

**アパレルの消費行動に関する意識調査**

**「服を買う場所」に大きな変化 百貨店にネットが肉薄  
主要都市比較 服にケチなのは愛知県 東京の半分**

マーケティングリサーチを行う株式会社メディアインタラクティブ（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行っております。今回、2011年7月5日～7日の3日間に、東京都、大阪府、愛知県、福岡県の10代～50代の男女500名を対象に「アパレルの消費動向に関する意識調査」をテーマにした、インターネットリサーチを実施いたしました。

ZOZOTOWNを筆頭にしたネット通販の台頭や、東京都心で百貨店が相次ぐ撤退を決める一方、関西での百貨店出店競争が激化するなど店頭販売も大きな転換期を迎えているように感じています。そんな現在において、服を買うときに一般消費者はどう考えて行動しているのか、について調査いたしました。

**【調査概要】**

1. 調査の方法：株式会社メディアインタラクティブの運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：東京都、大阪府、愛知県、福岡県の10代～50代の男女
3. 有効回答数：500人
4. 調査実施日：2011年7月5日(火)～7月7日(木)

**【調査結果概要】**

**【1】服の購入場所、大型の商業施設 7割弱、ネット通販 5割を超える結果に**

服の購入場所についての質問では、大型の商業施設での購入が割合で見ると最多となり、およそ7割弱の方が回答されました。一方、ネットでの購入も存在感を増しており、ネット通販が50%を超えるなど、ネットへ移行している傾向が顕著になりました。この傾向は年齢、性別を問わず、ほぼ同じ比率で推移しています。50代でもネット通販の比率が30%を超えており、すでに世代を問わず一般化してきているようです。ただし、モバイル通販は振るわない結果となりました。

**【2】夏服の購入予算、主要都市比較では愛知県（10,080円）が東京（20,764円）の半分**

夏服の購入予算については5,000円～1万円が最多となりました。やはり夏服だけあってそれほど大きな金額は消費しないのかもしれませんが、この回答には地域差が大きく見られ、最もお金を使うのは、東京都で20,764円、ついで福岡県の13,064円、大阪府の12,404円、最後が愛知県で10,080円となりました。ケチの代表格として知られる大阪ですが、愛知がそれを上回る結果となりました。

**【3】百貨店に一般消費者が求めているもの「休憩スペース」が圧倒的**

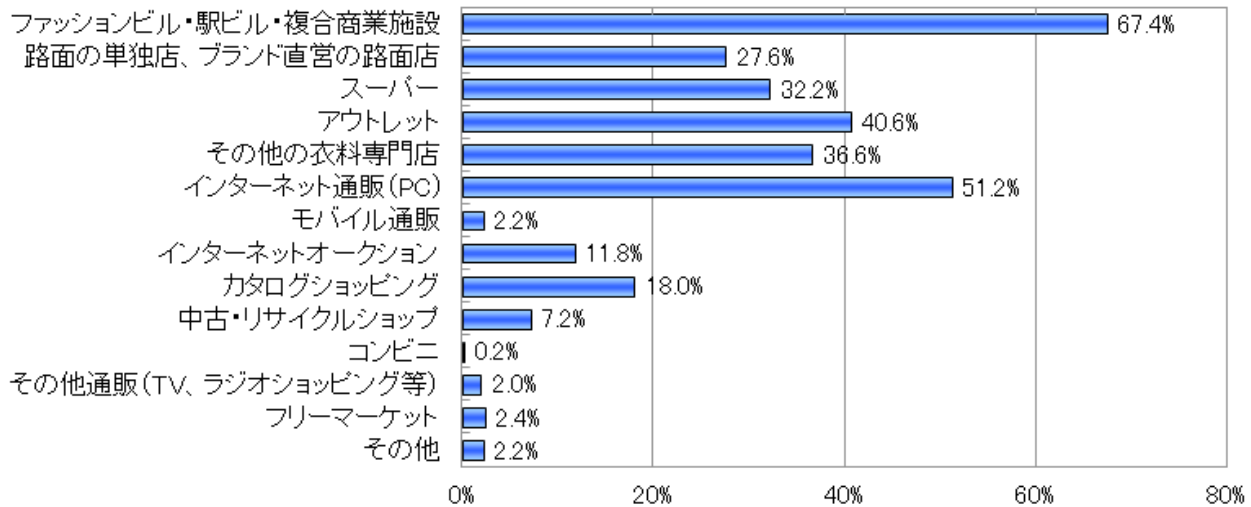
百貨店の隆盛が激しい昨今ですが、百貨店に一般消費者が求めているものは何か？について聞いてみたところ、圧倒的に休憩スペースという声が多く挙がりました。個人的には女性に買い物に連れて行かれる男性からの意見が多いのかと思っていましたが、内訳でみると女性が57%、男性が38.5%と女性の意見が目立つ結果となりました。

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・

メディアインタラクティブ広報事務局 担当：飯村

E-mail：pr@i-research.jp

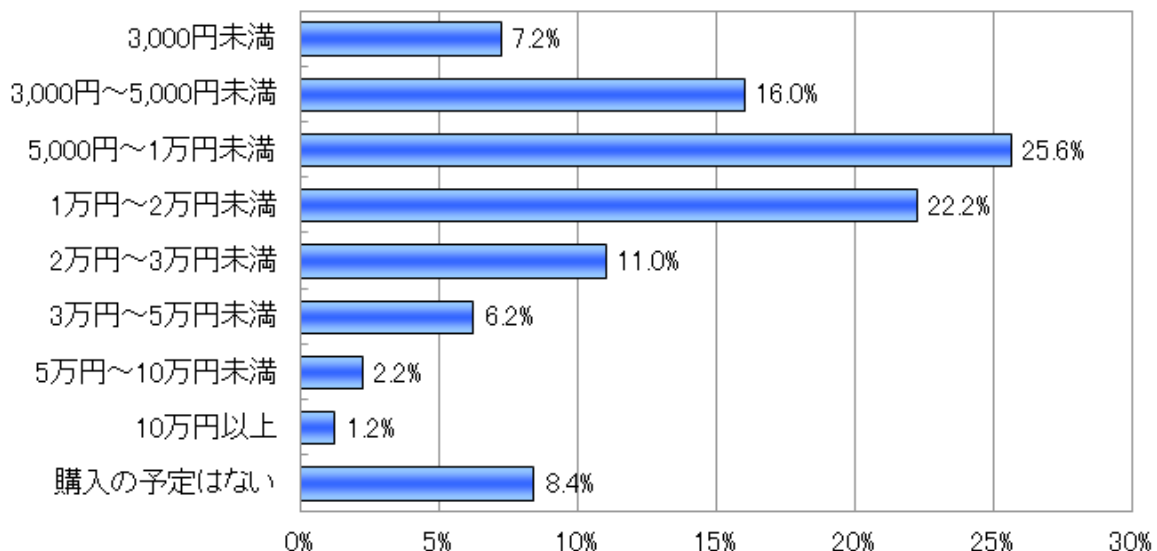
**Q.あなたは、どんなところで服を買いますか。(N=500 複数回答可)**



服の購入場所についての質問では、大型の商業施設での購入が割合で見ると最多となり、およそ7割弱の方が回答されました。一方、ネットでの購入も存在感を増しており、ネット通販が50%を超えるなど、ネットへ移行している傾向が顕著になりました。この傾向は年齢、性別を問わず、ほぼ同じ比率で推移しています。50代でもネット通販の比率が30%を超えており、すでに世代を問わず一般化してきているようです。ただし、モバイル通販は振るわない結果となりました。

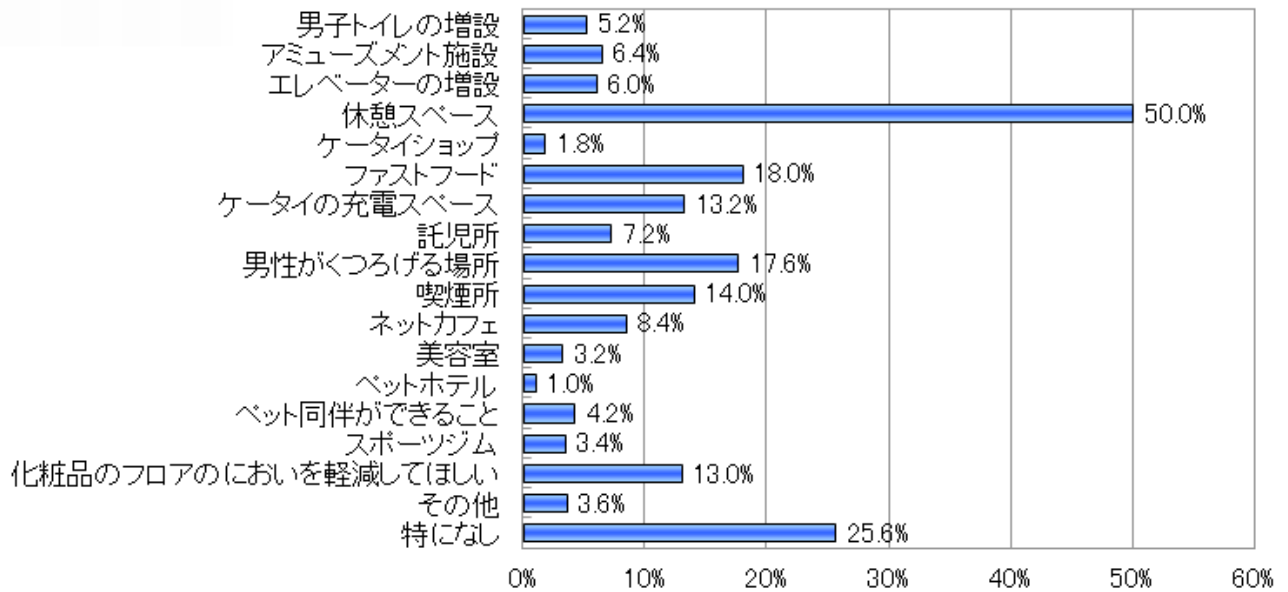
また、特徴的な結果となったのは、「20代女性」のアウトレットでの購入比率(65.1%)で、他の年代では、男性比率の方が高い傾向にありましたが、20代だけは逆転していました。比較的可処分所得が低い年齢がアウトレットを望む傾向にあるのかもしれません。

**Q.今年の夏、服の購入にどれくらいお金を使う予定ですか。(N=500 選択回答)**



夏服の購入予算については5,000円～1万円が最多となりました。やはり夏服だけあってそれほど大きな金額は消費しないのかもしれません。この回答には地域差が大きく見られ、最もお金を使うのは、東京都で20,764円、ついで福岡県の13,064円、大阪府の12,404円、最後が愛知県で10,080円となりました。ケチの代表格として知られる大阪ですが、愛知がそれを上回る結果となりました。

**Q.百貨店に「これが欲しい」、というものはありますか。(N=500 複数回答可)**



百貨店の隆盛が激しい昨今ですが、百貨店に一般消費者が求めているものは何か？について聞いてみたところ、圧倒的に休憩スペースという声が多く挙がりました。個人的には女性に買い物に連れて行かれる男性からの意見が多いのかと思っていましたが、内訳でみると女性が 57%、男性が 38.5%と女性の意見が目立つ結果となりました。買い物中の女性は疲れ知らず、なんて言われることもありますが、やはり疲れている様子でした。

また、化粧品フロアのおいについても、男性が 4.3%に対して、女性が 18.2%と顕著な差となりました。男性がそれほど苦痛を感じていないことにやや意外な結果となりました。

男性の求めるポイントとして顕著だったのは、「くつろげる場所」と「喫煙所」という項目でした。やはり百貨店は女性をメインターゲットに作られているので、男性向けのスペースの少なさや、喫煙者にとっての肩身の狭さが男性には不満なようでした。

【引用・転載時のクレジット表記のお願い】

本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>

「インターネット調査のメディアインタラクティブが実施した調査結果によると・・・」

【詳細資料無料ダウンロードのお知らせ】

弊社アイリサーチサイトにて本調査における詳細資料の無料ダウンロードサービスを行っております。

ご興味のある方は下記より、アクセスをお願いします。

■無料独自調査データダウンロードサービス

[http://www.i-research.jp/report\\_dl/list.html](http://www.i-research.jp/report_dl/list.html)

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社メディアインタラクティブ

広報事務局：飯村崇史

TEL 03-6826-5000 FAX 03-6419-8375

e-mail [pr@i-research.jp](mailto:pr@i-research.jp) <http://www.i-research.jp>

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-26-18 矢倉ビル 6F