

「わたしの毎日が、
物語になる。」

WOMAN EXCITE
*Woman.***excite**

Media Guide

2026.09-2026.12

「わたしの毎日が、物語になる。」

ウーマンエキサイトは
誰かの「わたし」の体験をみんなの物語に変えるストーリーメディア。
子育て・夫婦・人生に寄り添い、共感されるストーリーで女性のリアルを描きます。

30～40代子育て世代ママが中心

読者は日常の悩みや葛藤に強く共感するアクティブなママ層。
コミックエッセイや体験談を通じて高いエンゲージメントを獲得しています。

SNSでの高い拡散力と深い共感力

コメントや体験共有が活発に行われるのが大きな特長。
感情移入されやすい文脈の中で、ブランドやサービスの価値を自然に伝えます。

Instagramのコミックアカウントのフォロワー数は17.9万人。
多くのママ層に日々読まれています。





ユーザー属性（年齢・職業・居住地）

DEMOGRAPHICS 01

未就学児～小学生高学年までの子を持つ働くママたちがメインユーザー

20代後半～40代がメイン

年齢

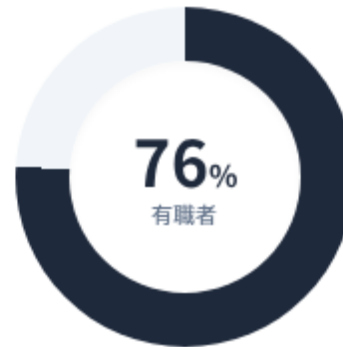


ボリュームゾーンは35～44歳。
公式Instagramフォロワーも同様の年代。

- ・ 35～44歳 45%
- ・ 45～49歳：21% / 25～34歳：15%

約80%が働くママ

職業

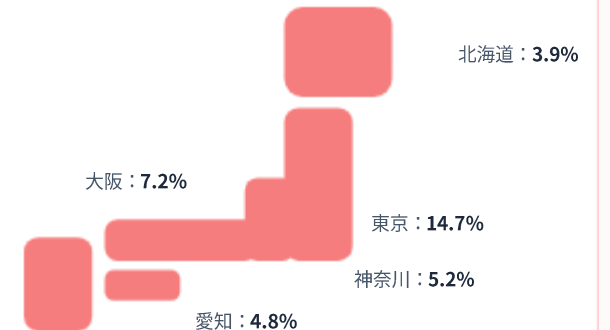


「共働き家庭のママ」がメインユーザー。
パート・正社員の比率は半々。

- ・ パート/アルバイト 35%
- ・ 正社員（育休含む）：30% / 他：11%

全国のユーザー

居住地



ユーザーの所在地は日本全国。
人口分布と類似する結果。



ユーザー属性（子どもの年齢・人数・お金の使い道）

DEMOGRAPHICS 02

育児・家事に追われつつも、複数人の子育てをこなす多忙なママ層が多数派を占めています。

小学校高学年までで約70%

一番下の子の年齢

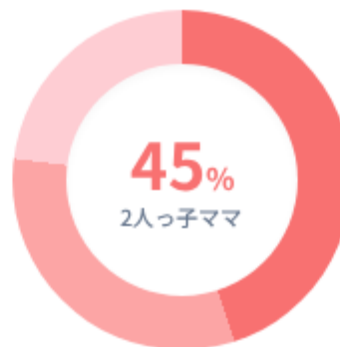


まだまだ手のかかる年齢の子を育て、
家事に育児に忙しい日々

- ・ 小学校低学年以下 54%
- ・ 小学校高学年：10% / 中学生以上：33%

約70%が「2人以上」の子どもを持つママ

子供の人数構成



小学生以下×2人以上の子を持つ
ママが多い。

- 2人 45%
- 1人 32%
- 3人以上 23%

美容・健康への関心が非常に高い！

自分のために使うお金の使い道

- 1 美容（スキン・ヘアケア） 38%
- 2 ファッション 20%
- 3 食事会・ママ友会 10%
- 4 健康・運動 8%

外に出る機会も多く、自身の外見に投資。
健康・運動もランクイン。

美容と健康・運動を合わせると約5割に上ります

WEラブ赤ちゃんプロジェクト

CSR / INITIATIVE



「赤ちゃんの泣き声を温かく見守っている人たち、集まれ！」

「WEラブ赤ちゃんプロジェクト」は、エッセイスト紫原明子さんの呼びかけにより、ウーマンエキサイトのもと、2016年5月5日に発足。

一人では何もできない1歳前後の小さな赤ちゃん。
電車やバス、飲食店の中でギャーギャー泣きやまない状況に慌てるママやパパ…。

「焦らなくても、大丈夫！その泣き声、わたしは気にしませんよ」という意思表示、
そして赤ちゃんの泣き声を温かく見守っている人たちが居ることを可視化する
「泣いてもいいよ！」ステッカーを作りました。

このプロジェクトが1人でも多くの人々の心に触れ、
日々子育てに奮闘するママやパパの気持ちが少しでも楽になりますように…。

賛同自治体数

31自治体

18県をはじめ多数自治体が参画

現在の賛同数（個人）

11万人突破

114,100♥（2026年8月時点）

- ・ご賛同に費用は発生いたしません。ご賛同お申込み後、事務局にて業態親和性における審査がございます。
- ・自治体／企業／店舗との連携、ステッカー配布、コラボ企画など、ご相談に応じた展開が可能です。

18県をはじめ31の自治体が賛同しています（2026年8月現在）



京都府では地下鉄駅構内にて
コラボステッカー配布をPR



「泣いてもいいよ！」ステッカー
（下段）方言版ステッカー



撮影：藤田二郎(photopicnic)
※2022年4月まで京都「烏丸御池駅」にて掲示。

広告出稿のご依頼、ご不明な点などがございましたら、
弊社セールス担当までお気軽にお問い合わせ下さい。

お問い合わせ窓口

エキサイト株式会社 広告担当

Mail : sales@excite.jp