

＜女性のファッションアイテムに関する意識調査＞

# 昨年購入したモノが今期も使われる可能性は50% 残りは「飽きて」手放すが最多に

-不要になったアイテムは次に使う人に譲る「シェアタイプ」女子の存在も-

スマートフォンで手軽に不要品などの売り買いができるフリマアプリ『Fril(フリル)』を運営する株式会社Fablic(本社:東京都渋谷区 代表:堀井翔太)は、女性のファッション消費に関する意識調査を実施しました。

リユースショップやインターネットでの個人間取引が活発になることでリユースが注目される中、女性のファッションアイテムに関する消費実態と意識についてどのようになっているのかを明らかにしました。

■期間:2014年11月5日～11月11日 ■サンプル数:752名 ■調査方法:インターネットアンケート

■調査対象:Fril利用者 ■調査内容:女性のファッションアイテムにおける消費行動について

## ◇ファッションアイテムの生存率は僅か50%

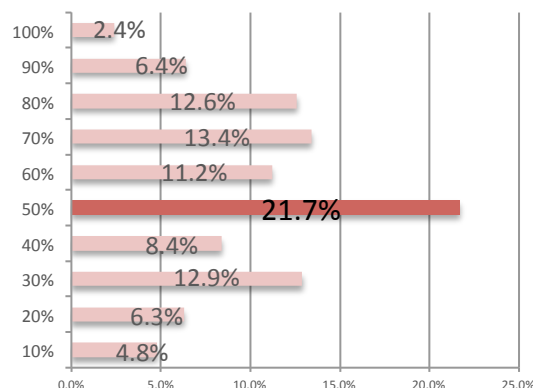
昨年購入したファッションアイテムについて、今期も使用する確率を質問したところ最も多かったのが「50%」21.7%(n=163)という結果になりました。次いで「70%」が13.4%(n=101)、「30%」が12.9%(n=97)の順となりました。また、全て使用すると回答したのは僅か2.4%(n=18)でした。

### ■生存率が高いのは「専門・大学生」

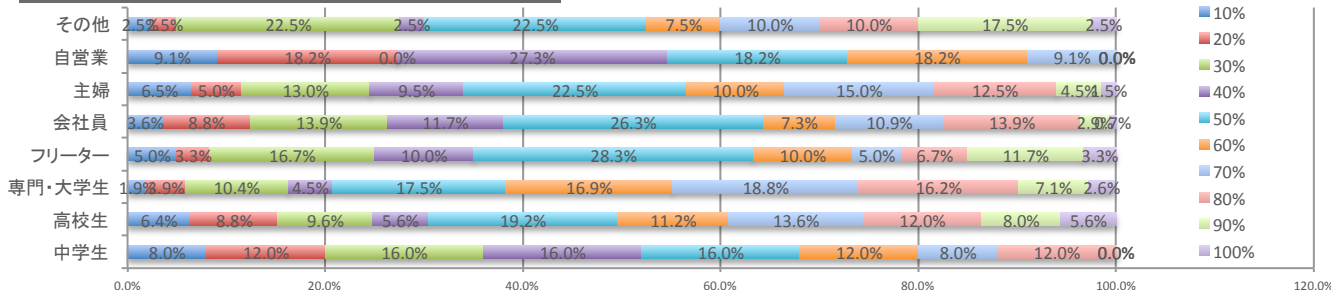
(問1)の回答を職業別に比較してみました。日常的に私服を着用して外出する機会が多い「専門・大学生」は各グループで唯一「50%」以下が過半数を下回り、ボリュームゾーンは「70%」18.8%(N=29)が最も多いことから、購入したファッションアイテムを比較的長期に渡り活用する事が分かりました。

また、反対に「会社員」は生存率「50%」以下が61.6%に達しておりファッションアイテムを比較的短期間でしか活用していないことが分かりました。

(図1)【問1】昨年購入したファッションアイテムが今期も使われる確率を教えてください。(n=752)※単一回答



(図2)職業別のファッションアイテム生存率比較。(n=752)※単一回答



## ◇不要になる理由は「飽きてしまった」から

(図3)のように不要になった理由について質問したところ最も多かったのが「飽きてしまった」56%(n=389)でした。次いで「トレンドでは無くなった」33%(n=234)が続いており、物理的な理由ではなく感情的な理由から使わなくなっている事がわかり、新しいもの・流行のモノへ興味が移行しやすいことが考えられます。

また「破損してしまった」は僅か12%(n=85)であることから、約9割のファッションアイテムはまだ使用できる状態でありながら不要品になっている事がわかります。

(図3)【問2】不要になったアイテムは何故不要になったのか理由を選択してください。(n=1294)※複数回答

