



2021年度

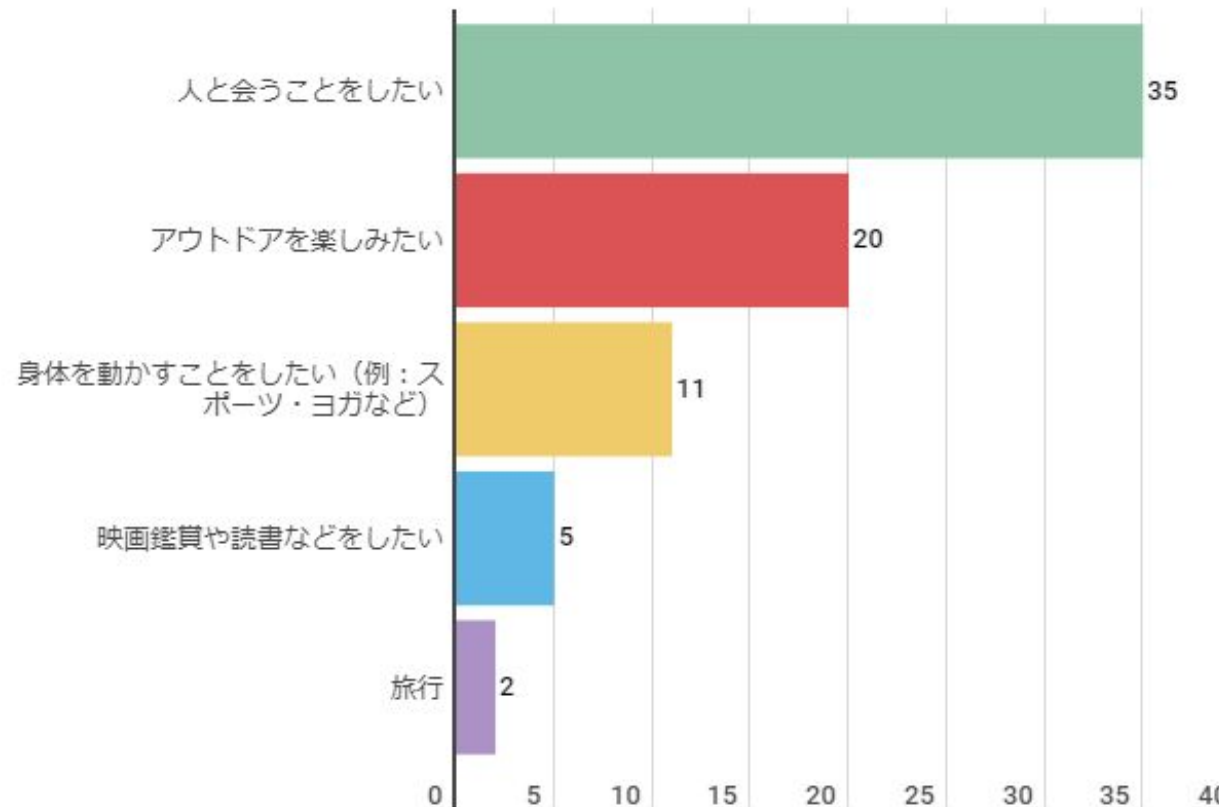
コロナ禍が開けたら何がしたい？アンケート

(n数=43)



1. 21年9月末に緊急事態宣言が解除されて以降、どのような過ごし方をされましたか？または、これから予定していることはありますか？

コロナ下において人と会うことが大きく制限された反動で、回答の中では「人と会うことをしたい」が最多となった。ついで「アウトドアを楽しみたい」「身体を動かすことをしたい」と続く。映画鑑賞、読書に関しては在宅内で満たせるサービスが豊富なため少なくなったようだ。



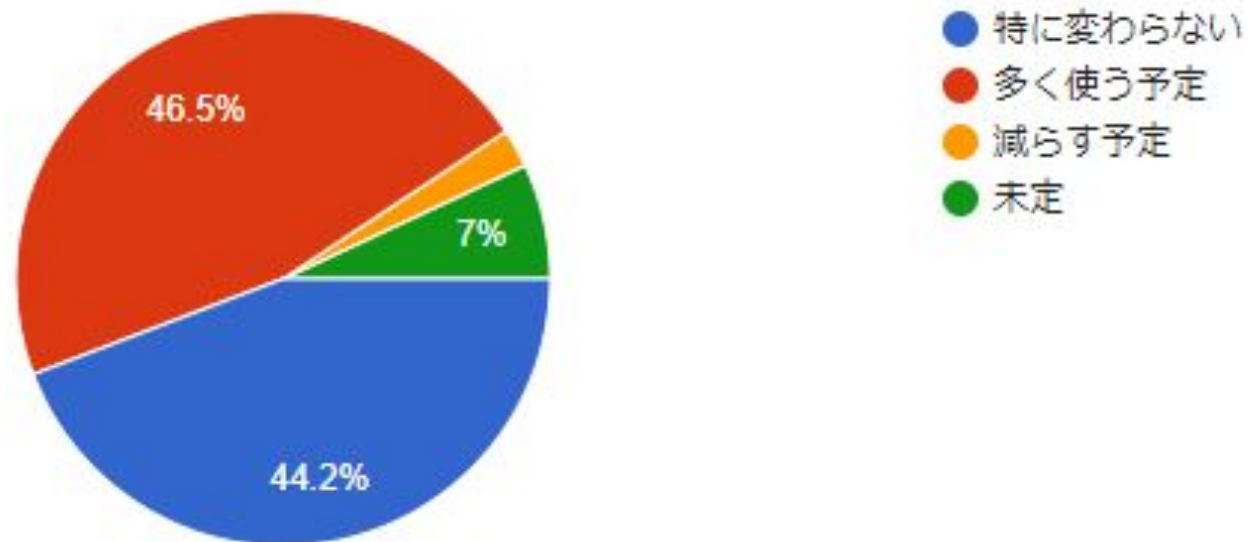


2. 1で回答された趣味や行動は、コロナの影響で制約があったか
と思います。コロナが開けた際には、それらの趣味に使う時間やお
金はコロナ前と比較してどのように変化する見込みでしょうか？最
も近いものをお選びください。

各行動において、コロナ前よりも時間やお金を多く使うという回答が20件と多数を占めた。

「特に変わらない」も19件とほぼ同数、未定は3、減らす予定は1にとどまった。

趣味に依る部分が多いが、コロナ下で出来なかった分を取り返すという気持ちが強いと考えられる。





3. 緊急事態宣言の解除をうけ、新たに始めたいことがあれば教えてください。

自由回答では旅行が最多の4件。お子さんを連れての外出も3件と多かった。スポーツ、ヨガ、登山など身体を動かすものに回答が集まっており、コロナ下での在宅でそれらが大きく制限されてきたことがわかる。

子供を連れての外出や旅行

子供連れて行ける施設を色々開拓したいです。

旅行

観劇

遊び場開拓

スポーツ お食事会 ヨガ 登山
ダンス スイミング 帰省
友人とごはん

料理教室に行きたい

子供を遊園地やイベントに連れて行きたいです



4. 緊急事態宣言下、コロナによって生活に少なくない変化があったと思います。最も「ストレスの大きかった」ことはなんですか。

「友人と会えない」「外出できない」「旅行ができない」といった部分での不満が最も多かった。
巣ごもり、家にいることを強られること自体が大きなストレスの要因となっていることも

こどもの遊び場の制限
友達となかなか会うことができなくなったことです。
好きな時に会いたいひとに会いづらい事
満足に帰省できなかったこと 友人と会えなかった
外に出られないこと
子どもと外出しづらかったこと
海外に行けない 巣ごもり 特にないです。
人と会えない 外出できない 仕事
人と会えない 外に出れない事
児童館などの施設の予約が取れない
外出できないこと 子供が暇をしていた お酒が飲めない
人とワイワイできなくなったこと。
旅行に行けない 人付き合い 人と会えない
旅行ができない 家から出れない事 特にない
中々外に出れず家の中にこもりっきりになった事
友達と会う機会が減った
離れた友達に会えない
外出自粛ムードでストレス発散する場がなかったこと
自由に親や友人と会うことができない



5. 緊急事態宣言下、コロナによって生活に少なくない変化があったと思います。その中でプラスの意味で「得られたもの」があれば教えてください。(生活習慣、教訓、なんでも結構です。)

ここで最も多かった回答はご主人の在宅時間が伸びたこと、という結果になった。
 普段仕事で家に居ないご主人が家に居てくれることはママたちの中で数少ないメリットになっていたようだ。他にもオンラインの可能性、衛生管理といった点にメリットを見出したママがいる。

主人がテレワークをしてくれるおかげでワンオペ育児にならなかった。

家族と過ごす密な時間が増えた

家族で楽しむ事の大切さ

リモートワークと子供と長く過ごせたこと

以前よりも生活リズムが整った

在宅勤務の便利さ

旦那とのコミュニケーションが増えた

人と会う時間を大切にしようと思った

オンラインの可能性

生活習慣の改善

ゆったりとした時間、旦那が早く帰ってくる恩恵

家族で協力する 健康志向になった 生活習慣

子供との時間 パパとの時間

働き方

おうち時間の楽しみ方

近場での発見 生活習慣 衛生管理

こどもと向き合う時間が増えた

普通の生活のありがたさ

自分磨き、トレーニング

意外と地元でも楽しめる場所や美味しいお店はたくさんあるなという気づき。

出かける際に色々調べて、深く知ることができた

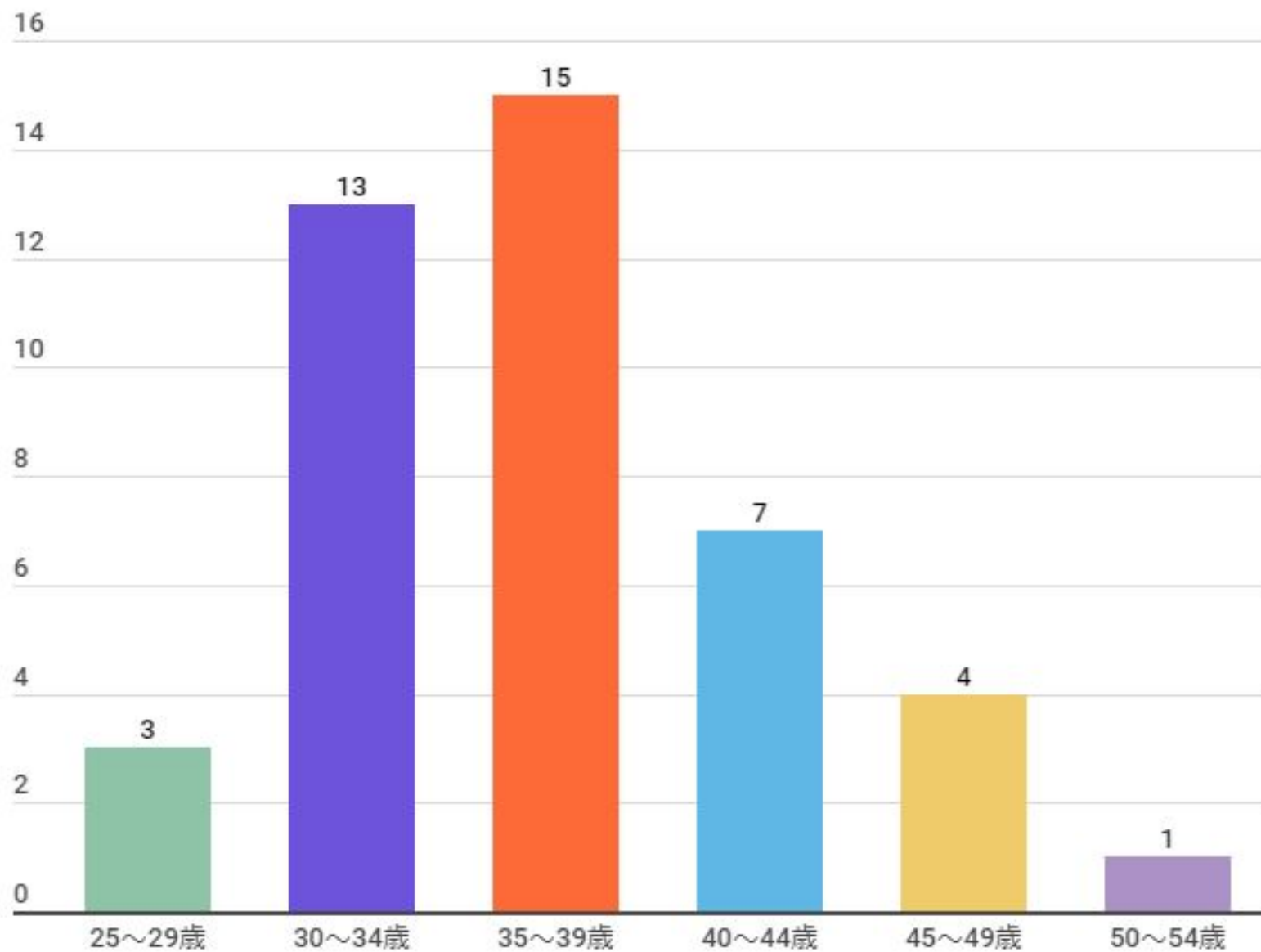
会社の飲み会がなくなって帰宅が遅い日がなくなったし、健康面でも良くなった。

回答者データ

(n数=43)

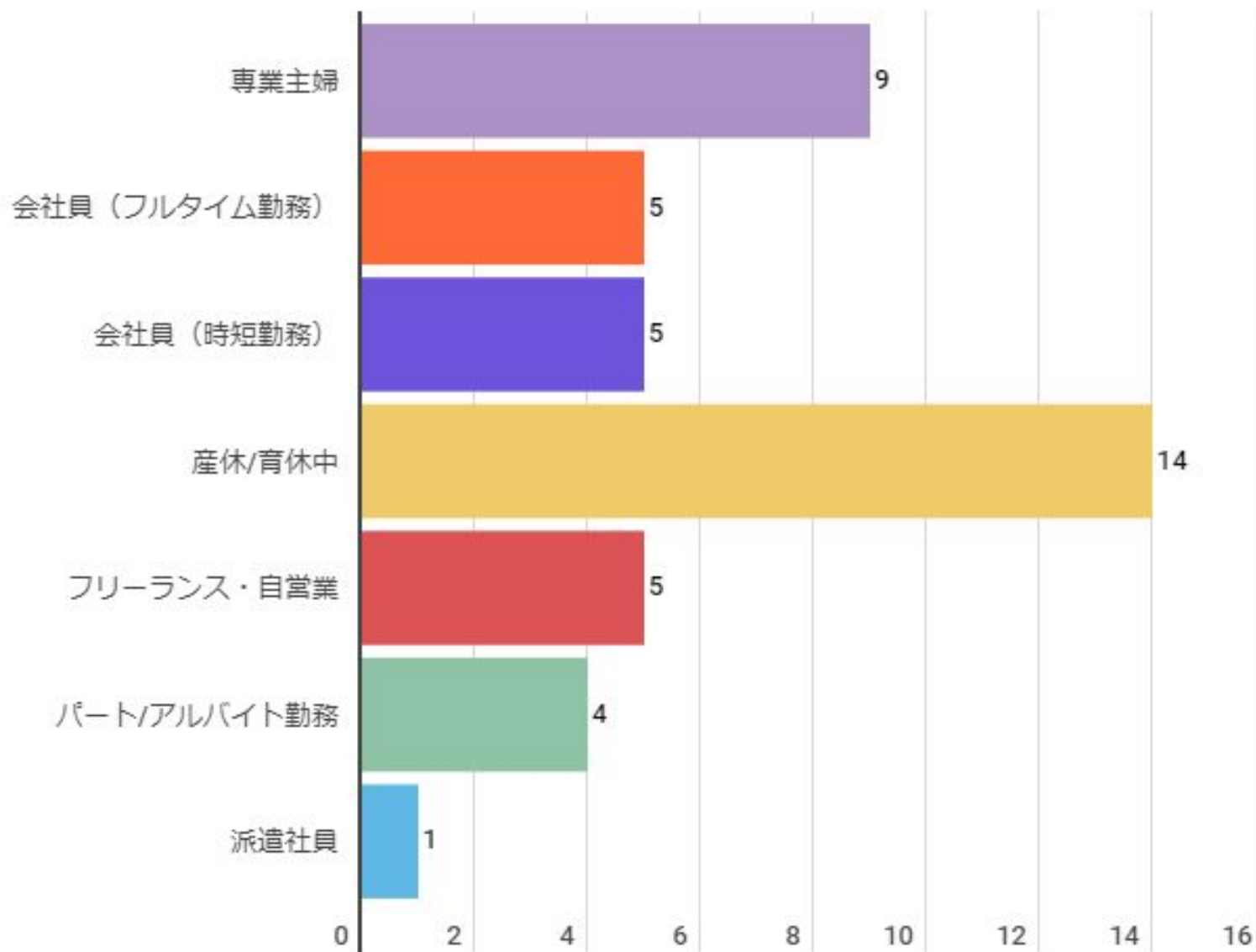


ママの年齢





就業形態



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がご提供できます。



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

