

2013年10月17日

報道関係各位

株式会社ベネッセコーポレーション
代表取締役社長 明田英治

～妊娠・出産・育児雑誌「たまひよ」創刊20周年～ “赤ちゃんがふえる しあわせがふえる”をキーメッセージに より多様化する家族や育児をサポートするブランドへ進化

株式会社ベネッセコーポレーション（本社：岡山市、以下：ベネッセ）発行の月刊誌「たまごクラブ」「ひよこクラブ」（以下、「たまひよ」）は2013年10月15日、創刊20周年を迎えました。1993年、マタニティ・ベビー誌市場に、それまで存在しなかった読者が主役の革新的な雑誌として2誌同時に創刊。「たまひよ」は、この年の「新語・流行語大賞」表現部門の銅賞を受賞しました。そして、20年の間に妊娠・出産・育児の雑誌といえば「たまごクラブ」「ひよこクラブ」と言っていただけのメディアとして大きく成長することができました。

20年間の変化を見てみると、創刊当時（1993年）の第1子出産時の母親の平均年齢は27歳でしたが、2011年には初めて30歳を超え30.1歳になるなど、出産年齢が広がりました（厚生労働省「人口動態統計」）。さらに、年間出生数は1993年の約118.8万人から2012年では約103.7万人へと減少するなど少子化も一段と加速しています。女性の社会進出が進み、働くママが増加し、「待機児童」という言葉も一般的になりました。

また、身近なところでは、一見すると妊婦に見えないようなおしゃれなマタニティファッションを楽しむ妊婦さんが増加。パソコンや携帯電話、スマホなどが普及しインターネット利用者数が増加したことで情報環境が変化、「赤ちゃんの保育」だけでなく、母親の体やメンタル面を支援するようなサービスや活動も広がりを見せています。また、「男性の育児休暇」が話題になり、父親が「出産に立会うこと」が多数派になるなど、父親の育児参加を推進する制度が充実するとともに、父親自身の意識・行動に変化が起きています。

この度「たまひよ」は、創刊20周年を機に、妊娠～出産経緯の多様化、出産年齢の広がり、ライフスタイルや就業状況の変化などにより「多様化するママ」を、多面的にサポートする存在に進化します。具体的には、これまでの「課題解決」に加えて、人生のスペシャル期間を過ごすママ&家族の“ハレの場面”をサポートする写真スタジオやWEB/スマホアプリサービスの提供を開始します。また、20周年の記念として、新家族CMや、「創刊年の表紙のベビーを探して～20年の親子のストーリー」誌面特集など、多数の企画を展開します。さらに今後は、これからいつかママ・パパになる方々に向けても、情報・メッセージ発信やサポートをしていく予定です。

子育ての「大変」な局面ばかりが社会でフォーカスされる中、「赤ちゃんがふえる しあわせがふえる」をキーメッセージに、「たまひよ」は、様々な情報や商品サービスを通じて、あらためて「赤ちゃんが生まれ、育てていくことの幸せ」を伝え、応援していきます。



【多様な家族を象徴する「たまひよ」のキャラクター】

◆「ママと赤ちゃん」のことを一番よく知る「たまひよ」が語る 20 年前と今

「たまごクラブ」「ひよこクラブ」創刊プロデューサー みよしようこ
(現在、フリープロデューサー。みよしようこ事務所主宰)

当時「Hanako 族」と言われた方々「27 歳独身女性。海外旅行は年 2 回。靴とバッグはブランド物で。キャリアと結婚だけじゃイヤ」という女性が社会に進出する時代でしたが、母になると、会社をやめ、小さなマンションで子どもと向き合う日々が始まり、初めての子育ては、実家の母たちの知恵だけでは足りない。社会との接点もなくなる不安と焦り……。そんなママたち 1 万人以上の声から、彼女たちの新しいステージになる（読者参加型）雑誌を作ろうと思ったのです。ママたちにヒアリングしながら必ず聞いていたことは「あなたが一番信頼できる妊娠出産情報源は？」。その答えは「雑誌」でなく「妊娠・出産を経験した先輩の話」。当時、彼女たちが情報を入手できる場所は「お砂場」でした。そこから生まれたのがお砂場感覚で参加できる雑誌＝「お砂場が雑誌になった」というフレーズでした。

創刊後は一種のブームとなり、妊娠したら「たまごクラブ」、赤ちゃんが生まれたら「ひよこクラブ」を買うもの！と多くの人に思っていました。ファッション提案もしました。妊娠したらジャンパースカートしかなかったマタニティ時代に、パパのジーンズの活用やスパッツを提案したのも実は「たまごクラブ」です。その「たまごクラブ」「ひよこクラブ」が 20 年後の今も、妊娠・出産・育児の No.1 ブランドであり続けていることが嬉しいですね。

次の 20 年に向け進化していくのを外から楽しみにしています。

現「たまごクラブ」編集長 小山田明代
現「ひよこクラブ」編集長 二階堂美和



【「たまごクラブ」(上左)、「ひよこクラブ」(上右) 創刊号

20 年前に比べて、「妊娠中も自分らしく輝きたい」「積極的に育児ライフを楽しみたい」という「たまごクラブ」(下左)・「ひよこクラブ」(下右) 最新号】

ように、妊娠・出産・育児をポジティブにとらえるママが増えてきました。パパの登場する機会も格段に増えて、以前は育児を少し手伝っただけで「いいパパ」だったのが、今は「(ふたりで)やるのが当たり前」化しています。育児グッズもそうしたママ・パパに合わせて、デザインも機能も進化してきました。ダークカラー一色だったベビーカーはカラフルになりお洒落度がグンとアップ。紙おむつは吸水性が向上してママの育児の負担を減らしています。

ママを取り巻く情報環境も、ネット、携帯電話、スマホで大きく変わりました。でも、氾濫する情報にとまどい、より正確で整理された情報を「たまひよ」に求める読者が増えてきたと感じています。環境や意識が変わっても、赤ちゃんともママのリアルな育児の現場が変わったわけではありません。私たちは、そこで頑張っているママの助けになれるよう変わらず役立つ情報を届けたいと思っています。

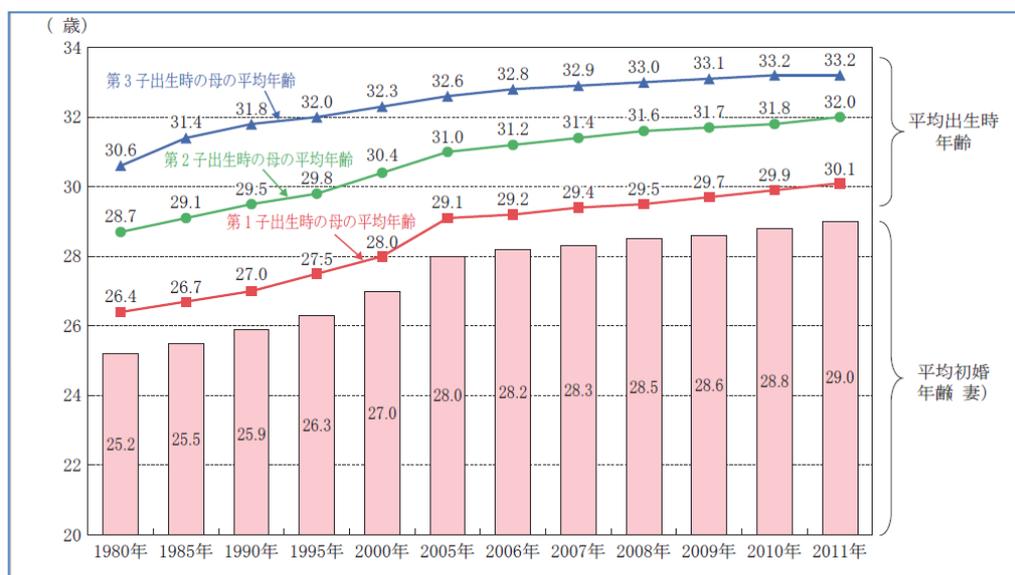
◆少子化と並行してこれだけ進んだ！ママの「多様化」

「たまごクラブ」「ひよこクラブ」の創刊は平成 5 年(1993 年)。当時から少子化は社会問題化していましたが、並行して進んだのが出産年齢の広がりです。厚生労働省のデータから、1990 年代の妻の平均初婚年齢はおよそ 26 歳、第 1 子の平均出産年齢は 27 歳前後。2011 年には平均

初婚年齢は29歳に上昇、第1子出産年齢は30.1歳と初めて30代になり、ともに3歳程度上昇。晩婚化、晩産化の流れは続いています。それに応じて出産年齢の分布は様変わりしており、当時は20代後半が最も多かったのが、現在では30代前半にボリュームゾーンがスライドし、20代から40代まで分布が広がっています。ひとことでママと言っても20代、30代、40代と幅広く、それに応じてライフスタイルやファッション、就業状況、メディア活用など様々な面で状況が異なり「多様化」しています。今の時代、「ママ」をひとくくりで見るとは難しくなっていると捉えています。

さらに、ベネッセの次世代育成研究室「第2回妊娠出産子育て基本調査」(※注)を見ると、子育てに充実感を感じている層が85%と多数派ながら「子どもがうまく育っているか不安になる」と回答している層も約48%と半数近く存在しています。結婚・妊娠・出産の経緯も多様化していると思われることから、不安や課題の種類も幅広いと思われ、よりきめ細かい情報提供やサービスの選択肢が必要と考えています。

(※) 2011年調査。詳細はこちら→ http://berd.benesse.jp/jisedaikin/research/research_23/



平均初婚年齢と母親の平均出生時年齢の年次推移

資料：厚生労働省「人口動態統計」

◆今こそ、もう一度「幸告」を届けたい！「パパが主役」の新家族CM

雑誌のテレビCMはほとんどなかった1993年「たまひよ」創刊当時、赤ちゃん和家人の幸せなワンシーンをコミカルに描いたテレビCMは人気となり、約2カ月後、同年の流行語大賞で『「たま・ひよ」(族)』は表現部門の銅賞を受賞しています。創刊当時のCMコンセプトは「幸告(こうこく)。「がんばっている若いママたちを主役にしたい」という「たまひよ」創刊の志のもとに制作されました。(前述の創刊プロデューサー みよしyouこ氏より)。



【新CMの1カット】

「たまひよ」創刊以来の育児トレンドの変化で特筆すべきことは「パパの育児参加」です。「イクメン」が流行語大賞のトップ10に入ったのは「たまひよ」から17年後の2010年。これからも社会全体で応援していきたい動きですが、言葉としては定着して

きた感があります。

「たまひよ」20周年CMを制作するにあたり、少子化が続いている今だからこそ「幸告」の原点に立ち戻りたいと考え「パパが主役」の新家族CMをシリーズで制作しました。映画で活躍する注目俳優 前野朋哉さんを新パパ役に迎え、赤ちゃんの笑顔を真ん中に、がんばるパパを主役にした家族のワンシーンを描いています。雑誌の20周年スペシャル号（※10月15日標準発売）記念「ベロベロバー編」が発売に合わせて全国で放映されます。

◆20年前とこれからをつなぐ「創刊年の表紙ベビーを探せ！」企画

妊娠・出産・育児の月刊誌として20年間続いてきた「たまひよ」は、読者に感謝を伝え、現育児世代に希望をお届けしたいという思いで「創刊年の表紙ベビーを探せ！」企画を実現しました。創刊年に「ひよこクラブ」の表紙を飾ったベビーたちは、今年20歳なり、成人式を迎えます。お名前と年齢以外手掛かりはありませんでしたが、彼らを捜し出して今の姿を紹介することで、子育て真っ最中で日々不安な気持ちをお持ちの方にも、未来を想像し希望を抱いて子育てをしてもらうことができるのではないかと考えました。

この春から雑誌広告や自社メディアでのインターネット広告、テレビパブリシティや新聞広告などを通じて見つかった表紙ベビーは全部で5人。さらに誌面に登場したママ、創刊当時にママ記者として活躍していた方など、7名の若者とご家族に再会することができました。

そして「たまひよ」の20周年とともに、今年開講25周年を迎える当社の幼児向け通信講座「こどもちゃれんじ」と合同で、彼らが登場するテレビCMを制作。30秒のCM映像は創刊号を含む「ひよこクラブ」表紙ベビーと「こどもちゃれんじ」卒業生のポートレートで構成されており、人の成長をあたたく見つめるコピーの連なりの中に「しあわせをそだてよう。」という共通のメッセージが込められています。

CMのBGMはご自身もママになられたばかりのシンガーソングライター熊木杏里さんが歌う「一千一秒」。熊木杏里さんの曲が、ベネッセの女性向け会員制サイト「ウィメンズパーク」で人気だったことから、「ウィメンズパーク」内「子どもからプレゼントされたしあわせの瞬間を話そう」という投稿企画に、熊木杏里さんご自身も動画とメッセージで参加。そして皆さんの投稿メッセージからイメージを膨らませたオリジナルソングを制作する企画が同時に立ちあがっています。



【創刊年の表紙ベビーを探せ！誌面イメージ】

★「たまひよ」20周年企画は20周年スペシャルサイトで紹介しています：<http://tamahiyo.jp/20th/>

★「ウィメンズパーク」～子どもからプレゼントされたしあわせの瞬間を話そう～※投稿には会員登録（無料）が必要です

:PC <http://women.benesse.ne.jp/forum/zboca030/0104010Q>

:スマホ版

http://women-sp.benesse.ne.jp/forum/zboca030?CONTENTS_ID=0104010Q

★熊木杏里オフィシャルサイト：<http://kumakianri.jp/>

＜「たまひよnet」および内祝、通販、イベントなど“たまひよ”の事業展開について＞

「たまひよ」は、雑誌とともに、「たまひよ net」等WEBを通じたサービス提供のほか、各種ムック書籍および年度版の「赤ちゃんのしあわせ名前事典」の刊行、独自の名入れ商品が充実したギフト事業「たまひよの内祝」、母子向け通販事業「たまひよ SHOP」、家族が楽しめる企画を集めた大型イベント等、妊娠・育児におけるサービスを幅広く提供しています。今年創刊から20周年に際し、今の時代にフィットしたサービスの拡充を進めています。