



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 107名インタビューレポート 発行のご案内（2020年8月）

双葉通信社は2019年に、「MOD ものすごくおしゃれな男子（91名）」のインタビュー調査レポートを発行しました。「MODレポート」にて、「おしゃれなミレニアルズ&Z世代男子」のペルソナ分類や、ファッションの購買行動、タッチポイントをご紹介したところ、「ぜひ女子も！」とお声を多数頂きました。そこで、MODに続く第二弾「ものすごくおしゃれな女子=MOJ（107名）」のインタビュー調査を実施し、この度レポートを発行する運びとなりました。弊社独自のネットワークでお集り頂いた107名のMOJ達のペルソナ、行動、ホンネを掴み、貴社のコミュニケーション活動にぜひご活用ください。

MOJとは？

M → ものすごく
O → おしゃれな
J → 女子

【調査の目的】

Z世代・ミレニアルズの「MOJ（ものすごくおしゃれな女子）」の実態を把握し、変化するコミュニケーションのプランニング精度アップに貢献する。

【手段】

機縁によるスクリーニング

①目視

「MOJ（ものすごくおしゃれな女子）」を「目視」で確認

②深掘り

107名のMOJにデプスインタビュー
・ 60分/人

③デュアル

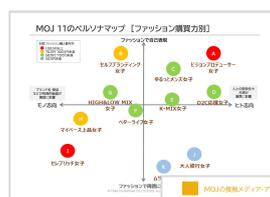
定性調査の深度と定量調査の精度、両方を兼ね備えたデュアルリサーチを実施

【調査結果から分かること】

- ①ライフスタイル・価値観・情報経路
 - ・ 趣味・関心事、ハマっている事
 - ・ インフルエンサー
 - ・ 情報・メディア接触
- ②ファッションについて
 - ・ 好きなブランド、よく買うブランド
 - ・ 買い物するエリア・ショップ
 - ・ 新しいブランドがエントリーされる経緯
 - ・ 年間のファッション支出
 - ・ 購入チャネルとその理由
 - ・ 購入重視点や選ぶ基準
- ③美容・コスメについて
- ④今後したいこと、手に入れたいモノ など



MOJ 107名から抽出した “11のペルソナ”



MOJ 好きなブランド (図解)



MOJ 世代別 接触メディア

世代	接触メディア
Z世代	Instagram, YouTube, TikTok, LINE, SNS, 動画配信サービス
ミレニアル I	Instagram, YouTube, SNS, 動画配信サービス
ミレニアル II	Instagram, YouTube, SNS, 動画配信サービス

【調査概要】

- ・ リクルーティング : 機縁法
- ・ 調査手法 : デプスインタビュー
- ・ 調査人数 : 107名
 - ・ Z世代 (18～23歳) 27名
 - ・ ミレニアル I (24～29歳) 36名
 - ・ ミレニアル II (30～35歳) 44名
- ・ 調査期間 : 2019年10月28日～
2020年1月22日
- ・ 調査企画 : (株)双葉通信社
- ・ 実査 : (株)双葉通信社、(株)シー・ユー

【フルレポート構成】

- ① インサイト・ペルソナ編
 - ② 年代別編
 - ③ データ編
- ①～③より抜粋してご紹介する「ダイジェストレポート」も用意しております。

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/>