

第2回ワーキンググループ 活動レポート

開催日時	2025年6月29日（日） 14:00～16:30
議 題	第1部：テーマセッション 妊娠・出産・子育ての不安 / 子育てに関するポジティブなイメージ についてセッション 第2部：動画制作について 動画制作について企画や構成などについてアイデア出し 第3部：広告配信について 制作する動画を効果的に発信するためのアイデア出し
参加人数	9名（うちオンライン参加1名）

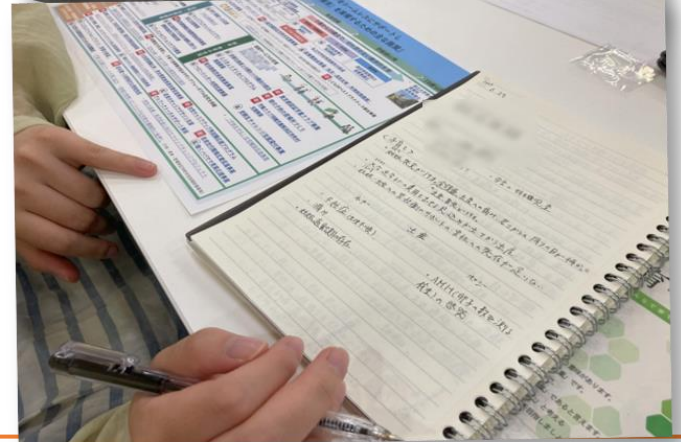
セッション① 妊娠・出産・子育てに対する不安、なんとなくの心配ごと

- ・ 妊娠・出産に伴う**費用負担**や周囲の目などの不安
- ・ **キャリアと子育てとの両立**の心配
- ・ 約20年という長期間の**子育てに現実味がない**
- ・ 競争社会がもたらす金銭面・精神面でのプレッシャー
- ・ **男性側のサポート方法**の情報不足
- ・ 妊娠時の**身体の変化**や**出産時の痛み**、**時間的制約**があることへの不安
- ・ **S N S等の情報**からより不安を感じる



セッション② 子育てに関するポジティブなイメージ

- ・ 子育てを通じて親への感謝や親の気持ちが理解できる
- ・ 子供からいろいろ学べる
- ・ 子育てコミュニティでの新たな出会いも魅力
- ・ ベビーシッターの利用券や産後ケア施設など、**産後の頼れる場所や施設が存在**
- ・ 実際に生まれてくると**子供の成長を自分の分身のように感じて子育てが楽しくなる**



「出会い/結婚」の構成確認

- わからないことをクリアにするために、**都の支援策を実際の体験**を通して伝えることで、**リアルな情報**を伝えられる
- パッと流れてきた動画に目を留めて欲しい場合は**街頭インタビュー形式**が良い／カジュアルな雰囲気目にとまる

出演者の検討

- インフルエンサーに期待できるのは**視聴数**
- **発信力のあるインフルエンサー**の活用は効果的
- 独身など**同世代のインフルエンサー**が共感を呼びやすい

どんな内容を、どう伝えるか

- **出産・子育て経験のある人**に、パートナーにしてもらって嬉しかったことなどをインタビューする
- **頼れる場所や人の存在を発信**することが大事
- 制度や支援策を利用して両立している人の意見やタイムスケジュールなど**様々なバリエーションの具体的な体験談**を紹介
- キャリアと出産のタイミングを考えるために役立つ検査などの情報を伝えていくべき



SNSを使う時の目的で、 動画広告への関心は変わるか？

- 広告は使用するツールや時間、場面により異なる、**各ツールの特徴を活かした広告**にする
- 広告に興味が高い人は、広告が「邪魔」、「見たくない」と感じている
- 暇つぶしで見るときは、広告があまり気にならず、積極的に見られやすい
- ストーリーズ後に流れる**関心に合った広告は見られやすく**、実際に広告経由で情報を知る人もいる
- **本編動画前のものはスキップ**されやすい
- 広告らしくない方が目に留まりやすい
- **インフルエンサーが紹介する広告は視聴**されやすい
- **字が多い広告は一般投稿に紛れて気づかれにくい**

