

## F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！

## MUSEE MARKETING News Letter

## ～ファッション編～

# 約6割がブランド名「まったく気にしない。」 20、30代女性のファッション事情

新型コロナウイルスの世界的な流行から1年以上が経過し、人々のライフスタイルにも多くの変化がありました。なかでも外出自粛によるおうち時間の増加は、普段の服選びにも大きな影響を与えているのではないのでしょうか。現代の20、30代の女性たちはどのようにファッションを楽しんでいるのか、728名を対象に調査しました。

## <トピックス> ～ファッション編～

- 服をもっとよく買う場所は「ショッピングモール」
- 5,000円以上のTシャツは「高い」?
- 36%がコロナ禍で「ファッションのモチベーションが下がった」
- ファッションの情報源は「Instagram」が断トツ

### 【調査概要：ファッション編】

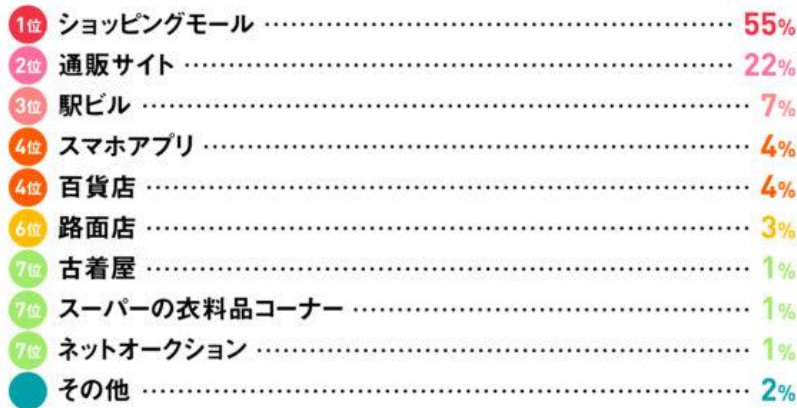
- 調査日 : 2021年4月5日～2021年4月12日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 728名
- 調査対象 : 全国20～34歳の女性

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

## ■ 服をもっともよく買う場所は「ショッピングモール」

はじめに、ファッションアイテムの買い物事情についてうかがいました。服を買う頻度を聞くと、一番多かったのは「月1回」。僅差で「3か月に1回」が2位でした。次に、もっとも買う頻度の高いアイテムは何か聞くと、約半数がトップスである「Tシャツ・シャツ・カットソー（47%）」を選びました。2位は「アクセサリ（11%）」、3位は「スカート（10%）」でした。また、服をもっともよく買う場所について聞くと、1位は「ショッピングモール」。2位以下の「通販サイト」「駅ビル」を大きく上回りました。

Q 服をもっともよく買う場所はどこですか？



## ■ 5,000円以上のTシャツは「高い」？

今一番欲しいファッションアイテムを挙げてもらうと、1位は「普段着（38%）」、2位は「下着（15%）」、3位は「靴（13%）」、「バッグ（13%）」でした。欲しいアイテムごとに、購入する際にもっとも重視するポイントについてもうかがいました。普段着が欲しいと答えた方の半数以上が「デザイン」をもっとも重視すると回答、次いで「価格」「着回しが利くこと」などがあげられました。

一方、ルームウェアが欲しいと回答した方にも重視するポイントを聞くと、「素材」という回答が48%で1位、「デザイン」と答えた方が35%で2位でした。普段着とルームウェアでは重視するポイントが異なるようです。

Q 普段着を購入する際に、もっとも重視するポイントは何ですか？



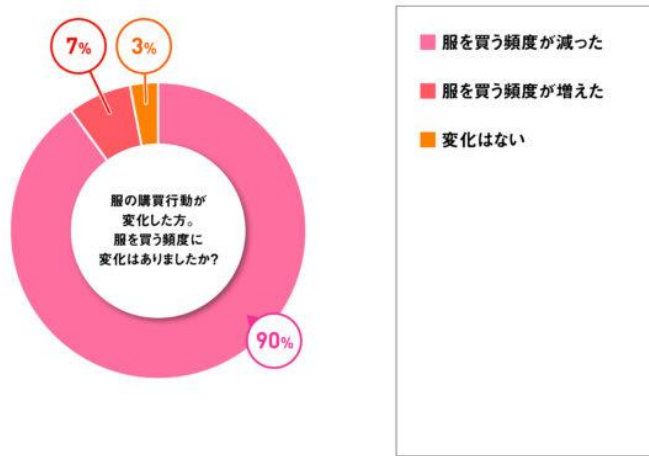
Q ルームウェアを購入する際に、もっとも重視するポイントは何ですか？



さらに、ファッションの金銭感覚についても調査しました。まず、Tシャツを購入する際いくら以上だと高いと感じるか聞くと、「5,000円」が33%、「3,000円」が31%でした。下着（ショーツ）についてもうかがうと、「3,000円」が28%、「5,000円」が27%と、Tシャツと似た結果となりました。

## ■ 36%がコロナ禍で「ファッションのモチベーションが下がった」

新型コロナウイルス流行以前と現在で、服の購買行動に変化があったか聞くと、変化が「ある」と答えた方は54%。変化のあった方に、服を買う頻度についてうかがうと、「服を買う頻度が減った」という回答が90%に上りました。消費の冷え込みがうかがえます。



また、購入する服の価格帯については、半数以上の方が「変化がない（57%）」と答えた一方、「安い服を買うようになった」と回答した方も33%いました。

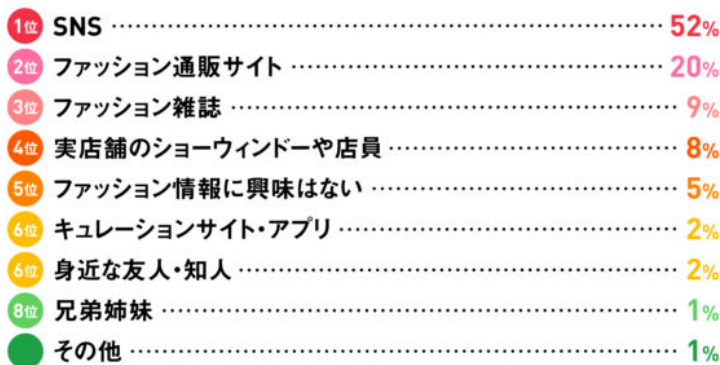
ファッションに対するモチベーションの変化についても聞くと、55%が「変化はない」と回答。「モチベーションが下がった」は36%、「モチベーションが上がった」という方は9%でした。

## ■ ファッションの情報源は「Instagram」が断トツ

ファッションのこだわりや、情報収集術についてもたずねました。まず、服を買うときブランド名を気にするか聞くと、「まったく気にしない」が59%で、「少し気にする（33%）」「気にする（8%）」という回答よりも多い結果に。

次に、もっともよく見るファッションの情報源について聞くと、半数以上の方がSNSを挙げました。SNSと回答した方に、もっともよく見るSNSについて聞くと、大多数の方が「Instagram（82%）」を挙げ、2位以下の「Twitter（12%）」「YouTube（4%）」に大差をつけました。

Q もっともよく見るファッションの情報源は何ですか？

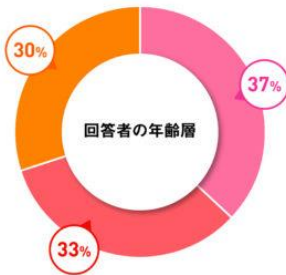


人と直接会う機会が減ったニューノーマル時代。ファッションに対するモチベーションが下がった人も少なくない一方、毎日身に着けるものにこだわりを持つ方も一定数いるようです。

▶記事詳細はこちら：<https://musee-marketing.com/topic/fashion/>

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミゼマーケティング調べ】とご明記ください。

## ■ データ一覧 ～ファッション編～



■ 20歳～24歳 ■ 25歳～29歳 ■ 30歳～34歳

### 回答者の職業

会社員	54%
学生	21%
アルバイト・パート	12%
専業主婦	5%
その他	8%

### Q 服を買う頻度はどのくらいですか？

1位	～月1回	39%
2位	～3か月に1回	38%
3位	～半年に1回	13%
4位	めったに買わない	6%
5位	～1年に1回	2%
5位	週1回以上	2%

### Q 自宅で過ごすとき、もっともよく着る服は何ですか？

1位	スウェット	27%
2位	もう外では着ない服	21%
2位	パジャマ	21%
4位	外出着と同じ服	13%
5位	ジャージ	12%
6位	特定のブランドのルームウェア	4%
7位	下着のみ	1%
●	その他	1%

### Q コロナ禍で部屋着にどのような変化がありましたか？

※複数回答可

1位	レパトリーが増えた	42%
2位	よりおしゃれになった	37%
2位	可愛くなった	37%
4位	価格や品質をアップグレードした	32%
5位	こだわりが増えた	18%
6位	消耗が激しくなった	13%
7位	価格や品質のグレードを下げた	8%
7位	普段着に近いものになった	8%
9位	こだわりが減った	7%
10位	レパトリーが減った	2%
●	その他	5%

### Q 下着を買うとき、もっとも選びやすい色は何ですか？

1位	パステルカラー	33%
2位	ブラック	27%
3位	ネイビー・グレーなどのダークカラー	13%
4位	ホワイト	11%
5位	くすみ系カラー	8%
6位	ビビッドカラー	4%
7位	カーキ・ブラウンなどのアースカラー	2%
7位	ベージュ	2%

## 『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国175(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国397万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>



MUSEE  
MARKETING

## 美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に175(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページはこちら：<https://musee-pla.com/>

(※) 2021年4月末日時点



MUSEE  
PLATINUM  
ミュゼプラチナム