

ANNIVERSARY

2021年で
OZmallは25周年

OZmall

OZ勢調査
レポート
2020

東京女性インサイトから体験へ

私たちの“今”



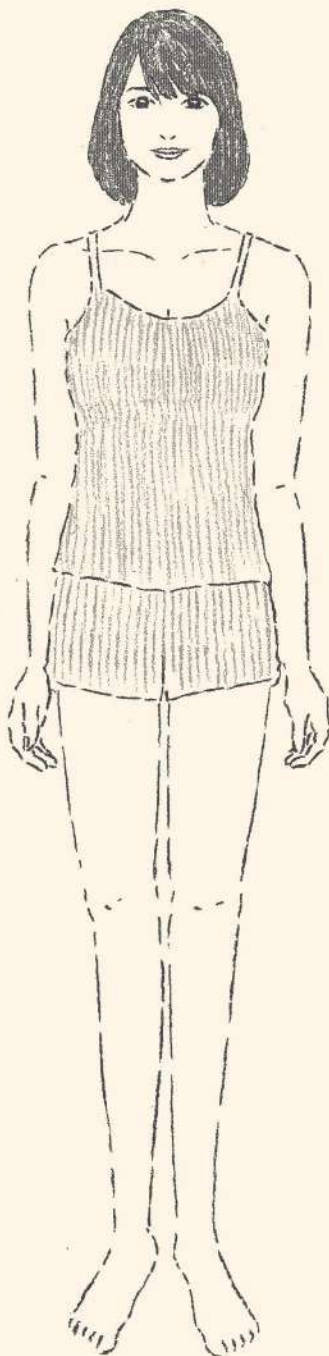
Pudding



Cream soda



Craft Beer



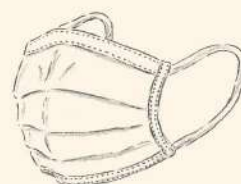
Ecobag



Flower vase



Workout



Surgical mask

25周年特別コンテンツ

1.6万人に調査！ withコロナ時代の新しい価値観

with コロナによって生まれた新しい価値観

新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに生まれたさまざまな変化を「生活」「食事」「美容・健康」の3つの視点から調査。これからの“ニューノーマル”の兆しが垣間見える結果に。

〔OZ勢調査「withコロナ」アンケート概要〕
調査期間：2020年7月7日（火）～7月28日（火）
回答者数：12,554名 調査対象：オズモール会員
※一部複数回答あり

以前より出費が減った

35.2%

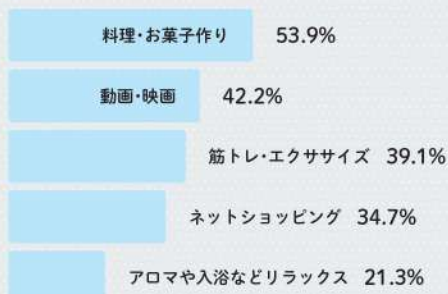
テイクアウトやおうち美容などの出費が増え、トータルでは変わらないという声もある中、「旅行」「外食」に行けなかった、おしゃれをする機会が減り「洋服」「メイク」にお金をかけなくなったなど、「自粛生活の中で出費が減った」という声も。その中には、その分資産運用といった自己投資に回すなど、「お金の使い方を見直すきっかけになった」という声もちらほら。

在宅時間を楽しむようになった

32.3%

ライフステージ別で見ると、子供がいない「アラサー既婚女性」が最も高く39.2%、「ワーキングマザー」が27.3%と最も低めという結果に。

在宅時間は何を楽しむようになった？



「新しい調理器具や食器などを購入した」と、料理の幅を広げた人も多いよう。また「動画配信サービスに加入した」「オンラインヨガを始めた」という声も。

〔生活〕

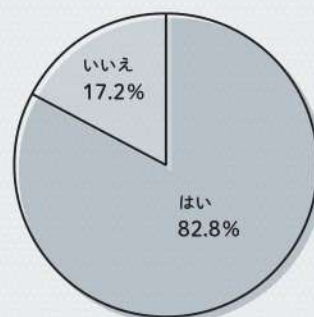
より柔軟な働き方へシフトしている会社も多く、従来の働き方を省みるきっかけを得た人も。また、外出自粛で増えた自分時間を工夫しながら楽しむ人も多く、その影響が、お金の使い方の変化に表れている。

働き方が変わった

38.3%

新しい働き方については「テレワークを導入するようになった」という声が多く聞かれた。実際、有職者の現在の働き方は、37.9%がテレワークを導入しているという結果に。テレワーク以外では「自宅待機」や「休業中」「仕事がなくなった」という声も。

変わった働き方は、今後も継続していきたい？



継続したい人からは「通勤時間を有意義に使える」「満員電車のストレスから解放された」「家事と仕事を両立できるようになった」、継続したくない人からは「収入が減った」「家に仕事を持ち込みたくない」「出勤時より勤務時間が増えた」などの声も。

ライフステージとともに 変わるもの・変わらないもの

女性たちのライフステージが異なっても変わらない興味・関心や
変化していく悩みに寄り添いながら、オズモールのコンテンツは生まれています。

SDGs (P.28)

おでかけ (P.9)

変わらないもの
(興味・関心)

美容 (P.23)

グルメ (P.14)

誕生日 (P.12)

旅 (P.20)

投資

エンタメ

記念日 (P.12)

健康 (P.26)

ライフプラン

変わるもの
(悩み)

貯蓄

介護

職場環境

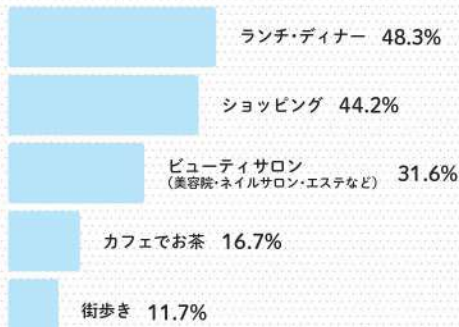
不妊

Keyword 01 おでかけ

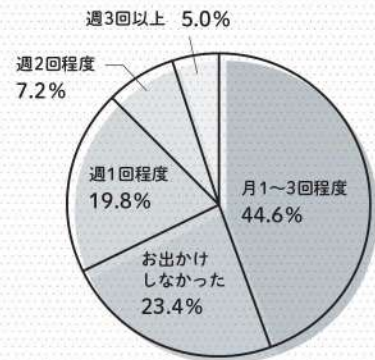
Q1. Q2.

アンケートを実施した7月時点では、月に1〜3回程度お出かけした人が44.6%。お出かけしなかった人が23.4%と、新型コロナウイルスの影響で、お出かけをした人は昨年より減少している。昨年は「飲み会」をする人が58.6%と2位だったが、今年は8%程度だった。仕事帰り、職場の同僚とのお出掛けが圧倒的に減った。

Q2. 直近1カ月間のお出かけの目的は？



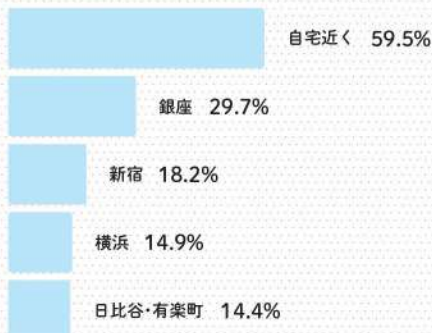
Q1. 直近1カ月間に、どのくらいお出かけした？



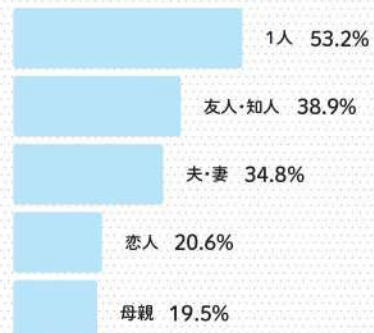
Q3. Q4.

お出かけした人の約半数は1人でお出かけをしていた。場所も自宅近くで済ませた人が6割近くいることなど、コロナの影響を受けつつも、最低限のお出かけをしている様子が伺える。

Q4. 直近1カ月間、お出かけした街は？



Q3. 直近1カ月間は、誰と一緒に出かけした？



OZのプレミアム予約 人気エリア順位 ※2019年の送客人数

1位 | 銀座

2位 | 新宿

3位 | 横浜

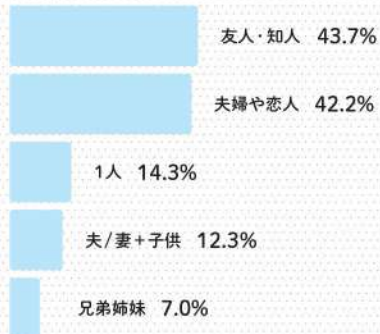


Keyword 03 外食

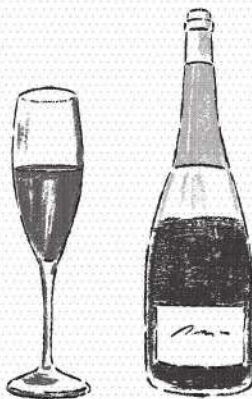
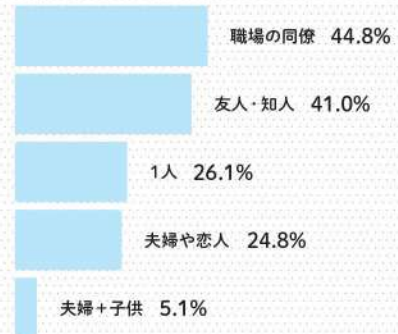
Q1. Q2. Q3.

昨年1年間の外食事情について、休日は友人・知人や、夫婦や恋人との食事をした人が多い。平日は職場の同僚で食事をする人が多いが、友人・知人と外食している人も約4割いるという結果に。

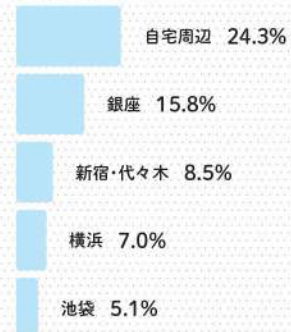
Q2. 昨年1年間、休日に外食することが多かったのは？ (昼夜問わず)



Q1. 昨年1年間、平日に外食することが多かったのは？ (昼夜問わず)



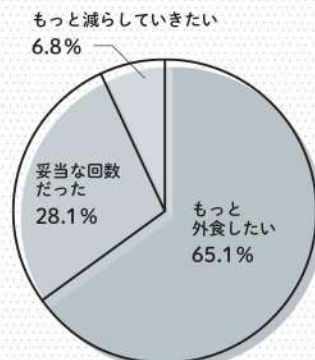
Q3. 昨年1年間に最も多く外食したエリアは？



Q4. Q5.

外食の平均回数は、昨年の平均4.9回と比べて-2.6回の2.3回。そんな外食の回数に対してもっと外食したかったと思う気持ちを抱く人が6割を超えるが、なかには付き合いで参加していた職場の飲み会がなくなって良かったとの声も。

Q5. Q4について、あなたの気持ちは？



Q4. 直近1カ月間、夜の外食は何回した？

平均
2.3回/月

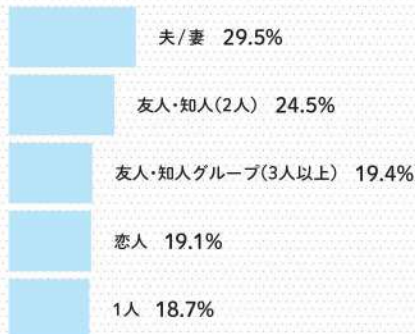
Keyword 07 旅

Q1.

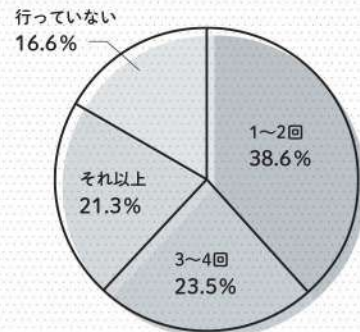
昨年1泊以上の国内旅行は平均3.0回。一般的な宿泊を伴う国内旅行回数(年平均2.43回※)と比べると、若干多いことがわかる。1年に3回以上旅行した人は4割以上も。

出典元:観光庁「2019年旅行・観光消費動向調査」(20歳以上の男女)

Q2. 昨年1年間に行った、国内旅行のメンバーは？



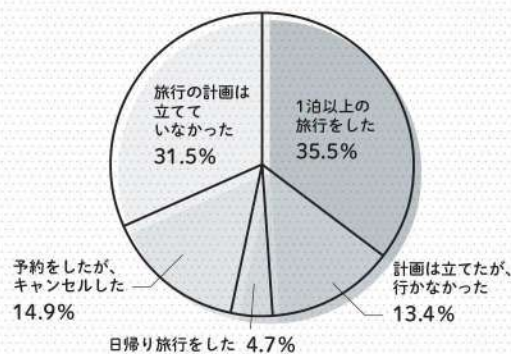
Q1. 昨年1年間、国内旅行に何回行った？



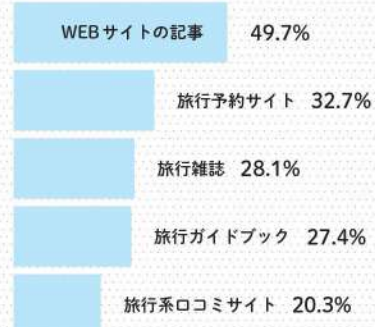
Q4.

旅行の予定を立てていたが中止にした人や、予約までしていたがキャンセルした人が合わせて3割弱いた。特にゴールデンウィークに予定を立てていたにも関わらず、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が発令されたため、取りやめた人が多かったよう。

Q4. 今年に入ってから国内への旅行事情(2020年1~7月)



Q3. 昨年1年間、旅行前に参考にしたメディアは？



Q6. 今までに旅行したことがある都道府県は？

1位 | 京都府

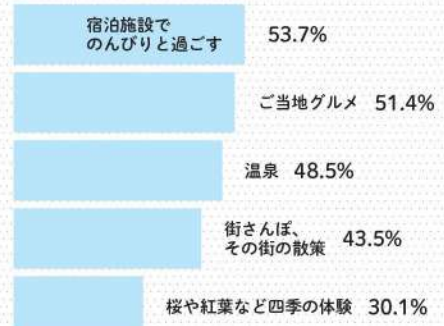
2位 | 北海道

3位 | 神奈川県

4位 | 大阪府

5位 | 長野県

Q5. 次に国内旅行に行くなら、何をしたい？

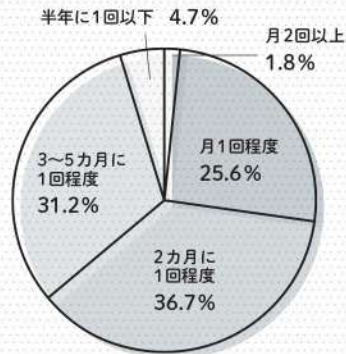


Keyword 08 美容

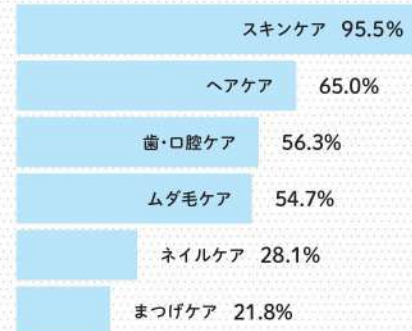
Q1.

スキンケアについては、コロナ禍の外出自粛期間に「いつも以上にがんばった」「高い商品を購入した」という声も多かった。

Q2. 昨年の1年間、ヘアサロンに通った頻度は？



Q1. 普段、どんな美容ケアをしている？



Q3.

2020年5~7月はネイルサロンに通った人が昨年比で減ったものの、コロナ禍で「セルフネイルを始めた」という声も多かった。

Q4. 肌のために普段していることは？

1位 | こまめな水分補給

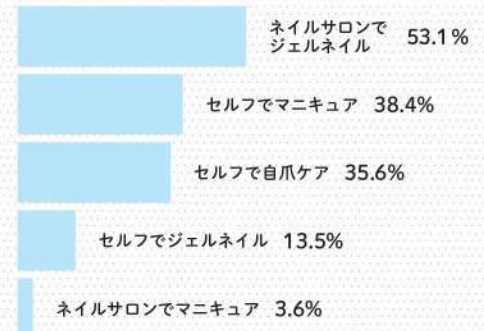
2位 | スキンケア用品でセルフケア

3位 | 栄養バランスを気にした食事

4位 | 十分な睡眠

5位 | 毎日湯船に浸かる

Q3. 普段、どんなネイルケアをしている？



Q4.

水分補給や食事、睡眠、入浴など、肌のためだけではなく、体の内側から健康的にきれいになるために行っていることが多い。

Q5.

20~30代は毛穴に悩み、年齢が上がるにつれ、シミに悩む人が増えている。また、30代は乾燥、40代はたるみもランクイン。

Q5. 現在の肌についての悩みは？

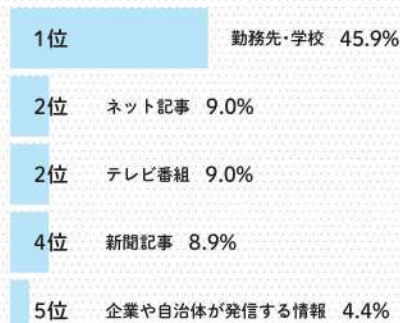
	20代	30代	40代
1位	毛穴	毛穴	シミ
2位	皮脂	シミ	毛穴
3位	シミ	乾燥	たるみ

Keyword 10 SDGs

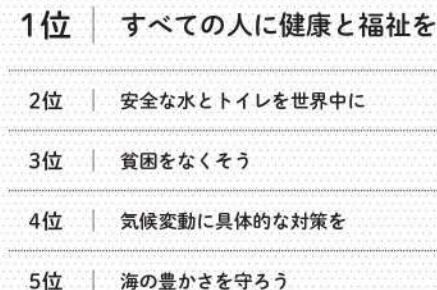
Q1.

認知度(内容を人に説明できる+内容をある程度知っている)は、2020年1月～5月にかけて14.5ポイント向上。オズモールでは2020年4月にSDGs特集をリリース。読者と同じ目線から、SDGsを身近に感じてもらえるような情報を発信している。

Q2. SDGsを知った主なきっかけは？



Q3. SDGsの目標の中で、関心のある項目は？



Q1. SDGsという言葉を知っている？



■ 内容を人に説明できる
■ 内容をある程度知っている
■ 聞いたことあるが内容はよくわからない
■ 存在を知らない

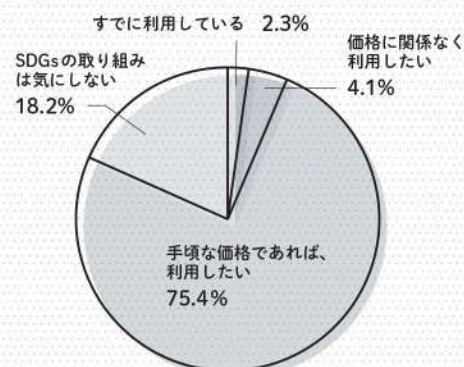
Q4.

2020年7月にレジ袋有料化も始まり、マイバッグ持参がいちばん多い。普段の行動の中でSDGsを意識している人は約5割。

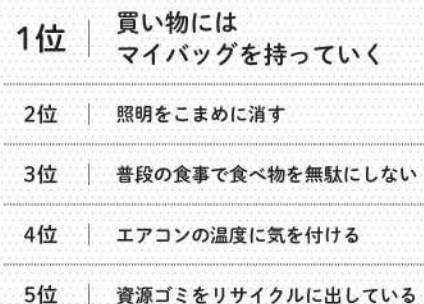
Q5.

大多数が手頃な価格であれば利用したいと感じている。「自分の生活もあるので、無理ない程度で貢献したい」といった声が多かった。

Q5. SDGsに取り組む企業の製品・サービスの利用について



Q4. あなたが普段行っていることは？



7 Persona

オズモールを使っている人ってこんな人

7人のペルソナ

ひとくくりに女性と言っても、年齢やライフステージが異なれば、

価値観や悩み、大切なものが違うのは当然のこと。

オズモールでは、年齢もライフステージも異なる7人のペルソナを設定しています。



Persona
03

マイペースに生きる
アラフォー独身女性

P.38



Persona
02

なんだかんだ今を楽しむ
アラサー既婚女性

P.36



Persona
01

漠然とした不安を抱える
アラサー独身女性

P.34



Persona
07

パートナーをこよなく愛する
既婚男性

P.46



Persona
06

トレンドを追いかける
社会人なりたて
独身女性

P.44



Persona
05

誰よりも好奇心旺盛な
オトナ
DINKS女性

P.42



Persona
04

子育てと仕事にがんばる
ワーキングマザー

P.40

漠然とした不安を抱える アラサー独身女性

結婚にいたらず、転職もせず、キャリアを積んだわけでもなく。友人たちを見て少しは焦りつつも、なんとなく迎えた29歳。コロナの影響で、実家にも帰れず、友達とも遊べず、彼ともしばらく会えず…初めて孤独を感じました。友人とはやとごはんに行くようにはなったけど、外食はだいぶ減ったかな。

彼とはおうちデートが増え、そろそろ旅行にでも行きたいね、と話をしているところ。コロナ禍に、結婚することになった友人もいるのに、彼の口からはそんな話題が出ることはなく、モヤモヤしている最近です。週1通っていたヨガは、いったん休会し、最近は動画を見ながらヨガやストレッチをしていました。でもサボりがちだから、また通う予定。

結婚も転職も30歳までにつて
そう思ってた。



森田 沙織 (29歳)

Saori Morita

Data

- ☐ 年収：420万円
- ☐ 仕事：雑貨メーカーで営業企画
- ☐ 居住地：阿佐ヶ谷で1人暮らし
- ☐ 山梨の実家の家族：
 - 父・58歳、母・55歳、妹・27歳
 - ↳ 母や妹が東京に来ると女子会
- ☐ 恋人：付き合って3年になる彼あり
- ☐ 買い物：ルミネ新宿、吉祥寺アトレ
- ☐ 友達ごはん：銀座・有楽町
- ☐ 習いごと：週1ヨガ
- ☐ 彼とのデート頻度：2週に1回

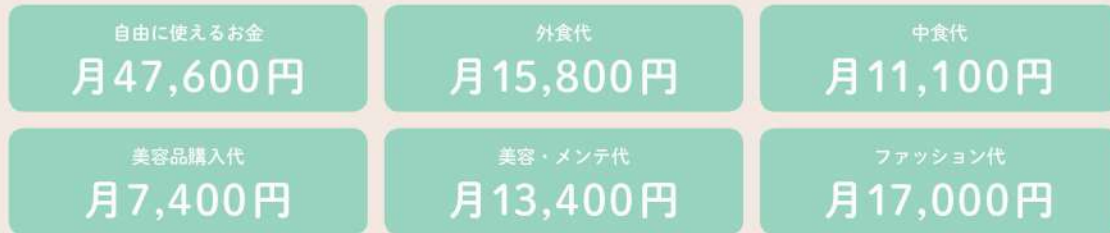
有職者の14.4%

1,247/8,632 人が回答

子育て中のワーキングマザーの実情

※子供が18歳以下

自分のために使うお金が減ったものの、家や車を購入したり、子供と一緒にのお出かけや旅行、時短家電などへの関心が高く、節約よりも家族での生活の質向上のためにお金をかける傾向に。

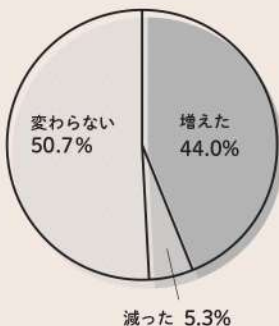


興味・関心と悩み



コロナ禍を経て、変わったこと

飲食店のテイクアウトの利用頻度は？



出費が増えた

24.1%

他ベルソナの
平均値より +11.4%

子供と過ごす
時間が増えた

42.8%

在宅時間にストレスを
感じるようになった

20.7%

他ベルソナの
平均値より +4.6%