

2015年12月04日 株式会社Fablic

ファッショントレンド調査機関「FRIL lab（フリルラボ）」設立のお知らせ

フリマアプリ「フリル（FRIL）」、
400万DLのアプリデータを元にファッショントレンドの調査機関
「FRIL lab（フリルラボ）」設立。
——若者がオシャレを見せたいのは「プチ非日常」。
——10代の3人に1人が「中古服」に抵抗なし。

ファッションに特化したフリマアプリ「フリル（FRIL）」を運営する株式会社 Fublic（本社：東京都渋谷区、代表取締役：堀井翔太）は、ファッショントレンドを調査・解説するサイト、「FRIL lab（フリルラボ）」（<http://fublic.co.jp/frillab>）をオープン致しました。

運営会社 フリマアプリ フリルとは メディア掲載について RSS

FRILab.

若者のファッショングループから消費トレンドを考える

キーワードを入力

ホーム フリルラボとは? 所長プロフィール 調査レポート イベント お問い合わせ

PICK UP

2位	adidas
3位	NIKE
4位	POLO RALPH LAUREN (Ralph La...)
5位	Champion
6位	Supreme
7位	BURBERRY
8位	UNIQLO
9位	DIESEL
10位	BEAMS
11位	Lee
12位	Paul Smith
13位	FILA
14位	Abercrombie&Fitch
15位	Hollister

フリマアプリで売れるメンズ服TOP20。背景には、「彼氏に大人になって欲しい」女性の願望が? 17位 Vivienne Westwood

「FRIL lab(フリルラボ)」とは

「フリル（FRIL）」は日本初のフリマアプリとして、女性を中心にファッションアイテムのCtoC文化を広めました。

ファッション特化のフリマアプリとして、「フリル（FRIL）」が持つデータやインサイトを活用し、ファッション消費行動やアパレル産業の変化などを調査・解説する場所が「FRIL lab（フリルラボ）」です。

「ジェンダーレス」などのトレンドワードや、「靴にまつわる消費行動の変化」など行動に関する調査を、ファッションカルチャーに詳しいFRIL lab所長 ガルシア佐藤仁美が紹介します。

2015年12月04日 株式会社Fablic

ファッショントレンド調査機関「FRIL lab（フリルラボ）」設立のお知らせ

FRIL lab所長 ガルシア佐藤仁美(がるしあ・さとう・ひとみ) とは？

1994年メキシコ合衆国出身。15歳までメキシコで過ごす。父はメキシコ人で母は日本人。幼少からさまざまな人種、異文化、言語に触れる。国籍は日本とメキシコのもの両方を所持。スペイン語、日本語に堪能。

2014年7月から日本初のフリマアプリ「フリル」を運営する株式会社Fablicに入社。ファッションとITを結ぶカルチャーアイコンとして、アパレルブランドとのキャンペーンを実施したほか、インフルエンサーを集めたイベントの企画や運営を行っている。



ファッションの"流行"って肌感覚でなら理解できるのに、数字で証明することが難しいんですよね。服を買う人と売る人が集まるフリル(FRIL)でなら、トレンドをデータとして可視化できるのに、ってずっと思っていました。
「FRIL LAB(フリルラボ)」では、アパレル市場に興味がある人、若者のファッショントレンドを不思議に思っている人たちに、リアルタイムなトレンドを解説したいと思います！

「フリル（FRIL）」で取れるデータのご説明

「フリル（FRIL）」アプリのダウンロード数は、400万件を超えています。これらの利用ユーザーへのアンケート調査のほか、出品や購入のトレンドなどから、ファッションに関する膨大なデータが収集できます。以下のグラフは、「フリル（FRIL）」を使って行った情報収集の一例です。

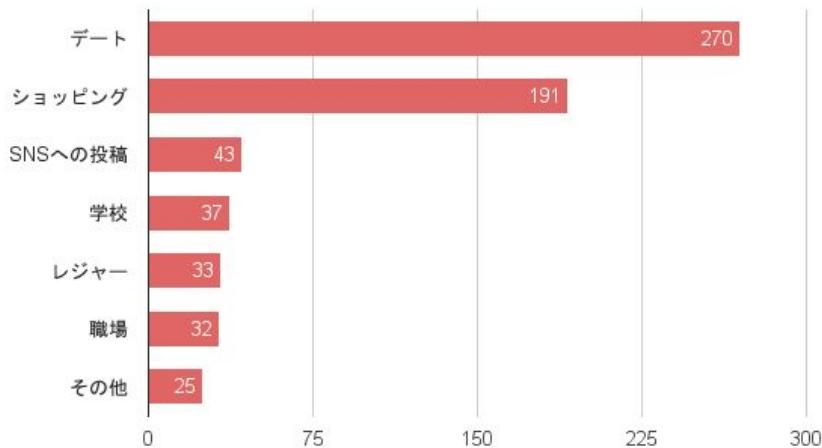
■若者がオシャレを見せたいのは「プチ非日常」。

20代以下のユーザーに、「オシャレを最も他人にみせたいシーン」を聞いた結果です。

2015年12月04日 株式会社Fablic

ファッショントレンド調査機関「FRIL lab（フリルラボ）」設立のお知らせ

オシャレを最も他人にみせたいシーンを教えてください。



「学校」や「職場」など、毎日通うような日常生活圏は、オシャレの見せ場としてはあまり意識されていないようです。また、フェスや夏場のBBQのような「レジャー」も、意外にも低めの数字となりました。「その他」の回答のなかには、「ライブやコンサート」などの回答がありましたが、いずれも少数派です。

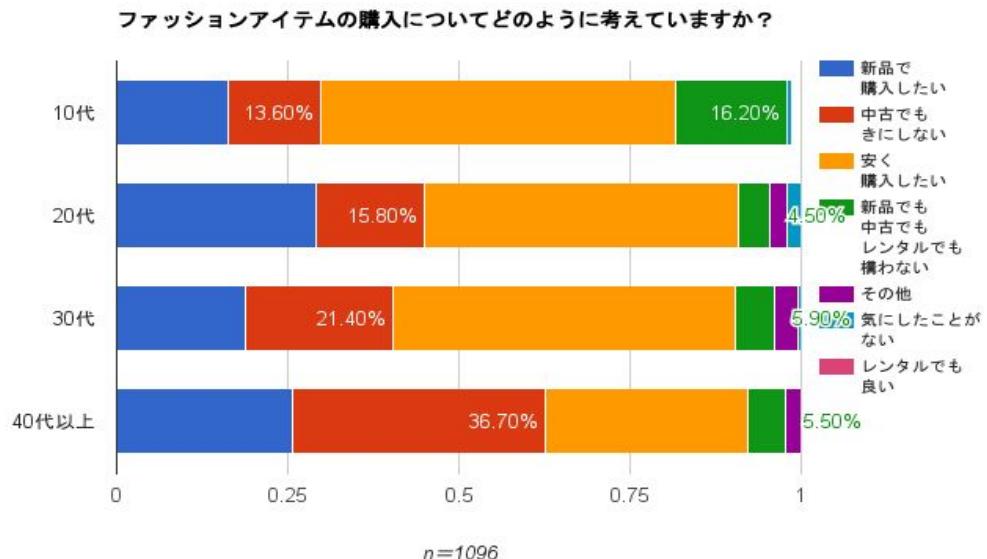
若者にとってのオシャレの見せどきは、前もって計画を立てたり、遠出するような非日常の場面ではなく、「デート」や「ショッピング」のような、日常生活の中の「プチ非日常」のなかにあるようです。

■10代では約3人に1人が中古ファッショニアイテムに抵抗感なし。

こちらは、「10代」から「40代以上」のユーザーに、ファッショニアイテムを購入する際、どのように考えて商品を選んでいるかを聞いた結果です。

2015年12月04日 株式会社Fablic

ファッショントレンド調査機関「FRIL lab（フリルラボ）」設立のお知らせ



一見すると、10代は「中古でもきにしない」割合が他の年代と比べて最も低いように思えますが、よく見ると「新品でも中古でもレンタルでも構わない」と答えてている人が、全年代を通して最も多いことがわかります。二つの回答を合わせると、10代の約3人に1人が、中古ファッションアイテムに抵抗がないと思っていることがわかります。

20代～40代以上においては、「新品でも中古でもレンタルでも構わない」と回答した人の割合がほぼ一定であるのに対し、「中古でもきにしない」と回答する人の割合は、年代が上がると共に大きく伸びています。背景には、年齢を重ねるにつれ、ファッション以外の出費先が増えることがあるかもしれません。

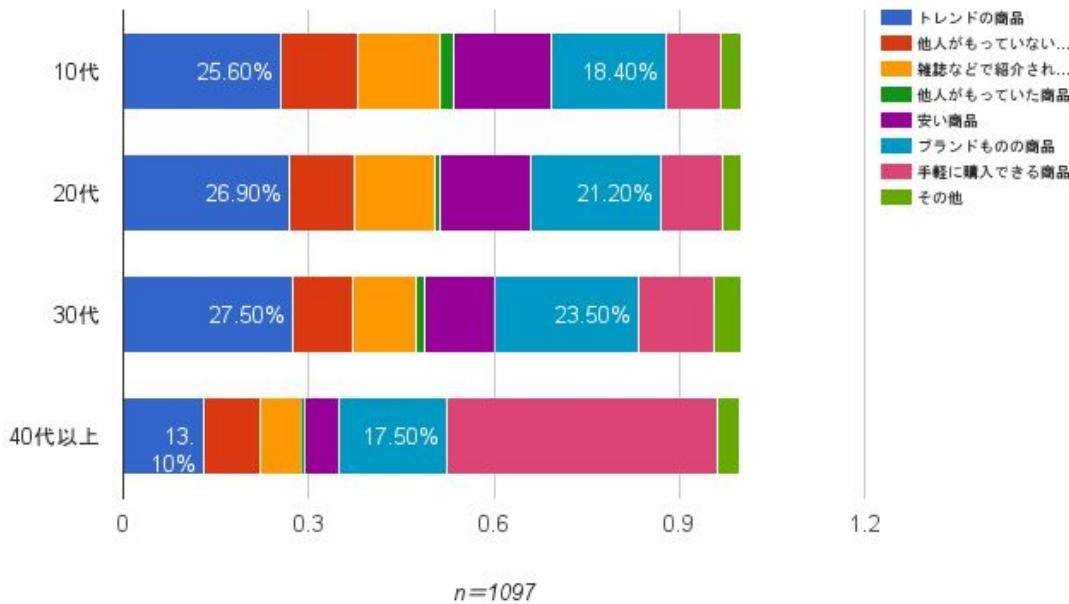
■若者の興味はトレンドアイテム>>ブランド品。年齢が若いほど顕著な傾向。

10代～40代以上の「フリル（FRIL）」ユーザーに、欲しいアイテムを聞いた結果がこちらです。

2015年12月04日 株式会社Fablic

ファッショントレンド調査機関「FRIL lab（フリルラボ）」設立のお知らせ

どのようなアイテムをより欲しいと感じますか？



「トレンドの商品」よりも「ブランドものの商品」が欲しいと答えた割合が高いのは、40代以上のみ。若者は、ブランド品よりも流行を追うことに興味を持っていると考えられます。また、年齢層が若いほど、「トレンドの商品」が欲しいと思う割合と「ブランドものの商品」が欲しいと思う割合の差は大きくなっています。ファッションに対してのトレンド指向は、年齢が低いほど強いようです。

◇『Fril（フリル）』について

<https://fril.jp/>

『Fril（フリル）』は2012年7月よりスタートした、日本初のフリマアプリです。スマートフォン上で、不要なものや売りたいものをわずか3分で手軽に出品することができるほか、探していたブランド物や商品を格安で購入することもできるサービスです。利用者の口コミにより広まり、現在ダウンロード数は400万を超えていきます。

【株式会社Fablic概要】

会社名：株式会社Fablic

代表者：代表取締役CEO 堀井翔太

URL：<https://fablic.co.jp/company>

資本金：5億1847万5千円

事業内容：フリマアプリ「フリル（FRIL）」の企画・開発・運営

本社：〒150-0012東京都渋谷区広尾1丁目13-1フジキカイビル3F

■お願い■

Fablic

FRIL lab.

2015年12月04日 株式会社Fablic

ファッショントレンド調査機関「FRIL lab（フリルラボ）」設立のお知らせ

※原稿などにご活用いただく際には、「フリル（FRIL）調べ」と付記してくださいますようお願いいたします。

本プレスリリース及び資料についてのお問い合わせ、取材をご希望される方は、下記にご連絡下さい。

株式会社Fablic 広報 永里

T E L 03-6459-3126 FAX 03-6459-3127 E-mail : pr@fablic.co.jp