



KODANSHA

総フォロワー260万人の

現役ママのインフルエンサー集団×
with class編集部Instagramメディア

with class *mama*

媒体資料 Ver.1.6

2024年5月更新版

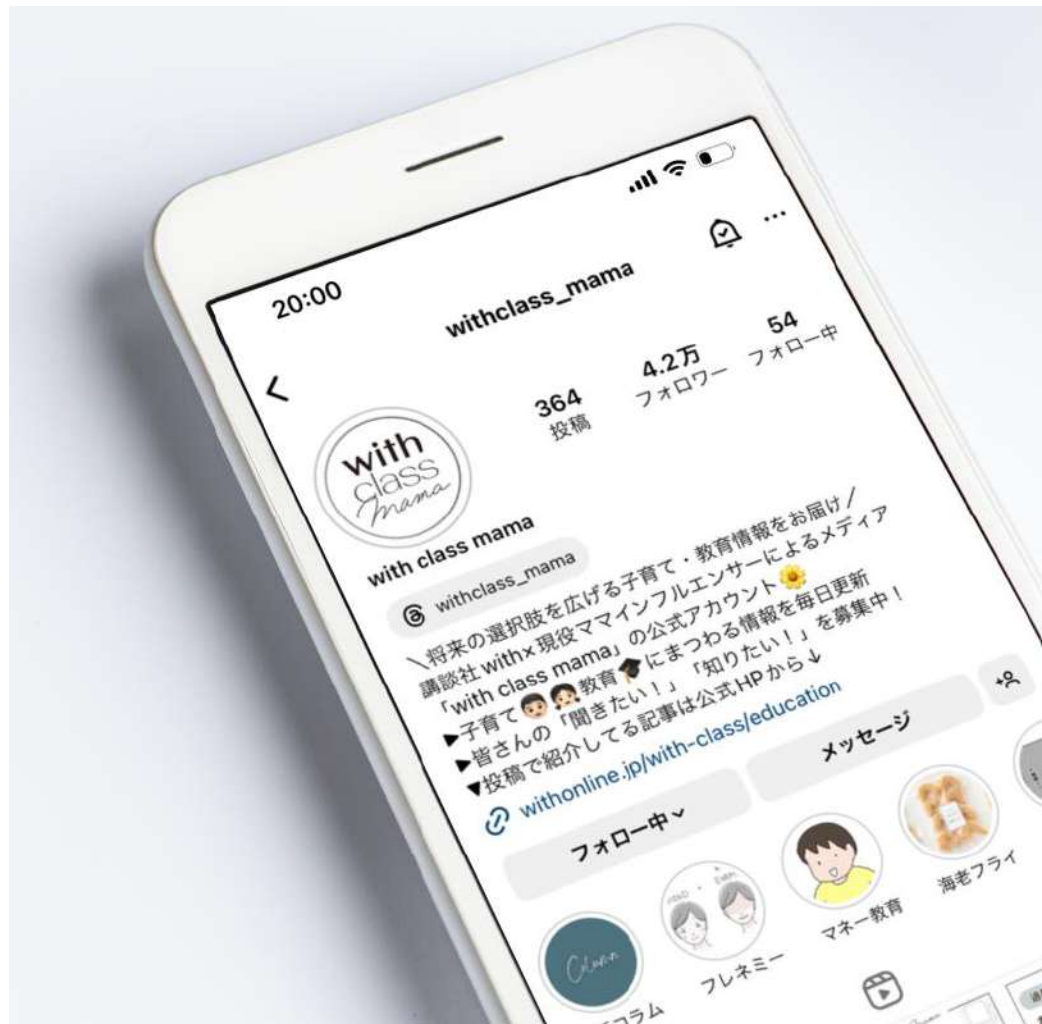
講談社 AD STATION

<https://ad.kodansha.net/detail/92/>

株式会社 講談社 第二事業局 コミュニケーション事業第二部
〒112-8001 | 東京都文京区音羽2-12-21

お問い合わせ先: cm2-toiawase@kodansha.co.jp

TEL | 03-5395-3641 FAX | 03-3945-9128



| | | | |
|--------|-------------|---|-----------------|
| 媒体概要 | | with class mamaの強み | P <u>3</u> |
| | | with class mama立ち上げにあたって | P <u>4</u> -5 |
| | | with class mamaの読者像 | P <u>6</u> |
| | | with class(mama)読者のユーザー属性 ～働き方・世帯年収など～ | P <u>7</u> -15 |
| | | with class mamaインフルエンサー紹介 | P <u>16</u> -18 |
| | | コンテンツの例 | P <u>19</u> |
| | | with class の全体構造 | P <u>20</u> |
| | | with class mamaご活用例 | P <u>21</u> -25 |
| 広告メニュー | オリジナル広告メニュー | オリジナルタイアップ（CMS） + with class mama拡散セット | P <u>27</u> -29 |
| | | with class mama起用Instagram拡散+レポートメニュー | P <u>30</u> -31 |
| | | with class mamaインフルエンサーアンケート調査企画 | P <u>32</u> -33 |
| | | with class mama起用Instagramライブ企画 | P <u>34</u> |
| | | with class mama参画 オウンドメディア支援/コミュニティ施策 | P <u>35</u> |
| | | 共働きmama層向けコラボ商品・サービス開発企画 | P <u>36</u> -40 |
| | タイアップ誘導枠 | with online/サイト内誘導 | P <u>41</u> -42 |
| 事例 | モノが売れた！ | with class mama コラムニストが紹介した モノが完売/品薄！ | P <u>44</u> -51 |
| | 高エンゲージメント事例 | コンテンツの中でもimp/保存数が高かった事例をご紹介します | P <u>52</u> -57 |
| | 注意事項など | 掲載基準/注意事項 | P <u>58</u> |

インフルエンサーの持つSNSでの発信力・フォロワーとの密なコミュニケーション力と出版社メディアが持つ信頼性・専門性を融合し、お互いの長所を生かして影響力を持った良質なコンテンツを発信する仕組みです。

インフルエンスパワー

総フォロワー260万人

『with class mama』は現役ママのインフルエンサー集団が編集部の一員としてメディアをプロデュースし発信していく、新しいインスタアカウント。総フォロワー260万人を超える現役ママ達との共同運営です。

コミュニティ

フォロワーの声を吸い上げる
相互コミュニケーション力

with classの三本柱である『子育て・教育』『住まい』『家事・時短』のうち主に『子育て・教育』のカテゴリーに焦点を当て、本当に必要としている情報を実際の生活者から吸い上げSNSで相互コミュニケーションを図りながら発信していきます。

メディア・権威

最先端の情報・専門家の監修
による信憑性の担保

出版社の編集部が生み出す、新鮮な情報及び著者・専門家・文化人のクオリティの高いコンテンツの発信が可能です。また、インフルエンサーと著名人との対談を組み、情報により関心を集める施策を実施することも。

相乗効果

発信力



信憑性
・
信頼性

= 双方の強みを活かし弱みを補う事で信頼・信憑性の高いコンテンツ発信が可能

メディア × ママインフルエンサーマーケティングにご活用ください



https://instagram.com/withclass_mama



編集長 岡本朋子

with class編集長 岡本が考える、この新しいメディアの魅力

「ママインフルエンサーが、編集部の中の一員として、企画立案をしてメディアを作る！そんな、今までありそうでなかったメディアがこの『with class mama』です。

雑誌『with』のサブブランドとして生まれたwith classの読者像は、結婚しても、子どもを持って、向上心を忘れずに社会とつながりを持ちたいと願う自立したママ。一方で、現実社会の壁にはばまれ、悩んでいるママたちでもあります。

そんなママたちに、もっとラクに、仕事と家庭と子育てを両立させるための有益な情報を届けたいと日々奮闘していた編集部が、インフルエンサーとして活躍していた**じママ**さんと出会い、さらに、このメディアのヴィジョンに賛同し、「自分も一緒に作りたい」と、全国で活躍するママインフルエンサーの皆さんが集結してくださいました。私たちは、インフルエンサーの持つ共感力、発信力と、編集部の持つ出版社ならではのバックボーンを上手く融合させることで、これまで見たこともないような、新しい影響力を持つメディアが出来るのでは、とワクワクしています。

子育て、教育のカテゴリーは絶対的な正解が存在しないからこそ、読者一人一人のケースにメディアがどう寄り添えるか、が大切だと考えています。その時、インフルエンサーの皆さんがフォロワーさんから吸い上げる声が、とても重要なカギになるはず。編集部内にそういったブレインを擁することで、走りながら考える、読者と共に成長する柔軟なメディアになれると信じています。」

プロフィール

1999年講談社に入社。少女コミック誌「Dessert」で4年間マンガ編集を担当したのち、「with」、「ViVi」でファッションと読み物記事を担当。2013年「with」に戻り2017年「with online」編集長に就任後、現在「with online」の姉妹サイト「with class」編集長。企業とのコラボ商品開発など多岐に渡った業務に従事。



<https://www.instagram.com/gmamanoikuji/>

ディレクター じママ

with class mamaディレクター じママが考える、 既存ビジネスにSNSを掛け合わせた新しいメディアの可能性

SNSを利用する人がここ数年で急増し、私たちママも子育てや教育の情報を得るためにまずSNSを開くアクションを取ることが当たり前になっています。

Instagramを立ち上げると自動的に自分に合った情報が表示され、クリックしたくなる投稿や動画を目にし、気に入ったものはカテゴリー別に保存をして後で店舗で見返したりパートナーや友達にシェアをしています。何か新しいグッズやサービスを発見するのもSNSで、育児や生活を快適に過ごすヒントを提供してくれるSNSは手放せません。

また、サービスを宣伝する上でもSNSを活用しない選択肢は考えられなくなってきました。

SNSの強みは、一方的に物事を発信するのではなく双方向であり、ユーザーとのコミュニケーションが生まれる点です。いいねや保存、コメントやリツイート等でアクションが見えるため、リアルタイムにユーザーが何を望んでいるのかを知る上での優れたツールです。ポジティブな要素だけでなく、ネガティブなポイントも瞬時に把握できるため、マーケティングの観点からも重要な気づきを得ることができます。

私たち「with class mama」のインフルエンサーは、子育てに奮闘しているママたちとSNSを通じて日々関係を構築しています。今市場では何が売れているのか、ママは何に興味があるのかを目で見て肌で感じています。その積み上げた知見を活かして講談社with classとタグを組み、新しく、そしてよりリアルな情報を発信するメディアを作り上げていきたいと考えています。

プロフィール

海外の大学を卒業後、ソニー系列会社にてアジアでのゲームビジネスを担当。結婚を機に退職、現在15万フォロワーの知育系アカウントを運営。主婦から会社を立ち上げたママ起業家として、コンテンツを発信中。2022年12月「with class mama」ディレクターに就任。

- ・著書『じママの全力おうち遊び』ブティック社
- ・テレビ東京の「シナぷしゅ」夏・冬休み企画をTverにて担当

未就学児前後の子どもを持つ、教育意識・世帯年収・情報感度の高い30代ママがメイン

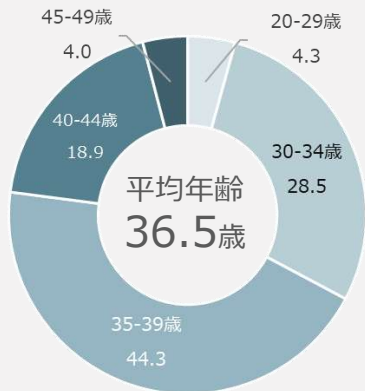
- 関東・近畿など都市部に住んでいる方が多い
- 子どもの年齢は乳幼児～未就学児～小学校低学年がコア
- 子育てへの関心が高く、教育への投資を積極的に行っている
- 大卒以上の比率が**64%**と高い
- **共働きママが75%・専業主婦25%**
- 時短勤務やリモート勤務など制度を活用し、自分や家庭に合った働き方を選択している
- **共働き世帯は世帯年収平均1,000万円超え、専業主婦世帯でも950万円超え**で夫の年収が高い
- **Instagramで日常的に情報収集**を行っており、生活や子供の教育の参考にしている
- **with class(mama)メンバー個人のInstagramアカウントは半数以上が毎日閲覧**
- 「興味関心のあることが知れる」メディアとして日常的に閲覧している
- 半数以上の読者がマインフルエンサーがSNSで発信した商品を購入した経験がある



最新のサービスや商品の情報収集を怠らず、日々アップデートしていき自分に最適なものを見つけて損なく効率的に生活している方達です

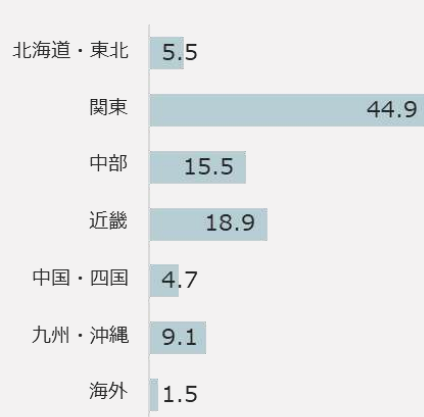
対象：全員 (with class読者 n=815)

年齢分布



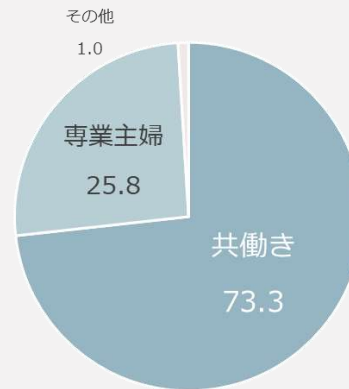
35～39歳がボリュームゾーン

居住地



関東・近畿の都市部の比率が高い

共働き・専業主婦比率



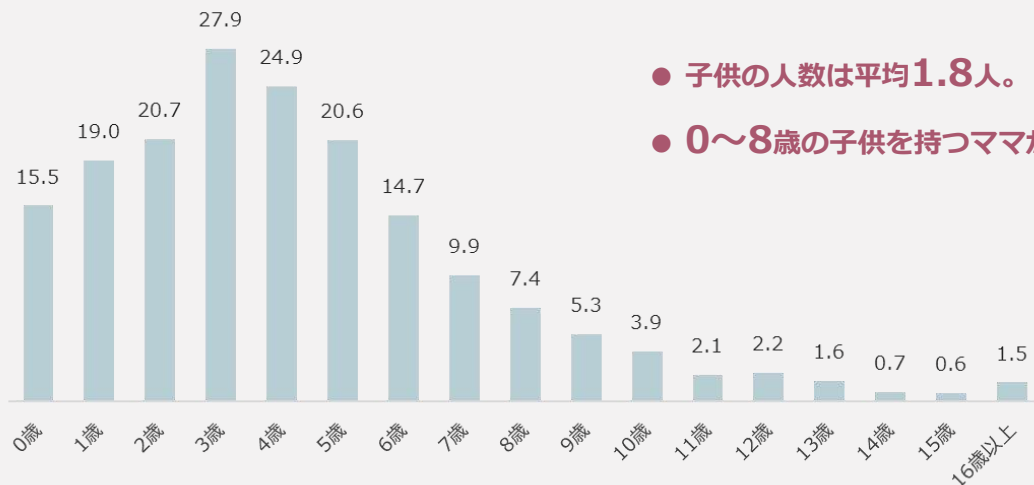
共働き7.5割/専業主婦2.5割

最終学歴

| | 割合 (%) |
|--------------|--------|
| 中学校 | 0.1 |
| 高等学校 | 8.2 |
| 短期大学、高等専門学校 | 13.5 |
| 各種専門学校 | 13.9 |
| 四年制大学、専門職大学 | 57.9 |
| 大学院 | 6.0 |
| その他 | 0.2 |
| わからない・答えたくない | 0.1 |

大卒・大学院卒が6.5割

子供の年齢分布



- 子供の人数は平均1.8人。
- 0～8歳の子供を持つママが多い。

学齢分布

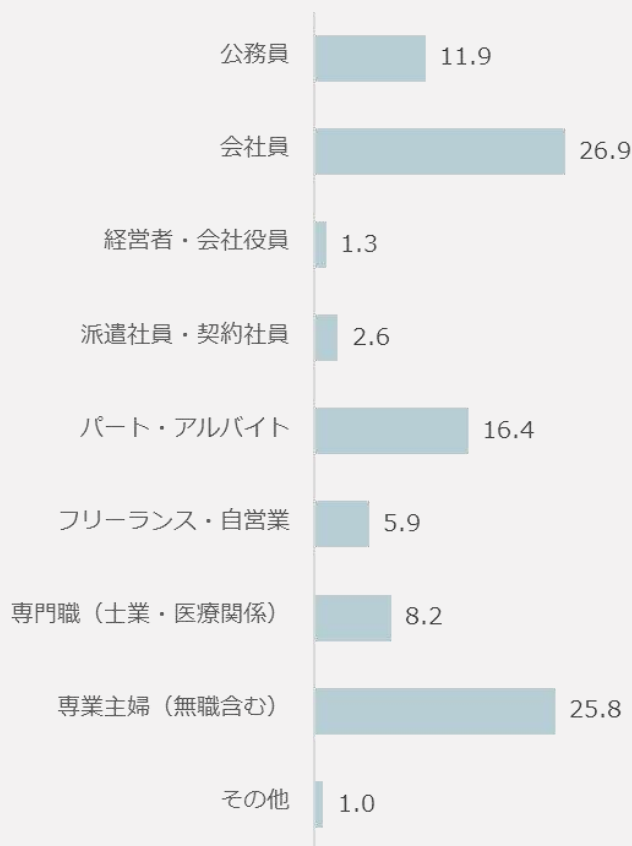
| | 人数 | 割合 (%) |
|-----------------|-----|--------|
| 全体 | 815 | 100.0 |
| 乳幼児 (0歳～1歳) | 277 | 34.0 |
| 未就学児 (2～6歳) | 676 | 82.9 |
| 小学校低学年 (7歳～8歳) | 139 | 17.1 |
| 小学校中学年 (9～10歳) | 75 | 9.2 |
| 小学校高学年 (11～12歳) | 35 | 4.3 |
| 中学生 (13歳以上) | 29 | 3.6 |

未就学児を持つママが8割

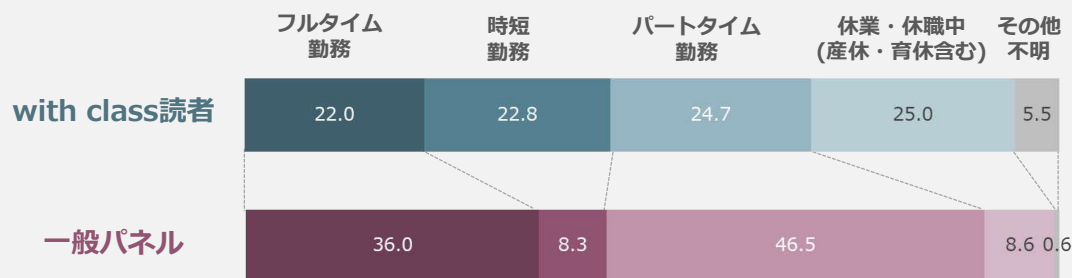
with class読者は一般パネルに比べて時短勤務や休業・休職中の割合が高く、リモート勤務日数も多い。制度を有効活用しながら、仕事と子育てのバランスを取っているママが多い。

□ 職業 対象：全員（with class読者 n=815）

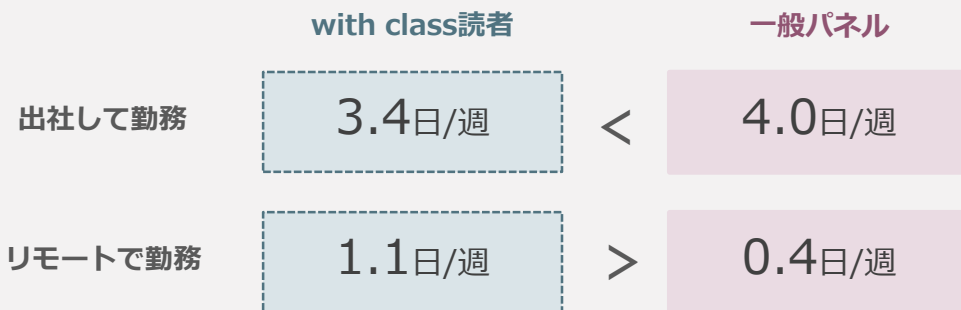
有職ママ 7.5割 / 専業主婦ママ 2.5割



□ 勤務形態 対象：全員（with class読者・有職 n=600 / 一般パネル・有職 n=223）



□ 出社・リモート勤務日数（週あたり平均）



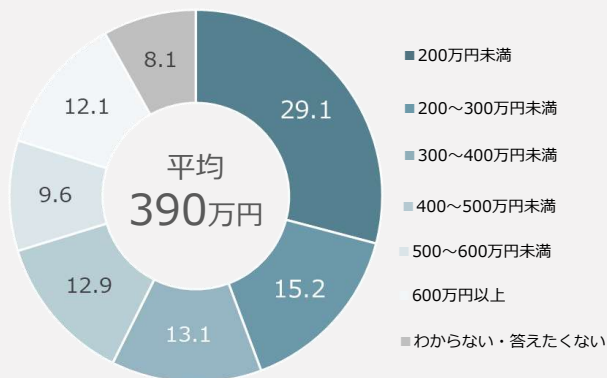
with class読者は一般に比べて年収が高く、特に共働き世帯の世帯年収は1,000万円を超える。

対象：全員（with class読者 n=815／一般パネル n=300）

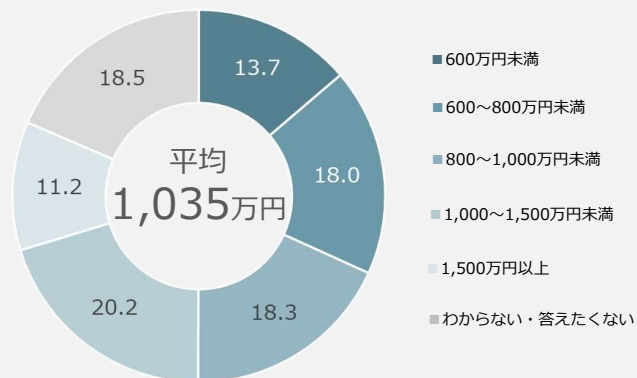
□ 個人年収

□ 世帯年収

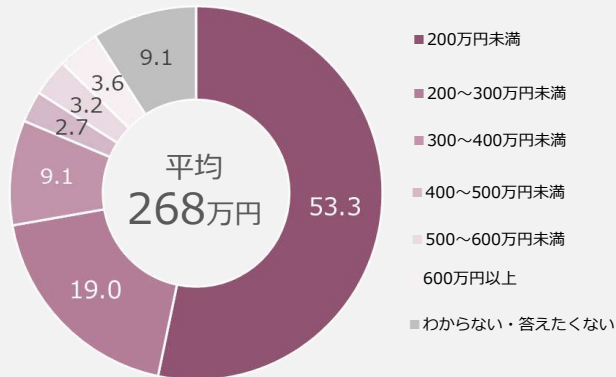
with class読者
【有職ママ(n=605)】



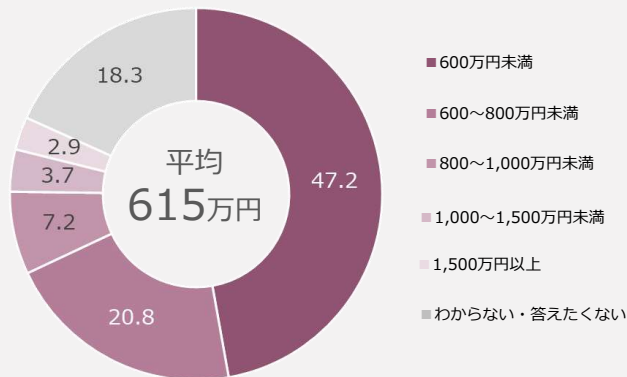
with class読者
【全体(n=815)】



一般パネル
【有職ママ(n=218)】



一般パネル全体
【全体(n=300)】

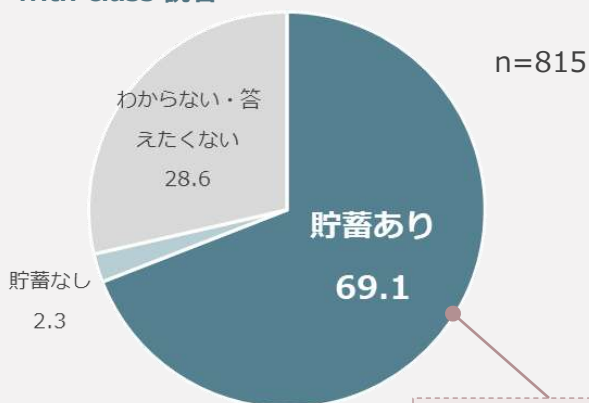


with class読者の貯蓄実施率は一般パネルに比べ高く、貯蓄金額も多い。

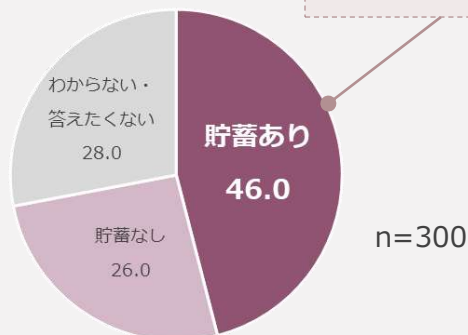
貯蓄の有無

対象：全員 (with class読者 n=815 / 一般パネル n=300)

with class 読者



一般パネル

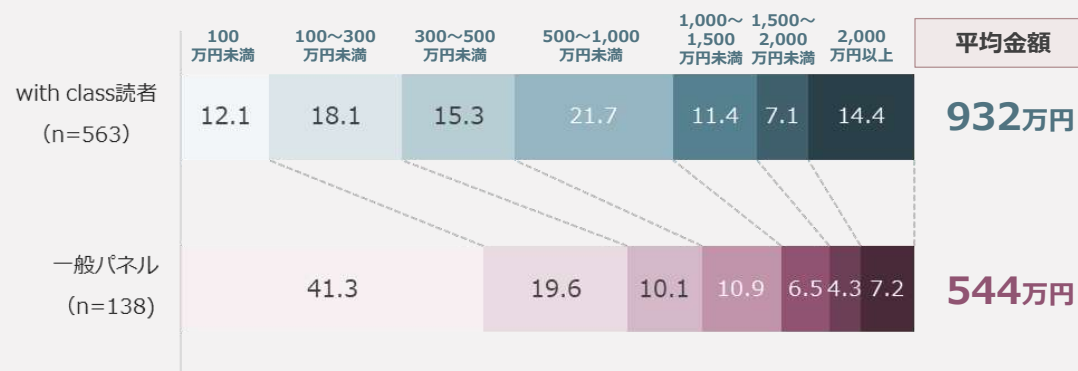


With class読者の7割が実施
(一般パネルは5割以下)

世帯での貯蓄額

対象：貯蓄あり※不明除く (with class読者 n=563 / 一般パネル n=138)

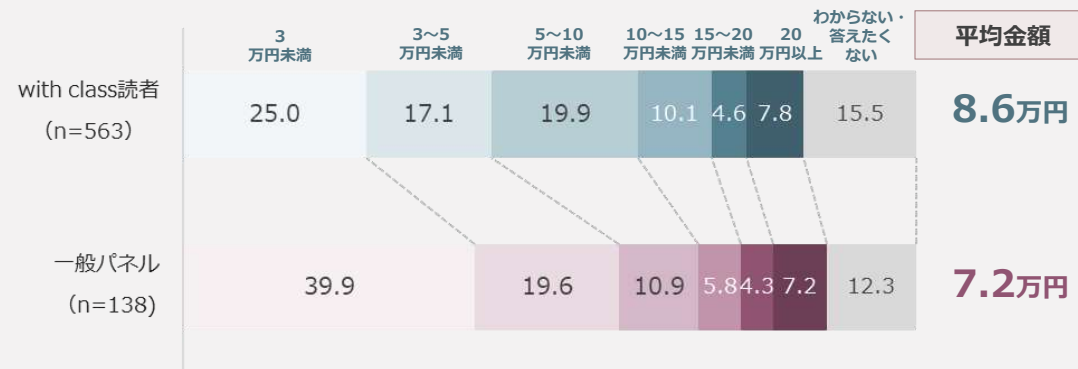
with class読者の世帯貯蓄額は、一般パネルに比べ「388万円」高い。



毎月の貯金額

対象：貯蓄あり※不明除く (with class読者 n=563 / 一般パネル n=138)

with class読者の毎月の貯金額は、一般パネルに比べ「1.4万円」高い。

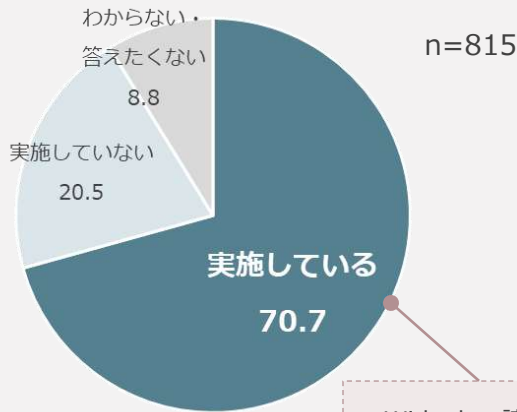


with class読者の資産運用実施率は高く、平均金額は325万円（一般パネルより40万円高い）。
預貯金の他、投資信託や貯蓄型保険などを意欲的に実施。

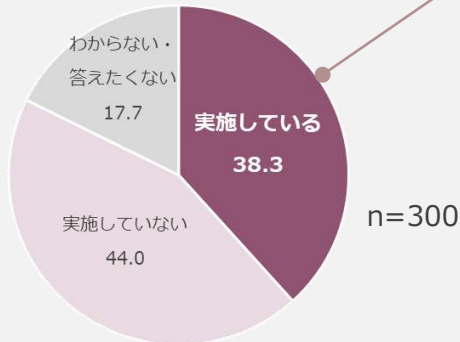
□ 資産運用実施状況

対象：全員（with class読者 n=815／一般パネル n=300）

with class 読者



一般パネル

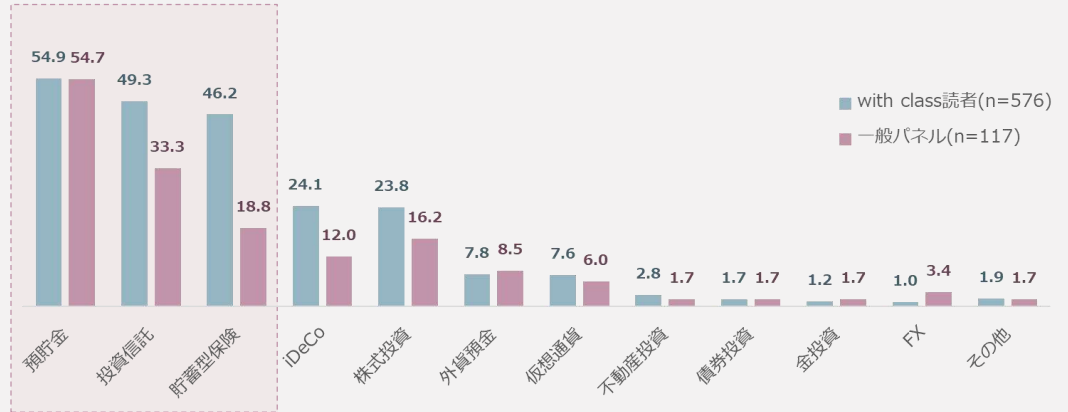


With class読者の
7割が実施
(一般パネルは4割以下)

□ 資産運用内容

対象：資産運用あり（with class読者 n=576／一般パネル n=117）

預貯金・投資信託・貯蓄型保険は半数程度が実施



□ 資産運用額

対象：資産運用あり※預貯金除く（with class読者 n=511／一般パネル n=76）

with class読者の資産運用額は、一般パネルに比べて「40万円」高い。

平均金額

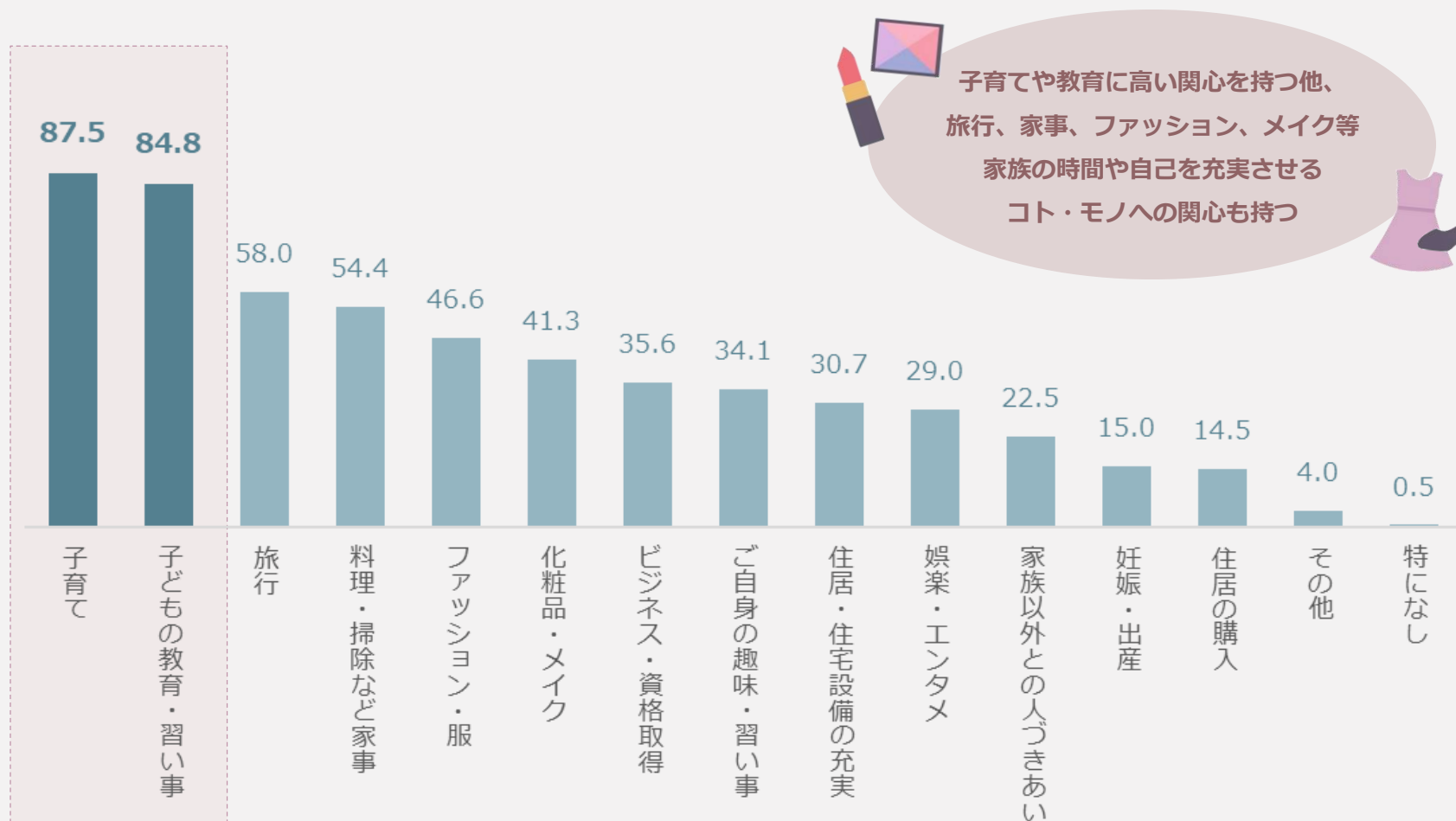


■ 100万円未満
 ■ 100~300万円未満
 ■ 300~500万円未満
 ■ 500~700万円未満
 ■ 700~1,000万円未満
 ■ 1,000万円以上
 ■ わからない・答えたくない

with class読者の8割以上が子育て・子供の教育に高い関心を持っている。

□ 今の関心事

対象：全員（with class読者 n=815）

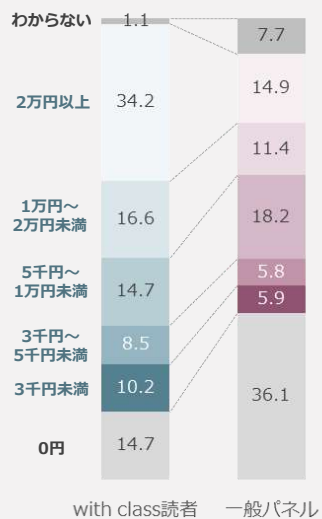


with class読者は、特に「子供の教育・習い事」「ファッション・服」「旅行」で一般パネルより支出金額が大きい。

□ 1か月あたりの平均支出

対象：全員（with class読者 n=815／一般パネル n=300）

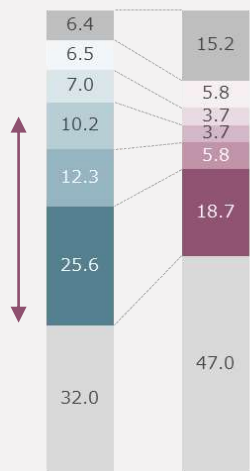
子供の教育・習い事



with class読者 一般パネル

平均支出額 **24,023円** **15,753円**

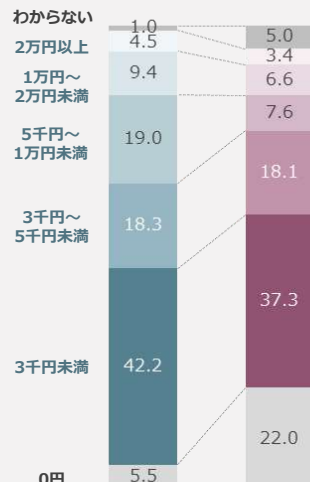
住居・住宅設備 インテリアの充実



with class読者 一般パネル

平均支出額 **11,415円** **11,577円**

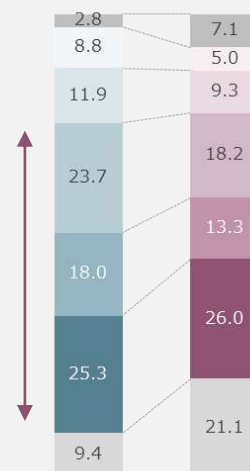
化粧品・メイク



with class読者 一般パネル

平均支出額 **6,026円** **6,122円**

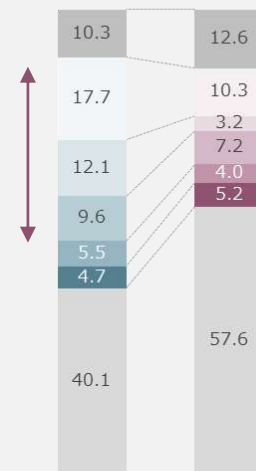
ファッション・服



with class読者 一般パネル

平均支出額 **9,178円** **7,638円**

旅行



with class読者 一般パネル

平均支出額 **22,877円** **20,018円**

with class読者の**8.5割**が
お金をかけている
2万円以上が多い

with class読者の**6割**が
お金をかけている
3千円未満～1万円未満が多い

with class読者の**9割**が
お金をかけている
3千円未満が多い

with class読者の**9割**が
お金をかけている
3千円未満～1万円未満が多い

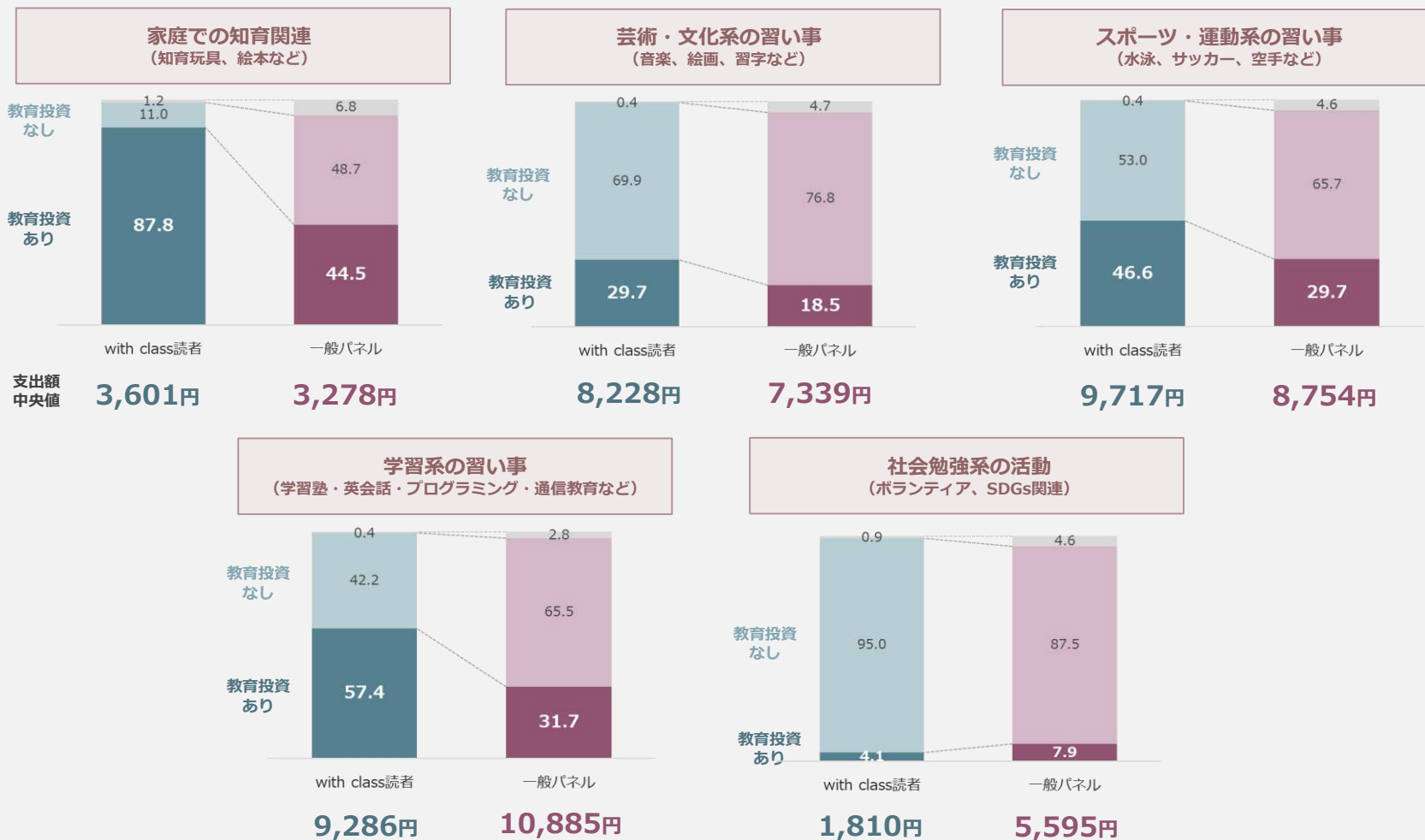
with class読者の**5割**が
お金をかけている
5千円以上が多い

※平均支出額は0円（お金をかけていない）を除き、支出を行っている人ベースで集計。

with class読者は子供の教育や習い事へ投資している割合が高い。
支出額についても全般的に高く、意欲的に教育投資を行っている。

□ 教育投資状況

対象：全員（with class読者 n=815／一般パネル n=300）

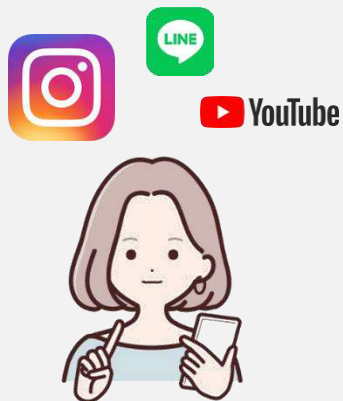
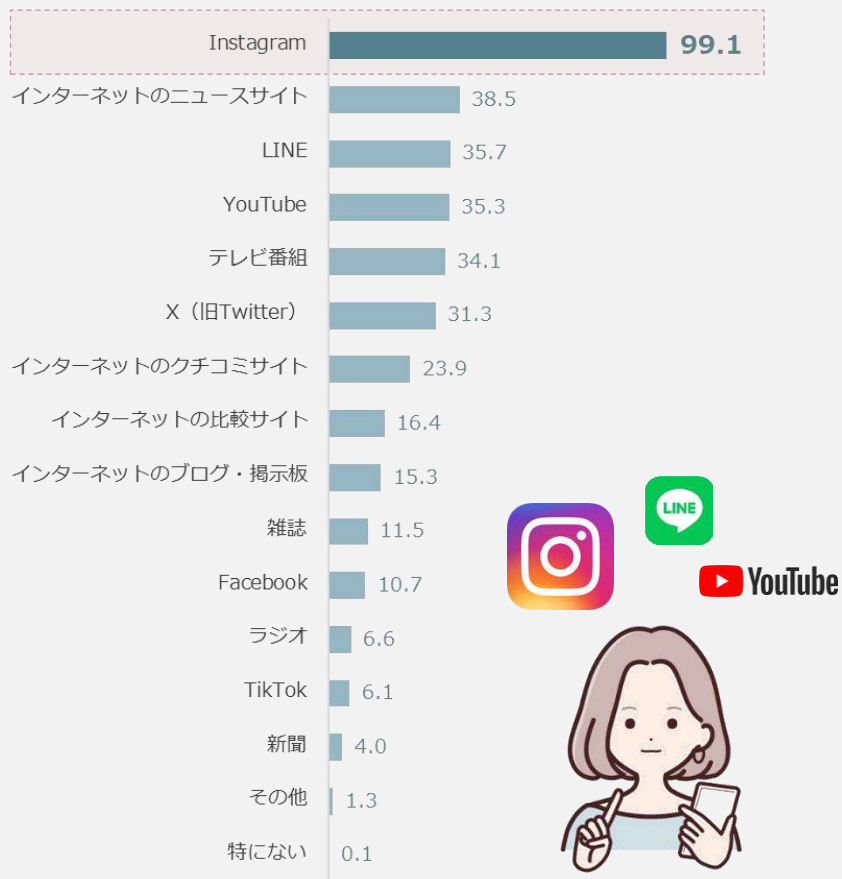


with class読者の主な情報収集源はInstagram。
 ママインフルエンサーのSNS投稿をきっかけに、商品の購入検討・購入を行った人が半数を超える。
 また、実際に紹介されたことを実践したりと、普段からお買い物や生活の参考にしている。

□ 普段の情報収集源

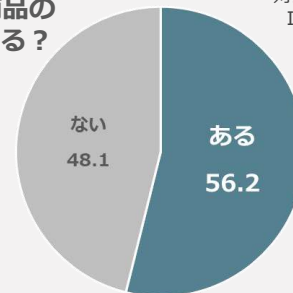
対象：全員（with class読者 n=815）

Instagramが圧倒的1位



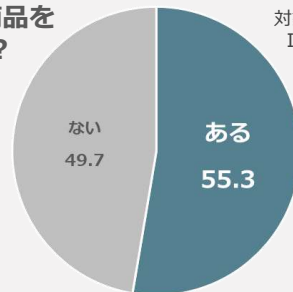
Q. ママインフルエンサーのSNSアカウントで見た商品の購入を検討したことはある？

対象：with class(mama)のメンバー個人のInstagramアカウント閲覧者（n=541）



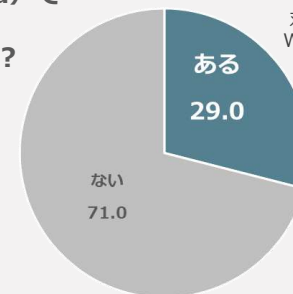
Q. ママインフルエンサーのSNSアカウントで見た商品を購入したことはある？

対象：with class(mama)のメンバー個人のInstagramアカウント閲覧者（n=541）



Q. with class (mama) で紹介されたことを実践したことはある？

対象：with class(mama)のWebサイト閲覧者（n=352）



コンテンツは主に未就学幼児～小学校高学年の子どもの「将来の選択肢」を広げる教育にまつわる情報と、この年代の子を育てる親が知りたい情報を厳選して紹介していきます。

Instagramで、少ない文字数のみから情報を得ることが多いこの世代のママ達が、「もっと深く知りたい」ことに絞って、webならではの深度で掘り下げます。

Director



<https://www.instagram.com/gmamanoikuji/>

じま

FW 15.3万人
全力育児するママ
年長男児



https://www.instagram.com/tomozo_life/

ともぞー

FW 26.4万人
ゆる楽な暮らし
小1女児



<https://www.instagram.com/meeeeroom/>

みー

FW 22.3万人
炊飯器レシピ
年中男児



https://www.instagram.com/setsuko_20/

せつこ

FW 26.6万人
家系と暮らし
小1男児、年少男児



<https://www.instagram.com/unagi.mama/>

うなぎママ

FW 9.7万人
ライフハックワーママ
小3男児、年長女児



https://www.instagram.com/ouchi_monte_ryoiku/

りっきー

FW 3.9万人
モンテッソーリ講師
小6男児、小2男児



<https://www.instagram.com/ma.me.ne.ko/>

まめねこ

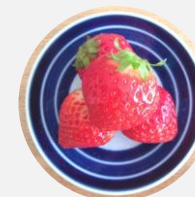
FW 11.3万人
育児と漫画
小5男児、小1男児



https://www.instagram.com/kie_158/

きえ

FW 19.2万人
暴れ馬育児
年長男児、1歳男児



<https://www.instagram.com/berry.kurashi/>

ベリー

FW 4.7万人
共働き&4人の子育て
ほぼ塾なし家庭学習
保育園児から中学生まで4人
(男の子2人、女の子2人)



https://www.instagram.com/tm_tegaki_pers/

とも

FW 1.7万人
幸せな住まいと暮らし
建築士ママ
小1女児、年少男児



<https://www.instagram.com/ayaya315/>

Ayako

FW 14.6万人
中学受験双子ママ

中2男児 双子



<https://www.instagram.com/nichohana.ouchi/>

にこはな

FW 5.1万人
おうち遊び

小4男児、小2男児、小1男児、3歳女児

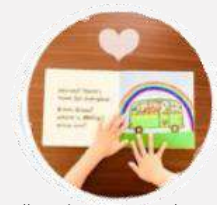


<https://instagram.com/takane715/>

たかね

FW 3.6万人
リビング学習

小4女児



<https://www.instagram.com/suuuumam0513/>

すみれ

FW 4.9万人
お金をかけないで
小学校受験ママ

小6男児、小4男児



<https://www.instagram.com/chankoikujj/>

ちゃんこ

FW 5.2万人
絵本の先生 教育移住

年長男児、3歳女児



https://www.instagram.com/tokyo_montessori_at_home/

えり先生

FW 3.4万人
モンテッソーリ教師

小3男児、小6女児



https://www.instagram.com/iori_3sisters

いおり

FW 5.8万人
学習(塾、英語アプリ)、知育系おもちゃ

小5女児、小2女児、3歳女児



https://www.instagram.com/kosodate_cheeringonallmoms/

れみ

FW 2.0万人
脳育・英語 ワーママ

小2男児、年中女児、2歳女児



https://www.instagram.com/mitamu_life/

みたむ

FW 2.2万人
海外留学

年少女児



<https://www.instagram.com/ouchieigoen/>

辻めぐみ

FW 1.3万人
おうち英語講師

小4男児、小2女児

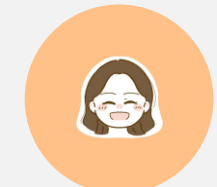


<https://www.instagram.com/reikojitan/>

れーこ

FW 7.5万人
19時消灯をめざす

小5女児、小2女児、年長女児



https://www.instagram.com/iwamama_ikujj/

いわママ

FW 8.6万人
おうち実験で
知的好奇心を伸ばす

年少男児



<https://www.instagram.com/fujico143cm/>

ふじこせんせい

FW 8万人

元保育士ママ・2歳育児

1歳男児、3歳女児



https://www.instagram.com/yurui_kurashi_rizuko/

リズ子

FW 7.7万人

ゆるい育児とあそび

小1女児、年中女児



https://www.instagram.com/ai_oekaki_mama/

愛田あい

FW 7.5万人

3児ママの育児絵日記

小3女児、年長男児、3歳男児



<https://www.instagram.com/mako1208/>

管理栄養士 mako

FW 7.4万人

KiSTA認定 偏食アドバイザー

年少男児



<https://www.instagram.com/hirorokok/>

ひろこ

FW 5.5万人

アメリカでシングルマザーの奮闘記

小1男児



https://www.instagram.com/arima1987_home/

ありママ

FW 4.4万人

汚部屋を片付けてすっきり暮らす

小1女児、年中女児



https://www.instagram.com/hr_hoiku/

はる

FW 3.4万人

保育士が教える保活と子育て

小2女児、年中男児



<https://www.instagram.com/takukana03/>

kana

FW 2.4万人

保育園栄養士 ステップファミリー

高1男児、中3女児



https://www.instagram.com/emi_jiken24/

えみ

FW 2.2万人

「えみさん家の“生き抜く力”をつける子育て」

小5女児、小3男児、年中女児



<https://www.instagram.com/yunpaca00/>

ゆんぱか

FW 1.6万人

寝かしつけに4児ママ流しない育児

小2女児、年長男児、年少男児、2歳男児



https://www.instagram.com/odekake_konbu/

こんぶ

FW 1.7万人

東京発おでかけ&旅ガイド

年少女児、2歳男児



https://www.instagram.com/nene_juken/

ねね

FW 1.4万人

日本一やさしい中学受験の教科書

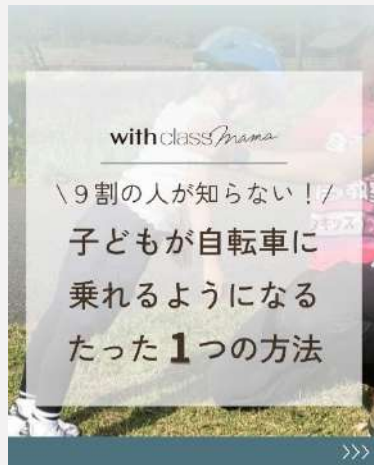
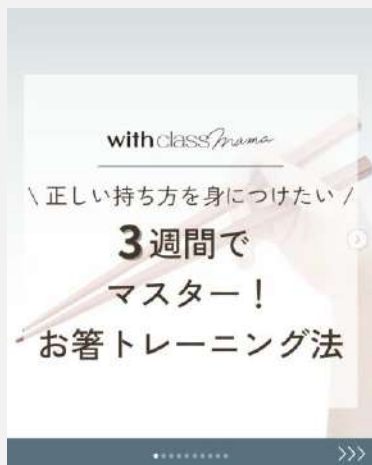
大学生男児、高校女児、中学男児

子育て



「お箸の持ち方のトレーニング方法」「自転車の乗り方」など
 専門家に聞いたノウハウについての投稿が人気です。

- ・子どもの身長を伸ばすために親ができること
- ・19時消灯小学1年生の平日ルーティン
- ・子どもの「ウン」をやめさせるのに効いた母の一言
- ・自己肯定感があがる「おうち作品展」のすすめ



教育



学びにつながる「YouTubeチャンネル」「知育アプリ」の紹介は
 保存数が2,000を超える人気コンテンツです。

- ・知的好奇心を刺激するしかけ絵本7選
- ・魔法のおはなしドリルの紹介
- ・辞書びきえほんのすすめ
- ・家庭学習を習慣化する3つのポイント



with class mamaのインフルエンサー集団が、フォロワーの方々の声を吸い上げコンテンツ化します
・ with classで記事化 & Instagramでコンテンツ発信を行い、インタラクティブなコミュニケーションの中で最適化、読まれる・読みたくなる構造を作ります

総フォロワー260万人

with class記事へ誘導

Webメディア

with class

<https://withonline.jp/with-class>

月間PV : 812万

月間UU : 166万

※2024年2月 with class単独

with class
mama

・教育・知育コラム
※著名人・識者連載含む

- ・住まい
- ・家事・時短
- ・ファッション
- ・美容
- ・漫画
- ・占い

コンテンツ連動

情報をInstagramで発信

with class mama

https://instagram.com/withclass_mama



4.5万人
フォロワー

▶ 現場の声を吸い上げ
コンテンツを制作



フォロワーの
情報を集約・拡散

マインフルエンサー

マインフルエンサー

マインフルエンサー

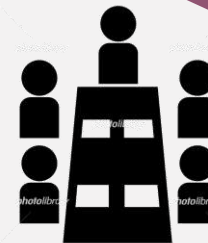
with class

https://www.instagram.com/withclass_jp/



2.3万人
フォロワー

with class記事へ誘導



InstagramやWEBだけでなく
リアル座談会や
ワークショップも実施

生活者の行動変容

認知 → 興味関心 → 理解 比較検討 → 購入 → 継続 → ファン化 → 推奨

with class mamaが提供できる、ママ目線でのクリエイティブ開発、情報拡散、プロモーションアイデアを活かした豊富な広告フォーマット

with class mama
及び
インフルエンサー
アカウントでの
Instagram情報接触

Instagram
フィード投稿の熟読
(保存)

with class記事の熟読、
クライアントサイト遷移

商品開発・
インフルエンサー
による販売促進

オウンドメディア支援
コミュニティ施策

複数アカウントからの
Instagram投稿

ママの興味をひく
フィードマガジン、
記事化

商品評価調査

コンセプト調査

ワークショップ

インタビュー
座談会

コンテンツ提供/制作受託

SNS運用支援

複数アカウントからのInstagram投稿

サンプリング

Instagramをメインに情報収集をする30代ママに、商品やサービス活用の
気づきを与えて 興味関心を持ってもらい 深く理解してもらってから クライアント様のサイトへ誘導します

マインフルエンサーとのコラボ商品
「with class×海老乃家の 揚げない天然海老フライ」誕生

ママの意見を商品に反映!!

海老専門店



@ebinoya_official

海老乃家

海老に携わり20年以上。代表の船田裕亮さんが自らの足で世界中の海から見つけ出した天然海老と、海老料理を販売する海老専門店。

鮮度を維持する衛生管理、冷凍でもおいしく食べられる加工技術や漁獲後の処理などを突き詰め、海老本来の旨味と食感をさらに引き出す方法を研究しています。

「ママの心を軽くするごはんを作りたい」というwith class mamaの願いと「頑張るママを応援したい！1品で満足でき、忙しい中でも簡単に作れる美味しい海老料理を作りたい」想いを抱く海老乃家様とのコラボが実現！

簡単ヘルシー&後片付けも楽ちんで、プリプリ&ぎっしり大きな身に海老本来の旨味が詰まった『揚げない天然海老フライ』が誕生。

1200人以上のママへのアンケートから「短時間で少ない調理機器」のできる料理が理想と判明。ママたちの声を受けてトースターで15分焼くだけで完成する揚げない海老フライの開発へ。商品サンプルが完成した段階で、海老好きのwith class mamaメンバーを集めて試食会を実施。予想以上の美味しさに火がついたメンバーがママ目線のリアルな意見を海老乃家様に直に伝え商品に反映してもらいました。

詳細はコチラ→ <https://withonline.jp/with-class/lifestyle/topics-lifestyle/atBS4>



海老乃家様からは「予約販売スタートと同時に既存顧客から早速オーダーが入り、一度に9パック購入された方もいらっしゃった」と伺っています。初期製造分(1袋8尾入り ¥1,980：350パックほど)は販売開始から2ヵ月程経過した1月中旬に完売しました！ 再販売に向けて製造し、1月24日に受付再開！

マインフルエンサーとのコラボ商品
「with class×海老乃家の 揚げない天然海老フライ」誕生

ママの意見を商品に反映!!

ご担当者様からいただいた今回のコラボに関するお声

海老乃家



with class様だから可能な、現役ママへの大規模アンケートを実施頂きました。結果に基づいた商品開発を、編集部の皆様はじめマインフルエンサー様もご参加頂き、皆様の熱量に感動いたしました。

リリース後、ECサイトやSNSアカウントへの流入が大幅増加。

新規ユーザー様はもちろん、既存ユーザー様からも“揚げない”、簡単で画期的な商品は大きな話題を呼びました。

ご自宅用でのまとめ買いや、予想以上に贈り物需要も多く、急遽ギフトセットのレパートリーも追加する事に。

商品リリース後も定期的な打ち合わせを行い、シーズンに合わせた訴求やキャンペーンなど様々なご意見を頂いており、大変有難いです。

長期的に長く愛されるコラボ商品が出来た事、大変嬉しく思います。

エデュテイメントとしてミュージアムを取り上げ、遊ぶだけでなく**知育のチャンス**として視点を変えてもらう事に成功

実施内容

1 多数のSNSアカウントによる記事誘導

with公式SNS投稿
- Twitter/ Instagram

with class公式SNS投稿
- Twitter/ Instagram

with class mama公式SNS投稿
- Instagram

with class mama 個人Instagram投稿3名分

タイアップページ記事誘導

認知

興味関心

理解/比較検討

2 with classでの記事掲載

オリジナルCMSタイアップ記事
タイトル：雨の日にもおすすめ！「見つけに行く」ミニチュアミュージアム スモールワールズが楽しい！ [PR]

期間：2023年4月17日～5月16日
リニューアルオープンしたばかりの大人も子どもも楽しめるスポットとして様々なエリアを紹介！

90,000 PV
61,000 UU

CTR 10%!!

遊びながら子どもの脳を育てる！スモールワールズの楽しみ方

1.見つける！

先ほど紹介した3つのエリアにはミニチュアの世界が広がっています。その中から今回は「見つけに行く」ミニチュアミュージアム スモールワールズが楽しい！ [PR]

「見つけに行く」ミニチュアミュージアム スモールワールズが楽しい！ [PR]

https://withonline.jp/with-class/education/mamacolumn/9YFVX

3 認知

with class mamaインフルエンサー個人アカウントによるSNS拡散
with class mama公式Instagramフィード投稿

https://www.instagram.com/p/Crx03KIP6G5/

タイアップ投稿のエンゲージメントが高く、関連ハッシュタグでトップ投稿に掲載！

with class mama 個人 Instagramフィード or リール投稿3名分

保存数 合計 1,717

合計 52万imp

https://www.instagram.com/p/CrLUMlWpw/

https://www.instagram.com/p/CrLBYVkp2a0/

https://www.instagram.com/p/CrLMyVpFuF/

Point!

- ①単なる施設紹介でない切り口で読者に興味を持たせTUページからクライアントサイトへ9,000クリック、CTR10%という驚異の数値！
- ②mamaが投稿したInstagramのエンゲージメントが高く、必須ハッシュタグで3つでトップ投稿に掲載！また、with class mamaで任意で選定したハッシュタグでも3つがトップ投稿に。
- ③mamaインフルエンサー個人Instagramでも投稿し、より具体的に遊び方やスポットを紹介し、利用シーンを想起！

スモールワールズ様の施設の魅力をたっぷりとお伝えした、with class mama拡散企画の実例です。ママの教育目線で遊びを楽しみながら、**脳育**という切り口でミュージアムを紹介。CTR、ママインフルエンサー個人投稿の保存数も高く、**利用意向が高まったことがコメントから伺えます。**

with class mama Instagram投稿事例：紹介サービス予約・フォロワー数増！

サービス提供社様より、with class mama Instagram投稿した直後に予約数が突然急増!!とコメントがあり、ひと晩でフォロワー数が2.2%ほど増えたのご報告いただきました。

実施内容

1 SNSアカウントによるサービス紹介・記事誘導

投稿日：2023年8月17日

with class mama公式 Instagram投稿



2 with classでの記事掲載

期間：2023年7月22日～
詳細は記事でご紹介

編集記事



12,347 PV
6,629 UU

3 クライアント様より、嬉しいコメントをいただきました

保存数
422

imp数
1.9万

コメント



noreta_kids 2週間前

掲載していただきありがとうございます😊
先程からご予約をドドっといただきまして、何でだろうと思っていたのですがwith classさんのお陰だったようです。もう間も無く2000人に達しようとしていますのでこのまま突き進みます🚲

<https://withonline.jp/with-class/education/topics-parenting/BOE6R>

【編集部コメント】

閲覧率が高くなるよう関心を惹きつけるタイトル付けとwith class mamaのフォロワーに多い未就学児のママたちが日々抱えている悩みを代弁→解決する構成にしました。InstagramはInstagram内で内容を完結したことが保存にも繋がっています。

with class *Mama*

Menu
オリジナル広告メニュー

読者がほぼ毎日接触するInstagramを起点に、複数のインフルエンサー／メディアが投稿を行い「発見」「認知」「共感」を促します。連動する記事も配信し、そこへ誘導をかけ商品・サービス理解を促進しクライアント様サイトへ誘引し購買に繋がります。Instagramによる拡散でリーチを上げ、同時にハッシュタグ検索によるインスタでのSEO対策も行うことができます。

複数インフルエンサー・メディア公式IGでUGCコンテンツ配信



共通ハッシュタグによるInstagramでのSEO



WEB記事配信 (CMS)



ページ内に“提供/クライアント名”を記載します。

クライアント様サイトへの誘導



サイトSEO

クライアント様サイトへの誘導

| | |
|--------|---|
| メニュー名 | オリジナルCMS記事（1万PV保証） + with class mama公式インスタフィードマガジン + with class mamaインフルエンサー拡散セット（合計10万imp保証） |
| 起用候補 | じまま、みーさん、せつこ、まめねこ、うなぎママ、りっきー、ともぞー、きえ、コラムニスト陣を含むwith class mamaインフルエンサーの中から適任の方を編集部がアサインします |
| 掲載期間 | 1ヵ月間 |
| 掲載開始日 | 平日任意 |
| オリエン実施 | 掲載開始日の30営業日前まで |
| 保証内容 | <p>①起用マインフルエンサーのうち1名が執筆するwith classタイアップ（CMS）記事1本</p> <p>②with class mama公式Instagramフィードマガジン投稿1回 ー1枚目は商品画像とタイトル ー2枚目以降はwith class mamaインフルエンサー1名による商品やサービス体験画像 ※基本的に顔出しナシ（合計7枚以上）</p> <p>③起用インフルエンサー全員の個人Instagramフィード投稿またはリール投稿1回 （商材・サービスに合った最適なものをご提案させていただきます） ※タグ付けはクライアント様アカウント</p> <p>④起用インフルエンサー全員の個人Instagramストーリーズ投稿1回 ※リンク先は①の記事誘導</p> |
| リーチ数 | 計約20万フォロワー(保証imp：10万) with class mama公式SNSのフォロワー数・imp含む ※インフルエンサー1～3名起用して上記③④を行います |
| サービス告知 | with class mama公式Instagramストーリーズ投稿 1回 with class公式Twitter・Instagramストーリーズでの投稿 各1回 ※投稿ご指定日がない場合は、編集部任意で掲載開始から4営業日以内を目安とさせていただきます |
| レポート | PC・SP別のPV数（合計）、外部誘導クリック数（合計） / with class mamaインフルエンサー投稿のリーチ、いいね数、保存数 |
| 備考 | HTML・二次使用・掲載ボリューム増量・2ヵ月以上の連載方式などをご希望の際は別途お見積りとさせていただきます。外部誘導（LOGLY・Outbrain・Akaneなど）を弊社で実施します。 |
| 備考 | <ul style="list-style-type: none"> ・オリエンシートをご提出ください。 ・事前に商品を起用人数分ご用意いただき、弊社担当者宛にお送りください。 ・撮影は編集部とwith class mamaインフルエンサーに一任ください。 ・with class mamaインフルエンサーはお選びいただけません。 ・with classタイアップ（CMS）記事の校正は2回までとなります。 ・マインフルエンサー個人Instagram投稿は基本的に校正なし、事実確認1回のみとなります。 ・投稿の時間は編集部・インフルエンサーに一任ください。サービス告知は編集部に一任ください。 ・投稿、記事、各誘導枠には[PR]が入ります。 ・お申込みはご希望掲載開始・投稿日の30営業日前までをお願いいたします。 |
| 掲載費 | G200万円(製作費込) |
| オプション | リール投稿：G20万円 （リールを制作する素材は上記で使用するものと同じです） |

■ モデルスケジュール


| | | 全体スケジュール | | | | |
|------------|---|---|---|---------------------------------|--------------------------|---|
| クライアント様 | | 講談社窓口 | 【with class記事】 | 【IGリール】mamaインフルエンサー | 【IGフィードマガジン】mamaインフルエンサー | 【with class mama公式IG】 |
| 2023/03/13 | 月 | ・オリエン実施&オリエンシートご提出 ※商品・サービスは事前もしくは当日ご提供ください ※ 現地取材ありの場合は、この日までに取材を実施。 ・オリエンは取材日の1週間前までに実施のうえ 記事用企画書（ラフ）は取材日前までにお戻しください。 以下に記載の記事用企画書（ラフ）工程はナンとなります。 | | | | |
| 2023/03/14 | 火 | | | | | |
| 2023/03/15 | 水 | | | | | |
| 2023/03/16 | 木 | | | | | |
| 2023/03/17 | 金 | | | | | |
| 2023/03/18 | 土 | | | | | |
| 2023/03/19 | 日 | | | | | |
| 2023/03/20 | 月 | | | | | |
| 2023/03/21 | 火 | | | | | |
| 2023/03/22 | 水 | ・記事用企画書（ラフ）お受け取り ← | ・記事用企画書（ラフ）提出 | ・記事用企画書（ラフ）提出 | | |
| 2023/03/23 | 木 | | | | | |
| 2023/03/24 | 金 | | | | | |
| 2023/03/25 | 土 | | | | | |
| 2023/03/26 | 日 | | | | | |
| 2023/03/27 | 月 | | | | | |
| 2023/03/28 | 火 | | | | | |
| 2023/03/29 | 水 | ・記事用企画書（ラフ）お戻し → ・IGリール下書きお受け取り ← ・IGフィードマガジン下書きお受け取り ← | ・記事用企画書（ラフ）お戻し受け取り ・IGリール下書き提出 ・IGフィードマガジン下書き提出 | ・記事用企画書（ラフ）お戻し確認 ・IGリール下書き提出 | ・IGフィードマガジン下書き提出 | |
| 2023/03/30 | 木 | | | | | |
| 2023/03/31 | 金 | | | | | |
| 2023/04/01 | 土 | | | | | |
| 2023/04/02 | 日 | | | | | |
| 2023/04/03 | 月 | | | | | |
| 2023/04/04 | 火 | | | | | |
| 2023/04/05 | 水 | ・記事初校お受け取り ← ・IGリール下書きお戻し → ・IGフィードマガジン下書きお戻し → | ・記事初校提出 ・IGリール下書きお戻し受け取り ・IGフィードマガジン下書きお戻し受け取り | ・記事初校提出 ・IGリール下書きお戻し反映 | ・IGフィードマガジン下書きお戻し反映 | 初校を確認のうえ、 ・フィード投稿1本制作 ・記事誘導ストーリーズ1本制作 |
| 2023/04/06 | 木 | | | | | |
| 2023/04/07 | 金 | | | | | |
| 2023/04/08 | 土 | | | | | |
| 2023/04/09 | 日 | | | | | |
| 2023/04/10 | 月 | ・IGリール下書き再校お受け取り ← ・IGフィードマガジン下書き再校お受け取り ← | ・IGリール下書き再校提出 ・IGフィードマガジン下書き再校提出 | ・IGリール下書き再校提出 | ・IGフィードマガジン下書き再校提出 | ↓ |
| 2023/04/11 | 火 | ・記事初校お戻し → | ・記事初校お戻し受け取り | ・記事初校お戻し反映 | | ・記事お戻し内容を確認し、整合性チェック |
| 2023/04/12 | 水 | | | ↓ | | ・with class mama IGフィード初校提出 |
| 2023/04/13 | 木 | ・記事再校お受け取り ← ・with class mama IGフィード初稿お受け取り ← ・IGリール下書き再校お戻し →FIX ・IGフィードマガジン下書き再校お戻し →FIX | ・記事再校提出 ・with class mama IGフィード初稿提出 ・IGリール下書き再校お戻し受け取り ・IGフィードマガジン下書き再校お戻し受け取り | ・記事再校提出 ・IGリール投稿内容FIX | ・IGフィードマガジン投稿内容FIX | |
| 2023/04/14 | 金 | ・記事再校お戻し→FIX | ・記事再校お戻し | ・記事再校お戻し→FIX | | |
| 2023/04/15 | 土 | | | | | |
| 2023/04/16 | 日 | | | | | |
| 2023/04/17 | 月 | | | | | |
| 2023/04/18 | 火 | | | | | |
| 2023/04/19 | 水 | ・with class mama IGフィード初稿お戻し → | ・with class mama IGフィード初稿お戻し受け取り | | | ・with class mama IGフィード初稿お戻し反映 |
| 2023/04/20 | 木 | ・with class mama IGフィード初稿お受け取り ← | ・with class mama IGフィード再校提出 →FIX | | | ・with class mama IGフィード再校提出 |
| 2023/04/21 | 金 | ※記事内容、IG投稿内容FIX※ | | | | ・FIX |
| 2023/04/22 | 土 | | | | | |
| 2023/04/23 | 日 | | | | | |
| 2023/04/24 | 月 | ・記事公開 | ・記事公開 | 投稿期間 | 投稿期間 | 投稿期間 |
| 2023/04/25 | 火 | | | ↓ | ↓ | ↓ |
| 2023/04/26 | 水 | | | ↓ | ↓ | ↓ |
| 2023/04/27 | 木 | | | ↓ | ↓ | ↓ |
| 2023/04/28 | 金 | | | | | |

with class mamaインフルエンサーを拡散施策として活用できる企画です。

商品やサービス・イベントの特性がよく伝わるインスタフィードマガジン、もしくはリールを制作し、固定ファンを多く持つwith class mamaインフルエンサーが個人Instagramで投稿し拡散します。同時にInstagramのストーリーズ投稿も行い、クライアント様のサイトもしくはInstagramフィードへ誘導します。

※遠地での取材やイベント参加、内容によっては別途お見積りをさせていただきます。二次使用をご希望の場合はご相談ください。

| 企画内容 | | ※レポートイメージは次ページでご紹介します |
|-----------|--|------------------------------------|
| 協賛条件 | 通年/各社実績料金と下記オプションに準じます | |
| 内容 | 金額 | 保証内容 |
| TU【オプション】 | G50万円 | Instagramポスト10万フォロワー(起用想定人数1~2名) |
| 20万FW企画 | G100万円 | Instagramポスト20万フォロワー(起用想定人数2~3名) |
| 100万FW企画 | G500万円 | Instagramポスト100万フォロワー(起用想定人数8~15名) |
| 備考 | <ul style="list-style-type: none"> ・オリエンで、ご希望に合わせて(ハッシュタグを含め)最適ご提案をさせていただきます。 ・案件に合わせて適正なwith class mamaを編集部任意でアサインいたします。 ・投稿には[PR]表記が付きま。 ・競合排除はいたしません。 ・実施には媒体審査がございます。媒体にそぐわないと編集部にて判断させていただいた場合、ご出稿をお断りさせていただきますこともございます。ご了承ください。 ・商品をご提供ください。 ・Instagram投稿日に関しては、ご希望日から1週間の幅の余裕を見てください。 ・投稿内容が事実と異なる場合や、公序良俗に反する場合などを除き、投稿したSNSの修正は原則行いませんのでご了承ください。 ・投稿用ハッシュタグは3つまでご指定いただけます。 | |

マインフルエンサー候補 

| | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|--|---|---|
| Director  じママ FW 15万人 全力育児するママ 0歳児児 | Editor  ともぞー FW 25.6万人 ゆる家な暮らし 0歳児児 | Editor  みー FW 22万人 幼馴染レシピ 0歳児児 | Editor  せつこ FW 25.9万人 素菜と暮らし 0歳児児、1歳児児 | Editor  うなぎママ FW 9.4万人 ライフハックワーマ 0歳児児、0歳児児 | Columnist  書天 FW 17.1万人 数丸馬肉巻 0歳児児、0歳児児 |  にこはな FW 4.9万人 おうち遊び 0歳児児、0歳児児、0歳児児、1歳児児 |  たかね FW 3.5万人 リビング字庫 0歳児児 |  すみれ FW 4.6万人 子育てがけないで 小学生勉強文 0歳児児、0歳児児、1歳児児 |
| Editor  りっきー FW 3.8万人 モンテッソーリ講師 0歳児児、0歳児児 | Editor  まめねこ FW 11.1万人 育児と奥園 0歳児児、0歳児児 | Editor  ごぼろく FW 4.9万人 居座りだけ平和主義 0歳児児、0歳児児 | Editor  べりー FW 4.6万人 共働きを4人の子育て 日常暮らし系読者層 0歳児児、0歳児児、0歳児児、0歳児児 | Editor  とち FW 1.7万人 幸せな暮らしに暮らし 建築士ママ 0歳児児、0歳児児 |  あまの FW 2.9万人 絶対無茶 0歳児児、0歳児児 |  ゆめぐみ FW 1.2万人 あつち育児講座 0歳児児、0歳児児 |  りーそ FW 5.9万人 おうち実習 0歳児児、0歳児児、0歳児児 |  れみ FW 1.8万人 阪急・東横 ワーママ 0歳児児、0歳児児、1歳児児 |

詳細・展開イメージ **with class mamaの投稿は反響大!!**

広告主：スモールワールズ様(20万FW)での投稿事例

必須ハッシュタグのうち#smallworlds #スモ春 #スモールワールズの3つでトップ投稿に載ることができました。
#子連れスポット #おでかけ #子連れ はハッシュタグの件数が大きく、トップ投稿に載ることはできませんでしたが、with class mamaで任意で選定した#子どもとおでかけ #子どもと楽しむ #おでかけ情報 の3つでトップ投稿に載りました。



<https://www.instagram.com/p/CrLLMlWepu/>
<https://www.instagram.com/p/CrLBYVp2aO/>
<https://www.instagram.com/p/CrLMLVpFuP/>

タイアップ投稿の
エンゲージメントが高く、
関連ハッシュタグで
トップ投稿に掲載!
52万imp

知育テーマ
住宅系
お料理レシピ
旅・宿泊・レジャー
ライフスタイル商材
など

メンバーの得意な分野は様々です!

※レポートイメージは以下で、Instagramのインサイトデータ、コメントや反応から見えた反響や、次回ご提案示唆などを含みます

レポートイメージ



インフルエンサーA様 ハッシュタグについて

with class mama

■#子どもと暮らす (25.1万件) #働くママ (76.6万件) #ワーママ (203万件) #教育 (98.8万件) など、件数の大きいハッシュタグでトップ投稿を独占。

各インフルエンサーの特徴と評価

with class mama

- リーチ力はフォロワー数の××を基準に評価
- HP誘導力はリンクタップ率××%を基準に評価
- 保存は、保存数が×以上を◎、××は○、×××以下は△と評価

| アカウント名 | リーチ力 | HP誘導力 | 保存 |
|-------------|------|-------|----|
| ママインフルエンサーA | ◎ | △ | ○ |
| ママインフルエンサーB | △ | △ | ○ |
| ママインフルエンサーC | ○ | ◎ | ◎ |
| ママインフルエンサーD | ○ | ○ | △ |

相互コミュニケーション可能な固定ファンを多く抱えるwith class mamaインフルエンサーがクライアント様に代わってアンケートを実施します。より身近で本音を言いやすいInstagramでの関係が既にあるからこそ見えてくる気づきから、WEB記事1本を制作します。その内容を二次使用いただけるプランです。

ファッションや美容はもちろん、投資、家や車や生活行動に関するアンケートなど、働く女性向けにアンケートを実施する企画です。忖度のない回答で本音を引き出し、コメントの二次使用や商品開発、プロモーション戦略にご活用ください。アンケート実施後、調査からの気づき記事1本と、with class mamaインフルエンサーによるInstagram拡散を実施します。

詳細・展開イメージ

フェムテック商材など、女性特有の事情や悩み、使用体験を聞くのに向いています！

アンケート内容確定

調査したいテーマに合わせてアンケート内容を決定し、Googleフォームを作成してwith class mamaインフルエンサーが個人のInstagramに投稿しフォロワーの回答を促します。

アンケート内容：
上限5問まで。
※うち記述式1問まで



調査したいテーマに合わせて、インフルエンサーをアサインします。人選はお任せください。

with class mamaインフルエンサーのフォロワーがアンケート回答

子育て中のママが多いwith class mamaインフルエンサーのフォロワーがアンケートに回答します。



with class記事制作 (CMS)

- 調査からの気づき記事 (CMS1本)
- 起用したwith class mamaインフルエンサー個人Instagramによるストーリーズでの記事誘導1回



ストーリーズからWEBに誘導



アンケート結果、記述式回答コメントの二次使用

アンケート結果をクライアントさまのオウンドでご使用いただけます。



※アンケート回答数は1000人保証となります

| | |
|--------------------------|---|
| 協賛条件 | 下記パッケージ料金に準じます／タイアップ制作費含む |
| 保証内容 | <p>①アンケート調査実施（アンケート内容：上限5問まで ※うち記述式1問まで）※アンケート回答数は1000人保証となります</p> <p>②アンケート集計</p> <p>③with online／with classに記事掲載(CMS1本・1ヵ月間) …with onlineは誘導枠設定、本記事はwith class掲載 -アンケート集計結果から得た気づきのタイアップ記事制作（想定PV：5,000） -付帯サービス：with class公式Twitter・Instagramストーリーズでの投稿 各1回 with class mama公式Instagramストーリーズ・フィード投稿 各1回 ※投稿ご指定日がない場合は、編集部任意で掲載開始から4営業日以内を目安とさせていただきます。</p> <p>④起用したwith class mamaインフルエンサーによる個人Instagramストーリーズ投稿での記事誘導1回、フィード投稿1回</p> <p>⑤アンケート結果、コメントの二次使用(クライアントさまオウンド、1ヵ月間)</p> |
| オーダー締め切り | 実施の2ヵ月前まで |
| 備考 | <ul style="list-style-type: none"> ・with class記事とwith online誘導枠、告知サービスのwith classおよびwith class mama公式SNS(Instagramストーリーズ、Twitter)投稿には[PR] 表記が入ります。 ・with class mamaインフルエンサーの投稿には[PR]表記が入ります。 ・アンケートはGoogleフォームを用いて、Instagramストーリーズからアンケート回答を誘導します。 |
| スケジュール目安 ※前後する場合があります | <ul style="list-style-type: none"> ・アンケート内容決定（クライアント様と、最適な回答の引き出し方をご相談のうえ内容確定） ・アンケートプレビュー提出 ・アンケートプレビューご修正内容お戻し（1週間） ・アンケート内容確定 ・アンケート開始 →（1週間後）アンケート回収 ・アンケート結果集計／調査からの気づき記事制作（3週間） ・記事制作 修正出し戻し（1週間） <p style="text-align: right;">※アンケート調査項目決定から8週間程度</p> |
| 金額 | G300万円 ※アンケート項目数や内容にご希望がある場合は、都度お見積りとなります |

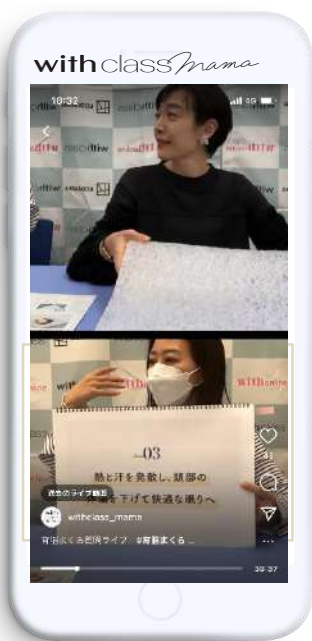
with class mama公式Instagramとマインフルエンサーのアカウント2画面で配信するライブ企画です。

商品やサービスの特性がよく伝わるインスタライブで商品やサービスの紹介などを、固定ファンを多く持つwith class mamaインフルエンサーと読者とコミュニケーションしながら行います。with class mama公式SNSとマインフルエンサーからのライブ告知もセットのプランです。※配信の撮影については、with class mama公式Instagramとマインフルエンサー個人アカウントの二画面を想定（出張ライブ希望の場合別途お見積り）

詳細・展開イメージ

with class mama公式 Instagram

※画像はイメージです



知育テーマや、お料理レシピ紹介など、インスタライブ慣れたインフルエンサーがフォロワーさんたちの声を聞きながら商品を紹介します

マインフルエンサー候補



ともぞー
Fw 24.4万人
所属: 株式会社 with class mama



せつこ
Fw 21.5万人
所属: 株式会社 with class mama



じま
Fw 16.2万人
所属: 株式会社 with class mama



みゆ
Fw 19.9万人
所属: 株式会社 with class mama



みる
Fw 22.5万人
所属: 株式会社 with class mama



けい
Fw 19.9万人
所属: 株式会社 with class mama



ぽん
Fw 13.5万人
所属: 株式会社 with class mama



みる
Fw 19.9万人
所属: 株式会社 with class mama

| | |
|---------------|--|
| 起用候補 | じま、みーさん、せつこ、まめねこ、うなぎママ、りっきー、ともぞー、きえ、のwith class mamaインフルエンサーの中から適任の方を編集部がアサインします |
| 掲載期間 | インスタライブ実施日から1ヵ月間 |
| 掲載開始日 | 平日任意 ライブ実施推奨時間帯：第一推奨 20時-20時30分、第二推奨 19時-19時30分 |
| オリエン実施日 | 掲載開始日の30~40営業日前程度 |
| 原稿タイプ | Instagramでのライブ、IGTV格納 with class mama記事CMS（テンプレート型・撮影なし）※IGTVエンベッド |
| 制作ページ数 | 1~2ページ程度 ※実施内容により最適化いたします |
| URL | 3種まで |
| 保証内容 | <ul style="list-style-type: none"> 1社買い切り30分のインスタライブ実施 ライブ終了後 with class mama公式InstagramのIGTVに格納 with class mama公式Instagram フィード投稿 2回（インスタライブ告知、商品・サービス告知） with class mamaインフルエンサー個人Instagram ストーリーズ投稿3回（インスタライブ告知、IGTVアーカイブ視聴誘導、CMS記事誘導） with class mama公式Instagram ストーリーズ投稿 1回（インスタライブ告知） with class mama公式Instagram記事（CMS形式、1記事） → 誘導：with class mama公式Instagram ストーリーズ投稿1回 想定PV数：5,000~8,000 |
| レポート | インスタライブ総視聴数、PC・SP別のPV数（合計）、外部誘導クリック数（合計） |
| 備考 | <ul style="list-style-type: none"> ◆商材によってはお受けできない場合がございますので、ご提案前に必ずご相談ください。 ◆台本（アジェンダ）は提出させていただきます。インスタライブの撮影立ち会いは可能ですが、人数を限らせていただく場合がございますのでご了承ください。 ◆with class mama公式Instagramの「フィード」と「ストーリーズ（収録動画・24時間格納）」の内容は編集部に一任いただけます。（ただしマイナス表現などがある場合は応相談とさせていただきます） ◆インターネット回線の状況やInstagramサーバーの負荷、その他視聴者のスマートフォン環境により映像が途切れたり停止するなど正常に視聴できない場合があります。20分（実施時間の2/3以上）正常に配信できない場合は、別日にて再度ライブ配信させていただきます。 ◆状況に応じて、3密を避け、出演者同士が2画面で出演とさせていただきます。 ◆各誘導枠・ページ内に〔PR〕を記載します。 |
| 掲載費 (制作費込) | G250万円 |

貴社のお悩みをお聞かせいただいた上で、解決案の提示とブレスト2時間をセットにしたプランです。

マインフルエンサー集団、専門家、文化人を含めた知見から多岐に渡った視野で解決案を提示させていただきます。
またそれに至った経緯のご説明とブレストも実施し課題解決をサポートさせていただきます。

| with class mamaの強み・知見 | | |
|--|---------------------------|--------------------------------|
| ①with class が抱えるインフルエンサー集団がフォロワーの方々の声を吸い上げる力&拡散力 | ②全国のwithLab共働きメンバーのコミュニティ | ③出版社の編集部による、著者、専門家、文化人のブックイング力 |
| メディア・コミュニティ設立・運営、チーム作り | コラボ・自社開発商品 | 専門領域の知見・キャスティングまで |

こんなお悩みに対応いたします

- 類似サービスと差別化したい
- リブランディングの方向性を見つけたい
- 客観的な強みを発見したい
- 効果的な訴求の仕方を見出したい
- 具体的なSNS戦略、どうすべきか etc



オプション

具体的な提出物を作成する場合、以下金額となります。






- 1) ブランディング案 強みの打ち出し (読者調査つき) : **G50万円**
- 2) コピー案 短・長ワード数 5本 : **G15万円**
- 3) サイトトップ改良案 : **G50万円**
- 4) SNSフィード改良案 (プロフィール含む) : **G30万円**
- 5) その他、ワークショップなどご要望有れば別途お見積りさせていただきます

| メニュー名 | with class mama参画 オウンドメディア支援／コミュニティ施策 |
|-------|---|
| 実施期間 | 2024年4月～2025年3月末日まで |
| 保証内容 | <p>会議体2回 (120分以内×2回)</p> <p>【1回目】お悩みインプット&シェア 事前資料・情報に基づき、お悩み・課題のご共有をお願いします。 それをベースにご質問・ヒアリングをいたします。</p> <p>【2回目】解決の方向性ご提示 ヒアリング内容をベースに、具体的な切り口や制作物のベース・ヒントとなる解決の方向性をご提示いたします。</p> <p>お悩みにまつわるニュース記事(2000PV保証)を制作・掲載し、読者リサーチ記事 (sponsored by クライアント様) として発信します。読者に対する課題提起など、切り口は応相談とさせていただきます。</p> |
| 作業工程 | <p>事前資料・情報をご準備ください。</p> <p>会議体は、対面もしくはオンラインで実施します。 2回目の会議体は、1回目の内容を踏まえて実施タイミングをご提示いたします。 (目安：2週間後) ※納品物なし</p> |
| 留意事項 | <p>一連の会議に参画するメンバーは、with class編集部にご一任ください。 ご相談内容・案件種別に応じて最適な編集部員・エディター等を選定します。 専門家等のアサインご希望は別途ご相談下さい。 会議体はオンラインを基本といたします。 対面での開催は東京都23区内とさせていただきます。 23区外でのご実施希望の場合は、別途交通費等費用が発生します。</p> |
| 金額 | G100万円 |

with class mamaインフルエンサーを起用してクライアント様製品・サービスに対するご希望の調査を行い、アウトプットするまでをお手伝いします。

具体的には座談会から、製品・サービスの強み抽出やパッケージ企画協力、製品・サービス化した際の拡散までを行います。

ターゲット層に向けた、こんなお悩み・ご相談にお応えする企画です！

-  製品・サービス開発をするうえで、プレユーザーの声に耳を傾けながら失敗しないモノをローンチしたい。
-  製品・サービス開発の段階からメディア露出やSNSで拡散し、発売後すぐにスタートダッシュを切りたい。
-  製品・サービスのリニューアルを考えているが、どのような方向性にするか迷っている。
-  製品・サービスについて、アンケートを取得して今後活かしたい。
-  製品・サービス開発とプロモーションを同時に行いたい。

■ 想定の商品・サービスなど：食品のメニュー開発、金融商品、知育、防犯商品、宿プラン、車 など

企 画 概 要

with class mamaインフルエンサーを起用してクライアント様製品に対するご希望の調査を行い、アウトプットするまでをお手伝いします。
具体的には座談会から、製品の強みの抽出やパッケージ企画協力、製品化した際の拡散までを行います。
発売後、実際に商品体験をしてもらう新規ユーザーも募集しアンケート取得することも可能です。

興味・話題喚起 → 記事 → 拡散

課題・ご希望
ヒアリング

事前アンケート
実施

座談会
実施

コラボ商品
決定

商品認知拡大
施策

商品発売・
購入促進

事後アンケート
実施

アンケートや座談会による
ユーザーインサイトの洗い出し

コンテンツ案の作成

商品共同開発

商品開発経緯の
報告ページ作成
(商品特徴や魅力、
ポイントを訴求します)
with class mama

発売開始告知

with class mama
公式SNS拡散

新規利用者への
アンケート実施

with class mama
インフルエンサーによる拡散

0次分析
座談会などを実施



with class編集部
の知見 & with class
mamaインフルエンサー
によるユーザーアンケート



コラボ商品
決定



with class mama
インフルエンサー
による拡散

タイアップ
ページ①



タイアップ
ページ②



クライアント様
ECページへの誘導
(予約・購入)

クライアント様
ECページへの誘導
(購入)



SNS拡散

アンケート調査



実施スケジュール

4ヵ月前

3ヵ月前

2ヵ月前

1ヵ月前

課題・ご希望
ヒアリング

事前アンケート
実施

インスタライブ
座談会実施

コラボ商品
決定

商品認知拡大
施策

商品発売・
購買促進

事後アンケート
実施

課題・ご希望ご提出

タイアップ
訴求内容ご確認

商品情報ご提供

アンケート結果ご確認

0次分析
座談会などを実施



商品共同開発

コラボ商品
決定

タイアップページ
内容ご確認

タイアップページ
内容ご確認

with class編集部の見解 &
with class mamaインフルエンサーによるユーザーアンケート



アンケートや座談会による
ユーザーインサイトの洗い出し

コンテンツ案の作成



インスタライブ
座談会参加メンバー
による拡散
(商品認知拡大をします)

商品開発経緯の
報告ページ作成
(商品特徴や魅力、
ポイントを訴求します)

クライアント様
ECページへの誘導
(予約・購入)

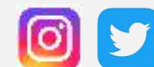


座談会参加メンバー
による拡散

(発売告知をし、購入導線へ誘導します)

発売開始告知
ページ作成
(購買意欲を醸成します)

クライアント様
ECページへの誘導
(購入)



with class mama・
with class公式SNS
拡散

WEB・SNSでの
商品紹介

購入者対象
新規利用者への
WEBアンケート実施



クライアント様

講談社

コラボ商品企画詳細

| | |
|----------------|---|
| 起用者 (顔出しなし) | with class mama インフルエンサー |
| コラボ商品開発 | <p>●保証●</p> <p>①with class mamaインフルエンサーによる事前アンケート実施・分析</p> <p>②①のインフルエンサー招集によるインスタライブ座談会実施 30名保証 (商品開発)</p> <p>③②で起用したインフルエンサー+座談会参加メンバーの個人Instagramストーリーズ&フィード投稿各2回 (計各60回)</p> <p>④商品開発経緯の報告ページ制作…クライアント様ECページへの誘導 (予約・購入)</p> <p>—告知サービス with class mama公式Instagramストーリーズ1回、with class公式Instagramストーリーズ・Twitter投稿各1回</p> <p>⑤発売開始告知ページ制作…クライアント様ECページへの誘導 (購入)</p> <p>—告知サービス with class mama公式Instagramストーリーズ&フィード投稿各1回</p> |
| 注意事項 | <ul style="list-style-type: none">・商材により可否がございますので、提案前に必ず弊社営業担当にご連絡願います。・ご提案前にご希望内容をお知らせください。・申込み締め切りは、発売日の4ヵ月前とさせていただきます。(例:2024年7月28日発売の場合は、2024年3月28日が申込み締め切り)・with class mamaインフルエンサーの選定は編集部に一任ください。・座談会メンバーの人数を追加する場合は、ご相談ください。・商品は、座談会参加メンバーの分ご提供ください。・座談会参加メンバーのSNS校正確認は1回、事実確認のみとさせていただきます。・with class、with class mama公式SNS、with class mamaインフルエンサー個人SNS投稿には[PR]表記が入ります。・二次使用ご希望の場合は別途お見積りとなります。 |
| 金額 | コラボ商品企画：G850万円 |

■想定クライアント様
食品のメニュー開発・金融商品・知育 防犯商品など
ワーキングママコーデ
宿
地方
車 など

商品開発事例

サマンサタバサ・ジャパン (& chouette) さま 2020年8月～10月実施

【ファッションコラボ商品開発】アナタの1票で商品化が決定!? 大人気バッグの“理想の別注カラー”を読者メンバーが考えました!
<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-b>

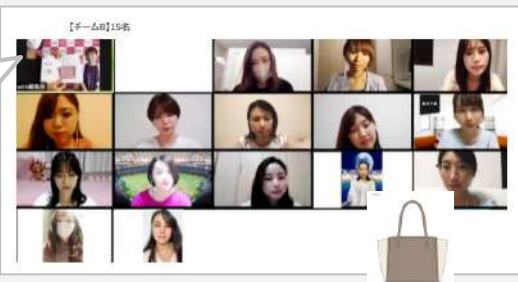
①事前アンケート実施



事前アンケートで各自のほしいカラーを再現!
 開催に際し、事前にどんなカラーをプロデュースしたいか、各自アンケートを行いました。アンケートをもとに&シュエットのデザイナーさんがラフデザインを作成。

②商品開発ミーティング

リアルOLが30名集合
 アパレル勤務、企業の広報、デザイナー、インフルエンサーなど、リアルwith世代を代表するファッション感覚の高い総勢30名が参加!



読者組織による「ファッションコラボ商品開発」がオンラインミーティングで実現!
 withLab STAR100とエディターを中心とした選出メンバー30名によるオンライン商品開発ミーティングを実施。

今回の企画は、OLに人気のバッグブランド「& chouette (アンドシュエット)」から2020年秋冬に発売されるハンドバッグのカラーをカスタムするというもの。チームA・Bに別れ、それぞれほしいカラーを考案。一般投票で投票数が多かった方のデザインが「withコラボカラー」として商品化。

③一般投票開始

<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-c>



一般投票でチームA・Bどちらかのバッグの発売が決定!!

⑤試作品レポート記事

<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-girls1>
<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-girls4>
<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-girls7>



withLabによる決定商品の紹介と予約・購入導線への誘導

④漫画TU記事

<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-rikka>



商品の紹介と購入導線への誘導
 漫画家SNSアカウントからの誘引

⑥発売告知記事

<https://withonline.jp/fashion/chouette2020-rikka>



商品の紹介と購入導線への誘導



「そして特筆すべきは、やっぱりこの大容量! 大きいポーチに500mlペットボトル、漫画本、財布、キーケース……となんでも入ります!」

&シュエットのプレス谷さんとwith online編集長岡本が登場!

まず始めに編集長岡本から、今回の企画内容について説明。その後&シュエットプレスの谷さんにもご登場いただき、ハンドバッグの素晴らしさについて、余すことなく語っていただきました!

with online側のトップページや新着記事ページ、カテゴリページなどには、これまで通りすべての記事（「with class」用の記事も含む）が掲載されます。単純に、「with class」に掲載される記事はこれまでの2倍の露面（with online側に誘導枠）が確保されることになり、さらにはwith class読者側のユーザビリティとして、より自分にフィットした記事を見つけやすいという利点があります。

<https://withonline.jp/with-class>

TOPページ



<https://withonline.jp/>



with online から
with classへの導線もあり、
誘導枠は2倍設置され露出が増大

タイ
アップ
記事誘
導枠②

サイト内誘導枠

(掲載保証期間内のタイアップのみ表示)

PC

SP

(SPには以下のほか、下部にPR記事一覧があります)

TOPページ

大カテゴリ

サブカテゴリ

記事下

TOPスライダー枠

最新のの記事枠

最新のの記事枠

最新のの記事枠

PR記事一覧

PR記事一覧

PR記事一覧

PR記事一覧

PR記事一覧

TOPページ

大カテゴリ

サブカテゴリ

記事下

TOPスライダー枠

最新のの記事枠

最新のの記事枠

最新のの記事枠

最新のの記事枠

こちらもおすすめ

※枠の位置や仕様は、運用していくうちに多少変更する可能性があります

現役ママのインフルエンサー集団×
with class編集部Instagramメディア

with class *mama*

事例集

with class mamaコラムニストが 紹介した**モノが完売!**

Case. 1

辞書引きえほん
シリーズ (ひかりのくに)

Columnist

コラムニストたかねさんの「辞書引きえほん」の記事と投稿が大反響!

注文が殺到しシリーズ全店在庫の底がつく現象が発生



<https://instagram.com/takane715/>

たかね

FW 2.7万人

リビング学習

8歳女の子ママ

公文愛好家としてインスタでも発信されています。たかねさん案件では、この事例の他にも、分數マグネットもしばらくの間、売り切れが発生しました。

「モンテッソーリ幼稚園に答えがあった

娘が通っていたのはモンテッソーリ教育を取り入れている幼稚園でした。そこでは文化教育という分野で地図を学び、その発展活動として、学んだ国について自分で調べたことを書き出すという活動がありました。年長さんが先生に聞くわけでもなく、どんどん自分で本の中から知りたい国のページを開き、その国の言語、人口、国旗などをササササと紙に書き写していく様子に感動しました。

年長さんが一人で調べ学習ができる本、それが本日ご紹介する、「辞書引きえほんシリーズ」(ひかりのくに)です。



娘が使用している本

<https://withonline.jp/with-class%2Feducation/mamacolumn/Tx7nW>

ひかりのくに編集部ご担当者様より
たかねさんへ直々に御礼のご連絡を
いただきました



前回の辞書引き絵本の記事が出て以来、特にネット書店からの**注文が殺到**して、**ついにシリーズ全8点すべての在庫が底をついてしまいました!**

急ぎ、すべてのシリーズ再販をかけています!
本当に素晴らしい記事をありがとうございました!!

Case.1

辞書引きえほんシリーズ（ひかりのくに）

春休み、夏休み前に書籍の需要がUPする傾向です!!

好事例の要因 ①商品のおすすめポイントがリアルに使用している幼児の親目線なのでわかりやすい ②「買うだけではダメ！勝手に学び出す仕組みを作る」など、置き場所、ふれあい方にまで言及している ⇒実際に自分の子どもが家で使う具体的なイメージが湧くからこそ、購入に繋がっています！



オススメポイントは5つ

- 1.美しいお部屋から、ひらがなを覚えていけば読めるから一人で読めるから
2.読書は知って写真イラストが多く、辞書と読書のいいとこ取り
3.サイズがA3(Born)縦2.5cm(厚さ2.5cm)程度なので手に取りやすい
4.家で読んだりお風呂で読んだり、幼児一人でも読める
5.読書に合わせたお部屋づくりも参考記事があるから、とんとんお部屋づくりも



収納場所は、その場のいちばんを曹

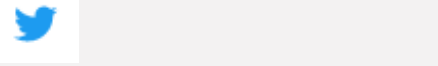
- 1.お部屋のいちばん隅、読書が楽にできる場所
2.お部屋のいちばん目立つ場所、読書が楽しくなる場所
3.お部屋のいちばん読書がしたい場所、読書がしたい場所
4.お部屋のいちばん読書がしたい場所、読書がしたい場所
5.お部屋のいちばん読書がしたい場所、読書がしたい場所

辞書引き絵本シリーズは全部で8種類
見出し:辞書引き絵本シリーズは以下の8種類に分かれています。
漢字 27種類の漢字を学ぶ、読み始めの定番絵本。
世界地図 世界地図のイラストが美しい、読み始めの定番絵本。
国旗 国旗のイラストが美しい、読み始めの定番絵本。
科学がわかる 科学のイラストが美しい、読み始めの定番絵本。
動物がわかる 動物のイラストが美しい、読み始めの定番絵本。
植物がわかる 植物のイラストが美しい、読み始めの定番絵本。
ものごとの仕組み 身の回りのものの仕組み、読み始めの定番絵本。
辞書引きえほん 辞書引きえほんの読み始めの定番絵本。
読書がわかる 読書のイラストが美しい、読み始めの定番絵本。

買うだけではダメ！勝手に学び出す仕組みを作る
とってもオススメな辞書引きえほんシリーズですが、もちろん購入するだけでは、本棚の隅になるだけで、購入したらまずは読ませる、一緒に読ませる必要があるのです。
我が家は年長さんの時に国際、世界地図、日本地図の3冊を購入、この本に添え持っていた別冊「この本を買ってくださるママを褒めて生まれたこと」と面白すぎる読書の習慣を築いてくれました。

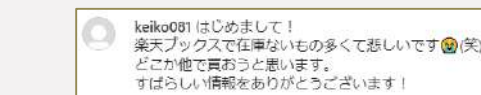
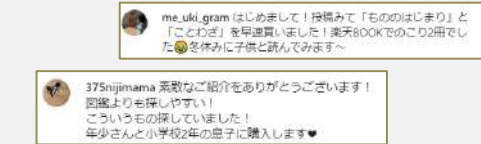
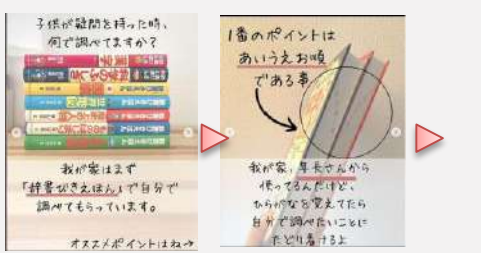
シリーズを監修された陰山英男先生からも記事に対する賛嘆のお声をいただきました

陰山英男 @kageyama_hideo
たかねさんからの「辞書引きえほん」の活用方法の紹介記事が出ています。
この活用方法が私に読っていたことをドキュメント化されていて衝撃と、いほど驚きました。
ありがとうございます。
幼児が自分で読まれる「辞書引き絵本」のすごい効果！自学自習におすすめのワケ
withonline.jp
幼児が自分で読まれる「辞書引き絵本」のすごい効果！自学自習におすすめのワケが、子どもが勝手に学び出す仕組みを作る、そんな素敵な本があったら欲しいですよね？ インスタグラムで紹介したところ、なんと約10...



元小学校教師。山陽放送では火曜日朝8時半より「教育ラジオ」を放送中。小学館、学研、清風堂などでドリル好評発売中の陰山先生のTwitterアカウントで賛嘆のお声が投稿されています。

たかねさんInstagram投稿
https://www.instagram.com/p/CmaWs1cpfDy/



たかねさんのInstagramフィード投稿には「買いました！」などのコメントがついています

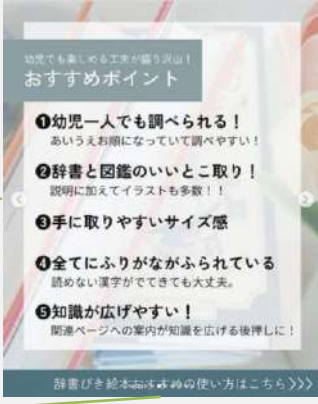
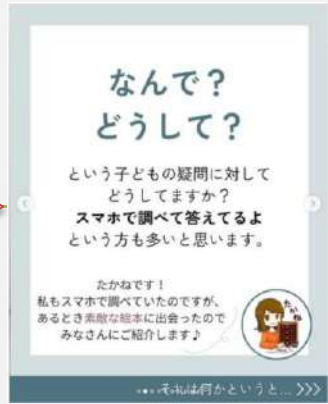
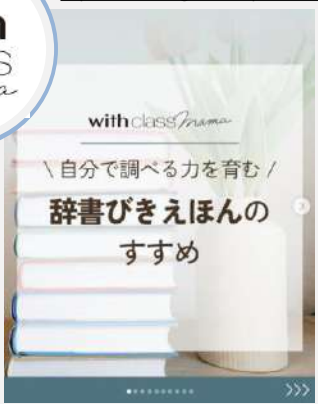
記事URL https://withonline.jp/with-class%2Feducation/mamacolumn/Tx7nW

Case. 1 辞書引きえほんシリーズ (ひかりのくに)

Instagramの投稿は、リーチ1.4万に対して保存数が**625 (4.5%)**と多く、ドリルに興味を持った方が多いことがわかります。

Instagram投稿

<https://www.instagram.com/p/Co9IOLtvma5/>



リーチ：1.4万
Imp：1.7万
いいね：362
保存数：625



with class mamaコラムニストが
紹介した**モノが完売!**

Case.2

美智子様も読み聞かせた
かみさまのおはなし
(講談社)

Columnist

コラムニストたかねさんの「かみさまのおはなし」の記事と投稿が大反響!
記事公開後に**重版**がかけられました!
<https://instagram.com/takane715/>

たかね

FW 3.4万人

リビング学習

8歳女の子ママ

公文愛好家としてインスタでも発信されています。たかねさん案件では、この事例の他にも、分数マグネットもしばらくの間売り切れが発生しました。



かみさまのおはなし

| 皇室で読まれていた『かみさまのおはなし』とは

いつものように娘と読むのに良い本はないかとインターネットで検索していたところ、ふと「皇室ではどんな本を本棚に並べているんだろう」と頭に浮かびました。そして検索にヒットした本の中の1冊に私の目は釘付けになりました。

それが今回紹介する子どものための古事記、『かみさまのおはなし』でした。

記事URL <https://withonline.jp/with-class/education/mamacolumn/RUV78>

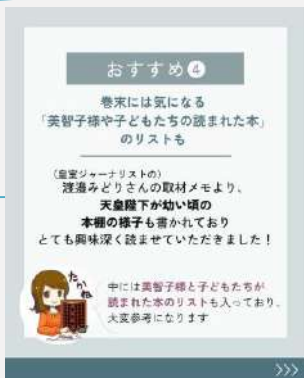
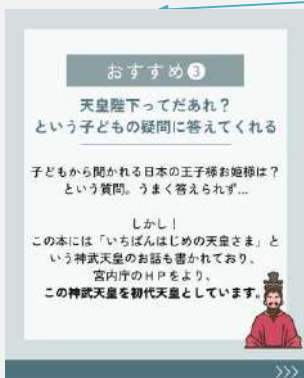
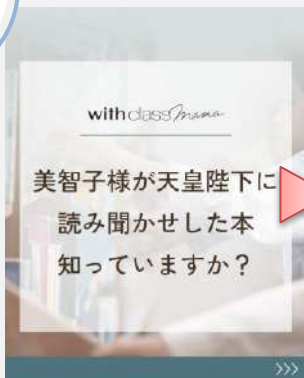
Case.2

美智子様も読み聞かせた かみさまのおはなし (講談社)

Instagramの投稿は、保存数が**1,186 (3.8%)**と非常に多く、発見欄からの流入が**4,600**と外部露出も多い好結果となり、発見・保存という購買に繋がる行動に寄与し、重版につながる導線を築くことができました。



Instagram投稿
<https://www.instagram.com/p/CrDeiglPvqK/>



リーチ: 3.1万
Imp : 3.4万
いいね: 743
保存数: 1,186

記事URL <https://withonline.jp/with-class/education/mamacolumn/RUV78> コメントで教えてね! >>>

with class mamaコラムニストが紹介
した**モノが品薄!**

Case.3

おはなしドリルシリーズ
(学研 教育出版)

Columnist

https://www.instagram.com/ouchi_monte_ryoiku/

りっきー

FW 3.7万人

モンテッソーリ講師

小5・小1ママ

コラムニストりっきーさんの「おはなしドリル」の記事と投稿が大反響！
記事公開後、Amazonで「ベストセラー」になり、楽天市場では一時的に在庫が
無くなり、「入荷予約」になるなど品薄となりました。

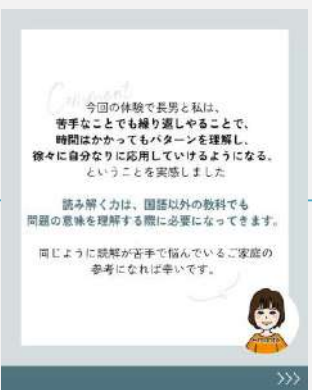
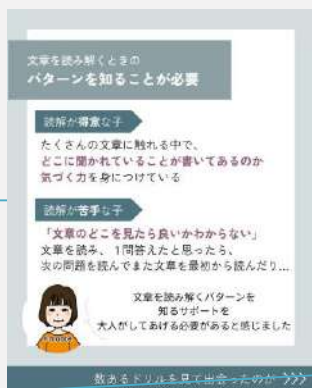
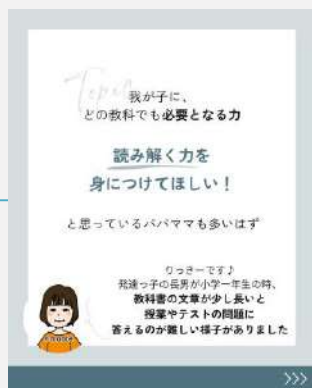
記事URL <https://withonline.jp/with-class/education/ricky-dekoboko/tvKav>

Case.3 おはなしドリルシリーズ (学研 教育出版)

Instagramの投稿は、リーチ1.1万に対して保存数が**644 (5.8%)**と多く、ドリルに興味を持った方が多いことがわかります。



Instagram投稿
<https://www.instagram.com/p/CsbBJePbLx/>



リーチ: 1.1万
Imp: 1.3万
いいね: 273
保存数: 644

with class mama ディレクターTwitterの反響がスゴイ！

Case.4

おうち遊び勉強法 (講談社)



1.2万フォロワーのアカウントで「おうち遊び勉強法」についてのツイートが**586万imp**を記録。

Director



<https://www.instagram.com/gmamanoikuji/>

じママ
FW 14.3万人
全力育児する
4歳男の子ママ



URL

<https://twitter.com/gmamanoikuji/status/1662626017104781314?r=20>

Imp : 586万
いいね : 2.3万
リンククリック数 : 19,884

<ユーザーの反響>

引用RTでは『体験からの学びが素敵』・『天才！』というコメントが多くついたRT数は**2557**・いいねは**2.3万件**



ツイートに貼り付けた楽天ROOMの「おうち遊び勉強法」への商品リンクは**19,884**クリック！

<反響と在庫状況>

投稿翌日の**楽天**の総合ランキングでは**6位**に。教育カテゴリーで**1位**獲得。在庫も動き午前中には予約販売となりました。前日の売上の**9倍**に！なんと、**Amazon**でも前日の売上の**7.4倍**に！

インプレッション数トップ4(フィード)投稿

2023年1月13日～2024年1月17日の投稿

TOP 1

<https://www.instagram.com/p/CvHi123vxxB>



リーチ：4.8万
Imp：**5.2万**
いいね：343
保存数：2,178

with classにて過去に公開されたコラムをwith class mamaのInstagramで投稿。公開後すぐに保存数が伸び、Imp5.0万のうち、3.2万がフォロワー外に拡散した。「作法」「マナー」「プロに教わる教育術」などは今後数字の伸びが期待できそうなネタ。

TOP 2

<https://www.instagram.com/p/C1JyJi>



リーチ：4.7万
Imp：**4.9万**
いいね：844
保存数：775

現役保育士、SNSフォロワー180万人のてい先生の投稿。「行き渋り」という、未就学児によくある悩みに寄りそう投稿は、いいね数・コメント数も多く、ママからたくさんの共感を得た。

TOP 3

<https://www.instagram.com/p/CvhSyqPvB8H>



リーチ：3.8万
Imp：**4.4万**
いいね：829
保存数：1359

with classでも人気の、元モー娘。の辻希美さんのコラムをwcmにて公開。発見欄からの流入が1万を超えた。「悩み」というワードをトップ画像に使用したことも効果的であった。

TOP 4

https://www.instagram.com/p/CywSbm1Cf78/?utm_source=web&utm_medium=link&utm_campaign=withclassmama



リーチ：3.3万
Imp：**4.4万**
いいね：614
保存数：64

with class mamaで人気の「早寝育児」に関する投稿。睡眠に関するネタも興味関心が高く、インプレッションが伸びやすい。

保存数トップ4(フィード)投稿

2023年1月13日～2024年1月17日の投稿

TOP 1

<https://www.instagram.com/p/Cvj3lpcPvIF>



リーチ：2.1万
Imp：2.6万
いいね：427
保存数：**2,442**

夏休み、動画視聴時間が長くなるタイミングで投稿したところ、悩みにタイムリーに訴求することができ、保存が伸長。

TOP 2

<https://www.instagram.com/p/CvHi123vxxB>



リーチ：4.7万
Imp：5.2万
いいね：343
保存数：**2,178**

with classにて過去に公開されたコラムをwith class mamaのInstagramで投稿。公開後すぐに保存数が伸び、Imp5.0万のうち、3.2万がフォロワー外に拡散した。「お箸トレーニング法」を解説したことで、あとから見返したくなる投稿になった。

TOP 3

<https://www.instagram.com/p/Cn9NWaGP5FC/>



リーチ：2.1万
Imp：2.8万
いいね：586
保存数：**2,062**

保存は2000超え。紹介したアプリを後でDLもしくは調べてみようという行動が伺われる。発見欄からもタップされている。

TOP 4

<https://www.instagram.com/p/CoUYhfaNap/>



リーチ：2.0万
Imp：2.5万
いいね：528
保存数：**1,926**

知育アプリは人気でこちらも保存が1900超え。コメントで「こういう投稿ありがたいです」とあったり、ママ世代からの需要が感じられる。

Instagramライブも高視聴です



<https://www.instagram.com/p/CoyOFsmBC2/>



<https://www.instagram.com/p/CpFhfbuhuWS/>

<https://www.instagram.com/p/CpFimjrhgcU/>

ボーク重子さん× with class mamaのインスタライブを実施。

Shigeko Bork BYBS Coaching LLC 代表 ICF（国際コーチング連盟）会員ライフコーチのボーク重子さん(@shigekobork)。娘・スカイさんは「Distinguished Young Women of America 2017(全米最優秀女子高生)」で日本人として初めて優勝したことで有名です。

常時視聴 : 約200人
リアル総視聴 : 1,144
アーカイブ再生 : 1万回再生

土曜日の朝という時間帯で、リアル視聴はもっと少ないかと思われましたが1,000人以上の方が視聴してくださいました。

賢さ控えめ「開成ボーイ」ぎん太さんのお母さんをゲストにインスタライブを実施。

常時800人近くの方に参加していただき、ぎん太さんのお母さんの人気伺えました。開始時間を21時と設定したことも参加しやすかったと考えられます。

常時視聴 : 約600~700人
リアル総視聴 : 1,524
コメント数 : 611
アーカイブ再生 : 3万回再生

自身の経験や質問コメントを投げかけるなど積極的に参加されている、熱いファンの方が多くみられました。コメント数からも直接コミュニケーションを取りたい方がいることも顕著に。

・ホテル宿泊系なら **こんなご提案が可能です！**

分かりやすいリール動画で興味喚起！魅力をご紹介！

<https://www.instagram.com/reel/Cbw6gzjgjpA/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>



with class *mama*

https://www.instagram.com/tomozo__life/



ともぞー FW 26.4万人

(@tomozo__life)

- ゆる楽な暮らし
- 5歳の女の子ママ

・ 食品関連なら **こんなご提案が可能です！**

<https://www.instagram.com/reel/CirdzsMgtCm/>



「時短」 + 「お子様ウケ」という切り口の分かりやすいリール投稿 & ストーリーズ投稿をハイライトで

ひじきが**1000個売れ**！

みーさんは時短・炊飯器と掛け合わせたレシピでファンを構築しています。

with class *mama*

<https://www.instagram.com/meeeroom/>



みー

FW 22.3万人
炊飯器レシピ
3歳男の子ママ

・食品関連なら こんな切り口のご提案が可能です！

<https://www.instagram.com/reel/CpflfsspHud/>



「大食い家族」 + 「時短」という切り口でインパクト大のルールレシピ投稿で**30万再生超**！

認知拡大向き！

せつこさんは大食い家族×レシピで伸ばしているの
で認知という点では強いです。

with class *mama*

https://www.instagram.com/setsuko_20/



せつこ

FW 26.6万人
家系と暮らし
2児の男の子ママ

【広告掲載基準】

- * 各雑誌が運営するサイトは、純広告、タイアップ広告とも、原則、本誌の掲載基準に準拠いたします。
- * 広告掲載をお受けできない内容、表現等は下記の通りです
 - 国内関連法規、国際条約などに反するもの
 - 広告主の実態があきらかでなく、責任の所在が不明なもの。（日本法人でないものは不可）
 - 虚偽、誇大または、誤認のおそれがあるもの。
 - 投機、射幸心をあおる表現のあるもの。
 - 社会秩序を乱すおそれのあるもの。
 - 非科学的、迷信に類するもの。
 - 名誉毀損、プライバシーの侵害、営業妨害、差別表現のあるもの。
 - 業機法・医療法・景品表示法など国内法規に違反するおそれのある表現のもの。
 - 美容整形については、現状ではお受けいたしていません。
 - 読者の利益に反し、被害を与えるおそれがあるもの。
 - 品位・クオリティを落とすと判断されるもの。
 - 以上の他、講談社が不適切だと判断したもの。

【注意事項】

- ・各広告枠の料金、枠数、在庫、仕様は予告なく変更される可能性がありますので、最新の状況を必ず担当までご確認ください。
- ・火災、停電、天災地変等の不可抗力や不測の事態、システムの定期的なメンテナンスやデータセンター等の都合のため、広告を掲載及び配信されない場合がございます。その場合、月間48時間を超えない場合、また配信に関しては24時間以内に配信された場合は免責とさせていただきますので、ご了承ください。
- ・各種タイアップ広告、ニュース記事広告ページ内に、計測タグなど外部計測ツールの埋め込みはお断りしております。
- ・競合排除の調整は原則行っておりません。
- ・バナー広告は、掲載開始から6時間を掲載確認時間としています。掲載確認時間内の掲載不良につきましては、免責とさせていただきますので、ご了承ください。
- ・各種タイアップ広告ページへ、弊社が購入し外部誘導枠から誘引を行う場合がございますので、希望されない場合は事前にお申し出ください。

【申込書・入稿規定】

- [入稿メールの書式] 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）が策定した『トラフィックマニュアル』に準じた形でお願いいたします。
※詳細は、http://www.jiaa.org/html/archive/traffic_manual.htmlをご参照ください。
- [入稿期日] 原稿の入稿・差し替えは、5営業日前の17時30分までとさせていただきます。期限を過ぎた場合、掲載開始日および掲載期間の保証は致しかねます。
- [リンク先について] 動作確認の都合上、掲載開始の3営業日前までにページをご用意いただき、URLをご入稿ください。

【配信レポート】

- [タイアップ・ニュース記事] PC・SP別の合計PVと外部クリック合計数を、掲載終了後10営業日程度で提出いたします。
 - [バナー] 日別imp・クリック数を、掲載終了後5営業日程度で提出いたします。
 - [メディアブースト] imp・クリック数の合計数とCTRを、タイアップ・ニュース記事のレポートと併せて提出いたします。
- 上記以外につきましては、お申込み前にご相談ください。