



株式会社デファクトスタンダード  
2009年9月16日

## NEWS RELEASE

### ブランド品宅配買取『ブランドディア』 「クリーニング・衣替え」に関する意識調査実施

#### 80%が「クリーニング・衣替え」の意識高くも 60%が不用な服をクローゼットで保管 売る・下取りサービス利用はわずか 20%

ブランド品宅配買取『ブランドディア』(<http://brandear.jp/>) を運営する株式会社デファクトスタンダード(本社: 大田区 代表取締役: 竹内拓)は、「クリーニング・衣替え」に関する意識調査を行いました。例年、10月以降に宅配買取申込者が増加する傾向を受け、長引く景気低迷を背景に、消費と不用品に対する意識調査が目的です。調査概要と結果の要旨は以下の通り。

- 調査対象:『ブランドディア』サービス利用者 20歳以上 女性 517名
- 調査方法:質問紙による
- 調査時期:2009年8月17日~9月6日

調査結果の要旨 ※結果詳細は次項以降参照

#### 【クリーニングに関する意識】

1. 不景気により「クリーニングを利用する頻度が減った」人は3人に1人以上
  - ・クリーニングを利用する理由は「自分で洗えないものがあるから」、利用しない理由は「お金がないから」と、節約という観点で両極端に分かれる回答となった。
  - ・不景気により「クリーニングを利用する頻度が減った」人は30%以上。

#### 【衣替えに関する意識】

2. 「衣替えをする」人は80%超、「しない」人の30%以上はファストファッショントリビュートの影響
  - ・季節の変わり目毎に「衣替えをする人」は80%。
  - ・「衣替えをしない」、「する時としない時がある」と答えた人が約20%、そのうち、「レギンスブームなどの影響で、年間を通じて使用できる服が増えたから」と答えた人が40%弱が多い。
  - ・ファストファッショントリビュートの影響により、オシャレで低価格な服が増え、来シーズンのことは考えず、1シーズンのみ着ることを目的に服を選ぶ人が増えていることがうかがえる。

#### 【不用になった服やブランド品の実態】

3. 不用な服の処分に困っている人60%超、下取りサービスなどの“賢い消費”は僅か7%
  - ・「家にいらなくなってしまったブランド品や衣類がある」と答えた人は80%超、「その処分に困っている」と答えた人は60%超にも及んだ。
  - ・処分に困っている人のうち、いらなくなってしまったものは「クローゼットに収納している」と答えた人60%超、「売る」、「捨てる」、「人にあげる」は各項20%弱にとどまる。
  - ・買取サービスの利用者ながら、昨年末から各種業界で流行し、賢い消費生活と謳われた「下取りサービス」を利用したことがある人は、わずか7%にとどまった。

#### 【総論】

「クリーニングをする人=80%」、「季節の変わり目に衣替えする人=80%」、  
しかしながら、「不用になった服やブランド品がある人=80%」

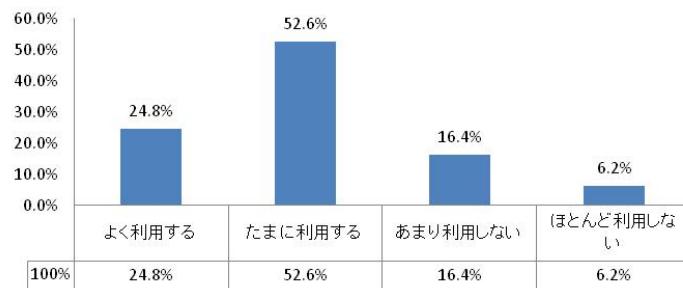
消費意欲低迷を背景に、「クリーニング」・「衣替え」といった服やブランド品のメンテナンスに対する意識の高さに反し、不用になんでも処分できずにそのまま家の中で保管、という、お金だけではなくモノを手放すことを嫌う傾向がうかがえる調査結果となつた。

この結果より、リーマンショック後、様々なお小遣い稼ぎ方法や副業、節約術などが取り上げられ注目されているが、実際は、多くの人が上手に実行できない様子がうかがえる。『ブランドディア』では、これを踏まえ、不用になったブランド品の宅配買取について、より身近で便利なサービスとしての訴求に努めていく。

## 【調査結果詳細資料】

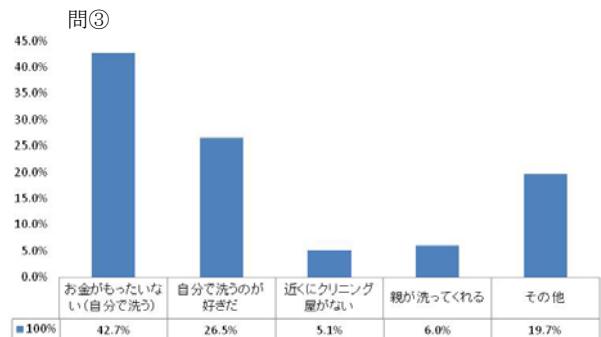
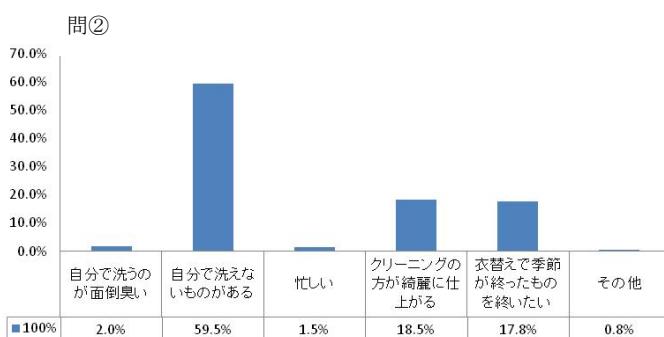
### 【クリーニングに関する意識調査】

問①日頃クリーニングを利用しますか？

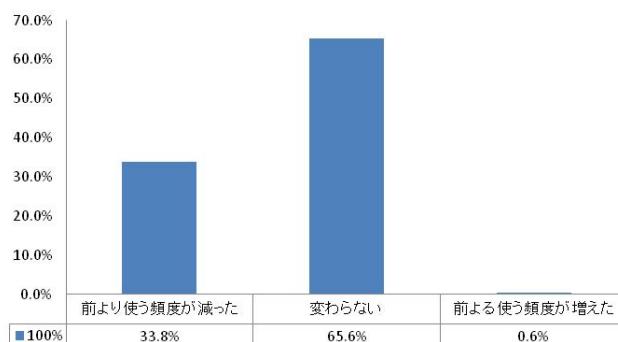


問②それは何故ですか？ (①「よく／たまに利用する」回答者)

問③それは何故ですか？ (①「あまり／ほとんど利用しない」回答者)



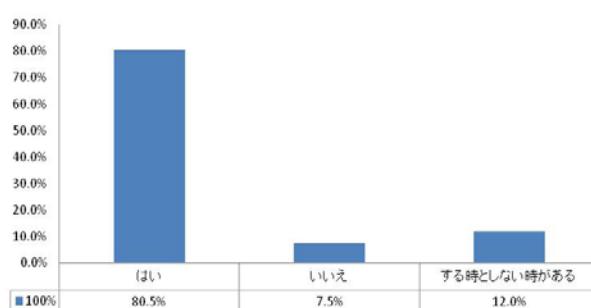
問④不景気でクリーニングを利用する頻度は変わりましたか？



※「クリーニング」を利用する理由は「自分で洗えないものがあるから」、利用しない理由は「お金がないから」と、節約という観点で意識が両極端に分かれている。そのうち、不景気により「クリーニング」を利用する頻度が減った人は全体の30%超。

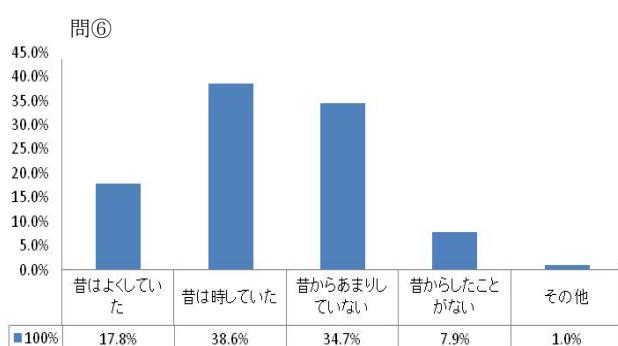
### 【衣替えに関する意識調査】

問⑤季節の変わり目に「衣替え」をしていますか？

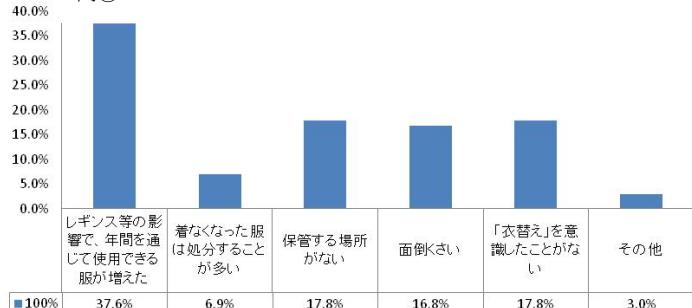


問⑥昔は「衣替え」をしていましたか？（⑤「いいえ／する時としない時がある」回答者）

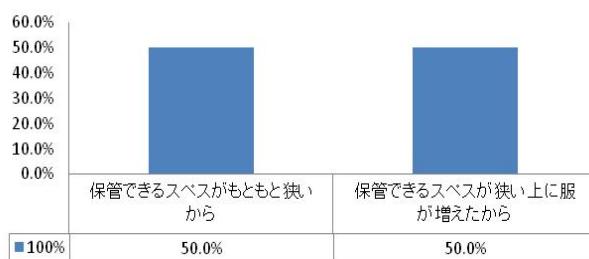
問⑥



問⑦

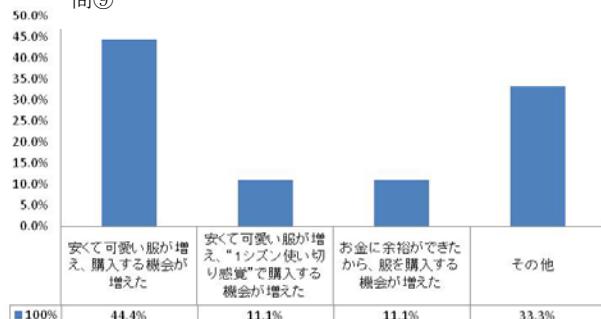


問⑧何故、保管する場所がないのですか？（⑦「保管する場所がないから」回答者）

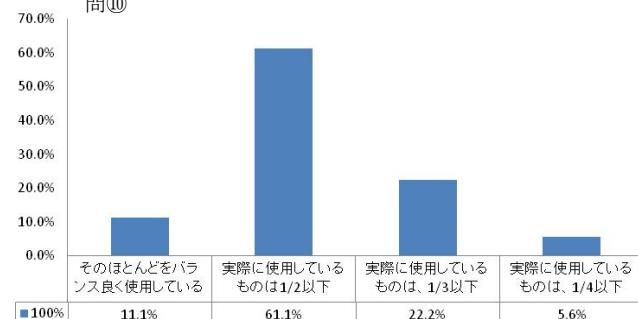


問⑨何故、服が増えたのですか？（⑧「保管スペースが狭い上に服が増えたから」回答者）

問⑨



問⑩

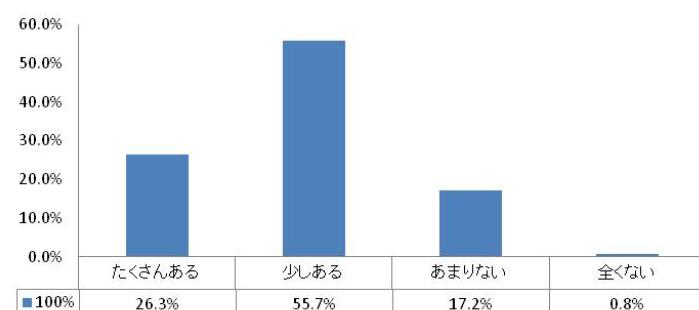


※季節の変わり目毎に「衣替え」を「する」人は80%。「衣替え」を「しない」、「する時としない時がある」と答えた人は20%弱、そのうち「レギンスブームの影響で、年間を通じて使用できる服が増えたから」と答えた人が40%弱。

ファストファッションブームの影響により、オシャレで低価格な服が増えたことで、1シーズンで着ることを目的に服を選ぶ人が増えていることがうかがえる。

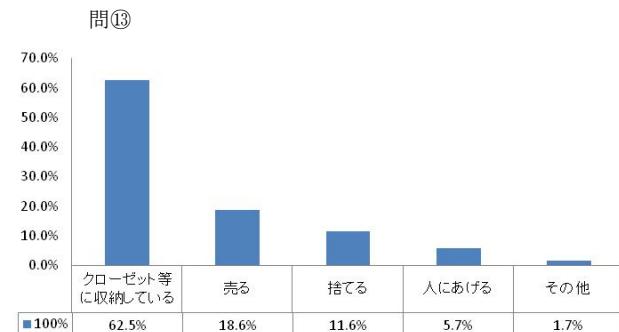
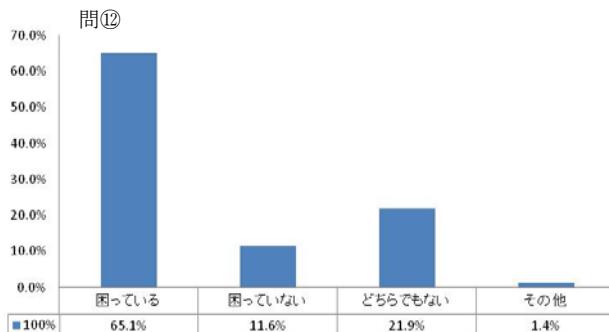
### 【不用な衣類やブランド品について】

問⑪タンスや家の中にいらなくなつた服やブランド品はありますか？



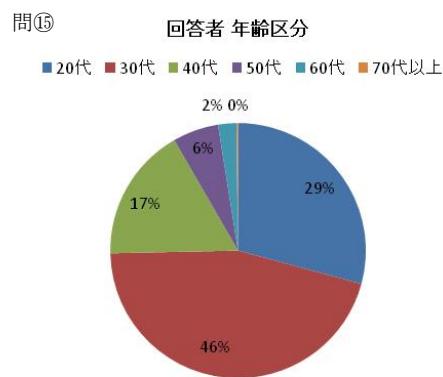
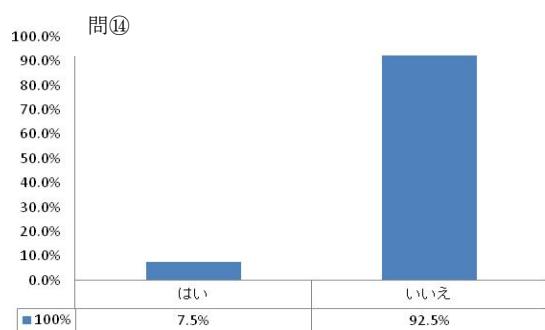
問⑫そのモノの処分に困っていますか？（⑪「たくさんある／少しある」回答者）

問⑬それをどのように管理していますか？（⑪「たくさんある／少しある」回答者）

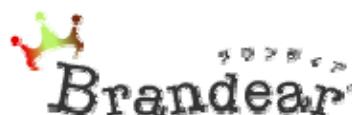


問⑭デパートや百貨店で実施されていた“下取りサービス”を利用したことはありますか？

問⑮利用者 年齢区分



※「家にいらなくなったブランド品や衣類がある」と答えた人は 80%超、「その処分に困っている」と答えた人は 60%超。「処分に困っている」人のうち、要らなくなったものは「クローゼットに収納している」と答えた人 60%超、「売る」・「捨てる」・「人にあげる」は各項 20%弱。昨年末から流行した各種「下取りサービス」を利用したことがある人は、わずか 7%にとどまった。



ブランドディアは、インターネットを通じて、不用になったバッグ・アクセサリー・時計などのブランド品を、送料・査定料・返送料とすべて無料にて査定・買取を行う宅配買取サービスです。査定金額は、オークション市場での相場によって決定。買い取った商品は、自社オークションサイト「ブランドディアオークション」をはじめ、日本国内の各種オークションサイトで販売しております。

【株式会社デファクトスタンダード：<http://www.defactostandard.co.jp/>】

社名	株式会社デファクトスタンダード		
代表取締役社長	竹内 拓		
所在地	〒143-0006 東京都大田区平和島 6-1-1 TRC, BE2-3		
資本金	8,975 万円		
設立	2004 年 4 月		
ブランドディア	<a href="http://brandear.jp/">http://brandear.jp/</a>	ブランドディアオークション	<a href="http://auction.netprice.co.jp/">http://auction.netprice.co.jp/</a>

「モノの価値を見出し」「モノに価値を与える」「モノを通じて人と人をつなぐ」

【当リリースに関する報道関係者お問い合わせ先】

株式会社デファクトスタンダード 担当：大滝 裕子（おおたき ゆうこ）

TEL：03-3764-5112 FAX：03-3764-5198 E-mail：[press@defactostandard.co.jp](mailto:press@defactostandard.co.jp)