



NEWS

報道関係各位

2018年8月30日
株式会社ジーユー

GUリアルファッションラボ「衣替えに関する調査」結果を発表

衣替えの一番の悩みは「収納スペース」、不要な衣服を売ったことがある女性は半数以上、その女性の65%が古着を売却後に新たな衣服を購入すると回答

～効率的に「スペース」と「軍資金」を確保してファッションを楽しむ傾向が明らかに～

「YOUR FREEDOM 自分を新しくする自由を。」がブランドメッセージのジーユーは、消費者のリアルなファッショントレンドを独自に調査、研究を行う「リアルファッションラボ」で、「衣替えに関する調査」を実施しました。季節の変わり目に衣服を仕分けし、汚れを落とし、正しくしまう行為を指す『衣替え』。猛暑だった夏も終盤にさしかかり、徐々に秋服の出番が増える中、衣替えに関する消費者の意識のみならず、不要になった衣服の取り扱いや、売却後の衣服購入意欲など、消費者のリアルな実態が明らかになりました。

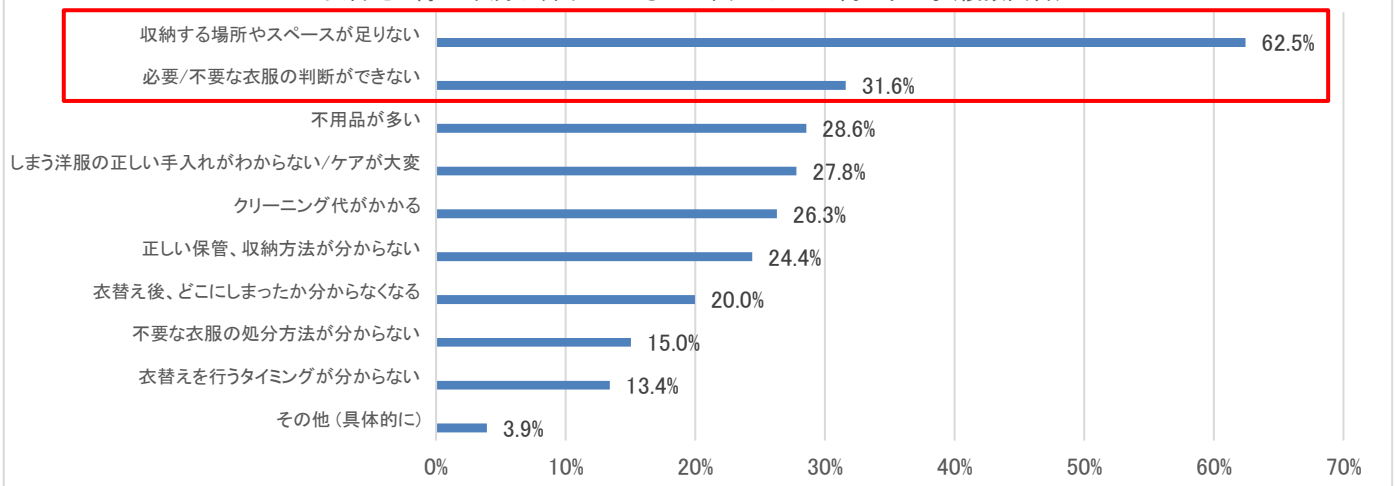
※本ニュースリリース内容の転載にあたりましては、「GUリアルファッションラボ調べ」と付記のうえ、ご使用いただけますようお願い申し上げます。

衣替えに関する調査サマリー

- **女性の70%以上(73.1%)が衣替えを実施。**衣替えにおける一番の悩みは「**収納スペース**」(62.5%)
- 衣替え時に不要になった衣服の売却方法は、「古着屋/リサイクルショップで売る」(65.8%)に次いで「**フリマアプリで売る**」(29.1%)が上位に
- **女性の半数以上(55.5%)が衣服をフリマアプリや古着屋で売ったことがある結果に。**古着を売却後、新たな衣服を購入する**女性は約65%(64.9%)**

1. 女性の70%以上(73.1%)が衣替えを実施、衣替えにおける一番の悩みは「収納スペース」

衣替えの際の不満や、困っていること/困ったことは何ですか。(複数回答)

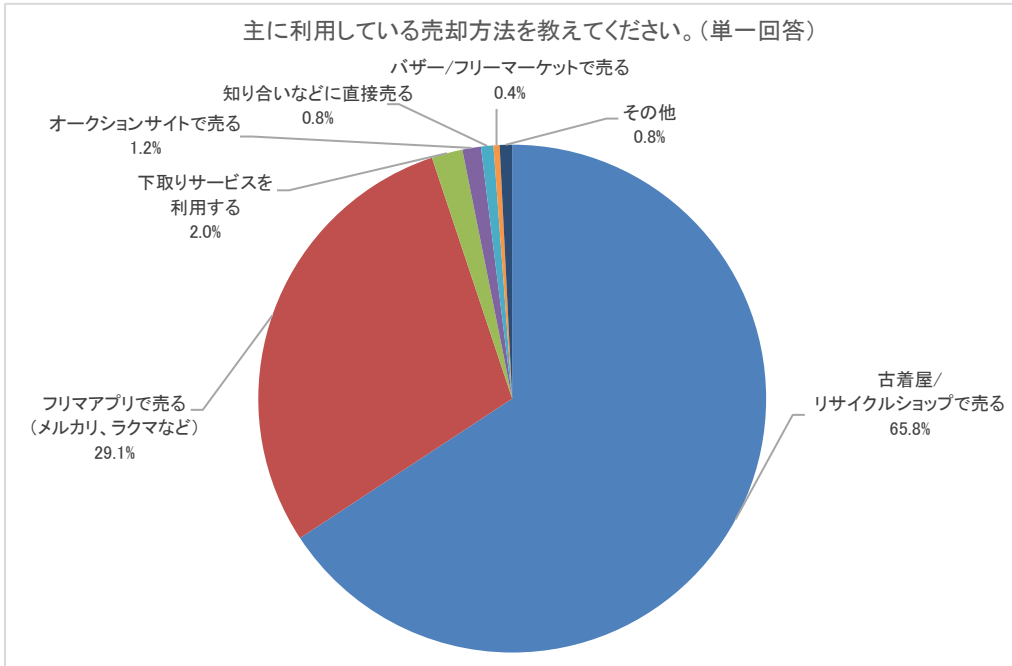


「衣替えを行っていますか」という質問には、女性の70%以上が「行っている」(73.1%)と回答。続いて「衣替えの際の不満や、困っていること/困ったことは何ですか」と衣替えにおける悩みを聞いたところ、半数以上が「収納する場所やスペースが足りない」(62.5%)、次いで「必要/不要な衣服の判断ができない」(31.6%)といった回答が上位に挙がりました。一方、衣替えを「行っていない」と回答した人にその理由を聞いたところ、「面倒だから」(47.8%)、「衣服の数が少なく必要が無いから」(27.7%)、「時間または労力が割けないから」(24.9%)と、手間や労力に加え、手持ちの衣服数を絞っていることも衣替えを実施しない要因の1つになっている様子が伺えます。

【調査概要】

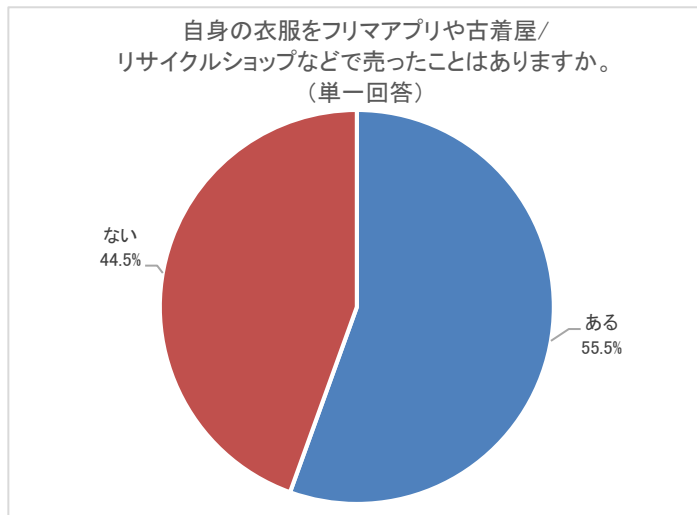
- ・調査期間: 2018/7/6~2018/7/18
- ・調査対象: ジーユーアプリ会員
- ・回収サンプル数: 791 (※女性のみの回答)
- ・調査方法: オンラインでのアンケート調査

2. 衣替え時に不要になった衣服の売却方法は、古着屋/リサイクルショップ(65.8%)に次いで、「フリマアプリで売る(29.1%)」が上位に



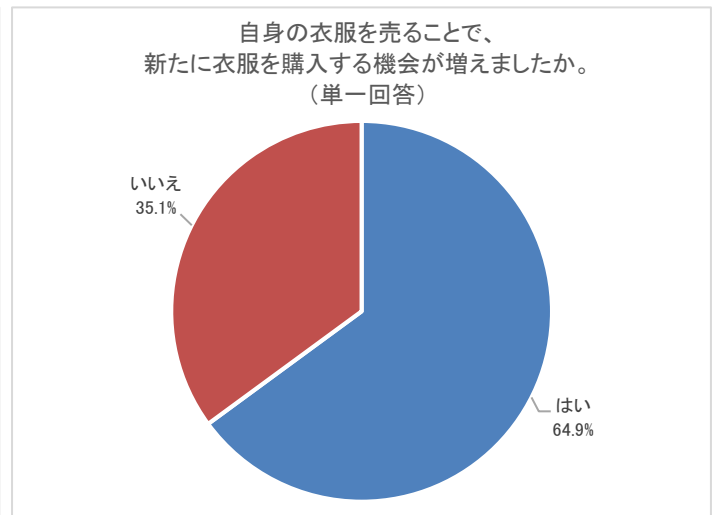
衣替えを「行っている」と回答した人に「衣替え時に不要と判断した衣服は、その後主にどのようにしていますか」と聞いたところ、「捨てる」(38.3%)や「売る、下取りに出す」(31.3%)に回答が集中。また、主に利用している売却方法については、「古着屋/リサイクルショップ」(65.8%)に次いで、「フリマアプリ」(29.1%)が上位にランクインする結果となりました。

3. 女性の半数以上が衣服をフリマアプリや古着屋で売ったことがあると回答、古着を売却後に新たな衣服を購入する女性は約 65%



【調査概要】

- ・調査期間: 2018/7/6~2018/7/18
- ・調査対象: ジューアアプリ会員
- ・回収サンプル数: 798 (※女性のみの回答)
- ・調査方法: オンラインでのアンケート調査



【調査概要】

- ・調査期間: 2018/7/6~2018/7/18
- ・調査対象: ジューアアプリ会員
- ・回収サンプル数: 442 (※女性のみの回答)
- ・調査方法: オンラインでのアンケート調査

「自身の衣服を、フリマアプリや古着屋/リサイクルショップなどで売ったことはありますか」という質問には、女性の半数以上が「ある」(55.5%)と回答。また、「自身の衣服を売ったことがある」と回答した人に「自身の衣服を売ることで、新たに衣服を購入する機会が増えましたか」と聞いたところ、6割強の女性が「購入機会が増えた」(64.9%)と答える結果に。フリマアプリの登場により、消費者間での物品のやり取りが浸透する昨今、ファッション産業においてもフリマ経済圏拡大の傾向が見られます。また、自身の古着を売却することで新たな衣服の購入意欲が高まるなど、新たな消費実態が明らかになりました。

【リアルファッションラボについて】

リアルファッションラボは、消費者のリアルなファッショントレンドを独自に調査、研究を行うジーユー内のプロジェクトです。ジーユーは、「YOUR FREEDOM 自分を新しくする自由を。」というブランドメッセージのもと、ブランドやファッション業界関係者によって発信されるトレンド予測情報ではなく、消費者が発信しているファッション情報や実績に基づいたビッグデータ、調査結果から、消費者の真の姿を明らかにし、リアルなファッショントレンドに関する情報を定期的に発信しています。また、上記に加え、SNS で話題のファッションや、お客様から高評価のアイテム・人気のコーディネートなどを、随時、アプリ、PC、スマートフォン用ウェブページで紹介しています。詳しくは下記をご覧ください。

「みんなのリアルファッション」: <https://www.gu-global.com/app/realtrend/>