

報道関係者各位

2013年12月27日  
株式会社リビジェン

---

## ファストファッションについてのアンケート 過去1年間にファストファッションの洋服を購入した人は約96%

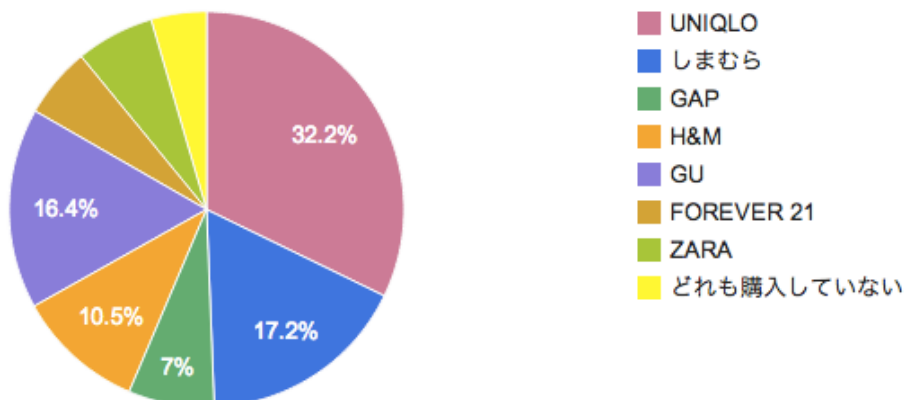
---

スマートフォンを媒介にしたマーケティングリサーチ事業を展開する株式会社リビジェン（URL：<http://www.livigen.co.jp>、本社：東京都港区、代表取締役：孫 尚均）は、全国の20代の社会人男女300人を対象に、「ファッション」についての調査を実施しました。

### 【調査結果】

- ◆ 「選択肢の中で、過去1年間に商品を購入した「ファストファッション」のブランドを教えてください。」と質問したところ、「UNIQLO」は32.2%、「しまむら」は17.2%、「GAP」は7%、「H&M」は10.5%、「GU」は16.4%、「FOREVER 21」は5.8%、「ZARA」は6.4%、「どれも購入していない」は4.5%となりました。

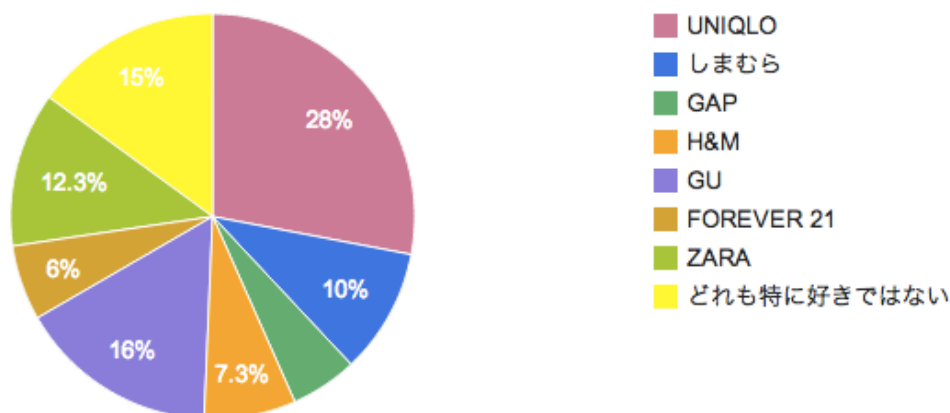
直近1年間に商品を購入した「ファストファッション」のブランドを教えてください。



- ◆ 「選択肢の中で、あなたが最も好きなファストファッションのブランドを教えてください。」と質問したところ、「UNIQLO」は28%、「しまむら」は10%、

「GAP」は5.4%、「H&M」は7.3%、「GU」は16%、「FOREVER 21」は6%、「ZARA」は12.3%、「どれも特に好きではない」は15%となりました。

あなたが最も好きな「ファストファッション」のブランドを教えてください。



- ◆ 「UNIQLO が最も好き」と回答した人に「その理由を教えてください」と質問したところ、下記の回答が得られました。（一部紹介）

「家の近くにあるから」（27歳・女性）

「店に入りやすいから」（27歳・男性）

「安いしどこにでもあるから気軽に買える」（28歳・女性）

「ヒートテックとか、暖かい防寒着になるようなアイテムが多いから。着回しがききそうなインナーが多いから。」（27歳・女性）

「シンプルでどんなスタイルにでも合わせられる。ショッピングモールなどに行くと必ず見てしまう」（29歳・男性）

「安いし品質やデザインも、それなりにいい」（24歳・女性）

「安くて購入しやすい上に品質が良いので安くても安心して購入できる」（27歳・女性）

「シンプルで合わせやすいし、誰かとかぶっていてもそこまで気づきにくい」（29歳・女性）

「シンプルで値段も手頃。トレッキング用や仕事着やホームウェアとしてちょうどいい」（27歳・女性）

「種類豊富」（26歳・女性）

- ◆ 「ZARA が最も好き」と回答した人からは、下記の回答が得られました。（一部紹介）

「デザインがすごくいい」(27歳・女性)

「安くて高品質」(28歳・男性)

「シンプルで安いけど安物にみえないから」(23歳・女性)

「大人っぽく素敵な服が多い。他のファストファッションに比べると、作りがしっかりしている」(27歳・女性)

「トレンドをいつも先取りしていて、先の季節のファッションをいつも先取り出来るから」(26歳・女性)

「ディーゼルが好きでそれに近いし、値段も手頃」(29歳・男性)

「カッコいいし、わりとシンプルだから」(28歳・女性)

「黒のシックなものがおおいから」(20歳・男性)

「ファッション性」(29歳・男性)

「大人っぽい」(28歳・男性)

- ◆ 「どれも特に好きではない」と回答した人からは、下記の回答が得られました。  
(一部紹介)

「部屋着しか買わないから」(28歳・男性)

「安いから購入しているだけだから」(27歳・男性)

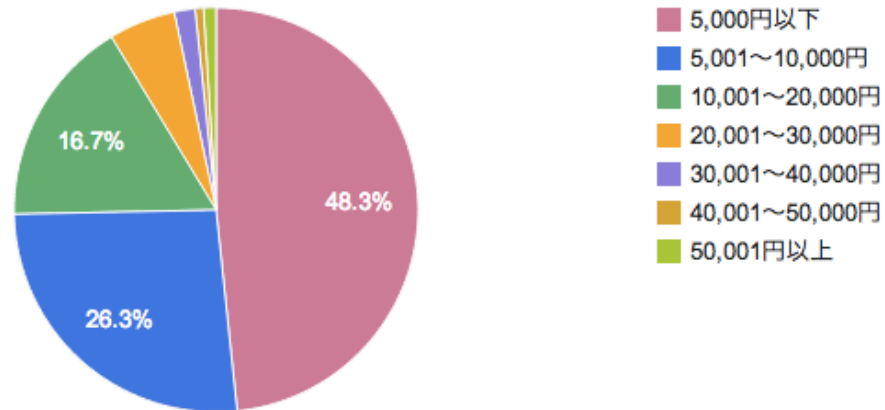
「安いから買っているだけで、こだわっているわけではない」(28歳・女性)

「あまり好みの服がないから」(27歳・女性)

「安っぽい」(28歳・男性)

- ◆ 「あなたの1ヶ月の洋服代を教えてください。」と質問したところ、「5,000円以下」は48.3%、「5,001~10,000円」は26.3%、「10,001~20,000円」は16.7%、「20,001~30,000円」は5.3%、「30,001~40,000円」は1.7%、「40,001~50,000円」は0.7%、「50,001円以上」は1%となりました。

あなたの1ヶ月の洋服代を教えてください。

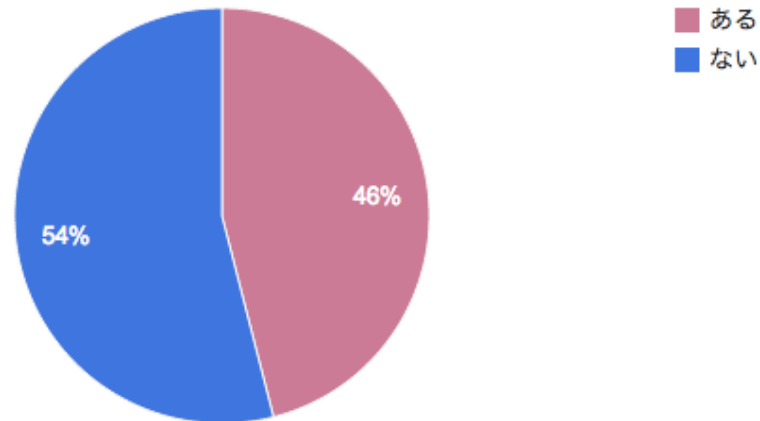


- ◆ 「あなたがこだわっている、ちょっとしたファッションのポイントを教えてください。」と質問したところ、下記の回答が得られました。（一部紹介）

「流行りにとらわれない」（27歳・女性）  
「安く見られない」（29歳・女性）  
「シンプルだけど小物を目立たせる」（24歳・女性）  
「スタイルがよく見える着回し」（24歳・女性）  
「小物は高い物を身に付ける」（20歳・女性）  
「バックはいいものを買っている」（27歳・男性）  
「同系色でまとめすぎない。バッグや靴をうまく合わせる」（24歳・女性）  
「背が低くても大人っぽいコーディネートにすること」（27歳・女性）  
「シンプルイズベスト」（27歳・女性）  
「シンプルなコーディネートにする」（27歳・女性）  
「特にない。自分が気に入った服を着る」（28歳・男性）  
「流行を重視しつつ、自分に似合うものを見極める」（26歳・女性）  
「顔うつりが暗くならない色を選ぶ。体のラインがキレイに見えるものを選ぶ」（29歳・女性）  
「暖かいけど、着膨れしない細見えファッション」（26歳・女性）  
「帽子や靴や小物でハズすこと」（22歳・女性）  
「安いものを安くみせないコーデ」（23歳・女性）  
「安いコーディネートでも1つはハイブランドもしくは高級なものを取り入れる」（29歳・女性）  
「品があること大人カジュアルで長く着れるもの」（26歳・女性）  
「大きすぎないようにシルエットを気にして商品を選んでいきます」（26歳・男性）

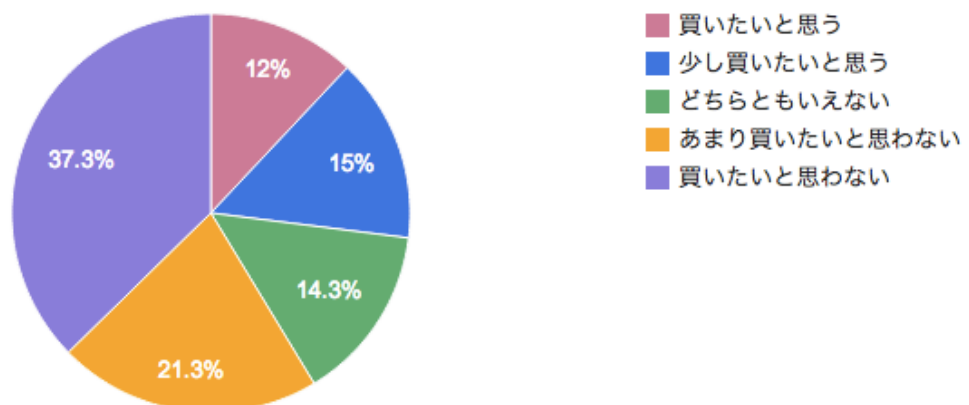
- ◆ 「あなたは洋服の『福袋』を今までに買ったことがありますか？」と質問したところ、「ある」は46%、「ない」は54%となりました。

あなたは洋服の【福袋】を今までに買ったことがありますか？



- ◆ 「今度のお正月は、洋服の『福袋』を買いたいと思いますか？」と質問したところ、「買いたいと思う」は12%、「少し買いたいと思う」は15%、「どちらともいえない」は14.3%、「あまり買いたいと思わない」は21.3%、「買いたいと思わない」は37.3%となりました。

今度のお正月は、洋服の【福袋】を買いたいと思いますか？



- ◆ 「買いたいと思う」「少し買いたいと思う」と回答した人に、「その理由を教えてください」と質問したところ、下記の回答が得られました。（一部紹介）

「毎年買っている。風物詩だから」（28歳・女性）

「正月の楽しみだから」（27歳・女性）

「自分では買わないような服が手に入る。お得感が高い」(29歳・女性)

「福袋に使用されているバッグがほしいから」(24歳・女性)

「お得感があり、好きなブランドのものならどれも大きな外れなく着れると思うから」(24歳・女性)

- ◆ 「あまり買いたいと思わない」「買いたいと思わない」と回答した人からは、下記の回答が得られました。(一部紹介)

「結局着ない。お気に入りにならない」(28歳・男性)

「自分の好きなものを買いたい」(27歳・女性)

「売れ残り商品なきがする」(27歳・女性)

「自分の着たい服をセールで買った方が欲しいものが手に入るから」(27歳・女性)

「何が入っているのかわからないし要らないものにお金をかけたくないから」(26歳・男性)

**【調査概要】**

調査手法：スマホリサーチ（スマートフォンを使用したインターネット調査）

調査対象：20代の社会人男女（スマモニ会員）

有効回答数：300 サンプル

調査期間：2013年12月20日～12月25日

調査地域：全国

実施期間：株式会社リビジェン

**【株式会社リビジェンについて】**

株式会社リビジェン（本社：東京都港区、設立：2012年6月15日、URL：<http://www.livigen.co.jp>、代表取締役：孫 尚均（そん なおひと）、資本金：5,400万円）は、スマートフォンユーザーに特化したマーケティングリサーチ事業を展開しています。スマートフォンの「即時性」を活かした、リアルタイムなプロモーション施策と組み合わせたリサーチや、PCを使用したネットリサーチでは回収が難しいといわれている若年層へのリサーチに強みをもっています。

**【本件に関するお問い合わせ先】**

本リリースに関するお問い合わせや取材をご希望の方は下記までご連絡ください。

※本調査のローデータの提供については、有料となります。

担当：株式会社リビジェン 広報担当 室谷（むろや）

Email：[info@livigen.co.jp](mailto:info@livigen.co.jp) TEL：03-6804-5190