

人生のライフイベントに寄り添って、  
はりちょが「子育て世代&子ども」に  
愛されるキャラクターに育てるために



この企画のターゲットは  
子育て世代とその子ども

実は、はりちょは「子育て世代&赤ちゃん」との相性がとてもいい。  
ゆうちょ銀行と子育て世代の間に、はりちょを橋渡し役として繋げていく。



2025年の日本における出生人口は約66.8万人。

つまり、子育て世代&赤ちゃんをターゲットにすることで、何十万人の新規顧客獲得ができるチャンス。  
そして、一度口座を作ってしまうと、一生ゆうちょ銀行の顧客である可能性が高いというハイリターンな投資です。

子どもの口座



実際、私自身もその1人です。

もともと、私はゆうちょ銀行の口座を持っていませんでした。

第1子が生まれたタイミングで、子ども名義の口座を作りたいと考え、さまざまな金融機関を調べた結果、「最も身近で、便利そうで、信頼できそう」と感じたゆうちょ銀行を選びました。

子どもが0歳の時に子ども名義の口座を作ることができ、

出産祝いや児童手当などの「子どものためのお金」をその口座に貯金しています。また保育料の引き落としもゆうちょ口座を登録し、子どもに関わるお金を一元的に管理するようになりました。

その後、何度もゆうちょに通い、日常的に利用する中で、窓口の職員の方にも勧められて、約8ヶ月後には、人生で初めて自分名義のゆうちょ銀行の口座も開設しました。つまり子どもが生まれたことをきっかけに、私の家庭では、ゆうちょ銀行の顧客が+2人増えたということになります。これは私自身の実体験です。



私の口座  
(8ヶ月後に開設)



【お題】

「子育て世代&赤ちゃん」に愛されるキャラクターになるために。

妊娠～出産、産後、子どもが成長するライフステージの中で、  
子育て世代とその子のそばに忍ばせておく「気づけばそばにいる戦略」  
親のこういうがあったら嬉しいな～を叶う「手の痒いところに届く戦略」



妊  
娠  
中



出  
産  
  
0  
歳



1  
歳  
・  
5  
歳



小  
学  
生



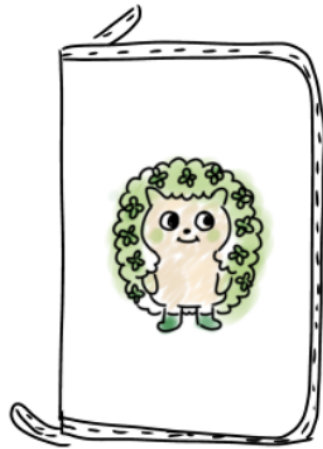
## 妊娠期

マタニティグッズや、生まれてくる赤ちゃん用のグッズ。  
「たまひよ」の付録や、サンプルとして妊娠期の女性にプレゼント。

マタニティダイアリー



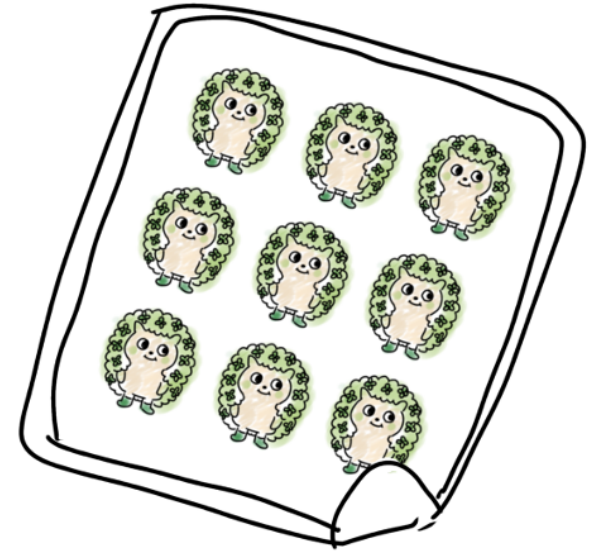
母子手帳ケース



おむつバッグ



おむつ替えシート





出 産  
0 歳

赤ちゃんのお世話でよく使う身の回り品から、  
オリジナル絵本まで、特別な思い出やいつもそばにいるはりちょ。

生まれた時の  
オリジナル絵本



お尻ふきふた



メリー



ロンパース





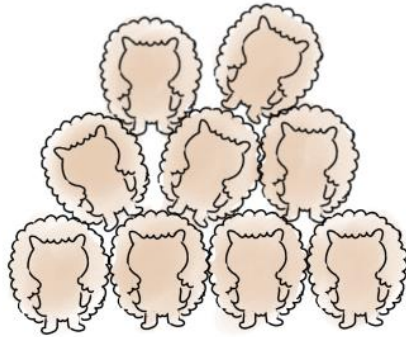
1  
5  
歳

子どもの成長に合わせたおもちゃや絵本、日用品。  
ママがよく使うフリマ用の包装紙など、手の痒いところに届くはりちょ。

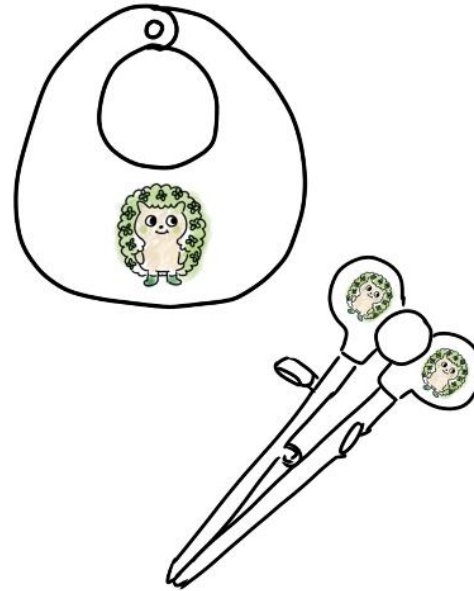
仕掛け絵本



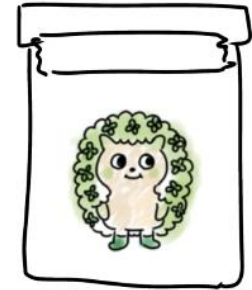
積み木



食器、スタイ



フリマ用の包装袋

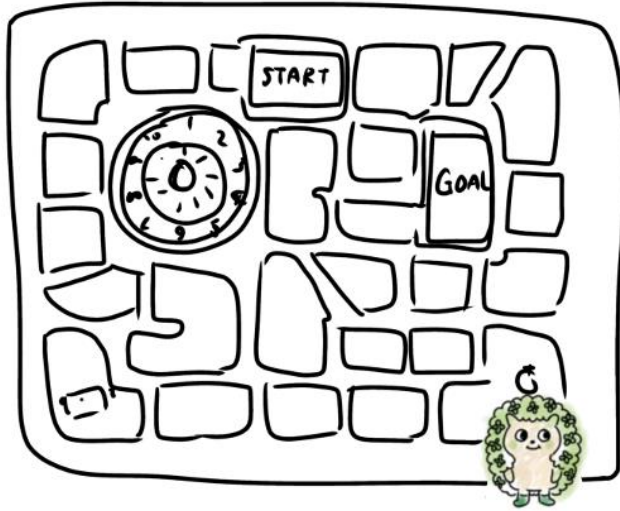




## 小学生

お金の勉強について家族みんなで遊べる人生ゲームやグッズなど。  
教育的な意味も持たせることで、ゆうちょ銀行の好感度を上げる。

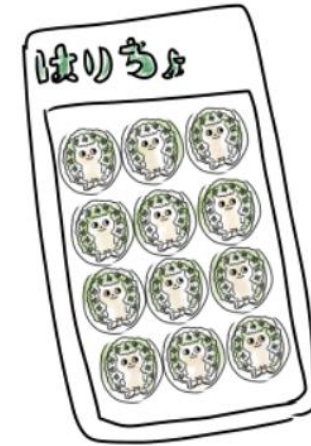
お金について家族で  
学べる人生ゲーム



ぬいぐるみ



シール (ボンボンドロップ)



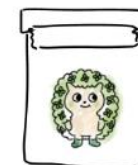
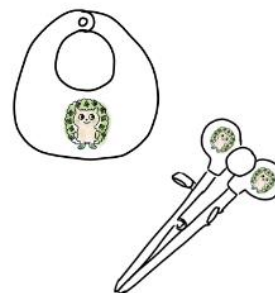
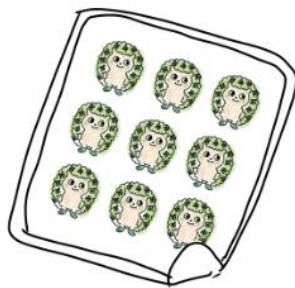
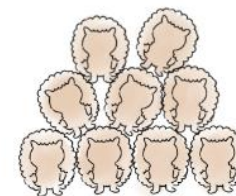


## インナー向け施策

出産や子どもの誕生を迎えた社員に対し、

社からの「出産祝い」として、はりちょのグッズ一式をプレゼントする。

まずゆうちょ銀行の社員から理解や愛着を深め、社内からファン化を促進する。



## 今後の展望

妊娠・出産・育児生活というライフステージが変わるタイミングで、日常的に「はりちょ」を通じたコンタクトポイントを継続的に持つことで、マインドシェアを高め、「はりちょ」と「ゆうちょ銀行」の好意度の向上につなげていく。

貯蓄のみならず、将来、子どもNISAを検討し始めるタイミングにおいて、「NISAを始まるなら、ゆうちょかな？」と第一想起を獲得し、他社に先駆けて検討される存在になる。これにより、長期的な顧客基盤やビジネスの成長へとつなげていく。

