

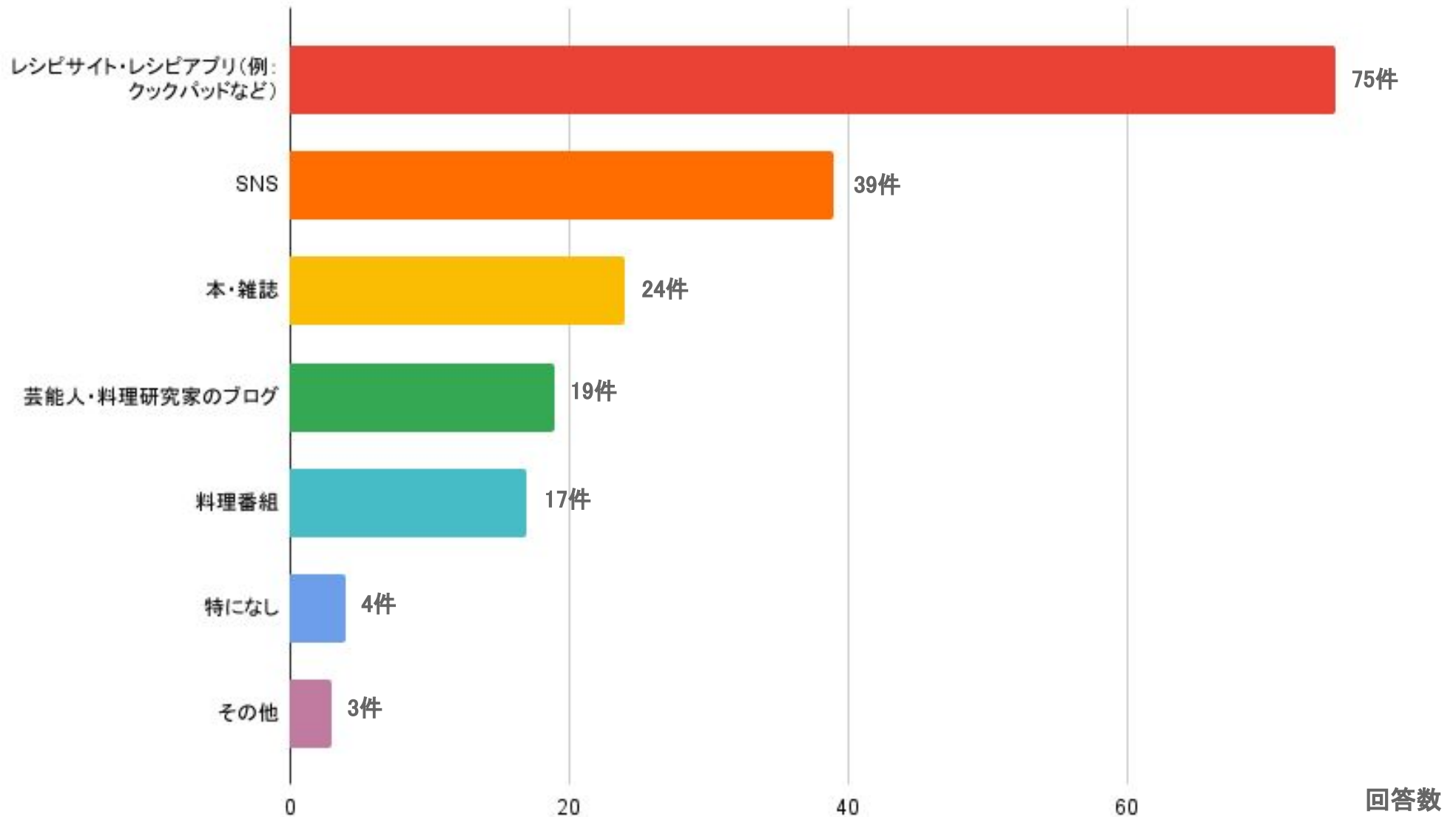


**2021年度  
料理に関する意識調査**

(n数=84)

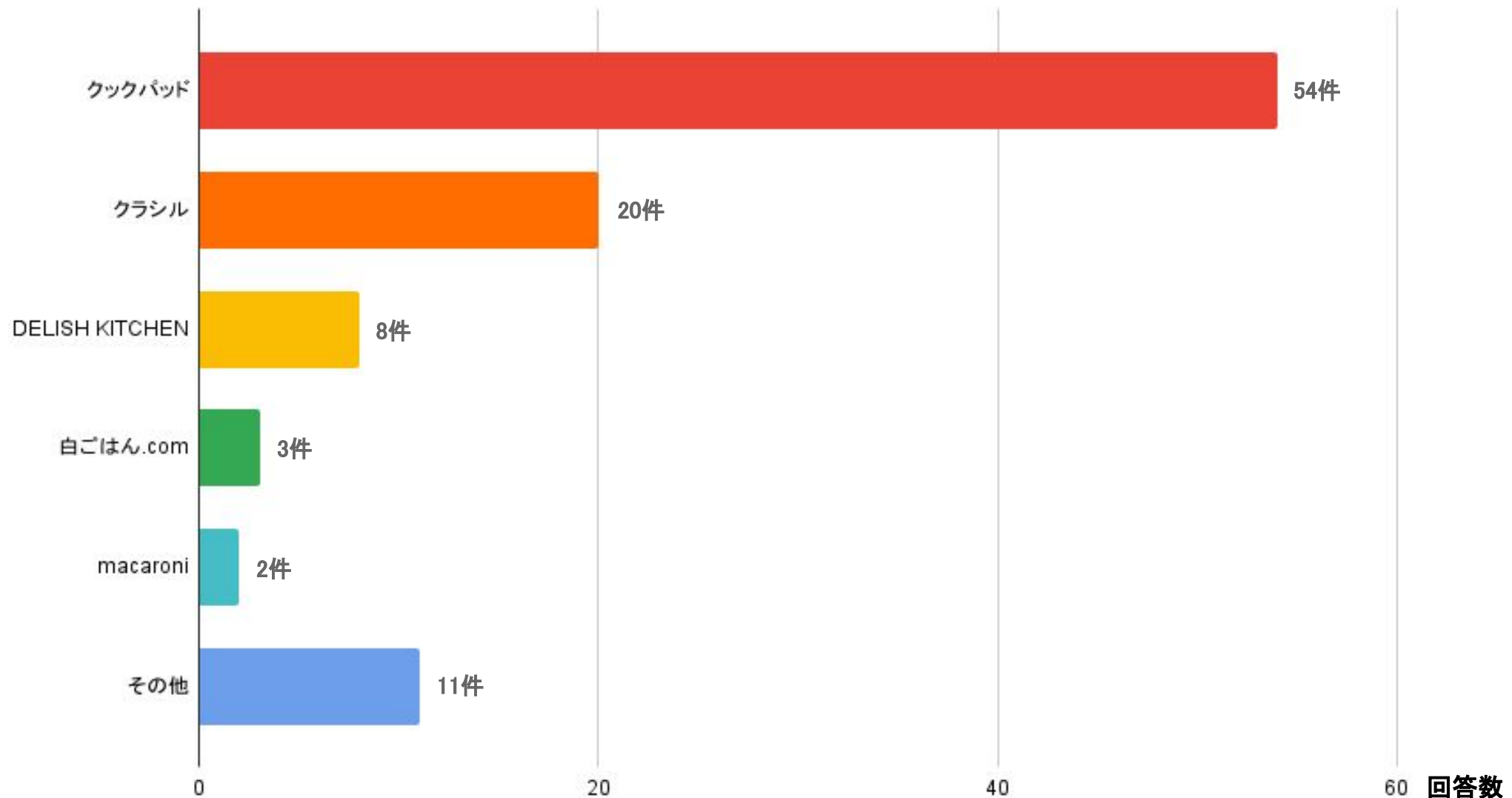
## 📄 献立の参考にする媒体(複数回答可)

携帯などで気軽に見られるためか、圧倒的にレシピサイト・アプリの利用者が多い。



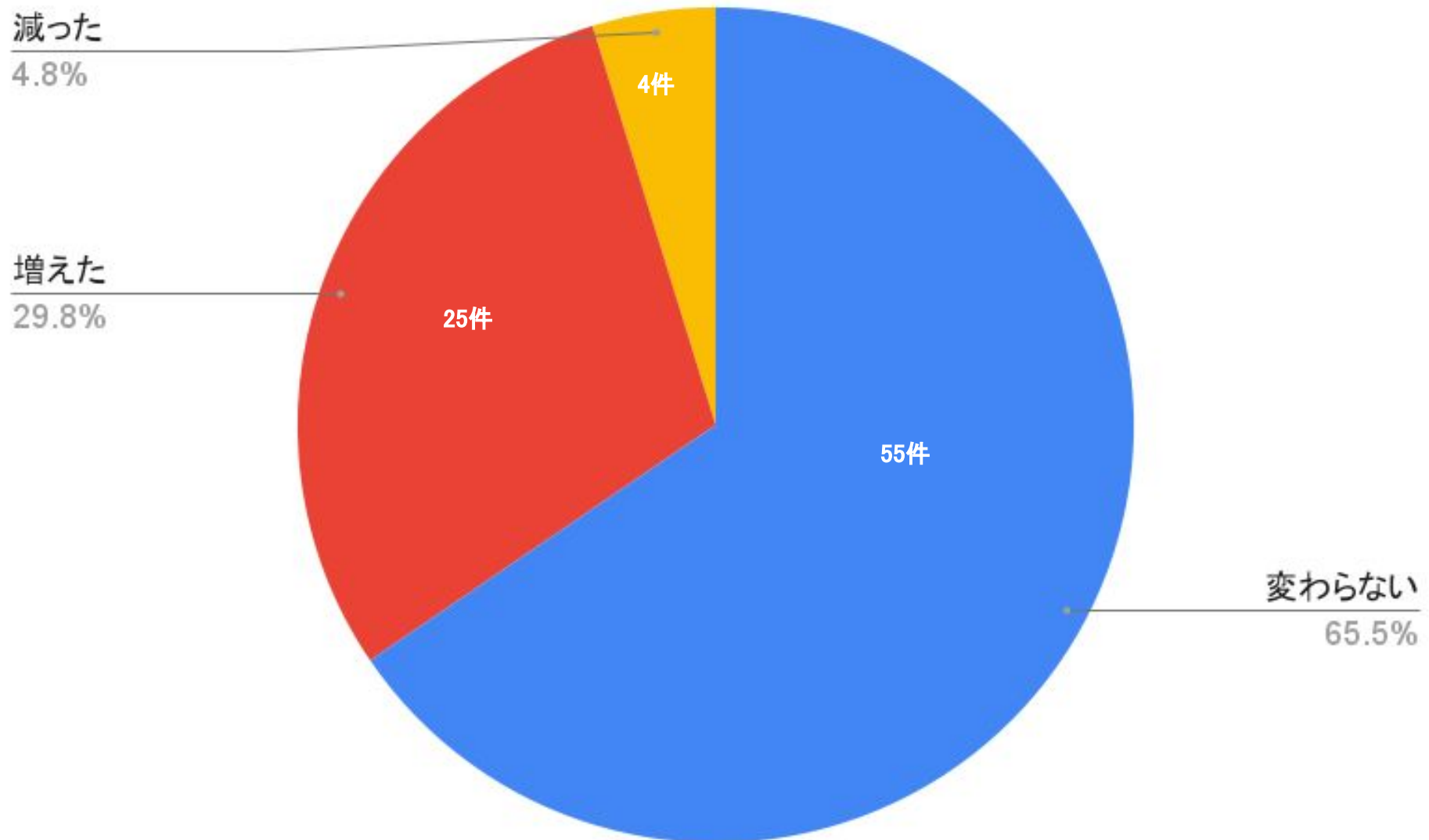
## 📱 利用しているアプリ・サイト名 (複数回答可)

圧倒的に「クックパッド」の利用者が多い。次いで、クラシル、DELISH KITCHENと動画レシピのアプリが人気という結果。その他は、食品系メーカー企業HPやLINEニュース、楽天レシピなど。



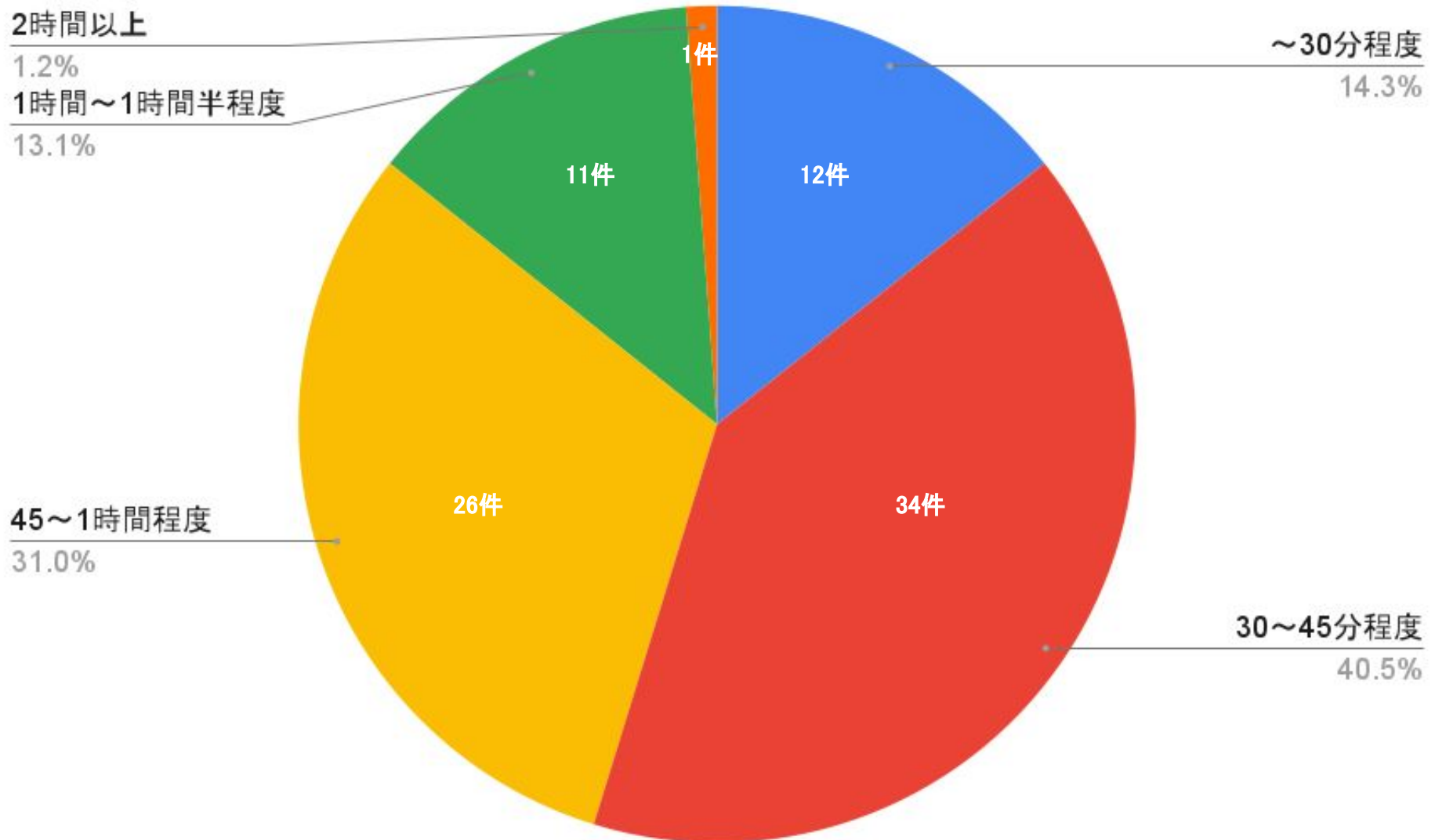
## 🕒 料理にかかる時間の変化

6割強の方は「変わらない」と回答。一方で「増えた」方も約3割で、コロナ禍のおうち時間が長くなった影響が少なからずあることがうかがえる。



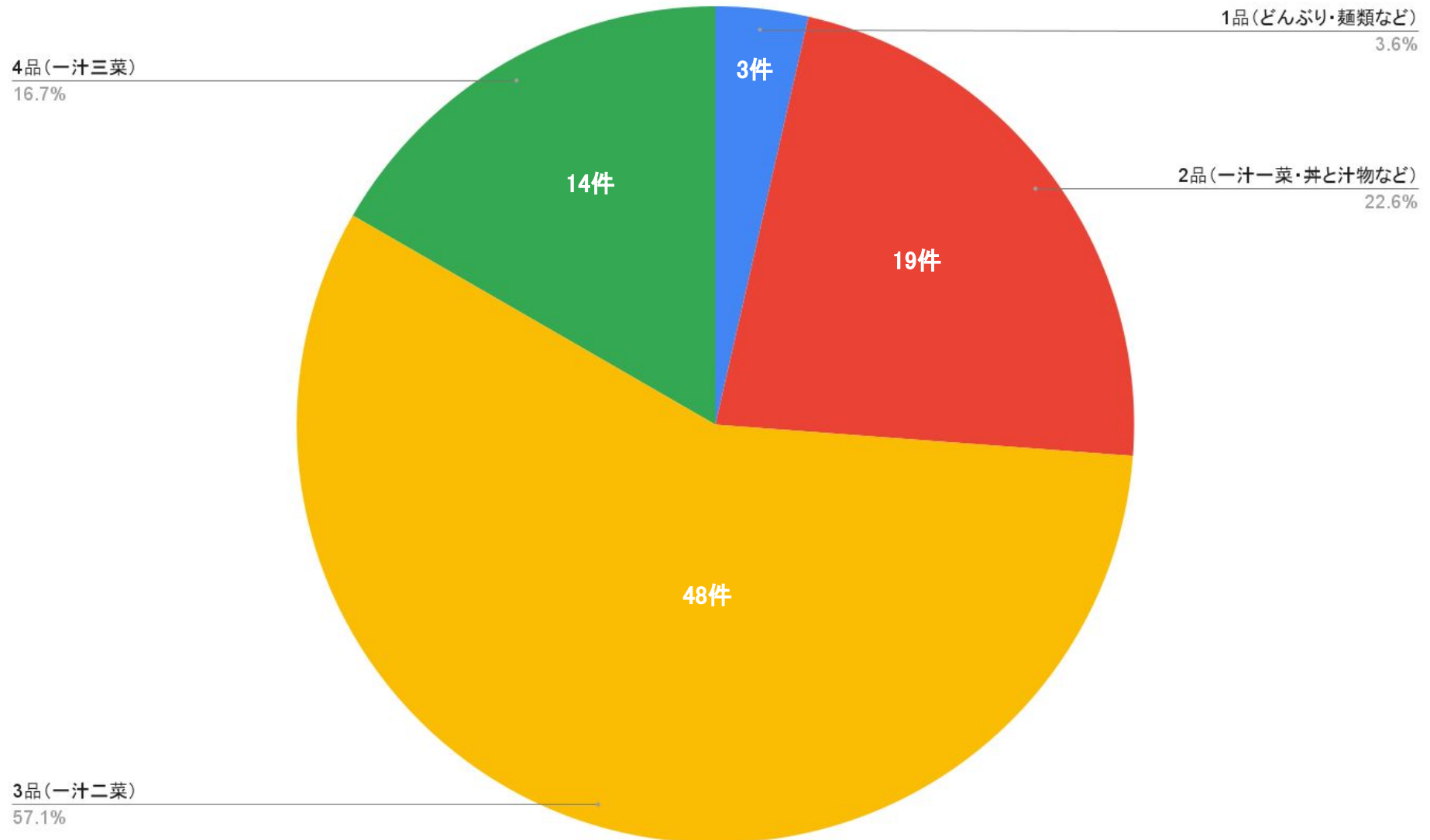
## ✂ 実際に料理(夕食)にかける時間

30分～1時間程度をかけている方が7割を占めた。どんなに時短を試みても、献立を考え、数品作るに至るには、否が応でも時間がかかる、ということがうかがえる結果となった。



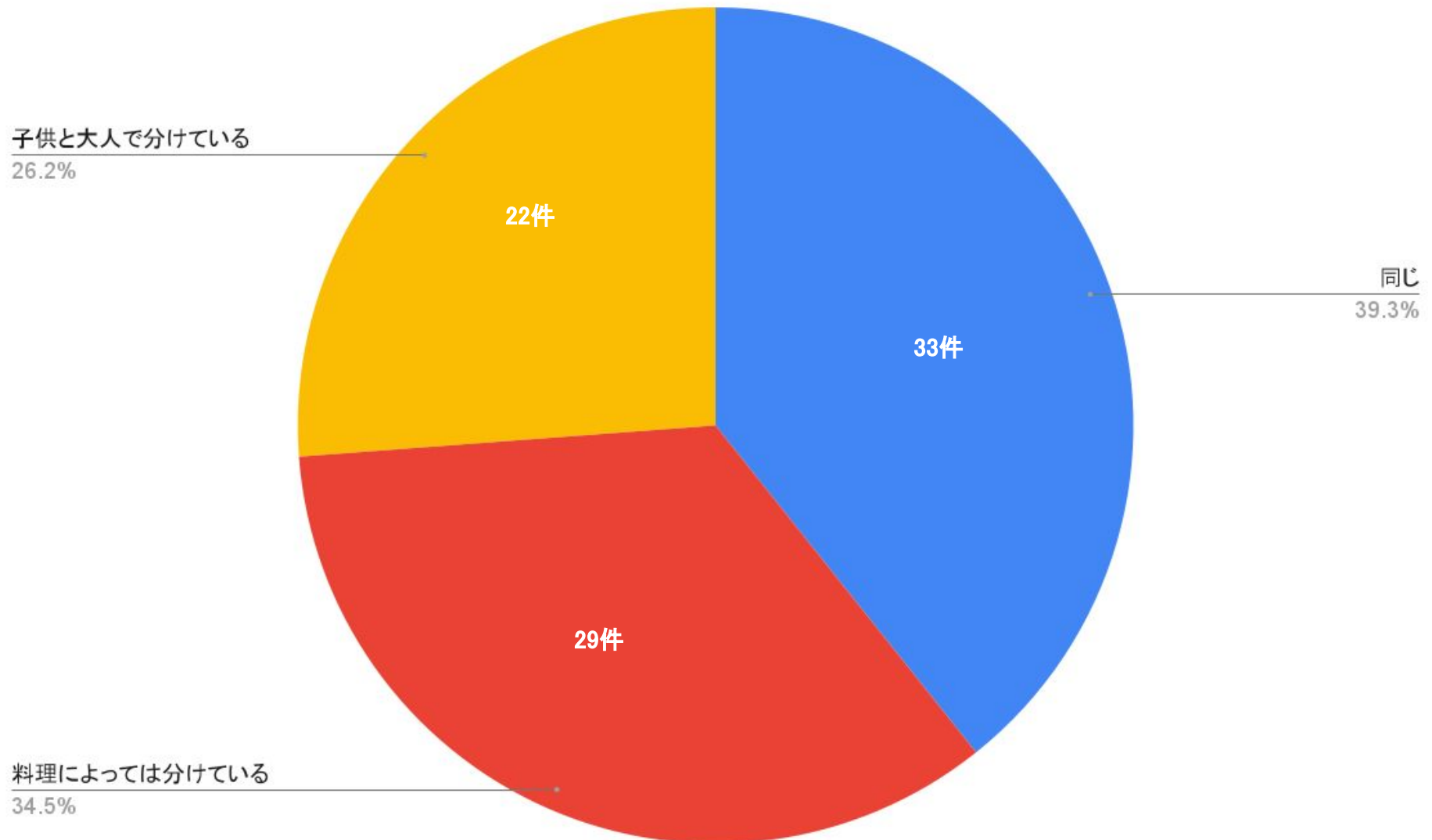
## 料理(夕食)の品数

前頁で30～1時間かけて夕食を作っている方の割合と、2品～3品用意する方の割合がほぼ一致。時間をかけてでも品数を用意しようとするママたちの努力がうかがえる。



## 👨‍👩‍👧 大人と子どもの料理は分けている？

「同じ」との回答が最多ではあるものの、料理によってという方も含めると、6割の方が大人と子どもで料理を分けていることがわかった。お子さまが小さい場合やアレルギー、また辛い料理などの場合に分けている様子。



# 料理のお悩み

## 献立(抜粋)

何を作ったらいいか本当に全く思い浮かばない時がある／毎日の献立を考えるのが大変／メニューのマンネリ化

栄養バランスの取れた献立を考えるのが難しい／子どもの好き嫌が多い／子どもに合わせて分けないといけない

レパートリーが偏る／お肉料理ばかりになりがち

## 時間(抜粋)

時間がかかる／時間とエネルギーがなくてまともなものが作れない／少ない時間で作らないといけない

主人が帰ってくる時間が遅いので二度手間が面倒／料理が苦手で時間がかかる

## 片付け(抜粋)

後片付けが面倒／品数を増やすと片付けがめんどくさい

## その他(抜粋)

ミールキットを利用したいが高い／添加物が気になりシーズニングなど使えない

アレルギーのため除去に気をつかうのが大変／自炊に疲れた

「献立」のお悩みが大半を占めた。毎日考えないといけないことや、栄養バランスやメニューを偏らないように考えることが大変という声が多かった。

また7Pで料理を分けている方からは、それ自体が負担という声が多くあった。

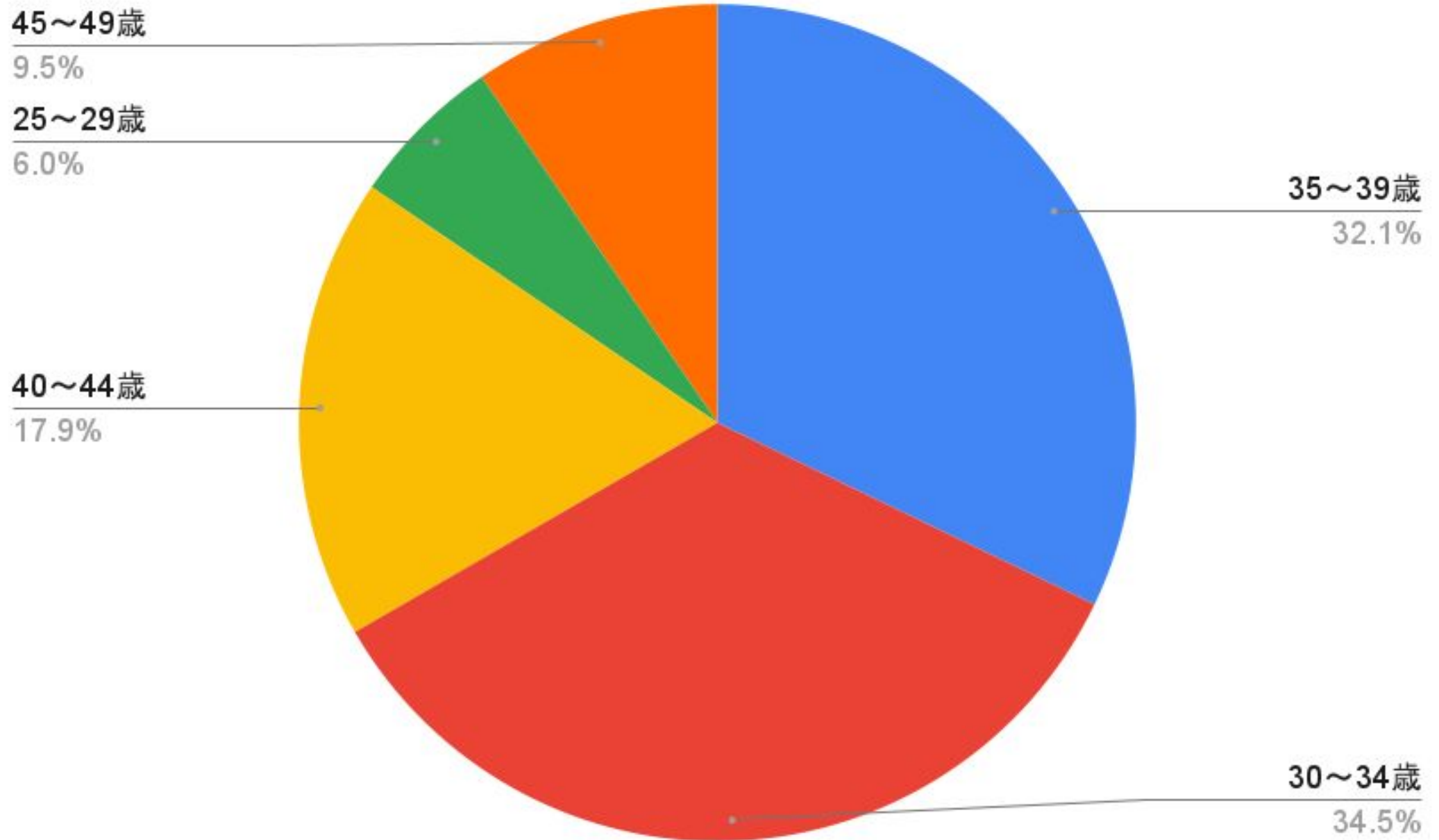


# 回答者データ

---

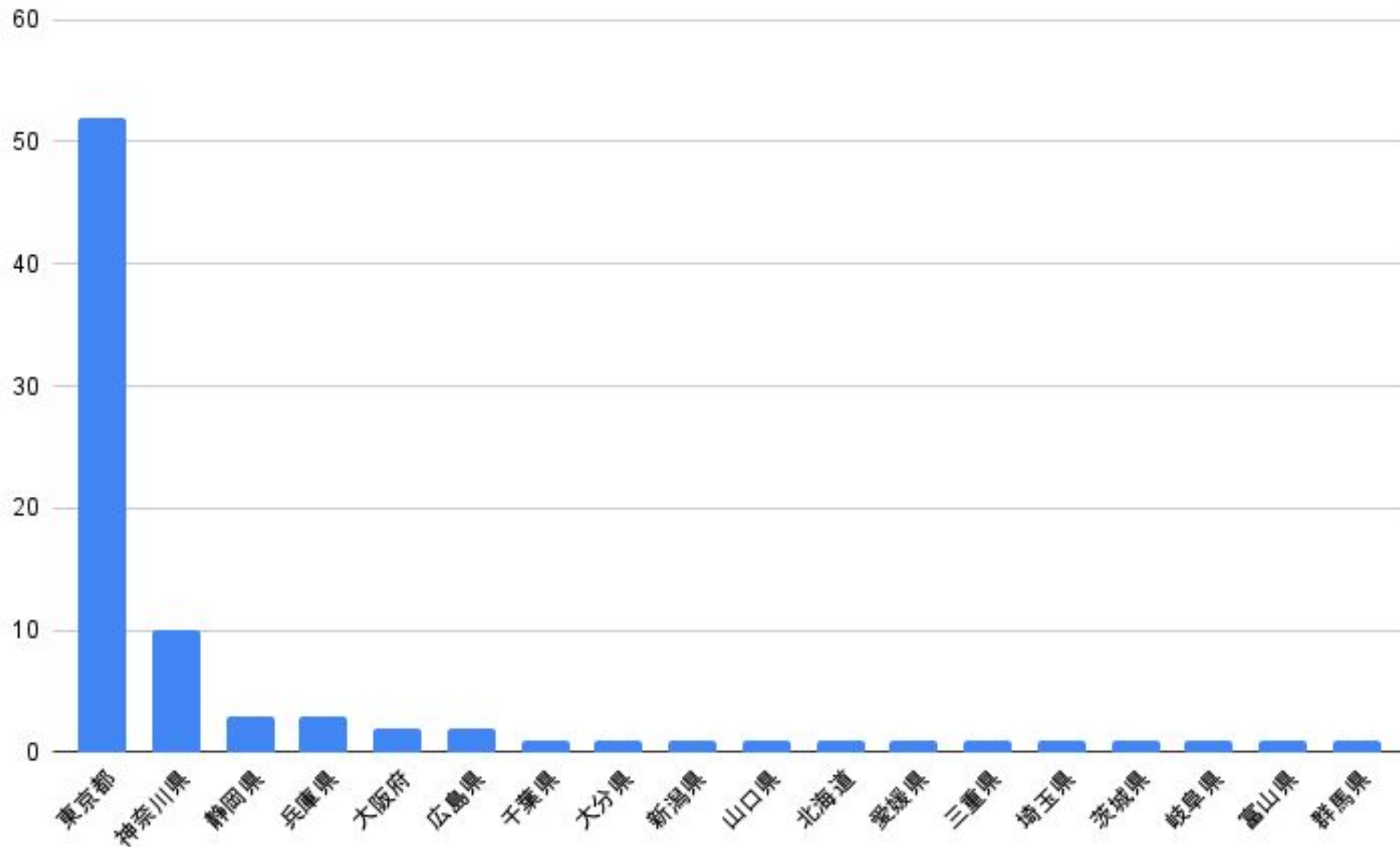
(n数=84)

# ママの年齢

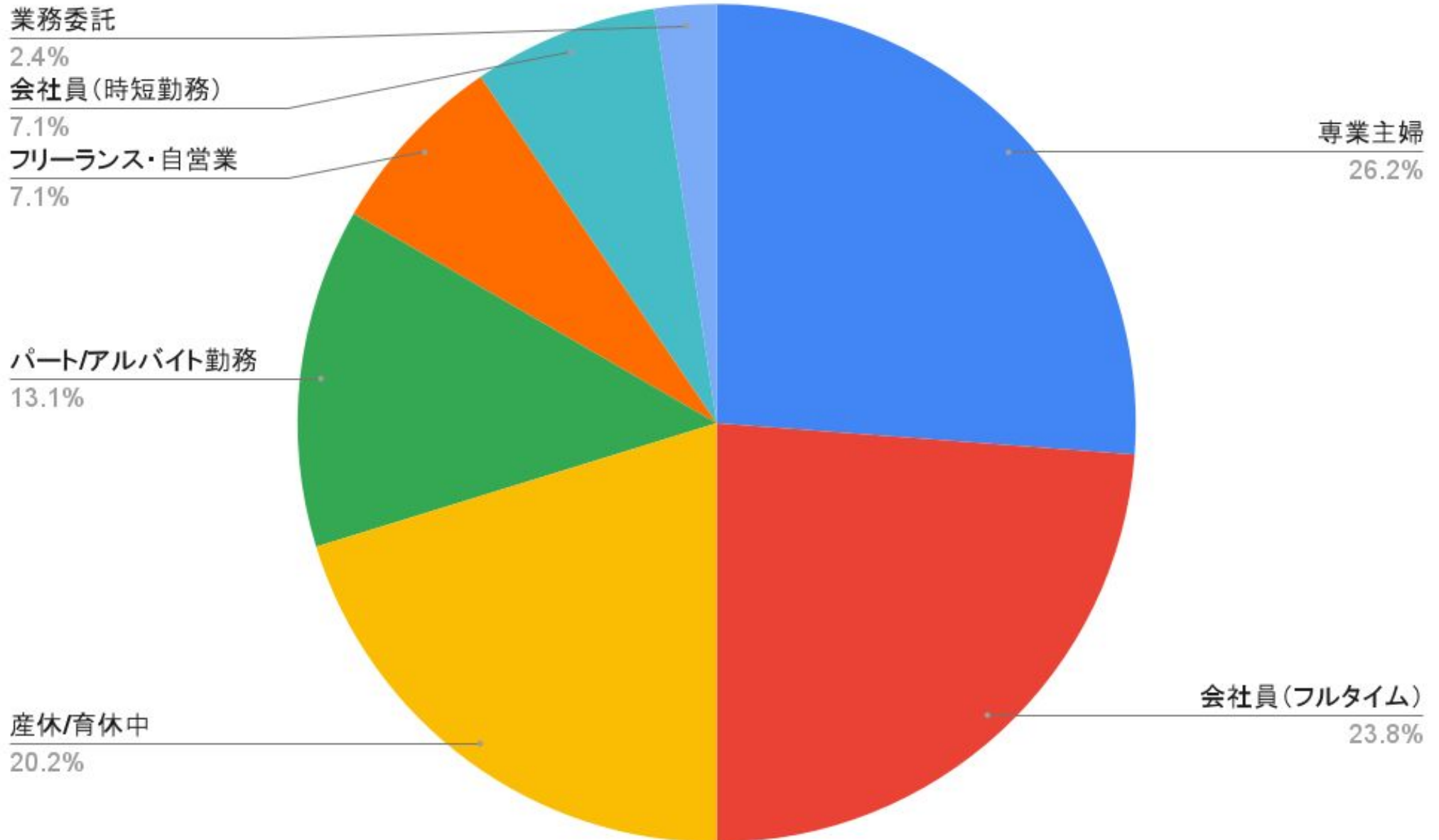


# お住まいの都道府県

人数

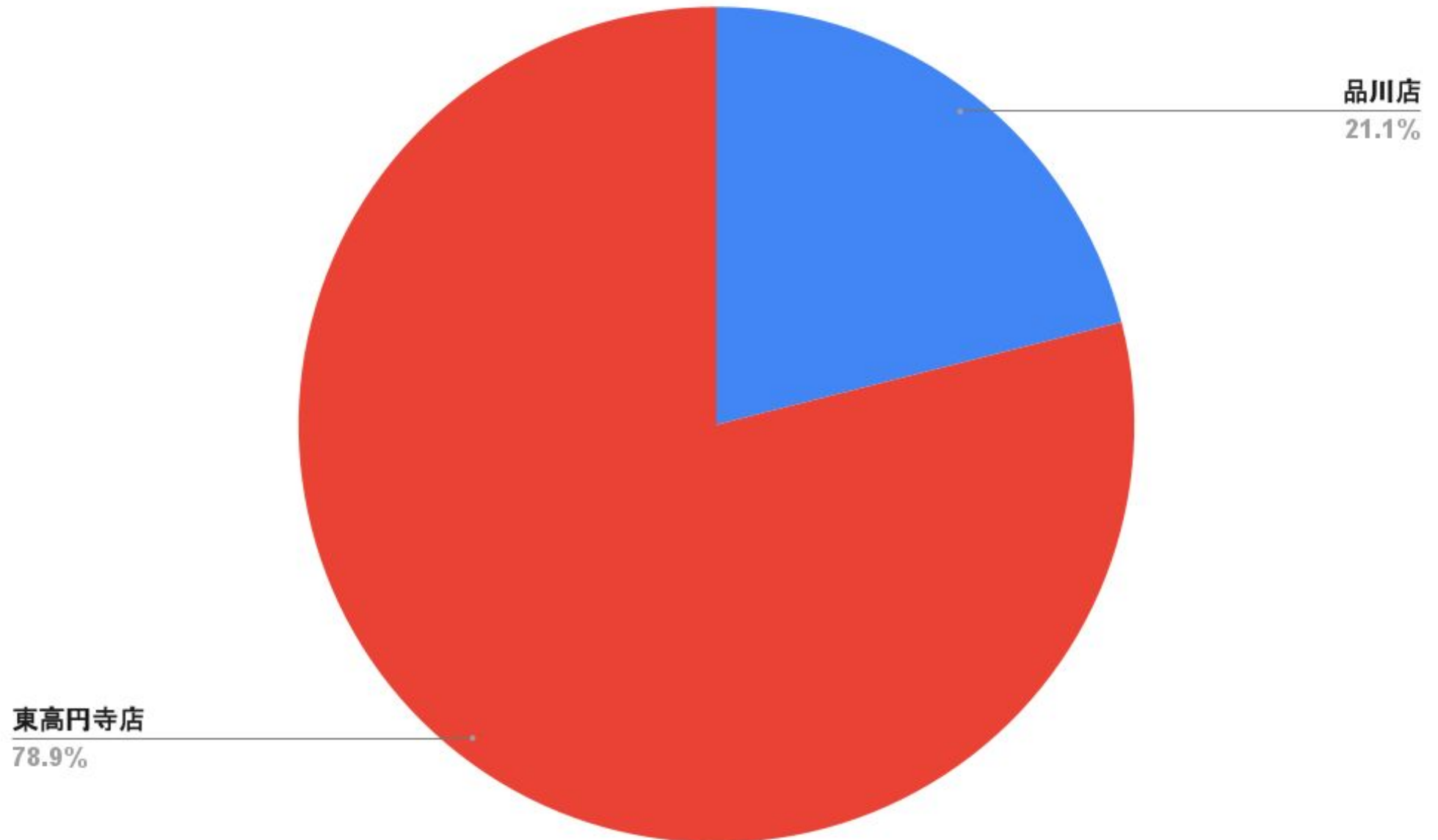


# 就業形態



# 店舗利用割合

(n数=84中49 が店舗利用者)



# サービス概要

---

# “ママ”をターゲットとした 商品・サービスのマーケティング活動を “ママ”と一緒に実施

株式会社ネスタが運営する  
オンラインコミュニティの「ママプラス」と  
リアルマーケティングプレイスの「ママプラスカフェ」を  
活用し御社のマーケティング活動を強かにサポートいたします。



ママ特化型  
コンテンツ制作サポート



ママ特化型  
マーケティング調査サポート



SNSアカウント運用サポート

etc...





## ママ特化型 コンテンツ制作サービス

リアルユーザーが参加し”見られる”コンテンツ制作をワンストップでサポートします。オリジナルコンテンツ制作を労力を減らしつつ、制作し続けることがコンテンツマーケティング、SNSマーケティングでは必要になります。



ターゲットユーザーである”ママ”がコンテンツを制作します。圧倒的なターゲットユーザー理解が可能になり、効果的なコンテンツをご提供できます。



コンテンツのクオリティ・納品に関しては、ネスタ社の専属スタッフがディレクターとして管理・進行するため一定の品質を保証いたします。納品したコンテンツの権利はお客様に帰属するため二次利用可能です。

記事

動画

イラスト

レシピ

レビュー作成

動画レビュー作成

インタビュー

アンバサダー







## ママ特化型 マーケティング調査サービス

「ママプラス」「ママプラスカフェ」において、消費に一番近いママを対象としたマーケティング調査(座談会・アンケート等)を行います。

「新商品開発」「既存商品改善」「プロモーション改善」「コンテンツ制作」に有効な消費者理解・調査結果をご提供します。



座談会では、ファシリテーターに女性を起用し、男性がいると話づらい事なども気軽に話せる環境を整えております。「本音」「徹底したママ目線」「情報の質」にこだわったマーケティング調査を実施します。



アンケート調査では、「ママプラス」に登録している全国の“ママ”や、「ママプラスカフェ」に来店された”ママ”さんにアンケート回答の依頼を行い、定量的な調査を行えます。

座談会

オンライン座談会

アンケート調査

商品サンプリング

セミナー

体験イベント

# 日本最大級の オンラインママコミュニティ「ママプラス」

消費の中心にいる“ママ”とのコミュニケーションを中心として、  
コンテンツ制作・デジタルマーケティングのご支援を致します。

座談会の開催、商品レビュー、インタビューなど直接ターゲットと  
する“ママ”にコンタクトし、意見や感想を引き出しマーケティングに活かせる  
サービスです。

▼参加人数:約17,000人(2021年10月時点)

▼媒体:LINE、Twitter、Instagram、Facebook、自社DB



# 日本一、“ユーザー”に近い マーケティングプレイス「ママプラスカフェ」

子育て中のママ・パパが、お子さまと一緒に、自由に過ごせる「親子カフェ」という側面を持ちながら、消費の中心である“ママ”をターゲットとした商品・サービスを展開している企業のマーケティング施策を“リアル”で行える「マーケティングプレイス」となっています。



## 東高円寺店

杉並区の子育て世代が集まるエリアに出店

東京都心からのアクセスも良好な立地

2019年12月15日OPEN



## 品川店

品川区の子育て世代が集まるエリアに出店

東京都心や神奈川県からのアクセスも良好な立地

2021年6月26日OPEN

