

【コロナ禍不安で家庭が混乱？】ママの“中長期的な不安”と“お金をかけたいニーズ”から見える、定まらない「家計方針」

株式会社マインドシェア（消費トレンドの研究・これに基づきマーケティングサポートを行う）は、家計のお財布の握る「ママ」の今を知る最新動向調査データをまとめた『日本のママ白書 2020 年度緊急版』（新型コロナウイルス状況把握版）を2020年12月4日にリリース致しました。

調査内容：全国9か月～9歳の長子がいる女性（ママ）を1,002名リサーチ

■コロナ禍中のママの中長期的な不安

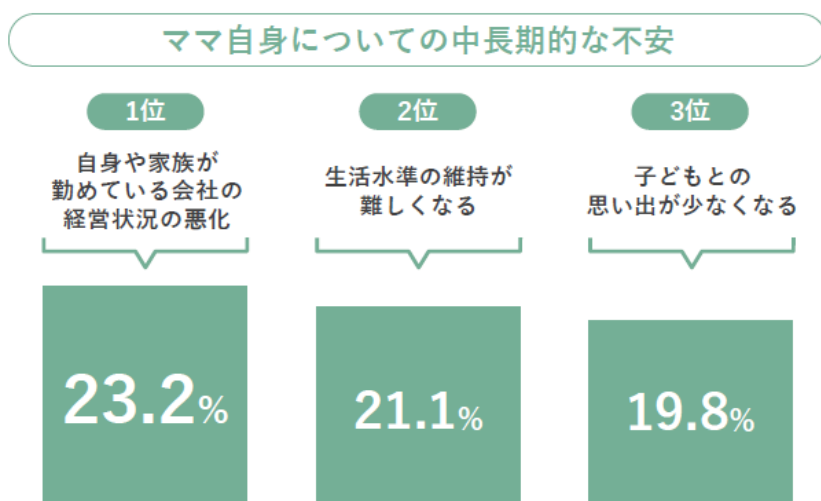
2019年以前から続く「不景気」や「消費税増税」に加え、2020年は新型コロナウイルス流行による生活行動の制限が発生し、経済や日常生活にも大きく影響を及ぼしました。

ワクチンの研究・開発が進む一方で、自身や家族が接種するまでの現実味がない中、ママたちの中長期的な不安を調査しました。（『日本のママ白書 2020 年度緊急版』では別途「子どもについての中長期的な不安」についても聴取しています）

1. ママ自身についての中長期的な不安ランキング
2. お金をかけたい物やサービスランキング
3. 節約したい物やサービスランキング

<ママ自身についての中長期的な不安ランキング>

- 1位 自身や家族が勤めている会社の経営状況が悪化するのではないかと 23.2%
- 2位 生活水準を維持するのが難しくなるのではないかと 21.1%
- 3位 子どもとの思い出が少なくなるのではないかと 19.8%



【日本のママ白書2020】
 ・調査期間：2020年10月16日～19日
 ・調査対象：全国9か月～9歳の長子がいる女性（ママ）：1,002名
 ※居住エリアは人口比率に基づき割付
 ※新型コロナウイルス流行前後での意識・行動の変化を聴取するため、新型コロナウイルス流行前（2020年1月以前）に長子を出産した女性を対象

ママ自身についての中長期的な不安ランキングの第1位は「自身や家族が勤めている会社の経営状況が悪化するのではないか」となりました。

経済的な影響が出ている家庭も多く、経営破綻のニュースが飛び交っている状況から当然の結果と言えます。

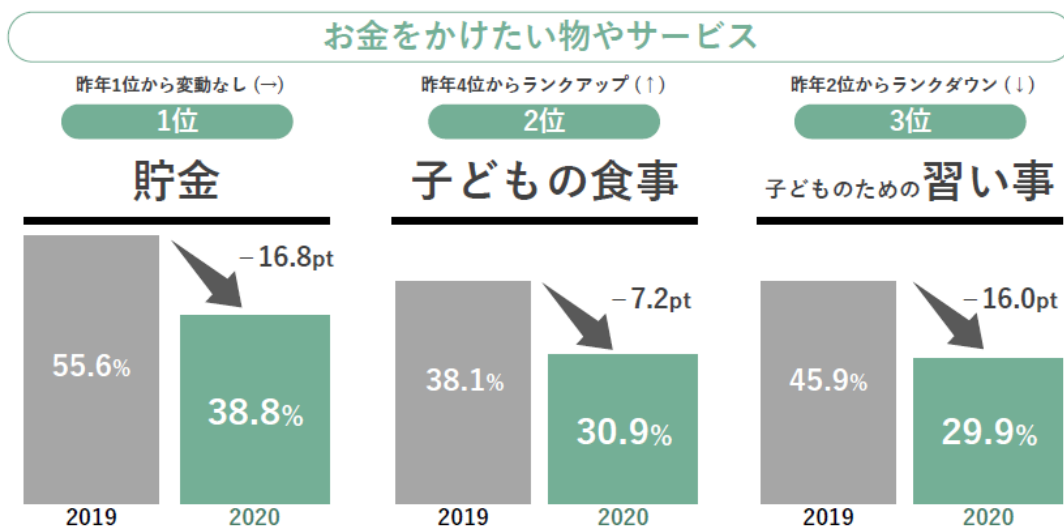
■お金をかけたい・節約したい物やサービスランキング

2019年より取得しているお金をかけたい・節約したい物やサービスランキングですが、非常に面白い結果となっております。

まずは、お金をかけたい物やサービスランキングです。

<お金をかけたい物やサービスランキング>

- 1位 貯金 38.8%
- 2位 子どもの食事 30.9%
- 3位 子どものための習いごと 29.9%



「日本のママ白書2020」
 ・調査期間：2020年10月16日～19日
 ・調査対象：全国9ヶ月～9歳の長子がいる女性（ママ）：1,002名
 ※居住エリアは人口比率に基づき割付
 ※新型コロナウイルス流行前後での意識・行動の変化を聴取するため、新型コロナウイルス流行前（2020年1月以前）に長子を出産した女性を対象

「貯金」が第1位であり、2019年と同様の結果ですが

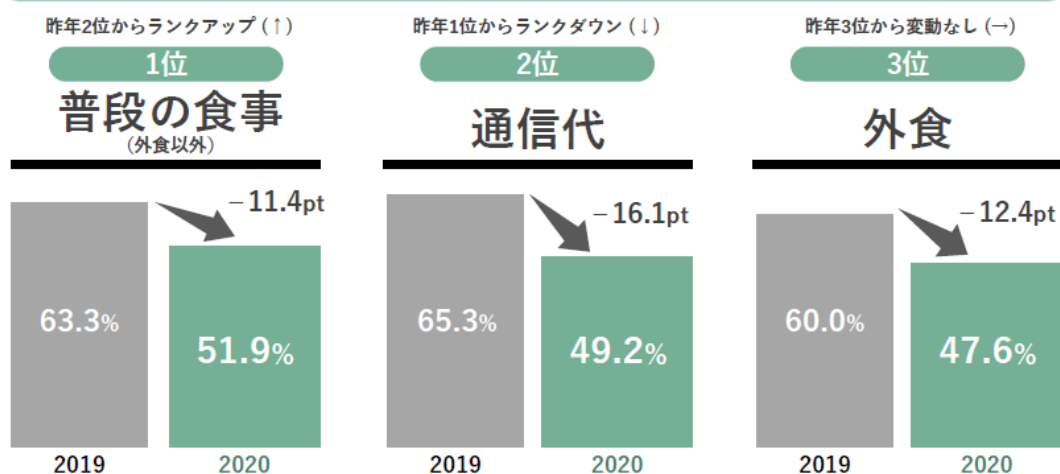
2019年の55.6%から2020年は38.8%へとスコアはダウンしています。

経済環境の悪化に伴い、「お金をかけたい」ランキングが低下することは何ら違和感なく、理解できます。続いて、節約したいランキングもご覧ください。

<節約したいものやサービスランキング>

- 1位 普段の食事（外食以外） 51.9%
- 2位 通信代 49.2%
- 3位 外食 47.6%

節約したい物やサービス



「日本のママ白書2020」
 ・調査期間：2020年10月16日～19日
 ・調査対象：全国9ヶ月～9歳の母子がいる女性（ママ）：1,002名
 ※居住エリアは人口比率に基づき割付
 ※新型コロナウイルス流行前後での意識・行動の変化を聴取するため、新型コロナウイルス流行前（2020年1月以前）に異子を出産した女性を対象

「普段の食事（外食以外）」が第1位となっておりますが、節約したいランキングにおいても、2019年の63.3%から2020年は51.9%へとダウンしています。

また2位通信代・3位外食についても同様の傾向で、2019年より10pt以上ダウンしています。

■データから読むコロナ禍中の家計課題

上記調査データから、2020年度コロナ禍におけるママたちの意識として、お金を使う意欲が低下している一方で、節約する意識も同時に低下しています。もちろん経済環境の悪化に伴い、節約する隙間すらない可能性も考えられますが、『日本のママ白書 2020 年度緊急版』で取得している他データと合わせて分析してみても、直近家計がひっ迫している訳ではない家庭においても、明確なお金の使い道を決め切れておらず、不安定な環境下で、どのような基準で物事を判断していくべきか？正しさの指針がコロナ禍によって不透明になったことにより、消費行動が迷走している「家計方針“不在”」の様子が浮き彫りになります。

その他にも『日本のママ白書 2020 年度緊急版』では、新型コロナウイルスの影響による仕事やライフスタイル、家事分担に関するデータや、オンラインでの購買行動、SNS を中心とするニューノーマルな情報接触について最新のデータを取得しています。

■『日本のママ白書 2020 年度緊急版』について詳細

第一部では『ママを読み解く』レポート、第二部では2020年の新型コロナウイルス影響に伴うママの消費行動、情報取得、ライフスタイルの変化などの切り口について全36問から集計・分析を行っています。

■レポート目次・調査データ・レポートご購入については以下 URL より『日本のママ白書 2020 年度緊急版』詳細をご確認いただけます。

<https://www.mindshare.co.jp/lp/mama/whitepaper2020/>

■会社概要

商号：株式会社マインドシェア [英表記 MINDSHARE INC.]

所在地：〒108-0073 東京都港区三田 3 丁目 2 番 8 号 Net2 三田ビル 6 階

代表者：代表取締役 今井 祥雅

創立：1989 年 12 月 22 日

資本金：1 億円

事業内容：コミュニケーションマーケティングのサポート事業

- ・コンサルティング
- ・マーケティングリサーチ
- ・ディベロプメント
- ・アドバタイジング
- ・プロモーション
- ・PR (パブリックリレーションズ)
- ・Web ソリューション

URL：<https://www.mindshare.co.jp/>

■お問合せ先

株式会社マインドシェア

コミュニケーションマーケティング事業

お問合せ窓口：03-6823-1216 / 平日 9:30～18:30

メールアドレス：ms_otoiwase@mindshare.co.jp