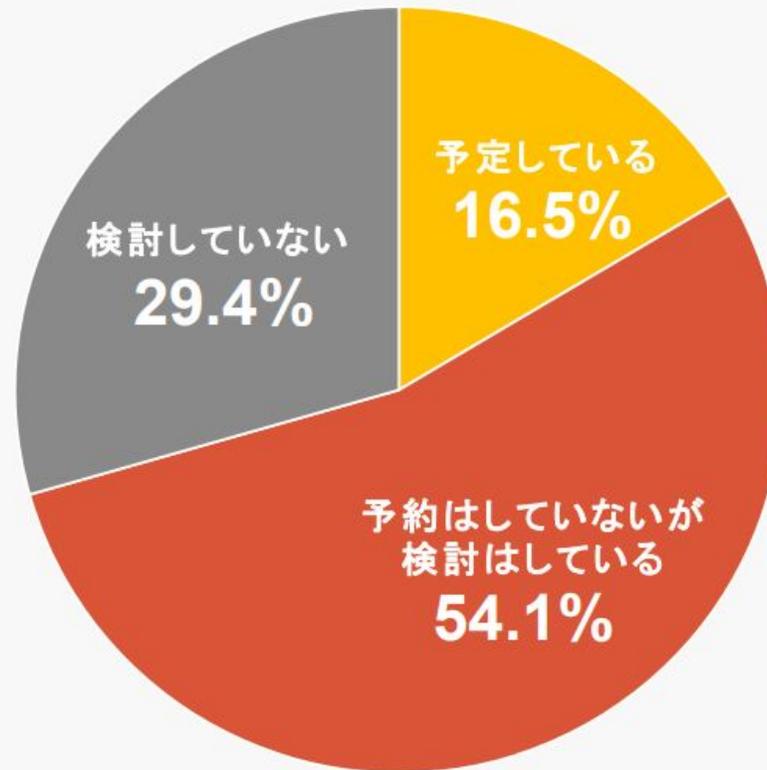
n=380



海外旅行経験ありの方に聞きました

Q3 今後海外旅行のご予定、検討はしていますか？

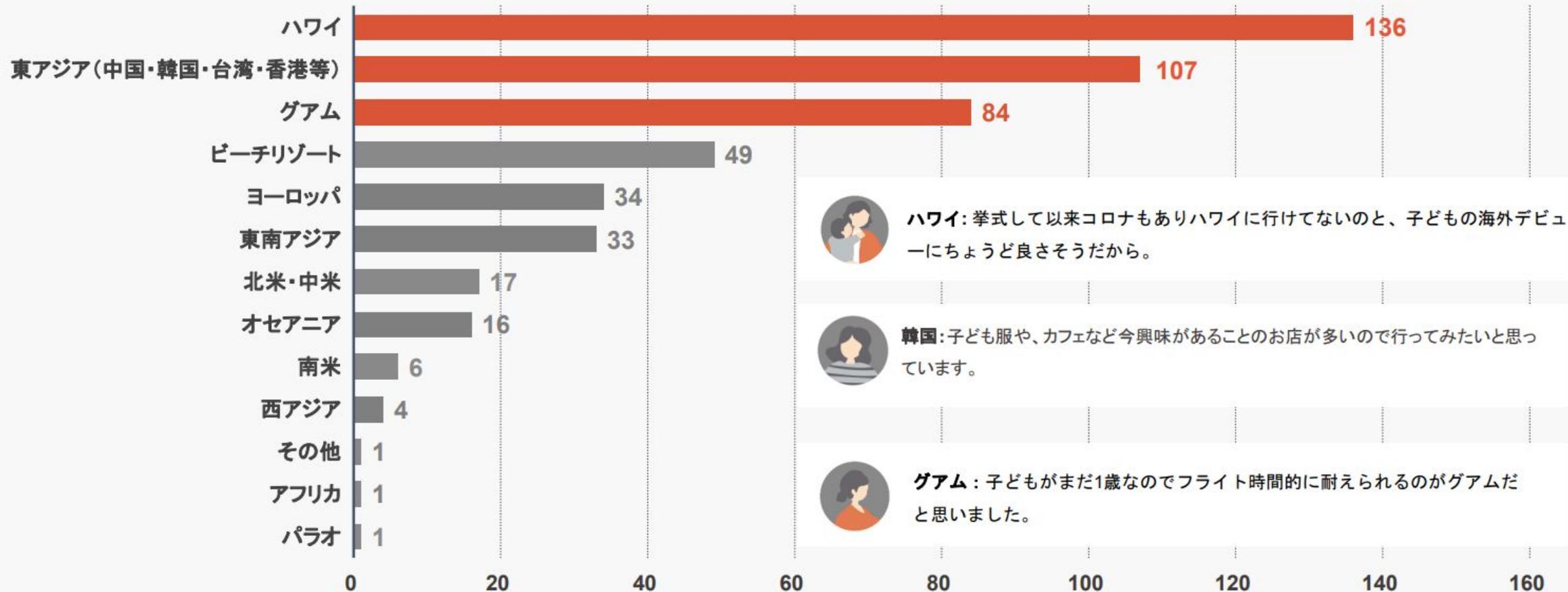
n=380



今後海外旅行を「予定している」または「予約はしていないが検討はしている」方に聞きました

Q4 検討しているエリアはどこですか??

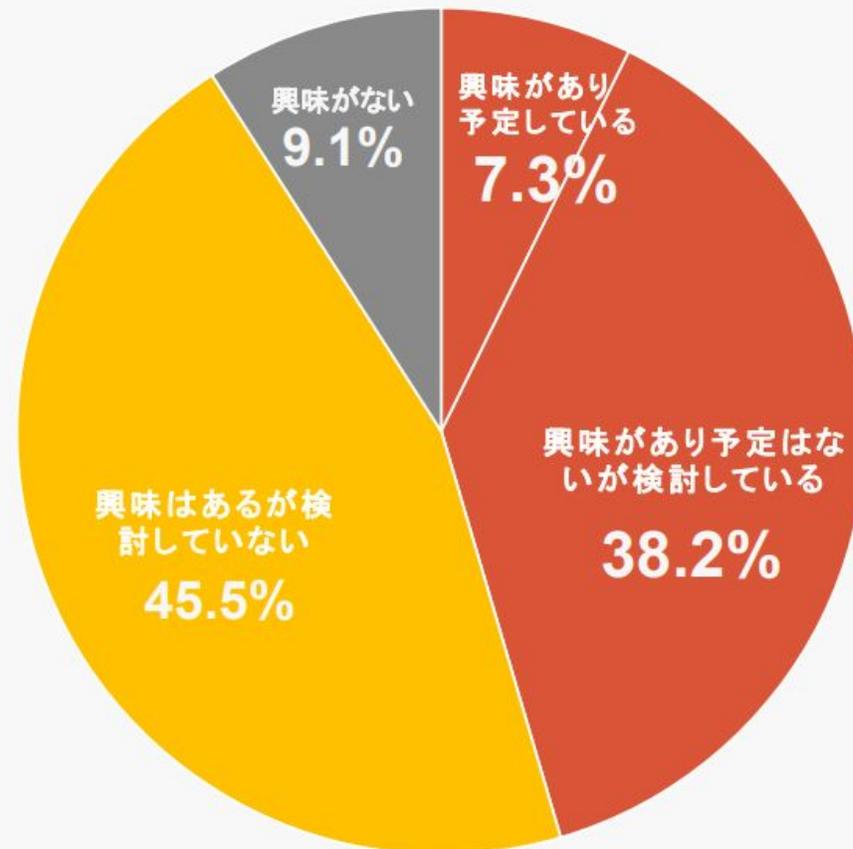
(複数選択可)
n=380



海外旅行経験「なし」の方に聞きました

Q5 海外旅行に興味はありますか？

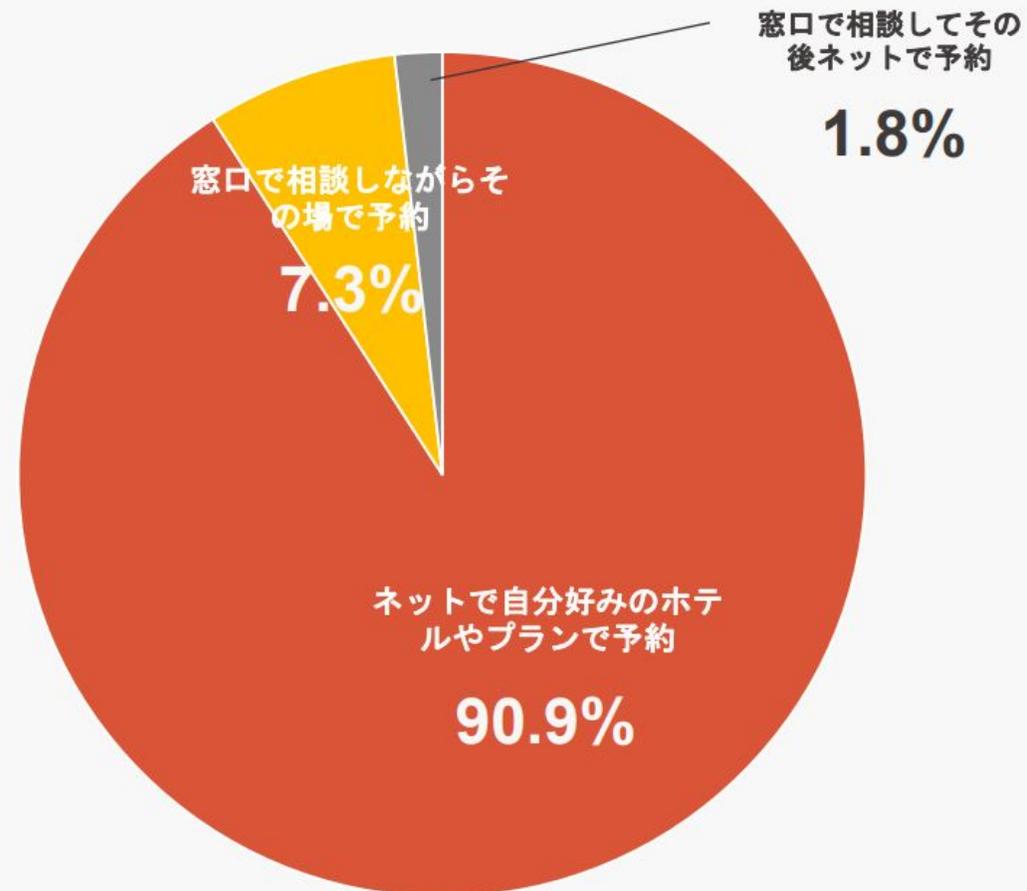
n=380



Q6

海外旅行経験「あり」 or 「なし」の中で海外旅行に興味がある方に聞きました
海外旅行を予約する際はどのようにしたいですか？

n=380



海外旅行経験「あり」 or 「なし」の中で海外旅行に興味がある方に聞きました

Q7 Q6と答えた理由があれば教えてください。

n=380

ネットで自分好みのホテルやプランで予約を選んだ方

金額面、気軽さ、を考慮した回答が多い傾向

- 金額を安くおさえられる。ホテル、飛行機などを自分の好きな組み合わせにできる。
- 窓口と違って時間や場所に縛られずに気軽に予約できるから。
- 子どもが小さいと自分たちでプランニングした方が都合がいい。
- 子連れで窓口へは行きづらい
- 色々なサイトでの料金プランや、クチコミ、Instagramなど使って時間を気にせず調べることが出来るから。

窓口で相談しながらその場で予約を選んだ方

- 海外旅行は未経験なので窓口で相談をしながら決めたいと思いました。
- 海外旅行は安心感のあるところを選びたいから対面の方が質問もしやすく良さそう

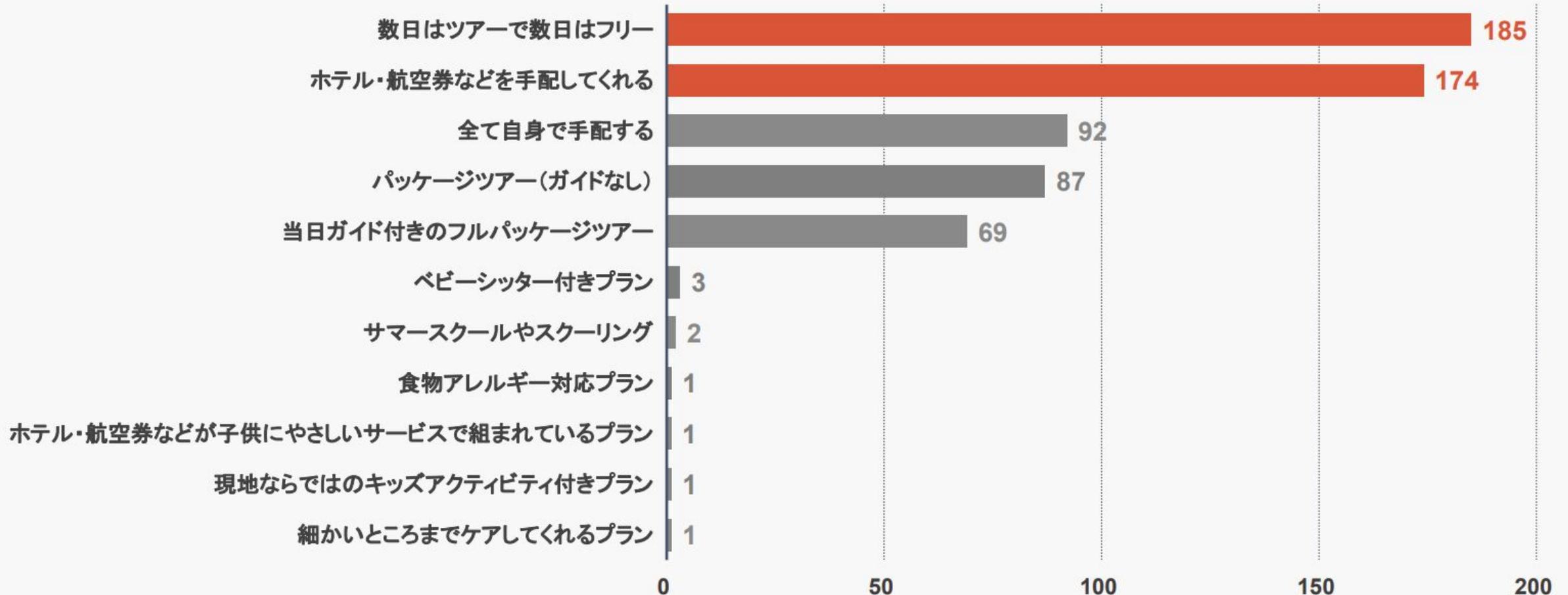
窓口で相談してその後ネットで予約を選んだ方

- 窓口では最新情報やメリットデメリットを直接聞き、価格はネットでも比較し決めたい。

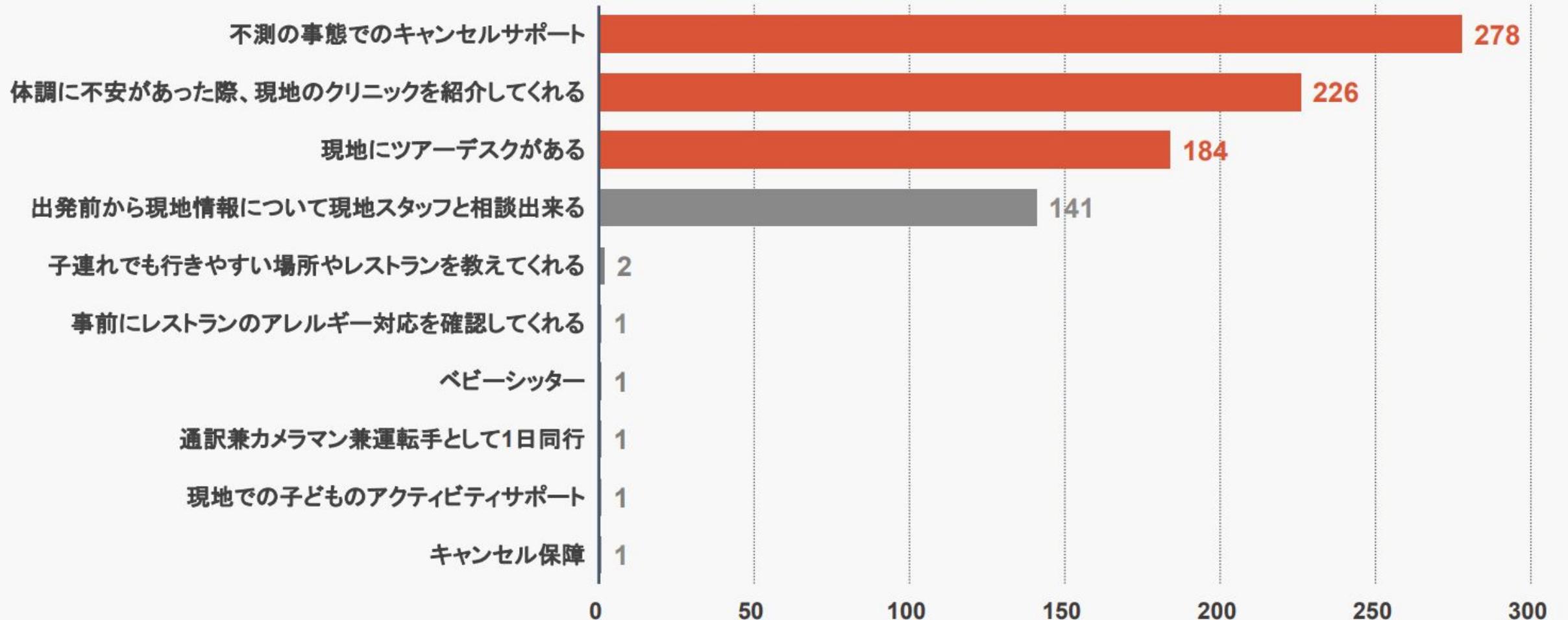
Q8

どのような旅行プラン / パッケージであれば
子どもと海外旅行に行きたい気持ちになりますか ?

(複数選択可)
n=380



Q9 旅行プランで、あればうれしいサポートは何ですか？

(複数選択可)
n=380

アンケート結果から得られたこと



富裕層ママに情報を伝えるために重要なタッチポイントは、**Instagram、Webサイト、口コミ**！
認知 / 興味・関心 / 比較・検討 / 共有の様々なステージのユーザーに対して、重要。



KIDSNAユーザーの85%は海外旅行の経験があるが、
コロナの影響もあり経験者の**70%は3年以上**海外旅行できておらず、**旅行欲が高まっている状況**に。



自由度の高いネット上での旅行予約を好む一方で、仕事も育児も忙しくなかなか時間が取れない、
かつ子どものことを考えるとホテル手配や手厚いサポートなど、**安心して任せられる側面も求める**
といった結果に。

01

子育てママへ情報発信する際の
タッチポイント動向調査

富裕層ママ553人へのアンケート結果

02

子育て世帯の海外旅行に
関する動向調査

富裕層ママ380人へのアンケート結果

03

KIDSNA STYLEについて

メディアの特徴や読者層

育てるを考える

私たちの発信に多くのユーザーが共感してくださっています。
 「世帯年収が高い」「未就学児の中でも3歳以上の子どもを持つ保護者の割合も多い」ことが特徴です。



Web / App



YouTube

登録者数

8.4万人 (*2025年10月現在)

2024年時~

約2.2倍成長

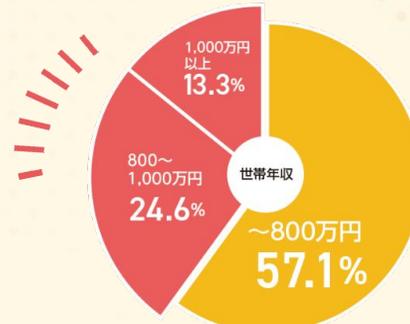


フォロワー数

7.1万人 (*2025年10月現在)

2024年時~

約2.6倍成長

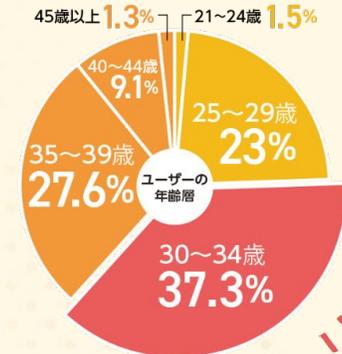
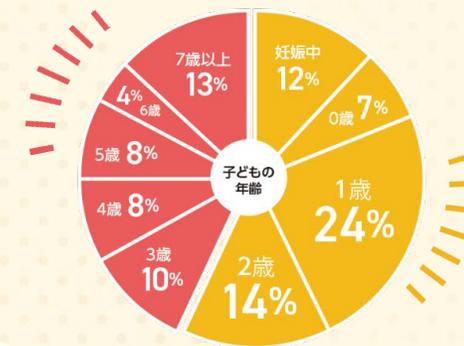


37.9% が
世帯年収 800 万円以上

未就学児の子どもを育てている

約57% が3歳未満

約43% が3歳以上



20代~40代が中心で

約37.3% が

30~34歳



2024.2 時点KIDSNA STYLEアンケート調査 (未回答を除く)

KIDSNA STYLE の魅力①

多彩なキャスティング

多様な価値観や確かな情報を伝えるためのキャスティングをもとに企画制作をすることができます。



タレント / peco
保育士 / てい先生



タレント / 藤本美貴
精神科医 / 藤野智哉



AI博士 / カリス



教育評論家 / 親野智可等
タレント / りんたろー。



経済学者 / 成田悠輔



YouTuber・起業家 / 河野玄斗



タレント / 杉浦太陽



脳研究者 / 青砥瑞人



タレント / 藤本美貴
犯罪心理学者 / 出口保行



脳科学者 / 瀧靖之
保育士 / てい先生



作家起業家 / 安野貴博
編集者 / 黒岩里奈



産婦人科医 / 宗美玄

KIDSNA STYLE の魅力②

多彩な表現手法

動画、記事をはじめ、さまざまな方法でメッセージを伝えることができます。

動画



有識者やタレント、リアルママなどを通じて、スタジオトークやロケ企画を実施することができます。



記事



グラフィックや写真を使った視覚的なページや、有識者への取材を通じた確かな情報で記事を作成します。

SNS

KIDSNA STYLE 公式アカウントでの配信も可能です。



KIDSNA アンバサダーとの投稿



アンバサダーのリアルな声を聞いたり、アンバサダーのインスタで発信することもできます。

保育士認定サービス



保育業界とのつながりの深い弊社ならではの保育士認定サービス。

サンプリングサービス



保育園を通じて子どもや保護者に商品配布ができます。

KIDSNA STYLE の魅力③

KIDSNA アンバサダー

Instagramで発信し、フォロワーが1,000名以上いるKIDSNA STYLEのコアユーザー。実際に子育てをするママユーザーと共に発信をすることができます。



KIDSNAアンバサダーの参加

- 記事出演
- 座談会
- アンケート回答
- 商品モニター
- オフラインイベント
- UGC

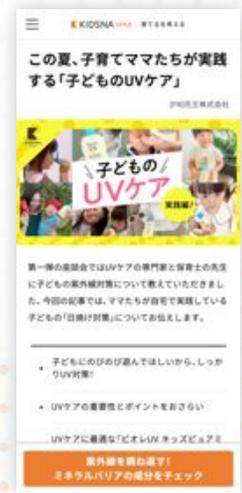
子育てママのリアルな声をSNSに投稿

投稿

子育て層に購買意欲を自然に掻き立たせることにつながる!

SNS投稿を記事化して紹介

投稿を記事化



アンバサダーによる口コミ投稿事例

いいね数：116件
エンゲージメント率：**5.37%**

いいね数：162件
エンゲージメント率：**5.84%**

いいね数：169件
エンゲージメント率：**3.25%**

※Instagram平均エンゲージメント率は約1.0~1.5%
 インスタ インフルエンサー(フォロワー100万人)の平均エンゲージメント率が約1.05%と言われているのに対し、
KIDSNAアンバサダーの平均エンゲージメント率は 約4.82%

KIDSNA STYLE の魅力④

保育園とのつながり

弊社は保育業界に関わる事業も行っており、日本最大規模の保育園ネットワークを有しています。保育園や幼稚園とのつながりを活かし「商品サンプリング、販促チラシ配布」やメルマガの配信等を行うことができます。

施策例

商品・チラシ配布



全国25,000以上の保育園
施設へアプローチ可能

SNSでの共同投稿



当社運営 保育士バンク！
YouTubeチャンネル
登録者数 15.9万人
(2025.10現在)

当社運営 保育士バンク！
Instagram アカウト
フォロワー26.1万人
月間閲覧数は120万以上
(2025.10現在)

フェア会場でのサンプリング



Contact



貴社に合わせた広告プランをご提案いたします。
詳しくは、各営業担当または以下までお問い合わせください。

ml-media-sales@nextbeat.net



KIDSNA STYLE Webサイト

<https://kidsna.com/magazine>



KIDSNA STYLE