

## 10代女子のhappyを研究するキャンティーンズラボ 「10代女子のファッションとECに関する調査」を実施 ～ファッションにかかる金額は月平均4,198円、 ネットショッピングには「スマホ」を利用する子が約8割～

GMOインターネットグループのGMOメディア株式会社（代表取締役社長：森 輝幸 以下、GMOメディア）が運営する、10代の女の子に関する研究機関「プリキャンティーンズラボ（<http://lab.prcm.jp/>）」は、「10代女子のファッションとECに関する調査」を実施いたしました。

### <調査概要>

- 調査テーマ 10代女子のファッションとECに関する調査
- 調査対象 10代女子
- 調査期間 2018年6月7日～2018年6月11日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 888名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ

\*本調査レポートの百分率表示は四捨五入で端数処理を行っており、合計しても100%とならない場合がございます。

### 【調査サマリー】

- ファッションの参考にする情報源は「雑誌」「TV」が2トップ
- ファッションにかかる金額は月平均4,198円
- インターネットでファッションアイテムを購入する子は約4割  
↳ 利用する端末は「スマホ」が約8割
- ファッションアイテムの購入は「ショッピングモール」が最多  
↳ よく利用するのは「Amazon」「楽天市場」、「ZOZOTOWN」も約3割が利用  
↳ 支払い方法は「クレジットカード」が約半数

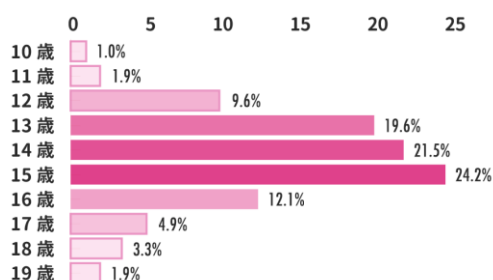
### 【調査結果】

#### ■ 回答者の属性（図1～図3）

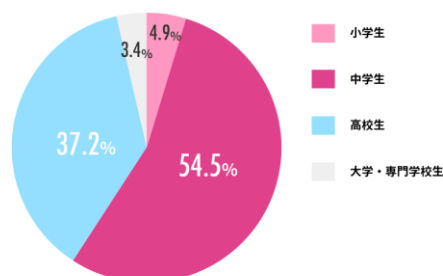
～13歳から15歳がボリュームゾーン、スマホのOSは「iOS」が過半数～

回答者の年齢は13歳～15歳がボリュームゾーンとなり、属性別では「中学生（54.5%）」が「高校生（37.2%）」を上回りました。利用しているスマホのOSは、「iOS（65.4%）」が6割以上となり、「Android（26.7%）」を上回りました。

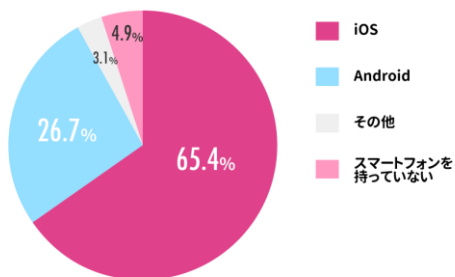
（図1）アンケート参加者の年齢分布 [N=888 単一回答]



（図2）アンケート参加者の属性 [N=888 単一回答]



(図3) 利用しているスマホのOS [N=888 単一回答]

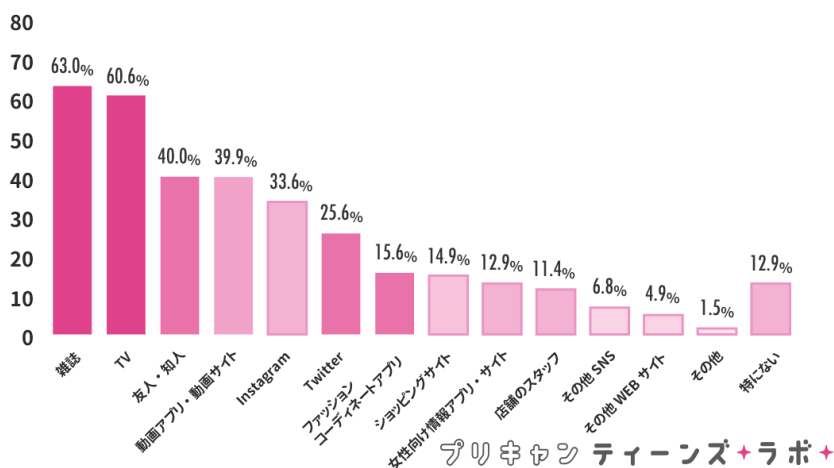


ファッションティーンズ+ラボ+

■ **ファッションの参考にする情報源は「雑誌」「TV」が2トップ (図4)**

まず、10代女子に「ファッションについて参考にしてしている情報源」を尋ねました。結果、「雑誌 (63.0%)」「TV (60.6%)」が6割超と、多くの回答を集めました。次いで「友人・知人 (40.0%)」が4割に上ったほか、「動画アプリ・動画サイト (39.9%)」、「Instagram (33.6%)」も3割を超える結果となりました。

(図4) ファッションについて参考にする媒体 [N=888 複数回答]



ファッションティーンズ+ラボ+

■ **ファッションにかける金額は月平均4,198円 (図5~図7)**

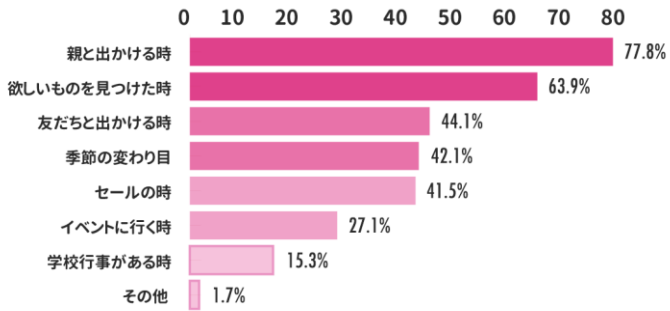
続いて、ファッションアイテムの購入について尋ねました。「ファッションアイテムを購入するタイミング」については、「親と出かける時 (77.8%)」が約8割で最多となり、「欲しいものを見つけた時 (63.9%)」が続きました。

「ファッションアイテムをお小遣いで購入するか」については、「お小遣いでは購入しない (43.2%)」「お小遣いはもらっていない (30.8%)」が合わせて7割超となり、「お小遣いで購入する (26.0%)」子は4人に一人にとどまることがわかりました。

また、「月にいくらファッションアイテムにお金をかけるか」を尋ねたところ、「3,000~5,000円未満 (26.5%)」、「3,000円未満 (26.2%)」と続き、『5,000円未満』という子が過半数に上りました。一方で、『5,000円以上』も全体の4分の1強 (26.9%) に上っており、10代女子がファッションアイテムに使う月の平均金額は『4,198円』となりました<sup>(※1)</sup>。

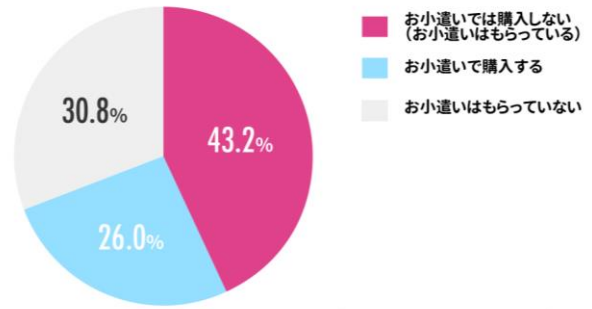
(※1) 平均金額は、「わからない・覚えていない」を除く各選択肢の階級値を用いて算出。

(図5) ファッションアイテムを購入するタイミング  
[N=888 複数回答]



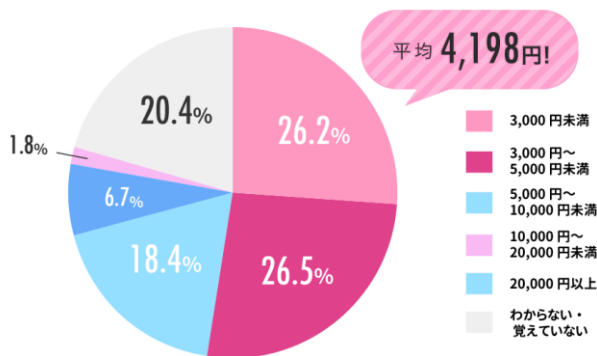
ファッションティーンズ+ラボ+

(図6) ファッションアイテムをお小遣いで購入するか  
[N=888 単一回答]



ファッションティーンズ+ラボ+

(図7) 月にいくらファッションアイテムにお金をかけるか [N=888 複数回答]



ファッションティーンズ+ラボ+

## ■インターネットでファッションアイテムを購入する子は約4割 (図8～図10)

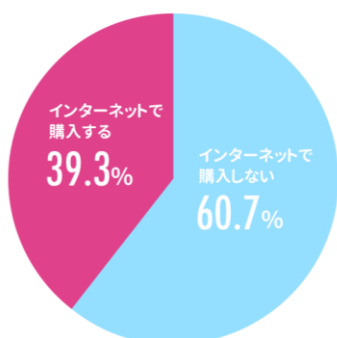
### ～利用する端末は「スマホ」が約8割～

続いて、10代女子に「(普段) インターネットでファッションアイテムを購入することがあるか」を聞いたところ、約4割の子が「購入する(39.3%)」と答えました。

インターネットでの購入経験のある子に、「インターネットで購入するファッションアイテムの種類」を尋ねたところ「トップス(83.9%)」が8割超で最多、次いで「シューズ(72.9%)」、「パンツ(72.3%)」が続きました。

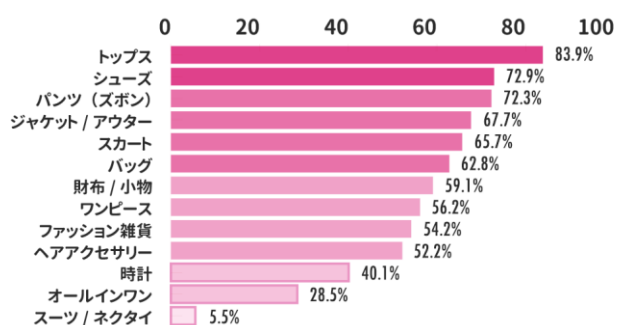
また、「インターネットで購入する時に利用する端末」に関しては、「スマートフォン(78.7%)」が約8割で突出する結果となり、「パソコン(42.4%)」も4割程度に上りました。10代女子はインターネットでショッピングする際も、普段使い慣れている「スマホ」を利用することが多いようです。

(図8) インターネットでファッションアイテムを購入することがあるか [N=888 単一回答]



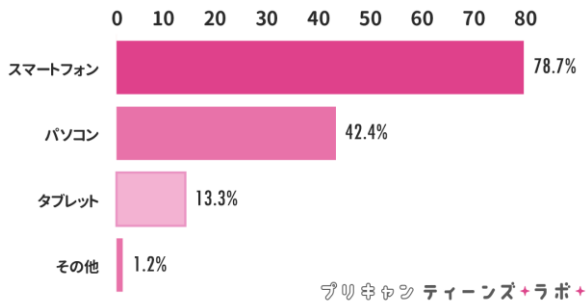
ファッションティーンズ+ラボ+

(図9) インターネットで購入したことのあるファッションアイテム [N=347 複数回答]



ファッションティーンズ+ラボ+

(図 10) インターネットで購入する時に利用する端末 [N=347 複数回答]



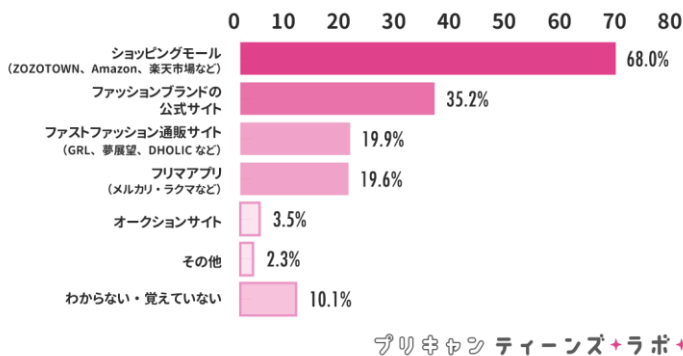
■ファッションアイテムの購入は「ショッピングモール」が最多 (図 11~図 13)

~よく利用するのは「Amazon」「楽天市場」「ZOZOTOWN」も約 3 割が利用~

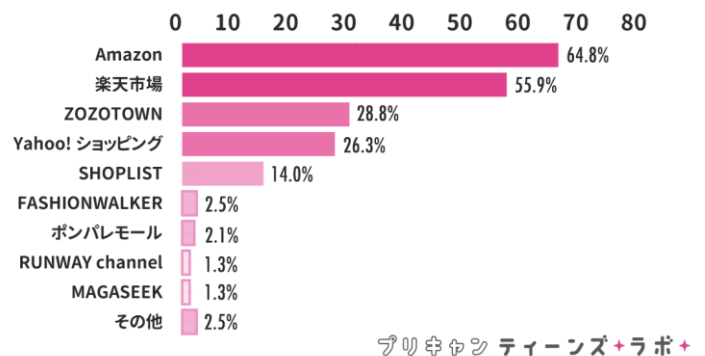
続いて、「インターネットでファッションアイテムを購入する時に利用するサービス」について尋ねました。結果、「ショッピングモール(68.0%)」が約 7 割に上り、続いて「ファッションブランドの公式サイト(35.2%)」となりました。

さらに、「ショッピングモール」と答えた子に、「利用するショッピングモール」について聞いたところ、「Amazon (64.8%)」「楽天市場 (55.9%)」にそれぞれ過半数の票が集まりました。また、「ZOZOTOWN (28.8%)」「Yahoo!ショッピング (26.3%)」も約 3 割に上っています。

(図 11) インターネットでファッションアイテムを購入する時に利用するサービス [N=347 複数回答]



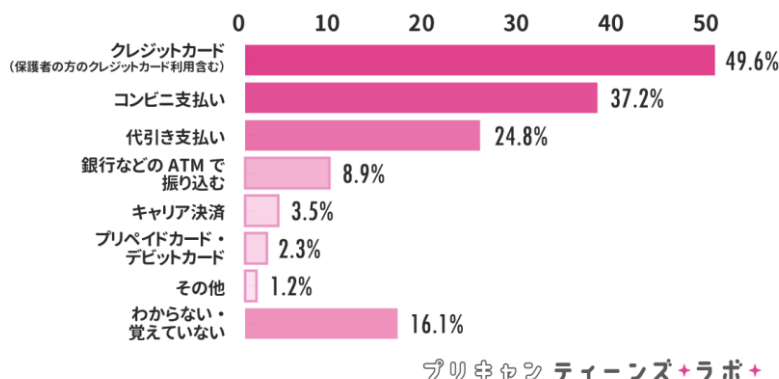
(図 12) 利用するショッピングモール [N= 236 複数回答]



~支払い方法は「クレジットカード」が約半数~

「インターネットでショッピングをする際に利用する支払い方法」を尋ねたところ、「クレジットカード(保護者の方のクレジットカード利用含む) (49.6%)」が約半数に上り、「コンビニ支払い (37.2%)」、「代引き支払い (24.8%)」と続きました。

(図 13) インターネットでショッピングをする際に利用する支払い方法 [N=347 複数回答]



## 【本調査の背景】

昨今、拡大を続ける国内の BtoC EC（消費者向け電子商取引）市場において、その大半を占める物販系分野は、2017 年時点で伸び率 7.5%と順調に拡大しています。さらに物販系分野の中で最も高いシェアを持つファッション・アパレルカテゴリ（衣類・服装雑貨等）の市場規模は、対前年比 7.6%増の 1 兆 6,454 億円に上り、順調に拡大を続けています（※2）。

そこでこの度「プリキャンティーンズラボ」は、流行に敏感な 10 代女子がどこからファッション情報を収集しているのか、またファッションアイテムの購入における EC の利用実態を探るべく、「10 代女子のファッションと EC に関する調査」を実施いたしました。

（※2）経済産業省 平成 29 年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書

## 【「プリキャン byGMO」とは】（URL：<http://prcm.jp/>）

「プリキャン byGMO」は、“女の子の新しい happy のかたち”をコンセプトにしたコミュニティサイトです。写真と画像でつながるコミュニティサービス「プリ画像」や、気軽に相談・アドバイスがもらえる「プリキャン QA」をはじめとする 10 代の女の子向けのコンテンツを展開しており、2015 年 3 月からは、記事へのコメントや GOOD/BAD 機能を通じてユーザー同士がコミュニケーションできるニュースサイト「プリキャンニュース」を提供しています。

## 【「プリキャンティーンズラボ」とは】（URL：<http://lab.prcm.jp/>）

「プリキャンティーンズラボ」とは、「プリキャン byGMO」が設立した、10 代の女の子のスマートフォンライフや日常生活を調査・発表する GMO メディア社内に置かれた研究機関です。スマートフォンネイティブである「プリキャン」ユーザーの日常生活を研究していきます。

## 【本調査結果の引用・転載について】

本調査の一部を引用・転載される場合には、出典として「プリキャンティーンズラボ」及び調査名称「10 代女子のファッションと EC に関する調査」と URL（<http://lab.prcm.jp/fashion-ec/>）の併記をお願いいたします。

以上

### 【報道関係お問い合わせ先】

●GMO メディア株式会社 広報担当 森島  
TEL：03-5456-2626 FAX：03-5459-6077  
E-mail：[pr@gmo.media](mailto:pr@gmo.media)

●GMO インターネット株式会社  
グループ広報・IR 部 石井・島田  
TEL：03-5456-2695 E-mail：[pr@gmo.jp](mailto:pr@gmo.jp)

### 【GMO メディア株式会社】（URL：<http://www.gmo.media/>）

会社名	GMO メディア株式会社（東証マザーズ 証券コード：6180）
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■その他メディア支援事業
資本金	7 億 6,197 万円

### 【GMO インターネット株式会社】（URL：<https://www.gmo.jp/>）

会社名	GMO インターネット株式会社（東証第一部 証券コード：9449）
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■仮想通貨事業
資本金	50 億円

Copyright (C) 2018 GMO Media, Inc. All Rights Reserved.