



Z世代・ミレニアル世代（18～35歳）の「ものすごくおしゃれな女子」の実態把握調査

MOJ「WITHコロナの暮らしに関するアンケート」 レポート発行のご案内（2020年8月）

双葉通信社では、2019年10月～2020年1月にかけて、弊社独自のネットワークで集めた18～35歳の「ものすごくおしゃれな女子=MOJ」107名にインタビュー調査を実施し、レポートを発行しました。
しかし今年に入ってからの新型コロナウイルス感染拡大により、生活環境も、消費者の行動も激変しています。
私達はMOJの今とWITHコロナにおけるニーズを検証するため、追跡アンケート調査を実施し、新たにレポートを発行しました。
「MOJ107名インタビューレポート」と併せてご高覧の上、ぜひ貴社のマーケティング活動にお役立て下さい。

**ファッションが大好きでコト消費も盛んだった
「ものすごくおしゃれな女子=MOJ」は、WITHコロナの今、どうしているのか？
彼女たちの暮らし、購買行動、メディア接触はどう変わったか？
彼女たちのニーズは、今どこにあるのか？**

【調査概要】

- 調査手法：MOJ107名に対するWEBアンケート
- 回答者数：67名（回収率63%）
- 調査期間：2020年7月13日～7月19日
- 調査企画・実査：(株)双葉通信社

【アンケート調査内容】

緊急事態宣言中～現在の関心事

- 緊急事態宣言中～現在にかけて購入したもの
- 緊急事態宣言中～現在までに利用した購入先

緊急事態宣言中～現在のSNS・メディア接触動向

- よく見ているSNS・メディア
- Instagramの中で現在よく見ているメニュー
- よく見ているコンテンツ
- SNSの使い方や投稿内容の変化

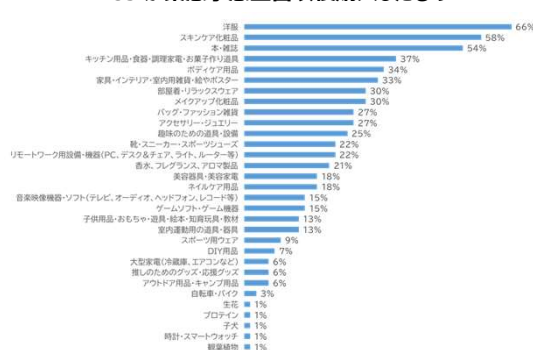
現在～今後のファッション・コスメ購買動向

- ファッション商品購入経路の変化
- 今後のファッション商品購入経路とその理由
- 緊急事態宣言以後、オンラインで利用・閲覧したサービス
- 購入金額の変化
- ショッピングに関する意識

今後やりたいコト・欲しいモノ

MOJが今後ファッション・コスメに望むこと

MOJ が緊急事態宣言以後購入したもの



MOJ が緊急事態宣言以後よく見ているコンテンツ



「MOJ 107名インタビューレポート」のご案内

- フルレポート： ①インサイト・ペルソナ編 ②年代別編 ③データ編
 - ダイジェストレポート： 上記①～③より抜粋し、MOJレポートのエッセンスをご紹介
- 調査期間：2019年10月28日～2020年1月22日
調査方法：機縁法によるデプスインタビュー

お問い合わせ先：

(株)双葉通信社マーケティングチーム marketing@futaba-ad.co.jp または弊社営業担当まで
<http://www.futaba-ad.co.jp/>