

～わはは で香川県の出生率が上がった～

■特徴・ポイント

- ・セグメントごとの携帯電話情報配信システム
- ・信頼性の高いアンケート+広告収入による収益モデル
- ・「子育て広場」での一次顧客ニーズを押さえた上の新たなサービスメニューの開発

■事業概要



イベント風景

香川県で初めてとなる地域密着型の子育て情報誌の発行。併せて情報誌作成のノウハウを活かし、登録者に必要な情報だけを地域や子供の年齢によって自動的にセグメントし配信する携帯電話システムを構築。携帯電話システムは当時全国初の試み。加えて子供の発達に応じた約240日間対応の献立メニューを作成し携帯電話で配信している。現在登録者は4,000名近くとなり、これらを活用したアンケート調査やマーケティング調査でも収益を確保している。また地元タクシー会社と共同し、「全国子育てタクシー協会」を設立。700名近い子育てタクシードライバーを養成している。

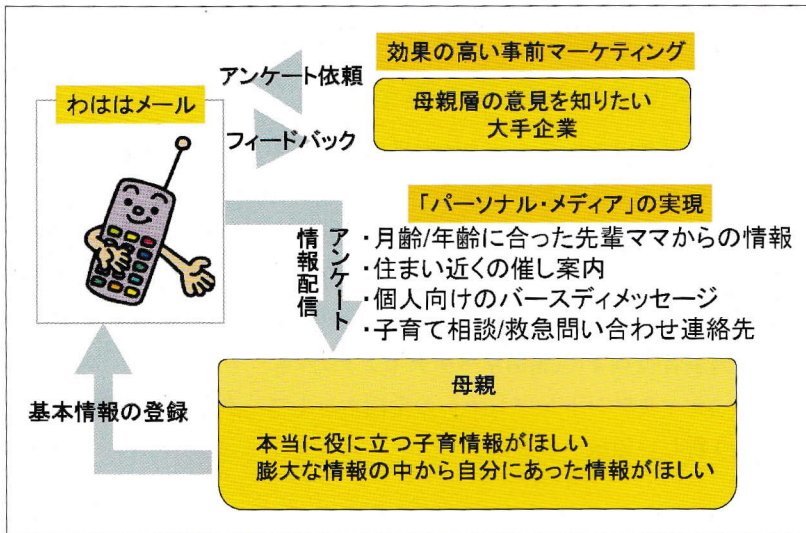
■子育てに本当に必要な情報がない

自らの出産育児の経験を元に、地方都市の情報不足を痛感する。小児科に連れて行くならどの病院がいいのか、夜間で診療しているのはどこか、一方通行ではない本当にお母さん達が欲しい情報が当時無かった。無いならば皆で作ろうということで、地域密着型情報誌を作成したのが設立のきっかけだ。初版は、120ページ、3,000部1冊650円で完売した。現在はフリーペーパー化し、一部あたり約25,000部を発行している。

■携帯電話システムの構築:アンケートによる収益

地域密着型情報誌の作成に継続的に取り組む中で新たな課題が次々と出てきた。例えば情報誌は本屋に置いてあるが、本屋に行かないようなお母さん達を取り込むにはどうすればよいか。また外に出歩いている人達に明日こんなイベントがあるということを伝えるにはどうすればよいか。さらに、イベントでも子供の月齢や性別、地域によって本当にお母さん達が参加したいイベントをお知らせするにはどうすればよいか、という点に着目し、携帯電話を通じた情報配信を手がけるようになる。当時ビジネス性がないということで補助事業の採択には至らなかったが、中橋氏の熱意に押されたあるIT企業がボランティアでシステムを作ってくれた。本当に役立つ情報が配信されることで利用者が口コミで芋づる式に増加し、一大ネットワークを構築するに至った。これによりお母さん達の気持ちを知りたい企業からのアンケートを実施し、手数料を貰うという新たな収益源が生まれ、広告収入と合わせた収益源となっている。

わははメールの仕組み



■リアルな井戸端からの発想:「おうちDeli」「子育てタクシー」

さらに携帯電話というバーチャルな空間だけでなく、「つどいの広場事業」でリアルな井戸端も提供している。1年目は自主運営だったが、2年目より行政からの受託事業として運営しており、現在は4箇所で開催している。リアルな井戸端を持つことで、「わははネット」がお母さんのために、次にどういうことをやっていけばよいのか？の重要な情報収集の場となっている。実際にお母さん達の悩みを聞くことから事業化されたサービスも多い。例えば、広場にきたお母さんがいつも心配していることは、その日の夕ご飯のことである。特に栄養学のデータもなく手軽なインスタントや、レパートリーの少ない食生活を送っていることを知り、このままではいけないという思いから、子供の月齢も反映した献立を毎日配信するサービス「おうちDeli」が始まる。

また同じように妊娠時のタクシードライバーの対応が辛かったという体験を元に、子育てにやさしい「子育てタクシー」の企画書を作りタクシー会社に持ち込む。タクシー会社の社会貢献的なイメージの向上にも繋がることをアピールし、現在54社が加盟するまでになっている。加盟企業からの会費収入が事務局であるわははネットの売上になっている。また「子育てタクシー」のPRに積極的に取り組んでいるところは、本来の売上が向上する等Win-Winの関係が構築できている。

行政にも積極的に必要なことを発信していくことで、香川の子育てに大きなうねりを巻き起こしている。

団体名：特定非営利活動法人 わははネット
 理事長 中橋 恵美子
 住 所：香川県高松市
 HPアドレス：http://www.npo-wahaha.net/