

概要

中日新聞社は、子育て世代のママたちを対象に、ママ同士やママと企業を結びつけるためのイベントを立案し、2013年3月に第1回「HAPPY MAMA FESTA」を開催しました。

ナゴヤドームを会場に、企業ブースやママによる個人出展ブース、メインステージでのタレントショー、ママやキッズのファッションショー、ダンス、ママサミット等の講演会などで構成する多彩な催しで、3日間の会期中に9万5千人の来場がありました。協賛社はイオン、キリン、アフラック、名古屋ダイハツ、名古屋三越、パロマ、ポッカサッポロ、サークルKサンクスなど。新聞広告、増刷、チラシ、主婦向けフリーペーパー、テレビスポット、ポスター、ウェブサイトなど多くの広告出稿につながりました。2014年3月には第2回を開催、来場者は10万5千人を超えました。協賛広告主も広がりを見せて、前年を上回るにぎわいとなりました。

企画が生まれた背景や意図・ねらい

家計を預かる主婦に関心の高い企業・各種団体は多く、例えば軽自動車や流通、食品、化粧品、衣料、金融企業の最大顧客は主婦です。特に子育て世代の若い主婦層は「ママ友」とよばれるネットワークがあり、おもしろい取り組みを行えば口コミで情報が拡散します。ママとママを結ぶ一方で、企業とママとを結ぶ試みともなるよう企画しました。



広告主企業のブース



参加したママの集合写真



第2回の開催を告知する広告紙面
(中日新聞 2014年3月13日付朝刊)



第2回の告知チラシ



会場の様子

多彩な催しで10万人を動員

反響

前売り券800円、当日券1,000円の有料イベントでしたが、第2回は初回より動員を1万人増やしました。新聞での告知による来場者は全体の1/4で、口コミでの来場も1/4ありました。来場者の9割は女性で、子ども同伴は6割に達しています。子育てタレントを擁し、子育て世代に注目する吉本興業の事業協力を得て、華やかで楽しいイベントとなりました。