

東京はシャネル、東北はヴィヴィアン、南西はコーチが人気。 フリマアプリ上での全国ブランド品購入実態調査

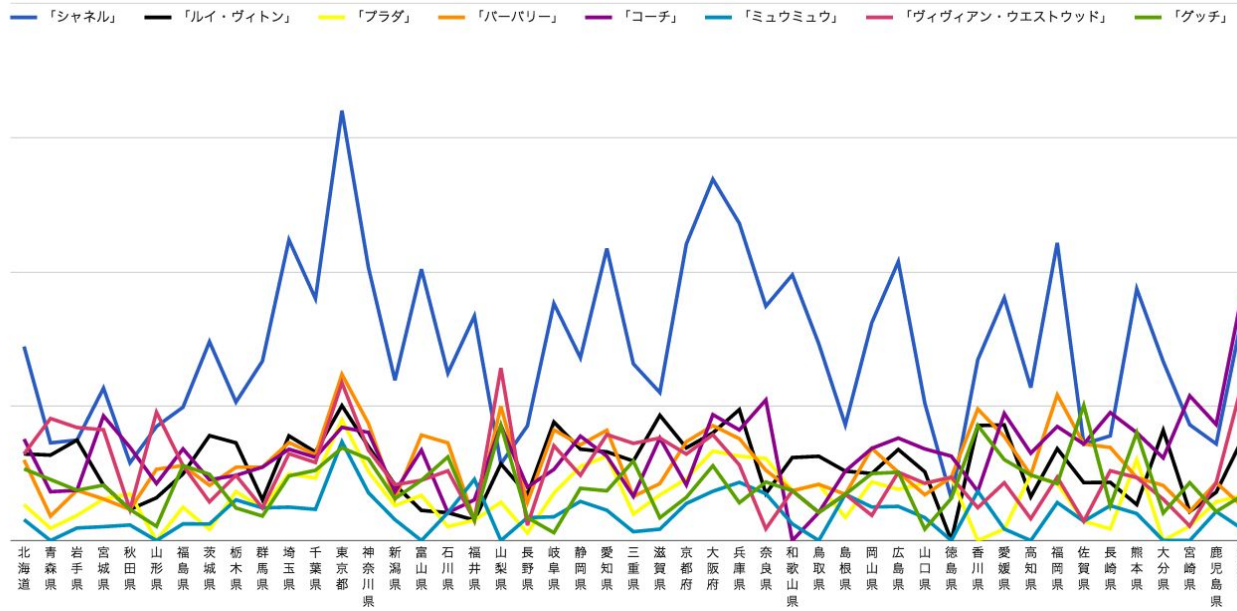
株式会社 Fablic（本社:東京都渋谷区、代表取締役:堀井翔太）が運営するファッショントレンドの調査機関「FRIL lab(フリルラボ)」は、同社が運営するフリマアプリ「フリル (FRIL)」内で「全国ブランド品購入実態調査」を実施いたしました。同サービス内の購入データを元に、独自の計算で「各都道府県において一人当たりが一年間に購入するブランドアイテム数」を調査したほか、ユーザーへのアンケートにより、都道府県ごとに違いが生じる背景を考察いたしました。



- ①多くの県で一番人気のブランドは「シャネル」。アウトレットに無く、他人とかぶりにくいことが人気の理由。
- ②東北では「ヴィヴィアン・ウエストウッド」、南西では「コーチ」の人気の高い傾向。
- ③中部地方では、愛知県が一人当たりの購入数で他県をリード。
- ③関西地方では、都市によって購入傾向が異なる。
- ④独自の価値観を見せる九州地方。一方で、福岡県民の好みは東京都民と類似。

全国概要

各都道府県における一人当たりのブランド品年間購入数



①多くの都道府県で一番人気のブランドは「シャネル」。他人と被らないことが人気の理由。

一人当たりの「シャネル」購入数上位は、1位が東京都、2位が大阪府、3位が兵庫県、4位が埼玉県、5位が福岡県でした。それぞれの都道府県民から寄せられたコメントからは、価格帯が極めて高いブランドであるため、他の人とかぶりにくいことに魅力を感じていることがわかります。

- 「ハイブランドのなかでも値段設定が特に高いため、他の人と被りにくい。（大阪府・24歳）」
- 「長く愛用できそうだから。高いから持ってる人がすくないので。（東京都・32歳）」
- 「大人っぽくシンプルなデザインが多いので長持ちして使いやすそうだから。（福岡県・19歳）」
- 「大人の女性らしさがある（愛知県・31歳）」
- 「永遠の憧れ！女性らしいし、ハイブランドの代名詞。（神奈川県・31歳）」

また、ランキング上位には入らなかった他県からも、こんな意見が寄せられました。

- 「『シャネル』はエレガントさがあり、また アウトレットやセールなどにはほとんどなく ヴィンテージとしても価値が高いため（福島県・35歳）」

②「コーチ」は主に南西で人気。沖縄県民は日本一の「コーチ」好き。

「コーチ」の一人当たりの購入個数が最も多いのは沖縄県でした。また、近隣の鹿児島県、宮崎県、徳島県、長崎県でも、8つのブランドの中で一人当たりの購入個数が最も多いのは「コーチ」でした。

③東北周辺で人気の「ヴィヴィアン・ウエストウッド」。全国1位は山梨県。

全国で「ヴィヴィアン・ウエストウッド」の一人当たりの購入個数が最も多いのは、山梨県でした。また、青森県、山形県でも、8つのブランドのうち、一人当たりの購入個数が最も多いのは「ヴィヴィアン・ウエストウッド」でした。

地域別調査結果詳細

■北海道・東北地方



(1) 青森、山形県では「ヴィヴィアン・ウエストウッド」が一番人気。

一人当たりの購入個数は、山梨県、東京都、沖縄県について青森県と山形県が全国4位と5位でした。また北海道は、北海道・東北地方のなかでも最も全ブランド合計の購入個数が多い都道府県でしたが、「ヴィヴィアン・ウエストウッド」だけは、隣接する青森県よりも購入数が下回りました。

(2) 宮城県民の「コーチ」購入個数は、岩手県民の約2倍。

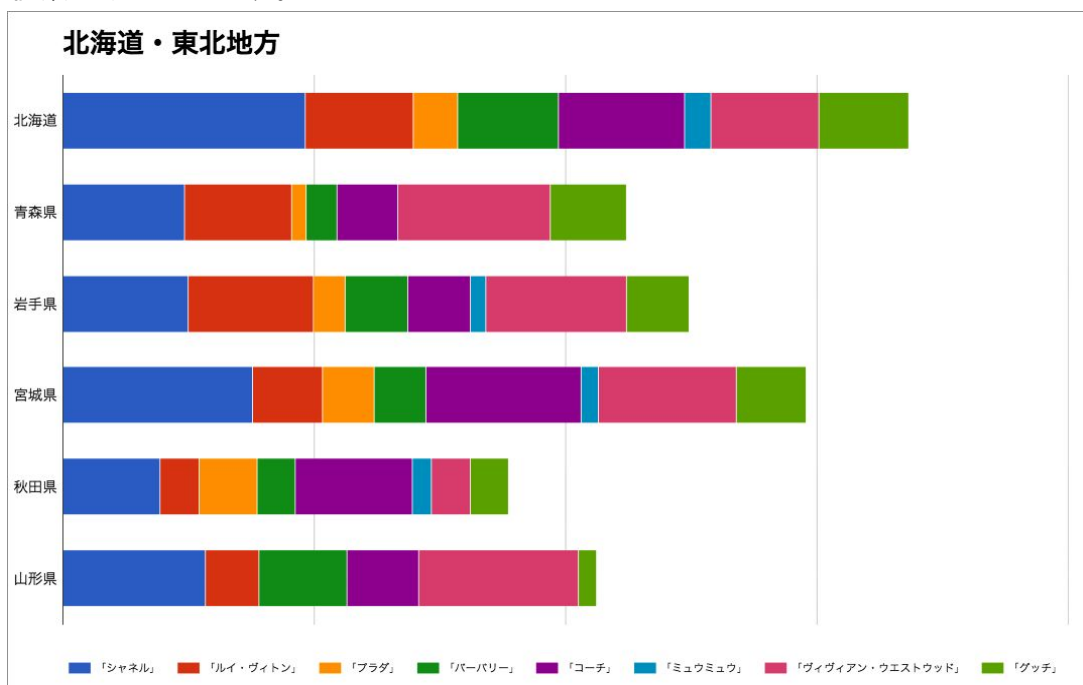
隣り合った県でも、ブランドごとの一人当たりの購入個数は大きく異なりました。宮城県の一人当たりの「コーチ」購入個数は、岩手県の2倍を越えていました。

(3) 秋田県民はブランド購入個数が控えめ。唯一「ミュウミュウ」のみ山形、宮城県越え。

秋田県では、全体として購入個数が少なめでしたが、「ミュウミュウ」の一人当たりの購入数は隣接する山形県や宮城県を超えていました。

(4) 福島県民は「グッチ」、「バーバリー」、「ヴィトン」、「ヴィヴィアン・ウエストウッド」の4つを同程度に愛好。

福島県民のブランド別一人当たりの購入数は、1位の「シャネル」、2位の「コーチ」について、4つのブランドが同程度の個数になっています。



■関東・中部地方



(1) 「ルイ・ヴィトン」を巡る首都圏の違い。

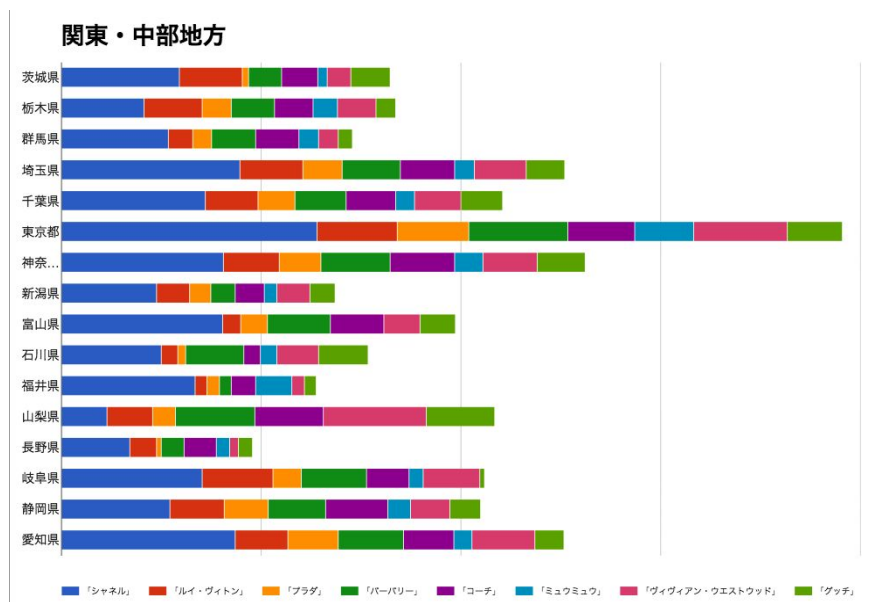
「ルイ・ヴィトン」の一人当たりの購入数は、東京では「シャネル」、「バーバリー」、「コーチ」に次いで4位でしたが、栃木、千葉、埼玉、茨城県では「シャネル」に次いで2番目に人気でした。また、群馬県民の一人当たりの購入数が多いブランドは「シャネル」、「バーバリー」、「コーチ」の順でした。

(2) 北陸地方 東京の次に「ミュウミュウ」の一人当たりの購入数が多いのは福井県。

福井県では、「ミュウミュウ」の一人当たりの購入数が東京都に次いで多く、全国2位でした。また、石川、富山県では「バーバリー」の一人当たりの購入数が多く、福井県の2倍を上回りました。新潟県は合計の購入数は多くないものの、「ヴィトン」、「プラダ」、「バーバリー」などの5つのブランドの購入数が同程度で、複数のブランドを満遍なく購入している様子が見受けられました。

(3) 中部地方の全ブランド合計購入数は愛知県がリード。

愛知県と岐阜県では、「バーバリー」「コーチ」の一人当たりの購入数が同程度でしたが、愛知県は「シャネル」や「グッチ」、「プラダ」を多く買い、岐阜県民は「ルイ・ヴィトン」を多く買うという違いがありました。また、長野県は中部地方で唯一「ヴィヴィアンウエストウッド」よりも「グッチ」の購入数が多い県でした。静岡県では中部地方で最も「コーチ」の購入数が多くなりましたが、全国的に人気の「シャネル」の購入は控えめでした。



■ 関西地方



(1)大阪は大量買い、京都は長く使う、兵庫は上品さ。関西三大都市のブランド消費の違い。

大阪、兵庫、京都の三大都市では、アンケートと購入数から、ブランド品に求めるものの違いが浮き彫りになりました。大阪府民は、合計の購入数が多いうえ、「シャネル」以外のブランドの購入数の違いは僅差であり、様々なブランドのものを大量に欲しがっていることがわかります。また、京都府民は合計の購入数こそ少なめであるものの、「シャネル」「バーバリー」「ルイ・ヴィトン」「プラダ」など価格帯が高いブランドの購入数が多めでした。兵庫県民は、二府にくらべて「ルイ・ヴィトン」と「ミュウミュウ」の購入数が多いことが目立ちます。

アンケート結果からは、各府県の住民がハイブランドに求める要素の違いがわかります。

- 「『シャネル』はファッションだけでなく化粧品なども愛用しています（大阪府・23歳）」
- 「シンプルで飽きのこないデザインが多いため『プラダ』が欲しいです（京都府・28歳）」
- 「長く愛されたブランドで、親世代で愛用されてきた物も、娘時代でも使えるものが多いから『シャネル』。（京都府・23歳）」
- 「『ルイ・ヴィトン』。長い間、人気が悪くなる事がないブランドだから（兵庫県・39歳）」
- 「『ミュウミュウ』はブランドを主張せず上品。（兵庫県・37歳）」

(2)大都市なみにPRADAが好きな奈良県民。上品さが古都で受ける模様。

奈良県民のプラダの購入数は、大阪や愛知など大都市並みでした。アンケートでプラダが欲しいと回答した奈良県民のコメントからは、「プラダ」のデザインに上品さを感じていることがわかります。

- 「プラダの財布が数年前から欲しいから（奈良県・26歳）」
- 「品があるから。（奈良県・23歳）」

(3)三重県民は近畿地方で一番「グッチ」が好き。和歌山県は「シャネル」を大量買い。

また、三重県の「グッチ」一人当たり購入数は、近畿地方で1位でした。一方、和歌山県では「シャネル」の一人当たりの購入数が、他7ブランド全ての一人当たりの購入数を足した数と同程度でした。

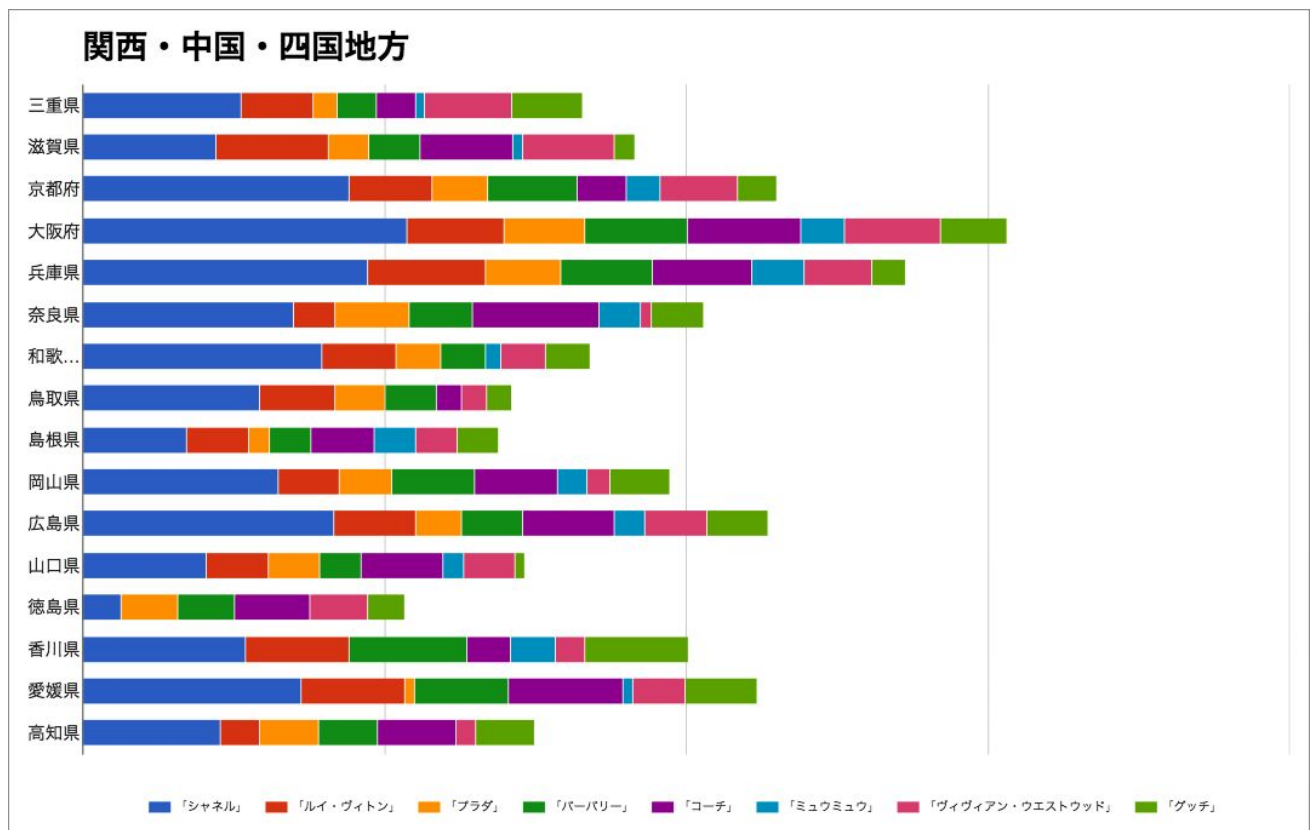
■中国・四国地方

(4)中国地方では広島、岡山県が購入数を牽引。島根は鳥取の2倍「シャネル」を購入。

中国地方では、広島県と岡山県が購買数を支えていることがわかりました。特に、「バーバリー」と「プラダ」に関しては、岡山県の一人当たりの購入数は広島県を超えていました。また、鳥取県の一人当たりのシャネル購入数は、島根県の約2倍でした。

(5)格差が激しい四国地方。愛媛は総合で徳島の2倍以上購入。

四国地方では、都道府県ごとに購入数に大きな違いが出ました。8ブランド合計では、愛媛県と香川県が大きくリードしていますが、「ヴィヴィアン・ウエストウッド」の一人当たり購入数は徳島県が他の3県を大きく引き離しています。



■九州・沖縄地方



(1) 沖縄は「コーチ」、佐賀は「グッチ」の一人当たり購入数が全国1位。

九州・沖縄地方では、沖縄県をはじめとして、鹿児島県、宮崎県、長崎県の4つの県で8つのブランドのうち「コーチ」の一人当たりの購入数が最も多いという結果になりました。また、佐賀県は「グッチ」一人当たりの購入数が全国1位でした。熊本県は、「プラダ」の購入数が九州地方1位で、埼玉県や神奈川県などの首都圏並みでした。

アンケート回答では、「コーチ」の人気の理由として手頃さや持ちやすさが挙げられています。

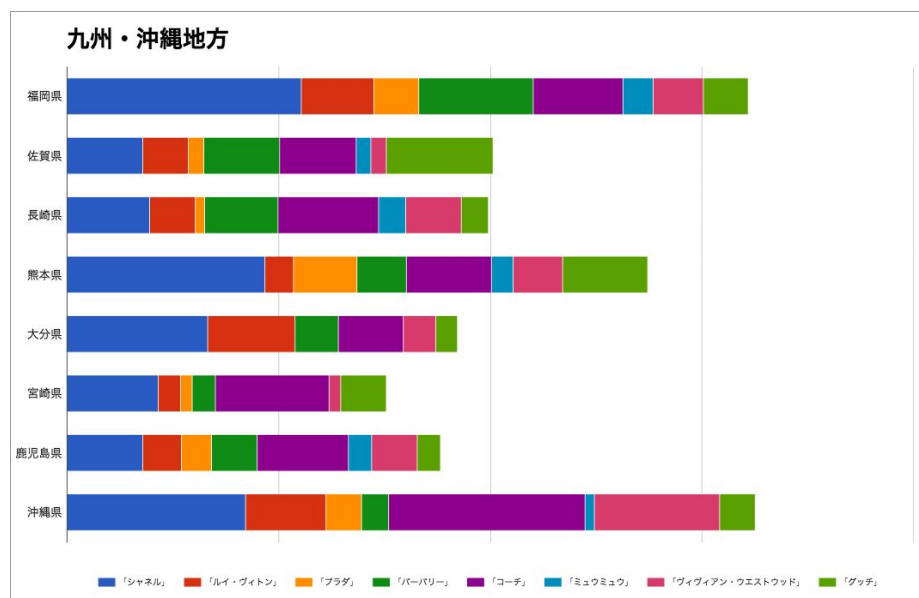
「『コーチ』は新作が出るのが早く他人とかぶりにくい、値段が手頃（沖縄県・34歳）」

「『コーチ』。デザインが可愛いものばかりだから（宮崎県・25歳）」

「『プラダ』の靴をいつか購入できればと思う。（33歳・熊本県）」

(2) 福岡県民のブランドの嗜好は東京都民と一部共通。

九州地方では首都圏とは違った様子を見せる県が多い一方、福岡県では、一人当たりの購入数が多いブランドTOP4が東京都と同じで、1位が「シャネル」2位が「バーバリー」3位が「コーチ」4位が「ルイ・ヴィトン」でした。



<全国ブランド品購入実態調査概要>

量的調査

- ・調査対象：フリマアプリ「フリル（FRIL）」ユーザー
 - ・対象ブランド：同サービス内において、一定期間内の取引成立件数が多かったハイブランド上位8つ。
 - ・調査方法：各都道府県ごとの、一定期間内におけるブランド別の購入数を集計。特殊な計算によって、その地域の一人当たりの年間購入数に換算した。
- ※グラフの値は、各都道府県において一人当たりが年間にブランドアイテムを購入する個数を示します。

アンケート調査

- ・調査手法：同アプリ内でのアンケート調査
- ・調査対象：フリマアプリ「フリル（FRIL）」ユーザー 1021名
- ・調査期間：2015年12月7日～12月10日

◇「フリル（FRIL）」について

<https://fril.jp/>

「フリル（FRIL）」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僅か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400万を越えています。

◇「FRIL lab(フリルラボ)」について

<https://fablic.co.jp/frillab>

「FRIL lab(フリルラボ)」は、若者のファッションから消費トレンドを考える調査機関です。ファッションとITを結ぶカルチャーアイコンであるFRIL lab所長 ガルシア佐藤仁美が、「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解説します。

【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」の企画・開発・運営

本社：〒150-0012東京都渋谷区広尾 1丁目13-1フジキカビル3F

■お願い■

※原稿などにご活用いただく際には、「フリル（FRIL）調べ」と付記していただき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