

～ 低価格アパレルとジーンズの購入に関する意識調査 ～

20 代・30 代男性 次に手に入れたいジーンズは？

「ブランドジーンズ」60% と過半数が回答

低価格消費傾向の中、「本物感」・「こだわり」が保証されているブランドに対する憧れは顕在

デニムとともに歴史を刻んできたリーバイ・ストラウス ジャパン株式会社（東京都渋谷区、代表取締役社長：土居 健人）は、20 代、30 代の男性 250 名を対象にインターネットによる「低価格アパレルとジーンズ購入に関する意識調査」を 2010 年 1 月に実施しました。

昨年より海外のファストファッションブランドの日本進出が本格化し、国内外のメーカーが低価格アパレルや格安ジーンズを次々と発表、販売競争が展開されてきました。そうした中、今回のインターネット調査を実施したところ、調査結果からは、低価格アパレルを引続き支持しながらも決して低価格至上主義ではなく、アパレルに対する「本物」や「こだわり」といった観点にも重きを置き、価値として求め続けている消費者の姿が浮き彫りになりました。

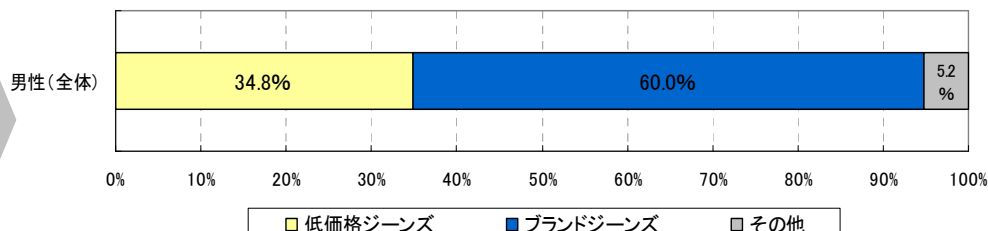
今回の調査は、2009 年からはじまったファストファッションブームやデニムの“価格破壊”現象などを受け、不況下での低価格アパレルとジーンズの購入に関する意識を探るべく、オリジナル・ジーンズメーカーとしてリーバイ・ストラウス ジャパンがその実態を調査致しました。次ページ以降で、結果及び分析を発表します。

【質問項目/抜粋】

- 低価格ジーンズを持っていますか？
- 低価格ジーンズのイメージといえば何ですか？
- 次に手に入れるのであれば、どのような特長のジーンズを希望しますか？
- 次に手に入れるのであれば、低価格ジーンズか、ブランドジーンズどちらを希望しますか？
- 現在愛用しているジーンズはこのブランドのものですか？

「次に手に入れるのであれば、低価格ジーンズか、ブランドジーンズどちらを希望しますか？」という質問に対する回答は下記の通りです。詳細及び 他の質問回答に関しては、次項以降をご参照ください。

ブランドジーンズを希望する意見が 60%と、低価格ジーンズを希望する意見を上回る。



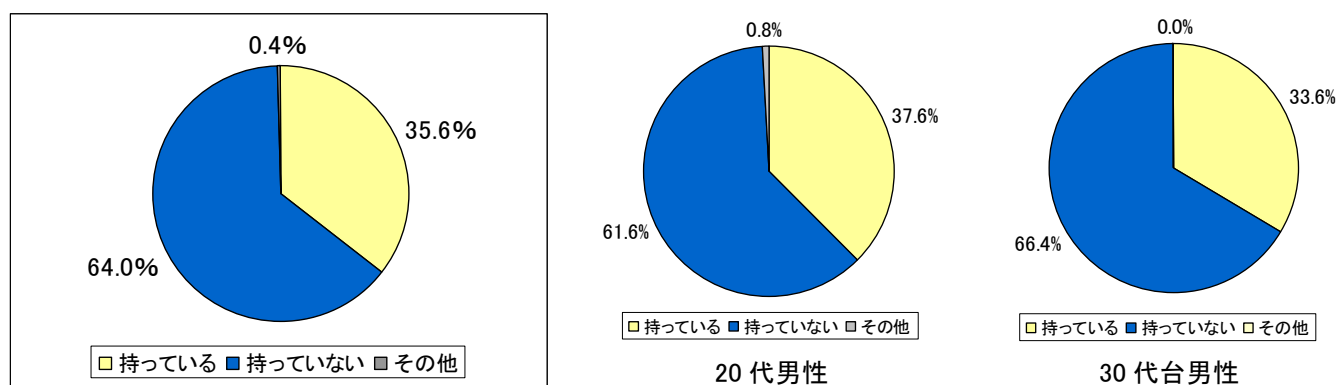
※本調査は、2010 年 1 月に全国の 20～30 代の男性 250 名にインターネット上で実施。
 ※本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は必ず「リーバイス® 調べ」と明記下さい。

ジーンズの購入に関する意識調査

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は、下記問合せ先にご連絡の上、
必ず「「リーバイス® 調べ」と明記下さい。

【質問1】 低価格ジーンズを持っていますか？

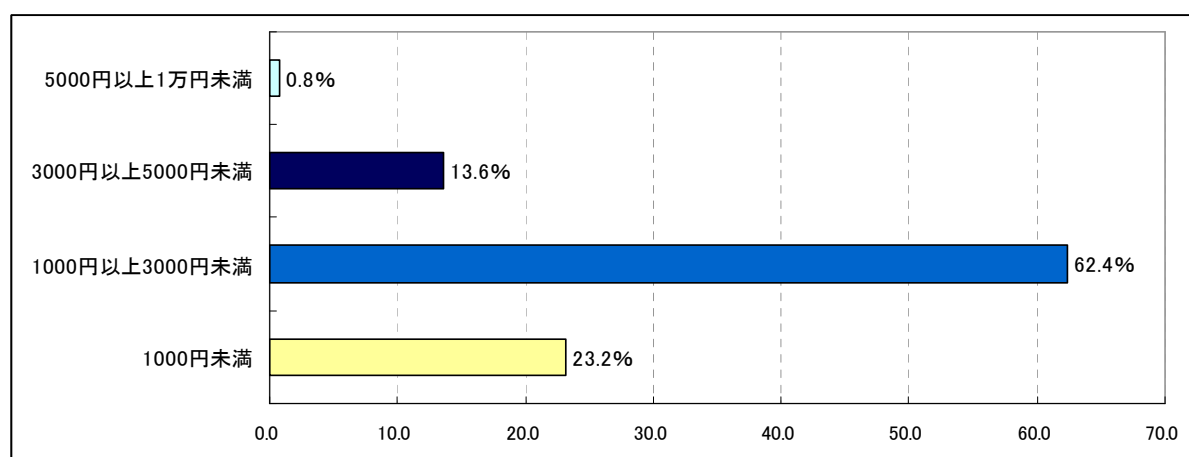
※低価格ジーンズ： 大手アパレル製造小売専門店、総合スーパー、ディスカウントストア、海外ファストファッションなどのジーンズ



低価格ジーンズを「持っている」35.6%。

「持っている」と答えた男性が約 3 分の 1 を占め、低価格ジーンズの浸透がうかがえます。また、20 代男性の所有率が年齢の若い世代のほうがより所有率が高いことが分かります。

【質問2】 あなたにとって低価格ジーンズの価格はいくらくらいのものをイメージしますか？

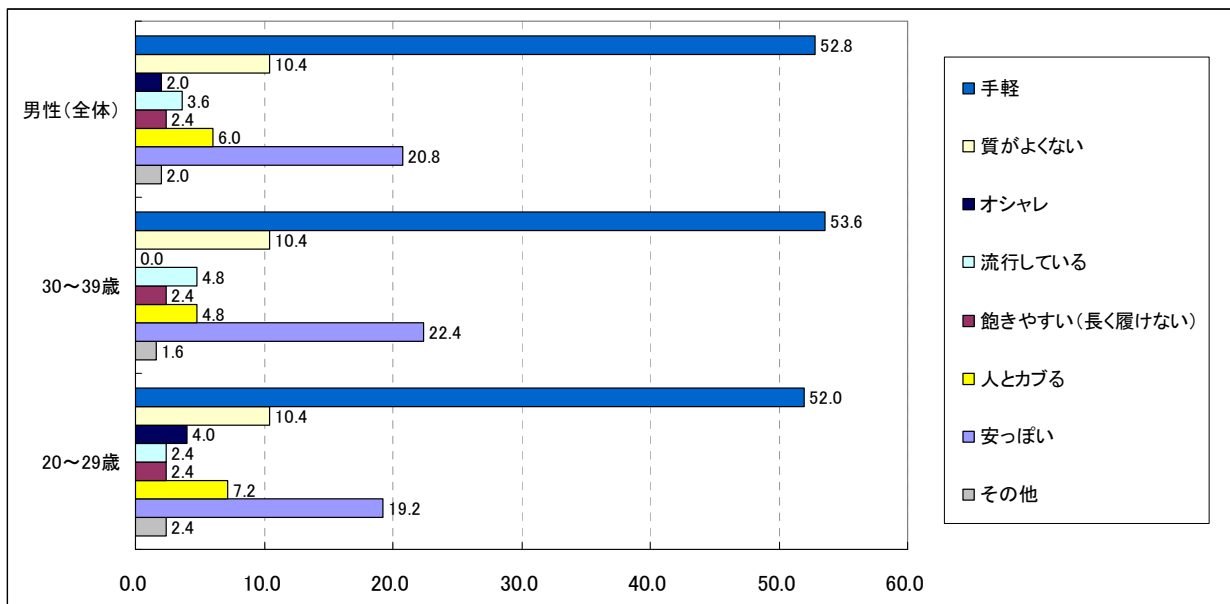


低価格ジーンズの価格イメージ

「1000 円以上 3000 円未満」 62.4%で 1 位

低価格ジーンズの価格イメージとして、「1000 円以上 3000 円未満」と答えた人が全体の 62.4%を占めており、メディアにも頻繁に取り上げられた 3 ケタ台の総合スーパーなどによる格安ジーンズにみられる「1000 円未満」と回答した人は 23.2%でした。

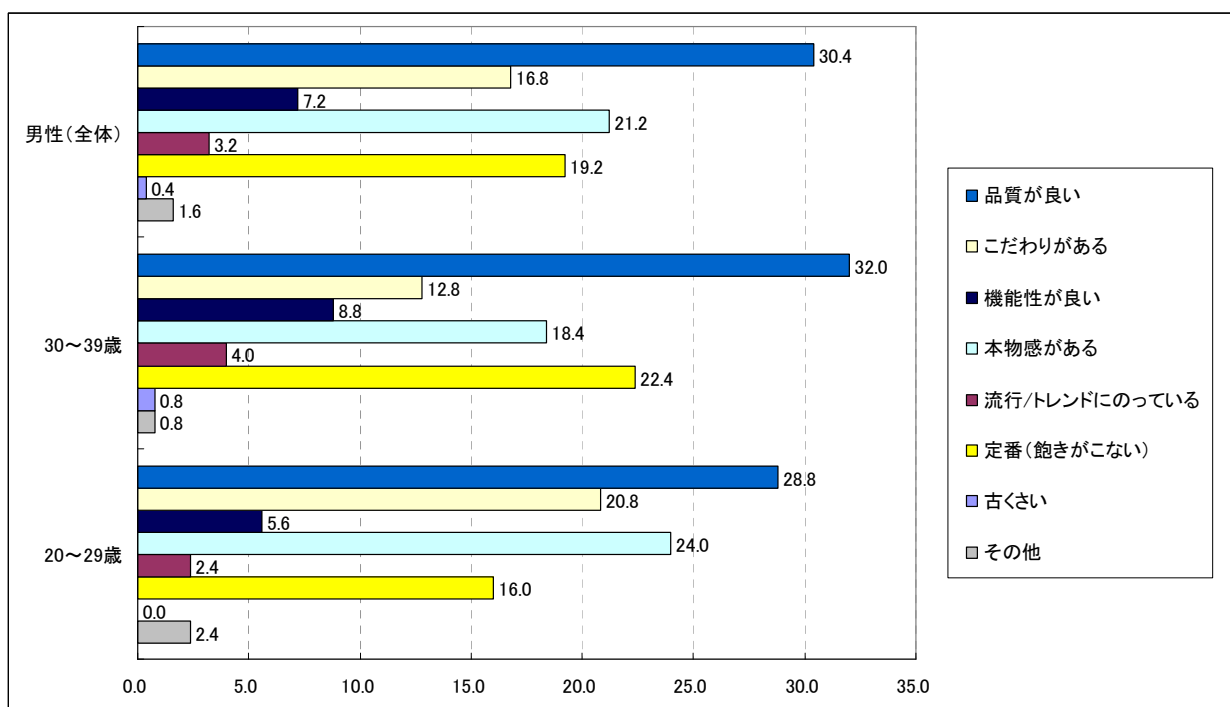
【質問 3】 あなたにとって低価格ジーンズのイメージといえば何ですか？



低価格ジーンズに対するイメージは「手軽さ」第1位(52.8%)。

価格の安さからくる「手軽」という意見が全体の 52.8%を占めています。しかし、安くて手軽で良いという背景には「安っぽい」、「質がよくない」、「人とカブる」といった、マイナスのイメージも顕在しているようです。

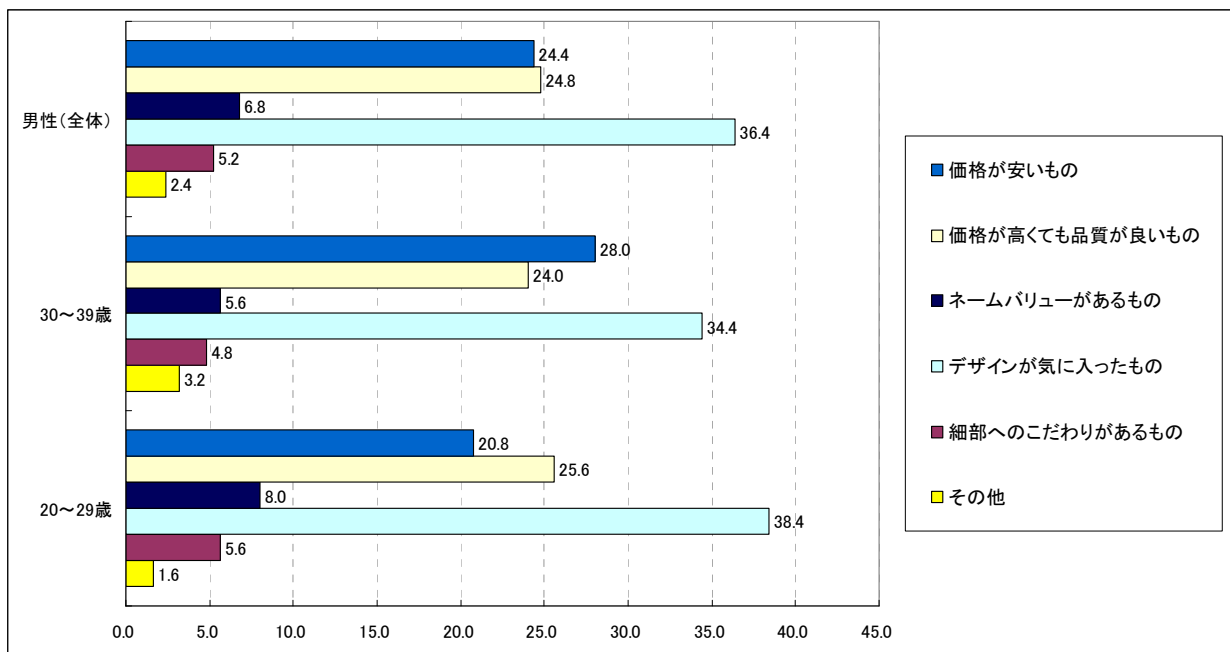
【質問 4】 いわゆる低価格ジーンズではない老舗ブランドや有名ブランドのジーンズのイメージといえば何ですか？



低価格ジーンズイメージとの明らかな違いとして「品質が良い」(30.4%)と「こだわりがある」(20.4%)が多数

低価格ジーンズの「手軽さ」や「安っぽい」といったイメージとは対照的に、「品質が良い」(30.4%)や「こだわりがある」(16.8%)といった意見が過半数を占めています。特に 20 代の若い男性はブランドジーンズに対して「本物感」を認めており、憧れのイメージを持ち続けているのではないかと考えられます。

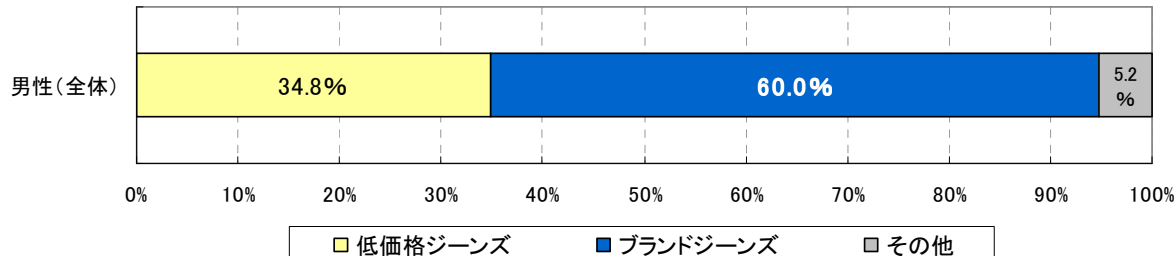
【質問 5】 次に手に入れられるのであれば、どのような特長のジーンズを希望しますか？



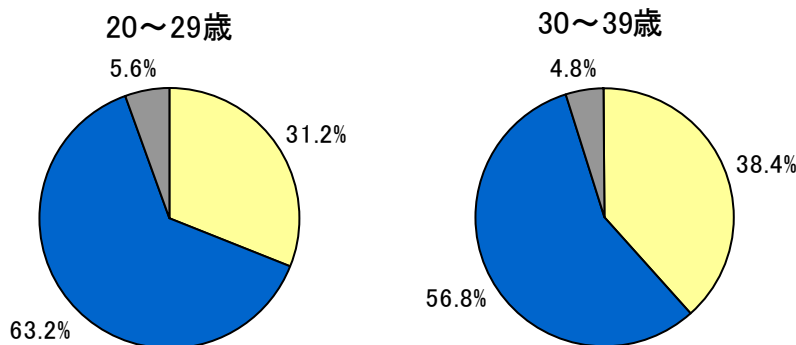
年代問わずジーンズに求めるポイントは「デザインが気に入ったもの」が第1位(44%)

次に手に入れるジーンズに望む特長としては「デザインが気に入ったもの」、「価格が高くて品質が良い」、「価格が安い」が上位となりました。

【質問 6】 次に手に入れるのであれば、「低価格ジーンズ」か「ブランドジーンズ」のどちらですか？



<年齢別>



ブランドジーンズを希望する意見が60%と、低価格ジーンズを希望する意見を大きく上回る結果に。

20代男性の60%以上がブランドジーンズを希望している結果となりました。最近「消費しない世代」として注目されている20代男性がジーンズに対しては、老舗メーカーにみられるような「こだわり」や「本物感」といった要素をカバーしているという意味での「ブランド」への憧れが見られることが特徴的です。

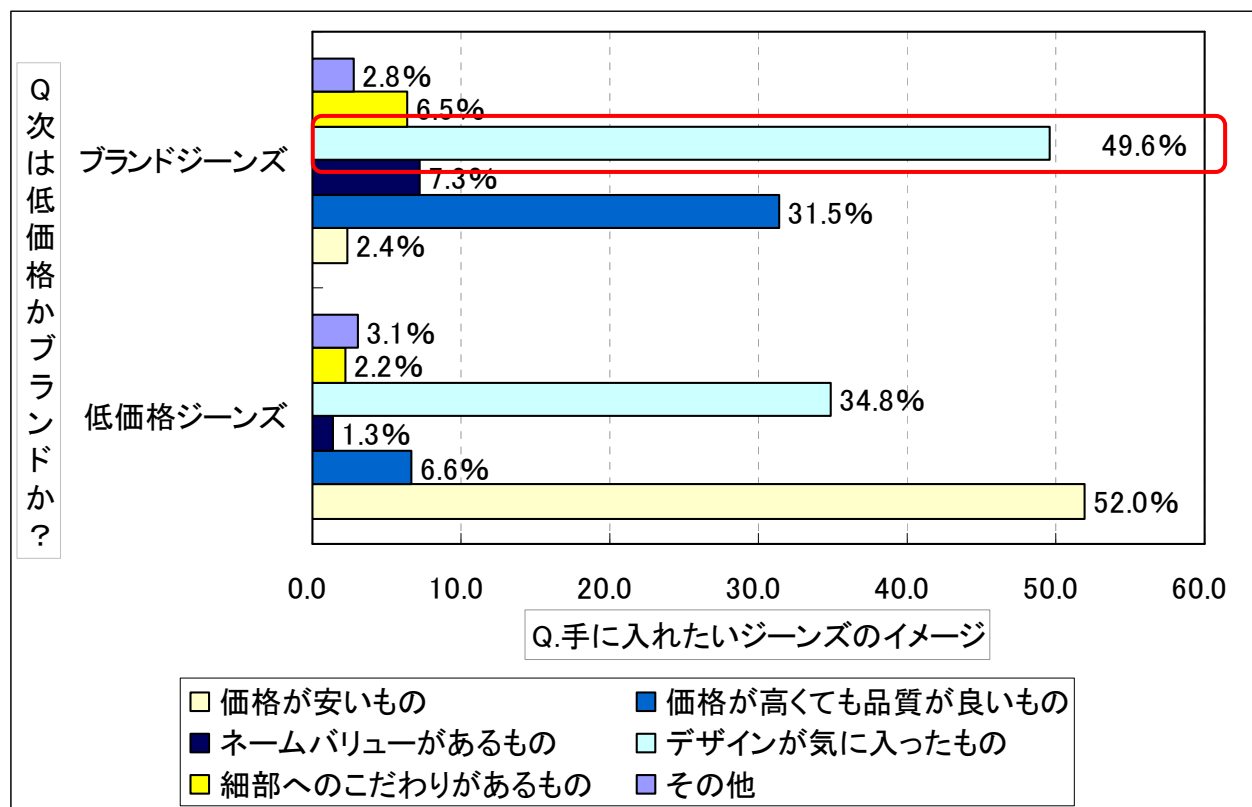
また、ブランドジーンズを選択した回答者の理由としては「長く着用できるから」という意見が大多数を占めました。

質問5の結果と合わせると、ブランドジーンズと回答した人は「デザイン」と「品質」を重視、低価格ジーンズと回答した人は「デザイン」と「価格の安さ」をジーンズに求めていることがうかがえます。

また、質問 5 と質問 6 の関連性についても分析しました。

【参考】次に手に入れられるのであれば、どのような特長のジーンズを希望するか

× 次に手に入れられるのであれば、「低価格ジーンズ」か「ブランドジーンズ」か



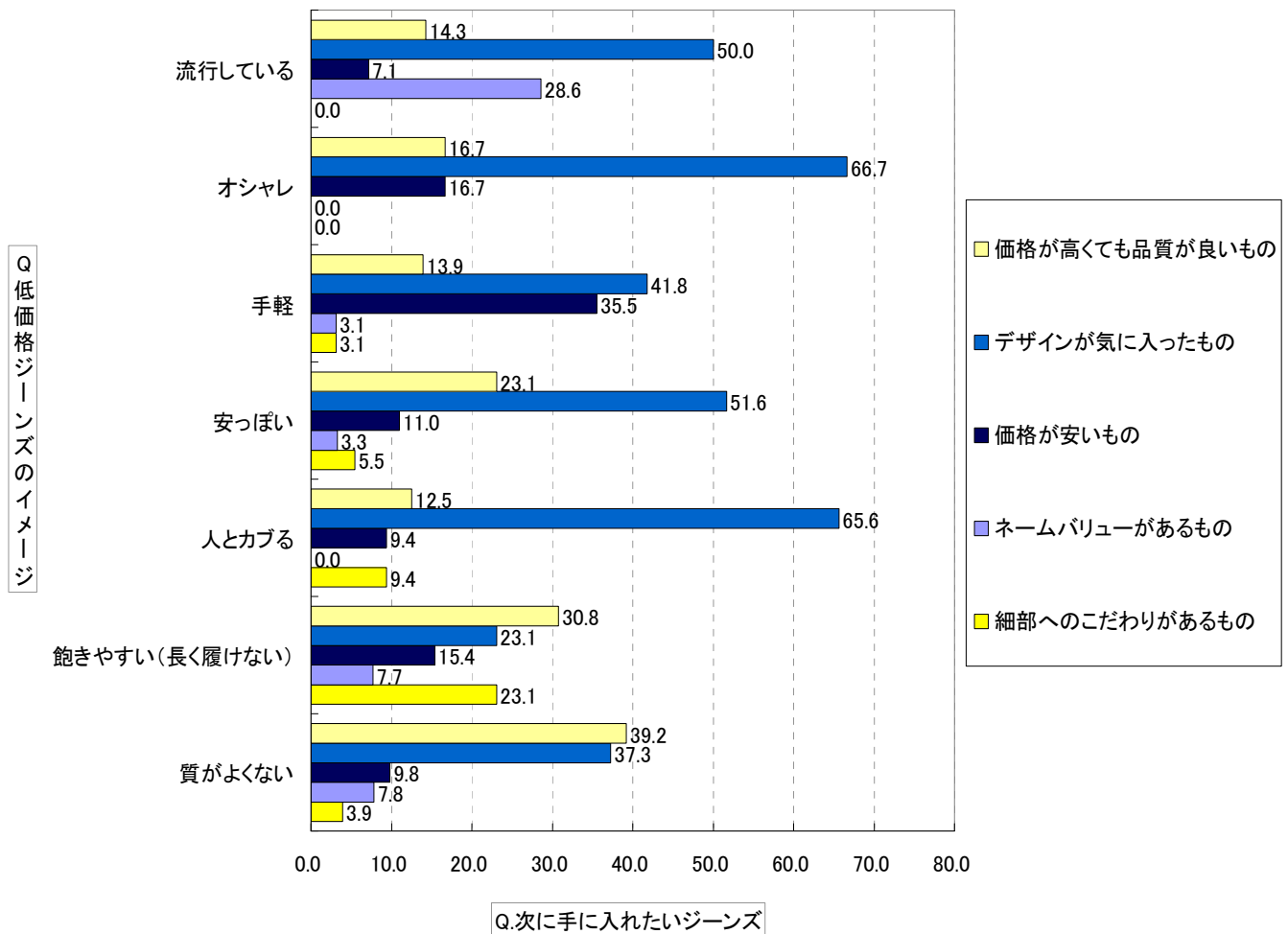
「低価格ジーンズ」か「ブランドジーンズ」か × 次に手に入れられるのであれば、どのような特長のジーンズか

- 次は「低価格ジーンズ」というイメージ⇒次に手に入れたいジーンズは「価格が安いもの」52%で最多数
- 次は「ブランドジーンズ」というイメージ⇒次に手に入れたいジーンズは「デザインが気に入ったもの」49.6%で最多数

低価格ジーンズを望む人が次に手に入れたいものに価格の安さを求めるのは当然ながら、ブランドジーンズを望む人についてはデザイン性を重視する傾向が強いのだが、低価格ジーンズに対してはそのデザイン性を見出せていないことが 問 3 から分かります。

質問 3 と質問 5 の関連性についても分析しました。

【参考】低価格ジーンズのイメージ×次に手に入れたいジーンズの特長

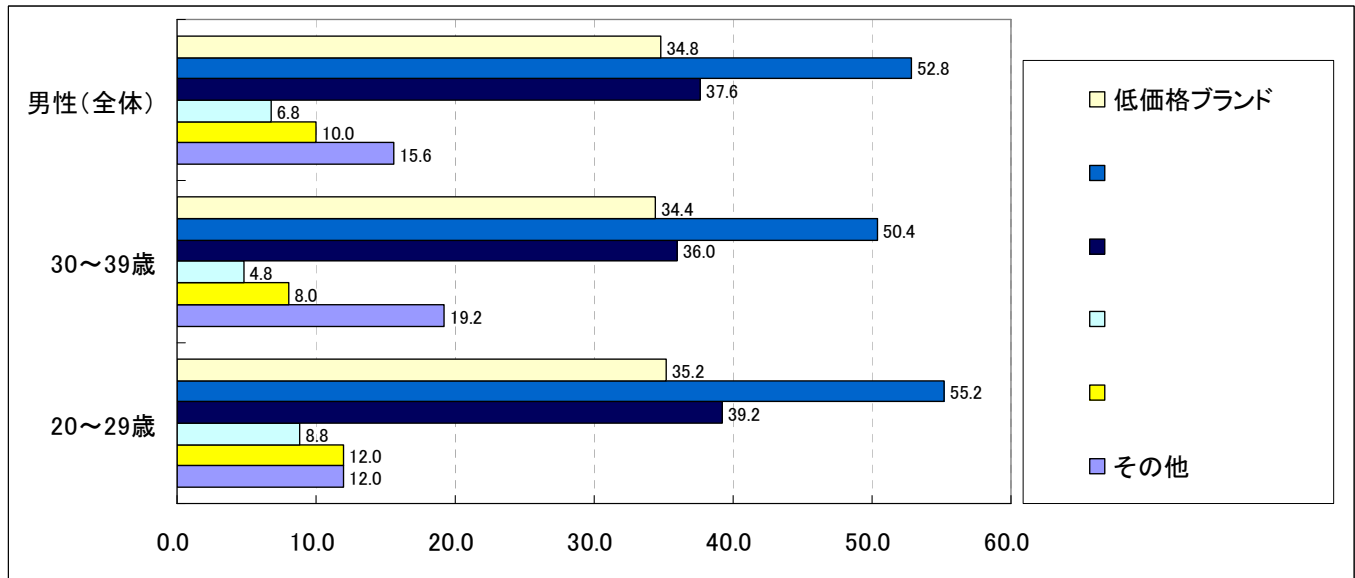


低価格ジーンズのイメージ×次に手に入れたいジーンズの特長

- 「質がよくない」というイメージ ⇒ 次に手に入れたいジーンズは「価格が高くて品質が良いもの」39.2%
- 「飽きやすい」というイメージ ⇒ 次に手に入れたいジーンズは「細部へのこだわりがあるもの」23.1%
- 「人とカブる」というイメージ ⇒ 次に手に入れたいジーンズは「デザインが気に入ったもの」65.6%

低価格ジーンズでは満足できないと思われる部分については、次にジーンズを手に入れる際には理想に近づけたいという消費者心理がうかがえます。

【質問 7】 現在愛用しているジーンズはどこのブランドのものですか？

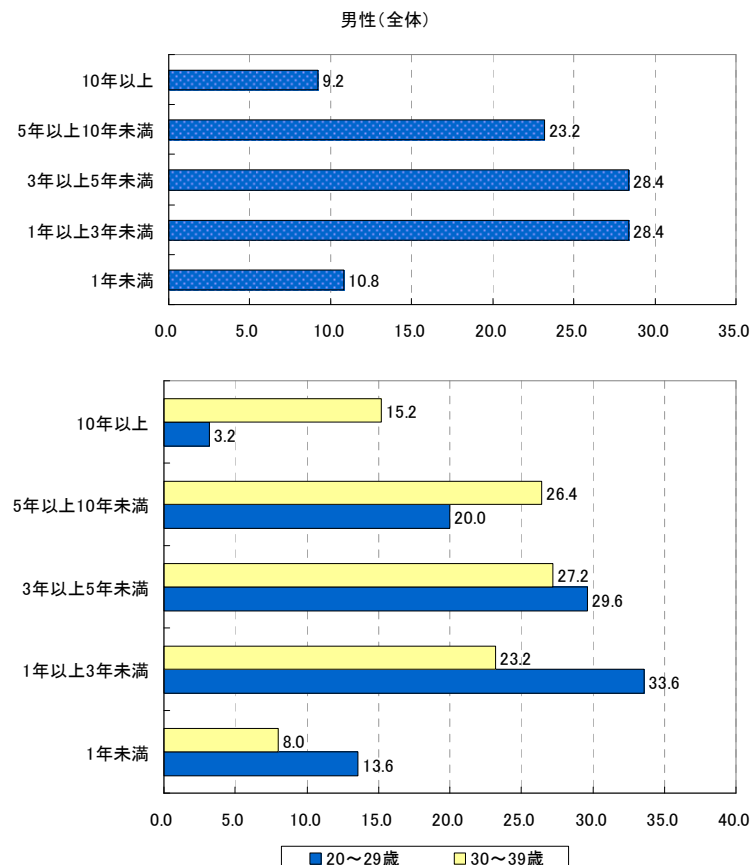


低価格ジーンズをデイリー いる人が 40%以上。

ブランドジーンズでは老舗ブランド「[®]」、「[®]」が 強い人気。

低価格ジーンズを持っている男性が 分の1を えていますが、約 8 の人が老舗ブランド「[®]」を はじめとするブランドジーンズを愛用しており、低価格ジーンズは約 3 におさえ、ブランド重視傾向にあるということが分かります。

【質問 8】 (質問 7 に対して) 最も長くて何年愛用していますか？

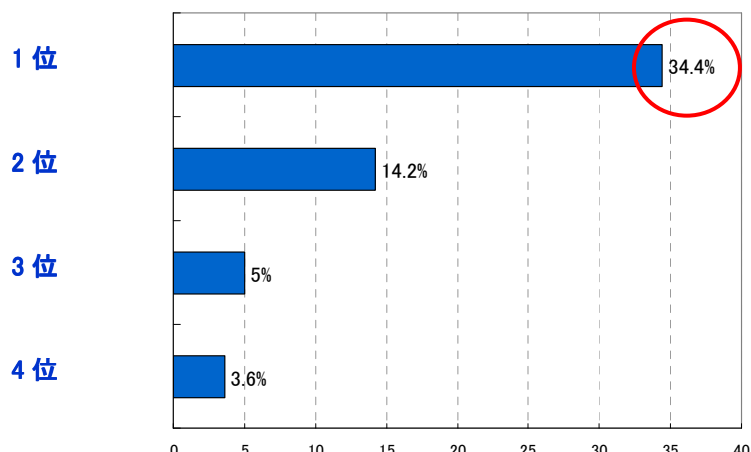


3 年以上愛用している人が半数を える。

「1 年以上 3 年未満」28.4%、「3 年以上 5 年未満」23.2%、「5 年以上 10 年未満」が 9.2%と 10 年以上愛用しているという人を合わせると、
じジーンズを 3 年以上愛用している人が過半数を えています。

愛用ジーンズは現在 及している低価格ジーンズに らず、ブランドジーンズに多くみられたことを まても、 過性のものではないブランドジーンズの 強い人気背景にあると考えられます。

【質問 9】 ジーンズの憧れのブランドといえどどのブランドですか？（フリーアン ー）



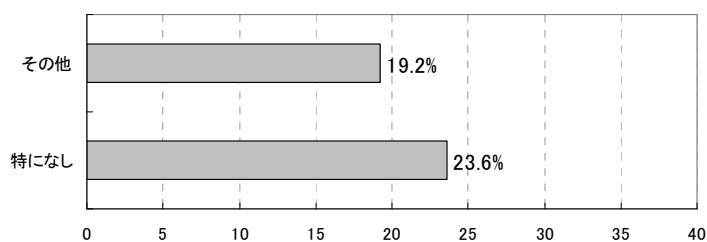
1 位 「[®]」 34.4%

2 位 「[®]」 14.2%

3 位 「[®]」 5%

低価格ジーンズの 及が進むも、憧れという
では「[®]」が 的的支持を 。

憧れのジーンズに上がってきたのは「[®]」
が 34.4%で、2 位の「[®]」14.2%に を
つけて、 的な支持を めました。



「その他」の回答としては、[®]、[®]、[®] と
いったブランド名があがっております。

- 低価格ジーンズの 及率は 1/3 以上 (35.6%)だが、愛用しているジーンズは
引続きブランドジーンズが 強い人気。
- ジーンズの購入に関して、「消費しない世代」といわれる 20 代男性においても
ブランド消費 向で、ジーンズに求めるものは「品質の良さ」。
- 消費者の 約 向が続く 、低価格アパレルではカバーされにくい
品の 価値に対するニーズも顕在。

今回の調査を通して、低価格ジーンズの高い 及率が表れ、より 近な 在であることが証明されました。これは消費低 も し、「手軽さ」や「品質が わなくとも価格に満足」といった消 的な消費傾向が背景にあるようです。

しかし、低価格ジーンズが 及している 、愛用しているジーンズとして長年支持されているものとしては老舗ブランドものが 強い人気をみせました。低価格ジーンズに し、「こだわり」や「本物感」といった要素をカバーしている老舗メーカーにみられるブランドジーンズは 過性の人気による支持ではないことを証明したとも えます。

そしてジーンズの購入に関して、次に手に入れたいジーンズとして、「消費しない世代」と われていた 20 代男性がブランド 向で「こだわり」や「本物感」を求める傾向があることが特徴的です。

また、低価格ジーンズのイメージとして回答があがってこなかった、デザイン、こだわり、高品質を求める が年齢を問わず上がっており、消費の としては の に されて低価格を望む が多いながらも、品 体にはこうした 価値を求めているということが分かります。

費用対 果を見つめ した消費者のニーズにいか に えていくかが、今 の低価格アパレルとジーンズの に おける となることが考えられます。